



REPORT SOSTENIBILITÀ

REPORT INDICE

00	COMPAGNIA DEI CARAIBI REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2023	p.
0.1	Introduzione	3
0.2	Lettera della Governance	4
1.0	LA NOSTRA IDENTITÀ	6
1.1	La Governance del Gruppo	7
1.2	La storia	11
1.3	Le Aziende	13
1.4	Plants & Warehouse	19
1.5	I processi di produzione	23
1.6	I brand, prodotti e servizi	25
2.0	IL CONTESTO	32
2.1	Il mercato	33
2.2	Il valore creato e distribuito	34
2.3	Gli Stakeholder	36
3.0	CONDOTTA AZIENDALE	38
3.1	La Governance di Sostenibilità	39
3.2	Società Benefit e BCorp	40
3.3	Etica e compliance	44
3.4	I temi materiali	47
3.5	CDC e l'Agenda 2030	53
3.6	Rischi e modalità di gestione	58
4.0	CAMBIAMENTO CLIMATICO	73
4.1	La gestione energetica	74
4.2	Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81
4.3	Compensazione emissioni di gas serra	84
5.0	INQUINAMENTO	85
5.1	Gestione dei rifiuti	87
6.0	RISORSE IDRICHE E MARINE	88
6.1	Consumo di acqua	89

7.0	BIODIVERSITÀ ED ECOSISTEMI	91
7.1	Salvaguardia della biodiversità	92
8.0	UTILIZZO DELLE RISORSE E ECONOMIA CIRCOLARE	94
8.1	Ecodesign dei prodotti	95
8.2	Risorse utilizzate ed economia circolare	97
9.0	OWN WORKFORCE	98
9.1	Pratiche e politiche sul luogo di lavoro	99
9.2	I nostri numeri	101
9.3	Azienda, cultura e talento	106
9.4	Inclusione e diversità	111
9.5	Welfare aziendale	113
9.6	Ricerca, innovazione e sviluppo	115
9.7	Salute e sicurezza sul lavoro	116
10.0	LAVORATORI NELLA SUPPLY-CHAIN	117
10.1	L'approccio alla sostenibilità ambientale e sociale dei fornitori	118
11.0	COMUNITÀ	121
11.1	Attività culturali	122
11.2	Attenzione alle comunità locali	125
12.0	CONSUMATORI E UTENTI FINALI	128
12.1	Food safety e salute del consumatore	129
12.2	Customer satisfaction	130
12.3	Promozione del consumo consapevole	133
13.0	NOTA METODOLOGICA	135
14.0	APPENDICE	138
14.1	Riepilogo dei dati	139
14.2	Obiettivi futuri	150
14.3	Matrice di raccordo Società Benefit	153
14.4	Indice dei contenuti GRI ed ESRS	173

00/01

INTRODUZIONE

Compagnia dei Caraibi pubblica volontariamente per il terzo anno consecutivo il proprio Report di Sostenibilità, che a partire dalla presente edizione amplia il proprio perimetro di rendicontazione per comprendere tutte le società del Gruppo.

I numeri e le informazioni rappresentati sono da intendersi generalmente come riferite a tutto il gruppo, laddove invece sono riferite alle singole società, questo verrà specificatamente indicato.

L'obiettivo è quello di illustrare in che modo le aziende del gruppo si impegnano a creare valore, in senso diversificato e ampio, nel breve, medio e lungo periodo per tutti gli stakeholder. Questo documento illustra le attività realizzate e condivide gli obiettivi strategici per il futuro, basati su criteri ambientali, sociali e di governance (ESG).

Il report ha valenza di Relazione di impatto necessaria per le Società Benefit.

Il periodo di rendicontazione si riferisce all'esercizio fiscale 2023.

Questo documento è visibile anche online su www.compagniadecaraibi.com.

Le informazioni sono state raccolte tramite il sito web aziendale, i database, la contabilità e varie fonti che documentano le attività svolte.

Per tutti i vostri feedback sul documento, scrivete a esg@compagniadecaraibi.com

00/02

LETTERA DELLA GOVERNANCE

Il momento attuale è caratterizzato da una profonda e continua trasformazione tecnologica, ambientale e sociale, i cui effetti contaminano in modo tangibile il mondo delle aziende, dell'economia e della società in senso più ampio.

Il 2023 è stato un anno straordinariamente impegnativo e sfidante, per la Società e per l'intero mercato: il contesto macroeconomico porta in modo evidente gli effetti dell'ultimo triennio caratterizzato da pandemia e conflitti internazionali. In questo scenario, che ha richiesto un significativo effort in termini di risorse ed energie, non abbiamo però mai perso di vista i nostri valori e il conseguente impegno verso temi di sostenibilità sociale e ambientale. Questo a conferma dell'importanza che questi argomenti rappresentano per il nostro Gruppo.

Crediamo fortemente che il percorso verso un modello di business sempre più sostenibile sia necessario e possibile, sebbene non rappresenti la via più

semplice. Per guidare questa evoluzione, è necessaria una governance solida, fondata su principi di etica e trasparenza, e una volontà costante di generare valore esteso a tutte le persone che partecipano attivamente al business del Gruppo. La creazione di valore condiviso resta un obiettivo costante e si manifesta in senso più ampio con la costituzione di sinergie positive tra persone, gruppi e Società.

Questa bellezza dà valore al lavoro, al tempo impiegato sul posto di lavoro, alla professionalità e al contributo dei singoli. Il concetto di convivialità, che da sempre caratterizza il nostro principale segmento di riferimento - quello degli spirits - si estende in chiave più alta anche alla quotidianità lavorativa di tutte le società del gruppo, dove la bellezza è data dallo scambio di pensieri, di idee e di progetti comuni.

In questi anni abbiamo fatto dell'etica e della trasparenza i pilastri cardine dei nostri valori imprenditoriali, anche in scenari di business più complessi e sfidanti, come quelli del 2023 al quale fa riferimento questo report. L'attenzione per le persone è sempre più un tassello fondamentale che ci guida verso la promozione di una cultura sempre più inclusiva e rispettosa, verso un equilibrio

sempre crescente in termini di parità di genere e con un grande impegno nella formazione per lo sviluppo delle competenze. Anche in termini di sostenibilità ambientale la visione è chiara: abbiamo continuato a lavorare per ridurre i consumi e le emissioni, mappando le emissioni di gas serra delle aziende del gruppo, per poter fare interventi mirati ed efficaci.

Con questa lettera presentiamo il nostro terzo Bilancio di sostenibilità, il primo come B Corp e il primo come gruppo, confidando di offrire una lettura chiara a tutti gli stakeholder e presentando la rendicontazione, il monitoraggio e gli impegni futuri in materia di sostenibilità, che sono sempre stati un elemento chiave della nostra strategia aziendale.

Intendiamo trasmettervi l'impegno e la volontà di portare la nostra realtà ad un livello sempre crescente di sostenibilità. Vi ringraziamo per la Vostra collaborazione continua e per il tempo che vorrete dedicare alla lettura di questo documento, consapevoli che il percorso verso un modello di crescita sostenibile è ancora lungo, da scoprire e percorrere insieme.

EDELBERTO BARACCO

**Presidente e CEO
di Compagnia dei Caraibi**



00/02

LETTERA DELLA GOVERNANCE

Il 2023 è stato un anno significativo per varie ragioni, ma ciò che ci rende più orgogliosi è l'essere finalmente entrati a far parte del Movimento delle B Corp con Compagnia dei Caraibi S.p.A..

Questo risultato rappresenta un traguardo importantissimo nel nostro impegno verso la sostenibilità e la responsabilità sociale, frutto di un percorso durato oltre due anni. Durante questo periodo abbiamo apportato interventi migliorativi alle nostre strutture, ai nostri processi e flussi di lavoro e alle nostre policy. Due anni nei quali abbiamo scelto di modificare il nostro agire con l'unico fine di contribuire alla visione, che accomuna il Movimento delle B Corp, di un paradigma economico inclusivo, equo e rigenerativo per tutti.

Nel corso dell'anno che ci siamo lasciati alle spalle, pur muovendoci in un contesto economico e geopolitico complesso, abbiamo proseguito nell'implementazione

delle nostre strategie di crescita e sviluppo, completando l'acquisizione di varie società. Alcune di queste, come Wereticsoul S.r.l. con il progetto Dispensa, sono più affini al nostro storico core business, altre, come Ribelli Digitali S.r.l. e Thinking Hat S.r.l., rappresentano elementi di novità e diversificazione del business portando grande valore aggiunto all'interno del Gruppo in quanto rafforzano l'asset della comunicazione in senso ampio, con un approccio responsabile e innovativo anche verso temi di sostenibilità.

E poi, ancora, la costituzione della nostra prima società agricola, Have Fun, con il contestuale acquisto di vigneti, sui quali abbiamo subito avviato un processo ambizioso di conversione della coltivazione in regime biologico, dimostrando un impegno concreto e tangibile verso pratiche agricole sostenibili.

Come ogni anno, anche nel 2023 i calcoli effettuati dal Global Footprint Network relativi all'Earth Overshoot Day ci hanno ricordato che consumiamo molte più risorse di quelle che il pianeta è in grado di rigenerare: per vivere in equilibrio avremmo bisogno di 1,7 Pianeti Terra.

Questo dato allarmante ci spinge a riflettere e agire con urgenza.

È impensabile garantire un futuro al nostro Pianeta e alla nostra specie se non agiamo rapidamente per ridurre il debito costante che abbiamo con la Terra. Questo richiamo ci motiva ulteriormente a guardare al futuro con un senso di responsabilità ancora maggiore e con la forte determinazione a plasmare e promuovere un modello di business che possa determinare impatti estremamente contenuti per l'ambiente e, al tempo stesso, incidere positivamente sulle persone.

Guardiamo al futuro con senso di responsabilità, impegnati sempre più a plasmare e promuovere un modello di business responsabile che possa determinare impatti estremamente contenuti per l'ambiente e, al tempo stesso, incidere positivamente sulle persone. Con la ferma convinzione che ogni nostra azione possa fare la differenza.

Buona lettura!

**FABIO
TORRETTA**
General Manager



01/14

LA NOSTRA IDENTITÀ

01/01

LA GOVERNANCE DEL GRUPPO

Al gruppo Compagnia dei Caraibi appartengono diverse aziende, le cui attività principali possono essere ricondotte a tre distinti ambiti: quello commerciale, quello produttivo e quello dedicato al marketing e alla comunicazione.

Le aziende commerciali si occupano della vendita a livello nazionale ed internazionale di distillati, liquori, vini e altre bevande, alcoliche e non, sia di produzione propria che di terze parti.

Le **AZIENDE COMMERCIALI** del Gruppo sono la Capogruppo, **Compagnia dei Caraibi Italia**, **Compagnia dei Caraibi Germania**, **Compagnia dei Caraibi Spagna**, **Compagnia dei Caraibi Stati Uniti** e **Wereticsoul**.

Le **AZIENDE PRODUTTIVE** del gruppo sono **HAVE FUN** e **REFINED BRANDS**, che contiene la prima e detiene i marchi.

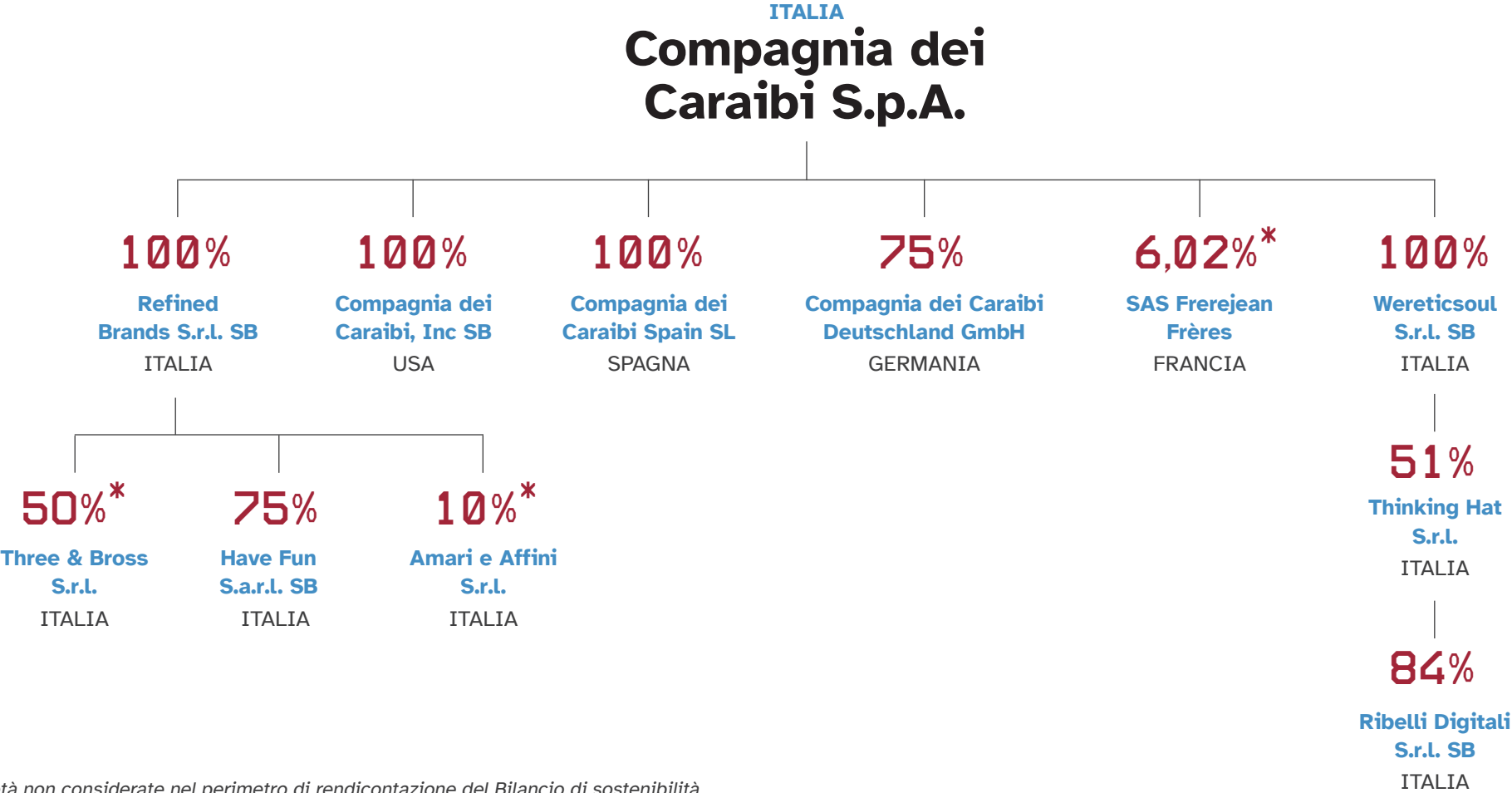
THINKING HAT e **RIBELLI DIGITALI** sono invece le aziende del Gruppo attive nel **SETTORE DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE**.



01/01

LA GOVERNANCE DEL GRUPPO

Il seguente report considera come perimetro la capogruppo e le aziende controllate con maggioranza, pertanto rimangono fuori dal perimetro di rendicontazione SAS Frerejean Frères, Three & Bross S.r.l., Amari e Affini S.r.l.



* Società non considerate nel perimetro di rendicontazione del Bilancio di sostenibilità
NB. Al 31.12.2023 Compagnia dei Caraibi aveva una partecipazione del 51,57% in Elephant Gin, che è entrata il 1 giugno 2024 in una procedura di insolvenza

01/01

LA GOVERNANCE DEL GRUPPO

IL SISTEMA DI AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO

Il sistema di amministrazione e controllo adottato da Compagnia dei Caraibi è basato sul modello tradizionale, infatti prevede:

Per le singole società diverse da Compagnia dei Caraibi S.p.A. un **CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE** o un **AMMINISTRATORE UNICO**.

Per Compagnia dei Caraibi S.p.A.:

L'ASSEMBLEA DEI SOCI a cui spetta la nomina dei componenti del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, l'approvazione del Bilancio di Esercizio e la deliberazione sulle materie a essa riservate dalla legge e dallo Statuto della Società.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE, è composto da sette amministratori, di cui due indipendenti, e ha il compito di definire l'indirizzo strategico, provvedendo alla gestione ordinaria e straordinaria dell'azienda e alla valutazione dell'andamento della gestione. Il Presidente del CdA è Edelberto Baracco, Il Direttore Generale, Fabio Torretta, è Amministratore.

IL COLLEGIO SINDACALE, composto da tre sindaci effettivi e due sindaci supplenti nominati per tre esercizi, che vigila sull'osservanza della legge, dell'Atto Costitutivo e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e, per quanto di competenza, sull'adeguatezza del sistema di controllo interno.

IL PRESIDENTE E IL DIRETTORE GENERALE, che hanno il compito di garantire la comprensione e lo sviluppo del percorso di sostenibilità del Gruppo, in linea con i valori che guidano l'operato aziendale.

L'ORGANISMO DI VIGILANZA a composizione collegiale, formato da due membri, uno interno e uno esterno dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo ed è deputato a vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo di Compagnia dei Caraibi di cui al D. Lgs. 231/2001, nonché di curarne l'aggiornamento.

IL COMITATO OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE composto dai due amministratori indipendenti, ha il compito di esprimere un parere non vincolante sulla congruità e sulla convenienza per la Società di tutte le operazioni svolte con una "parte correlata".

01/01

LA GOVERNANCE DEL GRUPPO

I COMITATI INTERGRUPPO

Sono inoltre presenti due comitati intergruppo

IL MONTHLY GROUP LEADERSHIP COMMITTEE,

composto dagli Amministratori Delegati di tutte le società del Gruppo, dal Direttore Generale e da tutti i Manager a diretto riporto della direzione, ha la responsabilità della discussione e delle decisioni sugli aspetti strategici di business, commerciali, economici, ambientali e sociali. Le decisioni più significative sono discusse a livello di Comitato Esecutivo e sottoposte al Consiglio di Amministrazione per la convalida.

IL COMITATO ESG ha la responsabilità di individuare le strategie di sostenibilità sociale, ambientale ed economica, nonché di identificare i relativi progetti e il monitoraggio in merito alla loro implementazione. Alla fine del 2023 sono stati cambiati posizionamento e composizione del Comitato, che è diventato un Comitato strategico intergruppo.

Il Comitato ESG diventa pertanto organismo di pianificazione strategia dei temi di sostenibilità, nonché elemento di coordinamento e raccordo per tutto il gruppo su queste tematiche.

La messa a terra degli obiettivi è affidata ai gruppi di lavoro interfunzionali, che vedono il coinvolgimento di una rappresentanza del personale delle aziende del gruppo.

01/02

LA STORIA

A growing company



01. La governance del Gruppo

02. La storia

03. Le aziende

04. Plants & Warehouse

05. I processi di produzione

06. I brand, prodotti e servizi

01/02

LA STORIA

DAL B2B AL B2C E PRODUZIONE

Compagnia dei Caraibi S.p.A., nella struttura organizzativa del Gruppo ha il ruolo di soggetto operativo deputato al presidio del mercato italiano.

In Italia Compagnia dei Caraibi S.p.A. raggiunge i consumatori finali attraverso operatori terzi (bar, ristoranti, enoteche, pubblici esercizi in generale, grande distribuzione e piattaforme di e-commerce) **e da inizio 2023 in modo diretto grazie all'acquisizione di Wereticsoul**, società fondata nel 2020 con sede a Torino, che rappresenta un unicum nel panorama distributivo online e offline con insegna Dispensa. Il progetto prevede un eshop (www.dispensa.com), uno store già operativo a Torino e un locale a Verbania.

Il focus sull'accesso al cliente finale rappresenta un elemento chiave per

Compagnia dei Caraibi. In tale ottica il Gruppo intende creare dei punti di contatto con il consumatore finale, attraverso una **strategia di sviluppo omnicanale, on e off line** (apertura punti vendita/somministrazione e sviluppo del canale e-commerce).

All'estero, Compagnia dei Caraibi presidia i diversi mercati attraverso le proprie società controllate **Compagnia dei Caraibi Spain, Compagnia dei Caraibi US e Compagnia dei Caraibi Deutschland e il network di importatori/distributori**, specializzati nei canali Casa e Fuori Casa.

Il gruppo è inoltre entrato nel **mondo della produzione** diretta tramite l'apertura di **Have Fun**, società deputata alla produzione di vino, con vigne proprie nel territorio di Montelupo Albese (CN),

di cui Refined Brands detiene il 75%, e all'acquisto di una partecipazione di minoranza nel **liquorificio Amari & Affini**.

Con il **progetto Have Fun** il gruppo entra nella produzione vitivinicola. Con l'acquisizione di 8 ettari di terreni agricoli nelle Langhe e un accordo di licenza con Alessandro Salvano per il brand dwnl, Compagnia dei Caraibi **rafforza il posizionamento nel segmento premium wines**.

Infine, con l'acquisizione di una partecipazione di minoranza nel liquorificio Amari & Affini, conferma una collaborazione già consolidata tra **Compagnia dei Caraibi e Vecchio Magazzino Doganale** (proprietario del marchio Jefferson) e si aprono nuove opportunità per la creazione e lancio di nuovi brand e per esplorare sinergie

produttive su brand già commercializzati. Nel corso del 2023 sono entrati a far parte del Gruppo anche **Ribelli Digitali**, una factory di contenuti creativi strategicamente integrata nel gruppo a supporto delle attività di brand building e **Thinking Hat**, un Innovation Studio per la progettazione di esperienze digitali e on field.

01/03 LE AZIENDE LE AREE

La Capogruppo e le sue controllate rappresentano le diverse anime del Gruppo Compagnia dei Caraibi, proponendosi al mercato in tre diverse linee di business.



**L'IDENTITÀ DI GRUPPO
SI COMPONE DELLA VARIETÀ
DELLE SINGOLE AZIENDE CHE
LO COMPONGONO**

01/03

LE AZIENDE COMMERCIALI COMPAGNIA DEI CARAIBI

Compagnia dei Caraibi S.p.A. SB

Capogruppo e player specializzato nel mondo delle bevande premium e over premium, è stata fondata nel 2008.

In pochi anni la Società si è **posizionata tra i leader nazionali del settore**, specializzandosi nell'attività di scouting, selezione, importazione, promozione, brand building e distribuzione di **premium e over-premium beverage**, nello specifico **spirits, vini e birra artigianale**, in Italia e all'estero.

Gli elementi distintivi della Società sono rappresentati da una forte componente tecnologica all'interno del modello di business, una profonda attenzione al tema della sostenibilità e da un'elevata competenza nelle attività di Brand Building, ossia l'insieme delle attività connesse e funzionali alla creazione e rafforzamento della brand awareness dei prodotti dei fornitori partner e dei marchi di proprietà.

L'identità di Compagnia dei Caraibi è fondata sulla **diffusione della cultura**

dei distillati e dei vini provenienti da differenti parti del mondo, nonché delle birre di origine italiana, attraverso la divulgazione delle "storie", delle tradizioni, dei sogni e dei volti delle aziende e dei prodotti commercializzati, educando al contempo il consumatore finale al concetto del "bere di qualità e consapevolmente".

Compagnia dei Caraibi Inc BC

Costituita nel 2019 dalla Capogruppo, si occupa dell'**importazione di brand italiani**, inclusi i brand del Gruppo, e dell'**identificazione di distributori in USA**.

Compagnia dei Caraibi Spain SL

Costituita nel 2020 dalla Capogruppo, si occupa dell'**importazione di brand italiani**, inclusi i brand del Gruppo, e della **distribuzione degli stessi in Spagna**.

Compagnia dei Caraibi Deutschland GmbH

Costituita in data 7 giugno 2022, controllata al 75% da Compagnia dei Caraibi S.p.A. SB, con l'obiettivo di consentire al Gruppo di affermarsi sul **mercato tedesco come importatore e distributore di premium beverage**, in linea con la strategia di internazionalizzazione.

L'IDENTITÀ DI GRUPPO SI COMPONE DELLA VARIETÀ DELLE SINGOLE AZIENDE CHE LO COMPONGONO

2008

DATA DI FONDAZIONE DI
COMPAGNIA DEI CARAIBI

01/03

LE AZIENDE COMMERCIALI

WERETICSOUL S.R.L. SB

Costituita il 16 ottobre 2020, l'azienda si occupa di **commercio all'ingrosso e al dettaglio**, anche attraverso e-commerce, **di bevande e generi alimentari**. Appartengono a Wereticsoul l'enoteca in Galleria Subalpina a Torino e il wine & cocktail bar di Verbania (Pallanza), entrambi aperti al pubblico.

Wereticsoul detiene una partecipazione di controllo (**51%**) di **Thinking Hat** la quale detiene, a sua volta, l'**84%** di **Ribelli Digitali**.

Nel corso del 2023 **Wereticsoul** viene acquisita al **100%** da Compagnia dei Caraibi. Le tre società entrano così a far parte del Gruppo.

Nel corso del 2023 **Wereticsoul** ha incorporato **Right Beer**, azienda attiva nella distribuzione di birre artigianali italiane, già dal 2022 acquisita dal Gruppo, al fine di ampliare la propria proposta B2B alla categoria merceologica delle birre.

WERETICSOUL S.R.L. SB



THINKINGHAT.IT



01/03

LE AZIENDE PRODUTTIVE

REFINED
BRANDS
S.R.L. SB

È stata costituita il 18 giugno 2021 con l'**obiettivo di detenere e sviluppare i marchi e prodotti di proprietà o co-proprietà** e occuparsi dell'**acquisto della materia prima e della produzione** attualmente realizzata presso partner terzi.

Nel 2023 costituisce l'azienda **Have Fun** S.a.r.l., di cui detiene il 75%.

HAVE FUN
S.A.R.L. SB

La società agricola è nata il 12 maggio 2023 direttamente come **Società Benefit**, con l'obiettivo di entrare nella produzione agricola.

Disponendo di **terreni vinicoli di proprietà**, l'azienda è impegnata nella coltivazione dell'uva e nella produzione di vini.

Il progetto è sviluppato in collaborazione con Alessandro Salvano, oggi Amministratore della società, il quale già in precedenza produceva una gamma di vini sotto il marchio **dwnl®**.

REFINED BRAND DETIENTE IL

75%

di HAVE FUN

01/03 LE AZIENDE DI MARKETING E COMUNICAZIONE THINKING HAT S.R.L.

Thinking Hat S.r.l. è un **Innovation Studio** a supporto di aziende con una buona dose di coraggio per muoversi velocemente, innovare e connettersi con il proprio pubblico. Progetta **esperienze digitali e on-field**, con la missione di creare un'estensione del brand, unendo tra loro strategia, creatività e tecnologia.

La sua missione è accelerare il pensiero innovativo delle aziende, dando loro strumenti e metodologie per poter definire la propria traiettoria di innovazione e mettere in atto le azioni più efficaci

per seguirla. Il processo inizia dall'interno, portando una cultura diffusa sull'innovazione in azienda, fondamentale per comprendere trend e nuove tecnologie con le quali co-progettare esperienze uniche e di impatto.

L'azienda collabora con aziende provenienti da una varietà di settori, dall'**ambito del beverage & food all'arte**, dal **fashion** al **sociale**, con un approccio innovativo, proattivo e consulenziale.

LA SUA MISSIONE È ACCELERARE IL PENSIERO INNOVATIVO DELLE AZIENDE

01/03

LE AZIENDE DI MARKETING
E COMUNICAZIONE

RIBELLI DIGITALI S.R.L. SB

Nata il 31 marzo del 2017, Ribelli Digitali è un'agenzia creativa formata da un team di professionisti esperti e multidisciplinari, la cui missione è abbracciare la ricerca della bellezza in ogni aspetto della comunicazione, del design, della sostenibilità e dell'innovazione, offrendo ai clienti soluzioni su misura, efficaci e rispettose dell'ambiente e delle persone. Per rispondere in modo ancora più mirato alle esigenze specifiche dei clienti, ha creato due unità specializzate: Fennec e Base Luna.

L'ACQUISIZIONE DI RIBELLI DIGITALI S.R.L. SB PERMETTE L'INTERNALIZZAZIONE DI UNA STRUTTURA DI SUPPORTO ALLA COMUNICAZIONE E AL MARKETING CHE NEGLI ANNI HA ASSUNTO UN RUOLO STRATEGICO NEL MODELLO DI BUSINESS DEL GRUPPO.

FENNEC

Fennec rappresenta l'impegno di Ribelli verso la sostenibilità e l'inclusione sociale. L'obiettivo è accompagnare le aziende che desiderano comunicare la propria attività in modo etico e sostenibile, utilizzando materiali e processi sostenibili, coinvolgendo fornitori e partner socialmente responsabili e rendendo i prodotti e servizi accessibili al maggior numero possibile di persone.

BASE LUNA

Base Luna è il laboratorio creativo dove arte, tecnologia e visione si fondono.

01/04

PLANTS AND WAREHOUSE

Il Gruppo dispone di diversi spazi, che rispondono alle molteplici necessità operative delle aziende che lo compongono.

COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A. SB

La sede principale di **Compagnia dei Caraibi S.p.A. SB** si trova a Colletterto Giacosa (Torino). L'immobile, acquistato e ristrutturato nel 2017, dispone di **640m2 adibiti ad Uffici e 820m2 a magazzino** secondario. Nella ristrutturazione degli spazi sono stati creati ambienti ariosi e aperti, separati da pareti e porte di vetro ed è stata prestata una particolare cura nella creazione di un luogo gradevole, luminoso e moderno.

Nel febbraio 2021 è stata aperta un'**unità locale nel centro della Città di Torino**

in corso Vittorio Emanuele II, per venire incontro alla crescita dell'azienda e all'inserimento di numerose persone provenienti dalla città stessa.

Nell'ottobre 2022 è stata aperta una **seconda sede** a Torino in via Bologna presso Il Lanificio che avvantaggia i dipendenti che possono scegliere la sede di lavoro più vicina alla propria residenza.

Il **deposito principale**, invece, è situato a Bentivoglio (BO) presso i magazzini di Schenker Italiana SpA.



MQ
640
di uffici

MQ
820
di magazzino

01/04 PLANTS AND WAREHOUSE LE AZIENDE

COMPAGNIA DEI CARAIBI DEUTSCHLAND

Compagnia dei Caraibi Deutschland ha sede a Viernheim, cittadina nei pressi di Mannheim, in Assia. Il magazzino è a Olching, vicino a Monaco, presso Munich Warehouse Transimpex Transportlogistik GmbH.

COMPAGNIA DEI CARAIBI US INC.

Compagnia dei Caraibi US SB è incorporata nello stato del Delaware e ha sede operativa a Miami. Il magazzino è a North Bergen, New Jersey, presso la Western Carriers.

COMPAGNIA DEI CARAIBI SPAIN SL

Compagnia dei Caraibi Spain ha sede a Madrid e i magazzini a Barcellona, presso Arcese Spagna.

REFINED BRANDS S.R.L. SB

La sede è presso gli spazi di Compagnia dei Caraibi S.p.A.

WERETICSOWL S.R.L. SB

Wereticsowl Srl SB dispone di una parte degli spazi in Corso Vittorio Emanuele (TO), di un'enoteca in Galleria Subalpina nel centro di Torino e di un wine & cocktail bar a Verbania, sul lungolago località Pallanza. Dispone inoltre di un magazzino a Torino, in via Bologna area Lanificio di Torino.

RIBELLI DIGITALI S.R.L. SB

Ribelli Digitali SB ha sede operativa in Corso Vittorio Emanuele II a Torino, nello stesso stabile dove è situata l'unità locale di Compagnia dei Caraibi.

THINKING HAT S.R.L. SB

Thinking Hat Srl SB è ospitata nello stesso stabile di Ribelli Digitali, in Corso Vittorio Emanuele II a Torino.

HAVE FUN S.A.R.L. SB

Have Fun Srl SB detiene circa 8 ettari di terreni adibiti a vigna nelle Langhe (patrimonio Unesco), siti nel Comune di Montelupo Albese (CN), la produzione del vino avviene invece nella cantina di Castellinaldo d'Alba (CN).

ARCHITETTURA DELLE AREE DI LAVORO

Il Gruppo si impegna nel far sì che i propri luoghi di lavoro vengano percepiti come spazi armonici, belli e funzionali, al fine di permettere condizioni lavorative piacevoli e motivanti.

01/04

PLANTS AND WAREHOUSE

COMPAGNIA DEI CARAIBI

Un nuovo spazio
per le società
del gruppo

A fine 2023 è stato individuato uno spazio a Torino, in via Alfieri, abbastanza ampio da ospitare le sedi torinesi di Compagnia dei Caraibi S.p.A., che lascerà gli spazi di Corso Vittorio Emanuele II e Via Bologna, Ribelli Digitali, Thinking Hat e la parte uffici di Wereticsoul.

Il trasferimento nei nuovi locali, avrà luogo nella primavera 2024, e porterà con sé un efficientamento dei costi e una migliore organizzazione del lavoro.



01/04

PLANTS AND WAREHOUSE

- aziende produttive
- aziende che commercializzano bevande e distillati
- aziende di media marketing e comunicazione



01/05

I PROCESSI DI PRODUZIONE

I prodotti a marchio.

Refined Brands Srl SB è la società del Gruppo che detiene i brevetti e marchi e si occupa della produzione dei prodotti di proprietà: **acquista materie prime** (alcol, vino, erbe e spezie, etc.) e **materiali di consumo** (bottiglie, etichette, cartoni, tappi, etc.).

Materie prime e materiali di consumo vengono poi conferiti ai partner terzi che **curano le fasi produttive e di confezionamento**. Infine, Refined Brands vende i prodotti finiti alle diverse aziende commerciali del Gruppo.



01. La governance del Gruppo

02. La storia

03. Le aziende

04. Plants & Warehouse

05. I processi di produzione

06. I brand, prodotti e servizi

01/05 I PROCESSI DI PRODUZIONE HAVE FUN

L'azienda HAVE FUN SARL è proprietaria di 8 ettari di terreni situati a Montelupo Albese (CN).

La coltivazione della vite è l'attività prevalente, con lo scopo di produrre uva atta alla trasformazione in vino.

I vigneti sono coltivati in regime biologico al fine di raggiungere la certificazione nel 2026 (il periodo di conversione ha una durata di tre anni).

I vini, prodotti con il marchio **dwnl®** (**drink wines not labels**), nascono da vigneti coltivati nel rispetto dell'ambiente, **senza l'utilizzo di diserbanti e concimi chimici**, le cui uve sono fermentate e vinificate con un approccio che riporta agli scenari della Borgogna: grappolo intero, lieviti indigeni, nessuna chiarifica o filtrazione e basse quantità di solfiti. Questa tecnica produttiva permette di creare vini dalla grande bevibilità, ideali per un mercato giovane che è sia quello contemporaneo che quello del futuro.

Le varietà di uva prodotte sono **Barbera, Chardonnay, Dolcetto e Nebbiolo**.

Nel 2023 la produzione di uva è stata destinata in parte alla vendita come "uva fresca atta a" e in parte alla trasformazione in vino presso la cantina sita a Castellinaldo d'Alba (CN).

Le uve, che vengono trasportate con mezzi gommati da Montelupo Albese a Castellinaldo, fermentano in vasche in acciaio a contatto con bucce e raspi. Segue pressatura e divisione delle parti liquide e solide. Il processo continua con l'affinamento del vino in vasche in acciaio, cemento oppure botti di legno.

Nel 2023 sono stati prodotti circa **19 mila litri di vino**, per un potenziale di **25 mila bottiglie** da 0,75 L.

19
mila litri di vino
PRODOTTI NEL 2023.

25
mila bottiglie
DA 0,75 L

01/06 I PRODOTTI COMPAGNIA DEI CARAIBI

PORTFOLIO SPIRITS

Il portfolio Spirits di Compagnia dei Caraibi prevede dieci categorie principali che contengono a loro volta le seguenti categorie di prodotto:

LIQUORI

Vermouth, Amari, Liquori, Bitter

TUTTI FRUTTI

Cognac, Armagnac, Calvados, Porto, Acquavite, Brandy, Pisco

YUGEN

Shochu, Awamori, Nigori, Sake

CANNA MIELE

Rum, Cachaça, Cane Spirit

ACQUA VIVA

Whisky, Whiskey, Moonshine, Cereal Spirit

PAN DE ALMA

Tequila, Mezcal, Sotol, Raicilla, Bacanora, Pox, Lechuguilla, Charanda

LO GIN

Gin, Genever

PURA MENTE

Vodka

SOLO W

Acqua, Sodato, MPF



DIVERSIFICAZIONE DI PRODOTTO

Offrire ai propri clienti e consumatori categorie di prodotto diversificate e di qualità è un scelta strategica e una priorità per il Gruppo.

