

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ **2025**

DalterFood
Group
Best Italian Cheese Solutions

DALTERFOOD GROUP
ESPERIENZA E PASSIONE
NEL MONDO CASEARIO ITALIANO

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

HIGHLIGHTS 2025

CAP.1

IL PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

- 1.1 NOTA METODOLOGICA
- 1.2 OBIETTIVI IN LINEA CON L'AGENDA 2030
- 1.3 L'ANALISI DI MATERIALITÀ E GLI STAKEHOLDER

CAP.2

L'IDENTITÀ DEL GRUPPO DALTERFOOD

- 2.1 OLTRE 45 ANNI DI ESPERIENZA
- 2.2 I PRINCIPI CHE GUIDANO IL GRUPPO
- 2.3 GOVERNANCE E ASSETTO SOCIETARIO
- 2.4 UN BUSINESS FONDATO SULL'INTEGRITÀ

CAP.3

IL VALORE ECONOMICO GENERATO E CONDIVISO

- 3.1 COME OPERIAMO
- 3.2 MERCATI SERVITI E PRODOTTI OFFERTI

CAP.4

UNA FILIERA INTEGRATA

- 4.1 IL RAPPORTO CON I FORNITORI
 - 4.1.1 I CONFERENTI LATTE, PARTNER STRATEGICI PER IL GRUPPO
- 4.2 L'ATTENZIONE AL BENESSERE ANIMALE

3	CAP.5	
5	L'ATTENZIONE VERSO LA QUALITÀ	38
	5.1 LA TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI	40
	5.2 LA TUTELA DEI CLIENTI E DEI CONSUMATORI	41
6	5.2.1 IL DIALOGO CON I CLIENTI	43
9		
9	CAP.6	
12	L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE	44
	6.1 UN MODELLO DI BUSINESS CIRCOLARE	45
	6.1.1 PACKAGING INNOVATIVO E SOSTENIBILE	47
	6.2 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI	49
15	6.3 CONSUMI IDRICI	53
16		
18		
19	CAP.7	
22	LE PERSONE AL CENTRO	54
	7.1 INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI	55
	7.2 SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO	60
25	7.3 IL SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI	62
27		
28		
	ALLEGATI - TABELLA DI CORRELAZIONE TRA IMPATTI, TEMI MATERIALI E GRI STANDARDS	63
	INDICATORI DI PERFORMANCE	66
30	RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	66
33	RESPONSABILITÀ SOCIALE	69
33		
35	INDICE DEI CONTENUTI GRI	77

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Presentiamo il Bilancio di Sostenibilità 2025 di **DALTERFOOD GROUP** in un momento particolarmente significativo per la crescita della nostra organizzazione. In un contesto economico e geopolitico ancora caratterizzato da incertezza e complessità, continuiamo a perseguire il nostro obiettivo di generare valore condiviso, coniugando crescita del business, miglioramento delle performance ambientali e valorizzazione delle persone.

IL 2025 HA RAPPRESENTATO UN ANNO DI CRESCITA SIGNIFICATIVA PER DALTERFOOD GROUP, CULMINATO NEL RAGGIUNGIMENTO DELLA SOGLIA DEI 200 MILIONI DI EURO DI FATTURATO. UN TRAGUARDO CHE CONFERMA LA SOLIDITÀ DEL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS E LA CAPACITÀ DI CREARE VALORE ATTRAVERSO UN APPROCCIO CHE INTEGRA SVILUPPO ECONOMICO, QUALITÀ, INNOVAZIONE E MIGLIORAMENTO CONTINUO DELLE PERFORMANCE AMBIENTALI E SOCIALI. OGGI ESPORTIAMO CIRCA L'86% DEL NOSTRO FATTURATO E PORTIAMO LE ECCELLENZE CASEARIE ITALIANE IN 29 PAESI NEL MONDO, CONTRIBUENDO A VALORIZZARE IL MADE IN ITALY SUI PRINCIPALI MERCATI INTERNAZIONALI.

La crescita del Gruppo continua a fondarsi su una filiera solida e fortemente radicata nel territorio. Nel 2025 abbiamo lavorato oltre 43 milioni di litri di latte provenienti da 52 allevatori conferenti rafforzando il rapporto con partner che condividono i nostri valori di qualità, sostenibilità e benessere animale e arrivando al traguardo eccezionale di 250 forme al giorno. Attraverso i nostri caseifici abbiamo continuato a valorizzare produzioni distintive come il Parmigiano Reggiano di montagna, biologico e da sola Pezzata Rossa Italiana, preservando un patrimonio produttivo che rappresenta un elemento unico del nostro territorio.

Anche sul fronte ambientale abbiamo compiuto ulteriori passi avanti. Nel corso dell'anno tutti gli impianti fotovoltaici installati hanno operato a pieno regime, consentendo di autoprodurre oltre il 21% dell'energia elettrica consumata dal Gruppo, mentre il 99,6% dell'energia elettrica acquistata è provenuto da fonti rinnovabili certificate.

Le persone continuano a rappresentare il cuore della nostra organizzazione. Nel 2025 il Gruppo ha raggiunto 202 dipendenti, con una crescita del 7% rispetto all'anno precedente, e ha investito in modo significativo nello sviluppo delle competenze, erogando oltre 6.400 ore di formazione. Parallelamente, abbiamo consolidato il nostro impegno nei confronti dell'inclusione e delle pari opportunità, confermando la certificazione UNI/PdR 125 per la parità di genere e proseguendo il percorso di miglioramento dei processi e della cultura aziendale.

Il 2025 è stato anche un anno di preparazione a importanti traguardi strategici che si stanno concretizzando nel 2026. Tra questi, l'entrata in funzione del nuovo stabilimento di Parma, progetto sul quale abbiamo investito negli ultimi anni e che rappresenta un passo fondamentale per il rafforzamento della nostra capacità produttiva e logistica. Dotato di tecnologie avanzate e progettato con particolare attenzione all'efficienza energetica, il nuovo sito contribuirà a sostenere la crescita futura del Gruppo e a migliorare ulteriormente la competitività delle nostre attività.

A FINE FEBBRAIO ABBIAMO COMPIUTO UN IMPORTANTE PASSO NEL NOSTRO PERCORSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE ATTRAVERSO L'ACQUISIZIONE DI FOR FOOD FRANCE, STORICO DISTRIBUTORE FRANCESE DI FORMAGGI ITALIANI, OPERAZIONE CHE RAFFORZA LA NOSTRA PRESENZA IN UN MERCATO STRATEGICO E CI CONSENTE DI ESSERE ANCORA PIÙ VICINI AI CLIENTI E AI CONSUMATORI EUROPEI, CONSOLIDANDO IL RUOLO DI DALTERFOOD GROUP COME AMBASCIATORE DELL'ECCELLENZA CASEARIA ITALIANA NEL MONDO.

Un ulteriore risultato di grande rilevanza è rappresentato dall'approvazione dei nostri obiettivi di riduzione delle emissioni da parte della Science Based Targets initiative (SBTi). Questo riconoscimento conferma la solidità del percorso intrapreso negli ultimi anni e l'allineamento delle nostre strategie climatiche alle indicazioni della comunità scientifica internazionale. Per noi si tratta non di un punto di arrivo, ma di una tappa importante che rafforza il nostro impegno verso la riduzione delle emissioni legate al nostro business, coinvolgendo progressivamente tutta la filiera.

I risultati raggiunti sono il frutto dell'impegno quotidiano delle nostre persone, della fiducia dei clienti, della collaborazione con allevatori, fornitori e partner e del sostegno delle comunità in cui operiamo. A tutti loro desideriamo rivolgere il nostro più sincero ringraziamento.

Siamo consapevoli che le sfide che ci attendono richiederanno capacità di innovazione, visione e responsabilità. Per questo continueremo a investire in qualità, sostenibilità, persone e relazioni di valore, con la convinzione che la crescita dell'impresa debba procedere insieme alla tutela dell'ambiente, al benessere delle persone e allo sviluppo dei territori di cui siamo parte.

Buona lettura.

PRESIDENTE
STEFANO RICOTTI

AMMINISTRATORE DELEGATO
ALBERTO VIAPPANI

DIRETTORE GENERALE
ANTONIO GIZZI

HIGHLIGHTS 2025



01



IL PERCORSO VERSO
LA SOSTENIBILITÀ

IL PERCORSO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

1.1 NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità di DalterFood Group (di seguito anche “il Gruppo DalterFood” o “il Gruppo”) è redatto in conformità ai “GRI Sustainability Reporting Standards” pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), come indicato nella tabella **“INDICE DEI CONTENUTI GRI”**.

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni relative ai dipendenti e alle informazioni economico finanziarie corrisponde a quello del bilancio consolidato al 31 dicembre 2025 del Gruppo DalterFood. Il perimetro dei dati e delle informazioni ambientali comprende esclusivamente Dalter Alimentari S.p.A., Vip Italia GmbH (solo per gli indicatori relativi ai consumi energetici e alle emissioni) e Colline di Canossa S.r.l. con i due caseifici di Selvapiana e del Cigarellino.

Il presente documento è:

- il risultato del processo interno di raccolta dati condiviso tra molteplici funzioni aziendali;
- redatto internamente dal Group Marketing & CSR Manager, con la collaborazione del Marketing & CSR Specialist e il coordinamento delle diverse funzioni aziendali;
- supervisionato e approvato dal Direttore Generale.

QUESTO BILANCIO RAPPRESENTA LO STRUMENTO ATTO A RENDICONTARE L'IMPEGNO DEL GRUPPO NEI DIVERSI AMBITI ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL E GOVERNANCE) CON L'OBIETTIVO DI OFFRIRE UNA VISIONE TRASPARENTE DELLE STRATEGIE, DELLE ATTIVITÀ INTRAPRESE E DEI RISULTATI CONSEGUITI PER PROMUOVERE UNA CRESCITA ECONOMICA E LO SVILUPPO DEL BUSINESS IN OTTICA DI SOSTENIBILITÀ.

Tra i principali cambiamenti avvenuti nel corso del 2025 si segnala che durante l'anno sono stati eseguiti i lavori di adeguamento e manutenzione dello stabile e l'installazione delle linee produttive nel **NUOVO STABILIMENTO DI PARMA**, che entrerà in funzione ad inizio 2026. Rispetto all'anno precedente, si segnala che in data ad aprile 2025 sono state cedute le quote di partecipazione nella società spagnola Solchem.



Il Bilancio di Sostenibilità di DalterFood Group e delle sue controllate si riferisce al periodo 1° gennaio – 31 dicembre 2025 e viene pubblicato con cadenza annuale. Le informazioni relative al periodo di riferimento sono poste a raffronto con quelle dell'esercizio precedente, ove disponibili, al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo.

Eventuali riesposizioni di dati relativi al periodo precedente sono espressamente indicate nel documento. Per garantire l'attendibilità dei dati si è ricorso a stime solo dove strettamente necessario e, ove presenti, sono opportunamente segnalate nel testo.

Il presente documento è oggetto di un esame limitato ("limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente", inclusa nel presente documento.

Il presente documento è a disposizione degli stakeholder tramite la pubblicazione sul sito aziendale:

WWW.DALTERFOOD.COM.



1.2 OBIETTIVI IN LINEA CON L'AGENDA 2030

DalterFood Group è una realtà attenta ai temi di **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)** e si impegna attivamente sul fronte della sostenibilità ormai da anni. Nel 2021, il Gruppo ha effettuato una prima analisi volta ad identificare gli obiettivi concreti attraverso i quali contribuire al raggiungimento dei **SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)** dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, come definiti dalle Nazioni Unite. I 17 obiettivi e i 169 target associati hanno l'intento di guidare i Paesi e le organizzazioni di tutto il mondo nell'adozione di comportamenti volti allo sviluppo sostenibile quali, ad esempio, la riduzione delle disuguaglianze, la promozione della prosperità economica, lo sviluppo sociale e la protezione dell'ambiente.

Tale analisi, aggiornata nuovamente nel 2022, ha identificato 8 obiettivi applicabili al proprio modello aziendale, di seguito rappresentati:

L'AGENDA 2030 ONU: I GOALS SCELTI DA DALTERFOOD GROUP



Per ciascun tema materiale sono state definite specifiche azioni, aggiornate periodicamente sulla base dei risultati dell’analisi di materialità del Gruppo e approvate dai responsabili delle prime linee. I capitoli successivi illustrano le principali attività svolte dal Gruppo e i risultati raggiunti in relazione ai temi materiali individuati.

Di seguito si riportano i temi e gli SDGs che DalterFood Group si impegna a raggiungere:

TEMA MATERIALE	AZIONE	SDG
INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO DIVERSITÀ E INCLUSIONE	• Garantire la salute e la sicurezza dei lavoratori attraverso l’applicazione di norme e l’adozione di procedure controllate • Fornire un’adeguata formazione del personale, garantendone la crescita professionale • Valorizzare e potenziare i talenti dei collaboratori creando percorsi di carriera • Tutelare le diversità e garantire l’inclusione a tutti i lavoratori, evitando discriminazioni • Tutelare l’occupazione creando posti di lavoro per le comunità locali, instaurare collaborazioni con gli istituti scolastici/università	3 SALUTE E BENESSERE 4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 5 PARITÀ DI GENERE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO	• Garantire e tutelare la salute, il benessere e la libertà degli animali, coinvolgendo l’intero sistema azienda	15 VITA SULLA TERRA
CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI ECONOMIA CIRCOLARE E GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI	• Ridurre le emissioni in atmosfera • Sviluppare soluzioni di packaging che favoriscano la riciclabilità degli imballaggi, l’incremento del contenuto di materiale riciclato (almeno 15% per la plastica e almeno 80% per il cartone) e la progressiva riduzione dell'utilizzo di plastica • Prestare attenzione ai consumi, tra cui quelli energetici, limitandone l’utilizzo alla quantità indispensabile al processo produttivo • Ottimizzare i trasporti al fine di ridurre/contenere le emissioni – logistica a minor intensità emissiva • Prestare attenzione e comunicare chiaramente le informazioni sul riciclo o lo smaltimento dei packaging. Favorire processi di economia circolare attraverso l'utilizzo o la vendita di residui di lavorazione (croste, siero, panna), e aderendo a circuiti multicompany (circuitto CHEP; progetto Esobox) • Tracciare l’utilizzo delle risorse idriche, soprattutto quelle utili al processo produttivo, per ridurre il consumo	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

TEMA MATERIALE	AZIONE	SDG
GESTIONE DEI RIFIUTI	Gestione consapevole dei rifiuti, attraverso l'ottimizzazione dell'utilizzo dei materiali di packaging, la riduzione dei rifiuti prodotti e la corretta differenziazione e gestione dei flussi di smaltimento nelle diverse sedi aziendali	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
PERFORMANCE ECONOMICA	Investire in ricerca e innovazione per sviluppare prodotti e processi finalizzati alla riduzione delle emissioni, all'efficienza nell'utilizzo delle risorse, alla riciclabilità del packaging e al miglioramento della qualità dei prodotti	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
SUPPORTO ALLE COMUNITÀ LOCALI	- Favorire il mantenimento di una forte presenza nei paesi con il più alto potenziale di consumo per la categoria dei formaggi nei quali l'azienda già esporta - Supportare le comunità locali e i meno fortunati attraverso un impegno concreto e definito	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	- Selezionare con attenzione le materie prime, assicurandone la tracciabilità e la conoscenza dell'origine, attraverso attività di qualifica e monitoraggio dei fornitori e promuovendo il ricorso a fornitori dotati di certificazioni riconosciute - Creare un senso di condivisione e valorizzare il rapporto con gli allevatori locali - Instaurare con i fornitori un rapporto di fiducia in termini di mantenimento della relazione, e garantire il rispetto da parte dei fornitori stessi di standard qualitativi e etici, previsti dal Supplier Code del Gruppo - Valorizzare il radicamento territoriale creando valore economico	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



1.3 L'ANALISI DI MATERIALITÀ E GLI STAKEHOLDER

Il Bilancio di Sostenibilità di DalterFood Group si basa sull'identificazione dei temi materiali, ovvero i temi più rilevanti a livello economico, ambientale e sociale – inclusi quelli sui diritti umani – e che possono influire sulle decisioni e sulle valutazioni degli stakeholder del Gruppo. Sulla base di quanto definito dal GRI Standard, e in particolare dallo **STANDARD GRI 3 – MATERIAL TOPICS**, per questo quarto anno di rendicontazione il Gruppo ha aggiornato la propria analisi di materialità seguendo un approccio suddiviso in **TRE FASI**, come di seguito descritto.

ANALISI DEL CONTESTO

Il processo di aggiornamento ha avuto inizio con un'analisi di benchmark che ha preso in considerazione i principali peer e competitor, il contesto di riferimento e i più importanti framework internazionali (tra cui il Sustainability Accounting Standard Board, lo S&P Global Yearbook, ecc.) con l'obiettivo di **INTERCETTARE POSSIBILI TREND EMERGENTI** nel settore alimentare e identificare nuovi aspetti materiali.

IDENTIFICAZIONE E VALIDAZIONE DEGLI IMPATTI

Mediante l'analisi svolta è stato possibile aggiornare il set di impatti – suddivisi in negativi o positivi, attuali o potenziali – aventi effetti sull'economia, sull'ambiente e/o sulle persone (inclusi i diritti umani) e potenzialmente rilevanti per il Gruppo. Successivamente, sono state condotte delle interviste con le principali funzioni aziendali al fine di valutarne la significatività e confermare la mappatura degli stakeholder identificata negli esercizi precedenti. Ogni referente coinvolto ha quindi valutato gli impatti di propria competenza assegnando un punteggio in una scala da 1 (poco rilevante) a 5 (molto rilevante) ai seguenti parametri:

- **LA GRAVITÀ (O BENEFICIO) DELL'IMPATTO;**
- **LA PROBABILITÀ CHE QUESTO SI VERIFICHI.**

VALIDAZIONE DEI RISULTATI

Mediante la definizione di una soglia di materialità gli impatti sono stati prioritizzati e raggruppati nelle tematiche materiali che guidano il presente Bilancio.

Seguono, in ordine prioritario, le tematiche emerse come materiali¹:

- **CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI**
- **ECONOMIA CIRCOLARE E GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI**
- **QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO**
- **PERFORMANCE ECONOMICA**
- **GESTIONE DEI RIFIUTI**
- **INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI**
- **SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO**
- **DIVERSITÀ E INCLUSIONE**
- **GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA**
- **SUPPORTO ALLE COMUNITÀ LOCALI**
- **ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS**
- **BENESSERE ANIMALE**
- **SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI**

¹ Si rimanda alla tabella "Tabella di correlazione tra impatti, temi materiali e GRI Standards" alla sezione "Appendice" del presente documento per i dettagli riguardo la descrizione dei temi materiali di DalterFood Group e i relativi impatti associati.

Rispetto al precedente periodo di rendicontazione, nel 2025 la tematica “Benessere animale”, già trattata nel documento, è stata riclassificata come materiale. Inoltre, la tematica “Salute e sicurezza dei consumatori”, in passato ricompresa all’interno di “Qualità e sicurezza del prodotto”, è stata scorporata e valutata a sua volta come materiale.

In continuità con lo scorso anno, la tematica “Gestione della materia prima latte”, pur non figurando tra le tematiche materiali, è considerata un elemento imprescindibile per le attività aziendali e viene pertanto affrontata in modo dedicato all’interno del documento.

Si riporta infine di seguito la mappatura degli stakeholder di DalterFood Group e le rispettive principali modalità di coinvolgimento:

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
DIPENDENTI 	• Informative esposte sulle bacheche aziendali • Social Media • Video informativi • E-mail e comunicazioni interne • Sezione comunicazioni del software aziendale • Incontri trimestrali diretti in presenza con la direzione • Indagine sul clima aziendale
CLIENTI 	• Contatti telefonici diretti • Incontri in presenza e virtuali • Social media • Mail • Fiere ed eventi • Customer satisfaction survey
FORNITORI 	• Incontri in presenza • Social Media • Mail/contatti telefonici

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
AZIONISTI E INVESTITORI 	• Riunioni del Consiglio di Amministrazione • Incontri periodici
COMUNITÀ LOCALI E TERRITORIO 	• Partecipazione ad associazioni territoriali • Partecipazione in reti di relazioni di filiera • Identificazione di progetti a sostegno della comunità locale
ISTITUZIONI E PUBBLICA AMMINISTRAZIONE 	• Dialogo continuo sugli sviluppi normativi • Incontri periodici
CONFERENTI LATTE 	• Incontri in presenza • Mailing/ Contatti telefonici



02

L'IDENTITÀ DEL
GRUPPO DALTERFOOD

L'IDENTITA' DEL GRUPPO DALTERFOOD

"LA STORIA DI DALTERFOOD GROUP È LA STORIA DEL FORMAGGIO GRATTUGIATO FRESCO E DI UN LUNGO PERCORSO DI INNOVAZIONE PER FAR CONOSCERE AL MONDO LA TRADIZIONE CASEARIA ITALIANA"

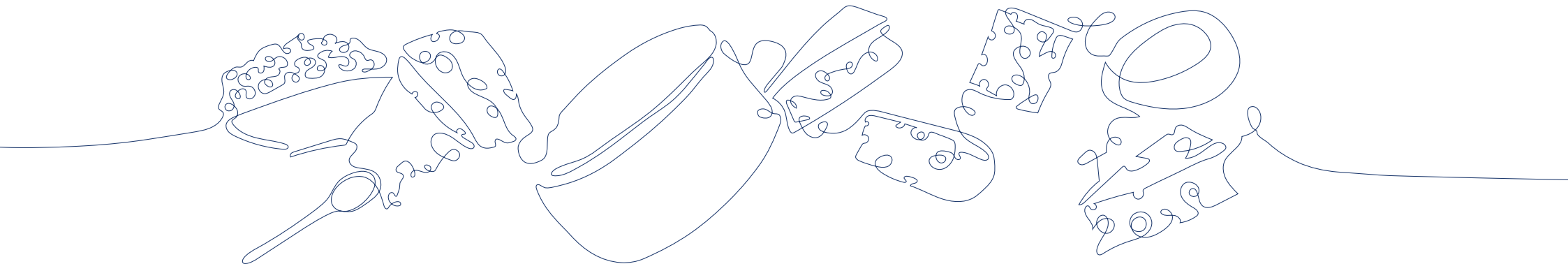
2.1 OLTRE 45 ANNI DI ESPERIENZA

Nel 1978 un gruppo di imprenditori emiliani decide di unire le esperienze maturate per dedicarsi a un settore al tempo inesplorato, il formaggio grattugiato. E' grazie a questo incontro che nasce **DALTER ALIMENTARI S.P.A.**

La passione e gli sforzi dedicati hanno permesso di creare una vasta gamma di prodotti e formati: dalle prime soluzioni di vaschette monodose di formaggio grattugiato si è arrivati alla più ampia varietà di tagli, che rappresentano oggi il punto di forza di DalterFood.

