



Policy di Sostenibilità

Indice

1. STATEMENT INTRODUTTIVO	2
2. CAMBIO DI PARADIGMA.....	2
3. PERIMETRO DELLA POLICY	4
4. VISION E MISSION.....	4
5. LA CARTA DEI VALORI	5
6. IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ E LA GOVERNANCE	5
7. UN PRODOTTO SICURO E CERTIFICATO	6
8. L'ATTENZIONE PER LE PERSONE	7
9. LA COMUNITÀ AL CENTRO DELL'AGIRE.....	8
10. L'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE.....	9
11. APPROVAZIONE E APPLICAZIONE.....	10
12. COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE.....	10



1. STATEMENT INTRODUTTIVO

ABS FOOD nasce nel 1995 con l'obiettivo di selezionare, importare e distribuire nel mercato ingredienti alimentari per realtà industriali italiane ed europee. Negli anni ha consolidato collaborazioni con partner strategici che garantiscono la tracciabilità dei prodotti fin dall'origine. La sicurezza degli ingredienti, inoltre, è garantita da certificazioni riconosciute a livello internazionale. Fin dalla sua nascita, ABS FOOD ha scelto di ricercare materie prime di origine vegetale e non OGM, garantendo la naturalità e la genuinità dei prodotti. L'attenta selezione degli ingredienti incontra le sempre più esigenti richieste del consumatore finale, alla ricerca di prodotti sani e naturali. ABS FOOD analizza le necessità del cliente e lo accompagna nello sviluppo di nuovi progetti. L'azienda si avvale del proprio laboratorio interno e di laboratori esterni certificati per garantire la qualità e la sicurezza di ogni lotto. Grazie ad un ampio magazzino e alla logistica integrata, riesce a garantire un servizio affidabile e veloce nella movimentazione dei prodotti dall'origine fino al punto di arrivo.

La filosofia e la strategia di business aziendali sono in linea con le logiche di sostenibilità ambientale, sociale e di governance.

2. CAMBIO DI PARADIGMA

La policy di sostenibilità di ABS FOOD è il frutto di approfondite riflessioni sui valori che caratterizzano l'agire di un'azienda in uno scenario incerto, articolato e complesso come quello di oggi. Mutamenti climatici, tensioni sociali ed economiche, movimenti migratori, solo per citarne alcuni, sono tra i fenomeni più significativi con i quali un'azienda deve confrontarsi che vanno ad aggiungersi alle normali tensioni sulle tematiche più squisitamente economiche. Di fronte a ciò diviene necessario sollevare lo sguardo per ampliare l'orizzonte e scegliere di muoversi all'interno di scenari nuovi che consentano la generazione di valori che non siano solo economici. La sostenibilità è centrale in questo processo. Per questa ragione ABS FOOD si è mossa ad importanti riflessioni sulle tematiche della generazione di valore duraturo e condiviso con tutte le parti interessate, consapevole che la sostenibilità è in primis una scelta di campo strategica lungo tutta la filiera.

È grazie alle scelte compiute nel lavoro quotidiano, dal perseguire il miglioramento continuo, all'attenzione alle necessità del cliente, dall'investimento in innovazione, all'attenzione per le persone che collaborano con l'azienda, che ABS FOOD sceglie di essere sostenibile.

Una scelta compiuta tenendo in considerazione i più importanti framework di riferimento per la definizione di un percorso di sostenibilità. Oggi, infatti, appare evidente che l'unico modello economico possibile sia quello dello sviluppo sostenibile, teorizzato già nel 1987 nel Rapporto "Our Common Future" della UN World Commission on Environment and Development. È necessario approcciarsi al mercato tenendo in considerazione non solo gli aspetti economici, ma anche quelli sociali, etici, ambientali che l'azienda implementa lungo tutta la filiera del valore, anche alla luce del



Nuovo Green Deal Europeo che sfida tutta l'Europa sul tema della decarbonizzazione del nostro continente per una prima tappa al 2030 e una seconda al 2050.

