A.S.T.R.A. Bio

Alimentazione Salute Territorio Rispetto Ambientale

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



2025

INDICE DEI CONTENUTI

LETTERA AGLI STAKEHOLDER 4

1. A.S.T.R.A. BIO: una storia di passione e responsabilità **6**
1.1 L'Azienda 8
1.2 Valori, Mission e Vision 10
1.3 Governance e Struttura Organizzativa 12
1.4 Il modello 231, garanzia di legalità e sostenibilità 14

2. COME OPERIAMO: un'identità fondata sul biologico **16**
2.1 Business Model 16
2.2 Analisi SWOT 22
2.3 I nostri prodotti 23
2.4 Le certificazioni 25

3. SOSTENIBILITÀ: valori, priorità, obiettivi e network **28**
3.1 La nostra proposta di valore 28
3.2 Biologico e sostenibilità 32
3.3 Il coinvolgimento degli stakeholder 34
3.4 Analisi di doppia materialità 38

4. CREARE VALORE: costruire oggi il futuro di domani **42**
4.1 L'integrazione dei fattori ESG nella strategia aziendale 42
4.2 Rendiconto economico 43
4.3 Etica del business e compliance 44
4.4 Governance responsabile, territorio e sostegno allo sport 46

5. AMBIENTE: il nostro impegno per il pianeta **50**
5.1 Verso un'impronta più leggera 51
5.2 L'acqua, risorsa preziosa 55
5.3 Recuperare e Riciclare 56
5.4 Green Procurement e selezione dei fornitori 57

6. SOCIALE: il nostro impegno per le persone **58**
6.1 Salute e sicurezza 60
6.2 La formazione 61
6.3 Parità e work-life balance 63
6.4 L'attenzione al cliente e al consumatore 63

7. NOTA METODOLOGICA **66**
7.1 Nota metodologica 66
7.2 VSME report 67

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2025

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Gentili Stakeholder,
è con grande orgoglio che presentiamo il nostro primo Bilancio di Sostenibilità, un documento che rende evidenza di un impegno che in A.S.T.R.A. Bio coincide con la nostra stessa ragion d'essere. La sostenibilità è il principio che guida ogni scelta aziendale, produttiva e strategica. Crediamo infatti che fare impresa significhi assumersi una responsabilità concreta verso l'ambiente, le persone e il territorio, contribuendo alla costruzione di un modello di sviluppo più equilibrato e sostenibile.

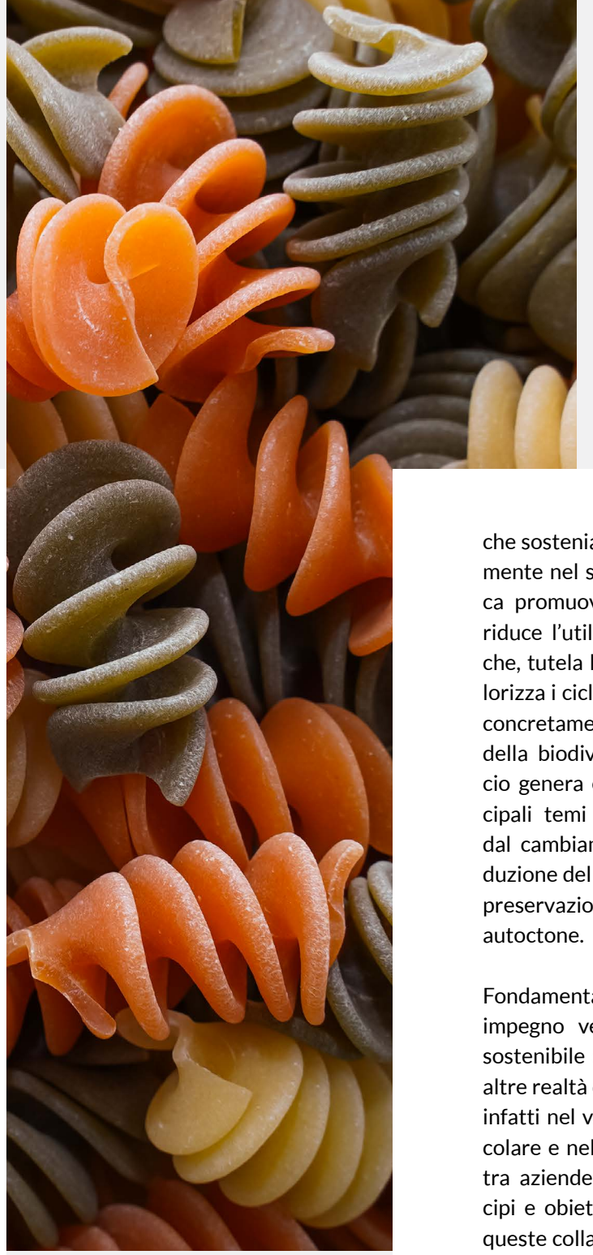
Abbiamo voluto tradurre questi valori in azioni tangibili, dalla scelta dei nostri ingredienti alla produzione e alla vendita. La nostra sede produttiva è stata realizzata per minimizzare l' impatto ambientale e per ridurre l'impronta ecologica dell'azienda grazie a un impianto efficiente, moderno e rispettoso dell'ecosistema.

Parallelamente, abbiamo investito in energie rinnovabili attraverso l'installazione di pannelli fotovoltaici e nell'adozione di sistemi di fitodepurazione e tecnologie avanzate in grado di ottimizzare i consumi energetici e ridurre le emissioni. Questi interventi rappresentano per noi non solo una scelta ambientale, ma anche un impegno concreto verso un modello produttivo più responsabile e duraturo.

> *Crediamo nel valore dell'economia circolare e nella creazione di sinergie tra aziende che condividono principi e obiettivi comuni.*

Nel corso del 2025 abbiamo ulteriormente rafforzato il nostro percorso di sostenibilità attraverso numerose iniziative ambientali. Tra queste, un passo significativo è stato l'introduzione di confezioni realizzate interamente in carta, scelta che ci ha permesso di ridurre sensibilmente l'utilizzo della plastica e l'impatto ambientale legato al packaging.

La sostenibilità per A.S.T.R.A. Bio parte però soprattutto dalla materia prima e dal modello agricolo



che sosteniamo. Operare esclusivamente nel settore biologico significa promuovere un'agricoltura che riduce l'utilizzo di sostanze chimiche, tutela la fertilità del suolo, valorizza i cicli naturali e contribuisce concretamente alla salvaguardia della biodiversità. Questo approccio genera effetti positivi sui principali temi ambientali più attuali, dal cambiamento climatico alla riduzione dell'inquinamento, fino alla preservazione delle varietà agricole autoctone.

Fondamentale è anche il nostro impegno verso la filiera agricola sostenibile e la collaborazione con altre realtà del territorio. Crediamo infatti nel valore dell'economia circolare e nella creazione di sinergie tra aziende che condividono principi e obiettivi comuni. Attraverso queste collaborazioni contribuiamo alla diffusione di pratiche sostenibili e alla condivisione di esperienze e competenze.

Allo stesso tempo riteniamo essenziale promuovere cultura e consapevolezza. Per questo il nostro pastificio è aperto a visite guidate e organizziamo attività rivolte a scuole, famiglie e comunità locali, con l'obiettivo di sensibilizzare sui temi dell'alimentazione sostenibile, del biologico e della tutela ambientale.
Scegliere i prodotti di A.S.T.R.A. Bio significa quindi non solo acquistare alimenti sani, sicuri e di qualità, ma sostenere un modello produttivo fondato su responsabilità, trasparenza e rispetto per l'ambiente. Significa valorizzare una filiera che mette al centro il benessere delle persone, la tutela del territorio e la salvaguardia delle risorse per le generazioni future.

Con convinzione continueremo a investire in questo percorso, mantenendo fede ai valori che da sempre guidano la nostra identità aziendale.

Grazie per il supporto, la fiducia e la collaborazione che continuate a dimostrarci ogni giorno.

Roberto Giordani
ORGANIC CLUB FM SRL

Emanuele Zuanetti
GERMINAL S.P.A. SB

Maurizio Gritta
IRIS SOC. COOP. AGRICOLA DI PRODUZIONE E LAVORO

1. A.S.T.R.A. BIO

Una storia di passione e responsabilità

1925



Viene fondato il Pastificio Nosari a Piadena (CR).

1978

Nasce il marchio IRIS per promuovere i prodotti agricoli coltivati con metodo biologico dalla Cooperativa Agricola IRIS.

1999



La Cooperativa IRIS fonda A.S.T.R.A. Bio S.r.l., il suo ramo commerciale dedicato alla gestione e commercializzazione dei prodotti a marchio IRIS.



2005

La Cooperativa IRIS rileva il pastificio Nosari e lo prende in gestione per alcuni anni, trasferendone successivamente la gestione ad A.S.T.R.A. Bio.

2016

Per dotarsi di una struttura produttiva più all'avanguardia, in grado di rispondere alle sempre crescenti esigenze dei clienti, viene inaugurato il nuovo pastificio A.S.T.R.A. Bio a Casteldidone (CR).



2021



Il Gruppo Germinal, da 40 anni leader del biologico, entra nell'assetto societario di A.S.T.R.A. Bio, da anni suo fornitore per il baby food. Un'acquisizione strategica per entrambe le realtà, nella creazione di importanti sinergie commerciali, sempre all'insegna di una profonda attenzione alla qualità e alla sostenibilità.

OGGI



Anche oggi, le materie prime utilizzate per la produzione della pasta IRIS, conosciuta e apprezzata in tutto il mondo, sono fornite esclusivamente da Cooperativa IRIS.



1.1 L'AZIENDA

A.S.T.R.A. Bio S.r.l. è nata nel 1999 quale costola del più ampio progetto IRIS, che trae origine dall'incontro nel 1978 di nove giovani ragazze e ragazzi che si uniscono per lavorare insieme con lo scopo di produrre alimenti sani, senza l'uso di sostanze chimiche di sintesi. Nel 1984 la IRIS diventa ufficialmente una cooperativa agricola di produzione e lavoro come proprietà collettiva e con lo scopo di coltivare in modo biologico. I punti fondanti della filosofia IRIS sono:

- praticare e diffondere la coltivazione agricola biologica
- sviluppare un rapporto diretto con il consumatore
- promuovere la cultura della proprietà collettiva.

Nel 1999 si costituisce **A.S.T.R.A. Bio**, il braccio commerciale creato per gestire e valorizzare i frutti della cooperativa. Un momento di svolta avviene nel 2005, quando Iris rileva lo storico Pastificio Nosari (fondato nel 1925 a Piadena), salvandolo dal fallimento e permettendo a 22 persone di mantenere il posto di lavoro e il reddito. Integrando l'esperienza di questa antica realtà nel proprio progetto Bio, **la Cooperativa ne affida la gestione ad A.S.T.R.A. Bio.**

L'evoluzione culmina nel **2016** con l'apertura del nuovo **polo produttivo ecologico a Casteldidone**. Questa struttura d'avanguardia unisce la tradizione produttiva del 1925 ai più moderni standard di sostenibilità qualificando A.S.T.R.A. Bio tra i produttori di riferimento per pasta e sughi biologici.

Una sinergia nel segno del biologico: l'unione con il Gruppo Germinal

Dal **2021**, A.S.T.R.A. Bio e il **Gruppo Germinal** uniscono le forze, due pionieri con oltre **40 anni di storia** nel biologico. Il Gruppo Germinal è entrato nell'assetto di **A.S.T.R.A. Bio**, consolidando un legame storico nato dalla fornitura di pasta baby food.

L'unione si fonda sulla **complementarità**:

- **A.S.T.R.A. Bio** mantiene la propria identità e il polo produttivo specializzato nella **pasta**.
- **Il Gruppo Germinal** apporta il proprio know-how nei **prodotti da forno**.

Questa sinergia crea un'offerta solida e completa, che spazia dalla **pasta** ai prodotti da **forno**. È un rafforzamento reciproco basato su una visione comune di qualità e sostenibilità, che garantisce al mercato un punto di riferimento ancora più coerente e strutturato.

Resta all'interno della compagine sociale del pastificio la **Cooperativa Agricola Iris**, socio fondatore e conferitore strategico delle materie prime: la cooperativa garantisce infatti la filiera agricola 100% biologica e italiana, solido modello di **economia circolare** dove la qualità nasce nei campi. La trasparenza è garantita dalla certificazione volontaria **UNI EN ISO 22005:2008**, che monitora ogni passaggio:

- **Oltre 100 aziende agricole** Bio verificate in tutta Italia.
- **Mulini partner** costantemente monitorati.
- **Controllo totale** dei processi interni al pastificio.

Negli anni **A.S.T.R.A. Bio** è diventata un'azienda ben radicata nel territorio. La società ha sempre indirizzato la propria attività secondo forti principi etici, di attenzione alle persone e all'ambiente ed è votata ad offrire ai propri collaboratori, clienti e partner commerciali il massimo livello di affidabilità.





1.2 VALORI, MISSION E VISION

Il nome A.S.T.R.A. Bio racchiude in modo diretto e identitario la missione stessa dell'azienda, sintetizzando nei suoi quattro elementi fondamentali i valori che guidano l'attività quotidiana e la visione strategica dell'organizzazione.

Alimentazione

Rappresenta l'impegno nella produzione e promozione di alimenti biologici di qualità, orientati non solo al gusto e alla tradizione, ma anche alla sicurezza, alla genuinità e alla trasparenza lungo tutta la filiera. L'alimentazione viene quindi interpretata come uno strumento fondamentale per il benessere delle persone e per una cultura del consumo più consapevole.

Salute

Evidenzia la volontà dell'azienda di contribuire al benessere dell'individuo attraverso prodotti ottenuti nel rispetto dei principi del biologico, riducendo l'utilizzo di sostanze chimiche e privilegiando processi produttivi più naturali e sostenibili. La salute non riguarda solamente il consumatore finale, ma anche quella dei lavoratori, delle comunità e degli ecosistemi coinvolti.

Territorio

Richiama il forte legame con il contesto locale, con le tradizioni agricole e con la valorizzazione delle risorse, umane e naturali. L'azienda riconosce il valore delle filiere locali, della relazione con i produttori e della tutela del patrimonio agricolo e culturale, contribuendo allo sviluppo sostenibile dell'area in cui opera.

Rispetto Ambientale

Sintetizza l'approccio etico e responsabile verso l'ambiente, elemento centrale della filosofia aziendale. Questo principio si traduce nell'adozione di pratiche sostenibili, nella riduzione degli impatti ambientali, nella tutela della biodiversità e nella ricerca di un equilibrio tra attività produttiva e salvaguardia delle risorse naturali.

Nel suo insieme, il nome A.S.T.R.A. Bio non rappresenta quindi soltanto un acronimo, ma l'essenza dell'identità aziendale.
Per A.S.T.R.A Bio tutto nasce dalla volontà di valorizzare e potenziare **l'economia circolare**.

A.S.T.R.A. Bio realizza i propri prodotti garantendo alti standard qualitativi e una continua ricerca tecnologica, nonché l'esperienza, l'amore e la devozione per il metodo biologico. I prodotti sono certificati da enti indipendenti per offrire ai consumatori ulteriore garanzia di acquistare alimenti sani, di qualità e che contribuiscano a sostenere un progetto di un modello sostenibile, dalla campagna alla tavola.

> *Garantiamo una giusta remunerazione a tutti gli attori, rafforzando tutti gli anelli della catena del biologico: dalla terra dei nostri soci, alla tavola del consumatore.*



1.3 GOVERNANCE E STRUTTURA ORGANIZZATIVA

La Società è iscritta alla Camera di Commercio di Cremona con capitale sociale di € 3.500.000,00 di proprietà di Organic Club FM S.r.l., Il Mangiar Sano S.p.A. SB e IRIS Coop. Agricola di produzione e lavoro.