Con più di 45 anni di esperienza nella produzione e nel confezionamento del Parmigiano Reggiano, il gruppo DalterFood è oggi uno dei principali player nel settore della produzione, del taglio e del confezionamento di formaggi duri e nella distribuzione internazionale di prodotti alimentari tipici della tradizione gastronomica italiana.





2.2 I PRINCIPI CHE GUIDANO IL GRUPPO

L'obiettivo di DalterFood Group è portare nelle tavole del mondo i migliori formaggi stagionati italiani DOP, tra cui il Parmigiano Reggiano, ed altre eccellenze grazie alla passione dedicata nelle lavorazioni e al rispetto della tradizione alimentare italiana.

LA NOSTRA MISSION

Mettere ogni giorno a disposizione del cliente la nostra capacità di **ASCOLTO** e la nostra **ESPERIENZA** nel settore lattiero caseario italiano, per proporre **SOLUZIONI PERSONALIZZATE** che raccontino con passione la storia dei nostri prodotti.

OGNI GIORNO DALTERFOOD GROUP SI IMPEGNA A TRASMETTERE I PROPRI VALORI, QUALI:



INNOVARE INSIEME

Dall'ascolto dei fornitori, dei clienti e delle nostre persone, nascono idee, processi e prodotti sempre migliori.



NUTRIRE ITALIANO

Rispettiamo e valorizziamo la cultura e i sapori della tradizione italiana e la esportiamo nel mondo.



CREARE VALORE INSIEME

Crediamo che la crescita nasca dalla qualità delle relazioni. Per questo lavoriamo ogni giorno insieme ad allevatori, fornitori, clienti e collaboratori per generare valore condiviso lungo tutta la filiera.



GENERARE FIDUCIA

Lavoriamo con trasparenza e competenza per garantire ai nostri clienti altissimi standard di qualità.

2.3 GOVERNANCE E ASSETTO SOCIETARIO

Le società facenti parte del nome commerciale DalterFood Group, a livello societario, sono di proprietà di un gruppo di imprenditori emiliani che nel tempo hanno saputo garantire la crescita **MANTENENDO INTATTI I VALORI** e le peculiarità di ciascuna società.

Tutte le società sono caratterizzate da un modello tradizionale di **CORPORATE GOVERNANCE**, rispondente al paese in cui la società ha sede. Il Consiglio di Amministrazione delle società è incaricato della corretta gestione ed amministrazione del business, il Collegio Sindacale ha la funzione di vigilanza (presente solo nelle società italiane) mentre la revisione legale dei conti e il controllo contabile sono affidati a società di revisione nominate dall'assemblea ordinaria.



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Gestisce i poteri dell'impresa salvo i casi in cui la legge richieda una specifica autorizzazione.



COLLEGIO SINDACALE

Ha il compito di vigilare sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e, in particolare, sull'adeguatezza del sistema di controllo interno.



ORGANISMO DI VIGILANZA

Ha autonomi poteri di iniziativa e controllo ed è deputato a vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del modello di organizzazione, gestione e controllo di DalterFood Group di cui al D. Lgs.231/2001, nonché di curarne l'aggiornamento.

La capogruppo è Dalter Alimentari S.p.A, società privata con sede in via val d'Enza 134 a Sant'Ilario d'Enza (RE) in Italia, che opera attraverso gli stabilimenti produttivi diretti e commercializza sia in Italia che all'estero, ed esercita il ruolo di **DIREZIONE** e **COORDINAMENTO** delle politiche commerciali, gestionali e finanziarie delle Società controllate.

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) di Dalter Alimentari S.p.A è composto dal Presidente, dall'Amministratore Delegato e dal Consigliere, a rappresentanza della proprietà, e si riunisce su base mensile con l'obiettivo di **MONITORARE** l'andamento economico finanziario del Gruppo e **DISCUTERE** dei principali aspetti di business.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31.12.2025	CARICA	DATA ATTO DI NOMINA
RICOTTI STEFANO	Presidente	27/06/2024
VIAPPIANI ALBERTO	Amministratore Delegato	27/06/2024
RICOTTI MARTINO	Consigliere	27/06/2024

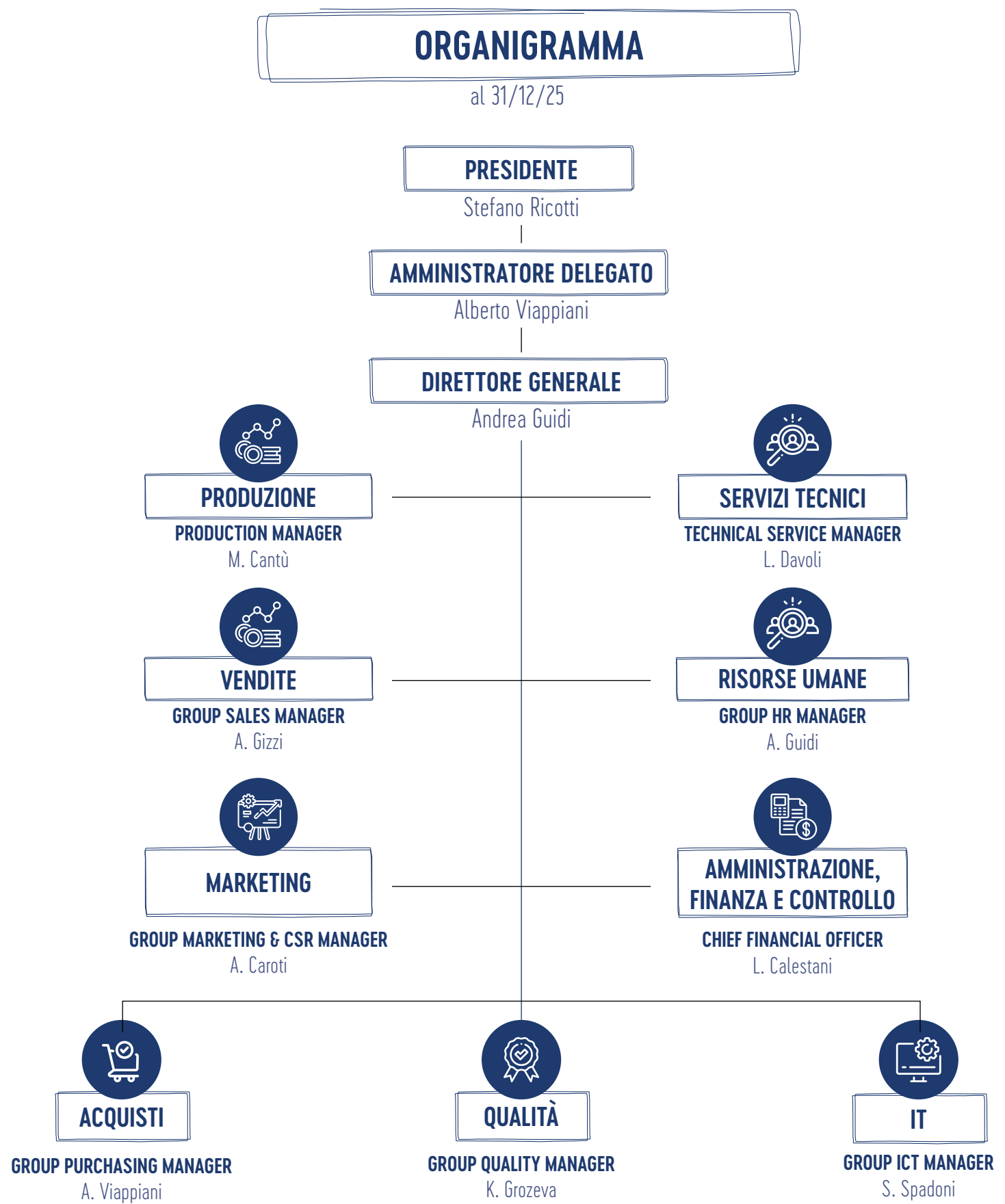
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL 31.12.2025	CARICA	DATA ATTO DI NOMINA
BERTANI ALBERTO	Sindaco	05/07/2023
RAVACCHIA FRANCESCO	Sindaco	05/07/2023
SASSI ANDREA	Sindaco	05/07/2023
RINALDINI ROBERTO	Sindaco supplente	05/07/2023
FONTANA FILIPPO	Sindaco supplente	05/07/2023

Il CdA è composto da soli azionisti, che hanno nominato un Direttore Generale a cui compete la gestione strategica ed ordinaria del business del Gruppo. Il Direttore Generale è una figura indipendente e non ricopre la posizione di Presidente né di Amministratore Delegato. Il Direttore Generale partecipa al CdA insieme al Chief Financial Officer, al Controller e al Direttore Vendite. Il Direttore Generale, l'Amministratore Delegato e il Presidente non sono impegnati in altri CdA esterni al Gruppo. Tutti i componenti del CdA e del Collegio Sindacale sono uomini di nazionalità italiana e con età maggiore di 50. A novembre 2023 è stata inoltre nominata una Procuratrice Speciale per svolgere le funzioni di delegato funzionale in materia di sicurezza alimentare. All'organigramma si aggiunge inoltre un gruppo di responsabili di funzione composto da 9 persone, di cui 2 donne e 7 uomini.

La gestione strategica e ordinaria degli impatti dell'organizzazione sull'economia, l'ambiente e le persone è affidata al Direttore Generale (inclusa l'approvazione dei temi materiali per la redazione del Bilancio di Sostenibilità), supportato dai diversi responsabili di funzione. Annualmente, in occasione del processo di aggiornamento dell'analisi di materialità, il Direttore Generale viene informato su eventuali sviluppi del contesto normativo e/o aggiornamenti sugli standard di rendicontazione utilizzati. Considerate le dimensioni del Gruppo e la struttura familiare dello stesso, non sono presenti ad oggi processi per la valutazione delle performance del Direttore Generale relative ai temi economici, ambientali e sociali.

Le politiche retributive della Direzione Generale sono di competenza del Consiglio di Amministrazione, mentre quelle dei dipendenti sono gestite dal Direttore Generale, che ricopre anche la funzione di Responsabile delle Risorse Umane. La retribuzione dei dipendenti è determinata sulla base delle competenze, delle responsabilità assegnate e dell'anzianità lavorativa. La retribuzione della Direzione Generale è stabilita dal Consiglio di Amministrazione.

A livello di Gruppo, il rapporto tra la retribuzione totale annua dell'individuo più pagato e la retribuzione mediana dei dipendenti (esclusa la persona più pagata) del 2025 è pari a 9.21.



Si segnala che il 1/5/26 a seguito della decisione di Andrea Guidi di proseguire la carriera professionale al di fuori di DalterFood Group, Antonio Gizzi ha assunto la carica di Direttore Generale. Inoltre, dal 1/6/26 Marco Sacchelli ha assunto la posizione di Production Manager in sostituzione di Marco Cantù che ha lasciato il Gruppo.

2.4 UN BUSINESS FONDATO SULL'INTEGRITÀ

DalterFood Group pone al centro del proprio modo di fare impresa il **RISPETTO** dei principi etici e la massima **TRASPARENZA** nelle attività quotidiane, considerandoli elementi fondamentali e non negoziabili.

Il **CODICE ETICO** del Gruppo, aggiornato nel 2023, rappresenta un punto di riferimento chiaro e concreto per orientare comportamenti e decisioni in linea con una visione aziendale improntata all'integrità e alla responsabilità. Il documento definisce gli standard etici che DalterFood Group si impegna a rispettare nelle operazioni quotidiane di business e il cui rispetto richiede anche a chi collabora con le sue Società, in qualsiasi forma e ruolo. Esso esprime gli impegni e le responsabilità etiche nella conduzione del business al fine di costruire un ambiente sano, caratterizzato da un forte senso di integrità etica.

Il Codice Etico è vincolante per tutti coloro che operano a stretto contatto con DalterFood Group, e si fonda su **PRINCIPI** essenziali, tra cui:



**QUALITÀ DEI PRODOTTI
E SALUTE DEL CONSUMATORE**



**RISPETTO DELLE PERSONE E
TUTELA DELLA DIVERSITÀ**



**TUTELA DELLA SALUTE E
SICUREZZA SUL LAVORO**



**TRASPARENZA ONESTÀ E
FIDUCIA**



SODDISFAZIONE DEI CLIENTI



**SOSTENIBILITÀ SOCIALI E
RAPPORTO CON I TERRITORI**



**TUTELA DELL'AMBIENTE E DEL
BENESSERE ANIMALE**



Ogni dipendente o collaboratore, al momento dell'assunzione, riceve una copia del documento che è tenuto a sottoscrivere. Nel corso del periodo di rendicontazione, non si sono registrati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti.

CRITERI DI CONDOTTA GENERALI

- ✓ ONESTÀ, LEGALITÀ E IMPARZIALITÀ
- ✓ PREVENZIONE E RISOLUZIONE DEI CONFLITTI DI INTERESSE
- ✓ ADEGUATEZZA DI ELARGIZIONI O ACCETTAZIONE DI DONI O ALTRE UTILITÀ
- ✓ TRASPARENZA, TRACCIABILITÀ DELLE OPERAZIONI, COMUNICAZIONE E GESTIONE DELLE INFORMAZIONI
- ✓ RISERVATEZZA
- ✓ TUTELA DELLA PROPRIETÀ INDUSTRIALE
- ✓ TUTELA DELLA PRIVACY E CYBER SECURITY



CONTROLLO INTERNO E ORGANISMO DI VIGILANZA

L'Organismo di Vigilanza ha il compito di monitorare l'efficace applicazione e il rispetto del Codice Etico e del Modello Organizzativo previsto dal D.Lgs. 231/2001².

Tra le sue responsabilità rientra anche la gestione e l'analisi di eventuali segnalazioni provenienti dai dipendenti o dagli stakeholder esterni riguardanti comportamenti non conformi ai principi etici aziendali. A tale proposito, è presente un sistema digitale di whistleblowing anonimo che garantisce la possibilità di sollevare preoccupazioni senza timori di ritorsioni o sanzioni. In questi casi l'Organismo conduce le dovute verifiche garantendo assoluta riservatezza e tutela dell'identità del segnalante. Dal momento della sua istituzione, l'OdV non ha mai ricevuto segnalazioni pertinenti al suo ambito di azione.

ANTICORRUZIONE E TUTELA DELLA PRIVACY

Uno dei pilastri fondamentali su cui si basa la reputazione del Gruppo è l'impegno a condurre le proprie attività in modo onesto, conforme alla legge e con assoluta imparzialità. In quest'ottica, DalterFood Group ha adottato una Policy Anticorruzione estesa a tutte le società del Gruppo coerente con i principi contenuti nel Codice Etico e con i principi di condotta su cui si fonda.

A tutela della privacy e dei diritti dei propri collaboratori, DalterFood Group applica rigorosi standard per il trattamento e la conservazione dei dati personali, garantendo pratiche allineate alle normative vigenti. Tali misure prevedono il divieto, fatte salve le ipotesi previste dalla legge, di comunicare/diffondere i dati personali senza previo consenso dell'interessato e stabiliscono le regole per il controllo, da parte di ciascun collaboratore, delle norme a protezione della privacy e del trattamento dei dati ai sensi del D.Lgs. 196/03 e dell'analoga legislazione vigente nel Regno Unito e in Germania.

Inoltre, il Gruppo si impegna a garantire che tutte le informazioni e i dati acquisiti nell'ambito delle attività aziendali siano utilizzati esclusivamente secondo quanto previsto dalle procedure interne e nel pieno rispetto delle leggi nazionali applicabili in ciascun contesto operativo.

Nel corso dell'anno di rendicontazione DalterFood Group non ha rilevato episodi di corruzione, né azioni legali relative al comportamento anti-competitivo e violazioni di leggi anti-trust e contro il monopolio.

TRASPARENZA E LEGALITÀ

DalterFood Group fonda il proprio operato sui principi di chiarezza, correttezza e trasparenza assicurando che ogni attività, trattativa o decisione sia condotta con il massimo rigore etico e gestionale. L'obiettivo è garantire comportamenti equi e imparziali, evitando qualsiasi forma di favoritismo nei confronti di individui o gruppi di interesse. Tutti i collaboratori sono tenuti a fornire informazioni complete, trasparenti, comprensibili ed accurate. Particolare attenzione viene posta nella redazione dei contratti, affinché ogni clausola, obbligo o condotta attesa sia espressa in modo chiaro e trasparente, per tutelare le parti coinvolte e prevenire ambiguità interpretative.

² Il Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231/2001 è valido per le società con sede in Italia, l'Organismo di Vigilanza è il medesimo per tutte le società del Gruppo.





03

IL VALORE
ECONOMICO
GENERATO E CONDIVISO

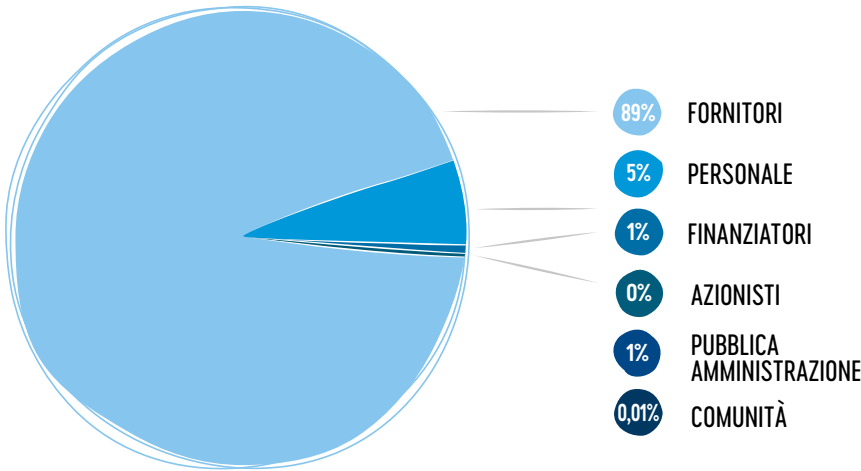
IL VALORE ECONOMICO GENERATO E CONDIVISO

“RISPETTIAMO E VALORIZZIAMO LA CULTURA ALIMENTARE ITALIANA E LA ESPORTIAMO NEL MONDO”

DalterFood Group è consapevole delle responsabilità di natura economica legate alla propria attività: dalla performance economica dipende il valore distribuito³ ai vari portatori di interesse. Nonostante le turbolenze economiche e geopolitiche che hanno influenzato l’andamento dei prezzi di alcune delle principali materie prime presenti sul mercato, nel 2025 il Gruppo ha dimostrato una decisa propensione alla crescita generando 217.655 migliaia di euro. I proventi derivano esclusivamente dall’attività aziendale: la vendita di prodotti genera il valore economico dell’impresa che, in un’ottica di coinvolgimento e condivisione dei risultati conseguiti, viene in massima parte distribuito tra gli stakeholder che hanno intrattenuto con il Gruppo rapporti economicamente rilevanti, che vi hanno apportato valore (come quello derivante dal lavoro) e che hanno contribuito a generare a vario titolo il benessere dell’impresa. Il valore economico che resta dopo la distribuzione è trattenuto dal “sistema aziendale”, che accantona le risorse necessarie allo sviluppo dell’organizzazione. Il valore economico distribuito agli stakeholder di DalterFood Group nel 2025 è di circa 210 milioni, in crescita (+21.4%) rispetto al 2024 (174 milioni di euro). Di questo, l’89% è distribuito ai fornitori del Gruppo, seguiti dal personale (5%) e dagli istituti finanziari (1%) e infine dalla Pubblica Amministrazione (1%).