01/06
I PRODOTTI
COMPAGNIA DEI CARAIBI

PORTFOLIO SPIRITS

Compagnia dei Caraibi Spagna, Germania e Stati Uniti commercializzano una selezione dei prodotti di Compagnia dei Caraibi Italia, con un focus sui prodotti italiani e a marchio proprio.

BRAND DI PROPRIETÀ E CO-PROPRIETÀ



VERMOUTH



BITTER



LIQUORISTICA



VODKA



BIRRA

190
brand

800
referenze



RUM



GIN



VODKA



SAKE



LIQUORISTICA



WHISKY



COGNAC & ARMAGNAC



AGAVI



BITTER



SODATI

BRAND DI TERZI

01/06 I PRODOTTI ELEMENTO INDIGENO

PORTFOLIO VINO

Il portfolio di Elemento Indigeno è suddiviso in **8 MACRO CATEGORIE – WINE IS...**

"Wine Is" gioca sul tema del pregiudizio legato solo a vini e territori, celebrando una vera e propria ode alla diversità, esplorando storie, tradizioni e sogni dei produttori protagonisti.

**8 CATEGORIE
NON CONVENZIONALI
CHE RAPPRESENTANO
LA VISIONE DEL
NOSTRO PROGETTO.**



1. WINE IS A ROCKSTAR

Produttori anticonformisti che rivoluzionano il settore con etichette fuori dagli schemi.

2. WINE IS ROOTS

Autenticità e tradizioni dei territori storici, con un focus sui vitigni autoctoni e le denominazioni di prestigio.

3. WINE IS CONTAMINATIONS

Esplorazione di nuovi sapori e stimoli attraverso contaminazioni nel mondo del vino e oltre.

4. WINE IS A REMATCH

Storie di produttori che sfidano le convenzioni e superano i limiti imposti.

5. WINE IS A GUARDIAN

Conservazione delle tradizioni e delle uve autoctone con rispetto per la memoria storica.

6. WINE IS A BACKPACKER

Giovani produttori che portano a casa un bagaglio culturale unico dopo esperienze internazionali, dando vita a nuove creazioni.

7. WINE IS CONVIVIALITY

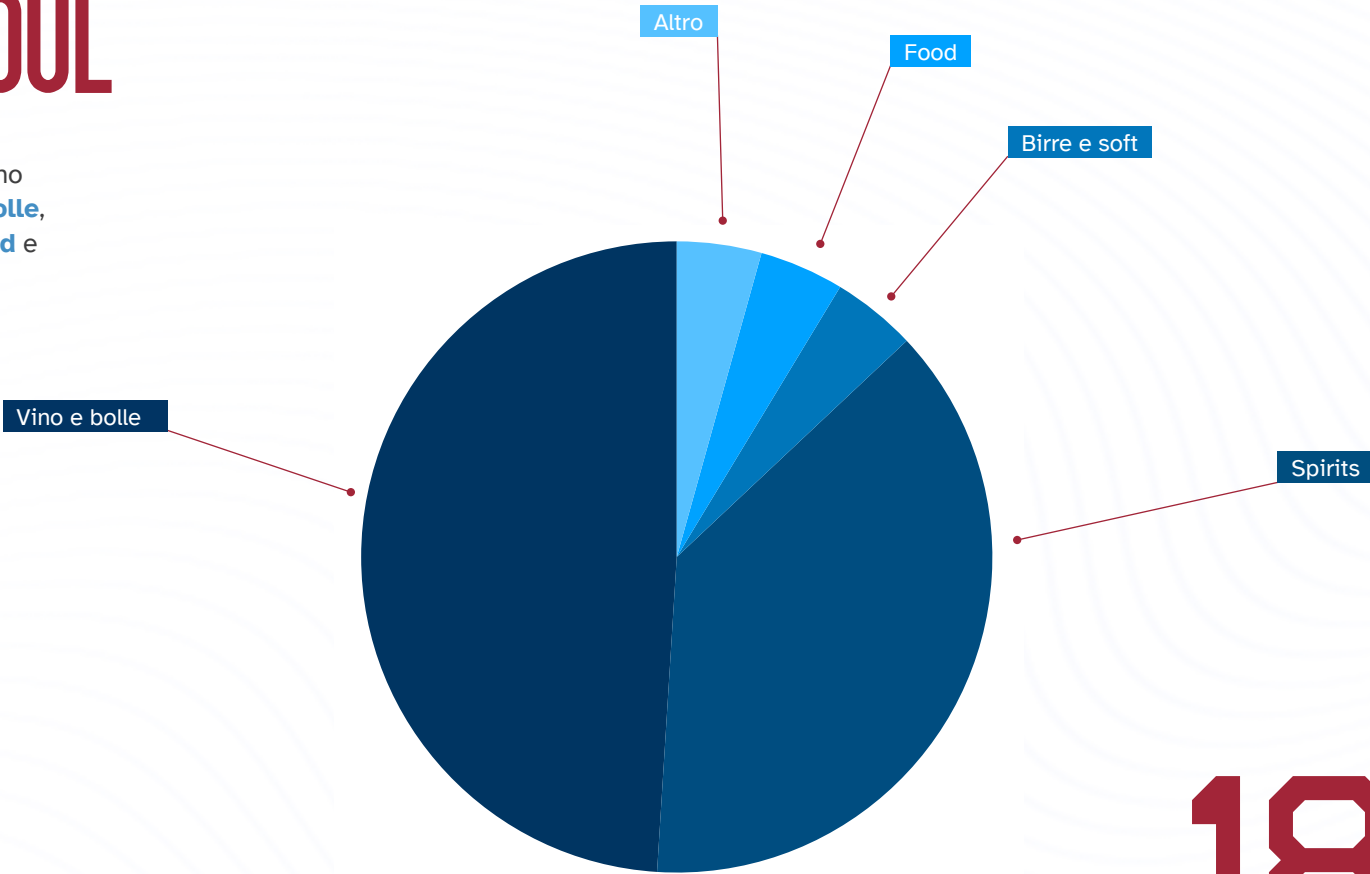
Il vino come strumento di condivisione e legame tra le persone intorno a un tavolo.

8. LAST BOXES / WINE IS FINISHED

Selezione di etichette in esaurimento, per assaporare gli ultimi calici disponibili.

01/06
I PRODOTTI
WERETICSOUL

Le categorie merceologiche sono
Liquoristica, Spirits, Vino e Bolle,
Birre & Sidri, Soft Drinks, Food e
Objects.



REFERENZE ATTIVE
19000

	SKU
VINO E BOLLE	930
SPIRITS	730
BIRRA E SOFT	80
FOOD	90
Altro	70

SKU IN STORE
18000
SKU SU E-COMMERCE
14000

01/06 I PRODOTTI HAVE FUN

Produce **Barbera**, **Chardonnay**, **Dolcetto** e **Nebbiolo** con il marchio dwnl®, facendosi portavoce della passione vitivinicola che non si lascia influenzare dal marchio e dall'etichetta.



01/06 I SERVIZI RIBELLI DIGITALI

Ribelli Digitali è un'agenzia creativa, la cui gamma di servizi abbraccia un vasto spettro, dalla consulenza strategica alla costruzione e consolidamento del brand, dalla progettazione e sviluppo di siti web all'attenta gestione dei social media, dalla creazione di contenuti coinvolgenti alla produzione di video e animazioni, fino all'organizzazione di eventi e alla formazione di professionisti del settore.

BRAND IDENTITY

Sviluppo e gestione dall'identità visiva di un brand dalla definizione della mission, della vision e dei valori, alla progettazione del logo, dal naming al tone of voice fino alla realizzazione di tutti i materiali di comunicazione.

WEB E APP DESIGN

Sviluppo di interfacce grafiche originali e coinvolgenti, ottimizzando l'esperienza di navigazione su web e app per renderle user-friendly e visibili ai motori di ricerca.

SOCIAL MEDIA

Pianificazione e gestione di strategie di comunicazione e promozione sui principali social network, dalla creazione e pubblicazione dei contenuti alla moderazione delle community, all'analisi dei dati e dei risultati.

PACKAGING

Progettazione e produzione di confezioni ed etichette, con lo scopo di valorizzare i prodotti dei clienti e conferire loro uno stile distintivo, con attenzione alla scelta dei materiali e alla creazione del design, per ottenere soluzioni originali e funzionali che rispecchino l'unicità di ogni prodotto e marchio.

VIDEO, FOTO E MOTION GRAPHICS

Produzione di foto, video e animazioni di alta qualità, dallo storyboard alla post-produzione, per raccontare storie coinvolgenti e trasmettere emozioni al pubblico.

EVENTI E ATTIVAZIONI

Ideazione e organizzazione di eventi e attività esperienziali, dalla concezione alla logistica, per coinvolgere e rendere unica l'esperienza per chi vi partecipa.

ADVERTISING

Creazione e diffusione di campagne pubblicitarie creative ed efficaci, sia online che offline, per aumentare la visibilità e la reputazione di un marchio, prodotto o servizio.

COMUNICAZIONE ACCESSIBILE

Progettazione e realizzazione di soluzioni di comunicazione inclusiva e accessibile, garantendo la fruizione dei contenuti a tutte le persone, indipendentemente dalle loro abilità.

FORMAZIONE

Offerta di corsi e workshop personalizzati e innovativi, sia in presenza che online, per formare e aggiornare i professionisti del settore creativo e digitale.

01/06 I SERVIZI THINKING HAT

Thinking Hat è un Innovation Studio a supporto di aziende con una buona dose di coraggio per muoversi velocemente, innovare e connettersi con il proprio pubblico.

CULTURE

Promuovere un approccio più innovativo al marketing e alla comunicazione.

CONSULTING

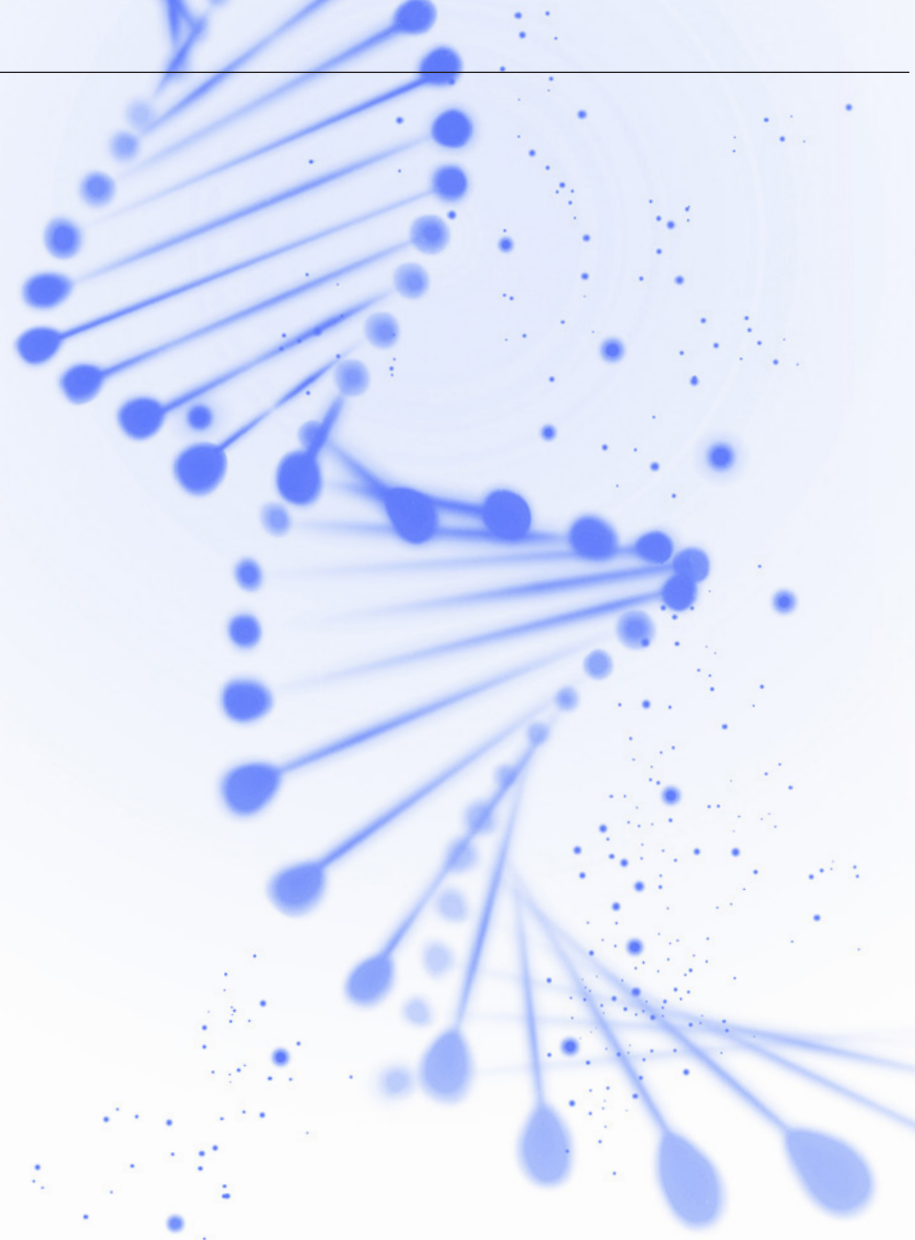
Supportare le traiettorie di innovazione in azienda, su temi specifici o in ottica di confronto continuativo, valorizzando il contributo delle persone all'interno dell'azienda stessa.

EXPERIENCE

Progettare esperienze d'impatto in cui la tecnologia sia al servizio della creatività, valorizzando le tre dimensioni del business: fisica, digitale, virtuale.

PROTOTYPING

Supportare le aziende nella ricerca e sviluppo di prototipi volti a validare un'idea o a sperimentare nuovi prodotti o servizi.



02/14

IL CONTESTO

02/01

IL MERCATO

Il settore degli alcolici

Il settore degli alcolici ha beneficiato di una **forte accelerazione** dei consumi durante gli ultimi anni, mentre nel 2023 si è assistito alla sua normalizzazione, fase già avviata nell'ultima parte del 2022. **Il contesto economico**, unitamente alla riduzione del potere d'acquisto, contribuiscono a influenzare la propensione alla spesa da parte dei consumatori.

La tendenza alla premiumizzazione continua in molti mercati, come conferma IWSR nel suo monitoraggio periodico, nonostante cresca ad un ritmo più moderato rispetto al passato. L'inflazione non risparmia il settore degli alcolici, con pressioni significative sulla redditività delle aziende.

L'andamento dei canali mostra una fase di normalizzazione più accentuata nell'off trade (e-commerce incluso), canale che aveva beneficiato di una crescita molto elevata nel triennio 2020-22. Il Fuori Casa (On Trade) si mostra resiliente, anche grazie al ritorno di flussi turistici regolari.

Le agenzie di comunicazione e marketing

In Italia, il **mercato delle agenzie di comunicazione** è estremamente variegato e competitivo. **Le agenzie offrono una vasta gamma di servizi**, tra cui pubblicità, relazioni pubbliche, marketing digitale, branding e design. Si trovano sia grandi agenzie multinazionali con una vasta portata e clienti internazionali, sia agenzie locali più piccole specializzate in settori specifici o servizi particolari.

La crescente importanza del **digitale** ha portato alla crescita delle **agenzie specializzate in marketing online, social media e content creation**. L'ambito di riferimento è caratterizzato da un'alta competitività e le agenzie devono distinguersi attraverso l'innovazione, la creatività e la capacità di adattarsi rapidamente alle mutevoli esigenze del mercato.

COMPETITIVITÀ E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Per il Gruppo essere competitivi vuol dire essere capaci di fornire una varietà di prodotti di nicchia in esclusiva. Compagnia dei Caraibi garantisce un presidio efficace del pricing dei prodotti, fondamentale per la definizione e il mantenimento dei livelli di marginalità per tutti gli interlocutori della filiera.

02/02

IL VALORE CREATO E DISTRIBUITO



Il Gruppo persegue la competitività e sostenibilità economica.

Il valore economico generato dal Gruppo Compagnia dei Caraibi nel 2023 è pari a € 52.842.829, mentre era € 49.738.692 nel 2022. Nel 2023 è stato stanziato

per attività ESG un ammontare pari allo 0,5% dei ricavi consolidati dell’anno. Le spese di iniziative funzionali allo svolgimento delle attività ESG sono state le seguenti:

COSTI OPERATIVI	TOTALE GRUPPO
ENVIRONMENT	68.537
SOCIAL PILLAR CULTURA	116.997
SOCIAL PILLAR INCLUSIONE	46.501
SOCIAL PILLAR DIPENDENTI	38.500
GOVERNANCE	20.293
Totale costi operativi ESG	290.827
RICAVI OPERATIVI ENVIRONMENT (Vendita di energia da fotovoltaico)	11.190

RICAVI STANZIATI
PER ATTIVITÀ ESG

0,5%

Nel Report 2022 compariva il dato comprensivo di accise, dal presente Report il dato viene presentato al netto delle accise, anche il valore qui presentato per il 2022 non contiene le accise e pertanto è diverso dal valore presentato nel Report 2022.

02/02 IL VALORE CREATO E DISTRIBUITO I COSTI

Tra i costi **Environment** troviamo i **costi sostenuti per il calcolo dell'impronta di carbonio e la sua compensazione**, per l'inserimento della pompa di calore nella sede di Colletterto Giacosa, per la sua quota parte 2023, per i dispositivi miranti ad accrescere la sostenibilità sempre della sede di Colletterto, per il sostegno del progetto forestale del Consorzio Forestale del Canavese, per la definizione dello strumento che consente a Refined Brands di **calcolare l'LCA dei prodotti**, per la partecipazione a United Nation Global Compact.

I **costi Social** sono ulteriormente suddivisi come da Pilastri dello Statuto, troviamo quindi nel **Pilastro Arte e Cultura** ad esempio i costi sostenuti per l'organizzazione degli eventi ESG nativi e per il sostegno di manifestazione terze, per il **Pilastro Inclusione** e non discriminazione il sostegno economico all'iniziativa TO Housing dell'Associazione Quore e per il **Pilastro Personale** il costo del progetto di Change Culture. Infine tra i costi Governance troviamo i costi per le trasformazioni delle aziende in Società Benefit e per la **certificazione B Corp**.

02/03

GLI STAKEHOLDER

Compagnia dei Caraibi opera a livello internazionale, offrendo i suoi prodotti e servizi a soggetti appartenenti a diversi settori.

Il coinvolgimento e l'interazione con gli stakeholder è un processo fondamentale per la pianificazione strategica e lo sviluppo del business aziendale, anche in considerazione del percorso del Gruppo per **una sempre maggiore sostenibilità ambientale, sociale e di governance**.

Gli attori rilevanti per Compagnia dei Caraibi, ossia coloro che risultano influenzare o essere influenzati dalle scelte e azioni dell'azienda, comprendono sia soggetti interni che esterni, sulla base del rapporto intrattenuto con le diverse aziende che compongono il Gruppo.



COMPAGNIA DEI
CARAIBI INTERAGISCE
E ADOTTA CANALI DI
COMUNICAZIONE E METODI
DI COINVOLGIMENTO
DEDICATI PER OGNUNO
DEGLI STAKEHOLDER
INDIVIDUATI.

02/03

GLI STAKEHOLDER

1. ASCOLTO E DIALOGO

Questionari specifici, ascolto di indicazioni, suggerimenti e feedback, analisi dei bisogni e valutazione delle performance di sostenibilità

2. COLLABORAZIONE E CO-PROGETTAZIONE

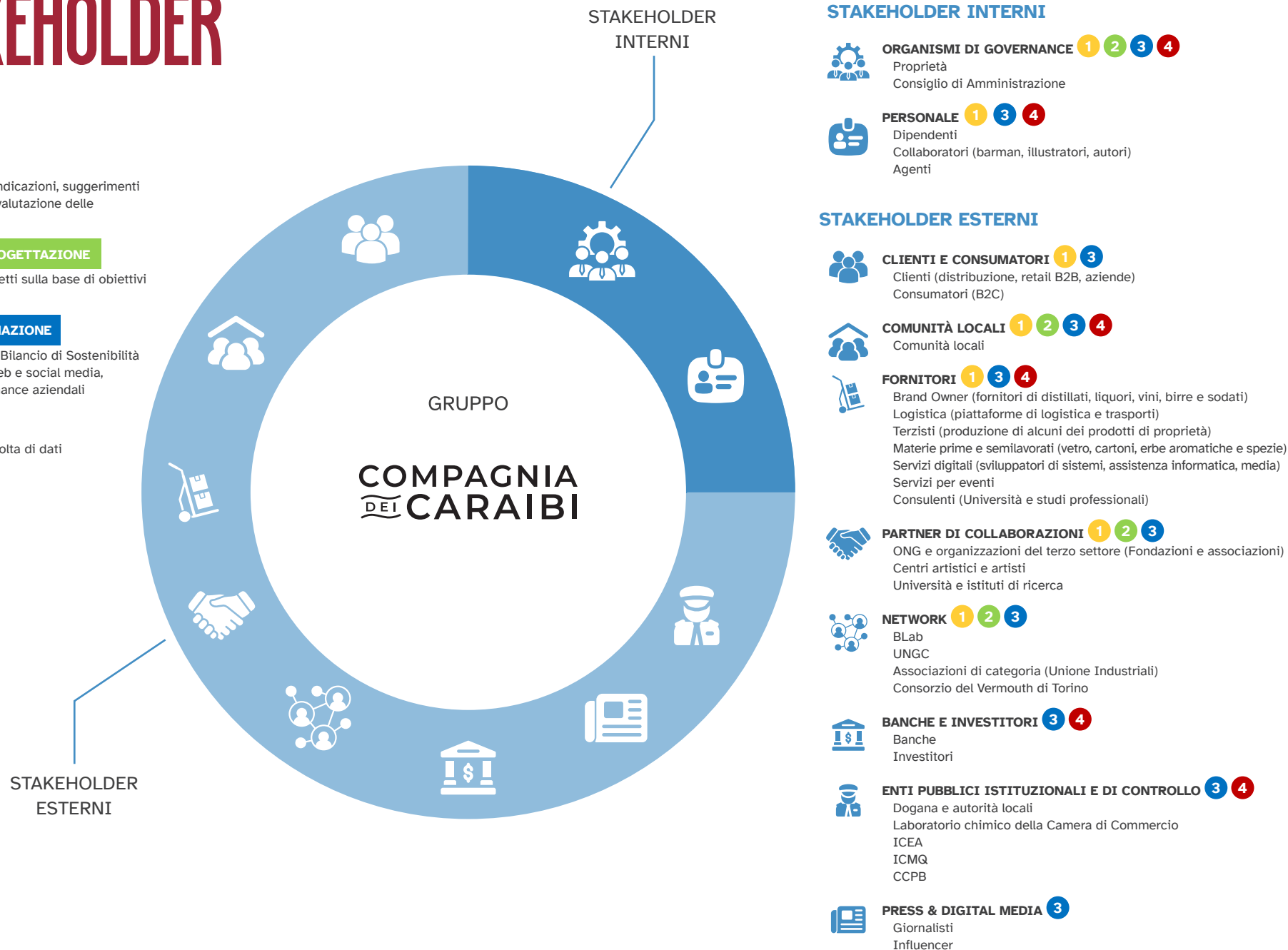
Ideazione e realizzazione di progetti sulla base di obiettivi condivisi

3. COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE

Condivisione e pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità e del Bilancio di Esercizio, Sito web e social media, condivisione di risultati e performance aziendali

4. MONITORAGGIO

Visite periodiche, richiesta e raccolta di dati



03/14

CONDOTTA AZIENDALE



03/01

LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Compagnia dei Caraibi si è progressivamente strutturata per sostenere i suoi impegni in ambito di sostenibilità.

Il Consiglio di Amministrazione (CdA), formato attualmente da **7 membri**, viene **aggiornato ogni tre mesi sulle attività di sostenibilità implementate dal Comitato ESG**.

Dal 2021 in Compagnia dei Caraibi S.p.A. è attivo un **Comitato ESG che ha la responsabilità di individuare strategie di sostenibilità sociale, ambientale ed economica**, nonché identificare i relativi progetti e il monitoraggio in merito alla loro implementazione. Alla fine del 2023 sono stati cambiati posizionamento e composizione del Comitato, che è diventato **un Comitato strategico intergruppo, con funzioni di pianificazione strategica dei temi di sostenibilità**, nonché di coordinamento e raccordo per tutto il Gruppo su queste tematiche.

Attualmente il Comitato ESG è composto da Direttore Generale, Responsabile d'Impatto Società Benefit, da un Project Manager per i progetti ESG, dai responsabili delle aree Finance e Amministrazione, Vendite, Personale, Innovazione, Comunicazione nonché dagli amministratori di Ribelli Digitali, Have Fun, Thinking Hat e da una rappresentante di Wereticsoul.

Nel 2021, in concomitanza con la trasformazione di Compagnia dei Caraibi S.p.A. in Società Benefit, è stato nominato un responsabile di impatto con il compito di assicurare l'implementazione, il **monitoraggio e la rendicontazione degli obiettivi di impatto sociale**. La nomina è stata via via estesa alle altre società del gruppo trasformate in Società Benefit.

Alla fine del 2023 è stata individuata una figura con specifiche funzioni di project management per la supervisione dei progetti legati alla sostenibilità.

La messa a terra degli **obiettivi** è affidata a **gruppi di lavoro interfunzionali**, che vedono il coinvolgimento di una rappresentanza del personale delle aziende del gruppo. Per talune aree i gruppi di lavoro sono costituiti per la maggior parte da componenti appartenenti alle funzioni specifiche che sovrintendono le aree di lavoro, come ad esempio le risorse umane o la comunicazione, in altri casi la partecipazione è stata aperta al personale interessato indipendentemente dall'area di appartenenza.

Compagnia dei Caraibi organizza **attività di formazione rivolte a tutti i dipendenti delle aziende del gruppo sulle tematiche di sostenibilità e inclusione**, con l'obiettivo di aumentare le competenze e la consapevolezza su questi aspetti.

Nel 2023 sono state effettuate delle **sessioni di formazione** con un professore dell'Università di Torino e dell'Associazione Quore.

**7 MEMBRI
COMPONGONO
IL CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE**

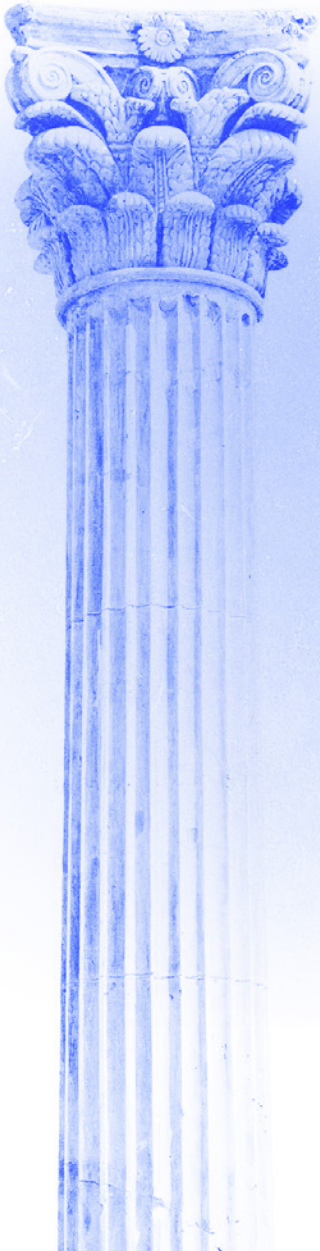
03/02

SOCIETÀ BENEFIT E BCORP

Parlare di B Corp e Società Benefit vuol dire riferirsi ad aziende, for profit, promotrici di un nuovo paradigma di business, che perseguono i propri **obiettivi economici applicando metodologie e processi in grado di generare un impatto positivo sull’ambiente economico e sociale** su cui agiscono.

Tra le due vi sono differenze sostanziali: la **Società Benefit** è una forma giuridica, legalmente riconosciuta che può essere assunta da una società, mentre la **B Corp** è una certificazione, rilasciata da B Lab, riconosciuta previo superamento di una valutazione della sostenibilità delle performance dell’azienda (B impact assessment).

Fino ad oggi sono solamente alcuni gli stati che hanno riconosciuto nel proprio ordinamento le Società Benefit, tra questi, oltre all’Italia, vi sono gli Stati Uniti e la Spagna, mentre non sono previste nell’ordinamento tedesco.



03/02

SOCIETÀ' BENEFIT E BCORP

LA TRASFORMAZIONE IN SOCIETÀ' BENEFIT

Compagnia dei Caraibi S.p.A. è una società per azioni quotata sul mercato Euronext Growth Milan da luglio 2021. Nello stesso periodo ha adottato lo status di Società Benefit modificando il proprio statuto, come previsto dalla Legge 208 del 28/12/2015.

Tale **trasformazione** è frutto di un forte impegno, da parte dell'azionista di maggioranza, **per garantire** agli stakeholder **un percorso di crescita sostenibile e a impatto positivo**.

Nel 2023 è iniziato un processo che ha visto la trasformazione in Società Benefit delle società controllate dal gruppo, che intende così intonare tutte le **proprie attività ai valori di sostenibilità e a una crescita rispettosa di ambiente, lavoratori e società**.

Nel corso del 2023 sono diventate **Società Benefit Refined Brands e Compagnia dei Caraibi US**, mentre **Ribelli Digitali** e **Wereticsoul** all'atto dell'acquisto **erano già state trasformate precedentemente in Società Benefit**.

È stato scelto di impostare per tutte le Società Benefit del gruppo gli stessi quattro obiettivi di beneficio sociale, in modo da poter effettuare sugli stessi un lavoro organico e significativo.

Ribelli Digitali ha incluso solo tre dei quattro obiettivi di beneficio sociale nel proprio statuto, ma è intenzione del management integrare quanto prima lo statuto con il quarto punto.

Le Società Benefit del Gruppo perseguono finalità di beneficio comune **operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territorio ed ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti ed associazioni ed altri portatori di interessi**, coinvolti direttamente o indirettamente dall'attività economica svolta dalla società (quali a titolo esemplificativo lavoratori, clienti, fornitori, finanziatori, creditori, pubblica amministrazione e società civile).

03/02

SOCIETÀ' BENEFIT E BCORP

I PILASTRI DEL GRUPPO

In particolare, i “pilastri” che il Gruppo si impegna a perseguire e tutelare nell’ambito della propria attività sono:



Tutela dell'ambiente

La Società riconosce il **ruolo strategico del Pianeta** nelle scelte e nelle implicanze delle azioni quotidiane, attraverso **l'individuazione e l'applicazione di soluzioni mirate a valorizzare il ricorso a fonti di energia rinnovabile, l'ecosostenibilità e la mobilità green**, nonché ogni altra azione volta a perseguire una costante riduzione dell'impatto ambientale;



Cultura

La Società si impegna nella **promozione, sviluppo o sponsorizzazione di attività culturali**, funzionali alla trasmissione, diffusione e supporto dell'arte figurativa, letteraria, musicale ed estetica, con particolare riguardo a tutte le iniziative utili per la valorizzazione dell'arte e della cultura in generale, con **l'obiettivo di diffondere valori di condivisione, positività e bellezza**;



Persone

La Società si pone come obiettivo la **realizzazione di un ambiente di lavoro nel quale le persone coinvolte possano trovare benessere, in grado di valorizzare ciascun collaboratore** come individuo consapevole, favorendone la crescita umana e professionale e alimentando il senso appartenenza, considerando una priorità assoluta la sicurezza e i diritti di tutti i collaboratori;



Social gender & Gender equality

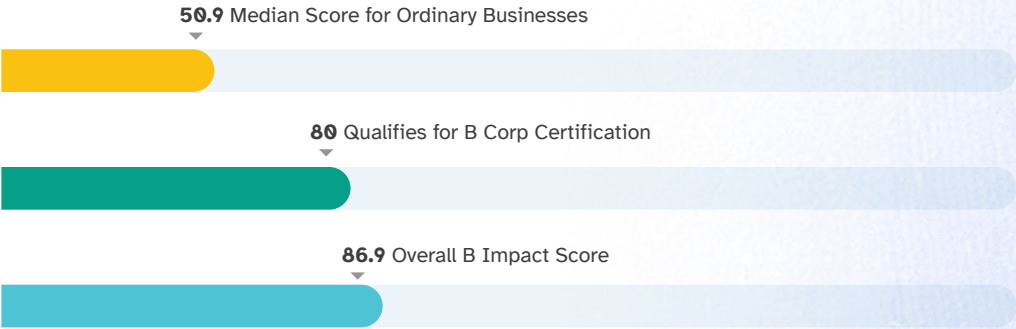
La Società crede nella **promozione di una cultura laica della social equality nel mondo imprenditoriale e nella società civile**, con particolare attenzione alla gender equality e al contrasto di ogni forma di discriminazione, sia essa basata su sesso, religione, orientamento sessuale, identità di genere o di altra tipologia.

03/02

SOCIETA' BENEFIT E BCORP
CERTIFICAZIONE B CORP

Nel Luglio 2023 Compagnia dei Caraibi S.p.A ha ottenuto la certificazione B Corp, dopo un percorso durato circa 2 anni, durante il quale l'azienda ha sistematicamente lavorato per migliorare la propria gestione nelle aree identificate dal B Corp Assessment: governance, lavoratori, comunità, ambiente e clienti.

Compagnia dei Caraibi S.p.A.



- 17.7 Governance
- 25.8 Workers
- 16.2 Community
- 25.1 Environment
- 1.9 Customers

03/03 ETICA E COMPLIANCE CODICE ETICO

Compagnia dei Caraibi S.p.A. in data 3 maggio 2022 ha approvato con decisione del Consiglio di Amministrazione il proprio Codice Etico ai sensi del D.Lgs. n.231/2001.

Il codice etico aziendale si fonda sui seguenti principi etici generali:

CORRETTEZZA, LEALTÀ E ONESTÀ

l'azienda opera sempre nel rispetto delle leggi vigenti, dell'etica professionale e dei regolamenti interni e osserva sempre comportamenti leali nei confronti di tutti i soggetti con cui si relaziona.

RISERVATEZZA

I Destinatari mantengono riservate le notizie e le informazioni attinenti al patrimonio aziendale o all'attività aziendale. La Società tratta i dati personali e le informazioni riservate inerenti ai soggetti con cui intrattiene rapporti, nel rispetto delle leggi in materia di riservatezza vigenti nei paesi in cui opera e alle best practice per la protezione della privacy.

INCLUSIONE, RISPETTO E COLLABORAZIONE

Le persone sono importanti e l'azienda si impegna affinché si sentano apprezzate in un ambiente di lavoro stimolante. Prendere in considerazione prospettive diverse aiuta l'azienda a generare nuove idee e a prendere decisioni migliori.

TRASPARENZA E COMPLETEZZA DELLE INFORMAZIONI

La Società assicura che tutte le informazioni diffuse per qualunque fine siano complete, corrette, comprensibili e accurate, in modo da consentire ai destinatari di assumere decisioni consapevoli.

APPROCCIO ETICO DELLA CONDUZIONE DEL BUSINESS

Compagnia dei Caraibi S.p.A. conduce le proprie attività adottando un approccio etico, promuovendo la diffusione della cultura della legalità e della correttezza dei comportamenti quali elementi indispensabili al buon funzionamento aziendale.