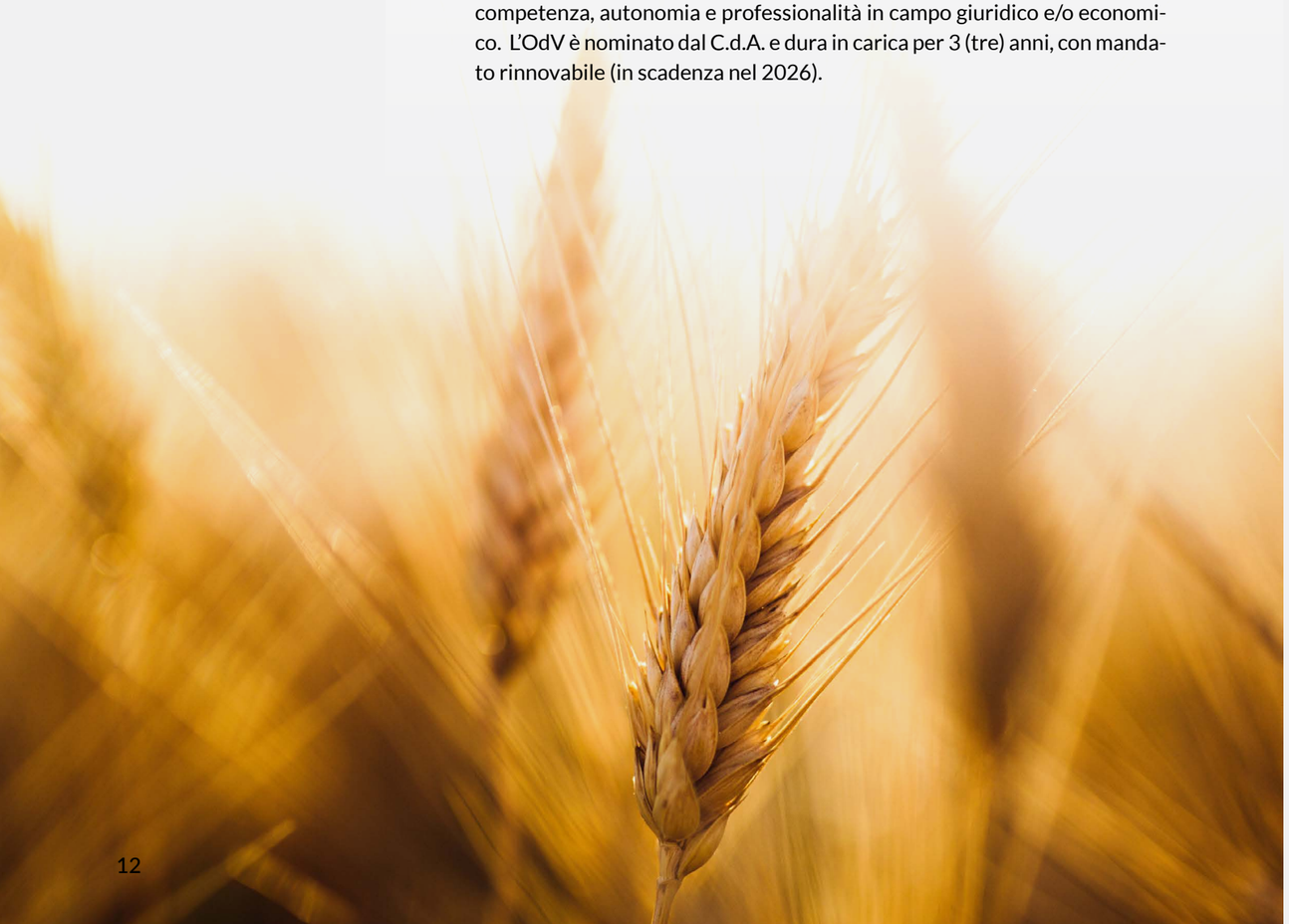
MODELLO DI GOVERNANCE

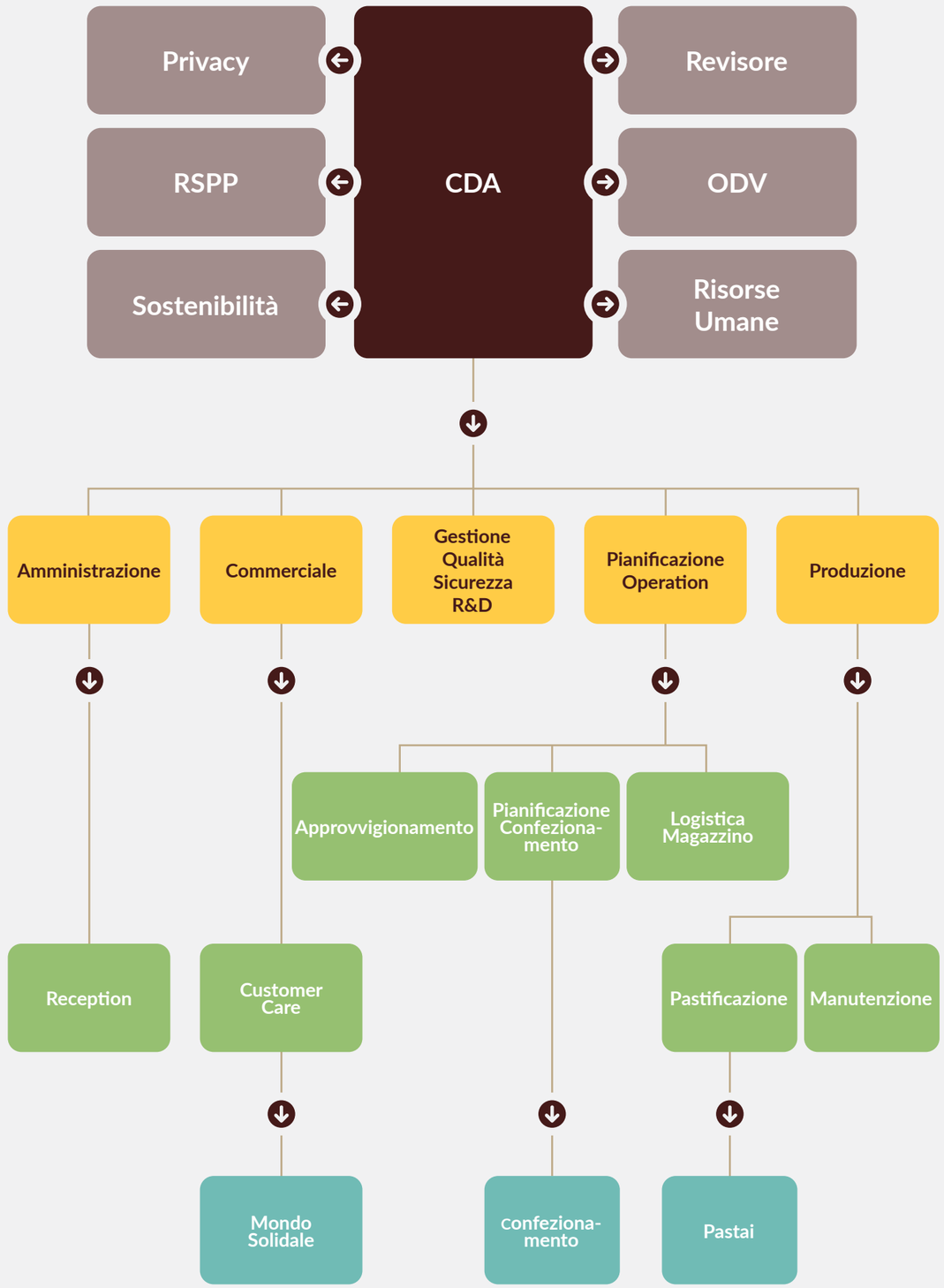
1. Consiglio di Amministrazione

Il **Consiglio di Amministrazione** è composto da 3 membri:
Emanuele Zuanetti, presidente del C.d.A. e rappresentante dell'impresa e i 2 consiglieri Filippo Giacomazzi e Cristiano Corghi.

Il Revisore Legale è Pietro Hyvoz.

È inoltre attivo un **Organismo di Vigilanza**, un organo monocratico, composto da un membro esterno alla Società, di comprovata esperienza, moralità, competenza, autonomia e professionalità in campo giuridico e/o economico. L'OdV è nominato dal C.d.A. e dura in carica per 3 (tre) anni, con mandato rinnovabile (in scadenza nel 2026).





1.4 IL MODELLO 231, GARANZIA DI LEGALITÀ E SOSTENIBILITÀ

Coerentemente con i propri valori di integrità, responsabilità e trasparenza, A.S.T.R.A. Bio ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 (Modello 231), in vigore dal 31/08/2023 quale strumento volto a rafforzare il sistema di governance aziendale e a promuovere comportamenti etici e conformi alla normativa vigente.

L'adozione del Modello rappresenta una **scelta volontaria** che conferma l'impegno della Società nella prevenzione dei rischi, nella tutela delle persone, dell'ambiente e degli stakeholder, nonché nella diffusione di una cultura aziendale improntata alla legalità e alla correttezza professionale.

Il Modello 231 costituisce un sistema organico di principi, regole, procedure e controlli finalizzato a prevenire la commissione dei reati previsti dal Decreto e a garantire lo svolgimento delle attività aziendali secondo criteri di trasparenza, affidabilità e responsabilità.

La struttura del Modello comprende una Parte Generale, che descrive i principi del D.Lgs. 231/2001, il sistema disciplinare, i flussi informativi e il ruolo dell'Organismo di Vigilanza incaricato di monitorarne l'efficace attuazione, e una Parte Speciale dedicata all'analisi delle aree di rischio e dei presidi di controllo adottati per prevenire i reati rilevanti per la Società.
Il Modello è inoltre integrato da documenti e procedure aziendali, tra cui il **Codice Etico**, il **Codice Disciplinare** e gli altri protocolli operativi che contribuiscono a garantire l'efficacia del sistema di controllo interno e il miglioramento continuo dei processi aziendali.

Ai fini dell'impegno ESG di A.S.T.R.A. Bio il **Codice Etico** assume particolare rilevanza in quanto esplicita i **principi e le norme di comportamento che la Società considera fondamentali nello svolgimento delle proprie attività** e il cui rispetto è imposto a tutti gli individui, gruppi e organizzazioni, che hanno con essa relazioni significative. Il Codice prevede i **principi etici di riferimento** (responsabilità e rispetto delle leggi; correttezza; imparzialità; integrità; trasparenza; efficienza; concorrenza leale; qualità dei prodotti; tutela della riservatezza; spirito di servizio; valore delle risorse umane, rispetto della persona e pari opportunità; prevenzione del conflitto di interessi; rapporti con la collettività e tutela dell'ambiente), le **Norme e gli standard di comportamento** (obblighi comportamentali generali; trattamento delle informazioni; omaggi; rapporti con la PA; rapporti con i media; rapporti con fornitori, partner commerciali e clienti; antiriciclaggio). Il Codice si rivolge a **tutti i soggetti che hanno relazioni con la società** e tutti i destinatari sono tenuti ad osservarne e, per quanto di loro competenza, a farne osservare i principi. A.S.T.R.A. BIO S.R.L. si impegna a garantire una puntuale diffusione interna ed esterna del Codice mediante diversi canali. Nei contratti con i Terzi Destinatari è prevista l'introduzione di clausole e/o la sottoscrizione di dichiarazioni volte a formalizzare l'impegno al rispetto del Modello e del Codice Etico. L'OdV promuove la diffusione del Codice e ne verifica il livello di implementazione.



2. COME OPERIAMO

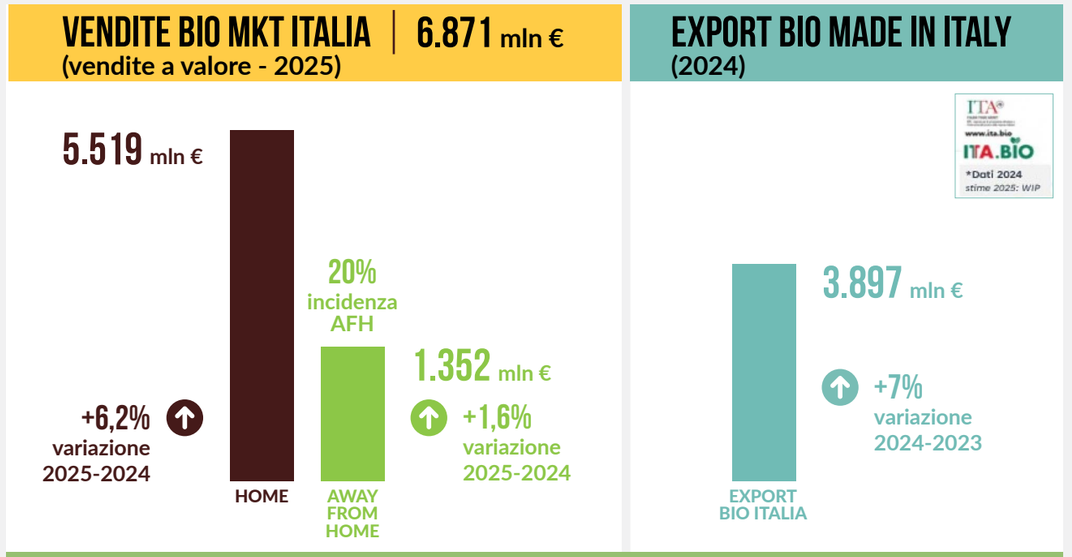
Un'identità fondata sul biologico

2.1 BUSINESS MODEL

1. Un mercato in forte evoluzione

Il mercato del biologico sta vivendo una crescita significativa sia in Italia sia a livello internazionale. Questa evoluzione non riguarda solamente il consumo di prodotti biologici in senso stretto, ma riflette un cambiamento culturale più ampio, legato alla crescente attenzione verso sostenibilità, salute, tracciabilità e qualità delle filiere alimentari.
In Italia la crescita del biologico italiano è confermata sia dai dati su superfici agricole, sia sul numero degli operatori, sia sull'export. Con oltre 2,5 milioni di ettari e **una percentuale di superfici Bio sul totale pari al 20,2% (contro una media europea ferma al 11,2%)**, si avvicina ulteriormente il target del 25% di superficie agricola biologica fissato dalle strategie europee Farm to Fork e Biodiversità per il 2030 e che l'Italia, in accordo con quanto previsto dal Piano Strategico della PAC, ha deciso di anticipare al 2027.
Secondo i dati dell'Osservatorio SANA presentati da Nomisma a febbraio 2026, **nel 2025 le vendite di biologico nel mercato italiano hanno raggiunto i 6,9 miliardi di euro** che afferiscono prevalentemente ai consumi domestici (con una dimensione pari a 5,5 miliardi) mentre oltre 1,35 miliardi di euro sono consumi che passano per il canale fuori casa. La Distribuzione Moderna si conferma il primo canale di acquisto di biologico, pesando per il 64% del totale delle vendite legate ai consumi domestici degli italiani. Nel 2025 le vendite di biologico nel canale si attestano a 3,5 miliardi di euro (+6,1% rispetto al 2024 – fonte: stime Nomisma su dati Nielsen IQ – dati Anno 2025 perimetro omnichannel). Il 20% dei consumi interni passa, invece, dai negozi specializzati nel Bio, che nell'ultimo anno hanno visto un incremento del valore delle vendite del +7,5%.
In questo scenario, A.S.T.R.A. Bio opera all'interno del comparto della pasta, un settore tradizionale ma altamente competitivo, dove differenziarsi richiede identità, coerenza e capacità di innovazione.

LE DIMENSIONI DEL MERCATO BIO



Fonte: Osservatorio SANA–Nomisma - elaborazioni su dati NielsenIQ, AssoBio, Ismea, ITA.BIO per Agenzia ICE

> *A.S.T.R.A. Bio non rincorre le mode del momento, ma preferisce sviluppare prodotti autentici, sostenibili e realmente compatibili con la propria identità*

2. Innovazione coerente con i valori aziendali

Pur lavorando su un prodotto apparentemente semplice come la pasta, l'azienda investe costantemente nella ricerca e nello sviluppo di nuove soluzioni. Tra i progetti attualmente in valutazione vi è, ad esempio, una linea di pasta proteica, nata a seguito di analisi di mercato, studio delle tendenze emergenti e confronto diretto con il settore attraverso la partecipazione alle principali fiere del biologico.
L'approccio all'innovazione, però, segue una logica molto precisa: ogni nuovo prodotto deve essere coerente con i valori fondanti dell'azienda.
La filosofia aziendale può essere sintetizzata in un principio chiaro: meglio rinunciare a un trend piuttosto che proporre un prodotto incoerente con la propria storia e con il proprio approccio al biologico.

3. Un posizionamento distintivo

La crescita del mercato Bio ha attirato numerosi nuovi operatori, spesso orientati principalmente alla competizione sul prezzo. A.S.T.R.A. Bio ha invece scelto un posizionamento differente, basato su:

- selezione rigorosa delle materie prime;
- forte controllo della filiera;
- esperienza storica nel biologico;
- qualità del prodotto;
- coerenza etica e produttiva.

Nonostante l'aumento della concorrenza e l'ingresso di nuovi player nel mercato bio, A.S.T.R.A. Bio intende continuare a crescere mantenendo saldi i propri valori distintivi: qualità, autenticità, sostenibilità e coerenza con la propria identità storica. L'azienda si riconosce infatti come una realtà pioniera del biologico, capace di distinguersi grazie alla propria esperienza, alla conoscenza del settore e alla credibilità costruita nel tempo.