	31.12.2024 EURO MIGLIAIA	%	31.12.2025 EURO MIGLIAIA	%
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO	174.594	100%	217.655	100%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO ⁴	173.271	99%	210.820	97%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	1.322	1%	6.835	3%

VALORE ECONOMICO
DISTRIBUITO NEL 2025



³ Il valore economico distribuito è composto da: costi operativi, retribuzioni e benefit, pagamenti ai fornitori di capitale e pagamenti alla Pubblica Amministrazione. Tutti i dati relativi al prospetto di valore economico generato e distribuito sono stati reperiti dal Conto Economico d’esercizio e rielaborati sulla base delle indicazioni dei GRI Standards.
⁴ al momento della redazione del presente documento non è ancora stata deliberata alcuna distribuzione di dividendi ai soci

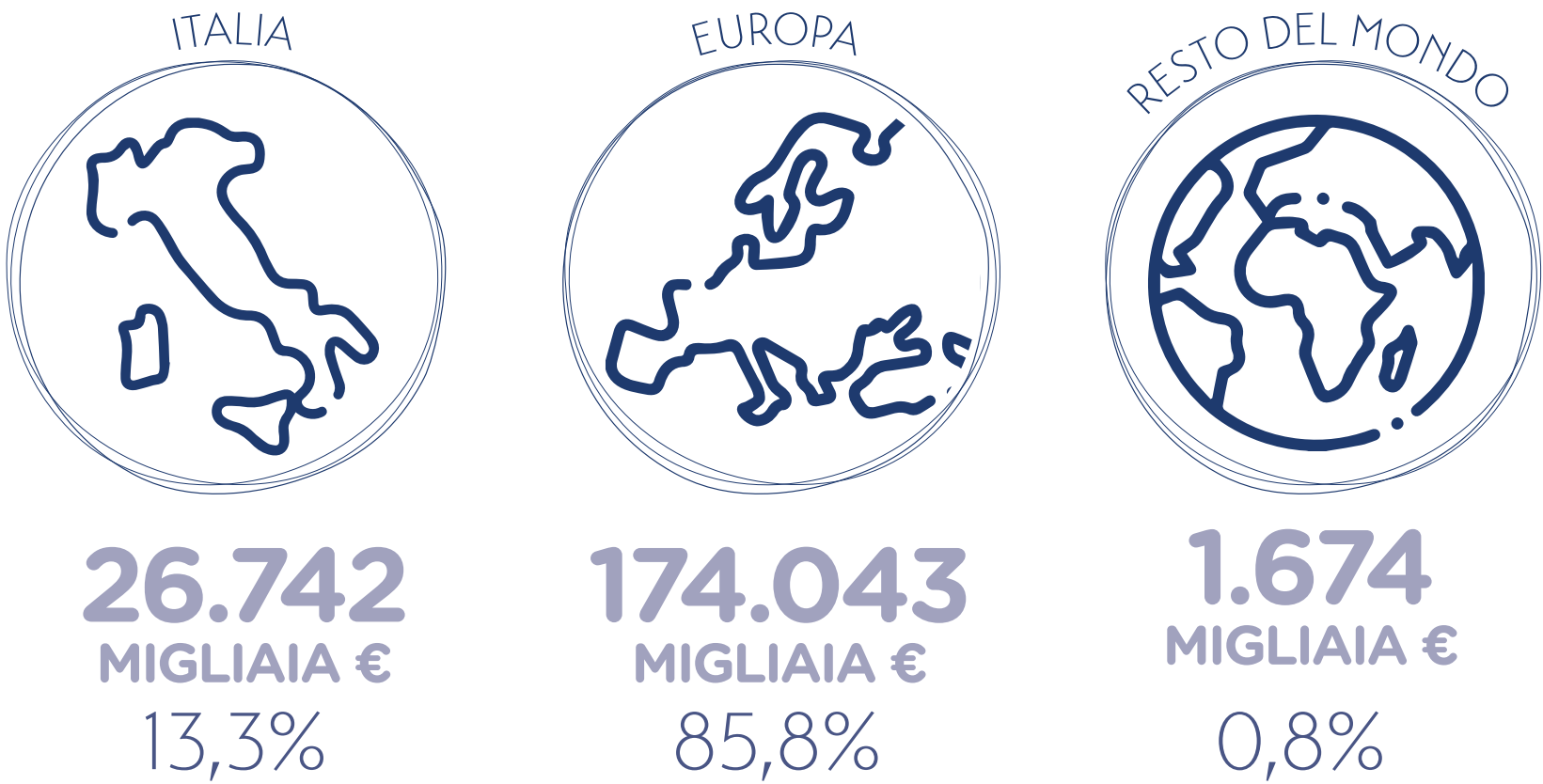
3.1 COME OPERIAMO

Dalla produzione alla distribuzione, DalterFood Group opera in diversi mercati producendo e distribuendo le migliori specialità casearie italiane in Europa e nel mondo. La prosperità e il riconoscimento del Gruppo sono state il risultato di un mix bilanciato tra:

- l’attenzione per la qualità (sia di prodotto, nella selezione delle migliori materie prime, che di processo, che di servizio),
- la propensione all’innovazione: grazie all’intuito di DalterFood Group arriva sul mercato italiano il formaggio grattugiato confezionato, un prodotto che, insieme a molti altri presentati nel corso degli anni, ha modificato le abitudini di consumo del formaggio.

Forte di questa vocazione all’innovazione e alla qualità, DalterFood Group si è lanciata in sfide sempre più impegnative. In particolare, dopo aver consolidato il proprio primato nel settore food service e della ristorazione commerciale e collettiva, ha avviato una politica di internazionalizzazione, prima focalizzandosi sui mercati europei più esigenti e poi allargando il raggio d’azione alle aree extra-UE. Oggi il Gruppo serve 29 Paesi in tutto il mondo e all’estero realizza circa l’86,6% del fatturato, grazie alle due filiali e alla sua rete commerciale.

RIPARTIZIONE FATTURATO PER AREA GEOGRAFICA (Anno 2025)



3.2 MERCATI SERVITI E PRODOTTI OFFERTI

Come anticipato nei paragrafi precedenti, DalterFood Group è specializzato nella produzione e nel confezionamento di un'ampia gamma di formaggi e di altri prodotti caseari tipicamente italiani, incontrando le diverse necessità delle industrie alimentari servite, degli operatori del food service e del canale retail.

IL MODELLO DI BUSINESS DI DALTERFOOD GROUP



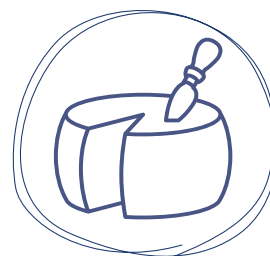
Nello specifico, tra i principali prodotti offerti troviamo:

- **FORMAGGI DURI ITALIANI D.O.P.** (Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Pecorino Romano);
- **FORMAGGI DURI ITALIANI NON D.O.P.**;
- **FORMAGGI A PASTA FILATA** (burrata, burrata di bufala);
- **FORMAGGI FRESCHI** (mozzarella, mozzarella di bufala, gorgonzola);
- **FORMAGGI IQF** (Individually Quick Frozen⁵);
- **FORMAGGI ADATTI AI VEGETARIANI, PRODOTTI CON CAGLIO MICROBICO** (Spinoro, Doronico e Pastamore);
- **ALTERNATIVE VEGETALI AI FORMAGGI**;
- **ALTRE SPECIALITÀ ITALIANE** (salumi, antipasti di verdura).

L'unicità del Gruppo è data proprio dall'ampiezza della gamma dei prodotti offerti: al Parmigiano Reggiano, elemento di punta di DalterFood Group, sono stati affiancati dapprima formaggi italiani di grande tradizione, come il Grana Padano e il Pecorino Romano, e poi una selezione di formaggi italiani ed esteri, come Spinoro, Mozzarella, Burrata, Emmenthal, Edamer e Pastamore. Ma non solo: negli anni sono stati introdotti una grande varietà di tagli – ad esempio, cubetti, foglie, pepite, scaglie, stick e filetti – e di confezioni, sempre con l'obiettivo di soddisfare i palati e le esigenze del maggior numero di clienti possibile.

Oltre a creare un nuovo modello di filiera, etico ed equilibrato, in cui l'eccellenza è il valore da premiare, il Gruppo si è impegnato a migliorare il tessuto produttivo locale incentivando piccole realtà, come i caseifici di montagna. Nei **DUE CASEIFICI** si producono oggi **250 FORME** al giorno e si lavorano oltre 1.000 quintali di latte proveniente da stalle limitrofe, ubicate sia in pianura che in zone di montagna. Dal 1/01/2025 **COLLINE DI CANOSSA** ha iniziato una collaborazione con **LATTERIA SOCIALE LA RINASCENTE S.BARTOLOMEO SOCIETÀ' COOPERATIVA AGRICOLA** relativa al conferimento di 35.000 q.li circa di latte annui per la produzione, in conto lavorazione, di ulteriori circa 20 forme al giorno. Questo consente di produrre Parmigiano Reggiano convenzionale, Parmigiano Reggiano Biologico e Parmigiano Reggiano Certificato Prodotto di Montagna.

Per quel che concerne l'etichettatura e le informazioni in tutti i prodotti offerti da DalterFood Group, viene indicata l'origine, il contenuto, l'utilizzo sicuro e lo smaltimento delle confezioni.



250
FORME DI PARMIGIANO
AL GIORNO



1.000
QUINTALI DI
LATTE CONFERITI

⁵ Indica il processo attraverso il quale i prodotti sono surgelati individualmente e non in un blocco unico. Attraverso questo processo i singoli ingredienti di un prodotto alimentare vendono surgelati separati l'uno dall'altro in modo tale da permettere al consumatore l'utilizzo del quantitativo di prodotto desiderato ed evitare gli sprechi.



04

UNA FILIERA
INTEGRATA

LA GESTIONE DELLA NOSTRA FILIERA

“CREDIAMO NELLA CURA DELLE RELAZIONI E CONDIVIDIAMO OBIETTIVI DI SOSTENIBILITÀ CON I COMPONENTI DELLA NOSTRA FILIERA.”

DalterFood Group ha lavorato negli anni per sviluppare un modello di filiera fondato su relazioni di lungo periodo, tracciabilità, controlli lungo la catena di fornitura e valorizzazione delle competenze di ogni attore coinvolto, con l'obiettivo di garantire elevati standard qualitativi lungo tutto il processo produttivo.

Primo tra tutti sotto questo aspetto è il **PARMIGIANO REGGIANO**, un formaggio **D.O.P.** (Denominazione d'Origine Protetta) ad altissimo livello qualitativo, unico sul mercato italiano e internazionale, la cui produzione, dalla mungitura del latte fino alla stagionatura e al confezionamento, è disciplinato dal Consorzio di Tutela del Parmigiano Reggiano. Le montagne di Reggio Emilia sono il cuore pulsante della produzione del Gruppo, luoghi imprescindibili dalla produzione del Parmigiano Reggiano in cui l'esperienza dei casari e i metodi di produzione tramandati nel tempo rendono questo formaggio unico.

Il latte viene acquistato da 52 conferenti che soddisfano i migliori requisiti in termini di qualità e di benessere animale. Essi sono considerati **NON SOLO FORNITORI, BENSÌ VERI E PROPRI PARTNER STRATEGICI**. Il panorama delle aziende agricole che collaborano con il Gruppo è variegato sia in termini di dimensione, da piccole aziende familiari di 40 capi fino a grandi realtà da 200, sia di ubicazione, pur mantenendo una distanza massima di 85 km. Questo consente ai caseifici di Selvapiana e Canossa e del Cigarellino e Canossa di lavorare ogni giorno oltre 1.000 quintali di latte di pianura e di montagna, per produrre 250 forme di Parmigiano Reggiano convenzionale, di montagna, biologico e sola Pezzata Rossa.



LA PRODUZIONE DEL PARMIGIANO REGGIANO

La produzione ha inizio con l'arrivo del latte della mungitura serale al caseificio, dove viene lasciato a riposare fino al mattino in apposite vasche d'acciaio a temperatura controllata: durante la notte avviene il processo di affioramento della panna, che sarà poi destinata alla produzione di burro, mentre il latte scremato viene miscelato insieme al latte intero della mungitura del mattino. Si aggiungono quindi il caglio e il siero innesto, coltura di fermenti derivante dal siero della lavorazione del giorno precedente, processo con il quale inizia la coagulazione, che ha una durata di circa 10 minuti.

IL LATTE COAGULATO (CAGLIATA) VIENE FRAMMENTATO IN TANTI PICCOLI GRANULI DAL CASARO UTILIZZANDO LO SPINO, UN ATTREZZO MOLTO ANTICO. QUESTA PROCEDURA È MOLTO IMPORTANTE: È IL CASARO, IN BASE ALLA SUA ESPERIENZA E SENSIBILITÀ, A DECIDERE LA DIMENSIONE DEL GRANULO E QUINDI A DETERMINARE LA QUALITÀ DEL PRODOTTO FUTURO.

Una volta completato questo passaggio, si avvia l'operazione di cottura a circa 55 gradi. Terminata la cottura e lasciata a riposo per 50-60 minuti, la massa viene sollevata ed estratta dalla caldaia per dare vita a due forme gemelle di Parmigiano Reggiano. Ogni caldaia contiene 1.100 l di latte e per produrre una forma di Parmigiano Reggiano servono circa 550 l di latte. Una forma pesa in media dai 38 ai 40 kg; pertanto, sono necessari 14 l di latte per produrre 1 kg di Parmigiano.

Una volta estratte dalle caldaie le forme vengono poste in asciugatura per 2/3 giorni per poi essere posta in salamoia per 15/17 giorni.

Il successivo processo di stagionatura consente di trasformare una cagliata in Parmigiano Reggiano: terminata la fase di salatura, le forme vengono trasportate in magazzino e fatte riposare su assi di legno, dove rimangono per tutto il periodo della stagionatura. La parte esterna si asciuga e forma una crosta che, non essendo trattata, è edibile. Il periodo di stagionatura varia da un minimo di 12 mesi fino a 40-48 mesi.

È durante questo periodo che il Parmigiano Reggiano assume la sua fragranza, i suoi aromi, i suoi profumi. Al termine del 12° mese (periodo minimo di stagionatura), gli esperti del Consorzio di tutela del Parmigiano Reggiano provvedono a esaminare le forme e a selezionarle una ad una, la cosiddetta “espertizzazione tramite battitura a martello”, per confermare che la forma rispetta tutti i requisiti della denominazione d'origine protetta e possa quindi fregiarsi, tramite apposizione del tipico marchio a fuoco, della denominazione “Parmigiano Reggiano”.

Durante la fase iniziale della stagionatura, le forme vengono spazzolate, rigirate e controllate ogni giorno, per assicurarsi che la stagionatura avvenga in modo uniforme e perfetto.

TAGLIO E CONFEZIONAMENTO

Le forme di Parmigiano Reggiano, Pecorino Romano e di tutti gli altri formaggi a pasta dura, dopo la stagionatura, vengono trasportate allo stabilimento di Sant'Ilario d'Enza per la fase di porzionatura e confezionamento. Qui le forme destinate al taglio e confezionamento vengono prima di tutto lavate, asciugate e porzionate per poi, nella seconda fase di lavorazione, diventare tranci, petali, scaglie, filetti, pepite o formaggio grattugiato, confezionato in packaging di dimensione variabile per rispondere al meglio alle richieste dei diversi clienti (dai 5 gr ai 5 kg per i sacchi, mentre invece si arriva ai 20 kg per i tranci sottovuoto). A Sant'Ilario vengono inoltre prodotte le varie referenze di mix, miscele di formaggi per l'industria

e la ristorazione, appositamente studiate e bilanciate per soddisfare tutte le esigenze di preparazione, che si tratti di insaporire un ripieno, di ottenere una gratinatura dorata o arricchire di gusto una pizza surgelata.

Con oltre 20 linee di produzione, DalterFood Group investe nello sviluppo di soluzioni tecnologiche per offrire confezioni sempre più pratiche, versatili e in grado di garantire la massima freschezza e sicurezza dei propri formaggi.



4.1 IL RAPPORTO CON I FORNITORI

DalterFood Group acquista da fornitori esterni, oltre a formaggi di altra tipologia, anche alcune forme di Parmigiano Reggiano laddove la produzione interna alla filiera non sia sufficiente a coprire le necessità del mercato. Per garantire l'alta qualità che caratterizza i prodotti del Gruppo anche lungo la catena del valore, DalterFood presta grande attenzione all'approvvigionamento di tutte le materie prime, attraverso la definizione di rigorosi protocolli e procedure. L'attenzione alla supply chain profusa dal Gruppo deriva dalla necessità di coordinare le tante attività industriali che sono convogliate verso categorie di prodotto specifiche, con l'obiettivo di raggiungere i livelli di efficienza indispensabili per poter continuare a competere su tutti i mercati.

DalterFood Group si sta impegnando sempre di più a collaborare con partner sensibili ai temi della sostenibilità. Nel 2023, il Gruppo ha rivisto il suo Codice Etico, condiviso con tutti gli stakeholder, primi tra tutti i dipendenti, e si è dotato di un Supplier Code of Conduct, la cui sottoscrizione è un requisito preliminare in ogni contratto di fornitura con le aziende del Gruppo. Con l'accettazione di questo documento, i fornitori di tutte le società del Gruppo si impegnano affinché le proprie attività rispettino le disposizioni contenute nel Codice in tema di diritti umani, sostenibilità ambientale, protezione dei dati e della privacy. In quest'ottica, nel 2024 è stato messo a punto un questionario sulla responsabilità sociale d'impresa dei fornitori, un format che viene inviato ai fornitori di materia prima e packaging per la raccolta di dati utili sia al calcolo delle emissioni di Scopo 3 del Gruppo (come descritto nel capitolo 6. L'impegno per l'ambiente), sia alla valutazione complessiva delle performance in ambito ambientale, sociale e di governance dei propri fornitori. Il questionario, infatti, indaga sia aspetti relativi ai consumi di risorse naturali (es. consumi energetici, idrici, generazione e smaltimento dei rifiuti), sia aspetti legati alla presenza di politiche e certificazioni sociali (es. relative alla parità di genere). Nel 2025 sono stati rendicontati 67 nuovi fornitori, di cui tutti e 67 valutati secondo criteri sociali e 36 secondo criteri ambientali.

4.1.1 I CONFERENTI LATTE, PARTNER STRATEGICI PER IL GRUPPO



CONFERENTI	UM	2024	2025
TOTALE CONFERENTI	N.	46	52
DISTANZA MASSIMA TRA CONFERENTE E AZIENDA	KM	70	87
TOTALE LATTE CONFERITO E LAVORATO DALLA FILIERA ALL'ANNO	LITRI	40.457.585	41.158.942
MEDIA GIORNALIERA DI LATTE CONFERITA	LITRI	110.843	112.764
TOTALE CAPI PRESENTI PRESSO I CONFERENTI	N.	6.326	6.750
TOTALE ISPEZIONI/AUDIT ANNUI EFFETTUATI DALL'AZIENDA VERSO I CONFERENTI	N.	16	15
TOTALE VERBALI/NON CONFORMITÀ RILEVATE	N.	0	0

IL CREDITO DI FILIERA

Per costruire un rapporto solido e duraturo basato sulla fiducia reciproca, DalterFood Group è stato il primo nel settore ad attivare un innovativo sistema di credito di filiera, realizzato in collaborazione con un istituto di credito partner. Grazie a questo strumento, gli allevatori possono ricevere il pagamento del latte fornito in tempi molto più rapidi rispetto alla media del settore, che solitamente prevede dilazioni fino a 12 mesi – e in alcuni casi persino 24. Questa possibilità permette loro di pianificare con maggiore serenità investimenti mirati a modernizzare la struttura e a garantire, quindi, latte di qualità. A supporto di questa iniziativa, il Gruppo ha messo a disposizione degli allevatori la propria consulenza in materia finanziaria e legale, con l’obiettivo di rafforzare la loro autonomia e il loro sviluppo imprenditoriale. Infine, ha garantito loro la presenza costante di Specialisti di Assicurazione Qualità e di un Tecnologo Alimentare per gestire le stalle in linea con le normative vigenti e porre maggiore attenzione al benessere degli animali.

In aggiunta, in linea con le nuove direttive del Consorzio del Parmigiano Reggiano che consente in determinati periodi dell’anno di destinare parte del latte ad altri usi, le aziende agricole possono ora diversificare la produzione, rispondendo alla domanda del mercato con nuovi prodotti caseari. Per agevolare i propri fornitori in tal senso, DalterFood Group ha installato presso il caseificio del Cigarellino e Canossa un centro di scoltatura del latte e due frigoriferi in modo da offrire la possibilità di stoccaggio anche ad altri caseifici.

Da ultimo, con l’obiettivo di digitalizzare la gestione dei rapporti con gli allevatori, riducendo l’utilizzo di carta e migliorando l’efficienza dei processi, è stato creato il Portale Conferenti Latte, a cui tutti gli allevatori possono accedere in via telematica per consultare la propria posizione rispetto al Gruppo.



4.2 L'ATTENZIONE AL BENESSERE ANIMALE

DalterFood Group crede fermamente che la responsabilità d'impresa debba estendersi lungo l'intera filiera produttiva e che una comunicazione chiara e trasparente rappresenti uno strumento essenziale per permettere ai consumatori di effettuare scelte consapevoli. Sebbene il Gruppo non si occupi dell'allevamento delle bovine da latte, il benessere animale è monitorato attraverso verifiche periodiche presso i conferenti latte del gruppo e si inseriscono nel sistema di controllo della filiera e dei requisiti previsti per la produzione del parmigiano reggiano.



Il **BENESSERE DEGLI ANIMALI** è valutato regolarmente dai veterinari partner del Gruppo, che effettuano verifiche in ciascuna stalla per assicurarsi che gli animali vivano in condizioni ottimali. Durante le valutazioni vengono considerate attentamente le cinque libertà degli animali, come stabilito dal protocollo Classyfarm:

- » **LIBERTÀ DALLA FAME, DALLA SETE E DALLA CATTIVA NUTRIZIONE**
- » **LIBERTÀ DAI DISAGI AMBIENTALI**
- » **LIBERTÀ DALLE MALATTIE E DALLE FERITE**
- » **LIBERTÀ DI POTER MANIFESTARE LE CARATTERISTICHE COMPORTAMENTALI**
- » **LIBERTÀ DALLA PAURA E DALLO STRESS**

In questo si monitora puntualmente il benessere degli animali e, insieme agli allevatori, Dalter Foop Group contribuisce a migliorare le condizioni di vita nelle stalle, assicurando pratiche sempre più attente e rispettose.

