

AGRIFARMA SOCIETA' BENEFIT
RELAZIONE D'IMPATTO
2025

Indice

Lettera agli stakeholder	2
Chi siamo	3
<i>La nostra storia e il Gruppo Arcaplanet</i>	3
<i>Innovazione e integrazione della filiera</i>	4
<i>I nostri valori</i>	4
<i>La nostra filosofia: Pets, People, Planet</i>	5
<i>Fondazione Arcaplanet</i>	6
<i>I nostri stakeholder e il loro coinvolgimento</i>	9
Governance	10
<i>L'assetto organizzativo di Agrifarma</i>	10
<i>La nostra condotta responsabile</i>	11
Il sistema di deleghe e poteri	11
Principi di controllo e procedure organizzative	11
Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/2001	12
Agrifarma Società Benefit	13
<i>Cos'è una società benefit?</i>	13
<i>Adozione della forma di Società Benefit</i>	14
<i>Gli obiettivi di beneficio comune</i>	15
Il contributo di Agrifarma agli SDG's	21
Rendicontazione di impatto	24
<i>SABI Strumento di Autovalutazione</i>	24
<i>Descrizione e analisi dei risultati</i>	24
<i>Collegamento con gli obiettivi di beneficio comune</i>	26
<i>BIA – B Impact Assessment</i>	28
<i>Risultati raggiunti</i>	30

Lettera agli stakeholder

Cari partner, clienti e amici,

ogni anno rappresenta per noi una nuova opportunità di crescita, non solo come azienda, ma come comunità unita da valori comuni. In Agrifarma, crediamo che il vero impatto si misuri attraverso le relazioni che costruiamo con tutti voi e con il nostro territorio, attraverso l'impegno quotidiano a favore della sostenibilità, dell'etica e del benessere animale.

Il nostro obiettivo per il 2025 non è stato solo quello di perseguire nuove iniziative, ma di consolidare una visione condivisa, dove ogni azione intrapresa rispecchi la nostra responsabilità collettiva. Siamo impegnati a creare un futuro in cui l'impegno per il bene comune non sia un'opzione, ma una certezza.

Guardiamo al prossimo anno con determinazione, pronti a rafforzare la nostra rete di collaborazione e a portare avanti progetti che riflettano i valori di solidarietà, inclusività e sostenibilità. Ogni passo che faremo, ogni scelta che compiremo, sarà indirizzato a rafforzare il legame che ci unisce, perché solo insieme possiamo realizzare un impatto duraturo.

Con il vostro supporto, continueremo a fare la differenza, a crescere insieme e a costruire un mondo migliore per le generazioni future.

Grazie per essere parte integrante di questo viaggio.

Il nostro impatto positivo è il frutto della collaborazione e della visione comune che ci lega.

Con gratitudine,

Alessandro Strati

Chi siamo

La nostra storia e il Gruppo Arcaplanet

Arcaplanet¹ rappresenta oggi il principale operatore omnicanale specializzato nel *pet care* in Italia, con un'offerta completa che include alimenti, accessori e servizi dedicati agli animali da compagnia. Il Gruppo si distingue per un modello di business integrato che combina una presenza capillare sul territorio nazionale con un ecosistema digitale in forte espansione, in linea con le evoluzioni del settore retail e delle abitudini di consumo.

Con oltre 580 punti vendita distribuiti in tutte le regioni italiane, un canale e-commerce consolidato e una community digitale in costante crescita, Arcaplanet è oggi un punto di riferimento per milioni di Pet Parent. Il Gruppo può contare su oltre 3.000 collaboratori, che contribuiscono quotidianamente allo sviluppo di un'esperienza d'acquisto sempre più personalizzata, accessibile e orientata al benessere animale.

L'iniziativa imprenditoriale nasce con l'obiettivo di sviluppare in Italia un canale distributivo altamente specializzato, interamente dedicato al mondo degli animali domestici, anticipando un trend che negli ultimi anni ha registrato una crescita significativa a livello europeo.

Nel tempo, questo modello si è evoluto in un ecosistema integrato fondato sul concept **"Pets, People, Planet"**, che amplia il perimetro dell'offerta, includendo non solo prodotti, ma anche servizi e soluzioni a valore aggiunto.

La proposta commerciale si caratterizza per un assortimento ampio e qualificato: oltre 10.000 referenze disponibili nei punti vendita e più di 20.000 nell'offerta online, con un mix bilanciato tra grandi marchi internazionali, brand proprietari e prodotti innovativi.

L'attenzione alla qualità, alla sicurezza e alla nutrizione rappresenta un elemento distintivo nella selezione dell'offerta.



¹ Le attività riportate nel documento fanno riferimento al brand "Arcaplanet", di proprietà di Agrifarma S.p.A.

Innovazione e integrazione della filiera

Un elemento chiave nella strategia industriale del Gruppo è rappresentato da *First One*, il polo produttivo situato in Friuli-Venezia Giulia, i cui lavori sono stati avviati nel 2021 e che è entrato in funzione nel 2023. Questo progetto rappresenta un passo significativo verso la verticalizzazione della filiera produttiva nel settore pet food, consentendo un controllo diretto su qualità, sicurezza, tracciabilità e sostenibilità dei prodotti.

Lo stabilimento si distingue per l'elevato contenuto tecnologico e per l'adozione di soluzioni innovative nei processi produttivi, tra cui sistemi avanzati di estrusione che migliorano la qualità nutrizionale e la palatabilità degli alimenti. L'impianto è progettato secondo criteri di efficienza energetica e utilizzo di fonti rinnovabili, con particolare attenzione alla riduzione degli sprechi e all'ottimizzazione delle risorse.

La selezione dei fornitori privilegia filiere locali e partner che rispettano standard etici elevati, contribuendo allo sviluppo economico dei territori. Allo stesso tempo, vengono garantite condizioni di lavoro sicure e rispettose del benessere dei dipendenti, in linea con le migliori pratiche internazionali. I prodotti sono sviluppati secondo principi di ecodesign, con packaging riciclabili e soluzioni orientate alla riduzione dell'impatto ambientale.

I nostri valori

La crescita del Gruppo è sostenuta da un sistema di valori condiviso che orienta tutte le attività aziendali e le relazioni con gli stakeholder:

-  **Passione per gli animali:** un impegno costante nel comprendere e anticipare i bisogni dei Pet Parent e dei loro animali, in un contesto in continua evoluzione;
-  **Fiducia e competenza:** una relazione con il cliente basata su professionalità, trasparenza e specializzazione, elementi fondamentali per promuovere il benessere animale;
-  **Innovazione:** sviluppo continuo di prodotti, servizi e modelli di interazione, anche attraverso la digitalizzazione, per migliorare l'esperienza d'acquisto e generare valore nel lungo periodo;
-  **Eccellenza operativa:** un assortimento di qualità e un modello organizzativo fondato sulla diffusione delle competenze e sulla formazione continua.