4. Filiera e partnership strategiche

Uno degli elementi centrali del business model è la costruzione di una **filiera biologica controllata e collaborativa**.
Negli ultimi anni l'azienda ha ampliato le collaborazioni con aziende agricole biologiche certificate ed è costantemente impegnata nella ricerca di nuovi partner da integrare nella filiera produttiva.
Un ruolo strategico è ricoperto dai **mulini**, che rappresentano il collegamento diretto con il mondo agricolo e contribuiscono alla creazione di un modello di economia circolare che parte dalla semina e arriva fino al prodotto finito.
Accanto a questo si segnalano 2 partnership strategiche:

- con un fornitore storico di materie prime, coinvolto anche nei progetti più innovativi;
- la produzione della pasta senza glutine viene affidata a un partner specializzato situato nelle vicinanze del pastificio, scelta che permette di ridurre l'impatto logistico e mantenere elevati standard qualitativi.

5. Canali di mercato

Dal punto di vista geografico, A.S.T.R.A. Bio opera **sia sul mercato italiano sia su mercati esteri, con una quota export pari a circa il 50% del fatturato**. Tra questi, la Germania rappresenta uno dei contesti più evoluti e maturi in termini di domanda di prodotti biologici.
Non si rilevano differenze sostanziali, in termini di posizionamento, tra i mercati della grande distribuzione organizzata (GDO) italiani ed esteri di fascia medio-alta, ad eccezione di alcune specificità, come la maggiore valorizzazione del biologico anche nel canale discount in determinati Paesi.
Il modello commerciale si articola su una pluralità di canali e segmenti di clientela, che comprendono sia relazioni B2B (attualmente la componente prevalente del business) sia B2C:

Canale B2B:

- catene della grande distribuzione organizzata (GDO), sia in Italia sia all'estero, prevalentemente tramite produzioni a marchio del distributore (Private Label);
- importatori e grossisti, sia per prodotti a marchio proprio sia per private label;
- canale Ho.Re.Ca.;
- negozi specializzati biologici (normal trade e distribuzione organizzata specializzata).

Canale B2C:

- vendita diretta al consumatore finale tramite e-commerce;
- gruppi di acquisto solidale (GAS), in cui l'azienda detiene una posizione di rilievo nel segmento della pasta biologica;
- vendita indiretta tramite il proprio marchio nei punti vendita specializzati.

Dal punto di vista economico, si evidenzia come il canale GDO, in particolare attraverso le private label, contribuisca in modo significativo al fatturato complessivo, mentre i canali diretti e specializzati risultano maggiormente rilevanti in termini di marginalità.

6. Relazione con il cliente e fidelizzazione

Uno degli aspetti distintivi del modello aziendale è il forte orientamento alla relazione con il cliente, in un'attenta valutazione delle loro aspettative. Le esigenze dei clienti variano in funzione del segmento di appartenenza, ma presentano alcuni elementi comuni, tra cui la **richiesta di garanzia di certificazione biologica, tracciabilità e coerenza con determinati valori alimentari e ambientali**. In particolare:

- la GDO integra tali requisiti con una forte attenzione al prezzo;
- i clienti del canale specializzato e i GAS privilegiano qualità, sicurezza e coerenza etica;
- i clienti private label orientati al biologico richiedono elevati standard qualitativi e continuità di fornitura, spesso regolata da contratti periodici rinegoziabili.

A.S.T.R.A. Bio investe nella qualità del servizio e nella costruzione di rapporti di fiducia duraturi. Sia il consumatore finale sia i clienti business tendono infatti a fidelizzarsi nel tempo, una volta riconosciuta la qualità del prodotto e la coerenza del marchio. Questo aspetto risulta particolarmente rilevan-



te anche nelle collaborazioni con marchi privati, che ricercano partner affidabili, competenti e stabili.
Nel canale della **Grande Distribuzione Organizzata** (GDO), il rapporto con i buyer è prevalentemente di natura commerciale, regolato da contratti annuali che definiscono volumi, prezzi e condizioni di fornitura. Accanto a questa dimensione, in diversi casi si sono sviluppate relazioni di fiducia che consentono l'attivazione di sinergie progettuali e lo sviluppo congiunto di prodotti, mettendo a disposizione del cliente il know-how aziendale in ambito biologico.
In particolare, nel segmento **private label** (PL – GDO), non si riscontrano differenze sostanziali tra catene italiane ed estere di fascia medio-alta. Il prodotto è commercializzato con il marchio del distributore e destinato al consumatore finale attraverso la rete della GDO. Il canale discount non rappresenta un ambito prioritario, ad eccezione di alcuni mercati esteri (es. Germania), dove in specifici casi anche questo canale valorizza filiere biologiche strutturate. Le relazioni in ambito PL sono spesso configurate come partnership di medio-lungo periodo, con un elevato livello di integrazione e, in alcuni casi, con il coinvolgimento nella pianificazione delle materie prime.
Nel **canale marchio proprio (IRIS)**, l'azienda opera principalmente attraverso il circuito specializzato biologico, dove i prodotti sono distribuiti tramite buyer e commercializzati con il proprio brand. In questo contesto, il posizionamento è orientato alla qualità, alla coerenza valoriale e alla riconoscibilità del marchio.
Il **canale e-commerce** (shop online) consente la vendita diretta al consumatore finale, offrendo condizioni economiche competitive ma coerenti con il posizionamento degli altri canali. Questo canale permette inoltre un maggiore controllo della relazione con il cliente e contribuisce a migliorare i margini rispetto ai canali intermediati.
I **Gruppi di Acquisto Solidale (GAS)** rappresentano un segmento rilevante, all'interno del quale l'azienda detiene una **posizione di leadership nel comparto della pasta biologica**. Le relazioni con i GAS sono caratterizzate da una forte condivisione di valori e da una particolare attenzione alla qualità, alla trasparenza e alla coerenza della proposta.
Nel canale **Ho.Re.Ca.**, i rapporti sono generalmente regolati da procedure di gara (su invito) e presentano un livello di formalizzazione più elevato, con un'interazione meno diretta rispetto ad altri segmenti.



7. Sviluppo commerciale

L'azienda punta a consolidare la propria presenza attraverso:
- acquisizione di clienti strategici;
- crescita della marginalità;
- ampliamento dei segmenti di mercato;
- sviluppo di nuove opportunità economiche.

In particolare, sono in programma iniziative volte a rafforzare la diffusione e la riconoscibilità del marchio proprio, attraverso investimenti mirati B2C, in particolare a livello locale (attività di comunicazione su stampa, social media, incontri ed eventi, anche in ambito sportivo). In questo contesto, elementi quali **autenticità e prossimità rappresentano leve strategiche di posizionamento**.
La distribuzione del fatturato riflette la rilevanza strategica dei diversi canali: **circa il 30% è generato dalla GDO, il 20% dal canale specializzato (GAS, negozi bio e online), mentre l'export complessivo incide per circa il 50%**, con una significativa presenza di private label. Dal punto di vista dei volumi, il canale GDO e le private label risultano determinanti; tuttavia, in termini di marginalità e posizionamento, assumono particolare rilevanza i canali diretti e specializzati.

8. Comunicazione e identità del marchio

La comunicazione aziendale si sviluppa attraverso diversi canali:
- sito internet;
- social media, in particolare Facebook e Instagram;
- incontri diretti con il territorio, scuole e comunità locali.

L'obiettivo è instaurare un rapporto autentico e trasparente con il consumatore, valorizzando gli elementi distintivi dell'azienda:
- filiera controllata;
- sicurezza del prodotto;
- sostenibilità ambientale;
- pastificio in bioedilizia;
- riduzione della plastica;
- utilizzo di energie rinnovabili;
- tracciabilità della carta;
- valorizzazione della componente femminile all'interno dell'organizzazione.



9. Nuovi segmenti e prospettive future

L'azienda sta esplorando nuovi segmenti emergenti, tra cui:
- pasta proteica;
- paste vitaminizzate;
- alimentazione funzionale.

Un progetto particolarmente significativo è rappresentato dalla linea baby food, avviata nel 2019 e oggi in forte crescita.
Essere stati pionieri del biologico ha conferito all'azienda un'immagine di autenticità e di leadership nel settore, che nel corso degli anni si è rivelata un grande vantaggio competitivo.

2.2 ANALISI SWOT

S
STRENGTHS

- L'esperienza costruita negli anni, che ci ha reso ciò che siamo oggi.
- Il prodotto viene percepito come migliore rispetto alla concorrenza.
- Produzione 100% biologica – un elemento raro nel panorama italiano.
- Filiera tracciata e certificata
- Relazioni solide e continuative con gli stakeholder.
- Accordi a medio-lungo termine per consolidare una cultura biologica duratura.
- Prezzo equo: obiettivo di mantenere prodotti accessibili senza rinunciare alla qualità.
- Risorse strategiche: la filiera stessa e l'attenzione alla tutela ambientale.
- Importante apparato certificativo.

W
WEAKNESSES

- Difficoltà nel mantenere la competitività sul prezzo, scelta consapevole ma sfidante.
- Comunicazione e marketing ancora poco sviluppati.
- Pastificio di dimensioni ridotte > costi potenzialmente più alti.
- Concorrenti più avanzati su: marketing, packaging,
- Tempi di consegna.
- Budget limitato per attività di marketing su larga scala.

O
OPPORTUNITIES

- Crescita continua del settore biologico e maggiore preferenza del consumatore verso il bio.
- Nuovi segmenti in crescita, come la pasta proteica.
- Il nuovo regolamento, in vigore dal prossimo anno, che chiarisce meglio i limiti e le possibilità della comunicazione legata al biologico potrebbe permettere all'azienda di valorizzare caratteristiche dello stabilimento e della filiera che già possiede, ma che finora non ha potuto o non ha ritenuto opportuno evidenziare in modo esplicito.

T
THREATS

- Disparità territoriali: bandi e incentivi disponibili.
- Cambiamenti climatici che impattano quantità e qualità della materia prima.
- Dipendenza da un'unica fonte di approvvigionamento, anche se si sta diversificando.
- Aumento dei player sul mercato e concorrenza forte.
- Il 100% bio è un punto di forza ma comporta vincoli (costi di produzione più elevati, target di mercato più ristretto, meno possibilità di ampliare le linee prodotto).
- Rischio normativo: se le regole del biologico diventassero più restrittive, sarebbe difficile adeguarsi senza linee alternative.

2.3 I NOSTRI PRODOTTI







L'insieme dei prodotti evidenzia un modello produttivo integrato basato sulla **valorizzazione dei cereali e delle colture biologiche lungo l'intera filiera**, dal campo alla trasformazione fino al prodotto finito.
Dalla rotazione delle colture biologiche Iris nascono, oltre alla pasta, le farine, i sughi pronti, le passate, i pesti per condimenti, il riso, i cereali, i legumi e le gallette, per una gamma completa. La gamma comprende anche pasta senza glutine, prodotta con farine alternative come il mais, per le esigenze di chi ha intolleranze.

Tale modello consente all'azienda di:

- garantire un elevato livello di tracciabilità e controllo delle materie prime;
- promuovere pratiche agricole sostenibili (rotazioni, riduzione input chimici);
- diversificare l'offerta mantenendo coerenza con i principi della produzione biologica;
- presidiare gli impatti ambientali e qualitativi lungo tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto.

I principali prodotti sono:

1. **Pasta biologica**
Rappresenta il core business aziendale ed è costituita da un'ampia gamma di formati ottenuti da grano duro biologico. La produzione include diverse tipologie, tra cui pasta da semola, integrale e da varietà specifiche di cereali (es. grani antichi). La materia prima proviene prevalentemente da coltivazioni gestite nell'ambito della filiera agricola aziendale o da fornitori qualificati, garantendo elevati standard di qualità e tracciabilità.

2. **Cereali e derivati**
Questo gruppo comprende prodotti a base di cereali biologici, tra cui chicchi (es. riso e altri cereali), farine e prodotti trasformati come gallette. Tali referenze derivano da pratiche agronomiche orientate alla rotazione colturale e alla conservazione della fertilità del suolo, contribuendo alla sostenibilità complessiva del sistema produttivo.

3. **Prodotti trasformati vegetali (condimenti e conserve)**
Include una gamma di prodotti a base vegetale, quali passate e sughi di pomodoro, pesti, brodi e altre preparazioni. Questi prodotti sono realizzati a partire da materie prime biologiche selezionate e lavorate secondo processi che mirano a preservarne le caratteristiche qualitative e nutrizionali, con un approccio orientato alla riduzione degli additivi e alla semplicità delle ricette.





4. Linee dedicate e soluzioni per il canale professionale
L'azienda sviluppa soluzioni specifiche per il canale B2B e per la ristorazione, tra cui formati dedicati, linee catering e confezioni miste. Tali prodotti sono progettati per rispondere a esigenze logistiche e di consumo su larga scala, mantenendo i requisiti di qualità, sicurezza alimentare e certificazione biologica.

5. Prodotti da forno
Con il marchio Germinal Bio vengono inoltre commercializzati i Prodotti da forno. La gamma comprende biscotti, cracker e altri prodotti da forno ottenuti da ingredienti biologici. Questo gruppo rappresenta un'estensione della valorizzazione dei cereali aziendali e si inserisce nella logica di diversificazione dell'offerta, mantenendo coerenza con gli standard qualitativi e ambientali adottati.

Nello stabilimento di Casteldidone (CR), dotato di **tre linee produttive** (pasta lunga, corta e nidi), A.S.T.R.A. BIO lavora un'ampia varietà di materie prime d'eccellenza:

- **Grano Duro:** nelle versioni bianca, semintegrale e integrale.
- **Varietà Antiche e Pregiate:** Senatore Cappelli, Farro Dicocco (Triticum turgidum subsp. dicoccum) e Khorasan (Triticum turgidum ssp. turanicum), quest'ultima utilizzata con la licenza per l'uso del marchio **KAMUT®**.
- **Specialità:** miscele studiate per esigenze nutrizionali specifiche.

La pasta semintegrale, prodotta a partire da semolato di grano duro biologico, rappresenta il fiore all'occhiello della produzione. A metà strada tra la pasta tradizionale e quella integrale, offre un equilibrio perfetto tra gusto delicato e ricchezza nutrizionale. Conservando molte più proprietà benefiche rispetto alla pasta di semola tradizionale ma con un sapore meno intenso rispetto alla pasta integrale, soddisfa i palati più esigenti e rappresenta un'ottima scelta per chi desidera un'alimentazione sana e varia.

2.4 LE CERTIFICAZIONI

A.S.T.R.A. Bio ha costruito nel tempo un sistema produttivo orientato alla qualità, alla sicurezza alimentare, alla tracciabilità e alla sostenibilità, supportato da numerosi standard di certificazione volontari riconosciuti a livello internazionale.

In particolare, **l'azienda vanta dal 2007 due importanti Certificazioni di processo** che garantiscono la tracciabilità della catena di fornitura ed elevati standard qualitativi dal punto di vista alimentare: **BRCGS** (Global Standard Food Safety) e **IFS Food.** Questi standards di certificazione sono riconosciuti dalla Grande Distribuzione Organizzata e finalizzati a garantire elevati requisiti in termini di sicurezza alimentare, qualità dei processi produttivi, gestione dei rischi e conformità normativa. Rilasciate da enti terzi indipendenti tramite audit, garantiscono l'efficienza aziendale, la conformità normativa e il miglioramento continuo.
Lo Standard Globale per la Sicurezza Alimentare **BRCGS** rappresenta il punto di riferimento da quasi 30 anni, nasce in Gran Bretagna nel 1998 su iniziativa del British Retail Consortium, l'associazione che riunisce le principali catene della GDO inglese.

Adottato da oltre 31.000 siti in più di 130 paesi, è stato sviluppato con il contributo del settore, fornisce un quadro di riferimento per gestire la sicurezza, l'integrità, la legalità e la qualità dei prodotti, insieme ai controlli operativi per questi criteri nell'industria di produzione, lavorazione e confezionamento di alimenti e ingredienti alimentari.

Lo standard **IFS Food** è un sistema riconosciuto a livello globale per valutare e certificare la sicurezza, l'autenticità, la qualità e la conformità dei prodotti e dei processi nell'industria agroalimentare e della GDO. Verifica i prodotti e i processi di produzione per valutare la capacità di un'azienda alimentare di realizzare prodotti sicuri, autentici e di qualità in conformità ai requisiti di legge ed ai requisiti specifici dei clienti.