Parallelamente, il Gruppo sta lavorando per incrementare il numero di fornitori che dispongono di stalle a stabulazione libera: in questa specifica tipologia di allevamento gli animali sono liberi di muoversi portando di conseguenza all'eliminazione del disagio provocato dalle costrizioni fisiche delle strutture tradizionali.

Infine, grazie alla collaborazione con enti terzi, DalterFood Group ha implementato procedure innovative di recupero del latte che permettono di reindirizzare il siero, tradizionalmente utilizzato per l'alimentazione suina, verso nuove destinazioni d'uso.

Per condividere i saperi del mestiere e confrontarsi con altri esperti del settore, DalterFood Group è inoltre membro di Confindustria, Confalimentare e del Consorzio del Parmigiano Reggiano.



LA BIODIVERSITÀ DEL PARMIGIANO REGGIANO

Il Parmigiano Reggiano è un prodotto unico caratterizzato da una grande ricchezza: la sua biodiversità, che dipende non solo dai foraggi, ma anche dalla razza delle bovine e dall'ubicazione dei caseifici. Secondo il Disciplinare, infatti, solo le bovine autoctone della zona di produzione del Parmigiano Reggiano possono essere impiegate nella sua produzione, ovvero: la Vacca Bianca, la Vacca Rossa, la Frisona e la Vacca Bruna e la Pezzata Rossa Italiana. Ognuna di queste razze ha delle caratteristiche peculiari che vengono poi trasmesse al Parmigiano Reggiano. Diversità che parte proprio dai foraggi con cui vengono alimentate, che crescono nel territorio, esteso circa diecimila chilometri quadrati, compreso tra le province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Mantova e Bologna. Questa localizzazione contribuisce a rendere speciale questo formaggio, essendo la zona ricca di diverse erbe foraggere. I prati, che si autorigenerano, ospitano infatti tra le 60 e le 70 varietà di erbe foraggere autoctone, non reperibili altrove, che conferiscono al parmigiano Reggiano un profilo sensoriale unico. Si tratta di suoli vocati al pascolo e caratterizzati da una biodiversità vegetale che offre alle bovine un foraggio bilanciato e completo, dalle spiccate proprietà nutritive. È in questi suoli che cresce l'erba medica, la pianta erbacea che conferisce al Parmigiano Reggiano il suo inconfondibile sapore.

Il Gruppo si impegna a rispettare e a valorizzare le caratteristiche che rendono il Parmigiano Reggiano un prodotto unico e autentico. In particolare, il Gruppo produce e distribuisce tipologie di Parmigiano Reggiano facenti parte delle “biodiversità” disciplinate dal Consorzio:



PARMIGIANO REGGIANO PRODOTTO DI MONTAGNA, prodotto in caseifici di montagna, con latte proveniente da allevamenti di montagna, con una stagionatura minima di 20 mesi, di cui almeno 12 in magazzini di montagna.



PARMIGIANO REGGIANO BIOLOGICO, prodotto secondo gli standard dell'agricoltura biologica, con latte proveniente da aziende agricole che rispettano gli stessi standard.



PARMIGIANO REGGIANO DI SOLA PEZZATA ROSSA ITALIANA, certificato biologico e prodotto di montagna, prodotto con il latte di un'unica razza bovina, la pezzata rossa italiana, proveniente da un unico allevamento, l'Azienda Agricola Le Boccede, esclusivamente nel Caseificio del Cigarelllo.

A woman with long brown hair, wearing a light-colored button-down shirt under a tan jacket and blue jeans, is smiling while standing in a grocery store. She is holding a small white container in her left hand and a white shopping basket handle in her right. In the foreground, a shopping basket is filled with fresh produce, including a pineapple, bananas, and a cantaloupe. The background shows blurred shelves of a grocery store.

05

L'ATTENZIONE
VERSO LA QUALITÀ

L'ATTENZIONE VERSO LA QUALITÀ

“LAVORIAMO CON TRASPARENZA E COMPETENZA PER GARANTIRE AI NOSTRI CLIENTI ALTISSIMI STANDARD QUALITATIVI.”

Ascoltare e tutelare i propri clienti incontrando le loro richieste, garantendo la qualità dei prodotti offerti sono pilastri fondamentali del modo di agire di DalterFood Group. Per raggiungere questi obiettivi, il Gruppo fa sì che le attività di ricerca, produzione e commercializzazione seguano **ELEVATI STANDARD DI QUALITÀ**, non solo in termini di certificazioni ottenute e di controlli effettuati, ma anche in termini di presidio della filiera, dalla produzione all'interno dei caseifici fino alla distribuzione.

Attraverso la società Colline di Canossa, DalterFood Group ha creato un **SISTEMA PREMIANTE DELLA QUALITÀ DEL LATTE** che va oltre i parametri richiesti dal Consorzio di Tutela, i cui risultati sono una migliore resa del prodotto e una riduzione dei difetti del Parmigiano Reggiano. L'impegno dell'impresa su questo fronte non si limita soltanto a garantire un'elevata qualità di prodotto, ma si esprime anche in una comunicazione chiara, trasparente e completa ai propri clienti, che gli consenta di compiere scelte di acquisto consapevoli.



5.1 LA TRACCIABILITÀ DEI PRODOTTI

Per la vendita e la distribuzione dei propri prodotti, DalterFood Group si impegna a rispettare in modo puntuale le normative vigenti in materia di etichettatura, tracciabilità, classificazione, imballaggio e trasporto che regolano il settore alimentare. A tale scopo, DalterFood Group garantisce i requisiti delle informazioni ai sensi di legge per il 100% dei propri prodotti, improntati ai seguenti necessari criteri:

- **NON INGANNEVOLEZZA SULLE CARATTERISTICHE DELL’ALIMENTO** (natura, identità, proprietà, composizione, quantità, durata di conservazione, paese d’origine e luogo di provenienza, metodo di fabbricazione o di produzione),
- **PRECISIONE, CHIAREZZA E COMPRESIBILITÀ:** esattezza, evidenza di lettura, intelligibilità da parte del consumatore medio.

DalterFood Group è infatti responsabile per le informazioni relative agli alimenti e assicura l’esattezza e la non ingannevolezza delle stesse conformemente alla normativa applicabile, al fine di garantire la tracciabilità del prodotto, la protezione del consumatore e il suo diritto alla scelta consapevole. Nel corso del 2024 infatti, non sono stati registrati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura e comunicazioni di marketing.

All’interno delle proprie etichette, il Gruppo comunica con rigore le seguenti informazioni:

- l’**ORIGINE** degli ingredienti del prodotto,
- il **CONTENUTO**, in particolare per le sostanze che possono avere un impatto significativo a livello ambientale o sociale,
- l’**UTILIZZO SICURO** del prodotto,
- lo **SMALTIMENTO DEL PRODOTTO** e relativi impatti ambientali o sociali.

La verifica di tali parametri viene effettuata anche in occasione di audit specifici. Di seguito i dati relativi all’anno in esame.

AUDIT E ISPEZIONI SUBITE	2025
OCQPR	253
BRC – IFS	3
ICEA (BIOLOGICO)	5
ISO22005 – FORMAGGIO PARMIGIANO REGGIANO	3
MIPAFF	0
SERVIZIO VETERINARIO	2
CLIENTI	7
AUDIT AUSL	1



5.2 LA TUTELA DEI CLIENTI E DEI CONSUMATORI

Per DalterFood Group garantire a clienti e consumatori un prodotto sicuro ed affidabile rappresenta un pilastro essenziale dell’agire quotidiano. Questo modus operandi si traduce in un grande numero di controlli di prodotto, di processo e di ambiente, eseguiti sul 100% dei prodotti del Gruppo sia internamente, dalla funzione Assicurazione e Controllo Qualità della Capogruppo e dai team Qualità delle filiali estere, sia esternamente, da laboratori qualificati esterni.

Per quanto riguarda i processi produttivi, DalterFood Group ha conseguito diverse certificazioni, come sintetizzate di seguito:

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



Per quanto riguarda le materie prime e gli imballi, tutti i fornitori del Gruppo devono:

- essere presenti nella lista dei fornitori approvati dall'Ufficio Assicurazione Qualità, fornendo opportuna documentazione in merito ai prodotti e all'attività svolta,
- essere in possesso di un sistema qualità documentato che includa l'autoverifica interna,
- avere a disposizione tutta la documentazione attestante la conformità al contatto con gli alimenti di tutti gli imballaggi destinati al confezionamento dei prodotti,
- fornire prodotti derivanti da materie prime non-OGM e conformi ai regolamenti CE 1829/2003 e CE 1830/2003,
- fornire prodotti che non siano stati esposti a radiazioni ionizzanti. Inoltre, i fornitori di prodotti Private Label devono essere in possesso della certificazione di sistema GFSI (BRC/ IFS/ISO22005) o sottoposti ad audit di approvazione da parte dell'Ufficio Assicurazione Qualità.

La cura e l'attenzione di DalterFood Group nel preservare la salute e sicurezza dei propri consumatori, è sempre stata dimostrata anche dalla stretta osservanza ai codici di autoregolamentazione in termini di salute e sicurezza di prodotti e servizi. Nel corso del 2025, non si sono registrate non conformità con normative riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti.



Inoltre, nel 2025 il Gruppo ha ricevuto la Medaglia di Bronzo Ecovadis per la sostenibilità, con un punteggio di 64/100, raggiungendo il 73imo percentile delle aziende parte del Network. Parallelamente, cresce l'attenzione dei clienti verso le performance ESG dei propri fornitori: sempre più frequentemente, il Gruppo riceve richieste di compilazione di questionari di sostenibilità predisposti direttamente dai clienti, oltre a quelli previsti da piattaforme riconosciute come Ecovadis e SMETA. Il Gruppo affronta queste richieste con grande impegno, riconoscendone il valore strategico e contribuendo con responsabilità e trasparenza alla costruzione di relazioni commerciali fondate su criteri di sostenibilità.

5.2.1 IL DIALOGO CON I CLIENTI

Servendo più di 1.550 clienti tra industrie, retailer, grossisti e catene di ristorazione, l’attività del Gruppo è focalizzata sul canale B2B, grazie all’approccio consulenziale sviluppato negli anni, alla qualità dei suoi prodotti e a un livello di servizio molto elevato. Nel corso degli anni si sono consolidate solide partnership:

- nel **CANALE RETAIL**, per cui si producono e confezionano prodotti a marchio,
- nel **CANALE INDUSTRIA**, in tutti i settori in cui il formaggio è un ingrediente ad alto valore aggiunto – dalla produzione di piatti pronti freschi e surgelati, alle insalate pronte, alle pizze, alla pasta ripiena e a quella di salse e sughi,
- nel **CANALE RISTORAZIONE** – dalle catene di ristorazione alla ristorazione collettiva, fino al mondo emergente dei meal kit e della delivery.

CANALI DI DISTRIBUZIONE	2024	2025
GDO	47,4%	47,2%
COMMERCIO ALL'INGROSSO	17,5%	15,1%
INDUSTRIA	26,7%	31,9%
NEGOZIO AL DETTAGLIO	2,3%	1,9%
E-FOOD	2,1%	2%
RISTORAZIONE COLLETTIVA	1,1%	1,1%
CATENE DI RISTORANTI	0,8%	0,6%
ALTRI	2,1%	0,3%

Per DalterFood Group, l’ascolto dei clienti è uno strumento indispensabile per osservare più da vicino i bisogni, le esigenze e le caratteristiche di ciascuno, andando oltre il processo di acquisto. Il coinvolgimento diretto con il cliente permette al Gruppo di cogliere le esigenze specifiche, così da essere in grado di soddisfarle al meglio attraverso soluzioni ad hoc. La volontà del Gruppo di incontrare le aspettative dei propri clienti è anche dimostrata dal fatto che ogni anno viene condotta un’indagine di Customer Satisfaction con l’obiettivo di raccogliere feedback per il miglioramento continuo del servizio fornito.

A sostegno di ciò, gli oltre quarantacinque anni di operatività hanno permesso al Gruppo di consolidare la propria reputazione e credibilità. La brand reputation rappresenta di fatti una leva fondamentale nelle strategie di sviluppo e crescita nei diversi mercati. La comunicazione esterna viene oggi gestita attraverso il sito aziendale e i principali canali social, e in particolare il profilo LinkedIn di DalterFood Group, che ha registrato nell’ultimo anno una crescita in termini di follower e di interazioni con i clienti.

Il Gruppo, inoltre, partecipa in maniera continuativa alle principali fiere di settore, in particolare nel 2025 è stato tra gli espositori di TuttoFood (Milano – IT), PLMA (Amsterdam - NL) e Anuga (Colonia - DE), avendo così modo di incontrare direttamente clienti attuali e possibili clienti futuri.





06

L'IMPEGNO
PER L'AMBIENTE

L'IMPEGNO PER L'AMBIENTE

“CREDIAMO CHE LA CRESCITA DEL GRUPPO DEBBA ACCOMPAGNARSI A UN UTILIZZO EFFICIENTE DELLE RISORSE, AL MONITORAGGIO DEGLI IMPATTI AMBIENTALI E A UN PERCORSO DI MIGLIORAMENTO CONTINUO CHE COINVOLGA LE PERSONE E I PARTNER DELLA NOSTRA FILIERA.”

Le attività di DalterFood Group comportano l'utilizzo di energia, acqua, materiali di confezionamento e servizi logistici che generano impatti ambientali lungo la filiera. Per questo motivo il Gruppo monitora i principali indicatori ambientali delle proprie attività e sviluppa iniziative finalizzate al miglioramento dell'efficienza nell'utilizzo delle risorse, alla riduzione delle emissioni e all'ottimizzazione dei materiali impiegati nei processi produttivi.

Nel corso degli anni sono stati avviati investimenti e progetti dedicati all'energia rinnovabile, al monitoraggio delle emissioni, alla valorizzazione dei sottoprodotti, alla gestione dei rifiuti e all'evoluzione delle soluzioni di packaging.

6.1 UN MODELLO DI BUSINESS CIRCOLARE

DalterFood Group offre una vasta gamma di prodotti caseari sia in termini di tipologia, che in termini di peso e formato. Le principali materie prime utilizzate sono latte e formaggi, acquistati come input per la produzione; mentre per il loro confezionamento vengono utilizzati materiali idonei al contatto alimentare, tra cui film plastici, vaschette e coperchi di plastica, etichette di carta e cartone ondulato.

In virtù delle caratteristiche della propria attività, DalterFood Group non genera scarti alimentari: nello specifico, tutti i residui rimanenti dalle produzioni sono reimpiegati in altri prodotti (per esempio, le scaglie di formaggio non integre e quindi non vendibili come tali al cliente finale sono utilizzate nella produzione di formaggio grattugiato), oppure sono destinati ad uso zootecnico (è il caso della cosiddetta Categoria 3, ovvero sottoprodotti non idonei alla vendita). Il processo di caseificazione, inoltre, genera ogni giorno sottoprodotti con ulteriori possibilità di impegno industriale: ne sono un esempio il siero del latte dal cui concentrato si estraggono proteine per l'industria cosmetica e/o farmaceutica, e la crema di latte destinata alla produzione alimentare di burro, entrambi recuperati al 100%.



Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti, tema complesso e non privo di criticità legate alla varietà di materiali da sottoporre a smaltimento, DalterFood Group si impegna nel **RIDURRE** il quantitativo dei **RIFIUTI PRODOTTI** cercando di sviluppare processi di lavorazione sempre più efficienti e ottimizzare le pratiche smaltimento. In particolare, sono presenti tre sistemi di **RACCOLTA DIFFERENZIATA** dei rifiuti:

- compattatori per plastica e cartone,
- big bag per la raccolta di monomateriale PE (politilene trasparente), ovvero una determinata plastica che segue un fine vita specifico,
- indifferenziato generico.

TALI SISTEMI PERMETTONO DI DIFFERENZIARE I RIFIUTI SIA NEI LUOGHI DI PRODUZIONE CHE ALL'INTERNO DEGLI UFFICI, ED AUMENTARE DI CONSEGUENZA LA FRAZIONE DI RIFIUTI DESTINATA AL RECUPERO E AL RIUTILIZZO. NEL 2025 LE PRINCIPALI TIPOLOGIE DI RIFIUTI GENERATI SONO STATE FANGHI DA TRATTAMENTO AFFLUENTI, IMBALLAGGI IN PLASTICA E IN CARTA E CARTONE. NON SONO STATI GENERATI RIFIUTI PERICOLOSI.



Per la distribuzione dei prodotti ai clienti, vengono utilizzati bancali di plastica o legno. Dal 2020 DalterFood Group è entrata nel circuito CHEP, una piattaforma che si occupa di gestire efficientemente tale risorsa. Nello specifico, l'iniziativa ha l'obiettivo di allocare, in base alle esigenze delle aziende presenti nel circuito, bancali già circolanti, riducendo quindi l'utilizzo di materiali necessari per la loro produzione ex novo e le emissioni dovute al loro trasporto dalla società produttrice al cliente utilizzatore del bene. A tale riguardo, appartengono al circuito CHEP il 70% dei pallet di legno e il 30% dei pallet di plastica. A ciò si aggiunge l'utilizzo di bancali EPAL che, sebbene siano pallet in legno di proprietà del Gruppo, le caratteristiche tecniche con cui sono creati tali bancali consente l'interscambiabilità all'interno del circuito europeo e dalla possibilità, di conseguenza, del loro riutilizzo.

Infine, la filiale commerciale tedesca Vip Italia collabora stabilmente con l'associazione Schwäbische Tafel Stuttgart E.V., che si occupa del sostegno a persone e famiglie in difficoltà economiche, donando prodotti vicini alla scadenza, quindi non più commercializzabili, ma ancora perfetti dal punto di vista organolettico. Secondo lo stesso principio, tutti i campioni edibili non utilizzati durante le fiere di settore vengono donati ad organizzazioni locali che si occupano di sostegno ai bisognosi (ex Banco Alimentare in Italia, Croix Rouge in Francia etc.).

Da aprile 2025 Dalter Alimentari aderisce al progetto "Back to Work" di ESO, per la raccolta e il recupero dei dispositivi di protezione individuale usurati. Grazie al sistema ESObOX, l'azienda raccoglie tramite appositi contenitori guanti e scarpe antinfortunistiche non più utilizzabili dai lavoratori, che verranno poi trattati e trasformati in nuovi materiali. Quest'ultimi saranno impiegati come materia prima seconda per la realizzazione di pavimentazioni per palestre o aree gioco, contribuendo a promuovere un vero e proprio modello di economia circolare.

6.1.1 PACKAGING: RICICLABILITÀ E UTILIZZO DI MATERIALI RICICLATI

DalterFood Group opera in un contesto in continua evoluzione tanto in termini normativi, quanto tecnologici ed organizzativi. A tal proposito, nel corso degli ultimi anni le attività implementate dalla funzione R&D del Gruppo si sono incentrate nell'adozione di tutte le misure necessarie per ottemperare alle nuove direttive europee in campo.

Tutte le linee di confezionamento sono organizzate secondo le seguenti **FASI PRODUTTIVE**:



All'interno degli stabilimenti, nastri trasportatori ed elevatori sono presenti nelle singole linee produttive per agevolare il flusso delle lavorazioni. Tuttavia, il trasferimento del formaggio tra le diverse fasi (per esempio, dal lavaggio al taglio, dal taglio al confezionamento primario) viene gestito dagli operatori che sovrintendono al corretto funzionamento della linea e delle relative attrezzature, e dove non automatizzata, gli operatori si occupano anche delle attività di inscatolamento finale delle confezioni.

Il packaging rappresenta una delle principali aree di sviluppo delle attività di Ricerca e Sviluppo del Gruppo. Negli ultimi anni DalterFood Group ha concentrato i propri investimenti sull'evoluzione delle soluzioni di confezionamento, con l'obiettivo di migliorarne la riciclabilità, incrementare l'utilizzo di materiali riciclati e ottimizzare il consumo di materie prime impiegate negli imballaggi.

A partire dal 2019 è stato avviato un percorso di transizione dalle confezioni in materiale multistrato a soluzioni monomateriale, al fine di facilitarne il riciclo attraverso le filiere dedicate. Questo cambiamento è stato applicato con successo alle linee flessibili per monoporzioni e monodosi e sono in corso ulteriori attività di sviluppo per estendere la transizione ad altre linee produttive.

Parallelamente, il Gruppo opera per ridurre gli spessori delle plastiche utilizzate, ottimizzare le configurazioni di confezionamento e aumentare progressivamente il contenuto di materiale riciclato negli imballaggi, mantenendo invariati gli standard di sicurezza alimentare, conservazione e qualità del prodotto.

Nel 2025 appartengono a questa categoria l'85% del cartone ondulato e il 9% degli imballaggi in plastica utilizzati dal Gruppo, mentre proseguono le attività di ricerca finalizzate allo sviluppo di nuove soluzioni che favoriscano la riciclabilità degli imballaggi e la riduzione dell'utilizzo di plastica.

All'attività di Ricerca e Sviluppo che sta sviluppando nuovi processi per l'efficientamento e la riciclabilità del packaging, il Gruppo ha affiancato nuove iniziative volte a ridurre l'uso della plastica monouso, sensibilizzando tutti i dipendenti su questo tema (es. distributori d'acqua, borracce, ecc.).

L'impegno di DalterFood Group continuerà a crescere nei prossimi anni attraverso il perseguimento di ambiziosi obiettivi, riassumibili nei seguenti stream:

- ottimizzazione dei cartonaggi e delle pallettizzazioni dei prodotti,
- riduzione della grammatura degli imballaggi primari e secondari,
- utilizzo di plastica riciclabile e riciclata,
- sperimentazione di materiali alternativi alla plastica, che preservino allo stesso modo la qualità del prodotto e consentano di garantire le stesse caratteristiche di shelf-life, aroma e freschezza delle confezioni standard, come ad esempio l'utilizzo della latta di acciaio.