Questi valori si riflettono nell'attività quotidiana dei Pet Specialist, figure chiave nella relazione con il cliente, e guidano anche la selezione dei fornitori e dei partner, scelti sulla base di criteri qualitativi, etici e di sostenibilità.

La nostra filosofia: Pets, People, Planet

Fin dalla sua fondazione, il Gruppo ha promosso un approccio evoluto alla cura degli animali domestici, contribuendo alla diffusione di modelli di alimentazione e benessere più consapevoli e orientati alla qualità.

La visione aziendale si basa su un approccio sistemico al benessere, riconducibile al *paradigma One Health*, che considera interconnesse la salute degli animali, delle persone e dell'ambiente. In questo contesto, il Gruppo ha articolato la propria strategia lungo tre direttrici fondamentali:

Pets - *promuovere il benessere degli animali da compagnia attraverso prodotti di qualità, servizi dedicati e attività di sensibilizzazione*

People - *valorizzare il ruolo delle persone – clienti, dipendenti e comunità – favorendo una relazione equilibrata con gli animali e sostenendo il benessere diffuso*

Planet - *sviluppare un modello di business responsabile che integri la tutela dell'ambiente, la riduzione degli impatti e il supporto alle filiere locali*



Attraverso iniziative, progetti e partnership, il Gruppo contribuisce alla diffusione di una cultura del rispetto e della convivenza armoniosa tra esseri umani e animali, con l'obiettivo di generare un impatto positivo e duraturo sull'ecosistema sociale e ambientale.



La Fondazione Arcaplanet, istituita nel 2024, pone il benessere degli animali al centro della propria missione, promuovendo una visione integrata e consapevole della cura del pet e collaborando con enti, associazioni e realtà locali. La Fondazione si impegna a dare voce a chi non ce l'ha attraverso progetti concreti e interventi tempestivi a sostegno di animali, persone e ambiente.

Nel mese di ottobre 2025, i clienti Arcaplanet hanno potuto convertire 300 punti Arcacard in una donazione di 5 euro a favore della Fondazione, contribuendo al finanziamento dei progetti dedicati ai pilastri Pets, People e Planet. L'iniziativa ha permesso di raccogliere oltre 100.000 euro, un risultato significativo che rappresenta non solo un traguardo importante, ma anche un punto di partenza per lo sviluppo delle attività future della Fondazione.

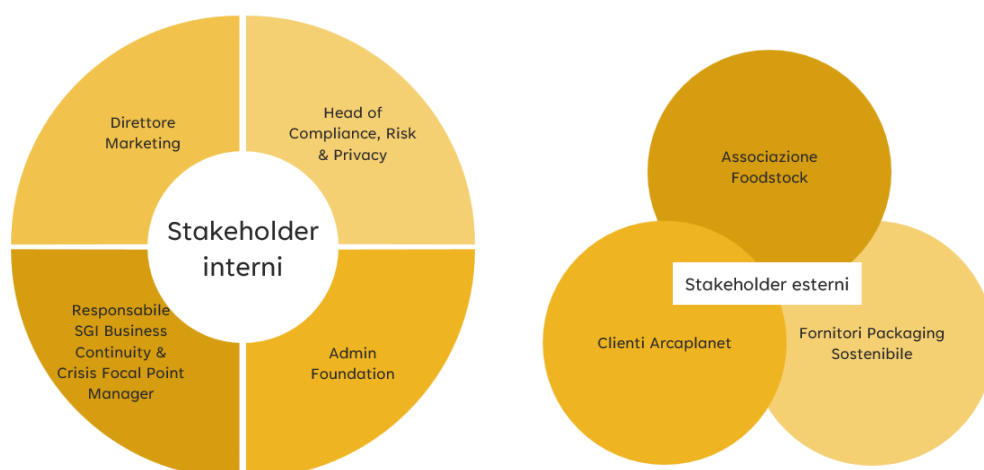
Attività 2025	KPI 2025	SDG's
Progetto Pet Therapy "Cani in corsia"	<i>Il progetto, con il supporto dell'Associazione Frida's Friends onlus, presso l'ospedale Fatebenefratelli di Milano, dove l'equipe di Frida's Friends, costituita da psicologi, coadiutori del cane e medici veterinari esperti in IAA, svolge attività di tipo educativo con circa 150/200 pazienti al mese ricoverati all'interno del reparto di Pediatria. La donazione complessiva di Fondazione Arcaplanet è stata di euro 42.000</i>	 
Progetto "Cani Guida: due occhi per chi non vede"	<i>Progetto a favore del Servizio Cani Guida dei Lions di Limbiate ODV, per</i>	

	supportare tutte le attività svolte dall'Associazione per l'addestramento di nuovi cani guida per le persone non vedenti di tutta Italia. La donazione totale è stata di euro 23.091,95.	
Donazioni ad Associazioni	Donazione di 2.530 antiparassitari distribuiti a 31 sezioni di ENPA, per la copertura di 2.315 pet	  
Sportello contro i maltrattamenti	Il progetto di LAV (Lega Anti Vivisezione) sostiene il nuovo sportello contro i maltrattamenti sito a Bergamo. È stata organizzata una raccolta fondi specifica dedicata al progetto, nei negozi del Socio Fondatore, ha portato alla raccolta di euro 1.315,77 che Fondazione Arcaplanet ha raddoppiato, erogando una donazione totale di euro 2.635,64.	 
Progetto “Una ciotola per nutrire la solidarietà”	Organizzata da United Pets a favore di Save The Dogs, con il supporto di Arcaplanet. Per ogni ciotola acquistata nei negozi Arcaplanet, United Pets ha donato 1€ a Save	 

	<i>The Dogs per portare assistenza e cure veterinarie agli animali delle persone senza fissa dimora o a basso reddito di Milano. La Fondazione Arcaplanet si è impegnata a raddoppiare la donazione fino a 2.400 euro, amplificando così il sostegno all'Unità di Strada di Save the Dogs.</i> <i>Inoltre, Fondazione Arcaplanet ha deciso di donare 10 box a Save The Dogs, da posizionare presso i centri di accoglienza in cui l'associazione offre assistenza ai senzatetto e ai loro pet, offrendo un riparo accogliente anche ai cani durante la notte.</i>	
--	---	---

Obiettivi 2026	KPI 2026
Progetto A come Adozione	Avvio collaborazione con 8 canili Adozioni per 1.000 Pet
Progetto Lions	Addestramento ed assegnazione di 1 cani guida a persone non vedenti
Frida's Friend	Supporto nel reparto pediatrico di 1 ospedale
Donazioni ad Associazioni	Donazione di coperture antiparassitarie a 1.000 Pet

I nostri stakeholder e il loro coinvolgimento



Il coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni è un elemento fondamentale per garantire l'efficacia e la sostenibilità delle politiche ambientali, sociali e di governance. Gli **stakeholder interni**, tra cui i responsabili delle principali funzioni aziendali, sono costantemente coinvolti in un dialogo continuo per allineare le strategie e garantire che i principi di sostenibilità siano integrati in tutte le aree operative. Questo approccio collaborativo rafforza la governance aziendale e migliora la gestione dei rischi, in particolare quelli legati alla sostenibilità e alla compliance.