A questi si aggiungono importanti certificazioni legate alla qualità e alla sicurezza alimentare. In particolare, A.S.T.R.A. Bio possiede dal 2022 la certificazione **UNI EN ISO 22005:2008**, una norma di carattere volontario che stabilisce i requisiti per i sistemi di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari. Si tratta di uno strumento efficace a garanzia della filiera alimentare in termini di origine delle materie prime, rintracciabilità e origine dei prodotti, che garantisce il controllo e la rintracciabilità dell'intera filiera produttiva, dalla materia prima al prodotto finito.

A.S.T.R.A. Bio dispone anche di diverse certificazioni volontarie di pro-

dotto, rilasciate da organismi terzi indipendenti e accreditati, che attestano la conformità dei prodotti a specifici standard qualitativi, requisiti di sicurezza e disciplinari tecnici di riferimento.

A.S.T.R.A. Bio adotta la certificazione biologica conformandosi al **Regolamento (UE) 2018/848** che disciplina la produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici all'interno dell'Unione Europea, vantando da diversi anni una produzione 100% biologica.

L'azienda dispone inoltre della certificazione Japanese Agricultural Standard **(JAS)**, rilasciata nell'ambito del sistema normativo promosso dal Ministero dell'Agricoltura, delle Foreste e della Pesca del Giappone (MAFF), a garanzia della conformità ai requisiti di produzione, qualità ed etichettatura richiesti dal mercato giapponese.

L'azienda possiede dal 2017 la certificazione **Demeter** che garantisce e certifica i prodotti agricoli e alimentari ottenuti tramite l'agricoltura biodinamica assicurando il rispetto di requisiti particolarmente rigorosi lungo il processo produttivo.

Possiede inoltre dal 2022 la certificazione **Naturland**, importante riferimento internazionale nel mondo del biologico, particolarmente riconosciuta sul mercato tedesco, che promuove criteri avanzati di sostenibilità ambientale e responsabilità etico-sociale.

A.S.T.R.A. Bio possiede inoltre dal 2020 la **FDA Food Facility Registration**, iscrizione obbligatoria dei siti produttivi presso la Food and Drug Administration (FDA), l'ente governativo statunitense che regola alimenti e farmaci, e requisito necessario per poter commercializzare il prodotto negli Stati Uniti.

Un ulteriore elemento distintivo è rappresentato dal **Riconoscimento CE IT AIP030 177** del 2019 per la produzione di alimenti cerealicoli destinati alla prima infanzia (baby food), in conformità alla Direttiva 2006/125/CE. Tale riconoscimento testimonia l'impegno costante nel garantire i più elevati livelli di qualità, controllo e sicurezza per prodotti rivolti ai consumatori più sensibili.

Infine, A.S.T.R.A. Bio, attraverso il proprio partner di fornitura di toner e stampanti, aderisce a **Print Releaf**, una realtà che dedica il proprio impegno alla sostenibilità ambientale. Attraverso questa adesione, l'azienda contribuisce concretamente a progetti di riforestazione certificata in diverse aree del mondo compensando il proprio impatto ambientale dovuto anche alle normali attività d'ufficio.

BRCGS (Global Standard Food Safety)

Sicurezza, integrità, legalità e qualità dei prodotti.

IFS Food

Sicurezza, autenticità, qualità e conformità dei processi produttivi nell'industria agroalimentare.

UNI EN ISO 22005:2008

Stabilisce i requisiti per i sistemi di rintracciabilità nelle filiere agroalimentari.

REGOLAMENTO (UE) 2018/848

Disciplina la produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici all'interno dell'Unione Europea.

JAPANESE AGRICULTURAL STANDARD

Garanzia della conformità ai requisiti di produzione, qualità ed etichettatura richiesti dal mercato giapponese e qualità dei prodotti.

DEMETER

Assicura il rispetto di requisiti particolarmente rigorosi lungo il processo produttivo.

NATURLAND

Promuove criteri avanzati di sostenibilità ambientale e responsabilità etico-sociale.

FOOD AND DRUG ADMINISTRATION

Requisito necessario per poter commercializzare il prodotto negli Stati Uniti.

BABY FOOD

Produzione di alimenti cerealicoli destinati alla prima infanzia.

PRINT RELEAF

Riforestazione certificata in diverse aree del mondo.

3. SOSTENIBILITÀ

Valori, priorità, obiettivi e network

3.1 LA NOSTRA PROPOSTA DI VALORE

I valori, il modello produttivo biologico e l'approccio alla sostenibilità di A.S.T.R.A. Bio risultano particolarmente **coerenti con diversi United Nations Sustainable Development Goals (SDGs)**, soprattutto quelli legati a **Agricoltura sostenibile e #Fame Zero (SDG2), Salute e benessere (SDG 3), Produzione e consumo responsabili (SDG12), Azione per il clima (SDG 13) e Tutela della biodiversità terrestre (SDG15).**



La **proposta di valore di A.S.T.R.A BIO** si fonda su un posizionamento distintivo basato sul 100% biologico, inteso come principio guida che orienta in modo coerente l'intero modello di business. Questo approccio si traduce in una **strategia integrata che genera impatti rilevanti sulle dimensioni ambientale, sociale ed economica della sostenibilità.**

1. Coerenza del modello produttivo e sostenibilità ambientale

L'adozione del biologico come elemento identitario implica **una coerenza sistemica nelle scelte aziendali lungo tutta la catena del valore** che si concretizza, ad esempio, nella realizzazione del sito produttivo, nell'impiego di energia da fonti rinnovabili (incluso l'utilizzo di impianti fotovoltaici) e nella progressiva riduzione dell'utilizzo di materiali plastici nel packaging.

Queste scelte contribuiscono alla riduzione degli impatti ambientali diretti e indiretti, migliorando l'efficienza energetica, limitando l'uso di risorse non rinnovabili e favorendo un approccio più sostenibile alla gestione dei materiali. Parallelamente, il controllo delle filiere – prevalentemente di origine italiana – consente di ridurre le distanze di approvvigionamento e di rafforzare il legame con il territorio.

2. Sostegno alla filiera agricola e impatti sociali

Un elemento centrale della proposta di valore è rappresentato dal **supporto strutturato alla filiera agricola biologica**, attraverso relazioni stabili con i fornitori e politiche orientate alla continuità nel medio-lungo periodo. Questo approccio consente di garantire una maggiore stabilità economica alle aziende agricole coinvolte, contribuendo alla resilienza del settore primario.

In tale prospettiva, l'azienda svolge anche un ruolo di traino per lo sviluppo del comparto biologico italiano, promuovendo modelli produttivi sostenibili e favorendo la diffusione di pratiche agricole rispettose dell'ambiente e delle comunità locali.

3. Valorizzazione dell'origine e identità territoriale

L'attenzione al Made in Italy rappresenta un ulteriore elemento distintivo, con l'utilizzo prevalente di materie prime di origine italiana (ad eccezione di specifiche colture non disponibili sul territorio nazionale, come kamut e parte del farro). Questa scelta consente di valorizzare le produzioni locali, sostenere l'economia agricola nazionale e rafforzare la riconoscibilità del prodotto sui mercati.

4. Qualità, sicurezza alimentare e fiducia del consumatore

La proposta di valore include inoltre un forte **presidio della sicurezza e qualità del prodotto**, applicato sia alle referenze a marchio proprio sia a quelle sviluppate in private label. Questo elemento rappresenta un fattore chiave per la fidelizzazione del cliente e per il consolidamento della reputazione aziendale.

L'elevato livello di controllo lungo la filiera si traduce in una riduzione del rischio per il consumatore finale, che può fare affidamento su standard certificati senza dover sostenere autonomamente attività di verifica. In questo senso, l'azienda si configura come garante della qualità e della conformità del prodotto.

5. Tracciabilità e trasparenza

Un ulteriore pilastro è rappresentato dalla **tracciabilità certificata**, che consente di monitorare l'intero percorso delle materie prime e dei prodotti finiti. In particolare:

- per il marchio proprio IRIS, è presente una filiera controllata direttamente dall'azienda;
- è adottata la certificazione volontaria ISO 22005, che attesta la gestione strutturata della rintracciabilità;
- per alcuni mercati esteri, è attiva una filiera certificata secondo standard riconosciuti a livello internazionale (es. Naturland in Germania), estesa fino al prodotto finito.

Questi strumenti rafforzano la trasparenza e l'affidabilità del sistema, contribuendo a costruire un rapporto di fiducia con i clienti e gli stakeholder.

6. Innovazione

Nel corso degli ultimi anni A.S.T.R.A. Bio ha affiancato due fornitori e partner storici contribuendo a due **studi sperimentali** condotti in collaborazione con due importanti realtà italiane nel panorama della ricerca.

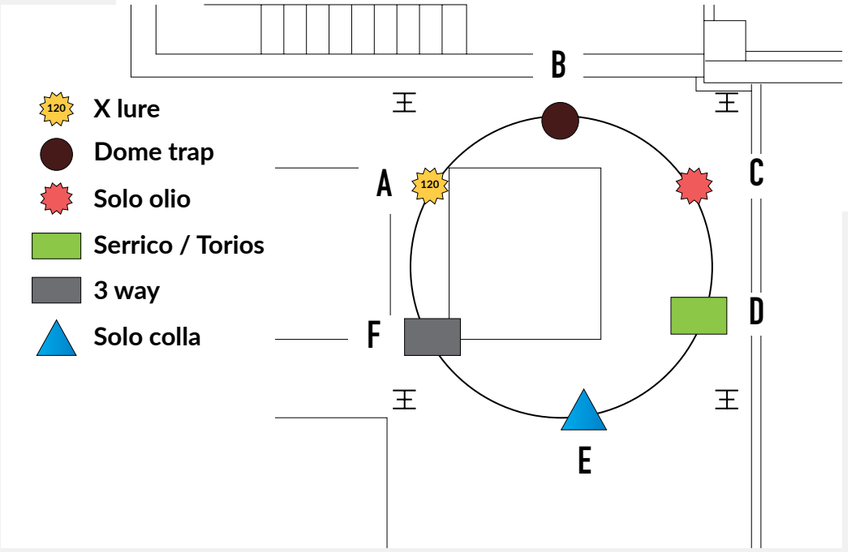
STUDIO SPERIMENTALE

EFFICACIA DI CATTURA DI DIVERSE TIPOLOGIE DI TRAPPOLE PER ANOBIDI NELL'AMBITO DEL SISTEMA DI PEST CONTROL.

Il primo studio, finalizzato a migliorare le pratiche di monitoraggio degli infestanti nelle filiere di stoccaggio e trasformazione alimentare, ha valutato l'efficacia di diverse trappole commerciali per il controllo di *Lasioderma serricorne*, infestante diffuso negli ambienti di conservazione e lavorazione delle derrate alimentari.

Sono stati confrontati i sistemi di cattura di 5 diverse trappole in commercio. I dati di cattura sono stati confrontati tra loro e con quelli ottenuti da due trappole di controllo, con l'obiettivo di individuare le soluzioni più efficaci per la rilevazione precoce e il monitoraggio dell'insetto. Le prove sono state condotte in tre aree produttive. Le trappole sono state installate in postazioni prestabilite e ruotate ogni due settimane, nell'ambito di cicli di monitoraggio della durata di dodici settimane, al fine di garantire uniformità sperimentale.

Lo studio ha evidenziato come **l'impiego di sistemi di monitoraggio mirati possa migliorare la gestione sostenibile degli infestanti**, favorendo interventi tempestivi e riducendo il ricorso a trattamenti correttivi ad alto impatto.
L'attività si inserisce inoltre **nell'impegno aziendale verso strategie di pest management sempre più sostenibili**, basate sulla prevenzione e sul monitoraggio mirato delle infestazioni, con l'obiettivo di ridurre l'utilizzo di trattamenti chimici e migliorare l'efficacia degli interventi di controllo integrato, generando benefici sia ambientali sia operativi lungo l'intera filiera produttiva.



STUDIO SPERIMENTALE

VALUTAZIONE DELLA PRESENZA DEL GERME DI GRANO ALL'INTERNO DELLA SEMOLA INTEGRALE DI GRANO DURO BIOLOGICA.

Nell'ambito dell'impegno aziendale verso l'innovazione sostenibile e la valorizzazione delle materie prime, è stato realizzato uno studio finalizzato a verificare la presenza del germe di grano nella pasta integrale biologica di semola di grano duro e a valutare l'efficacia della tecnica di macinazione adottata per preservare le componenti nutrizionali più pregiate del chicco. L'attività di ricerca ha riguardato l'analisi di seme di grano duro integrale, la semola ottenuta tramite un processo di molitura in grado di preservare il germe e diversi campioni di pasta derivati dalla stessa semola. Questo approccio ha permesso di valutare in modo integrato la coerenza delle caratteristiche compositive lungo l'intera filiera produttiva, dalla materia prima fino al prodotto finito.

Per accertare la presenza del germe di grano è stata verificata la presenza della proteina *WGA (Wheat Germ Agglutinin)*, riconosciuta come marcatore specifico del germe, attraverso metodologie analitiche avanzate quali elettroforesi e Western blotting, metodologia ampiamente utilizzata per identificare e caratterizzare specifiche proteine attraverso l'impiego di anticorpi selettivi.
Le differenze osservate nei risultati ottenuti dai diversi campioni si è supposto possano essere dovute alle trasformazioni tecnologiche legate alla produzione della pasta, che modificano naturalmente il profilo proteico delle matrici alimentari. **Lo studio ha quindi permesso di supportare la valorizzazione nutrizionale della pasta integrale biologica.**



3.2 BIOLOGICO E SOSTENIBILITÀ

Per A.S.T.R.A. Bio la sostenibilità è un principio già profondamente connaturato alla scelta stessa del biologico.

L'agricoltura biologica si fonda su pratiche che limitano l'utilizzo di sostanze chimiche di sintesi, promuovono la fertilità naturale del terreno, proteggono la biodiversità e valorizzano i cicli naturali degli ecosistemi.
In questo senso, il biologico non è soltanto un metodo di produzione, ma un approccio culturale e gestionale orientato alla sostenibilità in tutte le sue dimensioni, in particolare quella ambientale.

Principali contributi del biologico alla mitigazione dei cambiamenti climatici:

- **Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra:** l'assenza di fertilizzanti chimici di sintesi, la cui produzione è altamente energivora, comporta una diminuzione significativa delle emissioni indirette di CO_2. Inoltre, la gestione del suolo basata su pratiche come le rotazioni colturali e l'impiego di sostanza organica favorisce una minore emissione di protossido di azoto (N_2O), uno dei principali gas climalteranti in agricoltura.
- **Sequestro del carbonio nel suolo:** le pratiche biologiche, che incentivano l'aumento della sostanza organica, contribuiscono a migliorare la capacità del suolo di immagazzinare carbonio, trasformando i terreni agricoli in veri e propri "serbatoi" di CO_2.
- **Maggiore resilienza ai cambiamenti climatici:** suoli più fertili e strutturati, tipici dei sistemi biologici, presentano una migliore capacità di trattenere l'acqua e di resistere a eventi climatici estremi (siccità, piogge intense), aumentando la stabilità delle produzioni nel tempo.

> *Scegliere il biologico significa adottare un modello produttivo che, per sua natura, nasce con l'obiettivo di rispettare gli equilibri ambientali, preservare le risorse naturali e tutelare la salute delle persone*

Contributi del biologico alla riduzione dell'inquinamento:

- **Preservare la qualità delle acque:** l'esclusione di pesticidi e fertilizzanti chimici riduce il rischio di contaminazione delle acque superficiali e sotterranee, limitando fenomeni come l'eutrofizzazione.
- **Preservare la qualità del suolo:** l'assenza di sostanze chimiche di sintesi evita l'accumulo di residui potenzialmente dannosi nel terreno, preservandone la fertilità e la funzionalità biologica nel lungo periodo.
- **Preservare la qualità dell'aria:** la riduzione dell'utilizzo di input chimici contribuisce a diminuire le emissioni di composti volatili e di sostanze inquinanti associate alle pratiche agricole intensive.

Contributi del biologico alla conservazione della biodiversità:

- **Biodiversità del suolo:** l'assenza di pesticidi e la gestione organica favoriscono lo sviluppo di microrganismi, insetti utili e fauna del suolo, fondamentali per il mantenimento della fertilità e dei cicli naturali.
- **Biodiversità agricola:** le rotazioni colturali e la diversificazione delle colture riducono la pressione sulle singole specie e favoriscono un ecosistema agricolo più equilibrato.
- **Biodiversità degli ecosistemi circostanti:** la riduzione dell'impatto chimico e la maggiore integrazione con l'ambiente naturale contribuiscono a creare habitat più favorevoli per insetti impollinatori, uccelli e altre specie, con effetti positivi sull'intero ecosistema.