6.2 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

I principali vettori energetici utilizzati da DalterFood Group sono gas naturale ed energia elettrica per la produzione (illuminazione, gestione e funzionamento degli impianti, delle caldaie e delle linee di produzione) e gasolio e benzina per la flotta auto ad uso aziendale.

Nel 2025 i consumi di energia elettrica sono stati di 14.712 GJ, in crescita del 8% rispetto al 2024, a seguito dell'incremento delle produzioni, mentre i consumi di gas naturale hanno registrato un aumento del 6,5%. Nel 2025, il 99,6% dell'energia elettrica acquistata dal Gruppo proviene da fonte rinnovabile certificata con Garanzia d'Origine e rappresenta il 33% dei consumi energetici totali di DalterFood Group.

IN CONTINUITÀ CON I PROGETTI AVVIATI A SEGUITO DELLE ANALISI EFFETTUATE NEGLI ANNI PRECEDENTI, È STATA COMPLETATA L'INSTALLAZIONE E LA MESSA IN FUNZIONE DEGLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI PRESSO IL CASEIFICIO DEL CIGARELLO E LO STABILIMENTO DI SANT'ILARIO D'ENZA.

Nel 2025, tutti gli impianti fotovoltaici installati hanno lavorato a pieno regime, autoproducendo energia pari al 21% del fabbisogno di energia elettrica del gruppo.

INTENSITA' ENERGETICA PER VETTORI	UNITÀ DI MISURA	2024	2025
VOLUMI DI PRODUZIONE	kg	6.665.168	6.901.345
ENERGIA ELETTRICA - DI CUI AUTOPRODOTTA	kWh/kg	0,57 0	0,59 0,12
GAS NATURALE	m³/kg	0,10	0,10
GASOLIO	l/kg	0,003	0,003
CONSUMO DI ENERGIA TOTALE	GJ/kg	0,006	0,006

DIAGNOSI ENERGETICA

In linea con quanto avviato l'anno precedente, DalterFood Group ha aggiornato le diagnosi energetiche del Caseificio di Cigarello e Canossa, del Caseificio Colline di Selvapiana e Canossa e Dalter Alimentari S.p.A., con l'obiettivo di individuare nuove opportunità di efficientamento sia energetico che economico e di definire un piano d'azione volto a ridurre ulteriormente gli impatti ambientali.

Per quanto riguarda i caseifici, il consumo deriva principalmente dall'utilizzo degli impianti e macchinari relativi alle varie fasi produttive e dalla gestione delle temperature all'interno del magazzino di stagionatura. Per quanto riguarda la sede di Sant'Ilario invece, l'energia viene utilizzata per il funzionamento dei macchinari, delle celle e degli uffici.

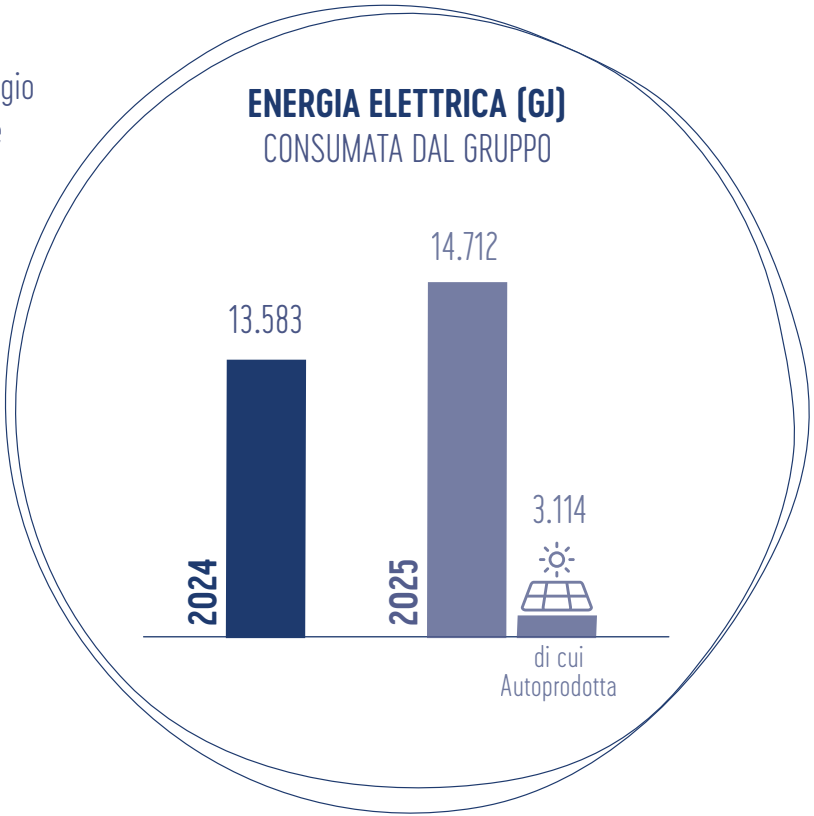
Il Caseificio Colline di Selvapiana e Canossa dispone attualmente di un sistema di monitoraggio, che è stato potenziato con l'entrata in funzione di un sistema dedicato alla rilevazione dei consumi elettrici delle principali linee del Quadro Fornitura Energia.

Questo rappresenta un buon punto di partenza per poter sviluppare un sistema di monitoraggio più dettagliato, capace di suddividere con maggiore precisione i consumi energetici e di tenere sotto controllo le utenze più energivore. Con l’installazione dell’impianto fotovoltaico è emersa anche l’opportunità di adottare una piattaforma web-based di Energy Management, utile a rendere ancora più efficiente la gestione e l’ottimizzazione dei consumi energetici.

Nel 2025, l’entrata in funzione degli impianti fotovoltaici di Sant’Ilario d’Enza e Cigarello, la quota di energia autoprodotta ha rappresentato il 21.3% dell’energia elettrica consumata.

Dalla diagnosi effettuata per Dalter Alimentari S.p.A è risultato invece che i sistemi di monitoraggio attualmente in uso risultano già ottimali. In aggiunta, sulla base dei risultati emersi dalla valutazione, la Società ha valutato come prioritari alcuni progetti rispetto ad altri, sulla base principalmente degli spazi disponibili, quali ad esempio:

- l’adozione di un sistema di gestione dell’energia **ISO 50001**;
- l’installazione di un **IMPIANTO DI COGENERAZIONE** alimentato a gas naturale;
- l’intallazione di un impianto fotovoltaico.



LE EMISSIONI

DalterFood Group monitora le emissioni di gas ad effetto serra (Scope 1 e Scope 2), consapevole dell’impatto che queste hanno sul clima, nello specifico:

- **SCOPE 1:** include le **EMISSIONI DIRETTE** generate dall’azienda, la cui fonte è di proprietà o controllata dall’azienda, quali combustibili utilizzati per il riscaldamento e per i mezzi operativi necessari per le attività dell’impresa.
- **SCOPE 2:** include le **EMISSIONI INDIRETTE** generate dall’energia acquistata e consumata dall’azienda. Nello specifico, in conformità a quanto richiesto dagli standard di rendicontazione GRI, quest’ultime sono calcolate secondo le metodologie Location-based e Market-based, utilizzando dei fattori di emissione riconosciuti a livello nazionale ed internazionale.

Le emissioni dirette **SCOPE 1**⁷ del Gruppo nel 2025 sono state pari a 1.792 tCO₂e, in aumento del 5% circa rispetto al precedente anno (1.706 tCO₂e). Invece, le emissioni indirette **SCOPE 2**⁸ sono state pari a 899 tCO₂ secondo l’approccio Location-based e pari a 12,9 tCO₂, calcolate con il metodo Market-based. Rispetto al 2024, le emissioni Scope 2 Location-Based risultano in diminuzione del 2%, mentre le Scope 2 Market-Based evidenziano un incremento del 5%.

	2024		2025	
SCOPO 1 + SCOPO 2 LB	1706	1050	1792	899
SCOPO 1 + SCOPO 2 MB	1706	13	1792	13

⁷ Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 sono stati utilizzati i fattori di emissione “DEFRA 2025”.

⁸ I GRI Sustainability Reporting Standards prevedono due metodologie di calcolo delle emissioni di Scope 2, il “Location-based method” e il “Market-based method”. Per il Market-based vengono considerate le emissioni di CO₂ derivanti dall’energia elettrica acquistata da fornitori esterni tramite un vero e proprio contratto, e può essere calcolata considerando: certificati di Garanzia di Origine dell’energia e contratti diretti con i fornitori, fattori di emissione specifici del fornitore, fattori di emissione relativi al “residual mix”, ovvero all’energia e alle emissioni non monitorate o non reclamate (metodologia utilizzata, con fattore di emissione l’anno 2025: 441,20 gCO₂/kWh [Italia] e 724,56 gCO₂/kWh [Germania]) - fonte: AIB 2025 - European Residual Mixes]. Il metodo Location-based si basa su fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia per confini geografici ben definiti, tra cui confini locali, subnazionali o nazionali (metodologia utilizzata, con fattore di emissione per l’anno 2025: 279,50 gCO₂/kWh [Italia] e 42,50 gCO₂/kWh [Germania]) - fonte: AIB 2025 - European Supplier Mixes 2025). Le emissioni di Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂; la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂ equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento. A seguito di un affinamento della metodologia di calcolo dello Scopo 1, il dato relativo alle emissioni dell’anno 2024 è stato riesposto. Per il dato precedentemente pubblicato si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2024, pubblicato sul sito www.dalterfood.com.

LE EMISSIONI DI SCOPE 3

Per Dalter, la misurazione delle emissioni indirette di Scope 3 consente di comprendere l'impronta climatica generata lungo la catena del valore, con particolare riferimento a materie prime e prodotti acquistati, logistica e fine vita dei prodotti venduti.

A partire dal 2022, il Gruppo ha avviato un percorso strutturato di calcolo delle emissioni di Scope 3, effettuato in coerenza con il GHG Protocol Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard.

Nel 2025, le emissioni di Scope 3 di Dalter sono pari a 264.396 tCO₂e, rispetto a 249.342 tCO₂e nel 2024, con una variazione pari a 6%. Anche nel 2025 il profilo emissivo del Gruppo si conferma concentrato nelle categorie più direttamente collegate alla filiera e al ciclo di vita dei prodotti, in particolare Beni e servizi acquistati e Lavorazione dei prodotti venduti.

La categoria Beni e servizi acquistati si conferma la principale fonte emissiva dello Scope 3, con 178.969 tCO₂e nel 2025, rispetto a 163.216 tCO₂e nel 2024. Tale categoria include le emissioni associate ad acquisti di beni, prodotti caseari, latte e servizi, calcolate combinando dati fisici, quali quantità acquistate e volumi di latte, e dati economici per le componenti di servizio.

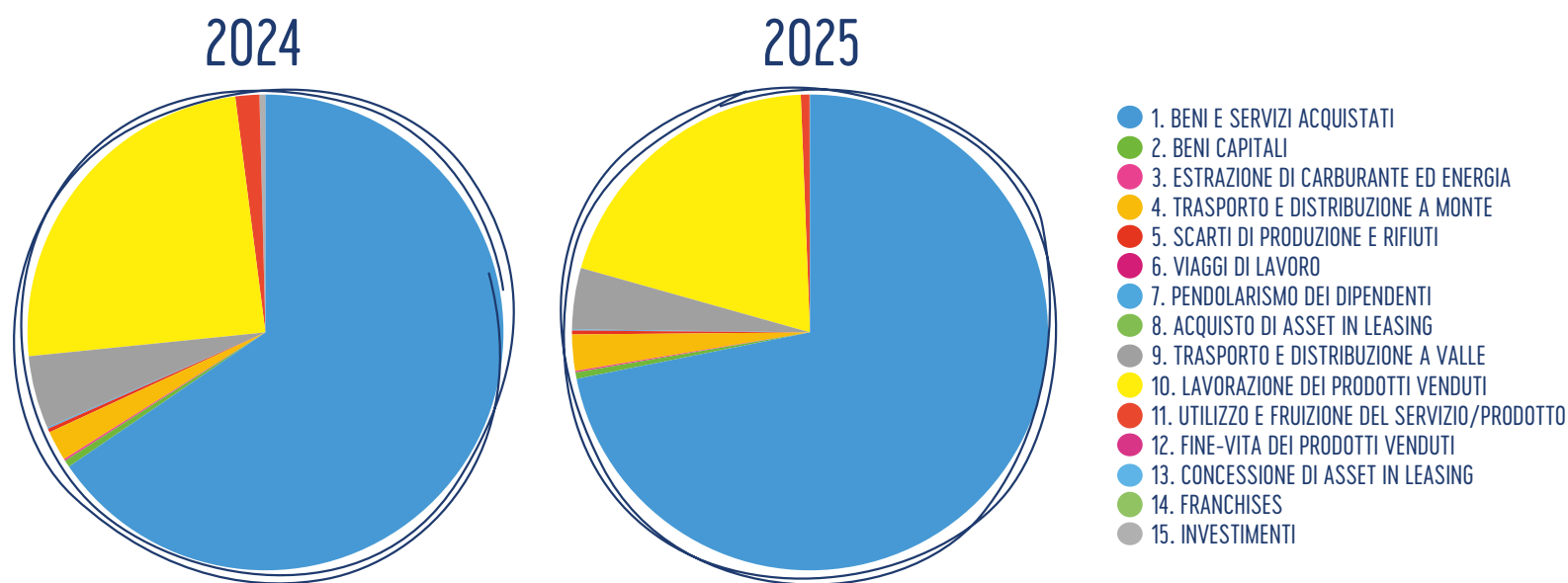
All'interno dello Scope 3 assumono particolare rilevanza le emissioni FLAG (Food, Land and Agriculture), connesse alle attività agricole, all'uso del suolo e alla filiera agroalimentare. Nel 2025 tali emissioni sono pari a 135.512 tCO₂e (144.257 tCO₂e nel 2024), pari a circa il 75,7% della categoria Beni e servizi acquistati e circa il 51,3% dell'inventario complessivo di Scope 3.

La categoria Lavorazione dei prodotti venduti rappresenta la seconda componente emissiva più significativa, con 60.777 tCO₂e nel 2025, rispetto a 61.268 tCO₂e nel 2024. La categoria riguarda le successive fasi di trasformazione dei prodotti Dalter da parte di clienti industriali e professionali, riflettendo la natura B2B del modello commerciale del Gruppo.

Le emissioni legate al Trasporto e distribuzione a monte e al Trasporto e distribuzione a valle sono pari rispettivamente a 7.455 tCO₂e e 12.623 tCO₂e nel 2025, rispetto a 5.101 tCO₂e e 12.331 tCO₂e nel 2024. Tali categorie riflettono la struttura logistica del Gruppo e comprendono, a seconda dei casi, logistica in entrata e in uscita, trasferimenti interni, warehousing, distribuzione e attività retail.

Il monitoraggio dello Scope 3 rappresenta una base operativa per orientare le azioni di riduzione, rafforzare il dialogo con fornitori, clienti e partner logistici e supportare l'attuazione dei target climatici validati dalla Science Based Targets initiative.

CATEGORIE	EMISSIONI SCOPE 3 2024 [tCO2]	EMISSIONI SCOPE 3 2025 [tCO2]
1. BENI E SERVIZI ACQUISTATI	163.216	178.969
2. BENI CAPITALI	1.179	1.327
3. ESTRAZIONE DI CARBURANTE ED ENERGIA	314	313
4. TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A MONTE	5.101	7.455
5. SCARTI DI PRODUZIONE E RIFIUTI	622	791
6. VIAGGI DI LAVORO	32	45
7. PENDOLARISMO DEI DIPENDENTI	198	201
8. ACQUISTO DI ASSET IN LEASING	20	15
9. TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A VALLE	12.331	12.623
10. LAVORAZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI	61.268	60.777
11. UTILIZZO E FRUIZIONE DEL SERVIZIO/PRODOTTO	4.046	1.786
12. FINE-VITA DEI PRODOTTI VENDUTI	14	9
13. CONCESSIONE DI ASSET IN LEASING	23	32
14. FRANCHISES	n/a	n/a
15. INVESTIMENTI	979	53
TOTALE	249.343	264.396



I TARGET CLIMATICI VALIDATI DA SBTi

Nel corso del 2025, DalterFood Group ha rafforzato il proprio percorso climatico attraverso la validazione dei target di riduzione delle emissioni da parte della Science Based Targets initiative. I target sono stati definiti a partire dall’inventario delle emissioni di gas a effetto serra del Gruppo e sono finalizzati ad allineare il percorso di decarbonizzazione aziendale a traiettorie coerenti con la limitazione del riscaldamento globale a 1,5°C.

I target, validati nel mese di giugno 2026, prevedono una riduzione assoluta delle emissioni di Scope 1 e Scope 2 pari al 54,6% entro l’esercizio 2033, rispetto all’anno base 2023. Il target copre il 100% delle emissioni di Scope 1 e il 100% delle emissioni di Scope 2 calcolate secondo approccio market-based.

Con riferimento allo Scope 3, il Gruppo si è impegnato a ridurre del 54,6% entro l’esercizio 2033, rispetto all’anno base 2023, le emissioni indirette ricomprese nel perimetro del target. Tale perimetro include le categorie più significative per il modello di business del Gruppo: Beni e servizi acquistati, Trasporto e distribuzione a valle e Lavorazione dei prodotti venduti. Tali categorie rappresentano le aree maggiormente connesse alla filiera lattiero-casearia, agli approvvigionamenti, alla logistica distributiva e all’utilizzo dei prodotti Dalter come ingredienti o semilavorati da parte di clienti industriali e professionali.

In considerazione della rilevanza della filiera agroalimentare nel profilo emissivo del Gruppo ed in base agli specifici requisiti SBTi applicabili, DalterFood Group ha inoltre definito un target specifico sulle emissioni FLAG – Food, Land and Agriculture. Il target FLAG è stato calcolato secondo un approccio di absolute contraction coerente con uno scenario 1,5°C e prevede, entro il 2033, una riduzione complessiva delle emissioni FLAG del 39% in termini assoluti.

AMBITO TARGET	ANNO BASE	ANNO TARGET	AMBITION	OBIETTIVO DI RIDUZIONE	PERIMETRO COPERTO
SCOPE 1 E SCOPE 2	2023	2033	1,5 °C	-54,60%	100% Scope 1; 100% Scope 2 market-based
SCOPE 3	2023	2033	1,5 °C	-54,60%	Categorie 1, 9 e 10 ⁹
FLAG	2023	2033	1,5 °C	-39%	Emissioni FLAG non ricomprese in pathway commodity-specific ¹⁰

⁹ La categoria 11 non è stata ricompresa del target SBTi trattandosi di emissioni indirette e quindi opzionali secondo lo standard GHG protocol.
¹⁰ Per la natura del business, le emissioni riportate in tabella fanno riferimento al solo smaltimento del packaging e non al prodotto stesso che è inteso come interamente consumato.

6.3 CONSUMI IDRICI

L'acqua rappresenta una risorsa fondamentale nei processi produttivi di DalterFood, in quanto utilizzata in quantità significative per numerose attività: dalla lavorazione del latte, al lavaggio e alla sanificazione dei caseifici e dello stabilimento, fino alla produzione di energia termica necessaria per alimentare le caldaie impiegate nella cottura.

L'ACQUA RAPPRESENTA UNA RISORSA FONDAMENTALE PER LE NOSTRE ATTIVITÀ PRODUTTIVE. PER QUESTO MOTIVO IL GRUPPO MONITORA I CONSUMI IDRICI E INVESTE NEL MIGLIORAMENTO DEGLI IMPIANTI E DEI PROCESSI CORRELATI AL SUO UTILIZZO.

Oltre all'utilizzo civile, la maggior quantità di acqua che viene utilizzata è riconducibile al processo di lavaggio delle forme che comporta la perdita di piccole quantità di proteine e grasso e il conseguente inquinamento delle acque. Per rispondere in maniera efficace a questa criticità, nel 2022 DalterFood Group ha investito in un impianto più performante dotato di un flottatore ad aria disciolta che consente la rimozione chimico-fisica di tali scarti e un miglior depurazione delle acque reflue.





07

LE PERSONE
AL CENTRO

LE PERSONE AL CENTRO

“PER NOI, LA STRATEGIA PRODUTTIVA È FORTEMENTE LEGATA AL TERRITORIO, CHE COMPRENDE SIA LE PERSONE CHE VI RISIEDONO E LAVORANO PER IL GRUPPO, SIA LE RISORSE NATURALI UTILIZZATE PER LA PRODUZIONE DEL PRODOTTO FINALE. IL TERRITORIO, QUINDI, HA UN RUOLO FONDAMENTALE E IMPRESCINDIBILE PER L’AZIENDA.”

DalterFood Group è consapevole che le sue persone rappresentano la chiave fondamentale per il successo. Per tale motivo, il loro valore viene riconosciuto mediante la tutela e la promozione del loro benessere e della loro soddisfazione. Questa riconoscenza viene messa in pratica mettendo a disposizione idonei strumenti di formazione e di aggiornamento professionale, offrendo un sistema premiante legato al raggiungimento di specifici obiettivi personali e a livello di Gruppo e, più in generale, ascoltando le necessità del singolo collaboratore. Per il Gruppo, la cura e il rispetto del valore del capitale umano rappresentano le fondamenta dell’agire quotidiano, con l’obiettivo di fornire un clima di lavoro sereno e motivante.