Per questa ragione e consapevole del proprio modello di business, l'azienda tiene in forte considerazione:

- a. la gestione di tutti i profili di rischio che possono derivare dalle diverse attività dell'azienda;
- b. la sicurezza alimentare dei propri prodotti e quindi la sicurezza dei consumatori grazie all'adozione di standard internazionali che certificano il prodotto e i processi di produzione;
- c. l'attività di Ricerca e Sviluppo grazie alla quale riesce a innovare la proposta dei propri prodotti al mercato per soddisfare sempre al meglio i propri clienti;
- d. l'attenzione alle persone che lavorano in azienda e nelle filiali adottando un modello organizzativo unico nel mercato di riferimento.

Alla luce di questa consapevolezza aderisce ai principi del Global Compact delle Nazioni Unite sui Diritti Umani e promuove i 17 Obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite focalizzandosi in particolare su:

- **Obiettivo 2 – Sconfiggere la fame:** l'azienda fornisce alla Onlus Rise Against Hunger materia prima alimentare per realizzare migliaia di pasti pronti, sani ed equilibrati destinati all'alimentazione dei bambini e delle popolazioni in grave stato di emergenza.
- **Obiettivo 3 – Salute e benessere:** grazie all'attenzione costante per la sicurezza alimentare dei propri ingredienti e alla gestione della sicurezza in azienda secondo la compliance di legge.
- **Obiettivo 4 – Istruzione di qualità:** grazie ad un variegato piano formativo vengono rinnovate le competenze delle persone che collaborano per l'azienda.
- **Obiettivo 7 – Energia pulita ed accessibile:** l'azienda ha iniziato ad integrare l'energia elettrica con quella proveniente da fonte rinnovabile, grazie all'autoproduzione. Oggi la percentuale di energia autoprodotta è minoritaria, ma l'obiettivo futuro è quello di ampliare la percentuale e se possibile individuare un fornitore di energia elettrica con garanzia d'origine per la fornitura di energia da fonte rinnovabile.
- **Obiettivo 8 – Buona occupazione e crescita economica:** l'azienda in questi anni ha avuto tassi di crescita positivi e costanti nel mercato che hanno consentito di armonizzarne la crescita anche sotto il profilo delle risorse umane.
- **Obiettivo 9 – Innovazione ed infrastrutture:** grande attenzione è riservata agli investimenti in infrastrutture a supporto del modello di business. Nel biennio 2021-22 sono stati realizzati sia il laboratorio dedicato alla ricerca e allo sviluppo che un progetto di logistica avanzata che vedrà la conclusione nel 2023.
- **Obiettivo 15 – Vita sulla terra:** obiettivo in totale sintonia con la mission di ABS FOOD nel 2022 è stato avviato un progetto di riforestazione in Africa e Sud America e un piano di ripopolamento delle api in collaborazione con un'associazione del territorio e un apicoltore locale.



- **Obiettivo 16 – Pace, Giustizia e Istituzioni Forti:** l'azienda ha fatto propria una visione etica del proprio lavoro adottando un codice etico per tutti i propri collaboratori e un codice di condotta e di integrità di business per la gestione delle attività commerciali.
- **Obiettivo 17 – Partnership per obiettivi:** l'azienda ha aderito a diverse associazioni di categoria con lo scopo di condividere proposte e tendenze all'interno di network e gruppi di lavoro dal profilo innovativo e in grado di costruire nuovi progetti di appartenenza e di forte socialità.

Nell'ottica del miglioramento continuo ABS FOOD si impegna a confermare la Policy di Sostenibilità con cadenza annuale e ad aggiornarla ogni qualvolta si ravvisi un cambiamento importante nella governance e nelle istanze espresse dai diversi stakeholder.

3. PERIMETRO DELLA POLICY

Lo scopo della presente policy di sostenibilità è definire le priorità e le aree di impegno dell'azienda ABS FOOD verso i propri stakeholder. La policy ha come ambizione quella di interagire responsabilmente con tutti i portatori di valore in relazione con l'azienda stessa con un confronto continuo per contribuire a definire ed a rafforzare i principi per una gestione responsabile delle attività dell'azienda.