LA VALORIZZAZIONE DEI GRANI ANTICHI

Con il termine grani antichi si intendono le vecchie varietà di frumento che erano diffuse prima del miglioramento genetico moderno. Il loro recupero costituisce un importante contributo al mantenimento della biodiversità e al mantenimento della varietà genetica delle specie.

I grani antichi in generale hanno permesso di recuperare aree marginali che altrimenti non verrebbero destinate all'agricoltura, zone che risultano più adatte al biologico che al convenzionale. Tutto ciò ha messo in moto un circolo virtuoso non solo per la valorizzazione dei grani antichi, ma anche dei terreni che oggi producono grano italiano di altissima qualità. la scelta di utilizzare per alcune linee di prodotto grani come il **"Senatore Cappelli"** è un fattivo contributo dell'azienda a questi obiettivi.

Caratterizzata da taglia elevata, granella vitrea di grosse dimensioni, alta concentrazione proteica e buona adattabilità a condizioni pedoclimatiche avverse, la varietà si è imposta per decenni come riferimento agronomico e qualitativo. È ideale per le produzioni biologiche di pasta e prodotti da forno, ed è considerato l'antenato genetico di molte varietà moderne. Circa l'80% dei grani duri coltivati nel mondo ne conserva una parte del DNA.

3.3 IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

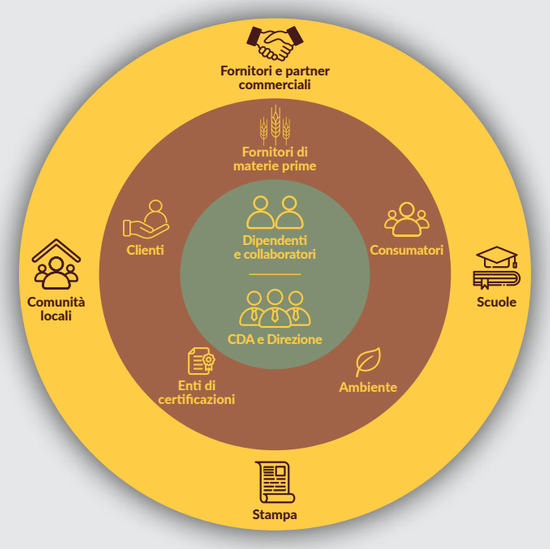
Nel processo di definizione dei temi rilevanti di sostenibilità, A.S.T.R.A. Bio ha attribuito particolare importanza al **coinvolgimento dei propri stakeholder**, riconoscendone il ruolo fondamentale nella comprensione degli impatti, dei rischi, delle opportunità e delle aspettative connesse alle attività aziendali.

L'attività di stakeholder engagement è stata sviluppata adottando come riferimento metodologico il documento *EFRAG IG 1 Implementation Guidance for Materiality Assessment*, con particolare attenzione al Capitolo 3.5 *"Ruolo e approccio ai portatori di interessi nel processo di valutazione della rilevanza"*. Tale impostazione ha reso possibile strutturare il processo in modo coerente con i principi previsti dagli standard ESRS e dal framework della doppia materialità.

L'approccio adottato ha previsto **l'identificazione delle principali categorie di stakeholder rilevanti per l'azienda**, includendo soggetti interni ed esterni coinvolti direttamente o indirettamente nelle attività della filiera biologica e del business aziendale. Tra questi rientrano, ad esempio, clienti, fornitori, partner agricoli, collaboratori, comunità locali, enti del territorio e altri interlocutori strategici.

La prospettiva degli stakeholder **per l'anno di riferimento 2025 è stata ricostruita ex-post attraverso l'analisi dei momenti di confronto e della raccolta di informazioni qualitative effettuati e utilizzati nel corso dell'anno.** Si è inoltre integrata con l'analisi delle aspettative e valutazioni condivise sui principali temi ambientali, sociali e di governance, effettuata in più incontri in plenaria da parte del gruppo interno coinvolto nel percorso di redazione del bilancio di sostenibilità. Questo processo ha permesso di integrare nel percorso di valutazione non solo la prospettiva aziendale, ma anche il punto di vista dei soggetti che interagiscono con l'organizzazione e che possono essere influenzati dalle sue attività o influenzarne le decisioni.

A partire dal 2026, coerentemente con le indicazioni metodologiche EFRAG, il coinvolgimento dei portatori di interesse verrà ulteriormente potenziato, prevedendo appositi strumenti di dialogo e interlocuzione strutturati e reiterati, quale strumento essenziale per supportare una valutazione della rilevanza più completa, consapevole e aderente al contesto operativo dell'azienda. La valutazione dei contributi degli stakeholder ha quindi rafforzato la comprensione delle priorità di sostenibilità di A.S.T.R.A. Bio, supportando l'identificazione dei temi maggiormente significativi e favorendo un approccio orientato al dialogo, alla trasparenza e al miglioramento continuo.
Nella tabella che segue si evidenzia una **sintesi dei risultati del lavoro del team sostenibilità interno**, dove i principali stakeholder individuati sono stati identificati per tipologia (coinvolti e/o fruitori delle dichiarazioni sulla sostenibilità) e ordinati dal punto di vista delle priorità in una mappa a cerchi concentrici (su 3 cerchi). Sono quindi state identificate le loro principali aspettative e definito il livello auspicato di coinvolgimento.
Un'ulteriore analisi ha determinato quali potrebbero essere i canali comunicativi e le pratiche di engagement già attivate (riportate in corsivo) e quelle da pianificare in via più strutturata a partire dal 2026, e si sono già ipotizzati i feedback attesi da questa attività.



Nome Stakeholder	Coinvolti e/o Fruitori (C; F; C/F)	Approccio per cerchi concentrici (I, II, III livello)	Aspettative Stakeholder	Livello di coinvolgimento	Canale Comunicativo	Pratiche Engagement	Feedback Atteso
Dipendenti e collaboratori	**C**	**I**	Solidità finanziaria dell'azienda Coerenza e correttezza fra principi espressi e comportamenti Rispetto degli accordi presi Sicurezza sul lavoro Equità sia dal punto di vista retributivo che nei rapporti Piani di crescita personalizzati	Collaborazione	Bidirezionale; diretto; formale e informale	*Strumenti di comunicazione interna (mail aziendale, chat WhatsApp, bacheca informativa)* *Questionari anonimi sul clima aziendale e su quanto si sentono coinvolti nell'azienda (annuali)* Per il 2026 aumentare la frequenza del questionario e integrare più domande ESG	Efficientamento dei processi; Miglioramento del clima aziendale; Crescita del senso di appartenenza aziendale; Maggior compliance rispetto alle regole e agli obiettivi aziendali
CDA e Direzione	**C**	**I**	Migliorare gli obiettivi aziendali Creare sviluppo Aumento della competitività dell'azienda Gestione ottimale dell'attività ordinaria e straordinaria	Empowerment	Bidirezionale; diretto, formale	*Riunioni* *Incontri e interviste one to one* Pianificare entrambi gli strumenti per il 2026 su obiettivi ESG	Visione a lungo termine della sostenibilità quale leva strategica aziendale Maggior impegno di risorse economiche e di persone sulle tematiche ESG
Fornitori e partner commerciali (ex fornitori imballi)	**F**	**III**	Programmazione e pianificazione ordini a medio/lungo termine Solidità finanziaria Trasparenza e collaborazione Feedback test materiali/ soluzioni innovative		Bidirezionale; diretto; formale	*Informativa fornitori legge 231* *Aggiornamento certificazioni FSC* *Coprogettazione (con un fornitore da film plastico a 100% carta)*	Sviluppo di pratiche innovative Condivisione di obiettivi e **best practice**

Nome Stakeholder	Coinvolti e/o Fruitori (C; F; C/F)	Approccio per cerchi concentrici (I, II, III livello)	Aspettative Stakeholder	Livello di coinvolgimento	Canale Comunicativo	Pratiche Engagement	Feedback Atteso
Fornitori materie prime	**C**	**II**	Mantenimento del "patto di filiera" 100% Bio Programmazione e pianificazione degli ordini a medio/lungo termine Solidità finanziaria Mantenere l'approvvigionamento Made in Italy Sviluppo di progetti innovativi in partnership	Collaborazione	Bidirezionale; diretto; formale e informale	*Scheda impegno fornitore in fase di accreditamento (sia aspetti sociali/etici che di qualità del prodotto)* Nel 2026, previsto rinnovo annuale o triennale (TBV). Si implementeranno anche criteri ambientali	Sviluppo di pratiche innovative; condivisione di obiettivi e best practice; Riduzione degli impatti lungo la filiera del valore
Clienti	**C/F**	**II**	Mantenimento e garanzia del 100% Bio Sicurezza e qualità delle materie prime utilizzate (italiane e certificate) Garanzia di sicurezza del processo produttivo e del prodotto finito Rispetto dei diritti dei lavoratori lungo tutta la filiera del valore Contenimento degli impatti ambientali (energie rinnovabili, packaging, etc.) Rispetto delle normative/ compliance (aspetti legati ai dipendenti, alla corruzione, aspetti fiscali, etc.) Patto di fiducia	Monitor Inform Coinvolgimento diretto solo con i top client	Bidirezionale; diretto e indiretto; formale e informale	*Vendita diretta, ricerche di mercato e di customer satisfaction* *Social media e sito web aziendale* *Eventi (fiere B2B)* *Customer care con interlocutore aziendale dedicato* Nel 2026 ricerca ad hoc dedicata al percepito dei clienti rispetto all'impegno di sostenibilità dell'azienda	Soddisfazione e fidelizzazione del cliente/ consumatore; Incremento delle vendite Maggior coinvolgimento dei clienti in progetti innovativi Miglioramento della reputazione aziendale
Consumatori (marchio IRIS)	**C/F**	**II**	Mantenimento e garanzia del 100% Bio Sicurezza e qualità delle materie prime utilizzate (italiane e certificate) Garanzia di sicurezza del processo produttivo e del prodotto finito Rispetto dei diritti dei lavoratori lungo tutta la filiera del valore Contenimento degli impatti ambientali (energie rinnovabili, packaging, etc.) Rispetto delle normative/ compliance (aspetti legati ai dipendenti, alla corruzione, aspetti fiscali, etc.) Patto di fiducia	Monitor Inform	Bidirezionale; diretto e indiretto; formale e informale	*Vendita diretta, ricerche di mercato e di customer satisfaction* *Social media e sito web aziendale* *Eventi (fiere B2C)* *Customer care con interlocutore aziendale dedicato* Per il 2026 prevedere una campagna social finalizzata a sensibilizzare i clienti del marchio sull'impegno di sostenibilità dell'azienda	Soddisfazione e fidelizzazione del cliente/ consumatore Incremento delle vendite Miglioramento della reputazione aziendale

Nome Stakeholder	Coinvolti e/o Fruitori (C; F; C/F)	Approccio per cerchi concentrici (I, II, III livello)	Aspettative Stakeholder	Livello di coinvolgimento	Canale Comunicativo	Pratiche Engagement	Feedback Atteso
Comunità locali	**F**	**III**	Basso impatto sull'ambiente Creazione di opportunità di lavoro Investimento per lo sviluppo del territorio (crescita culturale, possibilità di fruire di prodotti sani e sostenibili a km0) Apertura di spaccio aziendale per l'acquisto di prodotti	Inform	Unidirezionale; indiretto; formale	*Attività di charity (forniture prodotto gratuite per famiglie del territorio, chiesa, etc.)* *Incontri con rappresentanti della comunità locale* *Sponsorizzazione di eventi*	Supporto alla comunità locale Miglioramento della reputazione aziendale
Enti di certificazione	**F**	**II**	Solidità finanziaria dell'azienda che consenta il mantenimento degli standard di certificazione Continuità nel rapporto con l'ente prescelto Trasparenza e collaborazione Impegno aziendale a cogliere opportunità di miglioramento continuo	Inform	Unidirezionale; indiretto; formale	*Audit*	Attestazione del livello di impegno aziendale
Banche	**F**	**II**	Serietà nella gestione dei rapporti finanziari Puntualità e rispetto delle scadenze Utilizzo dei loro prodotti e servizi bancari	Consulenza	Bidirezionale, formale	Incontri selezionati	Serietà nella gestione dei rapporti Sostegno finanziario a condizioni economiche vantaggiose
Scuole (visite in azienda) e Università (progetto con UniMi)	**F**	**III**	Contributo alla sensibilizzazione/crescita culturale rispetto al biologico Accoglienza di ragazzi per tirocini/alternanza Creazione di opportunità professionali Supporto nello sviluppo di studi scientifici	Collaborazione	Bidirezionale; diretto; formale	*Stage e tirocini* *Visite scolastiche in azienda* *Progetti in collaborazione con gli Istituti e le Università*	Attrazione di talenti Progettualità innovative
Stampa	**F**	**III**	Trasparenza e collaborazione Ispirazione, spinta a un cambiamento culturale	Inform	Unidirezionale; indiretto; formale	*Comunicati stampa e materiale PR* *Sito web* *Interviste con rappresentanti dell'azienda (spokeperson)* *Incoming in azienda*	Comunicazione tempestiva e trasparente Miglioramento della reputazione aziendale
Ambiente (Stakeholder silenzioso)	**C**	**II**	Miglioramento impatti ambientali Conservazione ecosistemi Riduzione e differenziazione rifiuti Riduzione degli sprechi Incentivo risorse energetiche rinnovabili Utilizzo di materiali riciclati	Monitor	Unidirezionale; Indiretto; Formale	**Monitoraggio costante (analisi energetica, avvio percorso bilancio)** **Dialogo con Associazioni**	Miglioramento impatti ambientali Conservazione ecosistemi Incentivo risorse energetiche rinnovabili (potenziamento pannelli fotovoltaici) Utilizzo di materiali riciclati (progetto imballaggi)

3.4 ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

Il presente Bilancio di Sostenibilità di A.S.T.R.A. Bio è stato sviluppato a partire da un processo strutturato di identificazione e valutazione dei temi materiali, ossia dei temi ritenuti maggiormente rilevanti sotto il profilo economico, ambientale e sociale per l'azienda e per i suoi stakeholder.
L'analisi è stata condotta adottando il principio della doppia materialità (Double Materiality Assessment) e un approccio basato su Impatti, Rischi ed Opportunità (IRO), in linea con le raccomandazioni metodologiche elaborate da EFRAG e coerentemente con l'approccio previsto dagli standard ESRS, nonostante il modello VSME (in base al quale è stato redatto il presente Bilancio) non richieda in maniera puntuale di produrre tale valutazione. L'azienda ha comunque ritenuto di utilizzare tale metodologia in quanto consente di sviluppare **una visione più completa e strategica della sostenibilità, integrandola nei processi decisionali e nella gestione aziendale** considerando contemporaneamente:

- gli effetti che l'azienda produce su ambiente, persone e territorio (prospettiva inside-out);
- gli effetti che fattori ambientali, sociali e di governance possono avere sull'azienda stessa (prospettiva outside-in) influenzandone le performance, la continuità e la capacità di creazione di valore nel tempo.

Per A.S.T.R.A. Bio questo approccio rappresenta anche uno strumento utile per valorizzare il proprio modello produttivo biologico e sostenibile, rafforzando la coerenza tra identità aziendale, strategia e aspettative degli stakeholder.

L'analisi ha preso in considerazione gli impatti significativi, effettivi o potenziali, positivi e negativi, direttamente o indirettamente connessi alle attività, ai processi e ai prodotti di A.S.T.R.A. Bio, includendo, ove possibile, anche le attività a monte e a valle della catena del valore, con particolare attenzione alla filiera agricola, ai fornitori, ai processi produttivi e alla relazione con il mercato e i consumatori.

Il processo ha incluso:

- l'identificazione degli stakeholder rilevanti;
- la mappatura degli impatti positivi e negativi, effettivi e potenziali;
- la valutazione dei rischi e delle opportunità collegati ai temi ESG;
- l'analisi della significatività degli IRO individuati;
- la valutazione delle fasi della catena del valore maggiormente coinvolte;
- l'individuazione degli stakeholder più direttamente interessati dagli impatti generati o subiti.

A partire dalla prossima edizione del Bilancio, relativa all'anno 2026, il processo di stakeholder engagement e di valutazione della materialità sarà ulteriormente ampliato e strutturato, prevedendo un coinvolgimento più diretto e sistematico anche degli stakeholder esterni, al fine di integrare in maniera ancora più completa aspettative, esigenze e punti di vista provenienti dal contesto di riferimento.