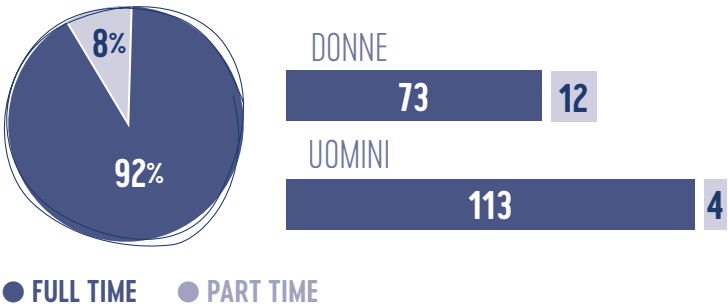
7.1 INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI

Al 31 dicembre 2025, l’organico di DalterFood Group è composto da 202 persone, in costante crescita rispetto gli anni precedenti (+7% rispetto al 2024). Considerando il totale, il 57,9% dei dipendenti sono uomini e il restante 42,1% donne. La natura stessa del business vede la prevalente occupazione di figure di genere maschile nelle attività di produzione per via dello sforzo fisico richiesto, mentre le risorse femminili sono invece coinvolte per la maggior parte in mansioni impiegatizie. La composizione anagrafica dell’organico del Gruppo registra una predominanza della fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni (55%), mentre gli under 30 rappresentano il 15% dell’organico e gli over 50 il 30%.

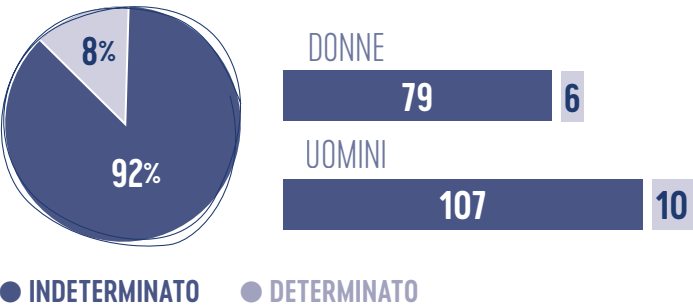
Nel 2025, il 92,6% dell’organico di DalterFood Group risulta assunto a tempo indeterminato e il restante 7,4% a tempo determinato, con un incremento rispetto all’esercizio precedente dei rapporti a tempo indeterminato rispetto a quelli temporanei. Per quanto riguarda invece le assunzioni a tempo pieno e a tempo part-time, il Gruppo è attento alle esigenze dei propri dipendenti anche per quanto riguarda gli orari lavorativi e il conseguente equilibrio vita-lavoro. Nel 2025, l’8% dei dipendenti lavora part-time, percentuale rimasta pressoché invariata rispetto all’anno precedente. Infine, per le proprie attività, il Gruppo si avvale di un numero ristretto di lavoratori esterni, tra cui stagisti, lavoratori autonomi, interinali e contratti a chiamata per un totale di 10 persone al 31 dicembre 2025.



% FULL TIME E PART TIME NEL 2025



TIPOLOGIA CONTRATTUALE NEL 2025



L'86,6% personale di tutto il Gruppo è inquadrato nel Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro "Alimentari"; mentre, per le sedi estere si applicano forme contrattuali in linea con le normative vigenti nei corrispettivi Paesi. A tutti i dipendenti della Capogruppo viene corrisposto, sulla base di accordi annuali, un premio annuo legato alle performance produttive ed economiche: i criteri per il suo ottenimento sono discussi durante meeting dedicati con la Direzione, in occasione dei quali sono illustrati trimestralmente i progressi rispetto al raggiungimento dell'obiettivo. In aggiunta, per alcune specifiche categorie di dipendente è prevista l'erogazione di un premio annuo legato alla performance individuale. Allo stesso modo, a tutti i dipendenti di Colline di Canossa è riconosciuto un premio basato sulla produzione ed espertizzazione del Parmigiano Reggiano.

Nelle due Società italiane del Gruppo, i trattamenti di fine rapporto e i versamenti per i fondi pensionistici sono regolamentati dal CCNL di appartenenza ed entrambe si affidano al fondo ENFEA. Similmente, in Dalter UK è previsto un fondo pensionistico aziendale per tutti i dipendenti. Nelle Società italiane è anche prevista per tutti i dipendenti l'assicurazione sanitaria di UNISALUTE e, dal 2022, sono stati introdotti i buoni pasto per tutti i dipendenti. Inoltre, per tutti i dipendenti delle sedi italiane sono state attivate convenzioni con strutture del territorio e attraverso piattaforme digitali.

Per quanto riguarda le società estere, VIP Italia ha riconosciuto ai dipendenti privi di auto aziendale buoni benzina; mentre, Dalter UK ha fornito i seguenti benefit:

- programma "Cycle to work", in cui ai dipendenti è stato riconosciuto uno sconto del 42% sull'acquisto di una bicicletta e di accessori di loro scelta,
- smart working di due giorni a settimana per tutti i dipendenti,
- test oculistico annuale gratuito e 25 sterline per il costo degli occhiali, qualora necessari allo svolgimento dell'attività lavorativa al computer,
- premi fedeltà, quali 1 giorno di ferie aggiuntivo per ogni anno di lavoro fino ad un massimo di 30 giorni riconosciuto ai dipendenti che hanno da 5 a 10 anni di servizio; raggiunti i 10 anni di servizio il dipendente riceve un bonus di 5.000 sterline pagato in busta paga.



Il Gruppo promuove costantemente il rispetto e la tutela della persona nella sua integrità morale, culturale, fisica e professionale e dispone di strumenti e procedure in grado di garantire a tutti i lavoratori il rispetto e la tutela da qualsiasi rischio di condizionamento illecito, di disagio o pregiudizio. Il rispetto dei diritti umani e tutti gli aspetti relativi alle risorse umane sono regolati sulla base del Codice Etico, della legislazione del paese sede della società del Gruppo e della Politica HR del Gruppo DalterFood introdotta nel 2024 come parte di un piano a medio termine per la revisione e la ristrutturazione dei processi HR. Questa rappresenta il riferimento per la migliore gestione e promozione dei dipendenti, predisponendo regole e principi idonei a guidare le fasi di selezione, assunzione, on-boarding, formazione, gestione delle carriere, diversità, equità e inclusione. I principi contenuti al suo interno si applicano a tutte le società del Gruppo.

VALORI QUALI LA MERITOCRAZIA, LA LEALTÀ, LA DEDIZIONE E LO SPIRITO COLLABORATIVO ISPIRANO LE RELAZIONI ALL'INTERNO DEL GRUPPO, IL QUALE SI IMPEGNA A FAVORIRNE LA DIFFUSIONE TRA I LAVORATORI INSIEME ALLA CULTURA DELL'INTEGRAZIONE.

A supporto di ciò, si conferma che anche nel corso del 2025 non sia stato segnalato alcun episodio di discriminazione. Il miglioramento continuo, il riconoscimento del contributo di ciascuno e il perseguimento dell'eccellenza sono parte integrante del DNA del Gruppo e come tali sono incoraggiati. Per raggiungere tali obiettivi DalterFood Group adotta criteri di selezione rigorosi ed è attenta all'inserimento di valide risorse.

Nel corso del 2025, il Gruppo ha assunto 33 persone, di cui 18 uomini e 15 donne, determinando un tasso di assunzione pari al 16,3%. Analizzando il totale dei nuovi ingressi si evidenzia come il 39,2% abbia meno di 30 anni, a dimostrazione della volontà del Gruppo di incentivare l'assunzione di risorse giovani per supportare l'occupazione giovanile, specialmente nella popolazione locale, apportando così valore economico al territorio. Le cessazioni invece, sono diminuite del 29% rispetto all'anno precedente (28 cessati nel 2024), registrando un tasso di turnover in uscita del 10% con un totale di 20 uscite.

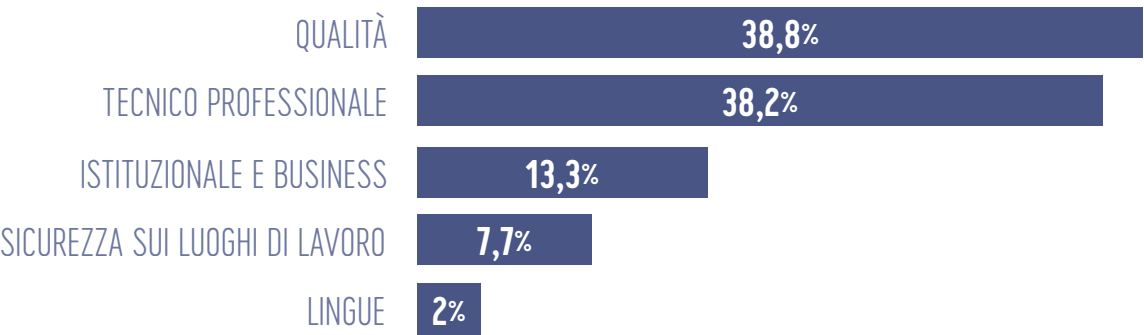
Il processo di selezione del personale si affida a diversi canali in base al profilo della figura ricercata, dalle agenzie interinali alle candidature spontanee ricevute tramite sito aziendale o direttamente consegnate nelle società del Gruppo. Negli anni, la Capogruppo ha avviato convenzioni con le Università del territorio, in particolare con UniPr, per offrire la possibilità agli studenti di svolgere tirocini curriculari in azienda, in alcuni casi risultando anche in assunzioni. Nel 2025, inoltre, Dalter Alimentari ha aperto le porte dell'azienda a percorsi di alternanza scuola-lavoro con le scuole del territorio.

La valutazione dei candidati è condotta sulla base di protocolli definiti, trasparenti e orientati esclusivamente alla ricerca dei profili che meglio rispondono alle esigenze e alle attese dell'azienda, in un'ottica meramente meritocratica, garantendo pari opportunità per tutti i soggetti interessati. Al momento dell'assunzione, per tutto il personale sia interno che esterno, sono applicate le stesse procedure aziendali: sono forniti il regolamento aziendale, il Codice Etico, la strumentazione di lavoro necessaria per le specifiche mansioni (per esempio, laptop personale e cellulare per gli impiegati e divise e Dispositivi di Protezione Individuale per gli operatori). Il processo di on-boarding prevede altresì un programma di formazione ed affiancamento definito dal Responsabile di Funzione sulla base della posizione che il neoassunto andrà a ricoprire.

SVILUPPO DELLE COMPETENZE

La valorizzazione delle professionalità e la crescita delle competenze sono un fattore strategico per la competitività sul mercato. Nel 2025 DalterFood Group ha registrato nel proprio sistema di monitoraggio un totale di 6.414 ore di formazione erogata, in crescita del 24% rispetto al 2024 (5.185 ore totali). La formazione si è concentrata su temi istituzionali e di business, di salute e sicurezza, lingue e sviluppo delle competenze di base e tecnico-specialistiche, prime fra tutte le tematiche legate alla qualità e alla sicurezza alimentare. In aggiunta, la Capogruppo ha in essere un piano di sviluppo delle competenze trasversali attraverso la realizzazione di piani di formazione dedicati in base alle competenze necessarie per lo svolgimento della propria mansione. Nel 2025 infatti, sono stati organizzati corsi di formazione ad hoc in base alla valutazione, da parte dei Responsabili di Funzione, delle competenze dei propri collaboratori così da potenziare sia le competenze tecniche (ad esempio, competenze linguistiche, utilizzo di software) che quelle trasversali (ad esempio, su comunicazione efficace e project management) inoltre, è stato iniziato un percorso di formazione sull'utilizzo dell'intelligenza artificiale in ambiti aziendali con un primo modulo base dedicato a tutti gli impiegati e un modulo avanzato, in più sessioni, per il gruppo dei "power user", coloro che, per la tipologia di attività, possono trarre maggior beneficio dall'applicazione delle nuove tecnologie ad compiti di routine.

ORE DI FORMAZIONE PER TIPOLOGIA 2025 (%)



6.414
ORE DI
FORMAZIONE



RISPETTO AL 2024

È stato inoltre creato un piano di formazione sul tema specifico della leadership e della gestione dei team che ha coinvolto in una prima fase, nel 23/24 i responsabili di funzione e nel 2025 tutti coloro che sono responsabili di team così da formare tutte le figure sul modello di leadership del Gruppo e sulla sua applicazione nel quotidiano. All'interno del progetto, un percorso specifico è stato dedicato alle figure di produzione, Capo Reparto e Capi Turno.

BENESSERE DEI LAVORATORI

Per DalterFood Group il benessere dei propri collaboratori è una priorità, per tale ragione si impegna a promuovere un ambiente di lavoro sereno e garantire, di conseguenza, il **BENESSERE PSICOFISICO E SOCIALE**. Come anticipato, il Gruppo ha reso disponibile per i suoi dipendenti un sistema di assicurazione sanitaria integrativa e la possibilità di lavorare da remoto per 5 giorni al mese per tutti i dipendenti delle sedi italiane che ricoprono posizioni compatibili con il lavoro da remoto. Nel 2024, in ottica di sostegno alla genitorialità, i giorni di smart working mensili sono stati estesi a 7 per tutti i genitori di bambini e ragazzi fino ai 10 anni. Inoltre, nel 2025 è stata introdotta la "Borsa di Studio per Merito" dedicata a tutti i figli dei dipendenti che frequentano l'università con requisiti volti a premiare il merito, con l'obiettivo di investire sulle generazioni future.



Nel 2025 il Gruppo ha stretto una collaborazione con LILT, Lega Italiana Lotta ai Tumori, con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza dei dipendenti sui corretti stili di vita. Sono stati organizzati 3 incontri informativi, con medici Lilt, sui temi della sana e corretta alimentazione, della prevenzione al femminile e della prevenzione al maschile.

IL NOSTRO OBIETTIVO È QUELLO DI CREARE UN AMBIENTE DI LAVORO SERENO E SODDISFACENTE, IN CUI CIASCUNO POSSA ESPRIMERE AL MEGLIO LE PROPRIE COMPETENZE

Per il Gruppo le richieste dei lavoratori sono una componente importante: per facilitare il dialogo, vengono svolti incontri trimestrali con il Direttore Generale, estesi a tutto il personale e, nel 2024, è stata svolta l'indagine periodica sul clima aziendale con l'obiettivo di identificare eventuali criticità e punti di forza all'interno dell'organizzazione, così da fornire una base dati utile al fine di supportare le decisioni del management. L'analisi, che si è concentrata su quattro macroaree — qualità del lavoro, percezione dell'azienda, team work e leadership —, ha evidenziato una percezione complessivamente positiva del contesto lavorativo, con utili spunti di miglioramento da approfondire. Tra i punti di forza emersi: spirito di appartenenza, apertura al cambiamento, chiarezza dei ruoli e qualità del lavoro; tra gli aspetti da migliorare: comunicazione interna, gestione del carico di lavoro, equità di genere e soddisfazione economica. I risultati contribuiranno a orientare le future azioni per il miglioramento continuo del benessere organizzativo. L'analisi sarà ripetuta nel 2026 così da verificare il valore percepito delle azioni intraprese e le direzioni strategiche di quelle future.

DIVERSITÀ E INCLUSIONE

DalterFood Group si impegna ad offrire pari opportunità nel lavoro e nell'avanzamento professionale a tutti i dipendenti. I dirigenti e i responsabili delle funzioni aziendali hanno il compito di assicurare il rispetto delle pari opportunità anche nella gestione del rapporto lavorativo, garantendo l'assenza di discriminazioni nei luoghi di lavoro, assicurando trattamenti equi basati su criteri di merito e identificando e resolvendo tempestivamente qualsiasi problema al riguardo. In aggiunta, ciascun responsabile di reparto deve garantire che nei processi di assunzione, formazione, retribuzione, promozione, trasferimento e cessazione del rapporto stesso, i dipendenti siano trattati in modo equo a prescindere dal genere di appartenenza e tenendo in considerazione le loro capacità di soddisfare i requisiti della mansione. Nel 2025, l'analisi della parità retributiva ha evidenziato un rapporto medio tra la retribuzione base delle donne rispetto a quella degli uomini pari a 0,85 per i quadri, 0,82 per gli impiegati e 0,91 per gli operai, confermando l'impegno continuo del Gruppo nella riduzione del gender pay gap all'interno delle principali categorie professionali*.

* nel calcolo della retribuzione tutti i contratti part time sono stati conteggiati sulla base del full time equivalent



LA CERTIFICAZIONE SULLA PARITÀ DI GENERE

A riprova della sensibilità del Gruppo, Dalter Alimentari S.p.A. nel 2024 ha ottenuto la **CERTIFICAZIONE UNI PDR 125:2022 SULLA PARITÀ DI GENERE**, munendosi dei presidi necessari in tema risorse umane, diversità e inclusione e promuovendo attività di formazione dedicate a questi temi. Nell'ambito di questo percorso, è stato istituito un Comitato per la Parità di Genere composto da rappresentanti dei diversi reparti aziendali, che ha sviluppato un piano triennale per la tutela della parità all'interno dell'azienda. Sono stati rivisti numerosi documenti e processi HR per adeguarli pienamente ai requisiti della certificazione ed è stata redatta una specifica Politica per la Parità di Genere.

Inoltre, è stato istituito un sistema strutturato di presidio delle diversità che prevede riunioni trimestrali del Comitato e audit interno annuale dedicato al monitoraggio continuo di questi temi. A supporto di questo impegno è stata inoltre avviata una formazione ad hoc sul linguaggio inclusivo, rivolta a tutto il personale e programmata con cadenza semestrale, così da garantire che anche i nuovi assunti possano parteciparvi. L'obiettivo è rafforzare la cultura della non discriminazione e promuovere un ambiente di lavoro rispettoso e accogliente per tutte le persone.

La certificazione, che ha valore triennale, è stata confermata dall'audit di settembre 2025



7.2 SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

Garantire un ambiente di lavoro sicuro e protetto è una delle priorità fondamentali per DalterFood Group. Per questo motivo, l'azienda adotta un approccio preventivo alla salute e sicurezza, coinvolgendo attivamente tutte le parti interessate e implementando protocolli sanitari specifici per ciascuna mansione. Oltre al supporto di enti di medicina del lavoro, ogni sito produttivo dispone di medici del lavoro incaricati, che seguono e tutelano i dipendenti attraverso un piano sanitario personalizzato. Tale piano definisce le mansioni svolte e stabilisce i relativi accertamenti sanitari obbligatori, con una calendarizzazione precisa.

DURANTE LO SVOLGIMENTO DELLE PROPRIE ATTIVITÀ, OGNI COLLABORATORE È TENUTO A RISPETTARE SCRUPolosAMENTE TUTTE LE MISURE DI SICUREZZA E PREVENZIONE, SEGUENDO LE ISTRUZIONI E LE DIRETTIVE IMPARTITE DAI REFERENTI AZIENDALI INCARICATI. QUESTO COMPORTAMENTO È FONDAMENTALE PER TUTELARE LA PROPRIA INCOLUMITÀ E QUELLA DEGLI ALTRI, EVITANDO POTENZIALI RISCHI.

DalterFood Group promuove attivamente una cultura aziendale orientata alla sicurezza, incentivando la consapevolezza dei rischi, il rispetto della normativa vigente e l'adozione di comportamenti responsabili. A tal fine, il Gruppo effettua aggiornamenti periodici della valutazione dei rischi e, in caso di infortuni, mancati infortuni o segnalazioni di situazioni potenzialmente pericolose, interviene prontamente con la revisione delle procedure esistenti, l'introduzione di nuove misure di protezione se necessarie e, dove opportuno, con nuove sessioni formative per il personale coinvolto, al fine di rafforzare la sensibilizzazione sui rischi legati alle attività operative.

Nel rispetto di quanto previsto dalla normativa in materia di sicurezza applicabile, ai fini di cui sopra, la Società invita i propri collaboratori al rispetto dei seguenti principi:

- eliminare i rischi e, ove ciò non sia possibile, ridurli al minimo,
- valutare i rischi che non possono essere evitati,
- ridurre i rischi alla fonte,
- sostituire ciò che è pericoloso con ciò che non è pericoloso o che è meno pericoloso,
- rendere prioritarie le misure di protezione collettiva rispetto alle misure di protezione individuale,
- impartire adeguate istruzioni e formazione ai lavoratori,
- tener conto del grado di evoluzione tecnologica,
- rispettare i principi ergonomici nella concezione degli spazi di lavoro e scelta oculata delle attrezzature di lavoro e dei metodi di lavoro, in particolare per attenuare il lavoro monotono e ripetitivo e ridurre l'impatto sulla salute,
- programmare la prevenzione, mirando ad una serie coerente di iniziative che integrino la tecnica, l'organizzazione del lavoro, le condizioni di lavoro, le relazioni sociali e l'influenza dell'ambiente di lavoro.

Nel corso del 2025 non si sono verificate malattie professionali. Per quanto riguarda i lavoratori esterni, non si sono verificati casi. Le malattie professionali sono derivate principalmente dalla movimentazione di carichi pesanti. Per ridurre tali eventi, il Gruppo ha implementato un processo di automazione di alcune fasi per cui era necessaria la movimentazione manuale mediante l'adozione di attrezzature più moderne (es. sollevatore a "capretta", transpallet elettrico, carrello elevatore, ecc.). nei prossimi anni saranno valutati ulteriori investimenti per ridurre la movimentazione manuale dei carichi.