Allo stesso modo, il coinvolgimento degli **stakeholder esterni**, tra cui associazioni, clienti e fornitori, risulta cruciale per promuovere e implementare pratiche sostenibili lungo tutta la catena del valore. Il dialogo con questi attori consente di identificare le migliori opportunità per ridurre l'impatto ambientale, rispondere alle esigenze sociali e garantire la conformità alle normative in continuo cambiamento. Attraverso un approccio inclusivo e responsabile, si favorisce una crescita condivisa e sostenibile.

Governance

Il sistema di governance della nostra Società è strutturato per garantire il bilanciamento tra gli interessi economici dei soci e le finalità di beneficio comune, come sancito nel nostro Statuto. Gli amministratori sono impegnati a integrare gli obiettivi sociali e ambientali nelle decisioni aziendali, perseguendo il benessere degli stakeholder e non solo il profitto.

Il sistema di governance, pertanto, contribuisce a trasformare il beneficio comune da dichiarazione valoriale a processo decisionale, misurabile e rendicontabile.

L'assetto organizzativo di Agrifarma

Il modello di corporate governance adottato da Agrifarma, così come l'intero assetto organizzativo, è progettato per garantire un'efficace attuazione delle strategie aziendali e il conseguimento degli obiettivi prefissati.

La Società adotta un sistema di governance di tipo tradizionale, caratterizzato dalla presenza del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale, i cui componenti sono nominati dall'Assemblea dei Soci.

All'interno del sistema organizzativo e di controllo si individuano i seguenti organi:

Assemblea dei Soci

È l'organo competente a deliberare, sia in sede ordinaria sia straordinaria, sulle materie ad essa attribuite dalla legge e dallo Statuto.

Consiglio di Amministrazione

Composto da dieci membri, incluso il Presidente, esercita i poteri di gestione della Società. Tali poteri risultano formalizzati nella visura camerale di Agrifarma.

Collegio sindacale

Costituito da 5 membri, svolge funzioni di vigilanza ai sensi dell'art. 2403 c.c., verificando il rispetto della legge e dello Statuto, nonché l'adeguatezza e il corretto funzionamento dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile della Società

Società di revisione

Il controllo contabile è affidato a una società di revisione iscritta nel registro tenuto presso il Ministero dell'Economia e delle Finanze, in conformità al D.Lgs. n. 39/2010.

La struttura organizzativa è inoltre rappresentata in un organigramma aziendale, che definisce in modo chiaro le relazioni gerarchiche e i collegamenti funzionali tra le diverse posizioni presenti all'interno della Società.

La nostra condotta responsabile

Il sistema di deleghe e poteri

Agrifarma si è dotata di un sistema strutturato di deleghe e poteri, finalizzato a definire in modo chiaro l'assetto organizzativo e decisionale. Tale sistema mira innanzitutto ad assegnare a ciascuna funzione aziendale ruoli e responsabilità ben delineati, nonché a identificare con precisione le persone autorizzate a svolgere specifiche attività. Inoltre, esso consente di formalizzare i poteri decisionali, stabilendone anche i limiti sotto il profilo economico.

Alla base di questo modello vi è l'esigenza di garantire una distribuzione ordinata e trasparente delle competenze, evitando sovrapposizioni o lacune nelle attribuzioni. Un principio fondamentale è rappresentato dalla separazione delle responsabilità e dalla contrapposizione degli interessi, al fine di prevenire eccessive concentrazioni di potere.

Il sistema di deleghe e poteri è inoltre allineato alle politiche aziendali in materia di selezione, valutazione e gestione dei rischi più rilevanti, nonché ai livelli di rischio ritenuti accettabili dalla Società. In particolare, l'assegnazione delle deleghe e dei poteri di firma, soprattutto per quanto riguarda la gestione delle risorse finanziarie e l'adozione di decisioni connesse ad attività esposte a rischio di reato, deve rispettare criteri rigorosi.

Tali attribuzioni devono essere formalizzate nel rispetto della normativa vigente, indicare chiaramente i soggetti delegati, le competenze richieste e i poteri conferiti. Devono inoltre prevedere limiti definiti ai poteri di spesa, meccanismi di controllo sull'esercizio delle deleghe, nonché l'applicazione di sanzioni in caso di violazioni. Infine, è essenziale che siano coerenti con il principio di segregazione delle funzioni e in linea con i regolamenti interni e le altre disposizioni adottate dalla Società.

Principi di controllo e procedure organizzative

La Società è dotata di un sistema di procedure formalizzate, volto a disciplinare i comportamenti nell'ambito delle diverse attività operative e a rendere possibili controlli, sia preventivi sia successivi, sulla correttezza delle operazioni. Tale assetto è finalizzato a garantire uniformità di condotta all'interno dell'organizzazione, nel pieno rispetto della normativa applicabile.

In questo contesto, la Società si impegna ad assicurare l'osservanza dei seguenti principi:

- **Tracciabilità e trasparenza delle operazioni:** ogni operazione o transazione deve essere verificabile, adeguatamente documentata, coerente e congrua. In particolare, soprattutto nelle attività a rischio, deve essere garantita la presenza di un supporto documentale idoneo a consentire controlli in qualsiasi momento. A tal fine, deve essere sempre possibile individuare chi ha autorizzato l'operazione, chi l'ha eseguita, chi l'ha registrata e chi ne ha verificato la correttezza. La tracciabilità può essere assicurata anche attraverso l'impiego di sistemi informatici in grado di gestire e monitorare le diverse fasi del processo;
- **Segregazione delle funzioni:** nessun soggetto deve avere il controllo esclusivo di un intero processo aziendale. Il sistema dei controlli è quindi volto a individuare eventuali concentrazioni di responsabilità e a intervenire per garantire una corretta distribuzione dei compiti. In particolare, le diverse fasi di autorizzazione, esecuzione, registrazione e controllo devono essere affidate a soggetti distinti, così da assicurare il rispetto del principio di segregazione dei ruoli;
- **Documentazione dei controlli:** le attività di controllo devono essere adeguatamente formalizzate e tracciate, in modo da consentire la ricostruzione delle verifiche effettuate e la valutazione della coerenza delle metodologie adottate, nonché dell'affidabilità dei risultati ottenuti (ad esempio, tramite report di audit).