4. VISION E MISSION

La vision e la mission di ABS FOOD sono state definite dal Board nel 2022, dopo un'attenta analisi strategica del modello di business aziendale nel medio-lungo termine. In questa riflessione è emerso come nel lungo periodo ABS FOOD aspiri a potenziare la propria forza logistica integrata per offrire un servizio efficiente in termini di velocità, affidabilità e lead time. Nel medio periodo, invece, ABS FOOD pone in evidenza i propri punti di forza che riguardano la qualità del prodotto offerto e l'attenzione al servizio e alle necessità del cliente.

VISION: Divenire ancor più polo di riferimento per le aziende alimentari che cercano proposte innovative di ingredienti vegetali, di alta qualità e sostenibili.

MISSION: Mettere le nostre competenze e la nostra energia a disposizione dei clienti: servizio efficiente, massima sicurezza qualitativa e ricerca continua di nuovi prodotti in linea con i trend di mercato e nel pieno rispetto dell'ambiente.



5. LA CARTA DEI VALORI

ABS FOOD nella definizione della sua visione di sostenibilità ha delineato la propria carta dei valori che rappresenta la sua idea di business aziendale.

- **Relazione:** ascolto, dialogo e condivisione di idee sia all'interno che all'esterno dell'azienda, per garantire il conseguimento degli obiettivi prefissati.
- **Competenza:** ruolo strategico delle conoscenze e delle capacità dei singoli sia all'interno che all'esterno dell'azienda, costantemente sviluppate grazie ad attività formative periodiche.
- **Miglioramento continuo:** costante impegno nel coltivare le competenze, le capacità e le tecnologie sia interne che esterne all'azienda, grazie anche alla partecipazione a conferenze e fiere internazionali.
- **Multiculturalità:** comprensione e inclusione nella propria strategia commerciale delle necessità e delle tendenze di mercato provenienti da tutto il mondo.
- **Coerenza:** costante rispetto dei valori e dei principi del proprio modello di business, che permettono all'azienda di distinguersi con una sua forte identità.
- **Reputazione:** forte senso di fiducia, trasparenza e credibilità che caratterizza il rapporto tra l'azienda e i propri stakeholder.
- **Innovazione:** continua analisi delle tendenze di settore e sviluppo di nuove proposte tecnologiche per incontrare le esigenze di un mercato internazionale.
- **Orientamento al servizio:** capacità di comprendere le necessità del cliente e di mettere in atto azioni mirate per soddisfare i suoi bisogni in modo veloce ed efficiente.

6. IMPEGNO PER LA SOSTENIBILITÀ E LA GOVERNANCE

ABS FOOD ha scelto un modello di governance dinamico e inter-funzionale che parte dal Board, che all'interno dell'azienda si occupa di definire strategie, obiettivi e orientamenti futuri, e coinvolge tutte le diverse funzioni aziendali condividendo la visione sul mercato, gli sviluppi e gli obiettivi di sostenibilità.

I pilastri della Governance

1. **Etica ed integrità di business:** l'integrità, l'onestà e la rigorosa condotta etica sono le solide fondamenta dell'attività del business. Per questa ragione l'azienda si è dotata di un Codice Etico votato ai principi di fiducia, onestà, trasparenza, centralità delle risorse umane, tutela del lavoro e dell'ambiente, responsabilità sociale, lealtà, correttezza e rispetto delle normative vigenti.
2. **Gestione del Rischio:** il rischio è gestito sotto ciascun profilo grazie ad attività di analisi e monitoraggio costanti. L'azienda utilizza l'analisi dei rischi nella quale sono valutate sia le esigenze di business che le evidenze inerenti ai temi, sociali, ambientali e di governance (ESG), per garantire la realizzazione delle proprie strategie di sviluppo tramite i piani di verifica e di controllo.



3. **Qualità totale:** l'azienda pone al centro del suo modello di business l'approccio alla qualità totale sia per quanto concerne il prodotto che i processi. In particolare, l'attenzione per un prodotto sicuro per la salute dei consumatori proveniente da filiere garantite, è certificata dai numerosi standard internazionali con i quali l'azienda si certifica: BRC, SGS NON GMO, CERTIFICAZIONE BIOLOGICA. Mentre i processi di assicurazione della qualità sono attestati dalla certificazione ISO 9001.
4. **Innovazione:** è un focus strategico per mantenere la competitività e garantire la sostenibilità economica dell'azienda. I progetti di valore con al centro l'innovazione sono riconducibili in particolar modo all'area della logistica distributiva, attività centrale dell'azienda.