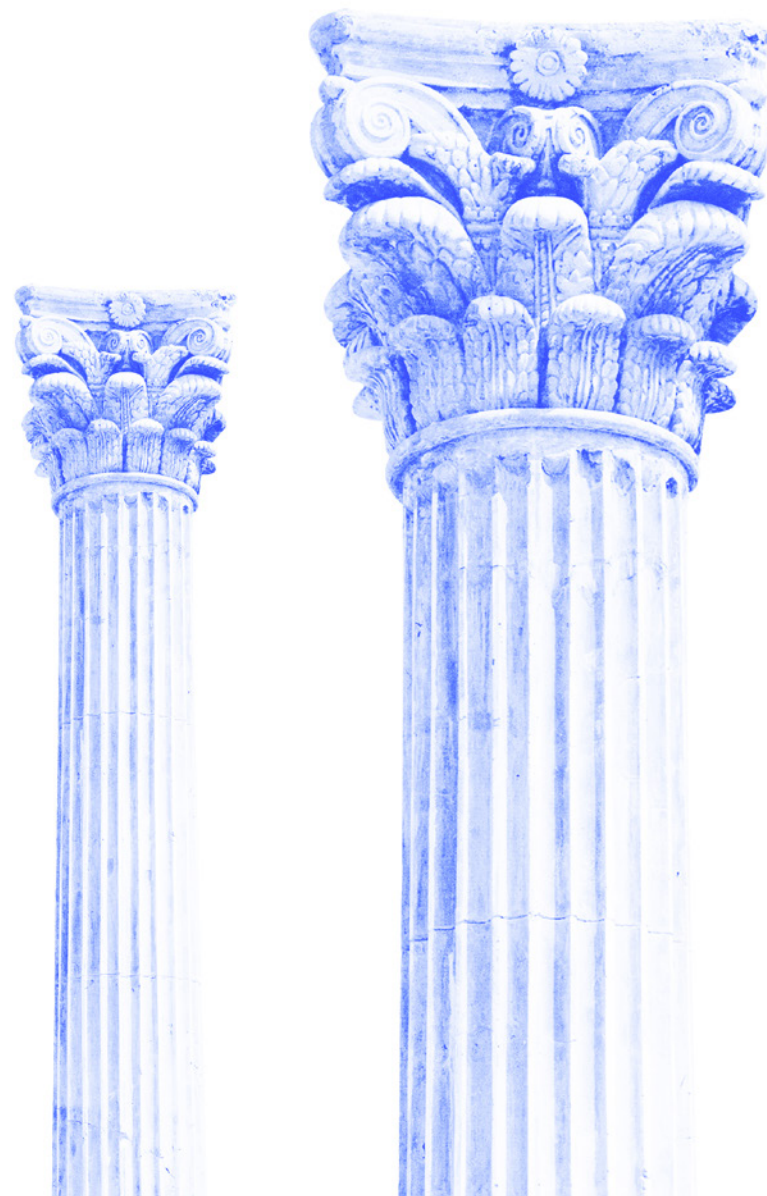
03/03 ETICA E COMPLIANCE L'ORGANO DI VIGILANZA

L'organo di Vigilanza, organismo appositamente nominato, si fa carico dell'effettiva attuazione del Codice Etico e della diffusione dello stesso all'interno ed all'esterno dell'organizzazione.

Il rispetto del Codice Etico viene richiesto ai membri dell'organo di governo, ai lavoratori che svolgono le attività dell'organizzazione e ai partner commerciali.

Oltre ai principi generali, la conduzione etica da parte del Gruppo si fonda sui pilastri definiti in qualità di Società Benefit.

AMBIENTE CULTURA PERSONE SOCIAL & GENDER EQUALITY



TRASPARENZA VERSO GLI STAKEHOLDER

La trasparenza verso i propri interlocutori è un elemento centrale per Compagnia dei Caraibi, che si impegna a fornire comunicazioni puntuali e aggiornate sia di tipo finanziario che relativamente ai temi ESG.

03/03 ETICA E COMPLIANCE PROCEDURA WHISTLEBLOWING

Approvata dal Consiglio di Amministrazione di Compagnia dei Caraibi S.p.A. il 19.09.2022, la procedura di whistleblowing **stabilisce il sistema volto a permettere al personale e/o a soggetti terzi di trasmettere alla Società segnalazioni relative a comportamenti illeciti o sospetti, commissivi o omissivi, oppure irregolarità nella conduzione aziendale o qualunque altra circostanza o fatto che possa costituire una violazione**

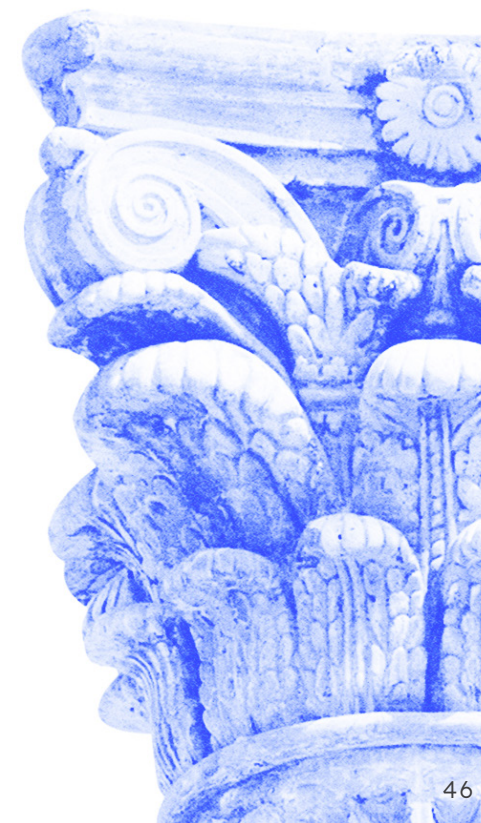
o un'induzione alla violazione delle norme di legge o del Modello o del Codice Etico o di ogni altro regolamento, principio o policy aziendale. In conformità alle novità introdotte dal D. Lgs. n. 24/2023, attuative della Direttiva Europea n. 1937/2019, le modalità di applicazione della procedura sono state modificate, prevedendo un sistema di segnalazione tramite piattaforma, attivabile dal sito internet di Compagnia dei Caraibi S.p.A..

Nelle politiche, nelle linee guida, nelle procedure, nelle direttive e nelle disposizioni, Compagnia dei Caraibi S.p.A. evidenzia il proprio supporto ai principi previsti dalla normativa e dagli standard emanati dalle Organizzazioni internazionali di riferimento come la Carta dei Diritti delle Nazioni Unite, la Carta dei diritti dell'Unione Europea, i principi e i diritti fondamentali nel lavoro definiti dall'ILO (International Labour Organization), le Linee Guida

per le Imprese Multinazionali dell'OCSE (Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) e i principi del Global Compact dell'ONU.

Tutte le aziende del Gruppo operano in conformità al Codice Etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A.

OBIETTIVO FUTURO È intenzione di Compagnia dei Caraibi estendere formalmente i principi del codice etico a tutte le aziende del Gruppo.



03/04

I TEMI MATERIALI

I temi materiali rappresentano gli aspetti maggiormente rilevanti per il Gruppo in termini di sostenibilità, e si traducono in azioni e sforzi concreti al fine del perseguimento di un miglioramento continuo e del mantenimento di elevate prestazioni.

L'analisi di materialità è stata effettuata secondo gli **European Sustainability Reporting Standards (ESRS)**, basati sulla Direttiva Europea sul Corporate Sustainability Reporting (CSRD).

L'approccio adottato ha seguito il paradigma della **"doppia materialità"**, previsto dagli ESRS, prevedendo una valutazione della rilevanza strategica di ciascun tema materiale, valutando l'importanza di:

- **impatti**, positivi o negativi, **generati**,

o potenzialmente generati, direttamente o indirettamente, **da Compagnia dei Caraibi sull'ambiente esterno**, sulle persone e sull'intera società (ottica inside-out, o "materialità dell'impatto");

- potenziali **opportunità** e potenziali rischi **subiti dal Gruppo**, in termini di effetti sulla performance finanziaria e operativa (prospettiva outside-in, o "materialità finanziaria").

Per ciascun tema sono stati evidenziati **potenziali impatti**, positivi e/o negativi, **rischi e opportunità**, con un'ipotesi

sul livello di rilevanza. Questi vengono descritti ed analizzati maggiormente nel dettaglio nel paragrafo dedicato del presente documento.

Il processo di determinazione e definizione della materialità del Gruppo ha visto alla base un'analisi di contesto, sia interno che esterno, dove sono stati presi in considerazione i **principali processi del Gruppo**.

Tenendo in considerazione le **variabili ambientali e sociali connesse**, sono stati ripercorsi e considerati gli interi

flussi dei prodotti: dalla ideazione, creazione, produzione e vendita per i prodotti a marchio proprio, e dalla selezione alla vendita per gli altri prodotti commercializzati. Sono stati inoltre considerati la totalità dei servizi forniti al mercato e delle attività realizzate da parte delle diverse aziende che compongono il Gruppo.

I temi materiali definiti delineano gli elementi considerati centrali da Compagnia dei Caraibi in relazione alla propria sostenibilità economica e di governance, ambientale e sociale.

03/04

I TEMI MATERIALI

TEMI ECONOMICI E DI GOVERNANCE

1. COMPETITIVITÀ E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Per il Gruppo essere competitivi vuol dire essere capaci di fornire una varietà di prodotti di nicchia in esclusiva. Compagnia dei Caraibi garantisce un presidio efficace del pricing dei prodotti, fondamentale per la definizione e il mantenimento dei livelli di marginalità per tutti gli interlocutori della filiera.

2. APPROCCIO ETICO DELLA CONDUZIONE DEL BUSINESS

Compagnia dei Caraibi conduce le proprie attività adottando un approccio etico, promuovendo la diffusione della cultura della legalità e della correttezza dei comportamenti quali elementi indispensabili al buon funzionamento aziendale.

3. TRASPARENZA VERSO GLI STAKEHOLDER

La trasparenza verso i propri interlocutori è un elemento centrale per Compagnia dei Caraibi, che si impegna a fornire

comunicazioni puntuali e aggiornate sia di tipo finanziario che relativamente ai temi ESG.

4. BERE RESPONSABILE

Compagnia dei Caraibi, consapevole delle criticità in termini di salute riscontrabili nel proprio settore di appartenenza, si impegna a sensibilizzare e diffondere il concetto del "bere responsabilmente".

5. CUSTOMER SATISFACTION

La soddisfazione dei clienti rappresenta un importante parametro considerato dal Gruppo al fine di poter migliorare le prestazioni dei propri servizi e i prodotti offerti. L'esperienza del consumatore viene considerata e analizzata attraverso un solido sistema di misurazione tramite l'identificazione di KPIs utili a stabilire punti di forza, di debolezza e aree di miglioramento.

6. FOOD SAFETY E SALUTE DEL CONSUMATORE

Il Gruppo promuove e sostiene la

sicurezza dei consumatori attraverso una selezione accurata dei prodotti offerti, una gestione attenta della propria catena di fornitura e un piano di analisi a campione che verifica la compliance di prodotto.

7. DIVERSIFICAZIONE DI PRODOTTO

Offrire ai propri clienti e consumatori categorie di prodotto diversificate e di qualità è un scelta strategica e una priorità per il Gruppo.

8. SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE

Il Gruppo promuove e sostiene il cambiamento attraverso la ricerca e lo sviluppo di tecnologie volte all'innovazione digitale che da un lato proteggano l'ambiente e riducano l'impatto sull'ecosistema e dall'altro aumentino la produttività creando un'economia più performante, riducendo costi e spostamenti, e agevolando il lavoro umano.

9. APPROCCIO SOCIALE E AMBIENTALE DEI FORNITORI

Nella definizione della propria catena di fornitura il Gruppo valuta e monitora anche la sostenibilità ambientale e sociale. L'approccio dei soggetti coinvolti e le prestazioni su questi temi rappresentano un sostanziale criterio di selezione.

10. ARCHITETTURA DELLE AREE DI LAVORO

Il Gruppo si impegna nel far sì che i propri luoghi di lavoro vengano percepiti come spazi armonici, belli e funzionali, al fine di permettere condizioni lavorative piacevoli e motivanti.

03/04

I TEMI MATERIALI

TEMI AMBIENTALI

11. MONITORAGGIO E CONTENIMENTO
DI EMISSIONI DI GAS SERRA

Per Compagnia dei Caraibi "monitoraggio e contenimento" significa nel concreto essere attenta alle emissioni di gas serra generate direttamente e indirettamente. A questo proposito il Gruppo si impegna a rendicontare annualmente la propria Carbon Footprint, per avere contezza degli impatti generati e porsi obiettivi di miglioramento e minor impatto, adottando scelte consapevoli.

12. GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI
EVENTI

Nell'organizzazione e gestione di eventi Compagnia dei Caraibi sceglie fornitori e materiali di utilizzo a basso impatto ambientale, privilegiando materiali sostenibili e facilmente riciclabili, e pensando all'intero ciclo di vita di ciò che viene utilizzato.

13. ECONOMIA CIRCOLARE

Il Gruppo intende perseguire un modello di produzione e consumo volto ad estendere la vita dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile, promuovendo e adottando ove possibile meccanismi che eliminino i rifiuti e l'inquinamento, che facciano circolare prodotti e materiali al loro valore più alto, e che siano rigenerativi per la natura.

14. MATERIALI DI CONSUMO
SOSTENIBILI

Compagnia dei Caraibi si impegna ad utilizzare materiali di consumo sostenibili nella quotidianità della vita aziendale.

15. ECODESIGN DEI PRODOTTI

L'attenzione alla sostenibilità del prodotto si traduce in un design, per i prodotti a marchio proprio, che valuta ed ottimizza le diverse fasi di produzione, trasporto,

smaltimento e/o recupero e riciclo. Ecodesign significa inoltre attuare scelte consapevoli e responsabili in materia di packaging ed imballaggi.

16. GESTIONE DEI RIFIUTI E
SOTTOPRODOTTI

Compagnia dei Caraibi si impegna ad adottare, all'interno delle proprie sedi aziendali, pratiche di raccolta differenziata e cerca di gestire materiali e/o sottoprodotti attraverso modalità che permettano di diminuire l'impatto ambientale e ridurre lo spreco in termini di risorse.

17. SALVAGUARDIA DELLA
BIODIVERSITÀ

Il Gruppo intende contribuire positivamente alla tutela e conservazione delle biodiversità tramite il proprio operato e sostenendo altre realtà.

18. LOGISTICA SOSTENIBILE

La logistica sostenibile si traduce per il Gruppo nell'ottimizzazione dei trasporti IN e OUT e nell'attenzione alla logistica del personale, sia per viaggi di lavoro che per gli spostamenti casa-lavoro.

19. CONSUMO DI ACQUA

Il Gruppo si impegna nell'utilizzo e gestione della risorsa idrica in modo responsabile, con particolare attenzione alle sedi produttive.

03/04
I TEMI MATERIALI
TEMI SOCIALI

20. WELFARE AZIENDALE

La creazione di un ambiente lavorativo nel quale le persone coinvolte possano trovare benessere e possano conciliare vita privata e lavorativa rappresenta un elemento rilevante nel modo di fare impresa del Gruppo.

21. TALENT MANAGEMENT

Nelle proprie politiche aziendali il Gruppo adotta un approccio alla cura e alla crescita personale e professionale dei propri dipendenti, attraverso la proposta di attività di vario tipo tra cui formazione continua su temi tecnici e trasversali e momenti ludici e di team building.

22. INCLUSIONE, NON DISCRIMINAZIONE E PARI OPPORTUNITÀ

Mettere la persona al centro significa per il Gruppo sviluppare il valore di ognuno, rispettandone l'integrità fisica, culturale e morale ed offrendo a tutti le medesime opportunità all'interno del contesto aziendale.

23. ATTENZIONE ALLE COMUNITÀ LOCALI

Il forte legame con il territorio e la disponibilità a sostenere progetti di sviluppo locale sono elementi distintivi e caratterizzanti dell'approccio adottato dal Gruppo nella conduzione del proprio business.

24. PROMOZIONE DI ATTIVITÀ CULTURALI E ARTISTICHE

L'azienda promuove e sponsorizza attività culturali, artistiche e musicali, in quanto crede nel valore aggiunto fornito alla comunità tramite la diffusione e il sostegno alla generazione del "bello".



03/04

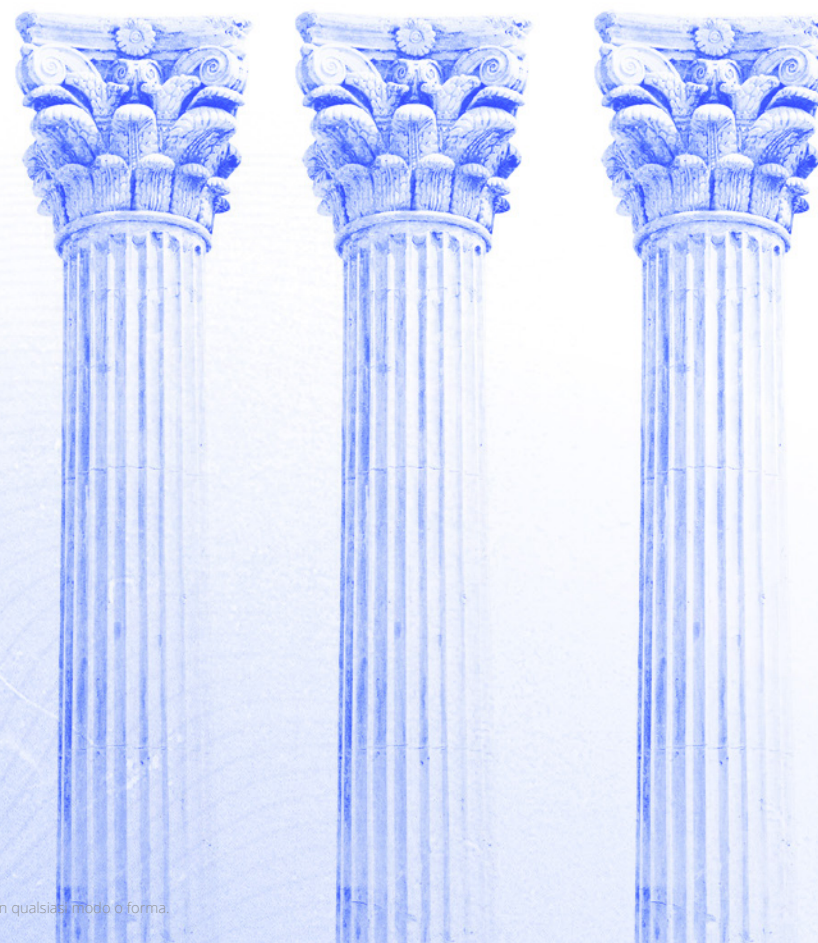
I TEMI MATERIALI

LA VALUTAZIONE DEI TEMI MATERIALI

Il Comitato di Sostenibilità del Gruppo ha effettuato una verifica e un posizionamento per importanza, secondo il principio della doppia materialità, dei temi definiti.

La rappresentazione grafica della matrice fornisce il risultato dell'analisi inside-out ed outside-in.

Per ogni tema materiale vengono identificati specifici obiettivi di miglioramento, definite responsabilità e destinate risorse per il raggiungimento degli stessi.

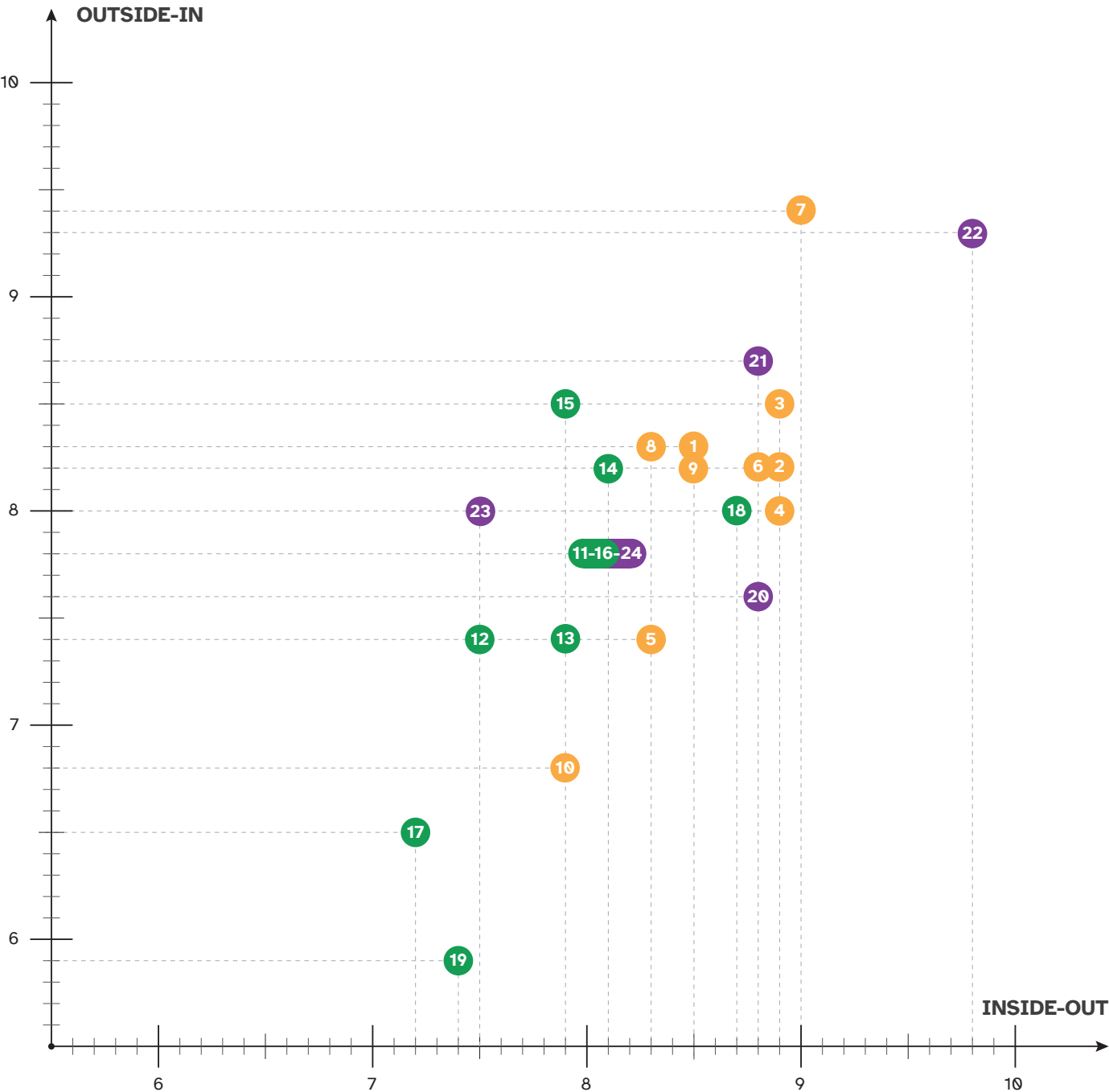


03/04

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

LEGENDA

- 1 COMPETITIVITÀ E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA
- 2 APPROCCIO ETICO DELLA CONDUZIONE DEL BUSINESS
- 3 TRASPARENZA VERSO GLI STAKEHOLDER
- 4 BERE RESPONSABILE
- 5 CUSTOMER SATISFACTION
- 6 FOOD SAFETY E SALUTE DEL CONSUMATORE
- 7 DIVERSIFICAZIONE DI PRODOTTO
- 8 SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE
- 9 APPROCCIO SOCIALE E AMBIENTALE DEI FORNITORI
- 10 ARCHITETTURA AREE DI LAVORO
- 11 MONITORAGGIO E CONTENIMENTO DI EMISSIONI GAS SERRA
- 12 GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI
- 13 ECONOMIA CIRCOLARE
- 14 MATERIALI DI CONSUMO SOSTENIBILI
- 15 ECODSIGN DEI PRODOTTI
- 16 GESTIONE DEI RIFIUTI E SOTTOPRODOTTI
- 17 SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ
- 18 LOGISTICA SOSTENIBILE
- 19 CONSUMO DI ACQUA
- 20 WELFARE AZIENDALE
- 21 TALENT MANAGEMENT
- 22 INCLUSIONE, NON DISCRIMINAZIONE E PARI OPPORTUNITÀ
- 23 ATTENZIONE ALLE COMUNITÀ LOCALI
- 24 PROMOZIONE ATTIVITÀ CULTURALI E ARTISTICHE



03/05

CDC E L'AGENDA 2030

L'ONU (Organizzazione delle Nazioni Unite) nel 2015 ha lanciato una sfida alle istituzioni, alle imprese e ai cittadini, che sono chiamati a contribuire ai **17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile** definiti nell'Agenda 2030, al fine di affrontare le problematiche globali relative allo sviluppo sociale ed economico.

Attraverso 169 target e indicatori specifici ognuno dei 17 obiettivi può diventare raggiungibile grazie al contributo di tutti.

Compagnia dei Caraibi **risponde alla chiamata scegliendo di impegnarsi, con azioni chiare e misurabili**, a contribuire al miglioramento in particolare per una selezione di obiettivi, riconducibili ai quattro pilastri fondamentali definiti in qualità di Società Benefit.

IL PERSEGUIMENTO DEI TARGET SELEZIONATI RISULTA IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DI LUNGO PERIODO DEFINITI DAL COMITATO DI SOSTENIBILITÀ DEL GRUPPO IN SEDE STRATEGICA.



03/05 CDC E L'AGENDA 2030 PILASTRO AMBIENTE

Compagnia dei Caraibi **riconosce il ruolo strategico del Pianeta e si impegna nella tutela dell'ambiente**, cercando di instaurare collaborazioni virtuose.

Il Gruppo Compagnia dei Caraibi **si impegna a sottoporre sistematicamente i suoi processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti** e imposta i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e

di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale.

Compagnia dei Caraibi **valuta i rischi connessi ai cambiamenti climatici** per migliorare la resilienza delle proprie operazioni.

Il Gruppo vuole impegnarsi attivamente in attività di ripristino, salvaguardia e tutela della biodiversità.

COMPAGNIA DEI CARAIBI SI IMPEGNA A TUTELARE L'AMBIENTE SOTTOPONENDO I PROPRI PROCESSI A VALUTAZIONE DI IMPATTO SULLE EMISSIONI DI GAS CLIMALTERANTI.



03/05

CDC E L'AGENDA 2030

PILASTRO CULTURA

Arte e cultura come strumento per contribuire alla bellezza del mondo in cui viviamo. Il Gruppo Compagnia dei Caraibi si impegna a creare e supportare manifestazioni culturali (artistiche, musicali, letterarie) riconoscendone il valore e l'impatto positivo che hanno sulla società. Il mondo della miscelazione, vino, birra incontra arte, pittura, musica, editoria per **promuovere la contaminazione** e il concetto del bere di qualità e responsabilmente.



COMPAGNIA DEI
CARAIBI VUOLE
SOSTENERE
INIZIATIVE A FAVORE
DELL'ISTRUZIONE
DI QUALITÀ E
DELLA CRESCITA
PERSONALE.

03/05 CDC E L'AGENDA 2030 PILASTRO PERSONE

Il Gruppo Compagnia dei Caraibi si propone di **raggiungere la parità di trattamento tra i generi**, a tal fine intende sottoporre sistematicamente le proprie operazioni e i propri progetti a valutazione in termini di parità di genere (**Gender Impact Assessment - GIA**), per eliminare le discriminazioni e trovarne le forme più eque.

Il gruppo Compagnia dei Caraibi si propone di favorire lo **sviluppo del talento individuale di ogni persona all'interno dell'organizzazione** per una piena espressione del proprio potenziale.



COMPAGNIA DEI
CARAIBI SI PROPONE DI
RAGGIUNGERE NELLE
PROPRIE AZIENDE LA
PARITA' DI TRATTAMENTO
TRA I GENERI, ELIMINANDO
LE DISCRIMINAZIONI E
FAVORENDO LO SVILUPPO
DEL TALENTO.

03/05

CDC E L'AGENDA 2030

PILASTRO SOCIAL & GENDER EQUALITY

Il Gruppo Compagnia dei Caraibi si impegna a **promuovere la parità sociale e di genere attraverso politiche e pratiche volte a garantire un ambiente di lavoro inclusivo ed equo** per tutti i dipendenti, indipendentemente da genere, orientamento sessuale, etnia, religione o qualsiasi altra caratteristica personale. Questo impegno si concretizza anche col supporto ad attività che hanno come obiettivo quello di **eliminare discriminazioni**, promuovere la diversità, garantire pari opportunità di carriera e retribuzione, nonché fornire programmi di supporto e formazione per favorire il benessere e lo sviluppo professionale di tutti i dipendenti.



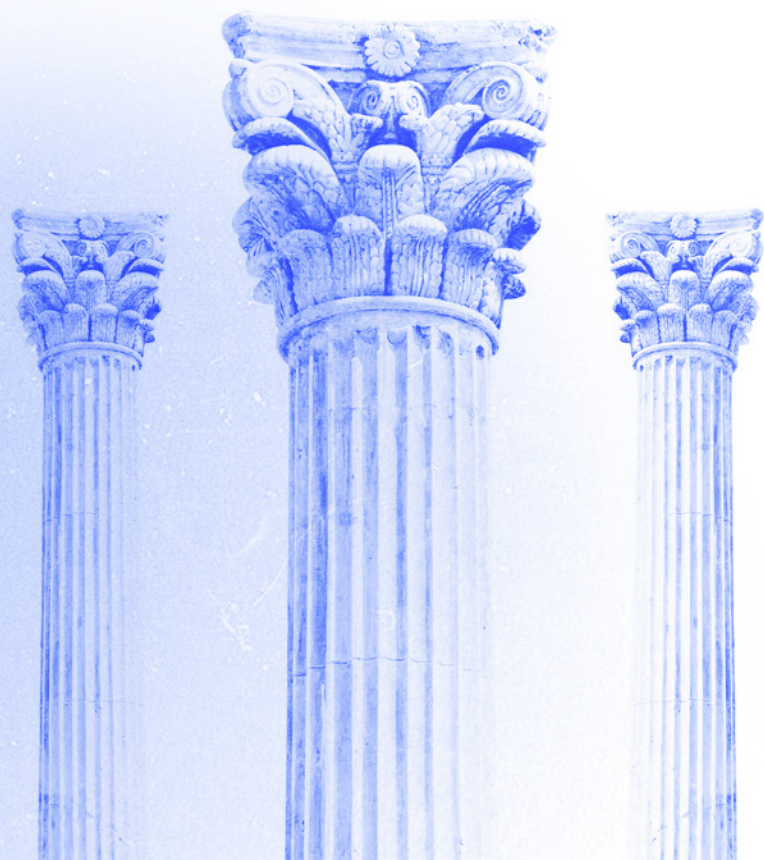
Il gruppo conosce i suoi fornitori e collabora con gli stessi per il miglioramento dei rispettivi aspetti ESG. Compagnia dei Caraibi si impegna a partecipare attivamente a network e reti di aziende, enti, istituzioni che operano in campo ESG (esempio: Global Compact, Network B-Corp).

COMPAGNIA DEI CARAIBI SI IMPEGNA A PROMUOVERE LA PARITÀ SOCIALE E DI GENERE PROMUOVENDO UN AMBIENTE DI LAVORO INCLUSIVO.

03/06

RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE

Compagnia dei Caraibi, adottando l'approccio prudenziale introdotto dalle Nazioni Unite (ONU), ha condotto un assessment interno per identificare i rischi principali collegati alle tematiche ESG, di seguito rappresentati.



L'adozione dell'approccio della “**doppia materialità**” nell'analisi ed individuazione dei temi materiali del Gruppo, come previsto dagli ESRS sulla base della Direttiva Europea sul Corporate Sustainability Reporting, ha permesso di mettere in luce e valutare l'importanza di:

EVENTUALI IMPATTI

generati o potenzialmente generati, positivi o negativi, direttamente o indirettamente, dalle aziende che compongono il Gruppo;

POTENZIALI OPPORTUNITÀ E RISCHI

subiti dal Gruppo, in termini di effetti sulla performance finanziaria e operativa.

RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE

Nella tabella sottostante gli impatti, i rischi e le opportunità individuati vengono ricondotti ai diversi temi materiali. Per ognuno di essi viene indicata l'importanza su una scala da una a tre bottiglie, maggiore è il numero di bottiglie e maggiore è la rilevanza. Le bottiglie rappresentate vengono colorate di verde se si fa riferimento a potenziali impatti, rischi ed opportunità positivi, se in rosso invece si tratta di aspetti considerati negativi.

LEGENDA

PER GLI IMPATTI, EFFETTIVI O POTENZIALI

- 1 o 1 rosso impatto positivo o negativo, i cui effetti non risultano particolarmente significativi
- 2 o 2 rosso impatto rilevante, positivo o negativo, i cui potenziali effetti risultano significativi
- 3 o 3 rosso impatto sostanziale, positivo o negativo, i cui potenziali effetti risultano centrali

PER I RISCHI

- 1 rosso rischio di evento remoto, i cui potenziali effetti sarebbero molto poco rilevanti.
- 2 rosso rischio di evento possibile, i cui potenziali effetti sull'azienda risulterebbero mediamente impattanti, la cui mitigazione si ritiene controllabile
- 3 rosso rischio di evento probabile, i cui potenziali effetti sull'azienda risulterebbero impattanti, la cui mitigazione può risultare di difficile realizzazione

PER LE OPPORTUNITÀ

- 1 verde opportunità remota, la cui potenziale influenza sull'azienda risulterebbe poco impattante
- 2 verde opportunità possibile, la cui potenziale influenza sull'azienda risulterebbe mediamente significativa
- 3 verde opportunità probabile, la cui potenziale influenza sull'azienda risulterebbe sostanziale

03/06
RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE
TEMI ECONOMICI E DI GOVERNANCE

TEMA MATERIALE Temi economici e di governance	IMPATTI, RISCHI ED OPPORTUNITÀ ESG			
	INSIDE-OUT	LIVELLO POTENZIALE/ EFFETTIVO DI IMPATTO	OUTSIDE-IN	LIVELLO POTENZIALE DI RISCHI/OPPORTUNITÀ
COMPETITIVITÀ E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA	Generazione e distribuzione di valore aggiunto		Attrattività e solidità	
			Politiche monetarie	
APPROCCIO ETICO ALLA CONDUZIONE DEL BUSINESS	Considerazioni sulla sostenibilità nella conduzione del business		Attrattività e solidità	
			Nessuna attenzione dall'esterno verso le questioni di sostenibilità nella conduzione degli affari	
			Miglioramento della reputazione	
TRASPARENZA VERSO GLI STAKEHOLDER	Comunicazione trasparente al mercato e a tutti gli stakeholder		Compliance normativa	
			Rischi connessi alla comunicazione finanziaria, rischio reputazionale	
BERE RESPONSABILE	Promozione del messaggio del “bere responsabile”		Rischio reputazionale	
	Riduzione di effetti nocivi dovuti al consumo eccessivo di alcol		Compliance normativa	/
CUSTOMER SATISFACTION	Qualità dei prodotti		Rischio reputazionale legato ai prodotti	
	Qualità dei servizi		Rischio reputazionale legato ai servizi	

03/06
RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE
TEMI ECONOMICI E DI GOVERNANCE

TEMA MATERIALE Temi economici e di governance	IMPATTI, RISCHI ED OPPORTUNITÀ ESG			
	INSIDE-OUT	LIVELLO POTENZIALE/ EFFETTIVO DI IMPATTO	OUTSIDE-IN	LIVELLO POTENZIALE DI RISCHI/OPPORTUNITÀ
FOOD SAFETY E SALUTE DEL CONSUMATORE	Qualità dei prodotti		Compliance normativa	
	Adeguate etichettatura e corretta comunicazione del prodotto		Standard qualitativi	
DIVERSIFICAZIONE DI PRODOTTO	Ampia offerta		Vantaggio competitivo	
	Raggiungimento di target e bisogni diversificati della popolazione			
SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE	Miglioramento dei servizi offerti		Competitività, velocità di innovazione e adattamento	/
	Miglioramento dei sistemi utilizzati e sviluppo di innovazione			
APPROCCIO SOCIALE E AMBIENTALE DEI FORNITORI	Miglioramento della sostenibilità complessiva della catena di fornitura		Resilienza della catena di fornitura	
	Mancanza di una valutazione ambientale e sociale completa della catena di fornitura		Rischi reputazionali	
ARCHITETTURA AREE DI LAVORO	Benessere dei dipendenti		Mancanza di attrattività	/

03/06

RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE

TEMI AMBIENTALI

TEMA MATERIALE Temi ambientali	IMPATTI, RISCHI ED OPPORTUNITÀ ESG			
	INSIDE-OUT	LIVELLO POTENZIALE/ EFFETTIVO DI IMPATTO	OUTSIDE-IN	LIVELLO POTENZIALE DI RISCHI/OPPORTUNITÀ
MONITORAGGIO E CONTENIMENTO DI EMISSIONI GAS SERRA	Riduzione delle emissioni GHG		Evoluzione compliance normativa	
	Mancanza di un inventario completo delle emissioni di gas serra		Rischi reputazionali	
	Monitoraggio e compensazione delle emissioni GHG			
GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI	Riduzione degli impatti ambientali		Rischi reputazionali	
	Generazione di rifiuti			
ECONOMIA CIRCOLARE	Riduzione degli impatti ambientali		Compliance normativa	
	Generazione di rifiuti		Collaborazioni strategiche	
MATERIALI DI CONSUMO SOSTENIBILI	Considerazioni in merito alla sostenibilità di materiali di consumo		Rischio di approvvigionamento	

03/06
RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE
TEMI AMBIENTALI

TEMA MATERIALE Temi ambientali	IMPATTI, RISCHI ED OPPORTUNITÀ ESG			
	INSIDE-OUT	LIVELLO POTENZIALE/ EFFETTIVO DI IMPATTO	OUTSIDE-IN	LIVELLO POTENZIALE DI RISCHI/OPPORTUNITÀ
ECODESIGN DEI PRODOTTI	Considerazioni in merito all'eco design dei prodotti e alla scelta dei materiali		Compliance normativa	
			Soddisfazione dei clienti	
GESTIONE DEI RIFIUTI E SOTTOPRODOTTI	Valorizzazione dei sottoprodotti		Collaborazioni strategiche	
	Miglioramento delle performance ambientali			
SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ	Riduzione degli impatti ambientali		Reperibilità delle materie prime	
	Sostegno a progetti di salvaguardia della biodiversità			
LOGISTICA SOSTENIBILE	Riduzione dell'impatto ambientale		Rischio reputazionale	
CONSUMO DI ACQUA	Riduzione dell'impatto ambientale, nel rispetto del territorio locale		Rischio di approvvigionamento	
	Consumo di acqua			

TEMA MATERIALE Temi sociali	IMPATTI, RISCHI ED OPPORTUNITÀ ESG			
	INSIDE-OUT	LIVELLO POTENZIALE/ EFFETTIVO DI IMPATTO	OUTSIDE-IN	LIVELLO POTENZIALE DI RISCHI/OPPORTUNITÀ
WELFARE AZIENDALE	Benessere dei dipendenti		Possibili perdite di capitale umano	
	Employees' commitment		Attrazione di capitale umano	
TALENT MANAGEMENT	Soddisfazione e crescita dei dipendenti		Attrattività	
	Miglioramento delle performance aziendali grazie allo sviluppo di talenti			
INCLUSIONE, NON DISCRIMINAZIONE E PARI OPPORTUNITÀ	Ambiente di lavoro positivo		Attrattività	
	Miglioramento della competitività attraverso la diversità delle risorse umane		Rischio di violazione dei diritti umani	
ATTENZIONE ALLA COMUNITÀ LOCALE	Coinvolgimento della comunità		Partnership locali	
	Local employment		Mancata partecipazione	
PROMOZIONE DI ATTIVITÀ CULTURALI E ARTISTICHE	Community engagement		Partnership locali	
	Sostegno a realtà artistiche e culturali		Mancata partecipazione	

Gli impatti, rischi e opportunità considerati vengono ricondotti a macroaree tematiche e analizzati maggiormente nel dettaglio da parte del Gruppo.