Tema (da app. B raccondazione 2025/1710	Sottotema (da app. B raccondazione 2025/1710)	Materiale per A.S.T.R.A. BIO	Breve descrizione	I / R / O	Solo per impatto + / –	Solo per impatto E / P	Magnitudo Da 1 a 4	Probabilità Da 1 a 4	Fasi della catena del valore coinvolte	Remediabilità (tempo necessario per rimediare all'impatto negativo)	Stakeholder coinvolti
E1 Cambiamenti climatici	Adattamento climatico	SI	Lavoriamo con materie prime derivanti dall'agricoltura, settore fortemente connesso ai cambiamenti climatici	R			3	3	Approvvigionamento agricolo; produzione; filiera		Fornitori agricoli; clienti; territorio
E1 Cambiamenti climatici	Mitigazione climatica	SI	Agricoltura biologica può avere un impatto positivo in termini di mitigazione climatica	I	+	E	4		Approvvigionamento agricolo; produzione		Clienti; comunità locali; ambiente
E1 Cambiamenti climatici	Energia	SI	Emissioni di Scope Installazione di pannelli fotovoltaici sullo stabilimento; strategia di riduzione grazie all'installazione di impianto fotovoltaico sullo stabilimento	I	-	E	3		Produzione; stabilimento	Breve-medio termine	Dipendenti; comunità locali; enti
E2 Inquinamento	Inquinamento dell'aria	SI	Impatti positivi del biologico rispetto al convenzionale	I	+	E	3		Filiera agricola; approvvigionamento		Territorio; consumatori; ambiente
E2 Inquinamento	Inquinamento dell'acqua	SI	Impatti positivi del biologico rispetto al convenzionale	I	+	E	3		Produzione agricola; stabilimento		Comunità locali; ambiente
E2 Inquinamento	Inquinamento del suolo	SI	Impatti positivi del biologico rispetto al convenzionale	I	+	E	4		Produzione agricola		Agricoltori; ambiente; comunità locali
E2 Inquinamento	Inquinamento di organismi viventi e risorse alimentari	SI	Impatti positivi del biologico rispetto al convenzionale	I	+	E	4		Produzione agricola; trasformazione		Consumatori; ambiente
E3 Acqua e risorse marine	Acqua	SI	Impianto di fitodepurazione e recupero acque di lavaggio	I	+	E	3		Produzione; stabilimento		Fornitori agricoli; clienti; territorio
E4 Biodiversità ed ecosistemi	Fattori di impatto diretto sulla perdita di biodiversità	SI	Grani antichi (senatore cappelli)	I	+	E	4		Filiera agricola; approvvigionamento		Agricoltori; territorio; ambiente
E5 Uso delle risorse & economia circolare	Flussi in uscita (prodotti/ servizi	SI	Acqua rimessa in circolo con impianto fitodepurazione (lavatrafile) + scarto fresco rivenduto per il biogas	I	+	E	3		Produzione; gestione scarti		Fornitori; territorio; ambiente

Tema (da app. B raccondazione 2025/1710	Sottotema (da app. B raccondazione 2025/1710)	Materiale per A.S.T.R.A. BIO	Breve descrizione	I / R / O	Solo per impatto + / –	Solo per impatto E / P	Magnitudo Da 1 a 4	Probabilità Da 1 a 4	Fasi della catena del valore coinvolte	Remediabilità (tempo necessario per rimediare all'impatto negativo)	Stakeholder coinvolti
E5 Uso delle risorse & economia circolare	Rifiuti	SI	Sostituzione degli imballi in plastica con carta, 75% di rifiuti riciclati	I	+	E	3		Packaging; gestione rifiuti		Clienti; comunità locali
S1 Forza lavoro propria	Condizioni di lavoro	SI	Occupazione sicura, orari e salari adeguati, CCNL	I	+	E	3		Risorse umane; organizzazione		Dipendenti; sindacati
S1 Forza lavoro propria	Parità di trattamento e opportunità per tutti	SI	Garantita la parità di genere, parità di retribuzione, inclusione persone con disabilità	I	+	E	3		Risorse umane		Dipendenti; comunità locali
S2 Lavoratori nella catena del valore	Condizioni di lavoro	SI	Garantite dalla firma dei fornitori di I livello del codice etico e sulla autodichiarazione Naturland	I	+	E	3		Fornitori; approvvigionamento		Fornitori; lavoratori filiera
S2 Lavoratori nella catena del valore	Altri diritti connessi al lavoro	SI	Controllo sulle condizioni di lavoro nella filiera (caporalato, etc.)	I	+	E	4		Filiera agricola; fornitori		Lavoratori della filiera; enti
S3 Comunità interessate	Diritti economici, sociali e culturali delle comunità	SI	Creazione di occupazione a livello locale, Creazione opportunità economiche in aree svantaggiate (approvvigionamenti)	I/O	+	E	3	3	Territorio; filiera; comunità		Comunità locali; enti; fornitori
S4 Consumatori e utenti finali	Impatti informativi su consumatori/utenti	SI	Questionario soddisfazione clienti	O			2	2	Commerciale; marketing		Clienti; consumatori
S4 Consumatori e utenti finali	Sicurezza personale di consumatori/utenti	SI	Monitoraggio continuo di qualità e conformità prodotti	I	+	E	4		Produzione; qualità; sicurezza alimentare		Consumatori; clienti GDO
S4 Consumatori e utenti finali	Inclusione sociale di consumatori/utenti	SI	Non discriminazione, pratiche commerciali responsabili	I	+	E	2		Commerciale; marketing		Consumatori; comunità
G1 Condotta d'impresa	Cultura aziendale	SI	Questionario qualità	I	+	E	2		Governance; organizzazione		Dipendenti; management
G1 Condotta d'impresa	Protezione dei whistleblowers	SI	Mog 231, e-mail dedicata ODV esterno	I	+	E	3		Governance; compliance		Dipendenti; stakeholder
G1 Condotta d'impresa	Gestione relazioni con i fornitori e pratiche di pagamento	SI	Contratti e prassi commerciali	I	+	E	3		Acquisti; amministrazione		Fornitori; partner
G1 Condotta d'impresa	Corruzione e concussione	NO	Mog 231	I	+	E	2		Governance; compliance		Clienti; enti; stakeholder



4. CREARE VALORE

Costruire oggi il futuro di domani

4.1 L'INTEGRAZIONE DEI FATTORI ESG NELLA STRATEGIA AZIENDALE

Fin dalla sua costituzione, la sostenibilità è parte integrante dell'identità aziendale di A.S.T.R.A. Bio, dei valori fondanti dell'organizzazione e della strategia che guida le scelte quotidiane dell'impresa.

La scelta stessa del biologico, il rapporto con il territorio, l'attenzione alla qualità delle materie prime, la tutela della biodiversità, il controllo della filiera e gli investimenti in soluzioni produttive sostenibili testimoniano come i principi ESG siano già profondamente radicati nel modello aziendale.

L'impegno dell'azienda è quindi quello di rafforzare progressivamente questo percorso, rendendolo più strutturato e "visibile", integrando sempre più i principi della sostenibilità nei processi decisionali, nella governance, nelle relazioni di filiera e nella cultura organizzativa, come ha dimostrato nel 2025 attraverso il percorso formativo e di reportistica avviato. L'organo di governo dell'azienda si è inoltre impegnato a promuovere, già a partire dal 2026, un coinvolgimento sempre più esteso dell'intera organizzazione e dei propri stakeholder, nella convinzione che la sostenibilità rappresenti un percorso condiviso e continuo di miglioramento.

Tale impegno comprende:

- la messa a disposizione di risorse umane, organizzative e infrastrutturali adeguate;
- il monitoraggio costante dei requisiti e delle aspettative degli stakeholder;
- la pianificazione di azioni di miglioramento coerenti con gli obiettivi ESG definiti;
- l'ascolto e la valorizzazione dei suggerimenti provenienti dagli stakeholder interni ed esterni;
- il rafforzamento di una cultura aziendale orientata alla responsabilità, alla trasparenza e alla creazione di valore sostenibile nel lungo periodo.

4.2 RENDICONTO ECONOMICO

HIGHLIGHTS BILANCIO D'ESERCIZIO

Patrimonio netto	15.405.056,00
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	22.208.301,00
Costi per l'acquisto delle materie prime	11.977.733,00
Di cui, per la remunerazione della filiera IRIS	1.753.215,00
Costi per la remunerazione del personale	2.015.677,00
Utile d'esercizio	530.325,00



4.3 ETICA DEL BUSINESS E COMPLIANCE

A.S.T.R.A. Bio ha adottato un Codice Etico e un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (M.O.G.) ai sensi del D. Lgs. 231/2001, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente i principi di correttezza, trasparenza, legalità e responsabilità che guidano l'attività aziendale.

Il Codice Etico definisce i valori, i principi e le norme di comportamento che l'azienda considera fondamentali nello svolgimento delle proprie attività e il cui rispetto è richiesto a tutti i soggetti che operano per conto della Società o intrattengono con essa relazioni significative: **amministratori, dipendenti, collaboratori, consulenti, partner commerciali e fornitori.**

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo e il relativo Codice Disciplinare sono stati adottati per prevenire il rischio di commissione dei reati previsti dal D. Lgs. 231/2001 e per garantire un sistema strutturato di controllo interno e gestione dei comportamenti aziendali.

I principi contenuti nel Codice Etico riguardano diversi ambiti fondamentali della governance aziendale, tra cui:

- rispetto delle leggi e delle normative vigenti;
- correttezza, imparzialità e trasparenza nei rapporti interni ed esterni;
- tutela dell'ambiente;
- valorizzazione delle risorse umane;
- qualità e sicurezza dei prodotti;
- prevenzione dei conflitti di interesse;
- tutela della riservatezza e dei dati personali;
- correttezza nei rapporti con clienti, fornitori e Pubblica Amministrazione.

Con riferimento ai **temi dell'anticorruzione e della trasparenza**, A.S.T.R.A. Bio vieta qualsiasi comportamento che possa configurare pratiche corruttive o indebiti vantaggi. In particolare, il Codice Etico stabilisce che omaggi, regali o altre utilità possono essere accettati o offerti esclusivamente se di modico valore e comunque tali da non compromettere indipendenza, imparzialità e correttezza professionale.

Nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, l'azienda vieta espressamente di offrire o promettere, direttamente o indirettamente, denaro, beni, servizi o favori a pubblici ufficiali o incaricati di pubblico servizio al fine di ottenere trattamenti di favore o vantaggi indebiti. Eventuali richieste anomale o comportamenti non conformi devono essere tempestivamente segnalati all'Organismo di Vigilanza (OdV).

> *Attraverso questi strumenti, A.S.T.R.A. Bio conferma il proprio impegno verso una gestione aziendale responsabile, trasparente ed eticamente orientata, coerente con i valori di sostenibilità, correttezza e tutela delle persone e dell'ambiente che caratterizzano la propria identità aziendale*

Anche i rapporti con fornitori, partner commerciali e clienti devono essere improntati ai principi di correttezza, trasparenza, professionalità e leale concorrenza. L'azienda richiede inoltre ai propri partner il rispetto dei principi etici contenuti nel Codice.

Particolare attenzione viene inoltre dedicata alla **trasparenza amministrativa e finanziaria**. A.S.T.R.A. Bio adotta specifiche misure di controllo per garantire la correttezza delle transazioni commerciali, la tracciabilità dei pagamenti e la verifica dell'affidabilità e professionalità dei soggetti con cui intrattiene rapporti economici.

Il sistema di governance è supportato dall'Organismo di Vigilanza, incaricato di monitorare l'applicazione del **Modello 231** e del **Codice Etico**, promuoverne la diffusione e gestire eventuali segnalazioni di violazione. **L'azienda ha inoltre adottato specifici canali di whistleblowing**, in conformità al D.Lgs. 24/2023, garantendo la tutela e la riservatezza dei segnalanti.
Il Modello 231 e il Codice Disciplinare prevedono infine un sistema sanzionatorio proporzionato alla gravità delle eventuali violazioni, applicabile a dipendenti, dirigenti, collaboratori e soggetti terzi che operano per conto della Società.

Tali principi di eticità e trasparenza si applicano anche nei confronti dei **clienti e dei consumatori per garantire prodotti di alta qualità biologici sempre ad un prezzo equo.**

4.4 GOVERNANCE RESPONSABILE,TERRITORIO E SOSTEGNO ALLO SPORT

Restituire valore alla comunità è una precisa responsabilità che A.S.T.R.A. Bio assolve attraverso numerose iniziative di connessione con il territorio, che si rivolgono in particolare ai più giovani.
Ogni anno l'azienda promuove **convegni ed eventi** volti a promuovere la cultura del biologico, come è accaduto ad esempio in occasione della Giornata Internazionale dell'educazione il 15 settembre, e collabora attivamente con alcuni istituti scolastici, ospitando **visite didattiche** nel proprio stabilimento. Nel 2025 sono state ospitate **3 visite scolastiche e se ne prevedono almeno il doppio nel 2026.**





Fra le iniziative di maggiore visibilità per l'azienda rientra il **legame con il mondo dello sport** sostenendo eventi ed atleti che condividono i valori di un'alimentazione biologica, uno stile di vita attivo e una visione consapevole della salute e della prevenzione. **Tale impegno si è sostanziato nel 2025 nel supporto a 5 manifestazioni promosse sul territorio e nel supporto continuativo a due atleti e due Club**, diventati veri e propri Ambassador dell'azienda.
Per A.S.T.R.A. Bio le attività di sponsorizzazione si inseriscono all'interno della propria strategia ESG orientata alla **creazione di valore condiviso, al rafforzamento delle relazioni con il territorio e alla diffusione di una cultura fondata su benessere, sostenibilità e corretti stili di vita**. Tali attività assumono un ruolo particolarmente rilevante nell'ambito della Governance, poiché testimoniano la volontà dell'azienda di sviluppare relazioni trasparenti, responsabili e coerenti con la propria missione, orientando le proprie partnership verso soggetti e progetti capaci di generare impatti positivi per la comunità e per gli stakeholder.

Attraverso queste iniziative, A.S.T.R.A. Bio rafforza inoltre il proprio posizionamento come impresa attenta non solo alla qualità del prodotto, ma anche al proprio ruolo sociale e culturale, contribuendo attivamente alla costruzione di una rete di relazioni coerente con i principi etici che guidano la governance aziendale.







Gli eventi

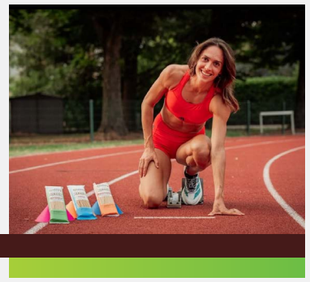
A giugno 2025 l'azienda ha ospitato presso il proprio stabilimento la **festa finale del settore giovanile Vanoli Young e Cremona Pink!** Tutte le squadre maschili e femminili, insieme alle loro famiglie, hanno celebrato la fine della stagione sportiva in grande stile, condividendo un momento di festa, sport e convivialità.

Sabato 7 giugno si è svolta la 50^ MINCIOMARCIA, classica stracittadina popolare che ha visto la partecipazione di migliaia di persone, di cui l'azienda è stata Sponsor Ufficiale. L'appuntamento della camminata per le vie della città dei Gonzaga nel 2025 ha coinciso con il Cinquecentenario di Palazzo Te. Un grande evento di piazza, organizzato in stretto accordo con Comune di Mantova in sinergia con Fondazione Palazzo Te.

A.S.T.R.A. Bio e l'associazione MEDEA OdV hanno promosso sabato 22 novembre l'evento speciale **IRIS FAMILY DAY**, un pomeriggio dedicato al benessere, all'alimentazione e all'attività fisica, aperto a tutta la famiglia. I partecipanti hanno avuto l'opportunità di incontrare due grandi nomi dello sport italiano, **Sveva Gerevini e Riccardo Orsoni**, Ambassador del brand. Durante il pomeriggio, Sveva e Riccardo hanno guidato i partecipanti in un vero e proprio "viaggio nel benessere", condividendo storie di campioni e offrendo consigli pratici su alimentazione, attività fisica e salute. Erano presenti anche nutrizionisti e altri atleti olimpici per rendere l'esperienza ancora più completa e coinvolgente.

L'azienda ha rinnovato anche nel 2025 il sostegno alla tradizionale podistica "5 Porte" di Cremona, una corsa di 10 km competitiva e non competitiva che attraversa simbolicamente la città, con partenza e arrivo al Parco delle Colonie Padane. Un evento che unisce sport, comunità e benessere, aperto a runner agonisti, camminatori e famiglie, con una nuova Mini 5 Porte dedicata ai bambini e ai ragazzi.