Le procedure aziendali sono diffuse dalla funzione Compliance, Privacy & Risk attraverso specifiche attività di comunicazione rivolte al top management e rese accessibili a tutti i destinatari mediante pubblicazione sull'intranet aziendale. Tutti i dipendenti sono tenuti a conoscerle e a rispettarle nello svolgimento delle proprie mansioni.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 231/2001

Agrifarma adotta un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOGC), ai sensi del D.Lgs. 231/2001, affiancato dal proprio Codice Etico.

In particolare, il MOGC prevede specifiche procedure interne finalizzate all'analisi e al costante monitoraggio delle attività esposte a rischio commissione reati 231. Tali procedure definiscono in modo chiaro le deleghe e i processi decisionali, limitando ambiti di autonomia non presidiati e introducendo controlli nei punti più sensibili dei processi operativi. In questo contesto, l'Organismo di Vigilanza (O.d.V.), dotato di autonomia e indipendenza rispetto alle ordinarie linee gerarchiche.

Agrifarma Società Benefit

Cos'è una società benefit?

Le società tradizionali esistono con l'unico scopo di distribuire dividendi agli azionisti, le società benefit sono espressione di un paradigma più evoluto: integrano nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente. Le società benefit rappresentano, da questo punto di vista, un'evoluzione del concetto stesso di azienda in quanto puntano al raggiungimento di una reale sostenibilità a livello economico, ambientale e sociale. Queste imprese hanno le seguenti caratteristiche fondamentali:

Operano secondo principi di responsabilità, sostenibilità e trasparenza, ponendo al centro delle proprie attività le persone, il territorio, l'ambiente e l'insieme degli stakeholder.

Integrano nel proprio oggetto sociale un'attenzione esplicita a tutti i portatori di interesse, includendo sia gli azionisti sia l'insieme degli stakeholder.

Valutano i propri risultati in termini di impatto sociale e ambientale con lo stesso livello di completezza e rigore riservato alle performance economiche e finanziarie.

Le società benefit affiancano allo scopo di lucro il perseguimento volontario di una o più finalità di beneficio comune nello svolgimento dell'attività d'impresa. Per beneficio comune si intende la generazione di effetti positivi – o la riduzione di impatti negativi – su persone, comunità, territori e ambiente, nonché su beni e attività culturali e sociali, enti, associazioni e altri portatori di interesse.

Tali finalità sono perseguite secondo principi di responsabilità, sostenibilità e trasparenza, richiedendo un bilanciamento consapevole tra l'interesse degli azionisti e quello della collettività. Questo modello implica anche l'individuazione, all'interno dell'organizzazione, di una figura responsabile del presidio e della gestione dell'impatto.

Le società benefit sono inoltre tenute a rendicontare annualmente, in modo chiaro e completo, le proprie attività attraverso una relazione di impatto che descriva sia le iniziative realizzate sia gli obiettivi e gli impegni futuri.

Alla data di redazione del presente documento, tale forma societaria non prevede specifici incentivi economici o fiscali: essa rappresenta quindi una scelta volontaria orientata alla creazione di valore condiviso, senza comportare oneri aggiuntivi per la collettività.

Adozione della forma di Società Benefit

Nel gennaio 2024, Arcaplanet ha assunto lo status di Società Benefit, integrando nel proprio statuto una missione rinnovata e **quattro specifiche finalità di beneficio comune**, definite con l'obiettivo di contribuire in modo concreto alla generazione di impatti positivi e alla mitigazione di quelli potenzialmente negativi.

La scelta di adottare la forma di società benefit riflette la volontà di integrare in modo strutturale la creazione di valore economico con la generazione di impatti positivi per la società e l'ambiente. Attraverso l'inserimento nello statuto di specifiche finalità di beneficio comune, Agrifarma si impegna a operare secondo principi di responsabilità, sostenibilità e trasparenza nei confronti di tutti i propri stakeholder, inclusi clienti, collaboratori, comunità, partner commerciali e ambiente.

Questo modello di governance orienta le decisioni strategiche non solo alla crescita nel lungo periodo, ma anche alla promozione del benessere collettivo, rafforzando la capacità dell'impresa di contribuire in modo concreto alle principali sfide sociali e ambientali contemporanee. In tale prospettiva, Agrifarma monitora e rendiconta annualmente il proprio impatto, avvalendosi di strumenti di valutazione riconosciuti e adottando un approccio di miglioramento continuo delle performance sociali e ambientali.

Gli obiettivi di beneficio comune

1

L'offerta di prodotti e servizi pensati per il benessere degli **animali**, anche per il tramite di attività di sensibilizzazione per la loro protezione e cura, in collaborazione con clienti della Società, le associazioni e le comunità locali in cui la stessa opera

Attività 2025	KPI 2025	SDG's
Donazioni alimentari tramite il progetto "Foodstock"	Donazione di 8.830.062 pasti	  



Con il progetto Foodstock ogni anno Arcaplanet dona centinaia di tonnellate di cibo ad oltre 700 associazioni che si prendono cura di animali bisognosi, combattendo lo spreco alimentare e lasciando posto a scaffale a merce più fresca e nuova.

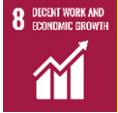
Accanto ad ENPA, OIPA e ANPAV, negli anni anche i numerosi canili e gattili di zona ed enti locali particolarmente sensibili agli animali da compagnia hanno beneficiato della nostra raccolta e delle nostre donazioni.

Obiettivi 2026	KPI 2026
Donazioni alimentari tramite il progetto "Foodstock"	Donazione di 7.000.000 pasti ad associazioni che si prendono cura di animali bisognosi

2

*La creazione di un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo, basato sull'ascolto e sul rispetto del contributo dei singoli, in cui tutte le **persone** che hanno passione per gli animali possano realizzarsi individualmente e professionalmente, grazie ad una formazione continua e all'assunzione di una responsabilità verso il benessere degli animali, delle comunità e del pianeta*

Attività 2025	KPI 2025	SDG's
Wellbeing delle nostre persone	Attivazione di una partnership per la fornitura di attività legate al benessere psico-fisico dei dipendenti della sede, in particolare tramite esercizi specifici tratti dal Metodo Pilates, Posturale e Attività Fisica Funzionale	 
Implementazioni degli obiettivi definiti all'interno del Piano Strategico D&I	Implementazione degli obiettivi definiti e approvati dal Comitato D&I e dall'Alta Direzione del Sistema della Parità di Genere	  
Corsi di formazione trasversale	Avvio di 15 corsi per lo sviluppo di competenze trasversali	

	2.500 partecipanti ai corsi per lo sviluppo di competenze trasversali	
“Great Place To Work”	<i>Ottenimento della certificazione con un punteggio della survey pari al 71%</i>	  
Assunzione ex detenuti	<i>Inserimento di 4 ex detenuti nella forza lavoro</i>	  
	<i>Erogazione di 70 ore di formazione per gli ex detenuti assunti</i>	