03/06 RISCHI E MODALITÀ DI GESTIONE RELATIVI AL MERCATO

Compagnia dei Caraibi genera e distribuisce valore tramite la propria attività. Un potenziale rischio alla competitività del Gruppo è connesso alle politiche monetarie.

Il Gruppo considera la propria sostenibilità economica come elemento positivo di attrattività e solidità.

La considerazione della sostenibilità nella conduzione del business aziendale rappresenta un impatto positivo e coerente con l'approccio etico del Gruppo. Questo aspetto risulta inoltre per Compagnia dei Caraibi un ulteriore **elemento di attrattività e solidità**, migliorandone la reputazione. La mancata attenzione da parte dell'esterno verso questioni di sostenibilità nella conduzione degli affari viene individuato come rischio, ma non di sostanziale rilevanza.

Connesso al **tema materiale del bere responsabile** il Gruppo individua il

rischio/opportunità della compliance normativa, inteso come rischio qualora dovessero essere previste delle restrizioni di mercato, o come opportunità in quanto il Gruppo essendo compliant consolida e può consolidare, qualora dovessero cambiare le norme di riferimento, il proprio posizionamento.

A livello di mercato, la **diversificazione di prodotto permette di ottenere possibili vantaggi competitivi**.

All'interno del proprio mercato di riferimento il Gruppo adotta un approccio volto a conoscere l'approccio sociale ed ambientale dei fornitori.

Il miglioramento della sostenibilità complessiva della catena di fornitura rappresenta un potenziale impatto positivo, mentre la mancanza di una valutazione ambientale e sociale completa della catena di fornitura viene considerata un potenziale impatto negativo.

Alla responsabilità in termini di sostenibilità della catena di fornitura vengono associati potenziali rischi reputazionali e la maggior resilienza in termini di opportunità positiva.

IL MIGLIORAMENTO DELLA SOSTENIBILITÀ COMPLESSIVA DELLA CATENA DI FORNITURA RAPPRESENTA UN POTENZIALE IMPATTO POSITIVO.

03/06 RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE CONNESSI ALLA COMUNICAZIONE

Il perseguimento di una **comunicazione corretta e trasparente** rappresenta un'opportunità per il Gruppo e si realizza basando i contenuti della comunicazione stessa su dati e informazioni oggettive e documentabili.

La compliance normativa richiesta in termini di comunicazione sulla sostenibilità rappresenta un'opportunità per il Gruppo, nell'ottica di un miglioramento continuo.

Connesso alla comunicazione viene individuato il rischio reputazionale, che è considerato di importanza strategica per il Gruppo, che punta a veicolare informazioni corrette e chiare.

Elemento cardine della comunicazione e dell'impegno aziendale in termini di impatto è la **promozione del messaggio del "bere responsabile"**, a cui viene prestata attenzione particolare, al fine di ridurre gli effetti nocivi dovuti al consumo eccessivo di alcol.

Alla comunicazione in merito al bere responsabile, risulta strettamente connesso un rischio reputazionale, dato il settore commerciale e produttivo in cui si inserisce. Tale rischio però, viene considerato come contenuto in quanto le tematiche ad esso connesse vengono gestite con particolare attenzione.

**COMUNICAZIONE BASATA
SU DATI E INFORMAZIONI
OGGETTIVI DOVE IL FOCUS
È LA PROMOZIONE DEL
MESSAGGIO DEL "BERE
RESPONSABILMENTE".**

03/06 RISCHI E MODALITÀ DI GESTIONE DI APPROVVIGIONAMENTO

I rischi di approvvigionamento sono quelli connessi alla catena di approvvigionamento di materie prime, semilavorati, o prodotti finiti.

Sono connessi alla indisponibilità degli stessi, per difficoltà di reperimento o per rallentamento del ciclo produttivo da parte dei fornitori o, ancora, per difficoltà o rallentamenti nel relativo trasporto. In questo ambito, **la funzione Procurement**

monitora costantemente tali rischi, sottoponendo eventuali criticità alla Direzione Generale per la definizione delle azioni correttive da adottare.

Anche i materiali di consumo comportano possibili rischio di approvvigionamento, oltre a quelli relativi ai prodotti commercializzati dal Gruppo o alle materie prime utilizzate nella produzione diretta o dei propri fornitori.

Connesso alla reperibilità delle materie prime vi è **il tema della biodiversità**, a cui il Gruppo rivolge azioni dedicate al fine di ridurre gli impatti ambientali e

sostenere progetti di salvaguardia. Relativamente al **consumo di acqua**, Compagnia dei Caraibi registra un **impatto poco significativo, che mira comunque a ridurre**, nel rispetto del territorio locale. Il rischio di approvvigionamento connesso alla risorsa idrica non viene considerato rilevante.

La tessitura di rapporti consolidati con la propria catena di fornitura è un elemento che consente a Compagnia dei Caraibi di limitare questo tipo di rischi.

LA TESSITURA DI RAPPORTI CONSOLIDATI CON I PROPRI FORNITORI CONSENTE A COMPAGNIA DEI CARAIBI DI CONTENERE I RISCHI DI APPROVVIGIONAMENTO.



03/06 RISCHI E MODALITÀ DI GESTIONE RELATIVI AI PRODOTTI

Relativamente ai propri prodotti e servizi il Gruppo **pone attenzione alla massima qualità**, volta ad una completa soddisfazione dei propri clienti e dei consumatori. La mancata percezione di qualità viene letta dal Gruppo come un potenziale rischio reputazionale.

I rischi relativi ai prodotti sono quelli connessi alla **salute e sicurezza dei consumatori**, che possono derivare da una eventuale non conformità alle norme e agli standard qualitativi dei prodotti (anche in ragione della costante evoluzione della normativa di riferimento), oppure sono collegati a cause imputabili ai processi di lavorazione dei fornitori.

L'aspetto connesso a standard qualitativi viene letto come opportunità, in quanto il gruppo ha in grande attenzione la qualità. Le aziende del Gruppo appartenenti al settore alimentare sono dotate di

un sistema di gestione ai sensi della normativa HACCP. È prevista un'attività di qualifica dei fornitori e **vengono effettuate analisi a campione sui prodotti stessi con cadenza annuale**. Inoltre, è stato predisposto un piano di protezione dei prodotti, allo scopo di identificare, monitorare ed eliminare le possibili fonti di contaminazione intenzionale (di tipo fisico, chimico e biologico, e da agenti radioattivi) che potrebbero rendere l'alimento non sicuro, identificando un team permanente preposto alla valutazione di tale rischio.

Un altro rischio è quello connesso alla **nutrizione**, è infatti nota l'elevata **attenzione che le persone pongono oggi alla qualità dei prodotti** e, in particolare, alle caratteristiche nutrizionali e agli ingredienti. Il sistema di etichettatura si evolve in conformità con le normative di riferimento, seguendo

e quando possibile anticipando quanto disposto. **Il tema dell'abuso di sostanze alcoliche è oggetto di grande attenzione** già nella selezione di prodotti di categoria premium e superpremium, il Gruppo cerca di ridurre l'impatto sulla salute dei consumatori promuovendo un consumo di qualità e non di quantità e una cultura del bere responsabile. A livello di mercato, la diversificazione di prodotto permette di avere un'ampia offerta e raggiungere quindi target e bisogni diversificati della popolazione.

Lo sviluppo tecnologico e l'innovazione risultano essere temi essenziali per un miglioramento dei servizi offerti, dei sistemi utilizzati e per uno sviluppo innovativo.

A questi aspetti viene connesso sia un rischio, in termini di velocità richiesta di adattamento, sia una opportunità.

L'**ecodesign dei prodotti** e la circolarità dei sistemi di produzione rappresentano sia un rischio, in termini di eventuale compliance normativa, che una possibile opportunità per il Gruppo di instaurare relazioni virtuose e partnership strategiche.

In riferimento ai propri processi di produzione il Gruppo individua un'opportunità nella possibilità di collaborazioni strategiche, al fine di una migliore gestione di rifiuti e sottoprodotti.

03/06

RISCHI E MODALITÀ DI GESTIONE

CONNESSI ALLA CORRUZIONE E ALLE FRODI

Compagnia dei Caraibi promuove **comportamenti coerenti con i principi definiti nel Codice Etico**, rifiutando e contrastando ogni forma di corruzione.

Compagnia dei Caraibi S.p.A. si è dotata di un Modello di Organizzazione e Gestione ai sensi del D.Lgs 231/2001 che prevede, tra i reati che possono innescare la responsabilità dell'Azienda, quelli relativi alla corruzione attiva e passiva, nel

settore pubblico e in quello privato. Nel 2023 è stata effettuata un'attività di formazione a tutti i dipendenti di Compagnia dei Caraibi S.p.A. **sul modello 231, sul Codice Etico e sulla procedura di whistleblowing.**

È intenzione di Compagnia dei Caraibi estendere formalmente i principi del Codice Etico a tutte le aziende del Gruppo.

**COMPAGNIA DEI CARAIBI
PROMUOVE COMPORTAMENTI
COERENTI CON I PRINCIPI
DEFINITI NEL CODICE ETICO,
RIFIUTANDO E CONTRASTANDO
OGNI FORMA DI CORRUZIONE.**



03/06 RISCHI E MODALITÀ DI GESTIONE CONNESSI AL CAPITALE UMANO

Il Capitale Umano rappresenta per Compagnia dei Caraibi un elemento strategico e determinante nel raggiungimento degli obiettivi del Gruppo.

I rischi identificati riguardano la tutela della salute e sicurezza delle persone sul luogo di lavoro, l'attrazione, la preservazione e la crescita dei talenti, figure di rilievo e tematiche di diversità e inclusione.

La salute e sicurezza sul luogo di lavoro sono elementi di primaria attenzione. Attraverso un'attività di formazione costante, superiore a quanto richiesto dalla normativa, il Gruppo garantisce un adeguato presidio dei temi.

Con riferimento all'attrazione e preservazione dei talenti, è proseguito l'impegno attraverso piani specifici di sviluppo delle competenze, percorsi individuali di coaching, monitoraggio dei livelli di soddisfazione e adozione di piani incentivanti, di carattere economico e azionariato diffuso.

La creazione di un **ambiente armonico e attento alle persone** è volto a garantire benessere sul luogo di lavoro, ridurre il rischio di perdita di personale e aumentare l'attrattività aziendale nei confronti di nuove risorse umane.

DI VIOLAZIONE DEI DIRITTI UMANI

I rischi di violazione dei diritti umani sono connessi a potenziali condotte scorrette da parte dei fornitori. **Compagnia Dei Caraibi si adopera per promuovere il rispetto dei diritti universali di ogni individuo.** L'intenzione del Gruppo è quella di migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire.

03/06

RISCHI E MODALITA' DI GESTIONE RELATIVI AL COINVOLGIMENTO E SOSTEGNO DELLE COMUNITA'

Il Gruppo esprime la propria **attenzione alla comunità locale** attraverso il **coinvolgimento della comunità, la creazione di posti di lavoro, privilegiando l'occupazione locale, attraverso l'organizzazione di eventi e in particolare la promozione e sostegno di attività artistiche e culturali.**

La possibilità di creare partnership locali rappresenta un'opportunità significativa, mentre la mancata partecipazione da parte della comunità viene visto come possibile rischio, ma attualmente poco verificabile e quindi significativo.



03/06 RISCHI E MODALITÀ DI GESTIONE DERIVANTI DAL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Compagnia dei Caraibi S.p.A. **già dal 2019 monitora**, ottimizza progressivamente, rendiconta e compensa, tramite l'acquisto di crediti di carbonio certificati, **la propria impronta carbonica**. Tale pratica è stata estesa nel 2023 alle altre aziende del Gruppo e si intende perseguire il calcolo della carbon footprint anche negli anni a venire, per una piena copertura del perimetro del Gruppo.

Tenendo **sotto controllo la propria impronta carbonica** il Gruppo ritiene che l'esposizione a rischi di contenzioso per non aver evitato o minimizzato gli impatti negativi sul clima, o non essersi adattati

ai cambiamenti climatici, sia limitata, così come l'esposizione a rischi reputazionali. Il Gruppo si impegna a lavorare anche localmente, su progetti che in prospettiva possono offrire sistemi di compensazione più direttamente controllabili.

I **rischi del cambiamento climatico** per la performance finanziaria dell'azienda possono essere ricondotti a determinati rischi di "transizione", che derivano dalla trasformazione in un'economia a basse emissioni di carbonio e resiliente al clima. In particolare, si possono considerare i costi connessi alla limitazione dell'impatto ambientale della logistica, ad esempio con riferimento ai rischi di

aumento del prezzo dei combustibili fossili. I rischi per l'azienda derivanti dai cambiamenti climatici possono inoltre essere collegati ad eventi meteorologici estremi (tempeste, inondazioni, incendi o ondate di caldo), che possono temporaneamente interrompere la catena del valore. **Il riscaldamento globale viene considerato dal Gruppo anche per gli impatti potenziali che questo può avere sulla disponibilità produttiva delle materie prime**. La gestione stessa dei rischi rappresenta per il Gruppo un'opportunità di miglioramento ed è motivo di riflessione sui propri impatti effettivi e potenziali.

Compagnia dei Caraibi S.p.A. dal

2019

**MONITORA LA PROPRIA
IMPRONTA CARBONICA**



04/14

CAMBIAMENTO CLIMATICO

04/01

LA GESTIONE ENERGETICA

Consumi energetici

I consumi energetici direttamente sostenuti dal Gruppo Compagnia dei Caraibi ammontano nel 2023 a **2.843,35 Gigajoule** e comprendono:

CONSUMO DI ENERGIA NELLE SEDI, gas metano per il riscaldamento ed energia elettrica (dati ricavati dalle bollette). Non sono inclusi in questo conteggio i consumi delle sedi quando inclusi nei canoni di affitto e quindi non disponibili, come specificato nei paragrafi seguenti.

CONSUMO DI CARBURANTI PER I VIAGGI DI LAVORO CON LE AUTO AZIENDALI (dati raccolti da indagine interna, schede contabili e fatture). a questi vanno aggiunti:

I CONSUMI DI CARBURANTE DEI DIPENDENTI PER IL TRAGITTO CASA-LAVORO.

IL CONSUMO DI CARBURANTI PER I TRASPORTI in (dal magazzino dei fornitori ai magazzini dell'azienda) e out (dai magazzini dell'azienda verso i clienti).

In questo caso non sono stati calcolati i consumi, bensì le emissioni di gas serra in relazione ai kg trasportati e ai km percorsi. Questi dati sono estratti dal gestionale e riguardano le aziende commerciali (CdC Italia, Germania, USA, Spagna e Wereticsoul), Have Fun e Refined Brands.

Gigajoule
2.843,35
CONSUMI ENERGETICI



04/01

LA GESTIONE ENERGETICA

Consumo di gas metano

Si tratta di consumo per il riscaldamento di uffici, locali e magazzini, non viene utilizzato invece metano per i processi produttivi. **I consumi vengono raccolti per le sedi di Colletterto Giacosa (CdC SpA) e Wereticsoul (magazzino di Via Bologna e locale di Verbania).**

Per quanto riguarda i rimanenti locali, i consumi non sono disponibili in quanto compresi nei canoni di locazione degli immobili. In questi casi per il calcolo della Carbon footprint sono state fatte delle valutazioni rispetto ai metri quadri occupati.

Nel 2023 il consumo complessivo di gas metano ammonta a **388,11 Gigajoule**. Tra settembre ed ottobre 2023 è stata effettuata, come da obiettivo definito, l’installazione della pompa di calore a Colletterto Giacosa, che fornisce sia il riscaldamento che il raffrescamento.

Il sistema a metano rimane disponibile per far fronte ad eventuali anomalie o a temperature estremamente rigide. In questo modo si punta a massimizzare l’utilizzo dell’energia elettrica autoprodotta.

CONSUMO DI GAS METANO	Metri Cubi
Compagnia dei Caraibi SpA - Colletterto Giacosa	9.815
Wereticsoul Verbania*	49
Wereticsoul magazzino Right Beer**	221
Totale	10.085

*relativo ai mesi di novembre e dicembre
** relativo ai mesi da settembre a dicembre

Gigajoule
388,11
CONSUMI DI METANO

04/01

LA GESTIONE ENERGETICA

Consumi di Energia Elettrica

Anche in questo caso, si tratta di consumo per illuminazione e attrezzature di uffici, locali e magazzini, per il riscaldamento tramite pompa di calore (Colletterto Giacosa, da ottobre 2023), per le colonnine di alimentazione delle auto elettriche (Colletterto Giacosa).

Nel 2018 è stato installato presso la sede di Colletterto un impianto fotovoltaico, la potenza installata inizialmente era di 64,5 kw, ampliati poi nel 2023 a 104,5 kw. Nel luglio 2022 è stato inserito un accumulo (22+22 kwh) che consente di utilizzare l'energia autoprodotta durante la notte.

Per quanto riguarda i consumi delle sedi estere sono compresi nei canoni di locazione degli immobili e il calcolo della Carbon Footprint è stato fatto sulla base delle persone occupate e dei tempi di occupazione.

Sono stati raccolti i consumi di tutte le sedi italiane. Il consumo di energia elettrica da rete nel 2023 è stato di 72.920 kwh pari a 262,51 Gigajoule.

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA	kWh
Compagnia dei Caraibi SpA - Colletterto Giacosa	30.477
Compagnia dei Caraibi SpA - Corso Vittorio Emanuele II	2.983
Compagnia dei Caraibi SpA - Via Bologna	1.900
Totale Compagnia dei Caraibi SpA	35.360
Wereticsoul - Galleria Subalpina	10.253
Wereticsoul Verbania*	18.302
Wereticsoul magazzino Right Beer**	2.957
Totale Wereticsoul	31.512
Have Fun***	1.145
Totale gruppo	67.886

*relativo ai mesi da settembre a dicembre
** relativo ai mesi da giugno a dicembre
*** relativo ai mesi da agosto a dicembre



04/01

LA GESTIONE ENERGETICA

Consumi di Energia Elettrica

Di seguito è riportato il mix di approvvigionamento della società di vendita Axpo Italia, comparato con il mix che il GSE (Gestore dei Servizi Energetici) ha determinato per il sistema elettrico italiano.

Area	Anno	Fonti rinnovabili	Carbone	Gas naturale	Prodotti petroliferi	Nucleare	Altre fonti
Nazionale	2021*	42,80%	5,03%	48,01%	0,89%	0,00%	3,27%
	2022*	36,84%	9,43%	46,92%	2,01%	0,00%	4,80%
Axpo Italia	2021*	19,67%	11,46%	57,17%	1,24%	6,20%	4,26%
	2022*	20,26%	15,37%	54,99%	2,36%	2,41%	5,60%

*I dati per il 2021 sono consuntivi, per il 2022 preconsuntivi soggetti a successivo aggiornamento.

04/01

LA GESTIONE ENERGETICA

Consumo di carburanti

Si riferisce al consumo per i tragitti casa lavoro e per i viaggi di lavoro.

Per quanto riguarda i tragitti casa lavoro, sono stati effettuati degli interventi organizzativi di ottimizzazione, tra cui la possibilità di lavorare in **smart working fino a 8 giorni al mese**.

Inoltre Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha messo a disposizione un'auto aziendale elettrica per gli spostamenti Torino - Colletterto e per piccole trasferte di servizio.

Infine, la collocazione di alcune sedi nel centro storico di Torino e **l'attitudine dei dipendenti all'utilizzo dei mezzi pubblici contribuiscono al contenimento dell'uso dell'auto**.
Di seguito i numeri per società.

MEDIA KM PERCORSI NEL 2023 PER IL TRAGITTO CASA UFFICIO, PER DIPENDENTE

N.	CdC S.p.A.	Wereticsoul	Ribelli Digitali	Thinking Hat
Dipendenti	75	16	16**	1
Dipendenti senza auto aziendale	51	16	16	1
Km Complessivi	164.987	21.116	17.208	3.168
Km/n. dipendenti*	3.235	1.320	1.075	3.168

*senza auto aziendale | ** inclusi i collaboratori

LOGISTICA SOSTENIBILE

La logistica sostenibile si traduce per il Gruppo nell'ottimizzazione dei trasporti IN e OUT e nell'attenzione alla logistica del personale, sia per viaggi di lavoro che per gli spostamenti casa-lavoro.

04/01

LA GESTIONE ENERGETICA

I viaggi di lavoro

I viaggi di lavoro vengono effettuati tramite mezzi di trasporto pubblico (treni, aerei) oppure con auto aziendali.

La Policy specifica per i viaggi di lavoro richiede di privilegiare il treno, inoltre non consente i voli per distanze inferiori ai 400 km.

Negli ultimi anni il parco auto aziendale è stato convertito in auto ibride, al fine di contenere l'impatto ambientale.

Nella sede di Colletterto Giacosa sono disponibili 4 colonnine per la ricarica elettrica e sono presenti due auto elettriche di servizio. La ricarica è disponibile gratuitamente per i dipendenti con auto elettrica.

I consumi di carburanti per le auto aziendali ammontano al 2023 a **2210,85 Gigajoule**. Non sono stati considerati i consumi per Ribelli Digitali in quanto i dati raccolti erano incompleti.

CONSUMI DI CARBURANTE PER LE AUTO AZIENDALI

Azienda	Benzina	Gasolio	Kwh
Compagnia dei Caraibi S.p.A.	42.908	13.650	2.505
Compagnia dei Caraibi Spagna	2.057	1.511	74,11
Compagnia dei Caraibi Germania	2.945	-	
Totali	47.910	15.161	2.579

DI SEGUITO I VIAGGI DI LAVORO IN TRENO E AEREO, ESPRESSI IN KM PERCORSI

Azienda	Treno	Aereo
Compagnia dei Caraibi S.p.A.	251.052	817.208
Compagnia dei Caraibi Spagna	3.236	51.782
Compagnia dei Caraibi Germania	3.177	5.592
Ribelli Digitali	40.106	-
Wereticsoul	4.629	-
Totali	302.200	874.582

Per il 2023 era stato definito come obiettivo di miglioramento per Compagnia dei Caraibi S.p.A. la revisione della policy sulle trasferte con l'inserimento di parametri di sostenibilità.

OBIETTIVO FUTURO

La revisione della policy è tuttora in corso e verrà completata nel 2024.

04/01
LA GESTIONE ENERGETICA

Trasporti di merci in ingresso e in uscita

Un capitolo significativo riguarda i trasporti di merci. Per quanto riguarda i trasporti in ingresso, **le merci provenienti da fuori Europa viaggiano in nave fino al porto di destinazione in Italia**, generalmente Livorno, e in treno dal porto al magazzino di Bologna.

Le merci provenienti dall'Europa viaggiano invece prevalentemente su ruota, ma con alcune importanti eccezioni. Sono stati infatti spostati su

nave alcuni trasporti dalla Spagna, in questo caso i camion vengono imbarcati a Barcellona e sbarcati a Livorno, da dove proseguono per Bologna e su treno alcuni trasporti dal nord Europa.

Nel corso del 2022 e 2023 sono stati spostati alcuni trasporti ritenuti significativi, dal 2024 verranno sottoposti a valutazione di impatto e ottimizzazione tutti i trasporti in ingresso, a partire da quelli più significativi a scendere.

I trasporti in uscita vengono effettuati su ruota in Europa e via mare per i paesi fuori dall' Europa. Si sta inoltre valutando il treno nei casi in cui le dimensioni degli ordini e le strutture logistiche lo permettano.

I trasporti di merci sono stati valorizzati in km x ton tramite un programma che estrae i valori dal gestionale (tutte le

righe degli ordini con i pesi dei prodotti) e li incrocia attraverso google maps con le destinazioni delle merci/indirizzi dei destinatari.

Sono stati considerati tutti i trasporti delle società commerciali, in ingresso, in uscita e i trasporti intra gruppo, sono inclusi anche i trasporti in ingresso dei materiali di Refined Brands.

Azienda	TRASPORTI IN km x ton		TRASPORTI OUT km x ton	
	Nave	Ruota	Nave	Ruota
Compagnia dei Caraibi S.p.A.	10.852.095	2.283.515	119.146	1.177.900
Compagnia dei Caraibi Spagna	-	46.435	-	12.507
Compagnia dei Caraibi Germania	-	3.680	-	1.575
Compagnia dei Caraibi US	1.523.991	106.919	-	46.612
Wereticsoul	-	534	-	3.174
Refined Brands	-	55.078,3	-	
Totale	12.376.086	2.441.083	119.146	1.241.768

Si può notare che **l'83,21% dei trasporti in ingresso e l'8,75% dei trasporti in uscita vengono fatti via mare. Considerando il totale dei trasporti, in ingresso e in uscita, il 76,97% avviene via mare e il 23,03% via terra.**

OBIETTIVO
FUTURO
24/25

Il Gruppo Compagnia dei Caraibi intende sottoporre sistematicamente i suoi processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale.

04/02

APPROCCIO ALLA GESTIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Compagnia dei Caraibi ha individuato nelle emissioni di gas climalteranti il proprio impatto ambientale più significativo. Dal 2019, e con la sola eccezione del 2020 in quanto anno non significativo in considerazione della pandemia, **Compagnia dei Caraibi S.p.A. calcola le proprie emissioni GHG, con il supporto della società Rete Clima.** Nel 2023 questo calcolo è stato effettuato per tutte le società del gruppo.

Per quantificare le emissioni GHG, l'azienda ha deciso di adottare l'approccio del controllo operativo, contabilizzando in toto le emissioni e le rimozioni delle installazioni di cui ha il controllo operativo.

Nella contabilizzazione dei confini organizzativi, considerati per la valutazione dell'inventario, sono incluse le emissioni di GHG associate alle attività

svolte presso tutte le sedi delle aziende del gruppo e delle piattaforme di logistica utilizzate, tutti i trasporti di persone e di merci, questi ultimi indipendentemente dal fatto di essere di competenza del gruppo o dei fornitori e clienti, la produzione dei prodotti a marchio.

Le emissioni sono state suddivise nelle sei categorie definite dalla Norma UNI EN ISO 14064:2019.

MONITORAGGIO E CONTENIMENTO DI EMISSIONI GAS SERRA

Per Compagnia dei Caraibi "monitoraggio e contenimento delle emissioni" significa nel concreto essere attenta ai gas serra generati direttamente e indirettamente. A questo proposito il Gruppo si impegna a rendicontare annualmente la propria Carbon Footprint, per avere contezza degli impatti generati e porsi obiettivi di miglioramento e minor impatto, adottando scelte consapevoli.



04/02

APPROCCIO ALLA GESTIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

RISULTATI DELLA VALUTAZIONE GHG

Suddivisi per scope e per categorie

Di seguito il prospetto con i risultati della valutazione GHG.

CONTRIBUTI EMISSIVI	Compagnia dei Caraibi - IT	REFINED BRANDS	RIBELLI DIGITALI	WERETICSOUL	HAVE FUN	Compagnia dei Caraibi - DE	Compagnia dei Caraibi - ES	Compagnia dei Caraibi - USA
	tCO2e	tCO2e	tCO2e	tCO2e	tCO2e	tCO2e	tCO2e	tCO2e
CATEGORIA 1 / SCOPE 1	159,2	0,0	5,9	0,9	0,0	12,6	8,9	0,0
Combustione stazionaria	20,0	0,0	3,8	0,6	0,0	5,5	0,0	0,0
Combustione Flotta Mobile	139,2	0,0	2,1	0,3	0,0	7,1	8,9	0,0
CATEGORIA 2 / SCOPE 2	10,6	0,0	0,8	9,5	0,0	0,6	0,0	0,0
Consumo energia elettrica	10,6	0,0	0,8	9,5	0,0	0,6	0,0	0,0
CATEGORIA 3 - 4 / SCOPE 3	1.122,8	303,9	11,8	19,3	2,4	6,2	23,4	23,8
Spostamento dipendenti	53	0,0	7,0	7,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Viaggi di lavoro	124,1	0,0	1,8	0,2	0,0	1,4	2,7	0,0
Flotta Mobile - upstream	33,9	0,0	0,4	0,1	0,0	1,9	2,0	0,0
Approvvigionamento	531,7	10,4	0,0	0,1	0,0	0,7	8,7	4,9
Distribuzione	335,4	0,0	0,0	0,6	0,1	0,01	2,4	8,8
Gas upstream	5,3	0,0	1,0	0,1	0,0	1,4	0,0	0,0
Prodotti a marchio	0,0	80,6	0,0	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0
Packaging	8,1	212,9	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Materiali ufficio	7,6	0,0	1,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Servizi di logistica	20,0	0,0	0,0	7,4	0,0	0,8	7,6	10,1
Energia elettrica - upstream	3,7	0,0	0,3	3,3	0,1	0,0	0,0	0,0
TOTALE	1.292,6	303,9	18,5	29,7	2,74	19,4	32,3	23,8

04/02

APPROCCIO ALLA GESTIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

RISULTATI DELLA VALUTAZIONE GHG

È possibile fare qualche valutazione rispetto ai risultati 2022 di Compagnia dei Caraibi S.p.A., mentre i numeri delle rimanenti aziende serviranno da base per le valutazioni degli anni successivi.

Da specificare che i dati 2023 di Compagnia dei Caraibi S.p.A. per poter essere confrontati con i dati nel 2022 devono essere sommati a quelli di **Refined Brands**, in quanto nel 2022 questi ultimi erano stati inclusi nella rendicontazione di Compagnia dei Caraibi S.p.A..

Il dato complessivo 2023 di Compagnia dei Caraibi S.p.A. più Refined risulta essere di **1596,64 tCO₂e**, rispetto alle **1.478,01 tCO₂e del 2022**, con un aumento del **8,02%**, imputabile

soprattutto alla **crescita delle emissioni collegate ai prodotti a marchio**, passate da **58,72** e **94,87 (prodotti e packaging)** rispettivamente a **80,64** e **212,94 tCO₂e**, con una crescita complessiva del **91,15%**.

Le emissioni collegate agli approvvigionamenti sono aumentati dell'1,76%, passando dalle **532,1 tCO₂e del 2022** alle **541,46 tCO₂e del 2023**, questo nonostante i trasporti in termini di TonxKm siano aumentati in misura ben più significativa (**+16,92%**), ma il miglioramento della modalità di trasporto ha consentito di tenere il dato sostanzialmente invariato (aumento trasporti via nave **+41,88%**, diminuzione dei trasporti su ruota **-35,62%**). **L'obiettivo definito per il 2023** è stato pertanto raggiunto.

tCO₂e
1.722,94
TOTALE EMISSIONE GRUPPO

Per quanto riguarda i trasporti in uscita, il dato **2023 è di 335,4 tCO₂e**, a fronte delle **362,5 tCO₂e del 2022**, in parte questo è dovuto ad una diversa attribuzione del dato, in quanto i trasporti verso le altre aziende commerciali del gruppo lo scorso anno erano stati caricati su Compagnia dei Caraibi S.p.A., mentre ora risultano essere a carico delle altre aziende commerciali del gruppo, si sta parlando di **11,18 tCO₂e**, la rimanente parte, **15,92 tCO₂e**, è attribuibile ad una diminuzione delle esportazioni.

Infine segnaliamo una diminuzione delle emissioni collegate ai viaggi di lavoro, passati da **150,4 tCO₂e** a **124,1 tCO₂e**.

tCO₂e
124,1
DIMINUZIONE EMISSIONI VIAGGI

04/03

COMPENSAZIONE EMISSIONI DI GAS SERRA

Nel 2023 **Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha compensato le emissioni del 2022**, tramite acquisto di crediti di carbonio, in particolare sono stati acquistati **1313 tCO₂e di crediti equivalenti, derivanti** da un progetto forestale in Indonesia, denominato “Katingan Peatland Restoration and Conservation Project”, i cui benefici ambientali sono lo stoccaggio di carbonio e la protezione dell’Habitat per 13 specie in pericolo di estinzione e 31 specie vulnerabili. Si segnalano anche benefici sociali, meglio descritti nell’apposita sezione.

A questi si aggiungono 160 tCO₂e crediti forniti da DKV per **compensare i carburanti** che Compagnia dei Caraibi ha acquistato da DKV stessa, si arriva così alla compensazione di 1473 tCO₂e emesse da attività collegate all’azienda.

Nel 2024 sono state calcolate e verranno compensate le emissioni relative al 2023 di tutte le società del gruppo, per condizioni legate alla raccolta dei dati.

Infine, è stato ottemperato l’obiettivo definito nel 2022 per il 2023 di **supporto al Consorzio Forestale del Canavese per il potenziamento delle attività di gestione forestale**, volte al miglioramento dei boschi, con diradamenti selettivi e pulizia del sottobosco.