Gli Ambassador



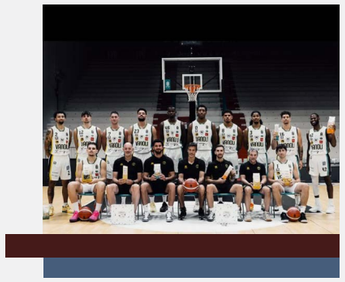
SVEVA GEREVINI

Atleta olimpica e primatista italiana di eptathlon e pentathlon, ha rappresentato l'Italia ai massimi livelli internazionali, distinguendosi per la versatilità e la costanza in discipline multiple dell'atletica leggera. Grazie alla capacità di eccellere in diverse specialità — corsa, salti e lanci — ha stabilito record nazionali che testimoniano non solo il suo talento naturale, ma anche anni di dedizione, allenamento rigoroso e determinazione. La sua carriera è un esempio di eccellenza sportiva, contribuendo a elevare il prestigio dell'atletica italiana in competizioni olimpiche e mondiali. Ai Mondiali di atletica di **Tokyo 2025**, Sveva Gerevini ha concluso l'eptathlon al **13° posto** con un punteggio totale di **6.167 punti.**



RICCARDO ORSONI

Atleta olimpico, specialista della marcia e campione italiano assoluto 2025 nella 35 km, si è affermato come uno dei protagonisti di punta della marcia italiana. La sua carriera è caratterizzata da disciplina, resistenza e tecnica impeccabile, qualità fondamentali in una specialità tanto impegnativa quanto tecnica. Il titolo nazionale nella 35 km del 2025 conferma non solo il suo talento, ma anche la capacità di eccellere a livello competitivo, rappresentando con orgoglio l'Italia nelle competizioni internazionali e contribuendo alla diffusione della marcia come disciplina di alto livello. Al mondiale di Tokyo 2025, gareggiando nella **35 km di marcia**, Orsoni ha tagliato il traguardo in **8ª posizione** con il tempo di **2h31:39**



VANOLI BASKET CREMONA

Dal 2022 A.S.T.R.A. Bio è al fianco della Vanoli Basket Cremona, società storica del panorama cestistico italiano, si distingue per la sua lunga tradizione e per l'impegno nella formazione di giovani talenti. Competendo ai massimi livelli nazionali, la squadra ha saputo coniugare esperienza e innovazione. La Vanoli Basket rappresenta non solo una realtà sportiva di alto livello, ma anche un punto di riferimento per la comunità, promuovendo valori di determinazione, lavoro di squadra e passione per la pallacanestro.



5. AMBIENTE

Il nostro impegno per il pianeta

HIGHLIGHTS

- 100% Biologico
- Completa tracciabilità della filiera
- Controllo diretto dei conferitori
- Origine 100% locale delle materie prime
- Pastificio costruito in bio-edilizia
- Utilizzo dell'energia fotovoltaica per l'80% del fabbisogno
- 100% energie rinnovabili
- Fitodepurazione delle acque reflue di scarto e riutilizzo a fini di irrigazione

5.1 VERSO UN'IMPRONTA PIÙ LEGGERA

In occasione della redazione del primo Bilancio di sostenibilità, A.S.T.R.A. Bio ha intrapreso **per la prima volta un percorso di calcolo sistematico delle proprie emissioni** di gas serra avvalendosi del tool predisposto dalla **SME Climate Hub** per le piccole imprese (aziende con fino a 50 dipendenti), conformemente a quanto consigliato da EFRAG PMI e reportistica sulla sostenibilità | EFRAG e alla *Guida di supporto VSME sulla Disclosure C3 – Modulo Completo (obiettivi di riduzione dei gas serra e transizione climatica).*

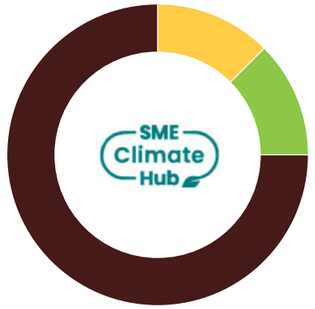
Dal punto di vista metodologico, il Bilancio è allineato alle migliori pratiche oggi adottate dalle PMI evolute in ambito ESG, in quanto utilizza la classificazione **Scope 1, 2 e 3 del GHG Protocol**, include emissioni di supply chain, introduce indicatori di intensità emissiva e considera sia emissioni dirette che indirette.

Il fatto che A.S.T.R.A BIO SRL disponga già di una rendicontazione strutturata delle emissioni costituisce un elemento di maturità ESG superiore alla media delle PMI italiane.

RAPPORTO SULLE EMISSIONI DI A.S.T.R.A. BIO DAL 1° GENNAIO 2025 AL 31 DICEMBRE 2025

Estimated total emissions

13.231,82 tonnes CO_2e



Your emission intensity

Emissions per € revenue	**0.60 kg CO_2e**
Emissions per employee	**322.73 tonnes CO_2e**
Emissions per m^2	**0.98 tonnes CO_2e**

Your Scope overview

SCOPE 1

Direct emissions	**1297,797 tonnes CO_2e**
Heating of Buildings	1045.90 tCO_2e
Fuel Use - Vehicles	6.33 tCO_2e
Fuel Use - Machinery	0.33 tCO_2e
Fugitive Gases	245.23 tCO_2e

SCOPE 2

Indirect emissions	**1319,955 tonnes CO_2e**
Purchased Electricity (Location-Based)	1319.96 tCO_2e

SCOPE 3

Value chain emissions	**10.614,071 tonnes CO_2e**
Purchased Goods and Services	7995.51 tCO_2e
Capital Goods	134.86 tCO_2e
Fuel and Energy-Related Services	371.94 tCO_2e
Upstream Transportation and Distribution	181.13 tCO_2e
Waste Generated in Operations	7.53 tCO_2e
Business Travel	1.48 tCO_2e
Employee Commuting & Homeworking	36.54 tCO_2e
Downstream Transportation and Distribution	1885.08 tCO_2e

Powered by EQUIPOISE

Dal Bilancio emerge che A.S.T.R.A Bio ha registrato nel 2025 emissioni complessive pari a **13.231,82 tCO_2e**, con una distribuzione fortemente concentrata sullo **Scope 3 (80,2%)**, seguito da Scope 2 (10,0%) e Scope 1 (9,8%).

Questo dato è particolarmente coerente con quanto emerge dai benchmark internazionali e nazionali relativi alle imprese e PMI manifatturiere dove le emissioni indirette di filiera (Scope 3) rappresentano normalmente la quota prevalente dell'impronta climatica, spesso compresa tra il 65% e il 95% del totale.

Nel caso specifico di A.S.T.R.A Bio, il peso dello Scope 3 deriva soprattutto da:

- beni e servizi acquistati
- trasporto e distribuzione
- attività energetiche indirette
- trasporti a monte

L'intensità emissiva dell'azienda, pari a 0,60 kg CO_2e/€ di ricavo (600 tCO_2e per milione di euro di fatturato), si colloca su valori coerenti con comparti manifatturieri a media-alta intensità emissiva.

Dal punto di vista strategico, i principali margini di miglioramento sembrano concentrarsi su:

- approvvigionamenti e materiali acquistati
- logistica e trasporti
- energia elettrica acquistata
- coinvolgimento della filiera nella raccolta dati e riduzione delle emissioni indirette.

Sarà su queste tematiche che si concentrerà lo sforzo prevalente dell'azienda fino al 2030. **A.S.T.R.A Bio**, che rientra nella definizione di imprese attive in settori ad alto impatto climatico, sta infatti pianificando di adottare in futuro un vero e proprio piano di transizione climatica, che si focalizzerà in particolare su:

- **Adattamento ai cambiamenti climatici**

Per proteggere persone, processi e asset aziendali dalle conseguenze del clima sarà necessario combinare misure organizzative e interventi infrastrutturali. A breve termine si possono introdurre **orari di lavoro flessibili** e sistemi di monitoraggio delle condizioni di calore sul luogo di lavoro per tutelare la salute dei dipendenti durante le ondate di calore.

- **Riduzione emissioni**

Il primo pilastro del piano prevede interventi concreti per ridurre le emissioni dirette e indirette dell'azienda. **Sostituire il parco auto aziendale con veicoli ibridi** permette di abbattere consumi ed emissioni legate agli spostamenti del personale e alle attività operative, con benefici immediati sui costi di carburante.

- **Logistica e trasporti**

Ridurre l'impatto ambientale della logistica esternalizzata attraverso una maggiore misurazione delle emissioni, la selezione di partner di trasporto più sostenibili, l'ottimizzazione dei carichi e delle tratte, la progressiva riduzione delle spedizioni urgenti e la promozione di soluzioni intermodali ove tecnicamente applicabili.

In parallelo, l'azienda sta valutando anche il progressivo **rinnovo della flotta di carrelli elevatori**, sostituendo gli attuali modelli con batterie al piombo-acido con carrelli di nuova generazione alimentati da batterie agli ioni di litio, al fine di migliorare l'efficienza operativa e ridurre gli impatti ambientali associati alla gestione energetica interna. Il passaggio alla tecnologia agli ioni di litio consentirebbe infatti tempi di ricarica più rapidi, possibilità di ricarica opportunistica durante le pause, minori esigenze di manutenzione rispetto alle batterie al piombo-acido e una maggiore disponibilità dei mezzi.

- **Forza lavoro**

Il capitale umano è centrale per la riuscita della transizione: il piano include misure per migliorare il benessere e la trasparenza interna. Si prevedono **indagini regolari di soddisfazione e coinvolgimento** dei dipendenti, condotte in forma anonima per raccogliere feedback utili a migliorare l'ambiente di lavoro. Per garantire equità è opportuno effettuare **un'analisi per sviluppare una struttura retributiva chiara**, con scale salariali e criteri di promozione trasparenti e comunicati ai dipendenti.

- **Coinvolgimento della filiera nella raccolta dati e riduzione delle emissioni indirette**

Il piano integra criteri sociali e ambientali nei processi di selezione e controllo dei fornitori. Negli audit e nei questionari rivolti ai fornitori sarà inclusa una **valutazione delle condizioni della forza lavoro**, per verificare il rispetto dei diritti e delle pratiche lavorative. Allo stesso modo, è fondamentale inserire **valutazioni ESG** (ambientali, sociali e di governance) negli audit per misurare e migliorare l'impatto complessivo della catena di fornitura.

MENO EMISSIONI GRAZIE AI PALLET RICICLATI

A.S.T.R.A. Bio ha scelto di attivare una partnership con CHEP per contenere i propri impatti. Pioniera dell'economia circolare, CHEP promuove l'uso condiviso delle sue attrezzature presso diversi attori della supply chain, seguendo un modello di "condivisione, riparazione e riutilizzo" conosciuto come pooling.
CHEP Europa offre un Certificato di Sostenibilità che attesta i risparmi ambientali ottenuti utilizzando i pallet sostenibili. Questo certificato è convalidato da un'analisi di ciclo della vita (LCA) e dimostra come il modello di condivisione e riutilizzo dei pallet contribuisca a ridurre il consumo di legno e le emissioni di CO_2.
Grazie a questo servizio di pooling in un anno si sono

- Salvati 19 alberi
- Evitati quasi 56.000 km su strada percorsi
- Prodotti 1850 kg di rifiuti in meno.



100% ENERGIE RINNOVABILI

Il Pastificio è dotato di copertura con pannelli fotovoltaici che permettono di produrre autonomamente energia elettrica pulita, sfruttando l'inesauribile energia del sole. Questo consente all'azienda di ridurre il proprio fabbisogno di energia proveniente dalla rete elettrica, diminuendo le emissioni di gas serra e l'impatto ambientale delle sue attività.

Nel 2025 sono stati autoprodotti 561MWh di energia, rispetto ai 2430 MWh acquistati da un fornitore che garantisce contratti 100% Green coperti da garanzie di origine GO. Il 100% dell'energia utilizzata nel 2025 proviene quindi da fonti rinnovabili.



IL PASTIFICIO IN BIOEDILIZIA

La bioedilizia è una scelta concreta e lungimirante per interpretare in maniera strategica la sostenibilità. Conosciuta anche come edilizia o architettura ecologica o sostenibile, è un approccio integrato alla progettazione e realizzazione di edifici che mette al centro il rispetto per l'ambiente, il benessere delle persone e l'efficienza energetica. L'obiettivo è **minimizzare l'impronta ecologica dell'edificio lungo tutto il suo ciclo di vita**, dalla scelta dei materiali fino alla demolizione. Questo significa utilizzare risorse rinnovabili, ridurre gli sprechi, garantire il comfort abitativo e creare ambienti salubri, il tutto integrandosi armoniosamente con il territorio. In questo senso, anche scegliendo di non insediarsi nelle aree industriali delle grandi città, il pastificio di Casteldidone contribuisce a valorizzare il territorio e a sostenere l'economia locale.



La costruzione si basa su una serie di principi tecnici, ambientali e sanitari, che si ritrovano esplicitati nella Dichiarazione di bioedilizia relativa al pastificio:

- tutti **i tamponamenti di facciata** sono stati eseguiti con pannelli in legno nell'ottica dell'impatto zero sull'ambiente (certificazioni PEFC e FSC)
- si è fatto uso di **isolanti naturali anche in copertura** (trasmittanza copertura U=0,177 W/m²K, indicante una dispersione inferiore al parametro di legge U=0,25 W/m²K); l'intero complesso presenta un notevole livello di isolamento, ben superiore ai parametri di legge, garantendo un notevole risparmio energetico nella gestione dell'edificio: trasmittanza pannelli in legno U=0,114 W/m²K vs parametro di legge 0,30 W/m²K)
- **impianto fotovoltaico in copertura**
- la depurazione degli scarichi avviene con un **procedimento naturale di fitodepurazione** in loco
- l'"intelligent Surface" del rivestimento in pannelli "PIZ" additivati con biossido di titanio trasforma gli inquinanti presenti nell'atmosfera in sostanze inerti, comportandosi quindi **come un vero e proprio depuratore d'aria**
- le ampie finestre realizzate in triplo vetro con uno spessore di 7cm sono state concepite nell'ottica di comfort del lavoratore e consentono un **risparmio di energia elettrica**
- per l'illuminazione sono stati utilizzati corpi illuminanti a LED





5.2 L'ACQUA, RISORSA PREZIOSA

L'utilizzo della risorsa idrica rappresenta per A.S.T.R.A. Bio un tema particolarmente rilevante, sia in relazione alla sostenibilità ambientale sia in ottica di gestione responsabile delle risorse naturali. Dal punto di vista degli approvvigionamenti, **l'agricoltura biologica ottimizza l'irrigazione per un uso consapevole.** Nell'arco del processo produttivo l'azienda monitora costantemente i propri consumi e gli scarichi derivanti dalle attività produttive, con l'obiettivo di mantenere elevati standard di efficienza e contenere gli impatti ambientali associati ai processi industriali.
Nel corso del periodo di rendicontazione, **il consumo idrico totale dell'azienda è stato pari a 6.489 m³, mentre il quantitativo di scarichi idrici derivanti dalle lavorazioni è risultato pari a 341 m³.** Il dato evidenzia una significativa differenza tra acqua prelevata e acqua scaricata, elemento che riflette la natura del processo produttivo del settore pastario, in cui gran parte dell'acqua viene incorporata nel prodotto o dispersa nei processi di evaporazione e trasformazione. L'azienda ha implementato un sistema di recupero delle acque attraverso **l'impianto di fitodepurazione "lavatrafile"**, che consente di trattare e filtrare parte delle acque utilizzate durante le lavorazioni e rimetterla a disposizione per l'irrigazione.
Questo approccio permette di ridurre il consumo di risorsa idrica, limitare gli sprechi e diminuire l'impatto ambientale associato agli scarichi industriali.
In termini di benchmark di settore, **il comparto dei pastifici italiani è considerato tra i più efficienti dell'industria alimentare sotto il profilo dei consumi idrici.** Secondo i dati diffusi dai Pastai Italiani Unione Italiana Food, per la produzione di un chilogrammo di pasta un pastificio utilizza mediamente **non più di circa 3 litri d'acqua**, grazie agli investimenti tecnologici e ai miglioramenti di processo sviluppati negli ultimi anni. Lo stesso settore ha registrato, dal 2013, una riduzione dei consumi idrici pari a circa il 20%, confermando un percorso di progressiva efficienza ambientale e innovazione tecnologica.
In questo contesto, A.S.T.R.A. Bio si differenzia in maniera virtuosa in un comparto che ha già intrapreso importanti percorsi di sostenibilità, mantenendo un approccio coerente con i suoi principi del biologico e della tutela delle risorse naturali. **Per A.S.T.R.A. Bio il consumo di acqua totale è di 0,53 litri per ogni kg di pasta prodotta.**

L'attenzione alla risorsa idrica si integra inoltre con le più ampie strategie ambientali dell'azienda, che comprendono la riduzione degli impatti ambientali, l'utilizzo di energie rinnovabili, la fitodepurazione e la promozione di un modello produttivo orientato alla sostenibilità lungo tutta la filiera.