Obiettivi 2026	KPI 2026
Implementazioni degli obiettivi definiti all'interno del Piano Strategico D&I	<i>Implementazione degli obiettivi definiti e approvati dal Comitato D&I e dall'Alta Direzione del Sistema della Parità di Genere</i>
Corsi di formazione trasversale	<i>Avvio di corsi per lo sviluppo di competenze trasversali attraverso il Fondo Nuove Competenze</i>
Lotta alla violenza contro le donne	<i>Supporto e promozione di attività culturali</i>

3

*Lo stimolo continuo dell'impegno dei **Clienti** della Società attraverso iniziative, progetti, campagne di informazione, anche grazie ad una capillarità sul territorio sempre più estesa che contribuisce alla crescita economica e culturale delle comunità in cui la Società opera*

Attività 2025	KPI 2025	SDG's
Progetto "Seconda Zampa"	1000 pezzi di prodotto "non food" donato tramite la Fondazione Arcaplanet	 

Obiettivi 2026	KPI 2026
Educazione e sensibilizzazione dei pet owner	<i>Promozione della cultura del benessere animale attraverso iniziative di informazione e sensibilizzazione rivolte ai clienti.</i>
Garanzia di qualità e sicurezza dei prodotti	<i>Mantenimento e innalzamento della qualità e della sicurezza dei propri prodotti e fornitori</i>

* Si precisa che in sostituzione dell'obiettivo relativo alla creazione di un rifugio in collaborazione con ENPA, la Società ha avviato il Progetto "A" come Adozione (si veda pagina 9).

4

L'individuazione di soluzioni a sempre minore **impatto ambientale**, investendo nella ricerca e nello sviluppo, cooperando con i partner e clienti della Società per favorire l'uso circolare delle risorse, promuovendo un consumo responsabile e l'utilizzo di energie rinnovabili

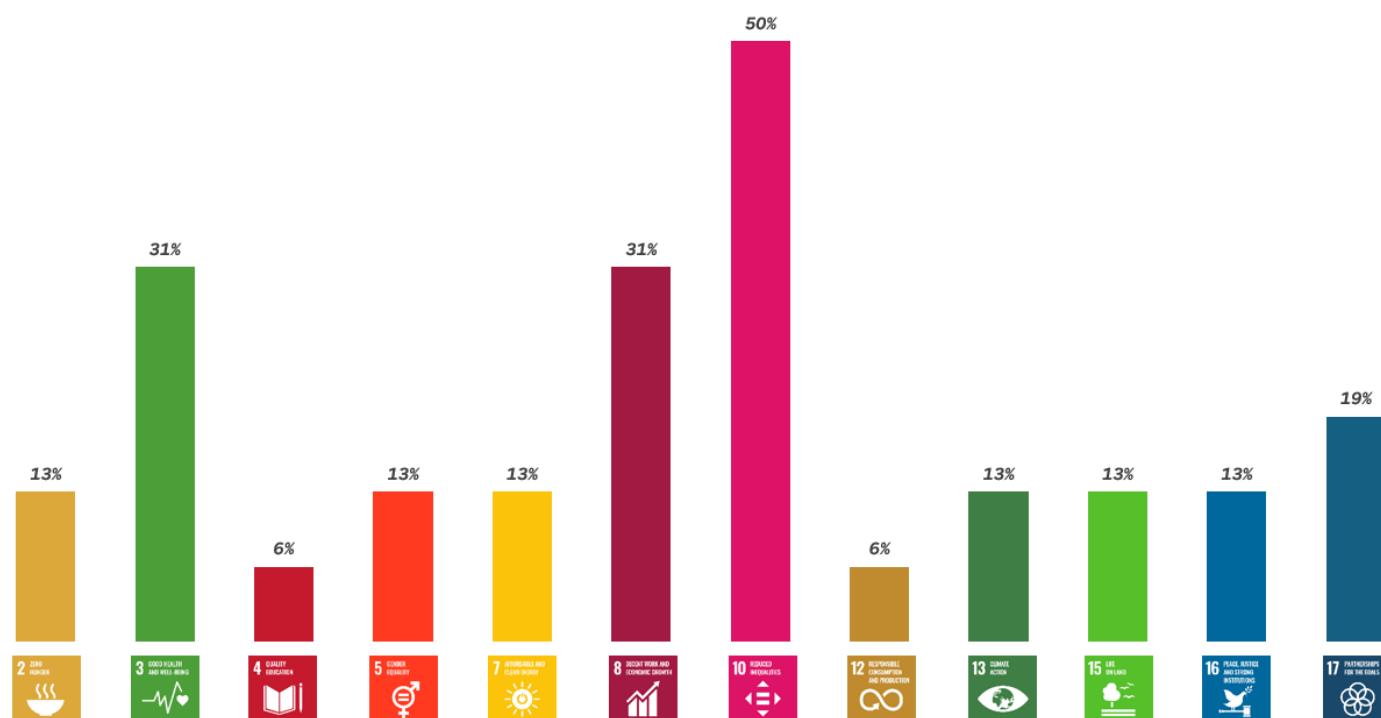
Attività 2025	KPI 2025	SDG's
ArcaForest con Treedom e Vaia	Piantumazione di 5.000 nuovi alberi nell'ArcaForest tramite la collaborazione con Treedom e VAIA	  
Approvvigionamento elettricità da fonti rinnovabili	100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate	 

* Si precisa che in sostituzione dell'obiettivo relativo al refitting dei punti vendita con maggiori caratteristiche di sostenibilità, la Società avvierà nel 2026 un progetto di revisione di tutto il format dei negozi.

Obiettivi 2026	KPI 2026
Approvvigionamento elettricità da fonti rinnovabili	<i>100% di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili certificate</i>
Valutazione ESG indipendente	<i>Ottenimento medaglia Ecovadis a livello "Argento"</i>
Sviluppo cultura ambientale	<i>Comunicazione all'interno e all'esterno di campagne di sensibilizzazione della tutela dell'ambiente e della gestione dei rifiuti</i>

Il contributo di Agrifarma agli SDG's

Con riferimento ai 3 obiettivi per cui Agrifarma si distingue, riportiamo di seguito le attività valorizzate dalla Società in relazione a ciascun obiettivo di sviluppo sostenibile (SDG's²).



Ogni anno muoiono 6 milioni di bambini sotto i 5 anni e circa 300.000 donne durante la gravidanza o il parto. 400 milioni di persone non hanno accesso ai servizi per la prevenzione delle malattie a trasmissione sessuale e, in generale, ai servizi di assistenza sanitaria. Inoltre, la salute delle persone al livello globale è minacciata da nuovi fenomeni radicati o emergenti: consumo di sostanze stupefacenti o che provocano dipendenza, gli incidenti stradali, la contaminazione dell'aria, dell'acqua e della terra. L'SDG 3 intende ridurre il tasso mondiale di mortalità materna e infantile, garantire a tutti la copertura sanitaria e diminuire le morti correlate al fumo, all'alcol e agli incidenti stradali.