QUESTE ATTIVITÀ CONSENTIRANNO NON SOLO IL MIGLIORAMENTO DELLA CAPACITÀ DI STOCCAGGIO DEL CARBONIO, MA ANCHE DI PREVENIRE GLI INCENDI E MIGLIORARE LA BIODIVERSITÀ DEI BOSCHI STESSI.





05/14

INQUINAMENTO



GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI

Nell'organizzazione e gestione di eventi Compagnia dei Caraibi sceglie fornitori e materiali di utilizzo a basso impatto ambientale, privilegiando materiali sostenibili e facilmente riciclabili, e pensando all'intero ciclo di vita di ciò che viene utilizzato.

GESTIONE DEI RIFIUTI E SOTTOPRODOTTI

Compagnia dei Caraibi si impegna ad adottare all'interno delle proprie sedi aziendali pratiche di raccolta differenziata e cerca di gestire materiali e/o sottoprodotti attraverso modalità che permettano di diminuire l'impatto ambientale e ridurre lo spreco in termini di risorse.

05/01

GESTIONE DEI RIFIUTI

Accanto ai rifiuti assimilabili agli urbani prodotti negli uffici, nei magazzini e durante gli eventi ci sono i rifiuti legati alle attività produttive di Have Fun.

Nella sede di Colletterto Giacosa sono generati annualmente circa **5 metri cubi di carta e cartone**, derivanti dalle attività del magazzino. La produzione di rifiuti nel magazzino di Wereticsoul di Torino via Bologna sarà meglio quantificabile nel corso del 2024.

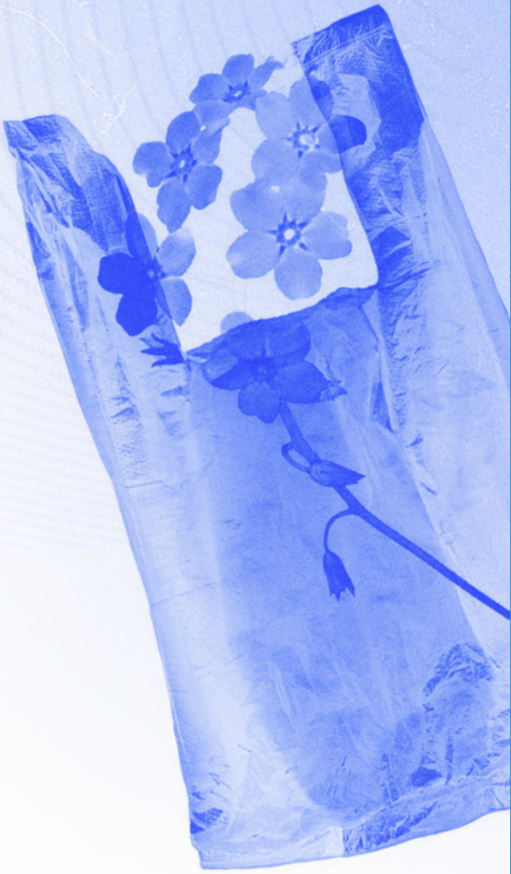
Per quanto riguarda gli eventi, l'azienda è costantemente alla ricerca di materiali sostenibili, durante tutto il ciclo di vita, inclusa la gestione dei rifiuti.

SOTTOPRODOTTI DI HAVE FUN

I sottoprodotti generati da Have Fun sono stati vinacce di risulta dalle uve e fecce di risulta dalle uve, che sono stati conferiti per il recupero ad una distilleria.

Vinacce di risulta dalle uve	4.130 kg
Fecce di risulta dalle uve	980 litri

5 metri cubi
DI RIFIUTI GENERATI
DI CARTA E CARTONE



01. Gestione dei rifiuti

06/14

RISORSE IDRICHE E MARINE



06/01

CONSUMO DI ACQUA

Il consumo di acqua in Compagnia dei Caraibi è in genere limitato a utilizzi civili, legati ai servizi igienici e agli erogatori, situati presso le sedi, che forniscono acqua potabile per tutti i dipendenti.

Inoltre l'acqua viene utilizzata per l'irrigazione dell'area piantumata della sede di Colletterto Giacosa durante l'estate, quando non è sufficiente l'acqua piovana diretta e che viene raccolta in vasche appositamente predisposte. Nel corso del 2023 non è stata utilizzata acqua di rete per l'irrigazione.

I dati disponibili documentano un consumo medio annuo per Compagnia dei Caraibi S.p.A. nella sede di Colletterto Giacosa di **530 metri cubi** e di **686 metri cubi per Wereticsoul**, nel locale di Verbania. Per quanto riguarda le altre sedi, i consumi di acqua sono compresi nelle spese per gli affitti e non disponibili.

COMPAGNIA DEI CARAIBI

530
metri cubi

WERETICSOUL

686
metri cubi



01. Consumo di acqua

CONSUMO DI ACQUA

Il Gruppo si impegna nell'utilizzo e gestione della risorsa idrica con particolare attenzione alle proprie sedi produttive.

06/01

CONSUMO DI ACQUA

Nelle aziende produttive l'acqua viene utilizzata anche nei processi di produzione.

IN HAVE FUN per i lavaggi di vasche, pompe e pavimenti, nel risciacquo delle bottiglie pre imbottigliamento e dell'imbottigliatore.

L'acqua viene utilizzata inoltre in vigna per trattamenti e irrigazione di soccorso barbatelle. Non sono ancora disponibili dati su questi consumi.

Nel corso del 2022 era stato definito come obiettivo da parte di Compagnia dei Caraibi S.p.A. il potenziamento del sistema di raccolta e riutilizzo irriguo delle acque piovane nella sede di Colletterto Giacosa.

Tale intervento non è stato effettuato, né si prevede la sua realizzazione in futuro, in quanto i costi risulterebbero eccessivi rispetto ai benefici.

Nel corso del 2023 non è stata utilizzata acqua di rete per irrigazione, mostrando quindi come il potenziamento del sistema di raccolta e riutilizzo irriguo risulti superfluo.

07/14

BIODIVERSITA' ED ECOSISTEMI



07/01

SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ

L'impegno di Compagnia dei Caraibi S.p.A. nei confronti della biodiversità si traduce nel supporto a progetti locali e internazionali.

Dal 2021 è in contatto con il Consorzio forestale del Canavese, in Valchiussella, sua area di origine, per impostare un progetto di supporto e collaborazione, che si è perfezionato con un primo contributo erogato nel 2023. Gli interventi eseguiti grazie al suo contributo sono suddivisi in due macro-attività:



1

GESTIONE FORESTALE SOSTENIBILE

tramite diradamento di una porzione del castagneto ubicato nel Comune di Rueglio (1 ettaro di estensione).

2

IL RINNOVO DELLA CERTIFICAZIONE PEFC

per la gestione forestale sostenibile con l'ampliamento delle superfici certificate da 568,7124 ettari a 2.385,33 ettari (superficie boscata).

SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ

Il Gruppo intende contribuire positivamente alla tutela e conservazione delle biodiversità tramite il proprio operato e sostenendo altre realtà.

07/01

SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ

Gestione forestale sostenibile castagneto

Le piante di castagno crescono naturalmente con tanti fusti (polloni) che si dipartono dalla base. Nel corso del tempo i polloni meno vitali soccombono, schiacciati dalla competizione con quelli che meglio arrivano alla luce del sole. Quando il bosco è giovane, si può intervenire rimuovendo i polloni meno vitali e accelerando così la dinamica naturale di selezione. Si otterranno delle piante più dritte e vigorose.

Sostenere questi progetti permette di contribuire al **miglioramento degli ecosistemi montani e della loro biodiversità**, di ridurre il rischio di incendi e di frane, migliorare il paesaggio e aumentare lo stoccaggio di CO₂. Con il contributo di Compagnia dei Caraibi SpA sono stati pagati i costi del **rinnovo della certificazione PEFC** per la gestione forestale sostenibile del **Consorzio Forestale del Canavese** per l'anno 2022,

avvenuto in occasione della visita ispettiva di dicembre 2021.

Con il rinnovo è stata ampliata la superficie boscata certificata per la gestione forestale sostenibile di circa cinque volte. Infatti negli anni 2020 e 2021 il Consorzio ha redatto il nuovo piano di assestamento forestale (**c.d. Piano Forestale Aziendale**), valido per il decennio 2021-2031, il quale ha costituito un aggiornamento ed ampliamento del Piano Forestale Aziendale 2011-2021 in scadenza. Nel nuovo **Piano Forestale Aziendale** è stata estesa la superficie boscata pianificata da 568,71 ettari a 2.385,33 ettari. La certificazione PEFC, prima attiva per i soli Comuni di Valchiusa, Val di Chy, Rueglio e per le proprietà della Soc. Coop. Agr. Valli Unite del Canavese, è stata così attivata anche per i Comuni di Broso, Canischio, Castellamonte, Chiesanuova, Cintano, Forno Canavese, Issiglio, Traversella e Vidracco; inoltre con il rinnovo del 2021 anche i Comuni già certificati hanno visto aumentare la superficie certificata.

Sostegno a progetti internazionali

Dal punto di vista internazionale, con l'acquisto di crediti di carbonio, Compagnia dei Caraibi S.p.A. sostiene progetti ambientali. Nel 2021 e 2022 sono stati sostenuti progetti situati nella **foresta amazzonica**, mentre nel 2023 è stato selezionato un Progetto forestale in Indonesia, il «Katingan Peatland Restoration and Conservation Project». Questo progetto prevede oltre alla riduzione di emissioni di CO₂, anche la protezione dell' habitat per 13 specie in pericolo di estinzione e 31 specie vulnerabili, tra cui l'orango, il gibbon del Borneo e la scimmia Nasica.

La biodiversità dell'area comprende 157 uccelli, 67 mammiferi, 41 rettili, 8 anfibi, 111 pesci e 314 specie floreali. Il progetto prevede inoltre molti benefici per la comunità, meglio descritti al paragrafo 11.2.

Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con l'acquisto di crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività.



SALVAGUARDIA DELLA BIODIVERSITÀ

Il Gruppo intende contribuire positivamente alla tutela e conservazione delle biodiversità tramite il proprio operato e sostenendo altre realtà.

08/14

UTILIZZO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE



08/01

ECODESIGN DEI PRODOTTI

Nel tempo **sono state introdotte diverse modifiche migliorative dei prodotti a marchio**, quali l'alleggerimento del peso della bottiglia (in particolare per il vermouth Carlo Alberto) o l'adozione di cartoni provenienti da materiali riciclati al 100%.

All'inizio del 2023 è stato realizzato in collaborazione con un'azienda collegata alla scuola S. Anna di Pisa uno strumento che consente di condurre il **Life Cycle Assessment dei prodotti**, con focus particolare sugli imballi.

Questo strumento viene utilizzato in fase di **redesign** dei prodotti a marchio e consente di comparare soluzioni diverse, identificando la versione più sostenibile con riferimento alle diverse fasi del ciclo di vita e a molti parametri ambientali, quali, ad es.:

**Ecotoxicity, freshwater
Climate change
Resource use, fossils
Particulate matter
Eutrophication, marine
Land use
Acidification
Resource use, minerals
and metals.**

100%

UTILIZZO DI CARTONI RICICLATI



ECODESIGN DEI PRODOTTI

L'attenzione alla sostenibilità del prodotto si traduce in un design, per i prodotti a marchio proprio, che valuta ed ottimizza le diverse fasi di produzione, trasporto, smaltimento e/o recupero e riciclo. Ecodesign significa inoltre attuare scelte consapevoli e responsabili in materia di packaging ed imballaggi.

08/02



GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI

Nell'organizzazione e gestione di eventi Compagnia dei Caraibi sceglie fornitori e materiali di utilizzo a basso impatto ambientale, privilegiando materiali sostenibili e facilmente riciclabili, e pensando all'intero ciclo di vita di ciò che viene utilizzato.

ECONOMIA CIRCOLARE

Il Gruppo intende perseguire un modello di produzione e consumo volto ad estendere la vita dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile, promuovendo e adottando ove possibile meccanismi che eliminino i rifiuti e l'inquinamento, che facciano circolare prodotti e materiali al loro valore più alto e che siano rigenerativi per la natura.

08/02

RISORSE UTILIZZATE ED ECONOMIA CIRCOLARE

Refined Brands è l'azienda che organizza la produzione dei prodotti a marchio proprio.

Le quantità di materiali utilizzati nel 2023 sono di seguito specificate:

KG	MATERIALE
150.300	Vetro
15.952	Cartone
11.470	Legno (pallet)
1.566	Legno (tappi)
225	Alluminio (tappi)
203	Plastica (tappi)
523	Carta (etichette)
173	Plastica (etichette)
254	Plastica (capsule)
412	Alluminio (lattine)

L'economia circolare è un modello di produzione e consumo che implica condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile. In questo modo si estende il ciclo di vita dei prodotti, contribuendo a ridurre il consumo di risorse e la produzione di rifiuti al minimo.

L'economia circolare definisce un sistema economico pensato per potersi rigenerare garantendo la sua ecosostenibilità.

Le prime azioni intraprese in questa direzione riguardano l'introduzione di nuovi imballi per i prodotti a marchio proprio. Nello specifico si è optato per un nuovo tipo di cartoni prodotti con materiali riciclati al 100%.

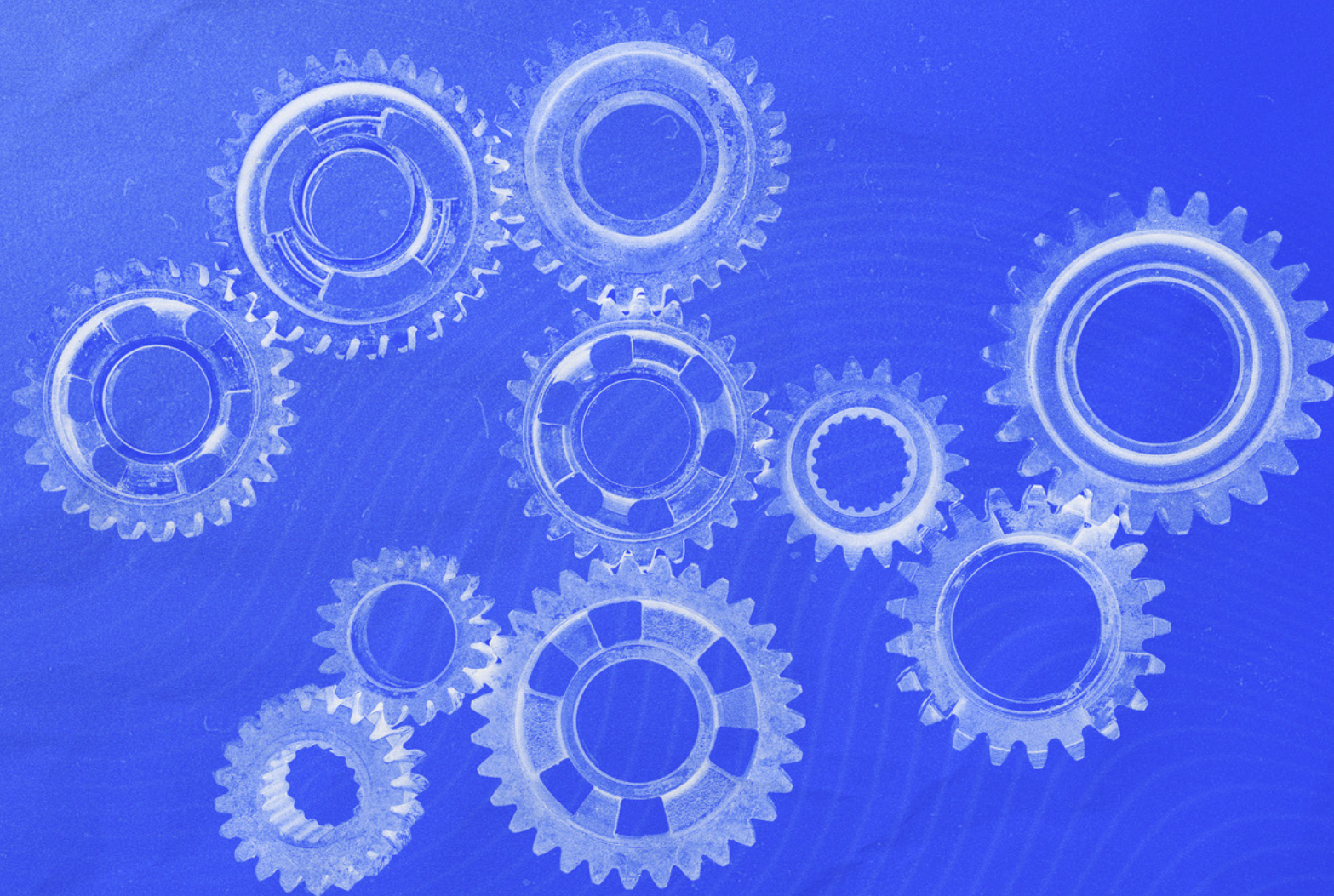
Attenzione viene posta anche all'acquisto di bottiglie realizzate con vetro in parte riciclato.

Negli eventi e nelle fiere arredi e suppellettili ove possibile vengono riutilizzati.

Infine, si segnala che Have Fun conferisce le vinacce e le fecce di risulta dalle uve a una distilleria, per il riutilizzo.

In linea con i principi dell'economia circolare e con la volontà di ridurre gli sprechi, Have Fun ha destinato parte dei sottoprodotti e "scarti" generati tramite i processi produttivi a terze parti, al fine di un loro riutilizzo. Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo 5.

GESTIONE DEI RIFIUTI E SOTTOPRODOTTI
Compagnia dei Caraibi si impegna ad adottare all'interno delle proprie sedi aziendali pratiche di raccolta differenziata e cerca di gestire materiali e/o sottoprodotti attraverso modalità che permettano di diminuire l'impatto ambientale e ridurre lo spreco in termini di risorse.



09/14

OWN WORKFORCE

09/01

PRATICHE E POLITICHE SUL LUOGO DI LAVORO

La visione comune all'interno delle varie società del gruppo pone al centro una forte attenzione nei confronti del benessere dei propri dipendenti e collaboratori.

Il 2023 ha visto il concretizzarsi di un percorso di **change management** strutturato in diverse fasi che ha avuto, come culmine, l'introduzione dell'**Engagement Survey**, un nuovo e approfondito metodo di valutazione del clima e del coinvolgimento interno.

Sviluppato in **collaborazione con la società Methodos**, è pensato per misurare, attraverso diversi item, il livello di soddisfazione delle persone sia all'interno del proprio team sia all'interno dell'azienda stessa. A guidare questa iniziativa, Compagnia dei Caraibi Italia e Wereticsoul sono state scelte come aziende pilota, fungendo

da modello per il resto del gruppo aziendale nell'implementazione e nella somministrazione del test.

La somministrazione dell'**Engagement survey** è parte integrante di un progetto più vasto, il cui obiettivo è accompagnare il cambiamento di business del gruppo con la **co-creazione di una nuova identità interna**. Questo progetto, sviluppato nel corso del 2023, ha vissuto tre fasi ben definite:

PRIMA FASE

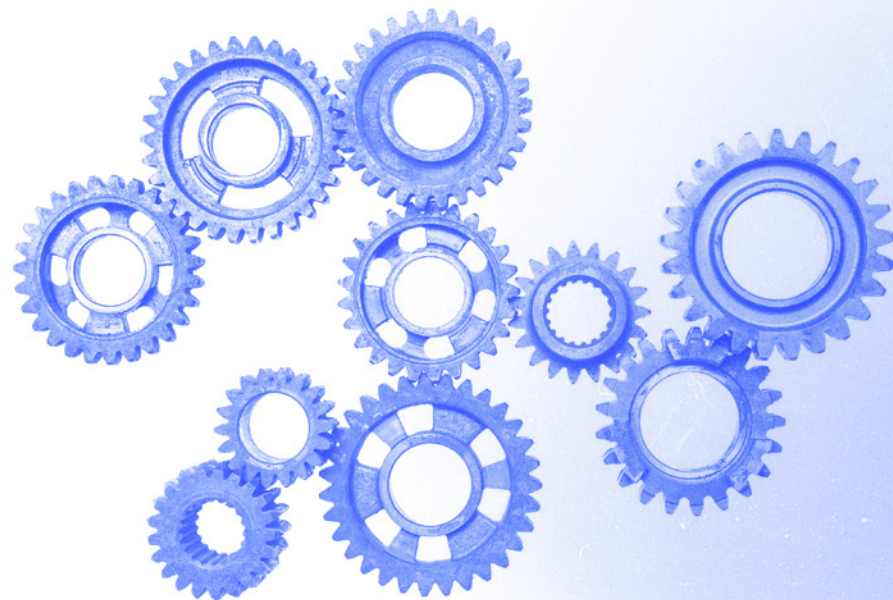
Coinvolgimento dei team leader di tutti i dipartimenti per raccogliere e valorizzare le loro prospettive e visioni.

SECONDA FASE

Coinvolgimento attivo dei colleghi di Compagnia dei Caraibi e Wereticsoul in sessioni di lavoro denominate Identity Lab, concepite per collaborare alla definizione delle linee guida fondamentali della nuova identità aziendale.

TERZA FASE

Lancio di un questionario (Engagement survey) volto ad ottenere una comprensione dettagliata del coinvolgimento e l'esperienza lavorativa di tutti i dipendenti coinvolti.



09/01
PRATICHE E POLITICHE
SUL LUOGO DI LAVORO
I RISULTATI DELLA SURVEY

I **risultati interni** hanno restituito una fotografia di partenza piuttosto buona, con focus di miglioramento su cui, già a partire dal 2023, la stessa organizzazione ha iniziato a lavorare.

I risultati della survey hanno infatti evidenziato che la maggioranza dei rispondenti (**56,5%**) risulta ingaggiata dall'azienda, mentre risulta evidente un'assenza di persone non ingaggiate.

Inoltre, vi è una percentuale decisamente alta in termini di identificazione e attaccamento all'organizzazione (**belonging**), di condivisione del valore dell'azienda all'esterno (**advocacy**) così come una forte dedizione e responsabilità nel contribuire agli obiettivi aziendali (**commitment**).

Le recenti movimentazioni in termini di mercato e riassetto aziendale hanno invece, probabilmente, contribuito all'ottenimento

di un punteggio più basso relativo all'affidabilità dell'organizzazione (Trust).

Le aree che sono risultate necessitanti di attenzione sono quelle relative all'**organizzazione interna**, che vedono la necessità di un maggiore focus sulla costruzione o rafforzamento della leadership nei diversi livelli gerarchici, maggior ordine organizzativo e un maggiore controllo nella definizione chiara di obiettivi, monitoraggio performance, feedback e reward.

A seguito dei feedback ricevuti, le aziende hanno formulato un piano di azioni concrete da mettere subito in campo.

Il percorso di **change management** già pianificato, della durata di 2 anni,

è stato maggiormente indirizzato al coinvolgimento della prima linea di management sia su tavoli di confronto e ridisegno della struttura organizzativa, sia attraverso l'implementazione di formazione verticale per incrementare competenze di leadership e management.

La ristrutturazione interna ha visto, con la fine 2023 e l'inizio del 2024, l'ingresso in azienda di due figure apicali con esperienza ventennale, **CFO e CCO**, che con la loro esperienza, competenza e visione manageriale, portano un contributo significativo al nuovo assetto aziendale, per sostenere l'evoluzione del business e rispondere ad una necessità emersa dalla survey di introduzione di nuove competenze.

Un **obiettivo ambizioso** che vedrà il suo concretizzarsi nel corso del 2024, e che vuole rispondere in modo concreto alla necessità, intercettata

attraverso l'engagement survey, di una sistematizzazione nella definizione di obiettivi, feedback e reward, riguarda la creazione di un **sistema di Performance Management**. L'obiettivo di questo sistema è semplificare la valutazione degli obiettivi e delle competenze, introducendo un sistema strutturato di condivisione di obiettivi e feedback. Questo permetterà di costruire un percorso interno di crescita effettiva di ogni risorsa all'interno dell'organizzazione.

Un'altra **iniziativa** avviata nel 2023 e che prevede una conclusione nel 2024 riguarda la creazione di **nuove policy interne e la revisione di quelle esistenti** per adattarle al contesto aziendale sempre più complesso e variegato.



09/02

I NOSTRI NUMERI

A livello di Gruppo i numeri relativi al personale vengono presentati nei grafici e tabelle che seguono.

NUMERO DI DIPENDENTI NEGLI ANNI

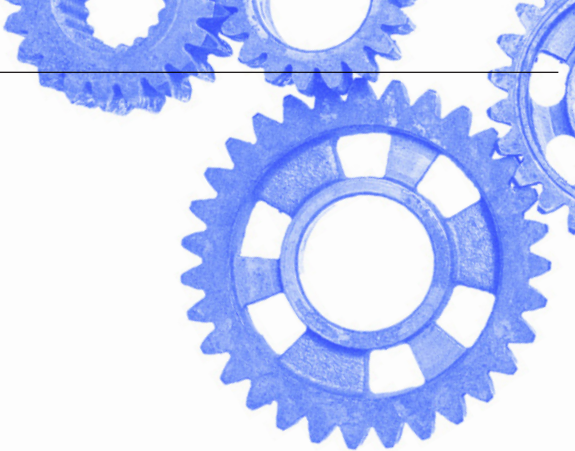
Relativamente alle aziende del Gruppo, Compagnia dei Caraibi S.p.A., ha visto un incremento di dipendenti dal 2022 al 2023. Infatti, **da 67 si è passati a 75**: sono state implementate nuove posizioni lavorative e definite nuove figure professionali.

Dal punto di vista della forbice anagrafica e del genere l'azienda si presenta aperta e bilanciata.

Anche Weretisoul ha visto un aumento dei dipendenti, che sono passati rispettivamente da 11 a 16, mentre per le altre aziende sono rimasti sostanzialmente invariati. Di seguito i numeri di dipendenti, suddivisi per età e genere.

	UOMINI			DONNE			TOT UOMINI	TOT DONNE
	<30	>30 < 50	> 50	<30	>30 < 50	> 50	-	-
Compagnia dei Caraibi S.p.A.	8	29	4	6	24	4	41	34
Compagnia dei Caraibi US	-	-		-	-	2	-	2
Compagnia dei Caraibi Spagna	-	2	-	-	-	-	2	-
Compagnia dei Caraibi Germania	-	-	-	-	1	-	-	1
Ribelli Digitali	1	3	1	2	9	-	5	11
Thinking Hat	-	-	-	1	-	-		2
Wereticsoul	2	6	-	2	6	-	8	8
TOT GRUPPO							56	58

Si segnala che le società Have Fun e Refined non hanno dipendenti.



09/02

I NOSTRI NUMERI

Percentuali di dipendenti per tipologia di contratto.

Le tabelle a seguire si riferiscono alla distribuzione dei dipendenti di ogni realtà aziendale in base al tipo di contratto di lavoro. Questa suddivisione comprende diverse categorie di contratti: il tempo indeterminato, il tempo determinato, il full-time e il part-time.

Si segnala che le società **HAVE FUN** e **REFINED BRANDS** non hanno dipendenti.

CDC ITALIA	2023	
	UOMINI	DONNE
Tempo indeterminato	100%	91%
Tempo determinato	0%	9%
Full-time	100%	100%
Part-time		

CDC USA		
Tempo indeterminato		100%
Tempo determinato		
Full-time		100%
Part-time		

CDC SPAGNA		
Tempo indeterminato	100%	
Tempo determinato		
Full-time	100%	
Part-time		

CDC GERMANIA		
Tempo indeterminato		100%
Tempo determinato		
Full-time		100%
Part-time		

WERETICSOUL SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Tempo indeterminato	25%	62,5%
Tempo determinato	75%	37,50%
Full-time	75%	87,5%
Part-time	25%	12,5%

RIBELLI DIGITALI SRL		
Tempo indeterminato	80%	81,8%
Tempo determinato	20%	18,2%
Full-time	100%	100%
Part-time		

THINKINGHAT		
Tempo indeterminato		100%
Tempo determinato		
Full-time		100%
Part-time		

09/02

I NOSTRI NUMERI

Percentuali di dipendenti per livello di inquadramento

COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A.	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	10%	14,7%
1°	7,5%	5,9%
2°	20%	2,9%
3°	20%	32,4%
4°	35%	20,6%
5°	-	20,6%
6°	7,5%	2,9%

RIBELLI DIGITALI SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	0%	0%
1°	40%	9,1%
2°	40%	36,3%
3°	-	27,3%
4°	-	9,1%
5°	20%	18,2%
6°	-	-

WERETICSOUL SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	0%	12,5%
1°	0%	12,5%
2°	0%	0%
3°	50%	25%
4°	25%	12,50%
5°	25%	37,5%
6°	0%	0%

THINKING HAT SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	-	-
1°	-	-
2°	-	-
3°	-	50%
4°	-	-
5°	-	50%
6°	-	-

09/02

I NOSTRI NUMERI

COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A.	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	1,4%	9,5%	1,4%
1°	1,4%	1,4%	4,0%
2°	-	12,2%	-
3°	5,4%	17,6%	2,7%
4°	4,1%	21,6%	2,7%
5°	1,4%	8,1%	-
6°	5,4%	-	-

RIBELLI DIGITALI SRL	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	-	-	-
1°	-	18,8%	-
2°	-	31,3%	6,3%
3°	-	18,8%	-
4°	-	6,3%	-
5°	18,8%	-	-
6°			

WERETICSOUL SRL	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	-	6,3%	-
1°	-	6,3%	-
2°	-	-	-
3°	-	37,5%	-
4°	12,5%	6,3%	-
5°	12,5%	18,8%	-
6°	-	-	-

THINKINGHAT SRL	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	-	-	-
1°	-	-	-
2°	-	-	-
3°	50%	-	-
4°	-	-	-
5°	50%	-	-
6°	-	-	-

Percentuali di dipendenti per fascia di età e livello di inquadramento

09/02

I NOSTRI NUMERI

Tasso di Turnover

Si riportano di seguito i tassi di turnover per Compagnia dei Caraibi S.p.A., Wereticsoul e Ribelli Digitali, per le altre aziende non si è ritenuto significativo dato il numero esiguo di addetti.

TASSO DI TURNOVER COMPLESSIVO 2023		
COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A.	WERETICSOUL	RIBELLI DIGITALI
27,8%	51,8%	54,5%

TASSO DI TURNOVER NEGATIVO 2023		
COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A.	WERETICSOUL	RIBELLI DIGITALI
7,2%	9%	0

09/03

AZIENDA, CULTURA E TALENTO

Dalla vision aziendale alla vision di Gruppo

Compagnia dei Caraibi, nel suo impegno verso lo **sviluppo e la valorizzazione del capitale umano e intellettuale**, incorpora anche i concetti di crescita e di unione. In questa ottica, non solo si riconosce l'importanza di far crescere individualmente ciascun dipendente, ma si punta anche alla crescita complessiva del gruppo aziendale.

Si promuove un ambiente che favorisca la condivisione delle migliori pratiche e l'integrazione tra le varie realtà aziendali del Gruppo.

Diventa quindi fondamentale creare un **senso di unione tra le diverse aziende**

del Gruppo, promuovendo collaborazioni trasversali, scambi di know-how e sinergie che possano portare a una crescita condivisa e sostenibile.

Questi principi di crescita e unione vengono integrati nella cultura aziendale e nel modo di operare di Compagnia dei Caraibi, riflettendosi anche negli **obiettivi e negli strumenti di collaborazione definiti negli Statuti aziendali**. In questo modo, si crea un ambiente in cui ciascuna persona possa sentirsi non solo parte integrante della propria realtà lavorativa, ma anche coinvolta e motivata a contribuire alla crescita e al successo dell'intero Gruppo.

Promuovere una cultura di gruppo che possa coniugare pari opportunità, sharing di competenze e valorizzazione degli asset peculiari di ciascuna realtà sarà l'obiettivo culturale dei prossimi anni.



TALENT MANAGEMENT

Nelle proprie politiche aziendali il Gruppo adotta un approccio alla cura e alla crescita personale e professionale dei propri dipendenti, attraverso la proposta di attività di vario tipo tra cui formazione continua su temi tecnici e trasversali e momenti ludici e di team building.

09/03

AZIENDA, CULTURA E TALENTO

Un team trasversale e un nuovo progetto di digitalizzazione

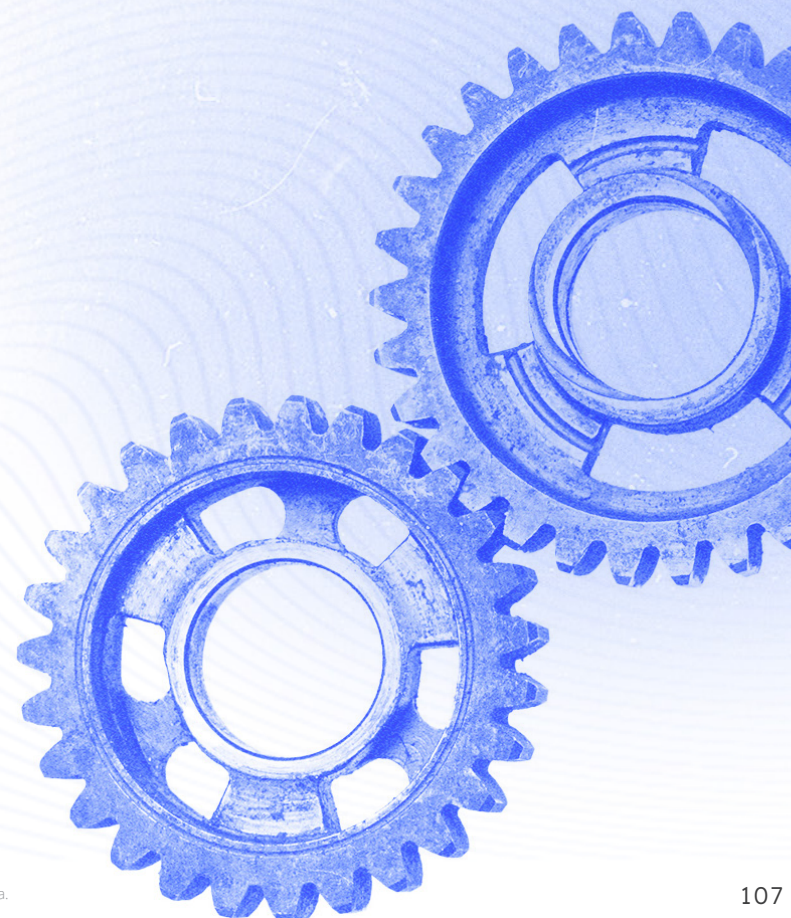
Per questo motivo, nel corso del 2023, il team HR di nuova creazione ha visto un progressivo ampliamento e strutturazione e, nel corso del 2024, vede 4 persone in organico che trasversalmente si occupano di tutti gli aspetti di **Human Resources e Talent Management** delle società del gruppo.

Il reparto **HR**, in collaborazione con il reparto **CX, CRM, DIGITAL INNOVATION & CHANGE**, ha dato il via ad una importante operazione di digitalizzazione della parte amministrativa

relativa alla parte di risorse umane che vuole standardizzare i processi all'interno dell'intero gruppo per tutto quel che riguarda il ciclo di "vita aziendale" del dipendente: dal suo onboarding e durante tutto il percorso di carriera all'interno della struttura.

Ad oggi, grazie all'implementazione della **piattaforma Zucchetti**, è possibile compiere questi passaggi che proseguiranno nel corso di tutto il 2024.

**4 PERSONE IN ORGANICO
CHE TRASVERSALMENTE SI
OCCUPANO DI TUTTI GLI ASPETTI
DI HUMAN RESOURCES E TALENT
MANAGEMENT DELLE SOCIETÀ
DEL GRUPPO.**



09/03

AZIENDA, CULTURA E TALENTO

Nuove risorse e nuove competenze per un progressivo aumento di potenziale

Il 2023 ha visto l'ingresso, all'interno dell'organigramma della trainante Compagnia dei Caraibi, di **2 figure strategiche per il business e per incrementare il know interno**, ovvero una figura di **CCO** e una di **CFO**. Queste figure di esperienza hanno portato un **nuovo potenziale all'interno dell'azienda**, permettendole di interfacciarsi in modo soddisfacente con un mercato sempre più complesso. Si è venuta così a creare una nuova sfida, quella di ripensare un'organizzazione aziendale sempre più sofisticata e in grado di rispondere alle esigenze del mercato. Parallelamente, l'introduzione di figure apicali, di esperienza e con competenze maturate anche in settori paralleli, ha permesso al top management di beneficiare di nuove visioni, di sharing di competenze e di una possibilità di interlocuzione ancora più ricca e sfaccettata.