Per quanto riguarda i casi di infortunio, nel 2025 si sono registrati 14 casi, di cui nessuno grave, analogamente a quanto registrato nel 2024, mentre sono aumentate del 3% le ore lavorate dai dipendenti determinando un tasso di infortunio pari a 8,8, anche quest'ultimo in diminuzione rispetto allo scorso anno il cui valore era pari a 9,1. La diminuzione registrata è strettamente correlata alla messa in sicurezza e all'automazione, dove possibile, delle fasi di lavoro più "rischiose", il Gruppo ha intensificato le azioni di formazione e sensibilizzazione sui rischi connessi alla produzione e sul corretto utilizzo dei DPI, nel 2025 è stato installato, nella sede di S. Ilario, un defibrillatore automatico esterno e sono stati formati 13 addetti al suo utilizzo, così da offrire ai dipendenti e al territorio un ulteriore strumento per la gestione di emergenze cardiache.



7.3 IL SOSTEGNO ALLE COMUNITÀ LOCALI

Il valore di un'azienda non si esaurisce nei risultati economici o nei volumi di vendita, ma si misura anche attraverso la capacità di generare impatto positivo sulla comunità da cui attinge le risorse principali. Per DalterFood Group, realtà profondamente radicata in un contesto territoriale ben definito, il legame con il territorio rappresenta un elemento essenziale e distintivo della propria identità aziendale. Il concetto di territorio comprende sia le persone che vi vivono e lavorano, contribuendo quotidianamente allo sviluppo del Gruppo, sia le risorse naturali fondamentali per la produzione dei suoi prodotti. Restituire valore a questo ecosistema non è solo un dovere etico, ma una scelta strategica che guida le azioni dell'azienda nel lungo periodo.

Nel corso degli anni, DalterFood ha creato un forte legame con il territorio in cui opera, promuovendo solidarietà e sostegno alla propria comunità, ma anche contribuendo allo sviluppo sociale, economico ed ambientale. Dal 2023 DalterFood ha supportato le squadre di minibasket di A.S.D. L.G. Competition Castelnovo né Monti, a riprova della vicinanza alla comunità di cui fanno parte i caseifici del Gruppo. Non sono presenti operazioni del Gruppo con rilevanti impatti negativi sulle comunità locali.

Il Gruppo si impegna anche per i prossimi anni alla realizzazione di progetti dedicati al benessere del territorio, basandosi su tre pilastri:



**GARANTIRE
OPPORTUNITÀ DI IMPIEGO
ALLE COMUNITÀ LOCALI**



**OPERARE NEL
RISPETTO DELL'AMBIENTE
CIRCOSTANTE**



**VALORIZZARE LE PECULIARITÀ
DEI LUOGHI DI ORIGINE
DEI PRODOTTI**

al fine di creare sviluppo per il territorio
promuovendo la filiera agroalimentare italiana.

Questi valori intrinseci e distintivi hanno portato al consolidamento di rapporti virtuosi con gli stakeholder, creando reti di relazioni di filiera con l'intento di tutelare il contesto sociale che li circonda, in particolare, nel 2025 il Gruppo ha contribuito all'acquisto di un **ECOGRAFO DI NUOVA GENERAZIONE** per reparto Radiologia dell'Ospedale Franchini di Montecchio attraverso il supporto all'associazione all'**Associazione AIBAT** (Associazione Italiana Basedowiani e Tiroidei) di Reggio Emilia.

Si tratta di una tecnologia avanzata che permetterà diagnosi sempre più precise nella prevenzione e diagnosi di patologie come quelle legate alla tiroide e, soprattutto, nella prevenzione precoce e nella cura del tumore al seno, offrendo un supporto concreto alle donne in un momento delicato della loro vita.



ALLEGATI

TABELLA DI CORRELAZIONE TRA IMPATTI, TEMI MATERIALI E GRI STANDARDS			
TEMA MATERIALE	IMPATTI - DESCRIZIONE E TIPOLOGIA	GRI STANDARD CORRELATI	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO
CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI	CONSUMI ENERGETICI – Consumo di energia da fonti rinnovabili e non rinnovabili, con conseguenti impatti negativi sull'ambiente e riduzione degli stock energetici (Negativo / Attuale)	GRI 302: Energia (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
	GENERAZIONE DI EMISSIONI GHG SCOPO 1 E 2 – Contributo al climate change mediante emissioni GHG dirette e indirette energetiche (Scope 1 e 2) legate alle attività svolte nelle sedi e siti del Gruppo (Negativo / Attuale)	GRI 305: Emissioni (2016)	
	GENERAZIONE DI EMISSIONI GHG SCOPO 3 – Contributo al climate change mediante emissioni GHG indirette (Scope 3) legate alle attività svolte lungo la catena del valore del Gruppo (Negativo / Attuale)	GRI 305: Emissioni (2016)	
ECONOMIA CIRCOLARE E GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI	PRELIEVO IDRICO – Prelievo di acqua per i propri processi produttivi con ripercussioni sulla disponibilità della risorsa idrica (Negativo / Attuale)	GRI 303: Acqua ed effluenti (2018)	Causato
	CONSUMO DI MATERIE PRIME PER IL PACKAGING – Impatto ambientale negativo legato all'utilizzo di materiali di packaging non riciclabile	GRI 301: Materiali (2016)	
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO	QUALITÀ DEI PRODOTTI – Offerta di prodotti conformi ai criteri di qualità e sicurezza allineati alle best practice del settore e attesi dal consumatore (Positivo / Attuale)	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	
	SODDISFAZIONE DEI CLIENTI – Offerta di prodotti e servizi soddisfino le esigenze dei clienti (Positivo / Attuale)	N/A	
	TRACCIABILITÀ ED ETICHETTATURA – Diffusione di informazioni imprecise, fuorvianti o ingannevoli relative all'organizzazione o ai suoi prodotti (Negativo / Potenziale)	GRI 417: Marketing ed etichettatura responsabile (2016)	
PERFORMANCE ECONOMICA	CREAZIONE DI VALORE – Generazione di valore economico e distribuzione correlata ai portatori di interesse (dipendenti, fornitori, comunità ecc.) (Positivo / Attuale)	GRI 201: Performance economica (2016)	Causato
GESTIONE DEI RIFIUTI	GENERAZIONE RIFIUTI – Inquinamento dell'ambiente dovuto alla produzione di rifiuti pericolosi e non pericolosi (Negativo / Attuale)	GRI 306: Rifiuti (2020)	Causato
INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI	SODDISFAZIONE E BENESSERE DEI DIPENDENTI – Promozione della soddisfazione e del benessere dei dipendenti attraverso l'implementazione di attività di well-being e benefit dedicati (Positivo / Attuale)	GRI 401: Occupazione (2016)	Causato
	GIUSTA REMUNERAZIONE DEL PERSONALE – Politiche di remunerazione eque che valorizzano le competenze dei lavoratori (Positivo / Attuale)	GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	
	SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE DEI LAVORATORI ATTRAVERSO ATTIVITÀ FORMATIVE - Miglioramento delle competenze dei lavoratori attraverso attività di formazione e di sviluppo professionale, programmi generali e tecnici, anche legate ad obiettivi di crescita e valutazione personalizzata (es. piani di sviluppo di carriera) (Positivo / Attuale)	GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	
	CREAZIONE DI POSTI DI LAVORO – Supporto allo sviluppo locale attraverso la creazione di posti di lavoro e l'assunzione di personale nei luoghi in cui il Gruppo è fisicamente presente (Positivo / Attuale)	GRI 202: Presenza sul mercato (2016)	

TEMA MATERIALE	IMPATTI - DESCRIZIONE E TIPOLOGIA	GRI STANDARD CORRELATI	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI – Infortuni e malattie professionali sul luogo di lavoro con conseguenze negative per la salute dei lavoratori diretti o collaboratori esterni (Negativo / Attuale)	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	Causato
	PROMOZIONE DELLA SALUTE – Contributo al miglioramento della salute dei dipendenti mediante l’adozione di iniziative di promozione della salute (Positivo / Attuale)	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	
DIVERSITA’ E INCLUSIONE	DIVERSITA’ E INCLUSIONE – Creazione di un ambiente di lavoro etico, imparziale e inclusivo delle diversità (Positivo/Attuale)	GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	Causato
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA	CREAZIONE DI UNA FILIERA LOCALE – Supporto al territorio locale mediante l’approvvigionamento da fornitori locali (Positivo / Attuale)	GRI 204: Prassi di approvvigionamento (2016)	Causato e direttamente correlato tramite i suoi rapporti commerciali
	IMPATTI AMBIENTALI, SOCIALI ED ECONOMICI LUNGO LA CATENA DI FORNITURA – I Miglioramento delle performance di sostenibilità sulla catena del valore del Gruppo mediante la selezione e la valutazione periodica di fornitori sulla base di criteri ESG (Positivo / Attuale)	GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	
SUPPORTO ALLE COMUNITA’ LOCALI	SUPPORTO ALLA COMUNITA’ LOCALE – Contributi e donazioni per eventi ed iniziative in ambito sociale e culturale (Positivo / Attuale)	GRI 413: Comunità locali (2016)	Causato
ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS	IMPATTI NEGATIVI SULLE PERSONE E SUI SISTEMI ECONOMICI GENERATI DA UNA CONDOTTA NON ETICA DEL BUSINESS – Comportamento anti competitivo e casi di corruzione con impatti negativi sull’economia e sulla reputazione aziendale (Negativo/ Potenziale)	GRI 205: Anticorruzione (2016) GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)	Causato
BENESSERE ANIMALE	MANCATA TUTELA DEL BENESSERE ANIMALE – Trattamento non etico degli animali durante l'allevamento degli stessi e mancata implementazione di misure di animal welfare che favoriscano il benessere e la sicurezza animale (Negativo/Potenziale)	N/A	
SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI	OFFERTA DI PRODOTTI SICURI E DI ELEVATA QUALITÀ E DURABILITÀ – Sviluppo di prodotti che rispettino i criteri di qualità e sicurezza allineati alle best practice del settore (Positivo/ Attuale)	N/A	
	INNOVAZIONE DI PRODOTTO E DI PROCESSO – Promozione di prodotti innovativi e attenti ai trend e alle esigenze del mercato e implementazione di attività di R&S con impatti positivi sulle aspettative degli stakeholder e sulla competitività del Gruppo (Positivo/Potenziale)		

CATEGORIA SCOPE 3	PRINCIPALI DATI DI INPUT	METODOLOGIA DI CALCOLO
1. BENI E SERVIZI ACQUISTATI	Quantità di beni acquistati, latte acquistato, spesa per servizi	Average-data method per beni e latte; spend-based method per servizi
2. BENI CAPITALI	Variazioni delle immobilizzazioni materiali	Average spend-based method
3. ATTIVITÀ LEGATE A COMBUSTIBILI ED ENERGIA	Consumi di gas naturale, carburanti ed energia elettrica	Average-data method
4. TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A MONTE	Peso trasportato, tratte, mezzi, spedizioni, spese di warehousing	Distance-based method; spend-based method per warehousing
5. SCARTI DI PRODUZIONE E RIFIUTI	Quantità di rifiuti per tipologia e trattamento	Waste type specific method
6. VIAGGI DI LAVORO	Distanze percorse, mezzi utilizzati, spese di trasferta	Distance-based method; spend-based method ove necessario
7. PENDOLARISMO DEI DIPENDENTI	Distanze casa-lavoro, mezzo utilizzato e carburante	Distance-based method
8. ASSET IN LEASING A MONTE	Canoni, superfici e tipologia di immobili	Average-data method
9. TRASPORTO E DISTRIBUZIONE A VALLE	Peso trasportato, tratte, vendite retail/ distribuzione, dati clienti disponibili	Distance-based, spend-based e average-data method
10. LAVORAZIONE DEI PRODOTTI VENDUTI	Valore delle vendite verso clienti industriali	Indirect use-phase, spend-based method
11. UTILIZZO DEI PRODOTTI VENDUTI	Consumi per refrigerazione, prodotti venduti, vita utile	Indirect use-phase method
12. FINE VITA DEI PRODOTTI VENDUTI	Quantità di packaging venduto e modalità di smaltimento	Waste type specific method
13. ASSET IN LEASING A VALLE	Superfici, tipologia di beni locati e canoni	Average-data method; spend-based method ove applicabile
14. FRANCHISING	Categoria non applicabile	n/a
15. INVESTIMENTI	Fatturato, quota di partecipazione e settore delle partecipate	Average-data method; investment-specific method

INDICATORI DI PERFORMANCE

RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

INFORMATIVA GRI STANDARDS 301-1: MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME					
TIPOLOGIA DI MATERIALE	UNITÀ DI MISURA	2024		2025	
		RINNOVABILE	NON RINNOVABILE	RINNOVABILE	NON RINNOVABILE
TOTALE MATERIALI CORRELATI AL PROCESSO					
Latte	litri	40.457.585	-	41.158.942	-
Formaggi acquistati	kg	14.697.477	-	15.480.870	-
TOTALE MATERIALI PER CONFEZIONAMENTO					
Derivati plastici (es. film, sacchi, coperchi, vassoi e vaschette) ¹¹	kg	-	329.618	-	357.976
Etichette	N	15.137.150	131.780	12.361.050	92.400
Cartoni	kg	541.159	-	535.754	-
TOTALE ALTRO					
Altre materie prime utilizzate - Cellulosa	kg	28.800	-	18.990	-
Pallet legno (circuito CHEP)	N	27.392	-	22.441	-
Pallet plastica (circuito CHEP)	N	-	1.675	-	2.032
Technifill		-	575	-	640

INFORMATIVA GRI STANDARDS 301-2: MATERIALI UTILIZZATI CHE PROVENGONO DA RICICLO ¹²		
MATERIALE	2024	2025
	% DI MATERIALE RICICLATO	% DI MATERIALE RICICLATO
Cartone ondulato	85%	85%
Imballaggi plastica	10%	9%

INFORMATIVA GRI STANDARDS: 301-3 PRODOTTI RECUPERATI E I RELATIVI MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO		
PRODOTTI RECUPERATI E I RELATIVI MATERIALI DI CONFEZIONAMENTO PER CIASCUNA CATEGORIA DI PRODOTTO	2024 %	2025 %
Siero da latte da trasformazione	100%	100%
Panna di affioramento	100%	100%
Croste	2%	2%
Piatti	3%	3%
Fresature	1%	1%
Categoria 3	1%	1%

¹¹ La tipologia di materiale specificata include anche alcune componenti in cartone. Poiché in parte minoritaria, sono state comunque considerate nella medesima voce.

¹² Il perimetro di rendicontazione dell'informativa comprende la sola Dalter Alimentari S.p.A.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 302-1: ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE			
ENERGIA UTILIZZATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE		2024	2025
Consumo totale di energia [GJ]		40.950	43.881
di cui da fonti non rinnovabili [GJ]		27.431	29.233
di cui da fonti rinnovabili [GJ]		13.519	14.648
di cui energia elettrica [GJ] acquistata		13.583	11.628
di cui da fonti non rinnovabili [GJ]		63	64
di cui da fonti rinnovabili [GJ]		13.519	11.564
di cui energia elettrica [GJ]) autoprodotta		-	3.114
di cui consumata [GJ]		-	3.084
di cui ceduta in rete [GJ]		-	30
di cui combustibile [GJ]		27.368	29.170
gas naturale [GJ]		26.260	27.947
gasolio per riscaldamento [GJ]		23	23
gasolio per flotta auto [GJ] ¹³		710	860
benzina per flotta auto [GJ]		375	340

INFORMATIVA GRI STANDARDS 305-1: EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1)			
EMISSIONI DIRETTE DI SCOPE 1			
SCOPE 1	UNITÀ DI MISURA	2024	2025
Vettori energetici ad uso riscaldamento/produzione			
Gas Naturale	tCO _{2e}	1.335	1.421
Gasolio per riscaldamento	tCO _{2p}	1	2
Flotta auto – Uso aziendale			
Gasolio	tCO _{2e}	47	58
Benzina	tCO _{2p}	23	20
Gas refrigeranti ¹⁴			
R-448A	tCO _{2e}	233	291
R-427A	tCO _{2e}	50	0
R-407F	tCO _{2e}	17	0
Totale emissioni Scope 1 ¹⁵	tCO _{2e}	1.706	1.792

INFORMATIVA GRI STANDARDS 305-2: EMISSIONI INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)			
EMISSIONI TOTALI DIRETTE E INDIRETTE	UNITÀ DI MISURA	2024	2025
Emissioni dirette Scope 1	tCO _{2e}	1.706	1.792
Emissioni indirette Scope 2 – Location-Based	tCO _{2e}	1.050	899
Emissioni indirette Scope 2 – Market-Based	tCO _{2e}	13	13

¹³ Tutte le auto sono state considerate come “ad uso aziendale”, sia per il 2024 che per il 2025.

¹⁴ Il calcolo relativo ai gas refrigeranti relativo al 2024 è stato aggiornato a seguito della rettifica dei valori presenti nei database aziendali. Per tale motivo, i valori rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2024, pari a 39 tCO_{2e} per R-448A, 19 tCO_{2e} per R-134A stati rideterminati rispettivamente in 233 tCO_{2e} e 0 tCO_{2e}.

¹⁵ Il calcolo relativo al totale delle emissioni Scope 1 relativo al 2024 è stato aggiornato a seguito della rettifica dei valori presenti nei database aziendali relativi ai gas refrigeranti, come sopra indicato Al fine di garantire la comparabilità dei dati, il valore del totale delle emissioni Scope 1 rendicontato nel Bilancio di Sostenibilità 2024, pari a 1332 tCO_{2e} è stato rideterminato in 1706 tCO_{2e}.

FATTORI DI CONVERSIONE			
	2024 GJ	2025 GJ	FONTE
1 kWh	0,0036	0,0036	costante
1 smc di gas naturale per riscaldamento/produzione	0,0402	0,0406	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024, 2025
1 l Diesel - flotta auto	0,0378	0,0379	
1 l di benzina - flotta auto	0,0341	0,0339	

FATTORI DI EMISSIONE ¹⁶			
	2024	2025	FONTE
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Location based - Italia	0,0003	0,0003	AIB, European Supplier Mixes, 2024, 2025
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Location based - Germania	0,0004	0,00004	AIB, European Supplier Mixes, 2024, 2025
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Market based - Italia	0,0004	0,0004	AIB, European Residual Mixes, 2024, 2025
Emissioni indirette – Scope 2 (tCO ₂ /KWh) – Market based - Germania	0,0007	0,0007	AIB, European Residual Mixes, 2024, 2025
Gas naturale per riscaldamento/produzione (tCO _{2e} /smc)	0,0020	0,0021	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024, 2025
Gasolio per autotrazione (tCO _{2e} /l)	0,0025	0,0026	
Benzina per autotrazione (tCO _{2e} /l)	0,0021	0,0021	
Gas refrigeranti R-448A (tCO _{2e} /ton)	1,387	-	Scheda tecnica - GWP 100
Gas refrigeranti R-427A (tCO _{2e} /ton)	2,024	-	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024
Gas refrigeranti R-407F (tCO _{2e} /ton)	1,674	-	UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024

INFORMATIVA GRI STANDARDS 303-3: PRELIEVO IDRICO					
PRELIEVO IDRICO ¹⁷					
FONTE DEL PRELIEVO	UNITÀ DI MISURA	2024		2025	
		TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO	TUTTE LE AREE	AREE A STRESS IDRICO
Acqua di parti terze (totale)	Megalitri	52 ¹⁸	-	52	-
Acqua dolce (≤ 1000 mg/L solidi disciolti totali)	Megalitri	52	-	52	-
Altra acqua (> 1000 mg/L solidi disciolti totali)	Megalitri	-	-	-	-

INFORMATIVA GRI STANDARDS 306-3: RIFIUTI PRODOTTI					
RIFIUTI					
COMPOSIZIONE DEI RIFIUTI	UNITÀ DI MISURA	2024		2025	
		PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI
Ferro e Acciaio	TON	-	17,7	-	21
Fanghi da trattamento affluenti	TON	-	460,6	-	676
Imballaggi di plastica	TON	-	69,0	-	60,45
Imballaggi in carta e cartone	TON	-	40,2	-	39,6
Scarti inutilizzabili	TON	-	486,0	-	529
Imballaggi misti	TON	-	-	-	6,74
Altro valore	TON	-	-	-	4,96
Totale	TON	-	1.073,6	-	1.337,75

¹⁶ I fattori di emissione riportati da AIB, European Residual Mixes versione 2024 e 2025, sono espressi in tonnellate di CO₂; tuttavia, la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO_{2e}), come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

¹⁷ I prelievi idrici 2024 e 2025 di Colline di Canossa S.r.l. sono stati stimati sulla base delle ultime letture reali dei contatori disponibili.

¹⁸ Il calcolo del prelievo idrico relativo al 2024 è stato aggiornato a seguito della rettifica dei valori presenti nei database aziendali. Per tale motivo, il valore del prelievo idrico rendicontato nel Bilancio di Sostenibilità 2024, pari a 41, è stato rideterminato in 52 ML.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

INFORMATIVA GRI STANDARDS 204-1: PROPORZIONE DI SPESA ¹⁹ VERSO FORNITORI LOCALI		
PROPORZIONE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI		
AREA GEOGRAFICA	% SPESA AL 31 DICEMBRE 2024	% SPESA AL 31 DICEMBRE 2025
Locale - Italia	81%	77,7%
Non locale - Estero	19%	22,3%
Totale	100%	100%

INFORMATIVA GRI STANDARDS 2-7: INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI E GLI ALTRI LAVORATORI						
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (TEMPO INDETERMINATO E DETERMINATO) E GENERE						
TIPOLOGIA CONTRATTUALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Italia	101	64	165	107	68	175
A tempo indeterminato	85	60	145	97	64	161
A tempo determinato	16	4	20	10	4	14
A ore non garantite	-	-	-	-	-	-
Italia – Full time/Part-Time	101	64	165	107	68	175
di cui full- time	97	54	151	103	58	161
di cui part-time	4	10	14	4	10	14
UK	3	3	6	2	6	8
A tempo indeterminato	3	3	6	2	5	7
A tempo determinato	-	-	-	-	1	1
UK – Full time/ Part- Time	3	3	6	2	6	8
di cui full- time	3	1	4	2	4	6
di cui part-time	-	2	2	-	2	2
Germania	7	10	17	7	11	18
A tempo indeterminato	6	7	13	7	10	17
A tempo determinato	1	3	4	-	1	1
Germania – Full time/ Part- Time	7	10	17	7	11	18
di cui full- time	7	10	17	7	11	18
di cui part-time	-	-	-	-	-	-

¹⁹ La spesa considerata include servizi e acquisti di prodotti quali formaggi, materiali di consumo, imballaggi primari, ingredienti e attrezzature. Il valore presentato include le voci per le quali è stato possibile raccogliere i dati in euro, sono pertanto escluse le voci di acquisto espresse esclusivamente in kg.