Le attività promosse dalla Società si intrecciano con questa visione operativa dell'SDG 3. Il progetto "Cani in corsia" ha fornito supporto educativo e relazionale a numerosi piccoli pazienti, contribuendo significativamente al benessere psicologico dei bambini ricoverati, in linea con la promozione della salute mentale e del benessere.

² I loghi che si trovano in questa pagina sono presentati in conformità a quanto richiesto dalle Nazioni Unite. Per maggiori informazioni sugli SDG's si invita a visitare il sito <https://www.un.org/sustainabledevelopment>. Per le descrizioni degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile ci siamo basati sulle indicazioni riportate nel sito <https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/sdgs/business-sdgs.html>.

Il progetto “Cani Guida: due occhi per chi non vede” ha sostenuto l’addestramento di cani guida per persone non vedenti, promuovendo autonomia, inclusione sociale e qualità della vita, obiettivi coerenti con l’accesso a mezzi di supporto per una vita sana e dignitosa.

In ottica di tutela della salute animale e – quindi – comunitaria, la donazione di antiparassitari distribuiti a diverse sezioni di ENPA ha contribuito al benessere dei pet e, indirettamente, alla salute pubblica.

L’attivazione di programmi di benessere psico-fisico per i dipendenti (Metodo Pilates e attività funzionale) e il raggiungimento della certificazione “Great Place to Work” testimoniano l’impegno verso un ambiente di lavoro sano e favorevole alla salute complessiva delle persone che operano in azienda.

Queste iniziative, integrate tra loro, evidenziano un contributo diretto e coerente della Società al raggiungimento dell’SDG 3, promuovendo salute, benessere mentale e coinvolgimento sociale per gruppi di popolazione sia esterni sia interni all’organizzazione stessa.



Durante gli ultimi 25 anni, la quantità di lavoratori che vivono in condizioni di estrema povertà è diminuita considerevolmente. Tuttavia, ancora più di 780 milioni di persone guadagnano non più di 2 dollari al giorno. Dall’altro lato, secondo l’Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), ad oggi esistono più di 204 milioni di persone disoccupate. La mancanza di lavoro e la cattiva qualità dello stesso si ripercuotono indirettamente sull’aumento della povertà e sulle disuguaglianze al livello globale. L’SDG 8 vuole ottenere una crescita economica sostenibile e inclusiva, della quale possano beneficiare tutti e che non pregiudichi l’ambiente. Questo potrà essere raggiunto solo creando posti di lavoro decenti per tutte le persone, soprattutto per le donne, i giovani ed altri gruppi svantaggiati, eliminando pratiche come il lavoro forzato e minorile e promuovendo l’innovazione tecnologica.

L’SDG 8 mira a promuovere una crescita economica inclusiva, sostenibile e un lavoro dignitoso per tutti.

La Società ha perseguito questo obiettivo attraverso diverse iniziative mirate.

Le attività di benessere psico-fisico per i dipendenti hanno contribuito a migliorare la loro qualità della vita, sostenendo un ambiente di lavoro sano e produttivo, aspetto fondamentale per garantire un lavoro dignitoso e per la crescita professionale.

Inoltre, l’implementazione del Piano Strategico D&I ha rafforzato l’impegno verso l’uguaglianza di genere, promuovendo pari opportunità per tutti i dipendenti.

L’avvio di corsi di formazione trasversale ha permesso lo sviluppo di nuove competenze, aumentando le opportunità di carriera e favorendo la crescita professionale, mentre l’assunzione di ex detenuti ha offerto loro una seconda opportunità lavorativa, contribuendo all’inclusione sociale e alla riduzione delle disuguaglianze.

Queste azioni evidenziano il concreto impegno della Società nell'affrontare le sfide legate all'SDG 8, promuovendo un ambiente di lavoro inclusivo e opportunità di crescita economica per tutti.



La disparità dei redditi nei diversi Paesi del mondo sta crescendo. Il 10% più ricco della popolazione possiede il 40% del reddito mondiale totale, mentre il 10% più povero possiede tra il 2% ed il 7% del reddito complessivo. Contemporaneamente, aumenta anche la disuguaglianza fra ricchi e poveri all'interno dei singoli paesi. Nei paesi in via di sviluppo, in particolare, la disuguaglianza interna è aumentata dell'11% dal 1999 al 2010. Questa disomogeneità nei redditi pregiudica le pari opportunità tra le persone, soprattutto l'accesso ad un lavoro dignitoso o a servizi sanitari e educativi. Inoltre, esistono alcuni gruppi di persone più vulnerabili, come i migranti o i diversamente abili, che soffrono una disparità ancora maggiore in quanto ad opportunità. La disuguaglianza è un ostacolo allo sviluppo sociale e economico, aumentando la povertà globale e avvilendo lo spirito di realizzazione e l'autostima delle persone. L'SDG 10 vuole ridurre la disparità nei redditi e nelle opportunità fra paesi e all'interno di essi, riducendo la povertà nelle zone più svantaggiate, promuovendo l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, incentivando politiche al livello internazionale per migliorare la regolazione e il controllo dei mercati e degli istituti finanziari. Inoltre, occorre facilitare la migrazione e la mobilità sicura e responsabile dei migranti.

L'SDG 10 si focalizza sulla riduzione delle disuguaglianze e la promozione dell'inclusione sociale.

Le attività della Società contribuiscono – anche indirettamente – al raggiungimento di questo obiettivo: il progetto “Cani in corsia” supporta i bambini ricoverati, riducendo le disuguaglianze nell'accesso a cure integrative; mentre “Cani Guida” favorisce l'inclusione delle persone non vedenti, migliorando la loro autonomia.

Inoltre, il progetto “Una ciotola per nutrire la solidarietà” e le donazioni alle Associazioni affrontano le disuguaglianze sociali, sostenendo persone vulnerabili e i loro animali. L'inclusione di ex detenuti nella forza lavoro e l'implementazione del Piano D&I rafforzano l'inclusione sociale e lavorativa, abbattendo barriere economiche e sociali. Infine, il riconoscimento “Great Place to Work” evidenzia l'impegno della Società per un ambiente di lavoro equo e inclusivo, contribuendo alla riduzione delle disuguaglianze interne.

Queste azioni sono tutte allineate con l'obiettivo di ridurre le disuguaglianze e promuovere l'inclusione.

Rendicontazione di impatto

SABI Strumento di Autovalutazione

**BUONA
IMPRESA**

Il SABI (Strumento di Autovalutazione per le Società Benefit Italiane) è uno strumento appositamente sviluppato per monitorare e misurare l'impatto delle società benefit in Italia. Si tratta di una piattaforma che consente alle aziende di auto-valutarsi rispetto agli obiettivi di impatto che si sono prefissati, in linea con la loro missione sociale e ambientale. Attraverso SABI, le società benefit possono analizzare diversi ambiti della loro attività, come la governance, gli impatti ambientali, sociali ed economici, e l'efficacia delle loro politiche di sostenibilità. Utilizzando indicatori specifici, SABI offre un quadro chiaro della performance aziendale e consente di identificare aree di miglioramento.