Wereticsoul ha visto l'inserimento di una figura con una importante esperienza in grandi multinazionali a direzione dell'intero progetto. Questo ha permesso di implementare un approccio al business più strutturato e destinato a potenziare le possibilità di ampliamento del progetto Dispensa.

Nel 2022, per Compagnia dei Caraibi S.p.A. era stato individuato l'obiettivo futuro volto a **definire una procedura di onboarding del personale neoassunto**, che consentisse allo stesso di acquisire le corrette informazioni sulla propria mansione, sugli obiettivi dell'area di appartenenza, sulla cultura e sulle strategie aziendali. Nel 2023 a questo fine sono stati definiti gli elementi base della procedura tuttavia, poichè per il suo completamento è prevista la realizzazione di una apposita APP, la conclusione del processo avverrà nel 2025.

2 FIGURE STRATEGICHE PER IL BUSINESS E PER INCREMENTARE IL KNOW INTERNO, OVVERO UNA FIGURA DI CCO E UNA DI CFO.

OBIETTIVO FUTURO

Completamento della procedura di onboarding del personale comprensiva di app dedicata da parte di Compagnia dei Caraibi S.p.A., Ribelli Digitali e Wereticsoul entro il 2025.

09/03

AZIENDA, CULTURA E TALENTO

La formazione come asset di unione e talento

A partire dall'ultimo trimestre del 2023 l'intero gruppo ha iniziato ad essere coinvolto in un **progetto di formazione aziendale strutturato**, che ha visto una complessa tessitura di piani formativi, talvolta verticali, sia per azienda sia per ruolo, talvolta interaziendali, basati quindi sulla comune necessità di ampliamento di skill interne al ruolo. Questa nuova modalità di intendere la formazione risponde ancora una volta all'obiettivo di pensare alle diverse aziende come gruppo e quindi aprire le diverse realtà alla possibilità di lavorare agli stessi tavoli conoscendosi, scambiandosi punti di vista e competenze.

Questo **approccio formativo**, che ha visto la sua progettazione nel 2023, si protrarrà nel 2024 con un intenso e variegato programma di corsi e opportunità di scambio. (cfr. welfare aziendale).
Il 2023 ha inoltre visto un focus particolare, a livello formativo, della prima linea di management di Compagnia dei

Caraibi S.p.A. e di Wereticsoul, attraverso **formazioni di alto livello e programmi di coaching verticali** volti ad allenare per valorizzare il talento individuale e coltivare soft skill utili per il proprio ruolo manageriale in azienda. Questo percorso durerà anche per l'intero 2024.

Per Compagnia dei Caraibi, la formazione riveste un ruolo cruciale in quanto rappresenta un investimento prezioso nel capitale umano dell'organizzazione, consentendo ai dipendenti di acquisire nuove competenze, conoscenze e abilità che li rendono più efficaci nel loro ruolo e più adattabili alle mutevoli esigenze del mercato.

La formazione favorisce l'innovazione e la creatività all'interno dell'organizzazione. Esponendo i dipendenti a nuove idee, metodologie e tecnologie, la formazione stimola il pensiero critico e la capacità di risolvere problemi in modo innovativo.

Ciò può portare a **nuove soluzioni, processi migliorati e prodotti o servizi innovativi**, che possono conferire all'azienda un vantaggio competitivo significativo. Per questo nel 2023, l'azienda ha attivato numerosi corsi di formazione che hanno favorito lo **sviluppo delle competenze manageriali, tecniche e delle soft skills** in generale.

Nello specifico, è stato organizzato un corso dalla durata di 24 ore incentrato sulle hard skills sul tema della Brand strategy; 2 corsi dalla durata di 32 ore ciascuno su tematiche di **leadership&management** e infine 3 corsi dalla durata di 20 ore ciascuno sui

temi della gestione del tempo e delle priorità.

Altra formazione è stata dedicata all'approfondimento di tematiche legate al Gender Equality, Diversity & Inclusion e al tema della sostenibilità ambientale. Nello specifico con l'Associazione Quore, con cui c'è una collaborazione in corso da tempo, sono stati organizzati 3 incontri dalla durata di 3 ore ciascuno, nei quali sono stati affrontati i temi di inclusione e non discriminazione.

Infine, in collaborazione con l'Università di Torino sono stati realizzati 2 incontri della durata di 2 ore ciascuno per approfondire i temi della sostenibilità ambientale e sociale, delle società Benefit e delle tematiche ESG in generale.

09/03

AZIENDA, CULTURA E TALENTO

Di seguito i numeri relativi alla formazione 2023 nelle aziende del Gruppo.

	CDC ITALIA		WERETICSOUL		RIBELLI DIGITALI		THINKING HAT	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
Sicurezza	270	376	112	52	80	58	8	-
Formazione tecnica	566	936	-	-	-	-	-	-
Inclusione	33	36	6	9	24	6	-	-
ESG	24	24	6		30	12	3	-
TOTALE ORE	893	1372	124	61	134	76	11	-
Ore medie per dipendente donna e uomo	26,3	33,5	11,3	12,2	16,8	9,5	5,5	-

	CDC ITALIA		WERETICSOUL		RIBELLI DIGITALI		THINKING HAT	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
TOTALE ORE	2265		185		210		11	
Ore medie per dipendente	30,2		11,6		13,1		5,5	

09/04

INCLUSIONE E DIVERSITÀ

Centralità, sviluppo e valorizzazione delle risorse umane

Compagnia dei Caraibi pone al centro il valore delle **risorse umane**, riconoscendo che il contributo professionale delle persone è fondamentale per il successo e lo sviluppo dell'organizzazione. L'azienda si impegna a creare un **ambiente di lavoro che favorisca il benessere di tutti i collaboratori**, valorizzandoli come individui consapevoli e promuovendo la loro crescita umana e professionale, oltre a nutrire un senso di appartenenza alla comunità aziendale.

Per realizzare questo obiettivo, è importante la promozione di un ambiente che favorisca un elevato grado di **motivazione tra i dipendenti**, creando un clima basato su relazioni positive, una cultura del feedback e della trasparenza, il rispetto delle diversità e dell'ambiente, con una priorità assoluta per la sicurezza e i diritti di tutti i collaboratori.

La politica aziendale si impegna attivamente a **promuovere una cultura laica di uguaglianza sociale**, con una particolare attenzione alla parità di genere e alla lotta **contro ogni forma di discriminazione**, sia essa basata su sesso, religione, orientamento sessuale, identità di genere o altre caratteristiche.

L'**inclusione e la diversità** sono tra i principi fondamentali che guidano la strategia aziendale di Compagnia dei Caraibi. L'inclusione rappresenta il **sostegno e la promozione di una cultura che rispetti ogni individuo per le sue competenze professionali e il valore che può apportare al gruppo** nel raggiungimento degli obiettivi aziendali. In linea con questo concetto, è importante valorizzare la diversità come elemento essenziale per favorire un confronto costruttivo tra persone e aree aziendali diverse.

Nel corso del **2023**, Compagnia dei Caraibi ha organizzato **tre corsi di formazione** dedicati all'inclusione e alla parità di genere. Il corso dal titolo "**Identità LGBTI+: conoscere, comunicare, accogliere**", si è svolto in tre momenti dell'anno ed è stato rivolto a tutti i dipendenti dell'azienda, coinvolgendo principalmente i nuovi ingressi. Questo corso è stato realizzato dall'Associazione Quore di Torino, con cui è attiva già da tempo una collaborazione, e ha fornito ai partecipanti una panoramica approfondita sugli aspetti teorici e terminologici relativi all'orientamento sessuale e all'identità di genere.

Durante il corso, sono stati esplorati i concetti di stereotipi, discorsi d'odio e discriminazione, nonché le politiche antidiscriminatorie. Inoltre, sono stati affrontati temi come l'intersezionalità e l'importanza di utilizzare linguaggi e comportamenti inclusivi. L'obiettivo principale di questo corso è stato quello di sensibilizzare i dipendenti sull'importanza di accogliere e rispettare le diverse identità sessuali e di genere, contribuendo così a creare un ambiente di lavoro più inclusivo e rispettoso e in linea con i valori aziendali.

La politica di inclusività si traduce anche in un **processo di selezione che garantisce pari opportunità a tutti i soggetti coinvolti**. L'intero gruppo propone una politica di selezione quanto più possibile accessibile e aperta. Dimostrazione sono, ad esempio, l'esplicitazione di tale principio attraverso la frase "La posizione lavorativa è aperta a candidati di entrambi i sessi, di tutti i generi, di ogni età e di ogni nazionalità", presente all'interno di ogni offerta di lavoro delle diverse realtà del gruppo. L'introduzione di tale clausola di non discriminazione per sesso, genere ed età è stata inserita al fine di **assicurare un**

processo di assunzione equo e inclusivo.

È fondamentale comunicare anche all'esterno che il processo di selezione sarà basato esclusivamente sulle competenze dell'individuo e sul merito, in quanto l'azienda valuta e accoglie persone di tutte le età, generi, razze, orientamenti sessuali, creando così un ambiente in cui tutti possono sentirsi accettati e rispettati.

Inoltre, il gruppo aderisce con piacere alla **nuova normativa europea** che prevede l'inserimento, negli annunci di lavoro, del range retributivo previsto per la posizione cercata. Questo permette di offrire ai soggetti candidati pari opportunità anche in questo senso, dando centralità a competenza, talento, esperienza come principali criteri di selezione.

Per il 2023 era stato fissato come obiettivo da parte di Compagnia dei Caraibi S.p.A. l'**introduzione di un Sistema di Gestione conforme alla Norma UNI/PdR 125:2022**: Linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere. Questo obiettivo è stato posticipato al 2024-2025.

09/04

INCLUSIONE E DIVERSITA'
ATTENZIONE ALLA PARITA DI GENERE

L'aggiornamento dell'indagine retributiva di genere in collaborazione con l'Unione Industriali, previsto per fine 2023, è tuttora in corso e verrà rendicontato pertanto nel prossimo report.

L'obiettivo, definito nel 2022 per gli anni a seguire, di una **attenzione alla presenza paritetica del personale dei due generi** come tendenza, è stato tenuto in considerazione nella crescita dimensionale.

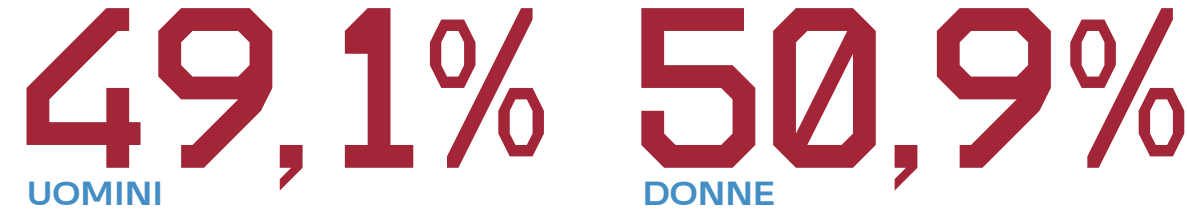
Si segnala che la percentuale di **presenza femminile** in Compagnia dei Caraibi S.p.A. è salita dal **42%** del 31/12/2022 al **45%** del 31/12/2023.

Nelle altre società la presenza femminile è del **50% (Wereticsoul)** e **69% (Ribelli Digitali)**; per le restanti aziende, in considerazione del ridotto numero di dipendenti, la percentuale non risulta apprezzabile. Se si considerano i numeri

totali del gruppo al 31/12/2023, **gli uomini costituiscono il 49,5% del totale dei dipendenti e le donne il 50,5%.**

OBIETTIVO FUTURO

introduzione di un sistema di Gestione conforme alla norma UNI/ PdR 125: 2022 per Ribelli Digitali, Wereticsoul e Compagnia dei Caraibi S.p.A. entro il 2025.



INCLUSIONE, NON DISCRIMINAZIONE E PARI OPPORTUNITÀ

Mettere la persona al centro significa per il Gruppo sviluppare il valore di ognuno, rispettandone l'integrità fisica, culturale e morale ed offrendo a tutti le medesime opportunità all'interno del contesto aziendale.

09/05

WELFARE AZIENDALE

Compagnia dei Caraibi S.p.A., in conformità con il suo Statuto e Codice Etico, si impegna a promuovere la centralità, lo sviluppo e la valorizzazione delle risorse umane come uno dei suoi obiettivi primari.

L'azienda riconosce che il contributo professionale delle persone che operano all'interno dell'organizzazione è fondamentale per il successo e lo sviluppo aziendale.

L'obiettivo è creare un ambiente di lavoro che favorisca il benessere e valorizzi ogni individuo come unico, promuovendo la crescita personale e professionale e incoraggiando un senso di appartenenza.

Per raggiungere questo obiettivo, è essenziale incentivare un alto livello di motivazione tra i membri del team e promuovere un clima basato su relazioni positive, il rispetto delle diversità e dell'ambiente, con particolare attenzione alla sicurezza e ai diritti di tutti i collaboratori.

Il sistema di Welfare Aziendale prevede assicurazioni e benefit sanitari aggiuntivi e un premio di produzione istituito nel 2019, la cui struttura si articola **su tre KPI**:

LA QUALITÀ DEI SERVIZI PERCEPITA DAL CLIENTE (NPS)

Viene misurata attraverso il Net Promote Score (NPS) e rappresenta il 40% del premio di risultato;

I RICAVI PER DIPENDENTE

È espresso dal rapporto tra ricavi e numero di dipendenti e rappresenta il 30% del premio;

EBITDA

È riferito al margine EBITDA come da bilancio consolidato e rappresenta l'altro 30% del totale.

In merito al **premio aziendale**, quest'ultimo può essere erogato o in busta paga, con la relativa tassazione prevista, oppure può essere trasferito all'interno della piattaforma welfare aziendale garantendone l'importo netto. Finora, tale premialità ha coinvolto i dipendenti di Compagnia dei Caraibi Italia, ma dal 2024 sarà estesa anche ai dipendenti di Ribelli e Wereticsoul.

Nel corso del 2022 è stato istituito un secondo piano incentivante che prevede lo **stock grant**, cioè la **corresponsione di azioni di Compagnia dei Caraibi S.p.A.** Il piano si articola su due anni e per ogni anno sono previsti obiettivi specifici e un valore che verrà corrisposto in azioni.

Inoltre, nel 2023, come pacchetto benefit,

è stata attivata una **Convenzione con GymPass**, piattaforma wellness che permette di acquistare a prezzo ridotto ingressi per palestre e centri benessere e una Convenzione con uno studio associato di Psicoterapia che consente percorsi di aiuto a prezzi calmierati, usufruibile anche dalla prima cerchia familiare.

WELFARE AZIENDALE

La creazione di un ambiente lavorativo nel quale le persone coinvolte possano trovare benessere e possano conciliare vita privata e lavorativa rappresenta un elemento rilevante nel modo di fare impresa del Gruppo.

09/05
WELFARE AZIENDALE
IL PIANO STRATEGICO

Nel 2022 Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha stabilito come obiettivo la definizione e implementazione di un Piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale.

Azioni formative per la crescita di soft e hard skill.

Attività a sostegno del benessere psicologico delle persone, con il supporto di personale esterno specializzato.

Azioni volte alla costruzione di una cultura aziendale chiara, condivisa e inclusiva, anche con l'intervento di società specializzate esterne.

Le attività previste da questo obiettivo sono state effettuate nel 2023.

L'obiettivo di Compagnia dei Caraibi del 2022 riguardante la definizione di modalità di congedo paternità superiori a quelle richieste dalla normativa è stato rispettato, attraverso la formalizzazione nel corso del 2023.

OBIETTIVO
FUTURO

Il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale continuerà nel 2024 per Compagnia dei Caraibi S.p.A.

OBIETTIVO
FUTURO

Estendere il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale definito in Compagnia dei Caraibi S.p.A. Ribelli Digitali, Wereticsoul e Thinking Hat.

OBIETTIVO
FUTURO
2024

Definizione di modalità di congedo paternità superiori a quelle richieste dalla normativa in Wereticsoul e Ribelli Digitali entro il 2024.

09/06

RICERCA, INNOVAZIONE E SVILUPPO

Un importante percorso di change management

Compagnia dei Caraibi S.p.A., in qualità di capogruppo, ha dato via ad un **importante processo di change management** che, grazie all'aiuto della società Methodos, ha potuto apprezzare una serie di insight utili al lavoro di revisione della struttura interna e di ridefinizione delle attività di gestione delle persone all'interno in primis dell'azienda e poi, a cascata sull'intero gruppo.

Nel corso del 2023 è stata effettuata una delicata **fase di ascolto sia dei team leader dei vari settori, sia delle persone dell'intera organizzazione, all'interno degli identity Lab**, ovvero momenti di workshop destinati all'intera popolazione aziendale, durante i quali si è potuto riflettere assieme sul percepito che i team hanno nei confronti dell'azienda, sia in termini razionali sia in termini emotivi.

Questo ha generato una serie di insight su cui il management e la direzione hanno lavorato, con il coinvolgimento anche di middle management, per operare una **trasformazione più in linea con il mercato**, più agile ed efficace sia in termini di struttura interna sia in termini di policy e strumenti efficaci e scalabili per l'intero gruppo. Tale lavoro è ancora in itinere e, una volta completato, verrà poi condiviso con le altre società del gruppo, adattandosi alla diversità di ciascuna realtà aziendale.

Tra le attività che vedono un importante focus in termini di **innovazione** c'è la creazione di un sistema di **performance management**, uno strumento che permetterà alle diverse aziende del gruppo di definire obiettivi centrati, scambiare feedback puntuali e piani di lavoro che siano allineati e coerenti con gli obiettivi di business e i relativi

risultati. La costruzione di questo tool, che coinvolgerà la direzione e l'intero top management, vedrà la **sua piena realizzazione al termine del 2024**, ma già a partire da metà dell'anno corrente potrà essere utilizzato per poi essere affinato ed entrare a pieno regime nel modus operandi delle diverse aziende a partire dal 2025.

OBIETTIVO FUTURO

Creazione e messa a regime di un sistema di performance management per Compagnia dei Caraibi S.p.A., Ribelli Digitali, Wereticsoul e Thinking Hat.

SVILUPPO TECNOLOGICO E INNOVAZIONE

Il Gruppo promuove e sostiene il cambiamento attraverso la ricerca e lo sviluppo di tecnologie volte all'innovazione digitale che, da un lato proteggano l'ambiente e riducano l'impatto sull'ecosistema, e dall'altro aumentino la produttività creando un'economia più performante, riducendo costi e spostamenti, e agevolando il lavoro umano.

09/07

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Compagnia dei Caraibi considera la salute e sicurezza dei lavoratori un impegno prioritario ed essenziale nello svolgimento delle proprie attività.

In tutte le società italiane con dipendenti è in vigore un **sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro**, in conformità al decreto legislativo 81/2008 e successive modifiche e integrazioni.

Viene prestata un'attenzione particolare alla **formazione del personale sui temi salute e sicurezza**, condotta al di là delle richieste normative. In particolare vengono organizzati **corsi di primo soccorso e antincendio** rivolti a tutto il personale.

Pari attenzione viene prestata nelle società estere, anche se ad oggi meno strutturate da questo punto di vista, in considerazione del numero esiguo di dipendenti e di locali di lavoro.

POLITICA DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Le Aziende del Gruppo Compagnia dei Caraibi SPA SB, nello svolgimento delle proprie attività, considerano la salute umana, la protezione dell'ambiente e la sicurezza sul lavoro un dovere irrinunciabile.

La Direzione Aziendale si impegna, mettendo a disposizione risorse umane, strumentali, ed economiche, a perseguire gli obiettivi di miglioramento continuo della sicurezza e salute dei lavoratori, come parte integrante della propria attività e come impegno strategico rispetto alle finalità più generali dell'azienda.

Intende inoltre definire, comunicare e diffondere a tutto il personale, alle persone esterne alle aziende e che hanno con essa rapporti, gli obiettivi da perseguire nel campo della prevenzione e del controllo degli incidenti, per la salvaguardia dei lavoratori e dell'ambiente, nella consapevolezza che il contributo di ognuno sia determinante per il raggiungimento degli obiettivi e il mantenimento delle Aziende ai più alti livelli di tutela della salute e sicurezza.

NEL 2023 NEL GRUPPO NON SI SONO VERIFICATI INFORTUNI

10/14
**LAVORATORI NELLA
SUPPLY-CHAIN**



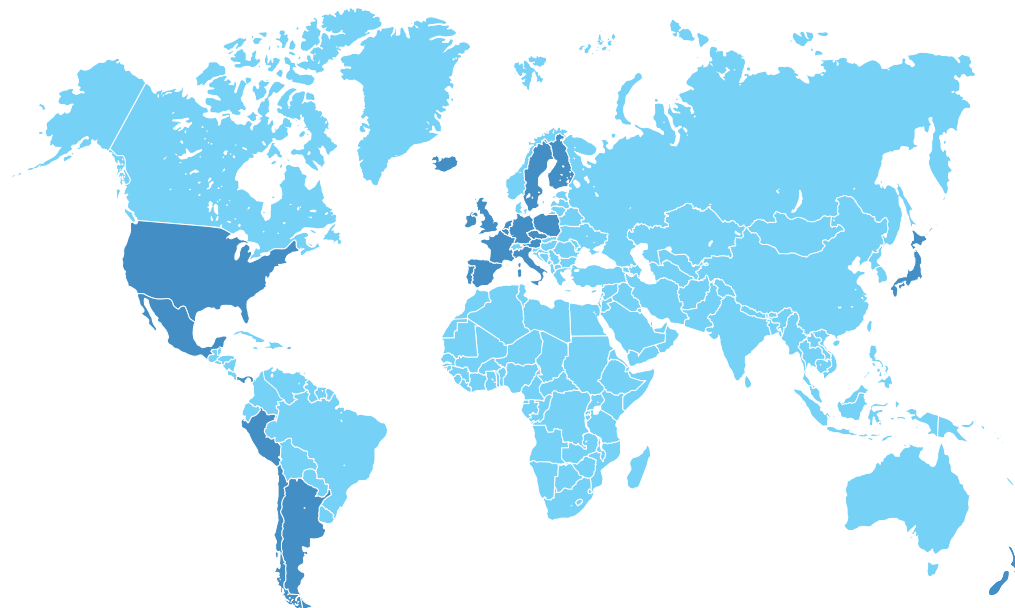
10/01

L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE DEI FORNITORI

I fornitori di Compagnia dei Caraibi sono produttori e/o distributori che operano a livello internazionale e nazionale. La società lavora con essi in esclusiva e punta a sviluppare rapporti di collaborazione duraturi. Con il progetto **Dispensa** di **Wereticsoul** sono stati inseriti fornitori con cui non si ha un rapporto di esclusiva, ma sempre con l'intenzione di sviluppare rapporti di collaborazione duraturi.

Accanto ai fornitori di prodotti finiti, ci sono i fornitori dei materiali destinati alla produzione dei prodotti a marchio, i terzisti che producono i prodotti a marchio, e i fornitori di servizi, tra cui spiccano logistica e trasporti.

Di seguito i paesi di provenienza dei fornitori di Compagnia dei Caraibi.



PAESI BASSI | GIAPPONE | GERMANIA | PANAMA | SPAGNA | FRANCIA | ISLANDA | ITALIA | ARGENTINA
 | MESSICO | STATI UNITI | REGNO UNITO | REPUBBLICA Ceca | PORTOGALLO | AUSTRIA | BELGIO | IRLANDA
 | SVEZIA | POLONIA | PERU | FINLANDIA | CILE | SCOZIA | NUOVA ZELANDA | PORTO RICO

APPROCCIO SOCIALE E AMBIENTALE DEI FORNITORI

Nella definizione della propria catena di fornitura il Gruppo valuta e monitora anche la sostenibilità ambientale e sociale. L'approccio dei soggetti coinvolti e le prestazioni su questi temi rappresentano un sostanziale criterio di selezione.

10/01

L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE DEI FORNITORI

LA SELEZIONE DEI PRODOTTI

Per la selezione dei prodotti, Compagnia dei Caraibi inizia individuando prodotti potenzialmente interessanti per il mercato di riferimento. In questa fase vengono tenuti in considerazione **la qualità del prodotto**, testata con degustazioni dei prodotti stessi presso fiere di settore, **visite ai produttori** o ricezione di campioni, e **l'affinità del fornitore ai valori aziendali**. Quest'ultima viene appurata inizialmente esaminando le informazioni presenti nei siti istituzionali.

Una volta selezionato il prodotto, il fornitore viene sottoposto a un processo di qualifica, con la richiesta di informazioni legate alla sicurezza dei prodotti e al possesso di certificazioni specifiche.

I fornitori dei materiali destinati alla **produzione** dei prodotti a marchio e i fornitori di servizi vengono qualificati, con la stessa metodologia utilizzata per la qualifica dei fornitori di prodotto finito.

Nel corso del 2022 era stato creato un questionario per approfondire l'approccio alle tematiche ESG da parte dei principali fornitori di Compagnia dei Caraibi S.p.A., impostato prendendo come modello la parte generale dell'SDG Action Manager. Tale questionario andava ad approfondire aspetti relativi alla struttura aziendale, all'impatto ambientale e agli obiettivi di sviluppo sostenibile, alla tutela dei diritti umani, alle politiche di non discriminazione.

Il questionario somministrato all'inizio del 2023, ha avuto un tasso di risposta scarso. **È intenzione di Compagnia dei Caraibi trovare le modalità adatte**

per approfondire la conoscenza dei fornitori dal punto di vista del loro approccio alle tematiche ESG, perfezionando il questionario e adottando altri strumenti.

OBIETTIVO FUTURO

L'intenzione del Gruppo è quella di migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire.

10/01

L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE DEI FORNITORI

LA SELEZIONE DEI PRODOTTI

Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha definito un **Codice Etico**, pubblicato sul sito istituzionale dell'azienda, al cui rispetto sono tenuti tutti coloro che con l'azienda operano, inclusi i fornitori.

Il Codice Etico è la **carta fondamentale dei diritti e doveri morali e definisce la responsabilità etico-sociale di ogni componente dell'organizzazione aziendale**. Esso costituisce un mezzo efficace per prevenire comportamenti irresponsabili o eventualmente illeciti da parte di coloro che operano in nome e per conto dell'azienda, perché introduce una **definizione chiara ed esplicita delle responsabilità di ciascun operatore** aziendale verso coloro che sono coinvolti direttamente o indirettamente nell'attività dell'azienda.

I suoi destinatari sono chiamati al **rigoroso ed integrale rispetto dei valori e principi** in esso contenuti e sono tenuti a tutelare e preservare, attraverso i propri comportamenti, la rispettabilità e l'immagine di Compagnia dei Caraibi S.p.A. nonché l'integrità del suo patrimonio economico, sociale ed umano.

Infine, per materiali necessari alla realizzazione dei prodotti a marchio, quali vetro, carta e cartone (etichette e scatole) vengono privilegiati produttori che siano **Società Benefit, certificati B Corp**, o comunque che dimostrino attenzione alle tematiche di sostenibilità attraverso la pubblicazione del Report di Sostenibilità, o impegni e dichiarazioni pubbliche nei siti istituzionali.

OBIETTIVO FUTURO

Obiettivo futuro: Ottimizzazione del questionario di autovalutazione ESG e somministrazione ai fornitori che costituiscono l'80% degli acquisti di prodotti.



11/14
COMUNITA'



11/01

ATTIVITÀ CULTURALI

Il capitolo dedicato alle iniziative culturali nel report di sostenibilità aziendale del 2023 si apre con il costante impegno nel sostenere progetti che promuovono l'inclusione, la creatività e la responsabilità sociale, incarnando i valori fondamentali dell'azienda attraverso esperienze coinvolgenti e trasformative.

Nel 2023 è stato rinnovato il supporto del **Lovers Film Festival** (18/04/2023 – 23/04/2023), rassegna cinematografica che, fin dalla nascita, si è posta l'obiettivo di esplorare le tematiche **LGBTQI della giovane cinematografia indipendente** e le forme innovative, periferiche e sperimentali del cinema internazionale. Ad agosto Compagnia dei Caraibi S.p.A.

è stata per la seconda volta **sponsor del festival musicale torinese Todays**, la kermesse torinese che dal 25 al 27 agosto 2023 ha trasformato il capoluogo piemontese nel cuore dell'avanguardia musicale e artistica internazionale, animando Spazio 211.

L'azienda ha confermato il proprio impegno virtuoso a supporto di manifestazioni culturali e artistiche che promuovono il valore umano, il rispetto e la tutela dell'ambiente, il sostegno e lo sviluppo di attività culturali, il bere bene e responsabile e la socialità. Valori che trovano in **TODAYS** il contesto ideale dove musica e beverage si uniscono e dove la partecipazione di Compagnia dei Caraibi e Testadariete si è articolata in diversi momenti: la promozione artistica, la sensibilizzazione al consumo responsabile e l'interazione giocosa con il pubblico.

Nelle giornate del festival lo spazio di Compagnia dei Caraibi è stato animato dalla live performance di tre illustratori torinesi, chiamati a interpretare i valori di

sostenibilità ambientale, social & gender equality e cultura, tre dei quattro pilastri dello statuto aziendale.

Gli artisti hanno realizzato tre opere collettive, guidati dagli spunti e dalle riflessioni raccolte con il pubblico sul tema della giornata.

Inoltre, a conferma dell'impegno verso il bere responsabile, è stata rinnovata la proposta dedicata al consumo consapevole: ogni sera, a partire dalle 22:00, è stato possibile ritirare gratuitamente un etilometro.

L'azienda domenica 27 agosto è stata protagonista di un talk presso il Mercato Centrale della città di Torino dal titolo **"2013. Il primo anno del futuro"**, un'occasione unica per raccontare come una cultura del bere consapevole e responsabile possa legarsi alle potenzialità dello streaming, con la sfida di un ascolto consapevole. **Music Mixology - Miscelazione, musica, bere responsabile** è un'iniziativa nata nel 2023 in collaborazione con Eataty Torino.

Si è trattato di una serie di appuntamenti presso Eataty Lingotto aperti al pubblico, svoltisi a partire da marzo 2023.

Music Mixology è stato un viaggio attraverso la storia della musica e della miscelazione che ha visto protagonisti, una volta al mese, il giornalista Hamilton Santià e Francesco Pirineo, Advocacy Manager Compagnia dei Caraibi insieme ad un ospite d'eccezione diverso di volta in volta.

Ogni appuntamento ha avuto come protagonisti un genere musicale e un cocktail da degustare. **Un connubio originale per creare connessioni tra ambiti culturali diversi**, per ribadire il ruolo della mixology nella narrazione del concetto artistico.

Questi i temi degli incontri: Jazz & Paloma, Punk & Negroni, Swing & Martini, Rock 'n' roll & Martinez, Surf rock & Daiquiri, Brit & Gin Tonic, Indie & Cuba Libre, Canzoni di Natale & Gin Mule.

PROMOZIONE DI ATTIVITÀ CULTURALI E ARTISTICHE

L'azienda promuove e sponsorizza attività culturali, artistiche e musicali, in quanto crede nel valore aggiunto fornito alla comunità tramite la diffusione e il sostegno alla generazione del "bello".

11/01

ATTIVITÀ CULTURALI

Nel 2023 è stato anche rinnovato il sostegno come main partner a **Paratissima**, la kermesse dedicata all'arte, dall'1 al 5 novembre ha animato la Cavallerizza Reale di Torino (Via Giuseppe Verdi, 9) con mostre, gallerie, live performance, talk e laboratori.

Per l'occasione, Compagnia dei Caraibi ha allestito la CDC Room, uno spazio interamente dedicato a live performance e interazione con il pubblico di curiosi e appassionati presenti. Sono stati organizzati quattro live painting degli artisti torinesi Fabio Petani, Max Petrone, Nice & Fox e Valentina Bongiovanni chiamati ad interpretare i quattro caposaldi dell'essere Società Benefit e B Corp di Compagnia dei Caraibi: sostenibilità ambientale, cultura, persone e social&gener equality.

La CDC Room è stata completata con un'installazione interattiva a forma di albero che il pubblico ha arricchito con un pensiero o una riflessione relativo alle quattro tematiche. Un'esperienza d'arte partecipata, dove la creatività e l'espressione libera si sono fuse in tempo reale in un'esibizione artistica, corale e condivisa.

Nel 2023 Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha sostenuto **Polimorfa**, una rassegna di arti performative che mette al centro la scena sperimentale di teatro, danza, musica e circo contemporanei, dando spazio ad artisti internazionali, nazionali e locali e a generi vari e ibridati. La rassegna sostiene l'inclusione, l'interculturalità, l'ecologia e la partecipazione attiva degli abitanti della Valchiusella, luogo nel quale la rassegna si colloca come unica occasione strutturata e professionale di fruizione di spettacolo dal vivo.

Co-creata insieme con la comunità della valle, il Comune di Val di Chy e la Fondazione Piemonte dal Vivo, la rassegna si svolge ogni anno nel periodo primaverile, all'interno di un "teatro alpino", e cioè l'edificio pluriuso di Alice Superiore - Val di Chy, attrezzato del tutto come un teatro. Polimorfa ha inoltre ottenuto il patrocinio oneroso del Consiglio Regionale del Piemonte.

È proseguita l'attività di **Around the Blog**, gli articoli pubblicati nel 2023 sono stati 22. Gli articoli, scritti da esperti di mixology, enologia, enogastronomia, fotografia, arte visiva,

**OBIETTIVO
FUTURO
2024**

Proseguire ed evolvere i progetti editoriali di Around the Blog e Tales from the Box, tenendo come focus l'accrescimento culturale del lettore.

letteratura, sostenibilità, hanno sempre un fil rouge che li collega al mondo del beverage. Tutti gli articoli sono accompagnati da illustrazioni originali, realizzate appositamente da giovani artisti dell'illustrazione nazionale e internazionale. Ognuno di questi artisti reinterpreta con il proprio stile il tema dell'articolo, valorizzandolo.

Ha chiuso inoltre il terzo anno di vita **Tales from the Box**, magazine cartaceo che viene spedito ai clienti di Compagnia dei Caraibi SpA con il primo ordine di ogni stagione e diffuso durante le fiere. Sono stati realizzati nel 2023 quattro numeri, per un totale di 7.500 copie, stampati su carta riciclata, derivata dalla lavorazione dell'uva.

Si segnala la rubrica **Sustainable Spirits**, inaugurata proprio nel 2023 su Around the Blog, che in ogni articolo affronta il tema del bar del futuro, suggerendo soluzioni per renderlo green, sostenibile ed etico. Alcuni articoli sono stati pubblicati poi su Tales from the Box.

11/01

ATTIVITA' CULTURALI

Ribelli Digitali durante la manifestazione Graphics Days, tenutasi a Torino nel mese di maggio, ha aperto le porte dell'agenzia alla comunità, offrendo un'opportunità unica di ammirare opere d'arte create internamente.

Questo non solo ha dato visibilità al talento creativo della squadra, ma ha anche sottolineato l'impegno per valorizzare la diversità attraverso l'arte.

Le opere esposte durante i Graphics Days hanno trovato una casa permanente negli uffici di Ribelli, conferendo all'ambiente lavorativo creatività e ispirazione artistica.

Ribelli Digitali ha inoltre istituito una libreria condivisa in ufficio, offrendo

a dipendenti e collaboratori accesso gratuito a una vasta gamma di libri incentrati sulla creatività e sulla crescita personale. Questo non solo favorisce lo sviluppo professionale, ma anche la condivisione di conoscenze e idee all'interno della comunità aziendale.

Il Gruppo ha rivolto il proprio sguardo anche oltre i confini, sostenendo un progetto internazionale. A dicembre 2023 **Compagnia dei Caraibi USA** ha infatti partecipato in qualità di sponsor a **Pinta Miami**, una fiera d'arte internazionale focalizzata sull'arte iberoamericana moderna e contemporanea.