TIPOLOGIA CONTRATTUALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Lettonia	1	-	1	1	-	1
A tempo indeterminato	1	-	-	1	-	-
A tempo determinato	-	-	-	-	-	-
Lettonia – Full time/ Part- Time	1	-	1	1	-	1
di cui full- time	-	-	-	-	-	-
di cui part-time	1	-	-	1	-	-
Totale	112	77	189	117	85	202

INFORMATIVA GRI STANDARDS 2-8: LAVORATORI CHE NON SONO DIPENDENTI						
NUMERO DI LAVORATORI ESTERNI (FTE) LE CUI MANSIONI SONO CONTROLLATE DALL’ORGANIZZAZIONE						
RAPPORTO CONTRATTUALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Stagisti o tirocinanti	-	0	0	0	-	0
Lavoratori autonomi	1	-	1	1	-	1
Interinali	8	6	14	5	4	9
Totale	9	6	15	6	4	10

INFORMATIVA GRI STANDARDS 2-21: RAPPORTO DI RETRIBUZIONE TOTALE ANNUALE ²⁰		
RAPPORTO DI RETRIBUZIONE TOTALE ANNUALE ²¹	2024	2025
Rapporto fra la retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione ²² e la mediana della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) ²³	9,39	9,21
Rapporto fra la variazione percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e la mediana della variazione percentuale della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona) ²⁴	-	0

²⁰ La metodologia di calcolo della retribuzione totale è stata aggiornata, prevedendo la riparametrizzazione dei part-time sui full-time (ETP) e includendo la società Baltic Cheese SIA. Al fine di garantire la comparabilità dei dati, il valore del rapporto di retribuzione totale annuale rendicontato nel Bilancio di Sostenibilità 2024, pari a 10, è stato rideterminato in 9,39.

²¹ La retribuzione annuale include lo stipendio base fisso più gli importi aggiuntivi corrisposti ai dipendenti come, nel caso del Gruppo Dalter, i buoni pasto e i benefit alloggio erogati durante l’anno e i premi variabili previsti per i dipendenti in forza al 31 dicembre. Il totale dei buoni pasto è stato stimato moltiplicando il valore dei buoni per la media dei giorni lavorativi al mese. Per i dipendenti part-time sono stati utilizzati tassi di retribuzione equivalenti a tempo pieno (ETP).

²² La persona che riceve la massima retribuzione ricopre la carica di Direttore Generale.

²³ Il tasso è calcolato come rapporto tra la retribuzione totale annua per l’individuo con retribuzione più alta dell’organizzazione e i valori mediani della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (ad esclusione dell’individuo con la retribuzione più alta).

²⁴ Il tasso è calcolato come il rapporto tra la variazione percentuale della retribuzione totale annua per l’individuo con retribuzione più alta dell’organizzazione e il valore mediano della variazione percentuale della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (ad esclusione dell’individuo con retribuzione più alta).

INFORMATIVA GRI STANDARDS 202-2: PROPORZIONE DI SENIOR MANAGER ASSUNTI DALLA COMUNITÀ LOCALE						
MANAGEMENT PROVENIENTE DAI COMUNI E PROVINCE LIMITROFE DELLE SEDI DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO						
NUMERO DI PERSONE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Management ²⁵	12	5	17	14	5	19
Di cui assunto localmente ²⁶	12	5	17	14	5	19
Percentuale	100%	100%	100%	100%	100%	100%

INFORMATIVA GRI STANDARDS 401-1: NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER								
NUMERO DI ASSUNZIONI								
NUMERO DI PERSONE	2024				2025			
	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE
Italia	11	15	4	30	12	11	5	28
Uomini	7	12	3	22	10	5	3	18
Donne	4	3	1	8	2	6	2	10
UK	-	-	-	-	1	3	-	4
Uomini	-	-	-	-	-	-	-	-
Donne	-	-	-	-	1	3	-	4
Lettonia	-	-	-	-	-	-	-	-
Uomini	-	-	-	-	-	-	-	-
Donne	-	-	-	-	-	-	-	-
Germania	2	4	-	6	-	1	-	1
Uomini	1	1	-	2	-	-	-	-
Donne	1	3	-	4	-	1	-	1
Totale	13	19	4	36	13	15	5	33
Uomini	8	13	3	24	10	5	3	18
Donne	5	6	1	12	3	10	2	15

²⁵ Con management si intendono le categorie professionali di dirigenti e quadri.
²⁶ Con locale si fa riferimento alle città in cui si trovano le sedi delle società del Gruppo e alle loro province: Parma, Reggio Emilia, Exeter (UK) e Beilstein (DE).

NUMERO DI CESSAZIONI								
NUMERO DI PERSONE	2024				2025			
	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE
Italia	7	10	6	23	6	8	4	18
Uomini	6	7	4	17	3	7	2	12
Donne	1	3	2	6	3	1	2	6
UK	-	-	-	-	1	1	-	2
Uomini	-	-	-	-	-	-	-	-
Donne	-	-	-	-	1	1	-	2
Lettonia	-	-	-	-	-	-	-	-
Uomini	-	-	-	-	-	-	-	-
Donne	-	-	-	-	-	-	-	-
Germania	-	3	2	5	-	-	-	-
Uomini	-	1	1	2	-	-	-	-
Donne	-	2	1	3	-	-	-	-
Totale	7	13	8	28	7	9	4	20
Uomini	6	8	5	19	3	7	2	12
Donne	1	5	3	9	4	2	2	8

PERCENTUALE DI TURNOVER 2025	PER FASCIA D'ETÀ				PER GENERE		
	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Totale	18%	5%	2%	6%	5%	8%	6%
Assunzioni	39%	14%	8%	16%	15%	18%	16%
Cessazioni	21%	8%	7%	10%	10%	9%	10%

INFORMATIVA GRI STANDARDS 403-9: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO ²⁷		
INFORTUNI SUL LAVORO – LAVORATORI DIPENDENTI	2024	2025
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi) ²⁸	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	14	14
di cui lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni	1	2
di cui distorsioni, traumi, lussazioni, fratture e stiramenti	13	12
Ore lavorate	308.628	317.314
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro ²⁹	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi) ³⁰	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili³¹	9,1	8,8

INFORTUNI SUL LAVORO – LAVORATORI ESTERNI	2024	2025
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi (escludendo i decessi)	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	3	1
di cui lesioni superficiali, ferite aperte e ustioni	-	1
di cui distorsioni, traumi, lussazioni, fratture e stiramenti	3	0
Ore lavorate³²	20.444	22.956
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	29,3	8,7

INFORMATIVA GRI STANDARDS 403-10: MALATTIE PROFESSIONALI ³³		
MALATTIE PROFESSIONALI DIPENDENTI	2024	2025
Numero di casi di decessi derivanti da malattie professionali	-	-
Numero di casi di malattie professionali registrabili	-	-

²⁷ I dati relativi agli infortuni dei collaboratori esterni includono le sole categorie dei lavoratori somministrati, autonomi e stagisti e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui il Gruppo non esercita un controllo diretto.

²⁸ Con infortunio sul lavoro grave si fa riferimento a un infortunio sul lavoro che porta a un decesso o a un danno tale per cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

²⁹ Il tasso di decessi è calcolato come il rapporto tra i decessi dovuti a infortuni sul lavoro avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

³⁰ Il tasso di infortuni gravi è calcolato come il rapporto tra gli infortuni gravi avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

³¹ Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è calcolato come il rapporto tra gli infortuni sul lavoro registrati avvenuti nell'anno di riferimento e le ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

³² Il dato relativo alle ore lavorate dai lavoratori esterni nella Società Dalter UK Ltd è stato stimato sulla base dei giorni lavorabili nei due anni di riferimento e un numero di ore di lavoro settimanali assimilabili a un part-time al 95%.

³³ La metodologia del calcolo del numero di casi di malattie professionali registrabili è stato aggiornato, prevedendo solo i casi riconosciuti dall'INAIL, anziché le denunce pervenute durante l'anno. Al fine di garantire la comparabilità dei dati, il valori pari a 2 nel Report di Sostenibilità 2024, è stato pertanto rideterminato a 0.

INFORMATIVA GRI STANDARDS 404-1: ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE						
ORE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE						
CATEGORIA PROFESSIONALE	2024			2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Dirigenti	208	-	208	344	-	344
Quadri	359	112	471	682	103	785
Impiegati	838	1.262	2.100	574	958	1.532
Operai	1.216	1.109	2.406	2.109	1.563	3.753
Totale	2.621	2.564	5.185	3.790	2.624	6.414

ORE PRO-CAPITE						
CATEGORIA PROFESSIONALE	2024			2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Dirigenti	69	-	69	115	-	115
Quadri	40	22	34	62	21	49
Impiegati	32	33	33	22	27	25
Operai	16	35	22	27	40	31
Totale	23	33	27	31	33	32

INFORMATIVA GRI STANDARDS 405-1: DIVERSITÀ DEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI						
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE						
CATEGORIA PROFESSIONALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Dirigenti	3	-	3	3	-	3
Quadri	9	5	14	11	5	16
Impiegati	26	38	64	26	36	62
Operai	74	34	108	82	39	121
Totale	112	77	189	122	80	202

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCIA D'ETÀ								
CATEGORIA PROFESSIONALE	AL 31 DICEMBRE 2024				AL 31 DICEMBRE 2025			
	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE
Dirigenti	-	1	2	3	-	1	2	3
Quadri	-	5	9	14	-	7	8	15
Impiegati	11	37	16	64	9	38	16	63
Operai	18	61	29	108	24	64	33	121
Totale	29	104	56	189	33	110	59	202

CATEGORIE PROTETTE							
CATEGORIA PROFESSIONALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025			
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE	
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	4	5	1	4	5	5
Operai	2	2	4	2	2	4	4
Totale	3	6	9	3	6	9	9

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E FASCIA D'ETÀ (PERCENTUALE)								
CATEGORIA PROFESSIONALE	AL 31 DICEMBRE 2024				AL 31 DICEMBRE 2025			
	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI	TOTALE
Dirigenti	0%	33%	67%	100%	0%	33%	67%	100%
Quadri	0%	36%	64%	100%	0%	47%	53%	100%
Impiegati	17%	58%	25%	100%	14%	60%	25%	100%
Operai	17%	56%	27%	100%	20%	53%	27%	100%
Totale	15%	55%	30%	100%	16%	54%	29%	100%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE						
CATEGORIA PROFESSIONALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Dirigenti	100%	0%	100%	100%	0%	100%
Quadri	64%	36%	100%	69%	31%	100%
Impiegati	41%	59%	100%	42%	58%	100%
Operai	69%	31%	100%	68%	32%	100%
Totale	59%	41%	100%	60%	40%	100%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI APPARTENENTI A CATEGORIE PROTETTE PER CATEGORIA						
CATEGORIA PROFESSIONALE	AL 31 DICEMBRE 2024			AL 31 DICEMBRE 2025		
	UOMO	DONNA	TOTALE	UOMO	DONNA	TOTALE
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	4%	11%	8%	4%	11%	13%
Operai	1%	6%	4%	2%	5%	3%
Totale	3%	8%	5%	2%	8%	4%

INFORMATIVA GRI STANDARDS 405-2: RAPPORTO TRA SALARIO DI BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI ³⁴				
RAPPORTO TRA SALARIO DI BASE ³⁵ E RETRIBUZIONE ³⁶ PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE ³⁷				
CATEGORIA PROFESSIONALE	RAPPORTO SALARIO BASE DONNE/UOMINI		RAPPORTO RETRIBUZIONE DONNE/UOMINI	
	AL 31 DICEMBRE 2024	AL 31 DICEMBRE 2025	AL 31 DICEMBRE 2024	AL 31 DICEMBRE 2025
Dirigenti ³⁸	-	-	-	-
Quadri	0,90	0,91	0,84	0,85
Impiegati	0,90	0,85	0,90	0,82
Operai	0,90	0,91	0,90	0,91

³⁴ La metodologia di calcolo del salario di base e della retribuzione totale è stata aggiornata, prevedendo la riparametrizzazione dei part-time sui full-time (ETP) e includendo la società Baltic Cheese SIA. Al fine di garantire la comparabilità dei dati, i valori relativi al salario base rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2024, pari a 0.86 per i quadri, 0.93 per gli impiegati, 0.88 per gli operai, sono stati rideterminati in 0,90 per i quadri, 0,90 per gli impiegati e 0,90 per gli operai. I valori relativi alla retribuzione totale rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità 2024, pari a 0,79 per i quadri, 0,92 per gli impiegati e 0,88 per gli operai sono stati rideterminati in 0.85 per i quadri, 0.82 per gli impiegati, 0.91 per gli operai.

³⁵ Lo stipendio base è l'importo fisso minimo corrisposto a un dipendente per l'esecuzione delle mansioni che gli sono state assegnate.

³⁶ La retribuzione annuale include lo stipendio base fisso più gli importi aggiuntivi corrisposti ai dipendenti come, nel caso del Gruppo Dalter, i buoni pasto e i benefit alloggio erogati durante l'anno e i premi variabili previsti per i dipendenti in forza al 31 dicembre. Il totale dei buoni pasto è stato stimato moltiplicando il valore dei buoni per la media dei giorni lavorativi al mese.

³⁷ Per i dipendenti part-time sono stati utilizzati tassi di retribuzione equivalenti a tempo pieno (ETP).

³⁸ Il rapporto non è espresso perché non ci sono, negli anni 2024 e 2025, donne con la qualifica di dirigente. Il dato del 2024 è stato quindi ricalcolato secondo questo principio.

INDICE DEI CONTENUTI GRI

DICHIARAZIONE D'USO	DalterFood Group ha redatto il presente Bilancio di Sostenibilità in conformità ai GRI Standards per il periodo dal 1 gennaio - 31 dicembre 2024				
GRI 1 UTILIZZATO	GRI 1: Foundation 2021				
STANDARD DI SETTORE GRI PERTINENTE	N/A				
GRI STANDARDS	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE		
			INFORMAZIONI OMESSE	MOTIVO	SPIEGAZIONE
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2: Informative Generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	p. 19			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	p. 7			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	p. 8			
	2-4 Revisione delle informazioni	p. 8			
	2-5 Assurance esterna	p. 8			
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	p. 7; p. 27; p. 28; p. 31			
	2-7 Dipendenti	p. 54; p. 67-68			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	p. 54; p. 68			
	2-9 Struttura e composizione della governance	p. 19			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	p. 20			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	p. 20			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	p. 19			
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	p. 20			
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	p. 7			
	2-15 Conflitti d'interesse	p. 20			
	2-16 Comunicazioni delle criticità	p. 24			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	p. 20			
	2-18 Valutazione delle performance del massimo organo di governo	p. 20			
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	p. 20; p. 55			
	2-20 Procedura di determinazione della remunerazione	p. 20			
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	p. 20; p. 68	(b)	Informazioni non disponibili/incomplete	A causa del cambiamento del gestionale dei dati relativi alle risorse umane avvenuto nel corso del 2025 non è possibile ricondurre i codici dipendente del 2024 con i codici 2025.
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	p. 3			
	2-23 Impegno in termini di policy	p. 22, p. 24			
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	p. 10; p. 24			

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE		
			INFORMAZIONI OMESSE	MOTIVO	SPIEGAZIONE
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2: Informative Generali 2021	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	p. 24			
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	p. 24			
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	p. 23			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	p. 37			
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	p. 13			
	2-30 Contratti collettivi	p. 55			
TEMI MATERIALI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	p. 12			
	3-2 Elenco di temi materiali	p. 12			
PERFORMANCE ECONOMICA					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 26; p. 62-63			
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	p. 26			
ETICA E INTEGRITÀ DI BUSINESS					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 22; p. 62-63			
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	p. 24			
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016	206-1 Azioni legali relative a comportamento anti-competitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	p. 24			
CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p.49; p. 62-63			
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	p. 49; p. 65			
	302-3 Intensità energetica	p. 49			
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	p. 50; p. 65-66			
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	p. 50; p. 65-66			
	305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	p. 51			
ECONOMIA CIRCOLARE E GESTIONE DELLE RISORSE NATURALI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p.45-48; p. 62-63			
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	p. 45; p. 64			
	301-2 Materiali d’ingresso riciclati utilizzati	p. 48; p. 64			
	301-3 Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento	p. 45; p. 64			
GRI 303: Acqua ed effluenti	303-3 Prelievo idrico	p. 66			

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE		
			INFORMAZIONI OMESSE	MOTIVO	SPIEGAZIONE
GESTIONE DEI RIFIUTI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 45-46; p. 62-63			
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3 Rifiuti generati	p. 46; p. 66			
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO					
GRI 3 Temi materiali 2021	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	p. 62-63			
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	p. 59			
	403-2 Identificazione e valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	p. 59			
	403-3 Servizi sanitari sul lavoro	p. 59			
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	p. 59			
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	p. 57; p. 60			
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	p. 59			
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	p. 59			
	403-9 Infortuni sul lavoro	p. 60; p. 71			
	403-10 Malattia professionale	p. 60; p. 71			
INCLUSIONE, BENESSERE E CRESCITA DEI DIPENDENTI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 54-48; p. 62-63			
GRI 202: Presenza sul mercato 2016	202-2 Percentuale di alta dirigenza assunta attingendo dalla comunità locale	p. 69			
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti	p. 56; p. 69-70			
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione all’anno per dipendente	p. 57; p. 72			
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	p. 58; p. 74			
DIVERSITÀ E INCLUSIONE					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 58; p. 62-63			
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	p. 54; p. 58; p. 72-74			
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	p. 56			
QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 39-42; p. 62-63			
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	p. 41			
	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	p. 42			

GRI STANDARDS	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE		
			INFORMAZIONI OMESSE	MOTIVO	SPIEGAZIONE
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti relativi all’etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	p. 40			
	417-2 Episodi di non conformità concernenti l’etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	p. 40			
	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	p. 40			
GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p. 31-34; p. 62-63			
GRI 204: Prassi di approvvigionamento	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	p. 67			
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	p. 33			
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori selezionati in base a criteri sociali	p. 33			
SUPPORTO ALLE COMUNITÀ LOCALI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	p.61; p. 62-63			
GRI 413: Comunità locale 2016	413-2 Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	p. 61			

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

**Al Consiglio di Amministrazione di
Dalter Alimentari S.p.A.**

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (“*limited assurance engagement*”) del Bilancio di Sostenibilità di Dalter Alimentari S.p.A. e sue controllate (di seguito anche “Gruppo”) relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

Responsabilità del Management per il Bilancio di Sostenibilità

Il Management di Dalter Alimentari S.p.A. è responsabile per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai “*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*” definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* (di seguito “GRI Standards”), come descritto nella sezione “Nota metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Il Management è altresì responsabile per quella parte del controllo interno da esso ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Il Management è inoltre responsabile per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l’identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell’*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) emesso dall’*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica il Principio internazionale sulla gestione della qualità (ISQM Italia) 1 in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards.

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Santa Sofia, 28 - 20122 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.688.930,00 i.v.

Codice Fiscale/Registro delle Imprese di Milano Monza Brianza Lodi n. 03049560166 - R.E.A. n. MI-1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata (“DTTL”), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche “Deloitte Global”) non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l’informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all’indirizzo www.deloitte.com/about.

© Deloitte & Touche S.p.A.

Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel “*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*” (di seguito “ISAE 3000 Revised”), emanato dall’*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di *limited assurance*.

Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l’ISAE 3000 Revised (“*reasonable assurance engagement*”) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all’acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1) analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- 2) comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo “Il valore economico generato e condiviso” del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
- 3) comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Dalter Alimentari S.p.A. e con il personale di Colline di Canossa e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo e società controllate:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le seguenti società e siti, sede e sito produttivo di Sant’Ilario d’Enza (RE) per Dalter Alimentari S.p.A. e sito produttivo di Sant’Ilario d’Enza (RE) per Colline di Canossa, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco o riunioni da remoto nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo relativo all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo “Nota metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità in relazione all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 non sono stati sottoposti a verifica.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Luca Pasquini
Socio

Parma, 8 ottobre 2026

**RINGRAZIAMO TUTTI I NOSTRI COLLABORATORI CHE HANNO ATTIVAMENTE
PARTECIPATO ALLA REALIZZAZIONE DEL NOSTRO BILANCIO.**

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025
di DalterFood Group

SUPPORTO INTERNO DALTERFOOD GROUP PER LO SVILUPPO EDITORIALE:
Direzione Aziendale e Responsabili di funzione

PROGETTO GRAFICO ED IMPAGINAZIONE
Blureflex Advertising

FOTOGRAFIE
Archivio DalterFood Group, Freepik



DALTERFOOD GROUP

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

www.dalterfood.com

info@dalterfood.com

 DalterFood Group