Per Agrifarma Società Benefit, l'autovalutazione attraverso SABI rappresenta un passo fondamentale nel monitoraggio del proprio impegno verso la creazione di valore condiviso, fornendo una base solida per la rendicontazione delle attività e per il miglioramento continuo.

Descrizione e analisi dei risultati

LA CREAZIONE DI VALORE CON IL PRODOTTO



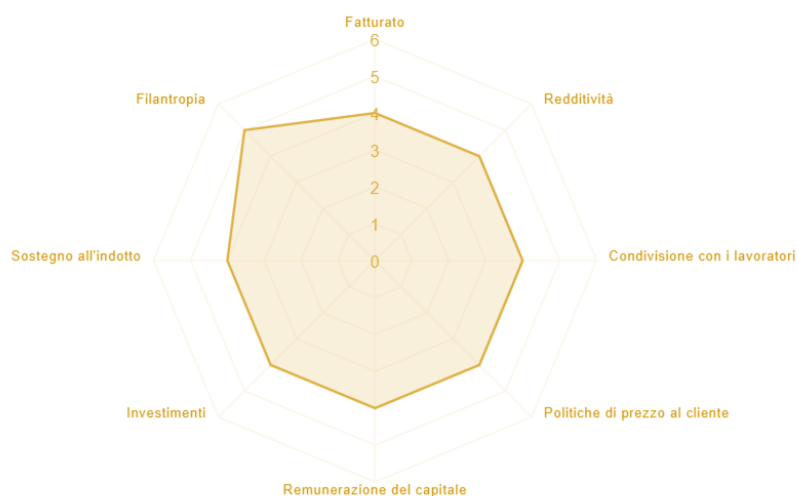
Il grafico evidenzia i risultati dell'autovalutazione riguardanti la creazione di valore attraverso il prodotto. Le diverse dimensioni esplorate includono la qualità del prodotto, l'innovazione, la sostenibilità (fine vita ed economia circolare), l'accessibilità e inclusività, nonché il contributo al benessere delle persone e al pianeta.

LA CREAZIONE DI VALORE CON IL LAVORO



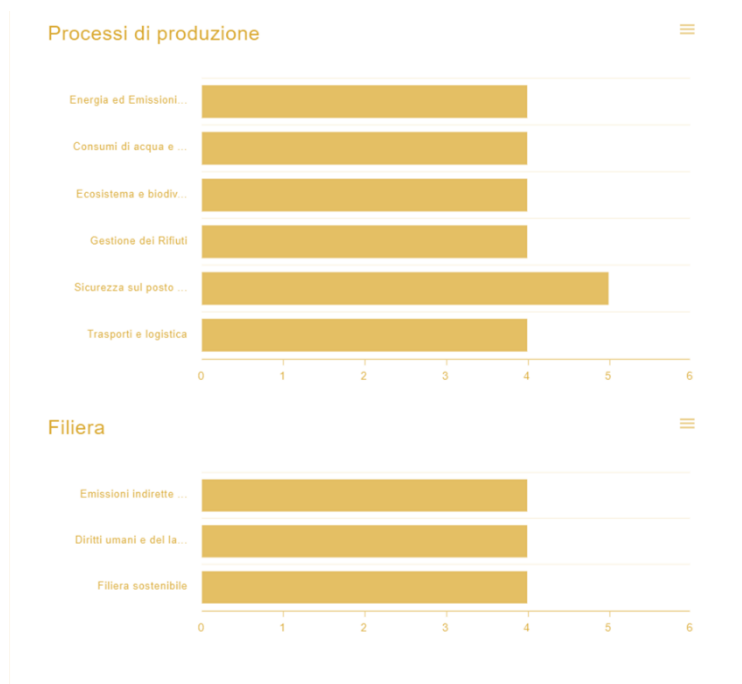
Il grafico mostra l'approccio di Agrifarma nella creazione di valore attraverso il lavoro, evidenziando un forte impegno in diverse aree cruciali. Dall'analisi del grafico si evince come la Società dimostri attenzione al benessere e alla crescita professionale dei dipendenti. La coerenza tra ruolo e persona e l'inclusività sono aree ben sviluppate, favorendo un ambiente di lavoro armonioso e rispettoso delle diversità. Inoltre, la Società promuove il riconoscimento del lavoro svolto e investe nella formazione continua, migliorando così sia la soddisfazione che la produttività. La chiarezza organizzativa e la collaborazione interna sono punti di forza che facilitano il raggiungimento degli obiettivi aziendali e il coinvolgimento dei dipendenti.

LA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO



Il grafico relativo alla creazione di valore economico riflette una solida posizione sul mercato e una gestione efficace delle risorse e dei costi. La Società ha dimostrato un impegno significativo nella condivisione dei risultati con i lavoratori, suggerendo un approccio equo alla distribuzione del valore creato. L'attenzione alla filantropia dimostra l'impegno di Agrifarma nel migliorare il benessere delle comunità. In generale, il grafico riflette una solida capacità di generare valore economico in modo sostenibile e inclusivo.

SOSTENIBILITA' DELLE OPERATIONS



In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations. Nei grafici, vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera.

Il grafico sull'autovalutazione della sostenibilità delle operations mostra un buon impegno nelle aree chiave. Per quanto riguarda i processi di gestione, la Società ha ottenuto buoni risultati in aree come la gestione delle risorse energetiche ed emissioni, la sicurezza sul lavoro e la gestione dei rifiuti. Nella filiera, Agrifarma si distingue per le emissioni indirette e il rispetto dei diritti umani e del lavoro.

Collegamento con gli obiettivi di beneficio comune

L'adozione dello strumento SABI da parte contribuisce significativamente alla trasparenza, al monitoraggio continuo e al miglioramento dell'impatto aziendale.

I risultati ottenuti dall'autovalutazione si inseriscono nel più ampio processo di rendicontazione degli obiettivi di beneficio comune, aiutando la Società a monitorare i progressi rispetto alla sua offerta di prodotti per il benessere degli animali, alla creazione di un ambiente di lavoro sicuro e inclusivo e alla sensibilizzazione dei clienti e delle comunità locali.

Inoltre, la sostenibilità ambientale è costantemente monitorata attraverso la ricerca di soluzioni a minore impatto e l'adozione di pratiche circolari, contribuendo a promuovere il consumo responsabile e l'uso di energie rinnovabili.

In questo modo, SABI supporta Agrifarma nell'allineare le sue operazioni con gli obiettivi di beneficio comune e nel migliorare costantemente l'impatto sociale e ambientale.