7. UN PRODOTTO SICURO E CERTIFICATO

ABS FOOD, fin dalla sua nascita, si è distinta per essere un'azienda sempre alla ricerca di ingredienti di qualità, sicuri e certificati. Si avvale di certificazioni riconosciute a livello internazionale nel settore alimentare, che garantiscono la conformità degli ingredienti ai propri standard qualitativi. Con la certificazione SGS NON-GMO IP, ABS FOOD pone particolare attenzione alle possibili contaminazioni nella materia prima, per soddisfare le necessità del mercato e del consumatore finale, sempre più attento alla ricerca di prodotti clean label e sani. Con la certificazione biologica, l'azienda garantisce durante l'intero processo produttivo le migliori pratiche ambientali per la salvaguardia delle risorse naturali e della biodiversità. Con l'introduzione della certificazione Kosher, ABS FOOD ha deciso di includere nella propria gamma prodotti lavorati nel rispetto di precise regole alimentari, garantendo l'inclusione di numerose comunità religiose e osservanti. La qualità di ABS FOOD trova riscontro anche nelle certificazioni di processo. La certificazione BRC Global Standard garantisce la sicurezza, la qualità e la conformità dei prodotti per tutta la catena produttiva e distributiva, mentre la certificazione UNI EN ISO 9001:2015 assicura il mantenimento e il continuo miglioramento della qualità dei prodotti offerti e l'efficienza dell'intero servizio offerto al cliente.

ABS FOOD si avvale di un laboratorio interno e di collaborazioni con laboratori esterni certificati per l'analisi di ogni lotto in entrata, garantendone la sicurezza e gli standard qualitativi.

L'attenzione che ABS FOOD pone sulla qualità degli ingredienti si riflette anche sulla scrupolosa scelta dei propri collaboratori e partner. L'azienda seleziona i propri fornitori secondo precisi criteri di sicurezza, efficienza del servizio, innovazione tecnica e tecnologie di produzione all'avanguardia. ABS FOOD inoltre effettua regolari audit di controllo presso gli stabilimenti di produzione dei fornitori, verificando personalmente il mantenimento dello standard qualitativo e produttivo. ABS FOOD presenta all'interno del suo organico il dipartimento di Ricerca e Sviluppo, che si occupa di analizzare, selezionare e ricercare nuovi ingredienti per anticipare i trend di mercato e per affiancare il cliente nella personalizzazione e implementazione delle proprie ricette.



8. L'ATTENZIONE PER LE PERSONE

ABS FOOD considera il capitale umano l'asset strategico più importante per gestire correttamente ed innovare il proprio modello di business perseguendo l'eccellenza. Il buon clima aziendale, la tutela dei diritti delle persone, la parità di genere, la salute e l'integrità dei collaboratori sono obiettivi irrinunciabili e prioritari. ABS FOOD promuove uno stile partecipativo che consente alle persone di esprimere e sviluppare il loro potenziale. ABS FOOD ritiene centrali:

Etica e valori

Riconosce le persone e la loro diversità come un valore. Contrasta qualsiasi forma di discriminazione sul luogo di lavoro con riferimento a genere, orientamento sessuale, razza, nazionalità, lingua, religione, opinioni politiche, età e altre condizioni personali e sociali. Riconosce la differenza di genere e tutela le pari opportunità, la maternità e la paternità, come previsto nel Codice Etico.

Le persone al centro della visione

ABS FOOD crede nella parità di genere come fattore di sviluppo di business e di cultura d'azienda. La parità di genere è un valore che nel tempo è cresciuto nel tempo. Con un team di lavoro costituito da 30 persone di cui 16 sono donne e un'età media di 37 anni, l'azienda ha la piena consapevolezza che può guardare al futuro in una dimensione di consapevolezza dei diversi sviluppi.