Fondata a New York nel 2007, la manifestazione ha sede a Miami dal 2014. Anno dopo anno, Pinta Miami ha rafforzato il suo impegno nel mostrare un'ampia pluralità artistica, attraverso sezioni attentamente curate e un programma interdisciplinare all'avanguardia.

**IMPEGNO
PER VALORIZZARE
LA DIVERSITÀ
ATTRAVERSO L'ARTE.**



11/02

ATTENZIONE ALLE COMUNITA' LOCALI

Negli anni sono stati diversi i progetti a cui le aziende del Gruppo hanno preso attivamente parte che hanno permesso di sostenere e coinvolgere diverse comunità.

Nel 2023, per il secondo anno consecutivo, Compagnia dei Caraibi S.p.A. si è impegnata a supportare un **progetto dell'Associazione Quore, TO HOUSING**. Si tratta di un co-housing sociale a Torino che accoglie persone LGBTQI in difficoltà e in condizioni di vulnerabilità.

Il progetto nasce per rispondere all'**emergenza abitativa** e per attivare, a partire da un bisogno primario e fondamentale come la casa, percorsi di reinserimento sociale. Vengono accolti giovani allontanati dalle famiglie di origine a causa dell'orientamento

sessuale, migranti e rifugiati, anziani LGBTQI in condizione di solitudine o povertà, persone transessuali e transgender.

TO HOUSING può accogliere fino a 24 ospiti in 5 appartamenti di proprietà ATC (Agenzia Territoriale per la Casa di Torino) non destinati alle graduatorie per le case popolari.

L'obiettivo di fornire nel 2023 Supporto economico al progetto TO Housing, promosso dall'Associazione Quore, è stato pertanto rispettato.

**OBIETTIVO
FUTURO
2024**

Ulteriore supporto economico al progetto To Housing dell'Associazione Quore.



01. Attività culturali

02. Attenzione alle comunità locali

ATTENZIONE ALLE COMUNITÀ LOCALI

Il forte legame con il territorio e la disponibilità a sostenere progetti di sviluppo locale sono elementi distintivi e caratterizzanti dell'approccio adottato dal Gruppo nella conduzione del proprio business.

11/02

ATTENZIONE ALLE COMUNITA' LOCALI

Nel corso del 2023 è entrato in fase operativa il piano di lavoro con il Consorzio Forestale del Canavese e Rete Clima, per l'attivazione di cure colturali su un ettaro di bosco e supporto alla certificazione forestale, progetto già descritto nel capitolo sulla biodiversità.

L'obiettivo per il 2023 è stato pertanto rispettato.

Tramite l'acquisto dei crediti di carbonio, nel 2023 Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha permesso impatti sociali positivi con il progetto sostenuto. In particolare il “Katingand Peatland Restoration and Conservation Project”, in Indonesia, oltre ai benefici ambientali descritti al paragrafo 7.1. persegue ulteriori benefici a favore delle comunità del posto:

Creazione di posti di lavoro, in gran parte per persone native della regione

Attivazione di microcrediti per attività sostenibili (allevamento, agroforestazione, ecoturismo)

Rafforzamento della comunità aumentando la capacità di far fronte a rischi socio-ecologici

**OBIETTIVO
FUTURO
2024**

Ulteriore supporto economico al progetto Forestale locale con il Consorzio Forestale del Canavese.

11/02

ATTENZIONE ALLE COMUNITA' LOCALI

Nell'ottica di includere e coinvolgere anche la comunità di non vedenti, **Wereticsoul** alla fine del 2023 ha lavorato predisponendo per il proprio locale di Verbania un **QR code in braille**, che permette di avere accesso alla lettura dell'intero menù, tramite l'utilizzo di un'apposita applicazione.

Nel corso del 2023 **Ribelli Digitali** ha organizzato alcuni incontri con persone non vedenti, durante i quali tutti i partecipanti sono stati bendati per sperimentare momentaneamente la vita senza la vista. Questa esperienza ha aumentato la consapevolezza e l'importanza della progettazione inclusiva e accessibile nelle attività dell'agenzia.

Ribelli ha inoltre creato la unit di sostenibilità "Fennec", dedicata alla promozione di temi etici quali la sostenibilità ambientale, l'inclusione e l'accessibilità.

Questo gruppo specializzato si impegna attivamente a integrare tali tematiche nella strategia aziendale.

Per promuovere una cultura aziendale sempre più inclusiva, sono stati organizzati una serie di incontri interni con la unit Fennec. Queste sessioni hanno sensibilizzato dipendenti e collaboratori sull'importanza di adottare una prospettiva aperta e inclusiva nel lavoro quotidiano, nell'ottica di una comunicazione più efficace e rispettosa delle diversità.

Segnaliamo gli incontri promossi da **Compagnia dei Caraibi S.p.A.** per la sensibilizzazione dei dipendenti verso la donazione di sangue e di organi, in collaborazione con la delegazione AIDO e AVIS locale.

Alla fine del 2023 sono stati organizzati due incontri aperti a **Compagnia dei Caraibi S.p.A.**, **Ribelli Digitali** e **Wereticsoul** con l'Associazione Violetta, che si occupa della lotta contro la violenza di genere. Partendo da un

vero e proprio Progetto di psicologia di comunità, l'Associazione promuove iniziative a sostegno di una cultura della prevenzione della violenza di genere per sviluppare una solidarietà di pensiero che non ammetta giustificazioni nei confronti della violenza. Nello specifico ha messo a disposizione **un punto di ascolto e accoglienza**, offre **consulenza psicologica e psicoterapica**, **trattamento di traumi**, **consulenza legale** e **sostegno alla genitorialità**.





12/14

CONSUMATORI E UTENTI FINALI

12/01

FOOD SAFETY E SALUTE DEL CONSUMATORE

Compagnia dei Caraibi si posiziona sulla fascia premium e over-premium del mercato di riferimento, promuove prodotti di qualità elevata, valorizzando la narrativa intorno al prodotto e ai luoghi di origine, la conoscenza e la cultura associate ai prodotti.

Tutte le aziende del settore beverage del gruppo sono dotate di un **sistema di gestione ai sensi della normativa HACCP**, che consente di monitorare e tenere sotto controllo la sicurezza alimentare dei prodotti.

Inoltre, **Compagnia dei Caraibi S.p.A. e Wereticsoul hanno la certificazione biologica**, per le attività di importazione e distribuzione la prima, per l'attività di distribuzione la seconda.

In fase di qualifica i fornitori sono tenuti a fornire informazioni relative ad eventuali

certificazioni possedute, documentazione sull'eventuale utilizzo di OGM, sulla presenza di allergeni e quella attinente al sistema di gestione della sicurezza alimentare.

Vengono organizzate sistematicamente attività di formazione in tema di sicurezza alimentare per i dipendenti e i collaboratori.

Particolare attenzione è rivolta alla correttezza e chiarezza dell'etichettatura.

Dopo la selezione del prodotto e prima dell'acquisto, vengono analizzate le etichette per verificarne la chiarezza e la rispondenza alle richieste normative.

Inoltre viene costantemente tenuta in attenzione l'evoluzione della normativa.

Vengono effettuate analisi a campione dei prodotti per verificarne la conformità ai requisiti normativi.

Nel 2023 era previsto l'inizio del percorso per l'ottenimento della certificazione IFS, progetto che è stato posticipato al 2024-2025.

FOOD SAFETY E SALUTE DEL CONSUMATORE

Il Gruppo promuove e sostiene la sicurezza dei consumatori attraverso una selezione accurata dei prodotti offerti, una gestione attenta della propria catena di fornitura e un piano dai analisi a campione che verifica la compliance di prodotto.

12/02

CUSTOMER SATISFACTION

Comunicazione accessibile

Compagnia dei Caraibi pone particolare attenzione al cliente, a cominciare dai siti, per cui sono state adottate soluzioni tecnologiche che garantiscono l'accessibilità a persone con disabilità visiva, ben prima delle richieste normative.

I siti del gruppo adattati alle esigenze di persone con difficoltà visive sono attualmente compagniadecaraibi.com, elementoindigeno.com, rightbeer.com e dispensa.com.

Un'altra iniziativa in questa direzione è stata la predisposizione di menu braille, nel locale Dispensa di Pallanza. Nella copertina del menu è presente un QR code che da accesso ad una app che consente la lettura del menu.



OBIETTIVI FUTURI

Settaggio dei siti delle aziende del Gruppo per renderli inclusivi nei confronti delle abilità differenti.

Rendere le etichette dei prodotti a marchio fruibili per gli ipovedenti man mano che vengono aggiornati i prodotti.

CUSTOMER SATISFACTION

La soddisfazione dei clienti rappresenta un importante parametro considerato dal Gruppo al fine di poter migliorare le prestazioni dei propri servizi e i prodotti offerti. L'esperienza del consumatore viene considerata e analizzata attraverso un solido sistema di misurazione dell'esperienza tramite l'identificazione di KPIs utili a stabilire punti di forza, di debolezza e aree di miglioramento.

12/02 CUSTOMER SATISFACTION IL QUESTIONARIO

In ottica B2B, Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha adottato nel 2023 il **metodo NPS quale strumento di benchmarking per la soddisfazione del cliente**, misurando con un breve sondaggio la disponibilità dei clienti a consigliare l'azienda Compagnia dei Caraibi a un collega o a un conoscente.

La volontà dell'azienda è misurare la propria performance andando oltre la specifica interazione o l'acquisto specifico (misurazione sulle singole interazioni verticali); si tratta, invece, di mappare la percezione del cliente in tutta la sua esperienza con Compagnia dei Caraibi; trattandosi di un benchmark standard – utilizzato dalle aziende di tutto il mondo – si presta bene per misurare la propria performance rispetto a quella delle aziende concorrenti.

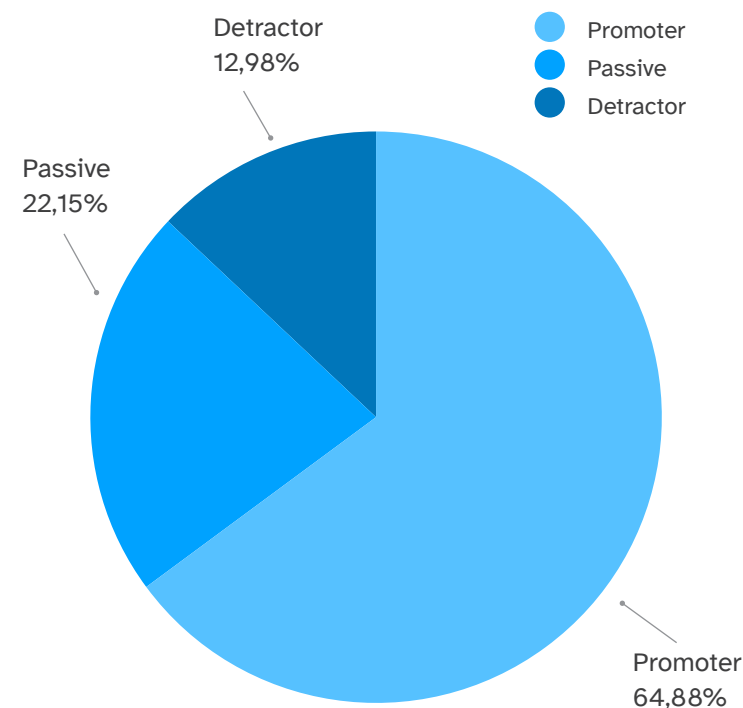
Il metodo si basa su un **questionario** che chiede ai clienti di valutare la probabilità che promuovano Compagnia dei Caraibi tra colleghi e conoscenti.

"Su una scala da 0 a 10, con quale probabilità ci consiglieresti ad amici, colleghi o partner commerciali?"

I partecipanti, a seconda del valore dato, vengono distinti in promotori, detrattori e passivi.

Per calcolare il **Net Promoter Score** la percentuale dei detrattori viene sottratta alla percentuale dei promotori. In una seconda fase, per il tramite di una **Customer Experience Unit**, le risposte sono tradotte in azioni di follow-up e in misure di coaching. La volontà dell'azienda è chiudere il cerchio dei feedback dei clienti con azioni concrete che siano parte fondamentale delle attività di tutte le persone di Compagnia dei Caraibi.

SET DI DATI PER CALCOLO NPS CDC 2023 COSA PENSANO I CLIENTI?



12/02
CUSTOMER SATISFACTION
IL QUESTIONARIO

NPS CDC ITALIA 2023

L’NPS di Compagnia dei Caraibi Italia è **51,90 %** (ai promotori 64,88 % sono stati sottratti i detrattori 12,98%). L’azienda aveva settato l’obiettivo al 60%.

Per il tramite di una **Customer Experience Unit** il 2024 sarà l’anno in cui le risposte verranno tradotte in azioni di follow-up e in misure di coaching.

Si intende inoltre educare i clienti all’importanza del feedback e della votazione in quest’ottica.

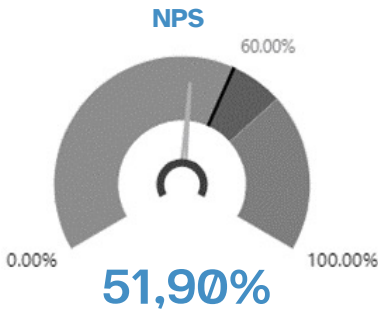
Nel 2023 sono stati tracciati tutti i flussi utili ad adottare lo stesso metodo all’interno di Ribelli Digitali. Dal 2024, infatti, sui principali progetti e sui contatti di riferimento degli stessi, **verranno avviati NPS (indicatore di performance trimestrale) e CSAT (indicatore di performance mensile suddivisi per progettualità).**

Con NPS l’utente risponde alla domanda: **quanto consiglieresti Ribelli a un collega?**

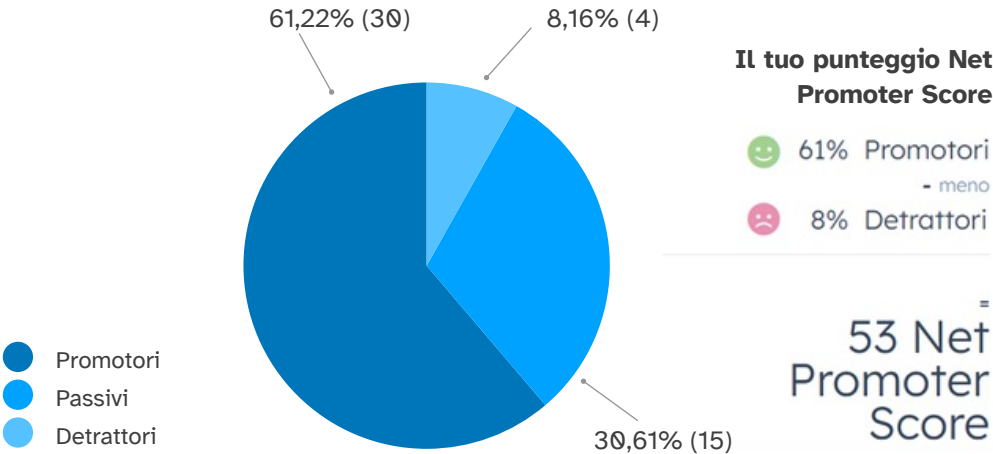
Con CSAT all’utente viene richiesto un riscontro rispetto alla domanda: **quanto sei soddisfatt* della gestione del progetto X?**

Per l’azienda Wereticsoul, nella sua veste di **Dispensa.com**, è stato messo in azione il metodo di cui sopra (NPS) con questi risultati:

NPS 53 (ai promotori 61% sono stati sottratti i detrattori 8%)



CON CHE PROBABILITÀ CONSIGLIERESTI DISPENSA A UN AMICO O A UN COLLEGA?



Nel 2024 l’intenzione è adottare questo approccio anche sui punti vendita fisici.

ADOZIONE DAL 2024 DEL METODO NPS
DI VALUTAZIONE DELLA SODDISFAZIONE
DEI CLIENTI PER RIBELLI DIGITALI.

12/03

PROMOZIONE DEL CONSUMO CONSAPEVOLE

Un'azienda che ha come core business la vendita di spirits, vino e birra, ha il dovere di approcciarsi in modo serio e responsabile al tema del consumo consapevole.

Da sempre Compagnia dei Caraibi ha adottato una **linea di comunicazione matura e responsabile sull'argomento**, non promuovendo mai sé stessa o i propri brand con messaggi rivolti ad un consumo eccessivo.

I valori promossi dal gruppo sono la qualità degli ingredienti utilizzati, la storia dei prodotti, delle distillerie e dei produttori. Il rispetto e la cura che questi ultimi mettono nel trattamento della **materia prima**, il piacere della **convivialità** e della **condivisione di momenti belli con le persone care**.

Questi sono i concetti che vengono raccontati sul **sito** e sui **profili social**,

riservati ad un pubblico di maggiorenni (Facebook, Instagram e gli altri social sono impostati per non comparire, con i propri post, nei feed dei minori di 18 anni) e nelle informazioni di questi canali è sempre presente la formula **"Enjoy Responsibly (+18)"**.

Durante gli **eventi** sono proposti **drink con un contenuto alcolico limitato** o di dimensioni contenute, in modo da far sì che tutti possano degustare le proposte ideate per l'occasione, senza eccedere. Grazie alle proposte offerte dai cataloghi Elemento Indigeno e Right Beer, possono sempre essere offerte alternative a gradazione alcolica inferiore, con vini e birre.



BERE RESPONSABILE

Compagnia dei Caraibi, consapevole delle criticità in termini di salute riscontrabili nel proprio settore di appartenenza, si impegna a sensibilizzare e diffondere il concetto del "bere responsabilmente".

12/03

PROMOZIONE DEL CONSUMO CONSAPEVOLE

Compagnia dei Caraibi offre anche alternative low alcohol e no alcohol ai propri eventi e include un'offerta food che possa aiutare a bilanciare l'assunzione di bevande alcoliche.

In azienda tutti i dipendenti devono seguire una policy che chiede di comportarsi in modo responsabile durante gli eventi, limitando l'assunzione di bevande alcoliche e prevedendo sempre la presenza di almeno un "autista

designato", che possa mettersi al volante ogni qual volta non sia possibile spostarsi con mezzi pubblici.

L'azienda è costantemente al lavoro per **ridurre il rischio di incidenti e tutelare la salute dei propri dipendenti**, come quella di chi entra in contatto con il suo mondo.

Anche durante l'edizione 2023 della **manifestazione musicale Todays di Torino**, così come avvenuto nell'edizione 2022, sono stati messi a disposizione degli **etilometri monouso**. L'iniziativa è volta a fornire al pubblico del festival uno **strumento gratuito per monitorare il**

proprio tasso alcolemico e riflettere sui concetti di sicurezza e bere responsabile.

Gli etilometri sono stati realizzati pensando all'ambiente e alla sostenibilità economica della produzione: sono infatti stati scelti senza palloncino in plastica e prodotti in numero superiore alla necessità specifica, per poter essere usati durante altri eventi e fiere.

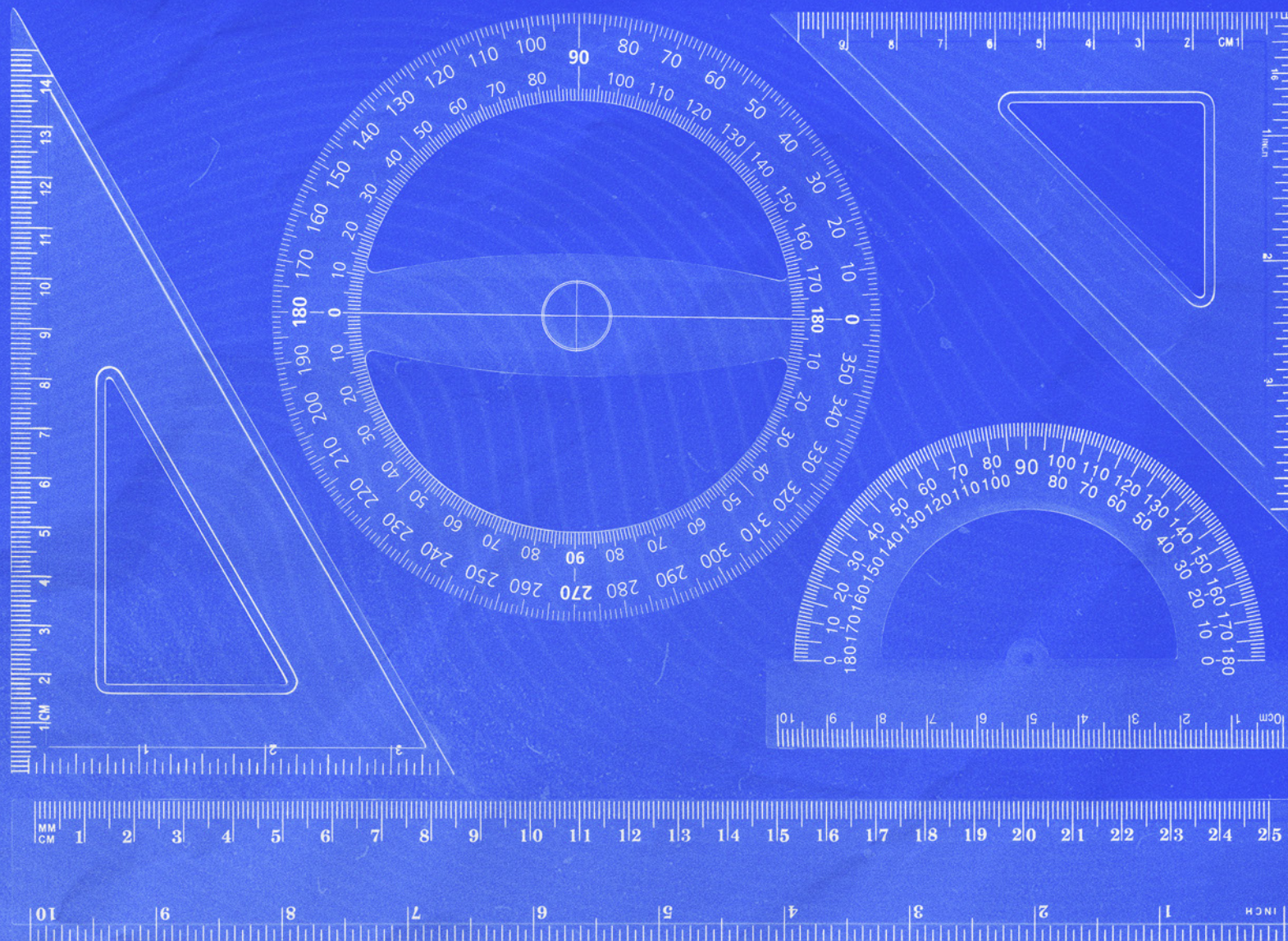


OBIETTIVO FUTURO

Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (verso i propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico).

13/14

NOTA METODOLOGICA



13/01

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento è il primo Report di Sostenibilità effettuato a livello di Gruppo da parte di Compagnia dei Caraibi.

Il documento è stato redatto su base volontaria utilizzando i **GRI Standards (Global Reporting Initiative)**, aggiornati al 2023, ed in conformità con quanto disposto dalla **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** definita a livello Europeo ed entrata in vigore in data 5 gennaio 2023.

Sono state considerate, dove applicabili, le altre linee guida riconosciute a livello internazionale in materia di rendicontazione di sostenibilità.

In particolare si è fatto riferimento all'**impostazione metodologica del TCFD - Task Force on Climate-related Financial Disclosures** e sono stati presi in considerazione gli **ESRS - European Sustainability Reporting Standards definiti dall'EFRAG** come i documenti definiti dall'**ISSB - International Sustainability Standard Board**.

Il documento intende informare in merito al contributo allo sviluppo sostenibile del Gruppo e rendiconta i principali impatti economici, ambientali e sociali dello stesso, sulla base di una selezione ragionata degli indicatori proposti dal **GRI e dall'EFRAG**, in funzione delle peculiarità operative e di governance aziendali.

Nella redazione del documento sono stati applicati i **Reporting Principles di contenuto (Inclusività degli stakeholder, Contesto di sostenibilità, Materialità, Completezza)** così come sono stati rispettati quelli relativi alla **qualità dell'informazione (Equilibrio, Comparabilità, Accuratezza, Tempestività, Chiarezza e Affidabilità)**.

Il **perimetro di rendicontazione** considerato, se non diversamente indicato, **coincide con l'area di influenza giuridica e operativa del**

Gruppo Compagnia dei Caraibi, che comprende la capogruppo Compagnia dei Caraibi S.p.A. e le controllate con maggioranza: **Refined Brands S.r.l., Compagnia dei Caraibi Inc, Compagnia dei Caraibi Spain SL, Compagnia dei Caraibi Deutschland GmbH, Wereticsoul S.r.l., Thinking Hat S.r.l., Ribelli Digitali S.r.l., Have Fun S.a.r.l.**

Restano escluse dal perimetro di rendicontazione la società controllata Elephant Gin e le società non controllate sulle quali Compagnia dei Caraibi S.p.A. esercita un'influenza in virtù di una partecipazione di minoranza: Three & Bross S.r.l., SAS Frerejean Frères e Amari e Affini S.r.l.

Metodologicamente, quando lungo il testo del documento viene scritto "**Compagnia dei Caraibi S.p.A.**" ci si rivolge unicamente alla **capogruppo**, mentre con "**Compagnia dei Caraibi**" si indica

l'**intero Gruppo** comprendente le aziende ricomprese nel perimetro di rendicontazione.

13/01

NOTA METODOLOGICA

Il Report di Sostenibilità è redatto su base annuale. I dati e le informazioni qualitative e quantitative espresse nel documento si riferiscono all'esercizio 2023.

La Tavola riassuntiva (Sintesi dei dati), posta nelle pagine conclusive del presente Bilancio di Sostenibilità, è parte integrante dello stesso e riconduce i temi trattati nel testo agli specifici indicatori di performance.

Il Report di sostenibilità svolge la funzione di Relazione annuale, richiesta come allegato dalla L.208/2015 - commi da 375 a 384, per le Società Benefit del Gruppo. Le Società Benefit: Compagnia dei Caraibi S.p.A. SB, Compagnia dei Caraibi Inc SB, Refined Brands S.r.l. SB, Have Fun S.a.r.l. SB, Wereticsoul S.r.l. SB, Ribelli Digitali S.r.l. SB, tramite il presente documento relazionano sul perseguimento del beneficio comune. Per questo motivo il Report di sostenibilità include:

La descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e

delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato

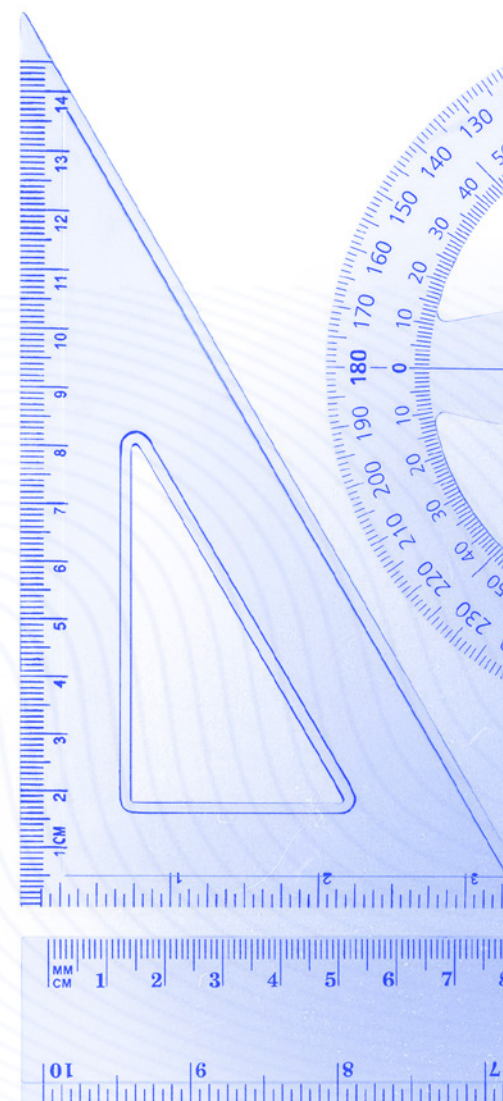
La valutazione dell'impatto generato utilizzando il GRI come standard di valutazione esterno, che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 della legge L.208/2015.

Una sezione dedicata ai nuovi obiettivi che il Gruppo intende perseguire nell'esercizio successivo.

La definizione dell'indice dei contenuti si è basata su informazioni qualitative e quantitative coerenti con l'utilizzo di indicatori GRI di natura economica, ambientale e sociale e coerentemente con quanto richiesto dalla nuova CSRD europea.

La **Carbon Footprint Organizzativa** è valutata in accordo alla Norma tecnica nazionale UNI EN ISO 14064, che adotta lo standard internazionale ISO 14064.

Eventuali domande di chiarimento o feedback riguardanti il bilancio di sostenibilità possono essere presentati contattando il Gruppo all'indirizzo mail esg@compagniadecaraibi.com





14/14
APPENDICE

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
AMBIENTE

CONSUMI DI GAS METANO	Metri Cubi
Compagnia dei Caraibi SpA - Colletterto	9.815
Weretisoul Verbania*	49
Wereticsoul magazzino Right Beer**	221
Totale	10.085

*relativo ai mesi di novembre e dicembre
** relativo ai mesi da settembre a dicembre

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA	Kwh
Compagnia dei Caraibi SpA - Colletterto	30.477
Compagnia dei Caraibi SpA - Corso Vittorio Emanuele	2.983
Compagnia dei Caraibi SpA - Via Bologna	1.900
Totale Compagnia dei Caraibi SpA	35.360
Wereticsoul – Galleria Subalpina	10.253
Wereticsoul Verbania*	18.302
Wereticsoul magazzino Right Beer**	2.957
Totale Wereticsoul	31.512
Have Fun***	1.145
Totale gruppo	67.886

*relativo ai mesi da settembre a dicembre
** relativo ai mesi da giugno a dicembre
*** relativo ai mesi da agosto a dicembre

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
PRODUZIONE RIFIUTI

CDC SPA	Unità di misura	Totale	Pericolosi	Non Pericolosi	% di smaltimenwto sul totale
Rifiuti generati	Kg	5000	0	5000	0
Recuperati	Kg	5000	0	5000	0

HAVE FUN	
Vinacce di risulta dalle uve	4.130 kg
Fecce di risulta dalle uve	980 litri



14/01
RIEPILOGO DEI DATI
MATERIALI UTILIZZATI

MATERIALI	CdC SPA	Refined Brands	CdC US	CdC Spagna	CdC Germania	Wereticsoul
Vetro	1.890.504,7	150.300,4	32.280,4	6.957,24	2.070,35	12.479,47
Carta e Cartone	182.604,4	15.952,4	3.689	974,00	289,00	2.953,05
Legno (Pallet)	136.603	11.470	2.423	622,00	190,00	4.965,00

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
PERSONE

N° dipendenti per fascia di età

CDC SPA

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	8	6	11
>30 < 50	29	24	53
> 50	4	4	8
TOT	41	34	75

CDC USA

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	0	0	0
<30 < 50	0	2	2
> 50	0	0	0
TOT	0	2	2

CDC SPAGNA

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	0	0	0
<30 < 50	2	0	2
> 50	0	0	0
TOT	2	0	2

CDC GERMANIA

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	0	0	0
<30 < 50	0	1	1
> 50	0	0	0
TOT	0	1	1

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
PERSONE

N° dipendenti per fascia di età

WERETICSOUL SRL

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	2	2	4
<30 < 50	6	6	12
> 50	0	0	0
TOT	8	8	16

RIBELLI DIGITALI

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	1	2	3
<30 < 50	3	9	12
> 50	1	0	1
TOT	5	11	16

THINKING HAT

2023			
ANNI	UOMINI	DONNE	TOT
<30	0	2	2
<30 < 50	0	0	0
> 50	0	0	0
TOT	0	1	1

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
PERSONE

Percentuali
di dipendenti
per tipologia
di contratto

CDC ITALIA	2023	
	UOMINI	DONNE
Tempo indeterminato	100%	91%
Tempo determinato	0%	9%
Full-time	100%	100%
Part-time	-	-

CDC USA		
Tempo indeterminato	-	100%
Tempo determinato	-	-
Full-time	-	100%
Part-time	-	-

CDC SPAGNA		
Tempo indeterminato	100%	-
Tempo determinato	-	-
Full-time	100%	-
Part-time	-	-

CDC GERMANIA		
Tempo indeterminato	-	100%
Tempo determinato	-	-
Full-time	-	100%
Part-time	-	-

WERETICSOUL SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Tempo indeterminato	25%	62,5%
Tempo determinato	75%	37,50%
Full-time	75%	87,5%
Part-time	25%	12,5%

RIBELLI DIGITALI SRL		
Tempo indeterminato	80%	81,8%
Tempo determinato	20%	18,2%
Full-time	100%	100%
Part-time	-	-

THINKINGHAT		
Tempo indeterminato	-	100%
Tempo determinato	-	-
Full-time	-	100%
Part-time	-	-

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
PERSONE

Percentuali
di dipendenti
per livello di
inquadramento

COMPAGNIA DEI CARAIBI SPA	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	10%	14,7%
1°	7,5%	5,9%
2°	20%	2,9%
3°	20%	32,4%
4°	35%	20,6%
5°	0%	20,6%
6°	7,5%	2,9%

RIBELLI DIGITALI SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	0%	0%
1°	40%	9,1%
2°	40%	36,3%
3°	0%	27,3%
4°	0%	9,1%
5°	20%	18,2%
6°	0%	0%

WERETICSOUL SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	0%	12,5%
1°	0%	12,5%
2°	0%	0%
3°	50%	25%
4°	25%	12,50%
5°	25%	37,5%
6°	0%	0%

THINKING HAT SRL	2023	
	UOMINI	DONNE
Quadro	0%	0%
1°	0%	0%
2°	0%	0%
3°	0%	50%
4°	0%	0%
5°	0%	50%
6°	0%	0%

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
PERSONE

Percentuali
di dipendenti
per fascia di
età e livello di
inquadramento

COMPAGNIA DEI CARAIBI SPA	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	1,4%	9,5%	1,4%
1°	1,4%	1,4%	4,0%
2°	-	12,2%	-
3°	5,4%	17,6%	2,7%
4°	4,1%	21,6%	2,7%
5°	1,4%	8,1%	-
6°	5,4%	-	-

RIBELLI DIGITALI SRL	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	-	-	-
1°	-	18,8%	-
2°	-	31,3%	6,3%
3°	-	18,8%	-
4°	-	6,3%	-
5°	18,8%	-	-
6°	-	-	-

WERETICSOUL SRL	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	-	6,3%	-
1°	-	6,3%	-
2°	-	-	-
3°	-	37,5%	-
4°	12,5%	6,3%	-
5°	12,5%	18,8%	-
6°	-	-	-

THINKINGHAT SRL	2023		
	<30	30 - 50	> 50
Quadro	-	-	-
1°	-	-	-
2°	-	-	-
3°	50%	-	-
4°	-	-	-
5°	50%	-	-
6°	-	-	-

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
TASSO DI TURNOVER

TASSO DI TURNOVER COMPLESSIVO 2023		
COMPAGNIA DEI CARAIBI SPA	WERETICSOUL	RIBELLI DIGITALI
27,8%	51,8%	54,5%

TASSO DI TURNOVER NEGATIVO 2023		
COMPAGNIA DEI CARAIBI SPA	WERETICSOUL	RIBELLI DIGITALI
7,2%	9%	0



14/01
RIEPILOGO DEI DATI
ORE DI FORMAZIONE

ORE DI FORMAZIONE 2023 NELLE AZIENDE DEL GRUPPO.