Il calcolo del punteggio tramite SABI ha permesso alla Società di ottenere una panoramica dell'impatto generato, costituendo, altresì, una base solida per l'orientamento strategico futuro.

La Società ha già avviato un piano di intervento per affrontare e migliorare le aree critiche identificate, con l'intento di ottimizzare in modo sostanziale questi ambiti e rafforzare la coerenza tra gli obiettivi di beneficio comune e l'impatto creato. Questo percorso si configura come un processo di crescita continua e partecipativa, destinato a coinvolgere progressivamente tutte le funzioni aziendali in una visione condivisa orientata al miglioramento costante.

BIA – B Impact Assessment



Il **B Impact Assessment (BIA)** è uno strumento sviluppato dall'organizzazione non profit B Lab per valutare in modo rigoroso e quantitativo l'impatto sociale e ambientale generato da un'azienda.

La valutazione avviene tramite una piattaforma online, dove l'impresa compila un questionario fornendo informazioni qualitative e quantitative.

Gli standard di B Lab promuovono responsabilità e trasparenza, incoraggiando le aziende a adottare pratiche coerenti con la missione dell'organizzazione.

Il percorso di certificazione si basa su due pilastri principali.

1. Requisiti fondamentali

Costituiscono il primo passo per accedere alla certificazione B Corp e verificano l'idoneità dell'azienda. In particolare, l'impresa deve:

- soddisfare i requisiti di ammissibilità, quindi essere legalmente costituita, operativa da almeno 12 mesi e generare la maggior parte dei ricavi in un mercato competitivo;
- adottare un modello di governance orientato agli stakeholder, integrando tali principi nella struttura legale e sottoscrivendo la B Corp Declaration of Interdependence;
- effettuare una valutazione del rischio tramite lo strumento di profilazione di B Lab, così da definire eventuali requisiti aggiuntivi necessari alla certificazione.

2. Requisiti relativi agli Argomenti di Impatto (Impact Topics)

Gli standard richiedono alle aziende di intraprendere azioni concrete in ambito sociale, ambientale e di governance, dimostrando leadership nelle pratiche di business responsabile. Gli argomenti di impatto principali sono:



Missione e stakeholder governance

Operare secondo uno scopo definito e integrare gli stakeholder nei processi decisionali.



Lavoro Equo

Garantire lavoro di qualità e un ambiente lavorativo positivo.



Giustizia, equità, diversità e inclusione

Promuovere inclusione, equità e diversità.

**Diritti Umani**

Rispettare dignità e diritti umani.

**Azione per il clima**

Contrastare il cambiamento climatico e i suoi effetti.

**Circolarità e tutela ambientale**

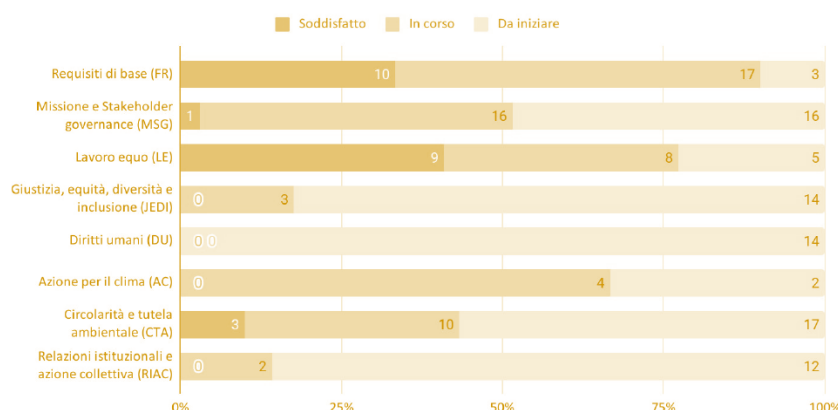
Adottare pratiche di sostenibilità ambientale ed economia circolare.

**Relazioni istituzionali e azione collettiva**

Contribuire in modo responsabile allo sviluppo economico e sociale dei Paesi in cui l'azienda opera.

Per ottenere la certificazione B Corp, le imprese devono quindi rispettare sia i requisiti fondamentali sia quelli relativi agli argomenti di impatto. I criteri specifici variano in base alla dimensione aziendale, al settore e all'area geografica di attività.

Risultati raggiunti



L'analisi del livello di conformità ai **7 Impact Topics** (e ai requisiti di base) dei nuovi standard B Lab evidenzia quanto riportato nel seguito.

Il risultato migliore si registra nel topic **Lavoro Equo**, ambito in cui oltre il 25% dei requisiti risulta già soddisfatto. In particolare, emergono pratiche aziendali già consolidate, a conferma di un'attenzione verso la qualità del lavoro e il benessere delle persone.

Per quanto riguarda **Missione e Stakeholder Governance** e **Azione per il Clima** il grafico evidenzia che oltre il 50% dei requisiti è "in corso". Questo dato suggerisce che la Società abbia già avviato un percorso strutturato di adeguamento agli standard B Corp, soprattutto in relazione alla governance orientata agli stakeholder e alle iniziative ambientali e climatiche.

Le aree che richiedono maggiore sviluppo risultano invece:

- **Diritti Umani**, dove la totalità dei requisiti è ancora da avviare;
- **Relazioni Istituzionali e Azione Collettiva**, con circa l'85% dei requisiti non ancora implementati;
- **Giustizia, Equità, Diversità e Inclusione**, con circa l'80% da avviare;
- **Circularità e Tutela Ambientale**, che presenta ancora una quota elevata di requisiti da sviluppare.

Nel complesso, il grafico mostra che Agrifarma Società Benefit ha già intrapreso un percorso coerente con i principi della certificazione B Corp, soprattutto negli aspetti organizzativi e lavorativi.

Nota metodologica

La presente Relazione di Impatto è il risultato dell'impegno di Agrifarma S.p.A. Società Benefit nel rendicontare ogni anno gli impatti generati e nel definire gli obiettivi in linea con le finalità di beneficio comune previste dallo Statuto, in conformità a quanto stabilito dalla Legge n. 208 del 28 dicembre 2015.

La valutazione dell'impatto è stata calcolata considerando l'intero Gruppo, di cui Agrifarma S.p.A. è capogruppo.

Per l'anno 2025, l'impatto delle attività del Gruppo è stato misurato attraverso SABI (Strumento di Autovalutazione per la Buona Impresa).

Vengono altresì riportati i risultati ottenuti dalla Società tramite lo strumento di valutazione BIA (B Impact Assessment).

Questo documento costituisce la seconda edizione della Relazione di Impatto della Società e lo stesso include sia la rendicontazione rispetto alle azioni e agli obiettivi definiti nell'esercizio 2025 sia la definizione degli obiettivi per l'anno 2026.

Si precisa che la presente Relazione d'impatto non è parte integrante del Fascicolo di Bilancio d'esercizio e consolidato di Agrifarma S.p.A., pertanto non è stata oggetto di revisione.