L'azienda crede molto nella professionalità e nelle competenze a partire dalla formazione in ingresso che, soprattutto per le figure più giovani, è di alto profilo. Un segnale questo che incontra la capacità dell'azienda di guardare in avanti e di salvaguardare la propria sostenibilità economica. Anche il management direttivo è equamente diviso in 2 donne e 2 uomini.

ABS FOOD crede fortemente nell'innovazione e aggiornamento delle competenze e con quest'obiettivo promuove la partecipazione a percorsi formativi qualificanti. Nel 2021 l'azienda ha investito 731 ore in formazione (sia obbligatoria che non obbligatoria) per una media di 24 ore di formazione a persona.

Per tutti i neoassunti c'è un percorso di *onboarding* standardizzato, durante il quale la persona che entra a far parte dell'azienda respira per un paio di settimane l'atmosfera dell'azienda affiancando il responsabile di ciascun reparto prima di iniziare la formazione specifica per il suo ruolo e per le proprie attività.

Così come le competenze anche le performance vengono valutate annualmente con un colloquio dedicato e strutturato volto a fare il punto della situazione, stabilire i nuovi obiettivi e affrontare eventuali criticità.

Un variegato programma di welfare su piattaforma esterna permette di integrare una parte di reddito mettendo a disposizione servizi utili negli aspetti fondamentali della conciliazione vita-lavoro dei dipendenti e dei loro familiari.

Sul fronte della salute e della sicurezza dei lavoratori, non essendo ABS FOOD un plant produttivo, l'azienda si attiene ai requisiti di legge promuovendo la cultura della sicurezza in azienda attraverso percorsi formativi ad hoc.



9. LA COMUNITÀ AL CENTRO DELL'AGIRE

ABS FOOD è ben consapevole dell'importanza e del valore delle persone e delle comunità di cui esse fanno parte. Per questo motivo, si impegna concretamente a sostenere attività locali e internazionali, affiancandole in importanti progetti.

L'azienda collabora da anni con **Marco Polo Team** a sostegno delle popolazioni più bisognose. Uno dei principali progetti realizzati assieme è quello a supporto di Medici con l'Africa Cuamm, ONG padovana che si batte per il diritto alla salute in Africa. In modo particolare, grazie ai fondi raccolti è stato possibile fornire numerose moto-ambulanze fondamentali per il trasporto di donne in gravidanza dai villaggi più isolati sino ai centri di assistenza di Medici con l'Africa Cuamm, oltre a permettere la distribuzione di medicinali e vaccini nei luoghi più impervi.

ABS FOOD ha deciso di supportare ulteriormente le popolazioni più bisognose collaborando con l'organizzazione no profit **Rise Against Hunger**. Grazie alle forniture di materie prime alimentari, ABS FOOD e RAH si impegnano concretamente nella lotta contro la fame nel mondo. Assieme realizzano migliaia di pasti pronti destinati all'alimentazione dei bambini nelle scuole e delle popolazioni in grave stato di emergenza.

Assieme a **Treedom**, ABS FOOD ha avviato un importante progetto sociale per le popolazioni più bisognose. Con la piantumazione di 300 alberi in Africa e Sudamerica, l'azienda si impegna a supportare le comunità del territorio, che dagli alberi beneficiano in termini di risorse alimentari ed opportunità economiche, permettendo loro di diversificare ed integrare il proprio reddito e in alcuni casi di avviare iniziative di microimprenditorialità.

L'impegno sociale di ABS FOOD coinvolge anche le comunità locali del territorio veneto. L'azienda ha deciso di collaborare con **3Bee** a supporto di una piccola realtà imprenditoriale del veneziano. Con l'adozione di un alveare, ABS FOOD fornisce agli apicoltori strumenti tecnologici all'avanguardia per il costante monitoraggio della salute dell'intero alveare. L'efficienza e la precisione dei sistemi di monitoraggio garantiscono la salvaguardia delle api e sostengono l'impegno economico e sociale degli apicoltori.