	CDC ITALIA		WERETICSOWL		RIBELLI DIGITALI		THINKING HAT	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
Sicurezza	270	376	112	52	80	58	8	-
Formazione tecnica	566	936	-	-	-	-	-	-
Inclusione	33	36	6	9	24	6	-	-
ESG	24	24	6	-	30	12	3	-
TOTALE ORE	893	1372	124	61	134	76	11	-
Ore medie per dipendente donna e uomo	26,3	33,5	11,3	12,2	16,8	9,5	5,5	-

14/01
RIEPILOGO DEI DATI
SALUTE E SICUREZZA

INFORTUNI NEL GRUPPO	Gruppo Compagnia dei Caraibi
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	0
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi)	0
Tasso di infortuni gravi sul lavoro registrabili	0

MALATTIE PROFESSIONALI NEL GRUPPO	Gruppo Compagnia dei Caraibi
Numero totale di casi di malattia professionale registrabili	0
Di cui casi di decessi causati da malattie professionali	0

14/02

OBIETTIVI FUTURI

Nella seguente tabella vengono raggruppati, suddivisi per pilastro considerato, i diversi obiettivi che le diverse aziende del Gruppo intendono perseguire.

PILASTRO	OBIETTIVO	CDC ITALIA	CDC INC US	CDC GERMANY	CDC SPAIN	WERETICSOUL	THINKING HAT	RIBELLI DIGITALI	REFINED BRANDS	HAVE FUN
TUTELA DELL'AMBIENTE	Completamento nel 2024 dela revisione della policy sulle trasferte con l'inserimento di parametri di sostenibilità	X								
	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale.	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività.	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire.	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Per il 2024 ulteriore supporto economico al progetto Forestale locale con il Consorzio Forestale del Canavese	X								

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ESR

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/02

OBIETTIVI FUTURI

PILASTRO	OBIETTIVO	CDC ITALIA	CDC INC US	CDC GERMANY	CDC SPAIN	WERETICSOUL	THINKING HAT	RIBELLI DIGITALI	REFINED BRANDS	HAVE FUN
PERSONE	Adozione dal 2024 del metodo NPS di valutazione della soddisfazione dei clienti per Ribelli Digitali.							X		
	Completamento della procedura di onboarding del personale comprensiva di app dedicata entro il 2025	X				X		X		
	Introduzione di un sistema di Gestione conforme alla norma UNI/PdR 125: 2022 entro il 2025.	X				X		X		
	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Continuare per il 2024 il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale	X								
	Estendere il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale definito in Compagnia dei Caraibi S.p.A. a Ribelli Digitali e Wereticsoul.					X		X		
	Definizione di modalità di congedo paternità superiori a quelle richieste dalla normativa entro il 2024					X		X		
	Per il 2024 e 2025: creazione e messa a regime di un sistema di performance management	X				X	X	X		
	Ottimizzazione del questionario di autovalutazione ESG e somministrazione ai fornitori che costituiscono l'80% degli acquisti di prodotti	X	X		X	X				X
	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire.	X	X	X	X	X	X	X	X	X

14/02

OBIETTIVI FUTURI

PILASTRO	OBIETTIVO	CDC ITALIA	CDC INC US	CDC GERMANY	CDC SPAIN	WERETICSOUL	THINKING HAT	RIBELLI DIGITALI	REFINED BRANDS	HAVE FUN
INCLUSIONE, SOCIAL & GENDER EQUALITY	Per il 2024 ulteriore supporto economico al progetto To Housing dell'Associazione Quore	X								
	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Rendere le etichette dei prodotti a marchio fruibili per gli ipovedenti man mano che vengono aggiornati i prodotti								X	
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico)	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Obiettivo per il 2024: proseguire ed evolvere i progetti editoriali di Around the Blog e Tales from the Box, tenendo come focus l'accrescimento culturale del lettore	X								

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

Le Società Benefit: Compagnia dei Caraibi S.p.A. SB, Compagnia dei Caraibi Inc SB, Refined Brands S.r.l. SB, Have Fun S.a.r.l. SB, Wereticsoul S.r.l. SB, Ribelli Digitali S.r.l. SB, tramite il presente documento relazionano sul perseguimento del beneficio comune. Per questo motivo il Report di sostenibilità include:

- **La descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni** attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune e delle eventuali circostanze che lo hanno impedito o rallentato
- **La valutazione dell'impatto generato utilizzando il GRI** come standard di valutazione esterno, che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 della legge L.208/2015.
- **Una sezione dedicata ai nuovi obiettivi** che il Gruppo intende perseguire nell'esercizio successivo.

Le Società Benefit sono previste nella LEGGE 28 dicembre 2015, n. 208 **“Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2016)”** (GU n.302 del 30-12-2015 – Suppl. Ordinario n. 70), entrata in vigore l'1 gennaio 2016.

Il presente documento ha valore di **Dichiarazione Non Finanziaria a carattere volontario per le Società Benefit del Gruppo**, sulla base di quanto indicato dal D. Lgs. 254/2016, includendo anche la Relazione di Impatto, prevista sulla base della legge 28 dicembre 2015, n. 208.

- La presente sezione è quindi finalizzata ad approfondire:
- **la valutazione dell'impatto generato dalle Società Benefit attraverso il B-Impact Assessment** – di seguito BIA, strumento di gestione on-line e gratuito (<https://bimpactassessment.net/>) che aiuta a trasformare l'idea di gestire

l'impresa come una forza positiva in una serie di azioni concrete, misurabili e realizzabili. Permette di misurare le performance sociali e ambientali su una scala da 0 a 200. È il punto di partenza obbligato per ottenere la certificazione B-Corp da parte dell'ente non profit B-Lab, con un minimo punteggio di 80 punti, ma è anche uno strumento di miglioramento continuo per l'attuazione delle buone pratiche all'interno dell'organizzazione.

- **la descrizione delle modalità per il perseguimento dei benefici specifici indicati in statuto**, attuate nel corso dell'esercizio 2023, inclusive delle eventuali circostanze che ne hanno impedito o rallentato l'attuazione;
- **nuovi obiettivi** che le società intendono perseguire per l'esercizio 2024 rispetto alle finalità indicate in statuto.

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETA' BENEFIT

Le Società Benefit del Gruppo vengono amministrate in modo da bilanciare l'interesse dei soci, il perseguimento delle finalità di beneficio comune e gli interessi di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse, operando in modo responsabile, sostenibile e trasparente, conformemente a quanto previsto dallo statuto.

Come precisato nella nota metodologica, il Report di Sostenibilità svolge la funzione di Relazione annuale, richiesta come allegato dalla L.208/2015 - commi da 375 a 384, per le Società Benefit del Gruppo Compagnia dei Caraibi.

Vengono di seguito fornite le matrici che relazionano sul perseguimento del beneficio comune e riguardanti le diverse aree di impatto, secondo i pilastri definiti negli statuti aziendali.

AMBIENTE	CULTURA	PERSONE	SOCIAL & GENDER EQUALITY
Tutela dell'ambiente	Promozione, sviluppo e sostegno ad attività culturali	Realizzazione di un ambiente di lavoro che dia benessere	Promozione di una cultura laica della Social Equality

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

COMPAGNIA DEI CARAIBI S.p.A.

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 1. Governo d'impresa Obiettivo: valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società		
GOVERNANCE	Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2023 di Gruppo, avente ruolo di relazione di Impatto della società Benefit	137
AREA 2. Lavoratori Obiettivo: valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro		
PERSONE	Introduzione dell'Engagement Survey, un nuovo approfondito metodo di valutazione del clima e del coinvolgimento interno, sviluppato in collaborazione con la società Methodos.	99
PERSONE	27,8% Tasso di turnover complessivo 2023 7,2% Tasso di turnover negativo 2023	105
PERSONE	30,2 ore medie per dipendente di formazione	110
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Nel corso del 2023, Compagnia dei Caraibi ha organizzato tre corsi di formazione dedicati all'inclusione e alla parità di genere. Il corso dal titolo "Identità LGBTI+: conoscere, comunicare, accogliere", si è svolto in tre momenti dell'anno ed è stato rivolto a tutti i dipendenti dell'azienda, coinvolgendo principalmente i nuovi ingressi	111
SOCIAL & GENDER EQUALITY	La percentuale di presenza femminile in Compagnia dei Caraibi S.p.A. è salita dal 42% del 31/12/2022 al 45% del 31/12/2023	112

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023

AREA 3. Altri portatori di interesse

Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura

CULTURA	Nel 2023 è stato rinnovato il supporto Lovers Film Festival(18/04/2023 -23/04/2023), rassegna cinematografica che, fin dalla nascita, si è posta l'obiettivo di esplorare le tematicheLGBTQI della giovane cinematografia indipendente e le forme innovative, periferiche sperimentali del cinema internazionale	122
CULTURA	Ad agosto 2023 Compagnia dei Caraibi S.p.A.è stata per la seconda volta sponsor del festival musicale Todays, la kermesse torinese che dal 25 al 27 agosto 2023 ha trasformato il capoluogo piemontese nel cuore dell'avanguardia musicale e artistica internazionale, animando Spazio 211	122
CULTURA	Partecipazione a diversi momenti di TODAYS, che hanno compreso la promozione artistica, la sensibilizzazione al consumo responsabile e l'interazione giocosa con il pubblico. Nelle giornate del festival lo spazio di Compagnia dei Caraibi è stato animato dalla live performance di tre illustratori torinesi, chiamati a interpretare i valori disostenibilitàambientale, social & gender equality e cultura, tre dei quattro pilastri dello statuto aziendale. Inoltre, a conferma dell'impegno verso il bere responsabile, è stata rinnovata la proposta dedicata al consumo consapevole: ogni sera, a partire dalle 22:00, è stato possibile ritirare gratuitamente un etilometro	122
CULTURA	L'azienda domenica 27 agosto è stata protagonista di un talk presso il Mercato Centrale della città di Torino dal titolo "2013. Il primo anno del futuro",un'occasione unica per raccontare come una cultura del bere consapevole e responsabile possa legarsi allepotenzialitàdello streaming, con la sfida di un ascolto consapevole	122
CULTURA	Nel 2023 è stato anche rinnovato il sostegno come main partner a Paratissima, la kermesse dedicata all'arte, che dall'1 al 5 novembre ha animato la Cavallerizza Reale di Torino(Via Giuseppe Verdi, 9) con mostre,gallerie, live performance, talk e laboratori	123
CULTURA	Nel 2023 Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha sostenuto Polimorfa, una rassegna di arti performative che mette al centro la scena sperimentale di teatro, danza, musica e circo contemporanei, dando spazio ad artisti internazionali, nazionali e locali a generi vari e ibridati. La rassegna sostiene l'inclusione, l'interculturalità,l'ecologia e la partecipazione attiva degli abitanti della Valchiussella, luogo nel quale la rassegna si colloca come unica occasione strutturata e professionale di fruizione di spettacolo dal vivo	123

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 3. Altri portatori di interesse Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura		
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Nel 2023, per il secondo anno consecutivo, Compagnia dei Caraibi S.p.A.si è impegnata a supportare un progetto dell'Associazione Quore,TO HOUSING. Si tratta di un co-housing sociale a Torino che accoglie persone LGBTQI in difficoltà e in condizioni di vulnerabilità.Il progetto nasce per rispondere all'emergenza abitativa e per attivare, a partire da un bisogno primario e fondamentale come la casa, percorsi di reinserimento sociale. Vengono accolti giovani allontanati dalle famiglie di origine a causa dell'orientamento sessuale, migranti e rifugiati, anzianiLGBTQI in condizione di solitudine o povertà, persone transessuali etransgender	125
AMBIENTE	Tramite l'acquisto dei crediti di carbonio,nel 2023 Compagnia dei Caraibi S.p.A.ha permesso impatti sociali positivi con il progetto sostenuto. In particolare il"Katingan Peatland Restoration and Conservation Project", in Indonesia,oltre ai benefici ambientali descritti al paragrafo 7.1. persegue ulteriori benefici a favore delle comunità del posto:- creazione di posti di lavoro, in gran parte per persone native della regione- attivazione di microcrediti per attività sostenibili (allevamento,agroforestazione, ecoturismo)- rafforzamento della comunità aumentando la capacità di far fronte a rischi socio-ecologici	126
AMBIENTE	Nel corso del 2023 è entrato in fase operativa il piano di lavoro con il Consorzio Forestale del Canavese e Rete Clima, per l'attivazione di cure colturali su un ettaro di bosco e supporto alla certificazione forestale	126
PERSONE	Compagnia dei Caraibi S.p.A. ha promosso nel corso del 2023 degli incontri per la sensibilizzazione dei dipendenti verso la donazione di sangue e di organi, in collaborazione con la delegazione AIDO e AVIS locale	127

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 4. Ambiente		
Obiettivo: valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita.		
AMBIENTE	9.815 Metri cubi di gas metano consumati da Compagnia dei Caraibi S.p.A. nel 2023	75
AMBIENTE	35.360 kWh di energia consumata da Compagnia dei Caraibi S.p.A. nel 2023	76
AMBIENTE	1.292,6 tCO2e totali Calcolo Carbon Footprint	82
AMBIENTE	Compensazione delle emissioni del 2022, tramite l'acquisto di crediti di carbonio. In particolare sono stati acquistati di crediti equivalenti 1313 tCO2e, derivanti da un progetto forestale in Indonesia.	84
AMBIENTE	5 metri cubi di rifiuti di carta e cartone, derivanti dalle attività del magazzino, nella sede di Colletterto Giacosa	87
AMBIENTE	530 metri cubi di acqua utilizzati nella sede di Colletterto Giacosa	89
AMBIENTE	Dal 2021 è in contatto con il Consorzio Forestale del Canavese, in Valchiussella, sua area di origine, per impostare un progetto di supporto e collaborazione, che si è perfezionato con un primo contributo erogato nel 2023. Con il contributo di Compagnia dei Caraibi SpA sono stati pagati i costi del rinnovo della certificazione PEFC per la gestione forestale sostenibile del Consorzio Forestale del Canavese Per l'anno 2022, avvenuto in occasione della visita ispettiva di dicembre 2021. Con il rinnovo è stata ampliata la superficie boscata certificata per la gestione forestale sostenibile di circa cinque volte.	92-93
AMBIENTE	Dal punto di vista internazionale, con l'acquisto di crediti di carbonio, Compagnia dei Caraibi S.p.A. sostiene progetti ambientali. Nel 2021 e 2022 sono stati sostenuti progetti situati nella foresta amazzonica, mentre nel 2023 è stato selezionato un Progetto forestale in Indonesia, il «Katingan Peatland Restoration and Conservation Project».	92-93

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE

AMBIENTE	Completamento nel 2024 della revisione della policy sulle trasferte con l’inserimento di parametri di sostenibilità
AMBIENTE	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall’innovazione digitale
AMBIENTE	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all’acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività
AMBIENTE	Migliorare progressivamente l’analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
AMBIENTE	Per il 2024 ulteriore supporto economico al progetto Forestale locale con il Consorzio Forestale del Canavese
PERSONE	Completamento della procedura di onboarding del personale comprensiva di app dedicata entro il 2025
PERSONE	Introduzione di un sistema di Gestione conforme alla norma UNI/PdR 125: 2022 entro il 2025
PERSONE	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo
PERSONE	Continuare per il 2024 il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale
PERSONE	Per il 2024 e 2025: creazione e messa a regime di un sistema di performance management
PERSONE	Ottimizzazione del questionario di autovalutazione ESG e somministrazione ai fornitori che costituiscono l’80% degli acquisti di prodotti
PERSONE	Migliorare progressivamente l’analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Per il 2024 ulteriore supporto economico al progetto To Housing dell’Associazione Quore
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all’interno (propri dipendenti) e all’esterno (clienti e pubblico)
CULTURA	Obiettivo per il 2024: proseguire ed evolvere i progetti editoriali di Around the Blog e Tales from the Box, tenendo come focus l’accrescimento culturale del lettore

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETA' BENEFIT

RIBELLI DIGITALI S.r.l.

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 1. Governo d'impresa		
Obiettivo: valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società		
GOVERNANCE	Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2023 di Gruppo, avente ruolo di relazione di Impatto della società Benefit	137
AREA 2. Lavoratori		
Obiettivo: valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro		
PERSONE	54,5% Tasso di turnover complessivo 2023 0 Tasso di turnover negativo 2023	105
PERSONE	13,1 ore medie per dipendente di formazione	110
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Presenza femminile del 69%	112
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Nel corso del 2023 Ribelli Digitali ha organizzato alcuni incontri con persone non vedenti, durante i quali tutti i partecipanti sono stati bendati per sperimentare momentaneamente la vita senza la vista. Questa esperienza ha aumentato la consapevolezza e l'importanza della progettazione inclusiva e accessibile nelle attività dell'agenzia	127
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Ribelli ha creato la unit di sostenibilità "Fennec", dedicata alla promozione di temi etici quali la sostenibilità ambientale, l'inclusione e l'accessibilità. Questo gruppo specializzato si impegna attivamente a integrare tali tematiche nella strategia aziendale.	127
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Per promuovere una cultura aziendale sempre più inclusiva, sono stati organizzati una serie di incontri interni con la unit Fennec. Queste sessioni hanno sensibilizzato dipendenti e collaboratori sull'importanza di adottare una prospettiva aperta e inclusiva nel lavoro quotidiano, nell'ottica di una comunicazione più efficace e rispettosa delle diversità	127

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 3. Altri portatori di interesse Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura		
CULTURA	Ribelli Digitali durante la manifestazione Graphics Days, tenutasi a Torino nel mese di maggio, ha aperto le porte dell'agenzia alla comunità, offrendo un'opportunità unica di ammirare opere d'arte create internamente. Questo non solo ha dato visibilità al talento creativo della squadra, ma ha anche sottolineato l'impegno per valorizzare la diversità attraverso l'arte	124
AREA 4. Ambiente Obiettivo: valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita		
AMBIENTE	18,5 tCO2e totali Calcolo Carbon Footprint	82

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE

AMBIENTE	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale
AMBIENTE	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività
AMBIENTE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
PERSONE	Adozione dal 2024 del metodo NPS di valutazione della soddisfazione dei clienti
PERSONE	Completamento della procedura di onboarding del personale comprensiva di app dedicata entro il 2025
PERSONE	Introduzione di un sistema di Gestione conforme alla norma UNI/PdR 125: 2022 entro il 2025
PERSONE	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo
PERSONE	Estendere il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale definito in Compagnia dei Caraibi S.p.A. a Ribelli Digitali
PERSONE	Definizione di modalità di congedo paternità superiori a quelle richieste dalla normativa entro il 2024
PERSONE	Per il 2024 e 2025: creazione e messa a regime di un sistema di performance management
PERSONE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico)

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

WERETICSOUL S.r.l.

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 1. Governo d'impresa Obiettivo: valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società		
GOVERNANCE	Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2023 di Gruppo, avente ruolo di relazione di Impatto della società Benefit	137
AREA 2. Lavoratori Obiettivo: valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro		
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Presenza femminile del 50%	112
PERSONE	11,6 ore medie per dipendente di formazione	110
PERSONE	51,8% Tasso di turnover complessivo 2023 9% Tasso di turnover negativo 2023	105
AREA 3. Altri portatori di interesse Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura		
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Accessibilità del menù per la comunità non vedente. Nell'ottica di includere e coinvolgere anche la comunità di non vedenti, Werethicsoul alla fine del 2023 ha lavorato predisponendo per il proprio locale di Verbania un QR code in braille, che permette di avere accesso alla lettura dell'intero menù, tramite l'utilizzo di un'apposita applicazione	127

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
----------	-------------------------	---

AREA 4. Ambiente

Obiettivo: valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita

AMBIENTE	29,7 tCO2e totali Calcolo Carbon Footprint	82
AMBIENTE	270 metri cubi di gas metano consumati da Wereticsoul nel 2023	75
AMBIENTE	31.512 kWh di energia consumata da Wereticsoul nel 2023	76
AMBIENTE	686 metri cubi di acqua utilizzati nel locale di Verbania	89

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE

AMBIENTE	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale
AMBIENTE	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività
AMBIENTE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
PERSONE	Completamento della procedura di onboarding del personale comprensiva di app dedicata entro il 2025
PERSONE	Introduzione di un sistema di Gestione conforme alla norma UNI/PdR 125: 2022 entro il 2025
PERSONE	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo
PERSONE	Estendere il piano strategico per il supporto e lo sviluppo del personale definito in Compagnia dei Caraibi S.p.A.
PERSONE	Definizione di modalità di congedo paternità superiori a quelle richieste dalla normativa entro il 2024
PERSONE	Per il 2024 e 2025: creazione e messa a regime di un sistema di performance management
PERSONE	Ottimizzazione del questionario di autovalutazione ESG e somministrazione ai fornitori che costituiscono l'80% degli acquisti di prodotti
PERSONE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico)

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

REFINED BRANDS S.r.l.

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 1. Governo d'impresa Obiettivo: valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società		
GOVERNANCE	Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2023 di Gruppo, avente ruolo di relazione di Impatto della società Benefit	137
AREA 2. Lavoratori Obiettivo: valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro		
	REFINED BRANDS NON HA DIPENDENTI	
AREA 3. Altri portatori di interesse Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura		
	-	

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 4. Ambiente Obiettivo: valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita		
AMBIENTE	303,9 tCO2e totali Calcolo Carbon Footprint	82
AMBIENTE	Nel corso del 2023 sono stati utilizzati: - 150.300 kg di vetro - 15.952 kg di cartone - 11.470 kg di legno (pallet) - 1.566 kg di legno (tappi) - 225 kg di alluminio (tappi) - 203 kg di plastica (tappi) - 523 kg di carta (etichette) - 173 kg di plastica (etichette) - 254 kg di plastica (capsule) - 412 kg di alluminio (lattine)	97
AMBIENTE	All'inizio del 2023 è stato realizzato in collaborazione con un'azienda collegata alla scuola S. Anna di Pisa uno strumento che consente di condurre il Life Cycle Assessment dei prodotti, con focus particolare sugli imballi. Questo strumento viene utilizzato in fase redesign dei prodotti a marchio e consente di comparare soluzioni diverse, identificando la versione più sostenibile con riferimento alle diverse fasi del ciclo di vita e a molti parametri ambientali	95-96

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE

AMBIENTE	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale
AMBIENTE	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività
AMBIENTE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
PERSONE	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo
PERSONE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Rendere le etichette dei prodotti a marchio fruibili per gli ipovedenti man mano che vengono aggiornati i prodotti
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico)

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ESR

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

HAVE FUN S.a.r.l.

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 1. Governo d'impresa Obiettivo: valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società		
GOVERNANCE	Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2023 di Gruppo, avente ruolo di relazione di Impatto della società Benefit	137
AREA 2. Lavoratori Obiettivo: valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro		
	HAVE FUN NON HA DIPENDENTI	
AREA 3. Altri portatori di interesse Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura		
	-	
AREA 4. Ambiente Obiettivo: valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita		
AMBIENTE	2,74 tCO2e totali Calcolo Carbon Footprint	82
AMBIENTE	4.130 kg di Vinacce di risulta dalle uve nel 2023 980 litri di fecce di risulta dalle uve nel 2023	87

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE

AMBIENTE	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale
AMBIENTE	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività
AMBIENTE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
PERSONE	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo
PERSONE	Ottimizzazione del questionario di autovalutazione ESG e somministrazione ai fornitori che costituiscono l'80% degli acquisti di prodotti
PERSONE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico)

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ERS

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

COMPAGNIA DEI CARAIBI Inc.

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)		
PILASTRO	RISULTATO E DESCRIZIONE	PAGINA DEL REPORT DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO 2023
AREA 1. Governo d'impresa Obiettivo: valutare il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione allo scopo della società, al livello di coinvolgimento dei portatori d'interesse, e al grado di trasparenza delle politiche e delle pratiche adottate dalla società		
GOVERNANCE	Pubblicazione del Report di Sostenibilità 2023 di Gruppo, avente ruolo di relazione di Impatto della società Benefit	137
AREA 2. Lavoratori Obiettivo: valutare le relazioni con i dipendenti e i collaboratori in termini di retribuzioni e benefit, formazione e opportunità di crescita personale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità e sicurezza del lavoro		
	-	
AREA 3. Altri portatori di interesse Obiettivo: valutare le relazioni della società con i propri fornitori, con il territorio e le comunità locali in cui opera, le azioni di volontariato, le donazioni, le attività culturali e sociali, e ogni azione di supporto allo sviluppo locale e della propria catena di fornitura		
CULTURA	A dicembre 2023 Compagnia dei Caraibi USA ha partecipato in qualità di sponsor a Pinta Miami, una fiera d'arte internazionale focalizzata sull'arte iberoamericana moderna e contemporanea	124
AREA 4. Ambiente Obiettivo: valutare gli impatti della società, con una prospettiva di ciclo di vita dei prodotti e dei servizi, in termini di utilizzo di risorse, energia, materie prime, processi produttivi, processi logistici e di distribuzione, uso e consumo e fine vita		
AMBIENTE	23,8 tCO2e totali Calcolo Carbon Footprint	82

14/03

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT

MATRICE DI RACCORDO SOCIETÀ BENEFIT (L. 28-12-2015 N.208, COMMI 376-384)

OBIETTIVI CHE LA SOCIETÀ INTENDE PERSEGUIRE

AMBIENTE	Sottoporre, entro 2024-2025, i propri processi ad una valutazione di impatto sulle emissioni di gas climalteranti e impostare i processi stessi in modo da consentire la riduzione delle emissioni per unità di prodotto e di ricavi, con particolare riferimento alla logistica (merci e persone), alle sedi e alle opportunità offerte dall'innovazione digitale
AMBIENTE	Dal 2024 azioni a favore della salvaguardia di habitat e biodiversità, grazie all'acquisto di crediti carbonici, saranno sostenute da tutte le aziende del Gruppo, in quanto Compagnia dei Caraibi intende compensare con crediti di carbonio tutte le emissioni rendicontate delle proprie attività
AMBIENTE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
PERSONE	Estendere formalmente i principi del codice etico di Compagnia dei Caraibi S.p.A. a tutte le aziende del Gruppo
PERSONE	Ottimizzazione del questionario di autovalutazione ESG e somministrazione ai fornitori che costituiscono l'80% degli acquisti di prodotti
PERSONE	Migliorare progressivamente l'analisi e conoscenza dei propri fornitori, in modo da monitorare e individuare eventuali criticità su cui poter intervenire
SOCIAL & GENDER EQUALITY	Settaggio dei siti per renderli inclusivi nei confronti delle disabilità
CULTURA	Rafforzare il messaggio sul bere responsabilmente all'interno (propri dipendenti) e all'esterno (clienti e pubblico)

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ERS

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

Compagnia dei Caraibi ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI ed ESRS per il periodo dal 1 gennaio 2023 al 31 dicembre 2023 con riferimento agli Standard GRI ed ESRS.

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	GRI 1 Principi fondamentali 2021		
ESRS 1 Prescrizioni generali		Nota metodologica	136-137
	GRI 2 Informativa Generale 2021		
ESRS 2 Informazioni generali	Informativa 2-1 Dettagli organizzativi	La Governance del Gruppo	8
		Plants and Warehouse	19-22
	Informativa 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Le Aziende	13-18
		Nota metodologica	136-137
	Informativa 2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	136-137
		Informativa 2-4 Revisione delle informazioni	n.a.
	Informativa 2-5 Assurance esterna	n.a.	

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
ESRS2- SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore	Informativa 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Le Aziende	13-18
		I processi di produzione	23-24
		I brand, prodotti e servizi	25-37
		Il mercato	33
ESRS S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Informativa 2-7 Dipendenti	I nostri numeri	101-102
		Riepilogo dei dati	142-144
ESRS S1-7 Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti dell'impresa	Informativa 2-8 Lavoratori non dipendenti	n.a.	
ESRS-2 GOV-1 - Il ruolo degli organi di amministrazione, gestione e vigilanza	Informativa 2-9 Struttura e composizione della governance	La Governance del Gruppo	7-10
	Informativa 2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	La Governance del Gruppo	9-10
	Informativa 2-11 Presidente del massimo organo di governo	La Governance del Gruppo	9

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
ESRS-2 GOV-1 - Il ruolo degli organi di amministrazione, gestione e vigilanza	Informativa 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	La Governance del Gruppo	9-10
ESRS-2 GOV-2 - Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate		La Governance di Sostenibilità	39
ESRS - 2 GOV-2 - Informazioni fornite agli organi di amministrazione, gestione e vigilanza dell'impresa e questioni di sostenibilità affrontate da questi ultimi	Informativa 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	La Governance del Gruppo	9-10
ESRS -2 GOV-5 Gestione del rischio e controlli interni oltre la rendicontazione di sostenibilità	Informativa 2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	La Governance di Sostenibilità	39
	Informativa 2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera della Governance	4-5
	Informativa 2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Etica e compliance	44

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ESRS

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
ESRS 2 - SBM-2 - Interessi e opinioni degli stakeholder	Informativa 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Gli stakeholder	36-37
S3-2 Processi per relazionarsi con le comunità interessate sugli impatti		Gli stakeholder	36-37
	GRI 3 Temi materiali 2021		
	Informativa 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	I temi materiali	47
ESRS 2- SBM-3 - Impatti materiali, rischi e opportunità e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Informativa 3-2 Elenco di temi materiali	I temi materiali	48-52
ESRS 2- IRO-1- Descrizione dei processi di identificazione e valutazione degli impatti materiali, dei rischi e delle opportunità rilevanti	Informativa 3-3 Gestione dei temi materiali	I temi materiali	47-52
		Rischi e modalità di gestione	58-72
ESRS 2 IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati all'inquinamento		Rischi e modalità di gestione	58-72
ESRS 2- Azioni MDR-A Azioni e risorse relative a questioni di sostenibilità rilevanti		Rischi e modalità di gestione	58-72
ESRS 2 - Politiche MDR-P Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità rilevanti		I temi materiali	47-52

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	GRI 201 Performance economica 2016		
	Informativa 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Il valore creato e distribuito	34-35
ESRS 2 - IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima	Informativa 201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Rischi e modalità di gestione	72
	GRI 205 Anticorruzione 2016		
ESRS 2 - G1 - 1 Cultura aziendale e politiche di condotta aziendale	Informativa 205-1 Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Rischi e modalità di gestione	69
	Informativa 205-2 Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione	Rischi e modalità di gestione	69
	Informativa 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	n.a.	

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	GRI 301 Materiali 2016		
E5-1 Politiche legate all'uso delle risorse e all'economia circolare		Risorse utilizzate ed economia circolare	97
E5-2 Azioni e risorse legate all'uso delle risorse e all'economia circolare	Informativa 301-1 Materiali utilizzati in base al peso o al volume	Risorse utilizzate ed economia circolare	97
E5-4 Flussi di risorse in entrata	Informativa 301-3 Prodotti recuperati e i relativi materiali di confezionamento	Risorse utilizzate ed economia circolare	97
	GRI 302 Energia 2016		
E1-5 Consumo di energia e mix energetico	Informativa 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	La gestione energetica	74-78
	Informativa 302-2 Consumo di energia esterno all'organizzazione	La gestione energetica	74-78
	GRI 303 Acqua ed effluenti 2018		
E2-4 Inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo		Consumo di acqua	89-90
E3-1 Politiche connesse alle acque e alle risorse marine	Informativa 303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Consumo di acqua	89-90
E3-4 Consumo idrico	Informativa 303-5 Consumo di acqua	Consumo di acqua	89-90

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	GRI 304 Biodiversità 2016		
E4-1 Piano di transizione e attenzione alla biodiversità e agli ecosistemi nella strategia e nel modello aziendale		Salvaguardia della biodiversità	92-93
E4-2 Politiche relative alla biodiversità e agli ecosistemi		Salvaguardia della biodiversità	92-93
E4-3 Azioni e risorse relative alla biodiversità e agli ecosistemi	Informativa 304-2 Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	Salvaguardia della biodiversità	92-93
E4-4 Obiettivi relativi alla biodiversità e agli ecosistemi		Obiettivi futuri	150
	GRI 305 Emissioni 2016		
E2-4 Inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo		Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83
E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici		Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83
E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi		Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
E1-3 Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici		Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83
		La gestione energetica	76
E1-4 Obiettivi relativi alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici		Obiettivi futuri	150
	Informativa 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83
	Informativa 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 2)	Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83
E1-6 Scopes 1, 2, 3 e emissioni GHG TOTALI	Informativa 305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	Approccio alla gestione dei cambiamenti climatici	81-83
E1-7 Assorbimenti di GHG e progetti di mitigazione delle emissioni di GHG finanziati con crediti di carbonio		Compensazione emissioni di gas serra	84
		Salvaguardia della biodiversità	92-93
		Attenzione alle comunità locali	126

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ESRS

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	GRI 306 Rifiuti 2020		
E2-1 Politiche relative all'inquinamento		Gestione dei rifiuti	87
E2-2 Azioni e risorse connesse all'inquinamento		Gestione dei rifiuti	87
E5-5 Flussi di risorse in uscita	Informativa 306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Gestione dei rifiuti	87
	Informativa 306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Gestione dei rifiuti	87
	Informativa 306-3 Rifiuti generati	Gestione dei rifiuti	87
		Riepilogo dei dati	140
	Informativa 306-4 Rifiuti non conferiti in discarica	Gestione dei rifiuti	87
		Riepilogo dei dati	140
	Informativa 306-5 Rifiuti conferiti in discarica	Gestione dei rifiuti	87
		Riepilogo dei dati	140

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	GRI 308 Valutazione ambientale dei fornitori 2016		
	Informativa 308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	L'approccio alla sostenibilità ambientale e sociale dei fornitori	118-120
	GRI 401 Occupazione 2016		
S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria		Pratiche e politiche sul luogo di lavoro	99-100
	Informativa 401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e turnover dei dipendenti	I nostri numeri	101
		I nostri numeri	105
S1-15 Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	Informativa 401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	Welfare aziendale	113-114
	GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018		
	Informativa 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro	116
	Informativa 403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro	116

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	Informativa 403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	116
	Informativa 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro	116
S1-14 Metriche di salute e sicurezza	Informativa 403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro	116
S1-14 Metriche di salute e sicurezza	Informativa 403-9 Infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro	116
		Riepilogo dei dati	149
S1-14 Metriche di salute e sicurezza	Informativa 403-10 Malattia professionale	Riepilogo dei dati	149
	GRI 405 Diversità e pari opportunità 2016		
S1-4 Adottare misure sugli impatti materiali sulla propria forza lavoro e approcci per mitigare i rischi materiali e perseguire opportunità materiali relative alla propria forza lavoro ed efficacia di tali azioni	Informativa 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	I nostri numeri	103-104
		Riepilogo dei dati	145-146

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa		I nostri numeri	102-104
		Riepilogo dei dati	145-146
S1-9 Metriche della diversità		Inclusione e diversità	111-112
		Riepilogo dei dati	145-146
	GRI 406 Non discriminazione		
	Informativa 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Inclusione e diversità	111
	GRI 413 Comunità locali		
S3-1 Politiche relative alle comunità interessate		Attività culturali	122-124
		Attenzione alle comunità locali	125-127
S3-2 Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti	Informativa 413-1 Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	Attività culturali	122-124
		Attenzione alle comunità locali	125-127

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
	Informativa 413-2 Operazioni con rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	Attività culturali	122-124
		Attenzione alle comunità locali	125-127
	GRI 414 Valutazione sociale dei fornitori 2016		
G1-2 Gestione dei rapporti con i fornitori	Informativa 414-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	L'approccio alla sostenibilità ambientale e sociale dei fornitori	118-120
S2-1 Politiche relative ai lavoratori della catena del valore			
S2-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti		Obiettivi futuri	151
	GRI 416 Salute e sicurezza dei clienti 2016		
S4-1 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali		Food safety e salute del consumatore	129
		Customer satisfaction	130-132

01. Riepilogo dei dati

02. Obiettivi futuri

03. Indice GRI

04. Indice ESRS

05. Matrice di raccordo Società Benefit

14/04

INDICE DEI CONTENUTI GRI ED ESRS

ESRS DISCLOSURE	GRI DISCLOSURE	PARAGRAFO	PAGINA
S4-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali attraverso i quali i consumatori e gli utenti finali possono esprimere preoccupazioni	Informativa 416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	Promozione del consumo consapevole	133-134
S4-4 Adottare azioni sugli impatti materiali sui consumatori e sugli utenti finali e approcci per mitigare i rischi materiali e perseguire opportunità materiali relative ai consumatori e agli utenti finali, ed efficacia di tali azioni		Food safety e salute del consumatore	129
		Customer satisfaction	130-132
	GRI 417 Marketing ed etichettatura 2016		
	Informativa 417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Food safety e salute del consumatore	129