In concomitanza con le festività natalizie degli ultimi anni, ABS FOOD ha voluto sostenere concretamente un'importante realtà sociale del territorio, regalando ai propri dipendenti le specialità della **Pasticceria Giotto**. Questo laboratorio, che opera all'interno del Carcere Due Palazzi di Padova, si impegna affinché i detenuti sviluppino nuove competenze lavorative per crearsi una propria identità sociale, fornendo così uno strumento riabilitativo concreto.

L'impegno di ABS FOOD per la comunità si traduce anche nella tematica della salute e della prevenzione anche a difesa del ruolo professionale delle donne. Assieme a **WelfareCare**, l'azienda ha voluto offrire a numerose giovani donne una mammografia e un'ecografia gratuite, svolte nel centro di Vigonza in una clinica mobile, allestita con strumenti all'avanguardia e in presenza di medici qualificati. Così facendo, ABS FOOD ha garantito la prevenzione gratuita del tumore al seno ad una fascia d'età ad alto rischio e solitamente non ancora inclusa nei programmi di screening del sistema sanitario.



10. L'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE

Oggi appare evidente che non si può prescindere dall'attenzione per l'ambiente come persone e come aziende che agiscono direttamente sul territorio determinando impatti significativi. Per questa ragione l'azienda ha dedicato un'attenzione crescente a questa tipologia di temi. Pur non essendo ABS FOOD un'azienda connotata da un processo produttivo, ma solo distributivo, crede sia importante impegnarsi su alcuni principi generali che permeano l'agire aziendale:

- prevenire qualsiasi forma di inquinamento ed operare responsabilmente in materia di sicurezza;
- orientare tutti i processi aziendali ad un responsabile utilizzo delle fonti energetiche;
- valutare preventivamente eventuali effetti sull'ambiente e sull'utilizzo dell'energia per quanto concerne nuove attività/prodotti/processi;
- comunicare, formare e sensibilizzare le persone che lavorano in azienda coinvolgendole per far crescere in ognuno la consapevolezza dell'importanza di ogni singola azione per la salvaguardia della natura e del nostro pianeta.

Energia ed Emissioni

Oggi monitorare con cautela i mercati dell'energia e definire contratti d'acquisto capaci di coniugare aspetto economico con sostenibilità ambientale è un'attività necessaria per mettere al riparo l'azienda da potenziali rischi di fornitura.

Sul fronte dell'energia consumata l'azienda nel 2022 ha consumato 14.700 Kwh di cui l'80% pari a 12.282 provenienti da politica d'acquisto sul mercato libero e 20% da produzione interna da fonte rinnovabile grazie a pannelli fotovoltaici.

Sul fronte delle emissioni ABS FOOD ha iniziato a calcolare le sole emissioni indirette di Scope 2 in assenza di emissioni dirette. Per il 2022 le emissioni indirette (di scope 2) CO₂ equivalente sono state di 5,6 tonnellate¹.

Logistica come driver di sviluppo

ABS FOOD è consapevole che il settore della logistica rappresenta un anello importante del proprio modello di business e al contempo un settore ad alto impatto dal punto di vista ambientale. Per questa ragione come primo approccio rivolto ad un'analisi del possibile sviluppo in ottica di sostenibilità di questo settore, l'azienda ha intrapreso un percorso di mappatura dei vettori per comprenderne gli impatti ambientali e per valutare quali di questi avessero definito già policy di sostenibilità volte alla riduzione delle emissioni ed eventualmente alla loro compensazione. Al momento la mappatura ha evidenziato 7 fornitori con policy di sostenibilità attive su 13.

¹ Il coefficiente di conversione per le emissioni di energia elettrica di scope 2 è stato calcolato in base al coefficiente relativo al residual mix, cfr AIB 2021.



11. APPROVAZIONE E APPLICAZIONE

La presente policy è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione e sarà revisionata una volta l'anno o ogni qualvolta si ravvisino modifiche da richiederne la revisione.

12. COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE

Comunicazione e diffusione sono due attività fondamentali per creare cultura e consapevolezza nei confronti delle tematiche di sostenibilità.

A questo proposito ABS FOOD ha coinvolto in questo processo tutti i suoi dipendenti portando la policy alla loro attenzione e conoscenza e il documento è consultabile e scaricabile all'interno del sito web dell'azienda www.absfood.com.