Fra le scelte virtuose, vi è anche l'approvvigionamento da acqua di rete, in alternativa alla minerale in PET:

Voce	Totale
Totale litri erogati	4.251,00 L
Bottiglie risparmiate (0,5 L)	8502
Risparmio annuo	4.251,00 €
KG CO2 risparmiati (produzione PET)	195.546,00 KG
KG PET in meno da smaltire	85,00 KG
LT petrolio risparmiato (produzione PET)	170,00 L
KG CO2 per il trasporto	758,00 KG
LT carburante risparmiato (trasporto)	136,00 L
Cassonetti non riempiti	2

5.3 RECUPERARE E RICICLARE

Il tema dell'uso delle risorse, della gestione dei rifiuti e in particolare **dell'economia circolare è fra i più materiali per A.S.T.R.A Bio**, che ha dedicato negli anni risorse e impegno per contenere il più possibile i propri impatti.

Gestione dei rifiuti
A.S.T.R.A. Bio genera una quantità di rifiuti relativamente ridotta, grazie anche ad una strategia di **recupero degli scarti di lavorazione.**
Per esigenze produttive fisiologiche, l'inizio e la fine di ogni produzione subiscono una percentuale minima di scarto.

Il primo scarto è l'impasto fresco non idoneo al processo produttivo, che viene conferito in un cassone esterno e **successivamente destinato al Biogas con un considerevole vantaggio in termini ambientali:** invece di finire in discarica, l'impasto fermenta e produce energia pulita e calore, riducendo drasticamente l'impronta di carbonio dell'azienda.

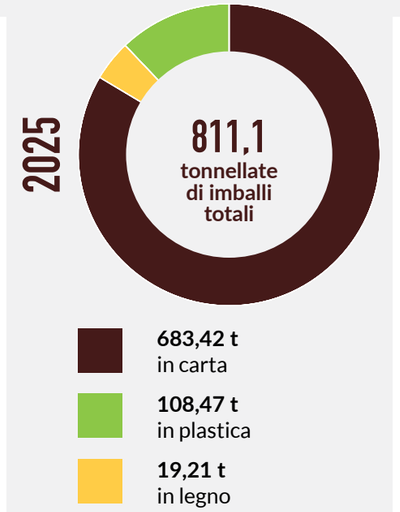
Il secondo step nasce alla fine della produzione quando il prodotto risulta essere secco. Questo scarto può avere due destinazioni:

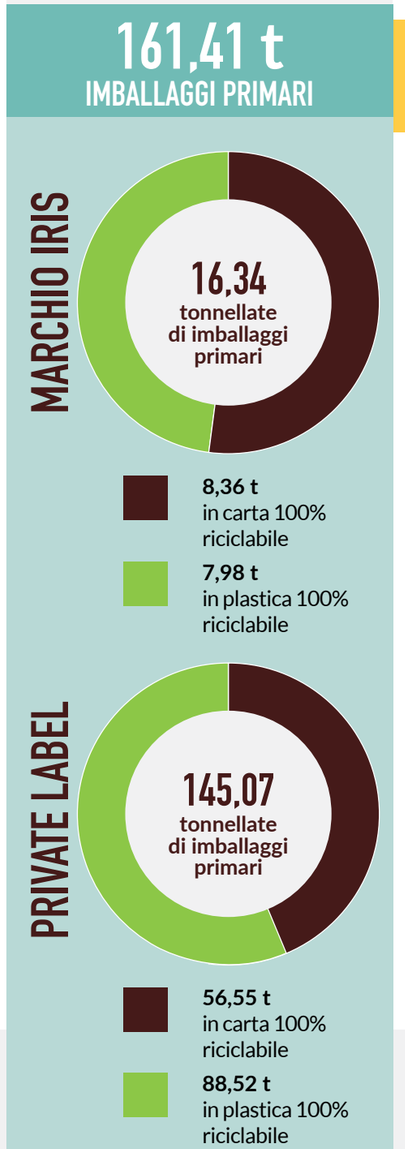
- **rimacina:** il prodotto viene messo in big bag, viene triturato e successivamente reinserito nel ciclo produttivo in piccole quantità controllate.
- **zootecnia:** tutta la rimanente parte di prodotto essiccato che non può essere rimacinato viene reso disponibile alla zootecnia (i nostri principali clienti sono: allevamenti prevalentemente suinicoli, e aziende di produzione mangimistiche). L'azienda è registrata secondo il Reg EU 183/2005. La normativa europea che stabilisce i requisiti per l'igiene dei mangimi il cui scopo principale è garantire la sicurezza lungo l'intera filiera dell'alimentazione animale, "dal campo alla tavola", per tutelare la salute degli animali, dell'uomo e dell'ambiente.

Complessivamente, nel 2025 l'azienda ha prodotto circa 81.130 kg di rifiuti (di cui 80 kg di rifiuti pericolosi, riferiti a Batterie a piombo), di cui il **75%** (60.780 kg) **sono stati reindirizzati al riciclaggio o al riutilizzo.** I residui fangosi da trattamento delle proprie acque reflue sono la sola categoria di rifiuti destinati allo smaltimento.

Packaging in carta
Da anni A.S.T.R.A. Bio ha intrapreso la scelta di conversione degli imballaggi in carta per quanto riguarda il **packaging primario dei prodotti.**

- Il Packaging in carta diminuisce la quantità di rifiuti plastici generati e contribuisce a preservare le risorse naturali del pianeta.
- Questa strategia incoraggia i consumatori a fare scelte più ecocompatibili e consapevoli, favorendo una transizione verso un modello di consumo più sostenibile e garantendo alle nuove generazioni un futuro migliore.





Nel 2025 sono stati utilizzati 811,1 tonnellate di imballi, di cui 683,42 in carta, 19,21 in legno e 108,47 in plastica. Di questi, 161,41 sono imballaggi primari così suddivisi fra Marchio Iris e Private label.
Per il confezionamento della pasta a **marchio IRIS** sono state utilizzate 16,34 tonnellate di imballaggi, di cui 8,36 ton in carta 100% riciclabile e 7,98 ton in plastica, anche questa 100 % riciclabile. La **carta** rappresenta già oltre la metà degli imballaggi primari utilizzati **(51,18%)**. Tra gli obiettivi per i prossimi anni c'è quello di aumentare ulteriormente questa quota, rendendo l'imballo in carta sempre più diffuso e rilevante.
Già da alcuni anni anche diversi clienti **Private Label** stanno progressivamente sostituendo la plastica con imballi primari in carta: nel **2025** la carta ha inciso per il **40,20%** sul totale degli imballaggi primari.

5.4 GREEN PROCUREMENT E SELEZIONE DEI FORNITORI

A.S.T.R.A. Bio considera la sostenibilità un valore che deve essere condiviso lungo tutta la filiera produttiva e non limitato esclusivamente alle attività direttamente gestite dall'azienda. Per questo motivo, sta pianificando di dotarsi di un **questionario di valutazione fornitor**i, finalizzato a raccogliere informazioni relative agli aspetti ambientali, sociali ed etici dei propri partner commerciali e dei soggetti coinvolti nelle attività a monte della catena del valore.
Attualmente l'azienda svolge comunque un **processo di qualifica dei principali fornitori di materie prime e relativi Audit periodici** per verificare non solo aspetti igienico sanitari e relativi alla qualità **ma anche tematiche di chiara valenza ai fini di una valutazione ESG.**
Fra le questioni attualmente considerate vi sono:

- possesso di certificazioni
- economia circolare (ad esempio trattamento dei sottoprodotti)
- controllo sulla tipologia degli imballi
- formazione del personale

La volontà di rafforzare gli strumenti per la valutazione della performance ESG dei fornitori si inserisce in un approccio di crescita dell'impegno di A.S.T.R.A. Bio sulla sostenibilità della propria catena del valore, orientato ai principi del Green Procurement, andando ad inserire nuovi criteri di selezione e monitoraggio dei fornitori che includano in maniera più esplicita anche elementi ESG (Environmental, Social & Governance).
Questo approccio risulta coerente con i principi contenuti nella UNI ISO 20400:2017 relativa agli acquisti sostenibili e con l'evoluzione del quadro europeo in materia di sostenibilità e responsabilità lungo la catena del valore, richiamato anche dagli standard ESRS e dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

6. SOCIALE

Il nostro impegno per le persone

HIGHLIGHTS 2025

95% dipendenti a tempo indeterminato

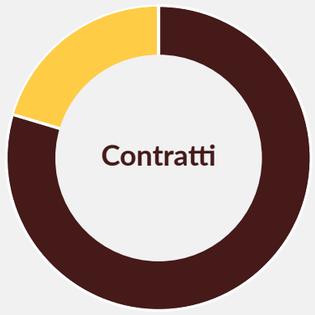
54% dipendenti di sesso femminile

100% dipendenti coperti da contratti collettivi

Zero infortuni

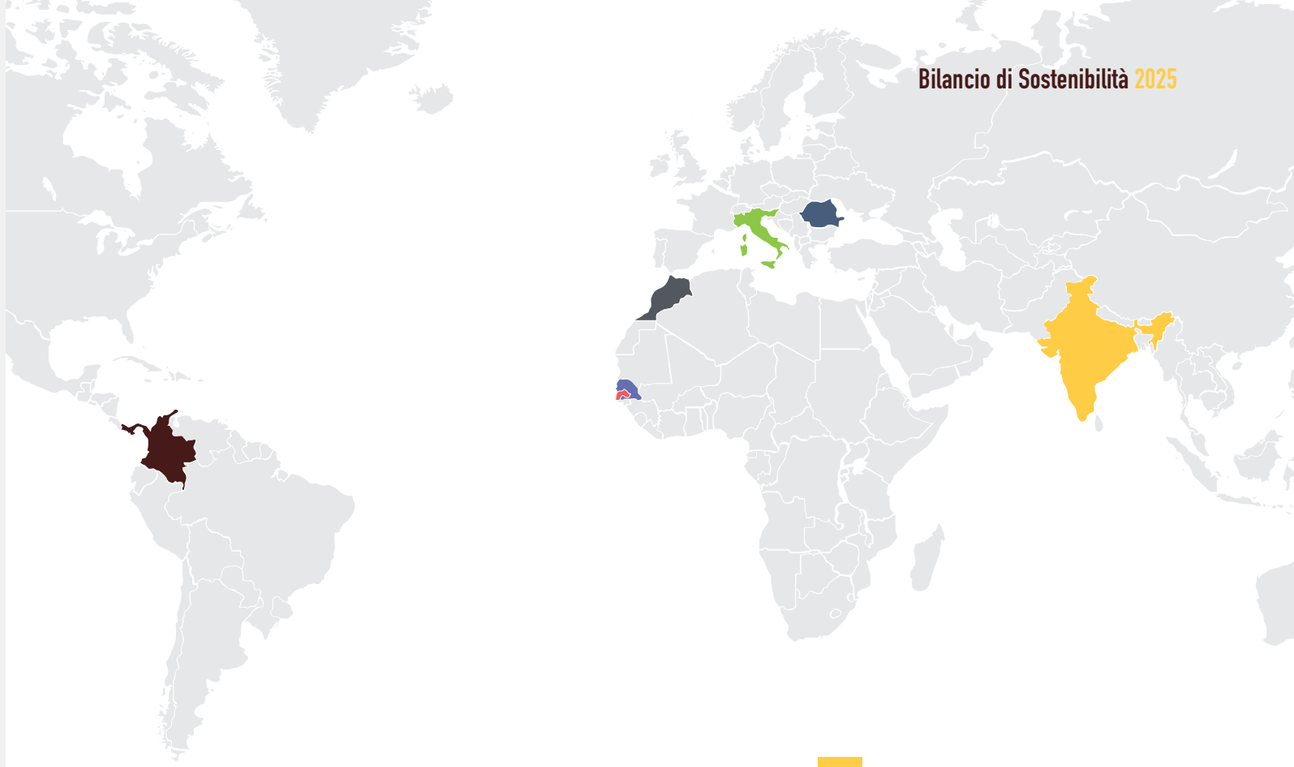
14 ore annue di formazione per ogni dipendente

Età media totale: 41 anni
- Maschi 39
- Femmine 42



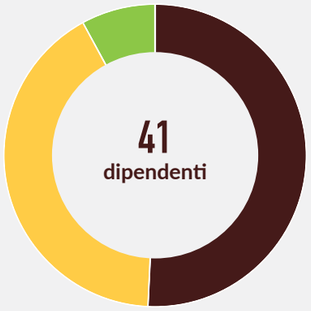
33 full time

8 part time

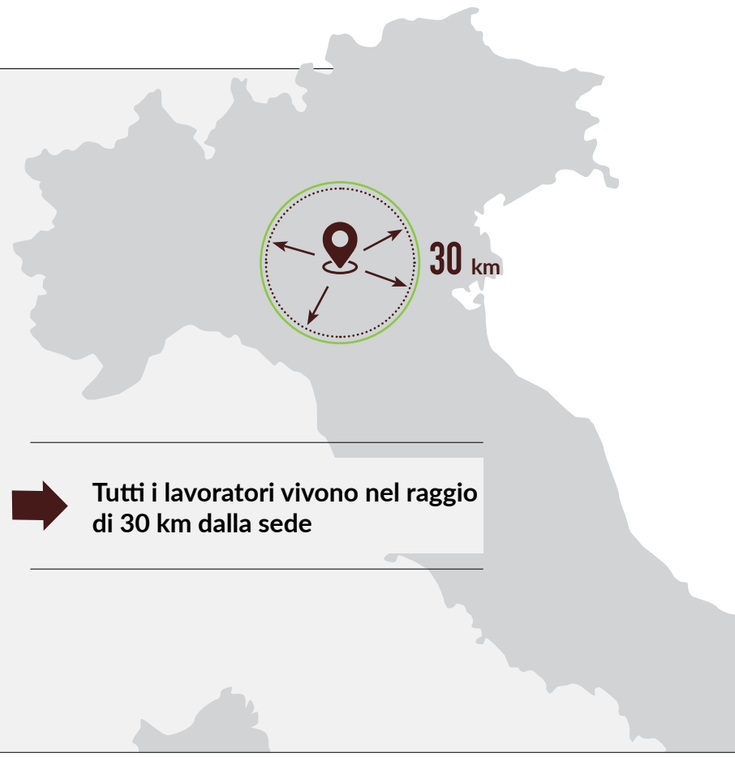


Dipendenti di 7 diverse nazionalità

- ITALIA
- ROMANIA
- INDIA
- SENEGAL
- GAMBIA
- MAROCCO
- COLOMBIA



- **21** operai
- **16** impiegati / quadri
- **4** apprendisti



Tutti i lavoratori vivono nel raggio di 30 km dalla sede

6.1 SALUTE E SICUREZZA

A.S.T.R.A. Bio considera la tutela della salute e della sicurezza sul lavoro un valore fondamentale e parte integrante della propria responsabilità sociale d'impresa. Questo principio guida l'organizzazione nello svolgimento delle attività quotidiane ed è condiviso con tutti gli stakeholder coinvolti nella vita aziendale e nella filiera produttiva.

L'azienda si impegna costantemente a garantire ambienti di lavoro sicuri, salubri e conformi alla normativa vigente, mettendo a disposizione adeguate risorse umane, organizzative, tecniche ed economiche per il miglioramento continuo delle condizioni di salute e sicurezza dei lavoratori. **La produzione di alimenti biologici di qualità viene quindi perseguita all'interno di un contesto organizzativo attento alla tutela delle persone, alla prevenzione degli infortuni e alla diffusione di una cultura della sicurezza condivisa a tutti i livelli aziendali.**

L'azienda si impegna in particolare affinché:

- gli aspetti legati a salute e sicurezza siano considerati preventivamente nella pianificazione delle attività e nell'introduzione di nuovi processi o modifiche organizzative;
- tutti i lavoratori ricevano adeguata formazione, informazione e sensibilizzazione sui rischi connessi alle proprie attività;
- ogni funzione aziendale partecipi attivamente, secondo ruoli emcompetenze, al raggiungimento degli obiettivi di miglioramento in materia di salute e sicurezza;
- siano promossi comportamenti responsabili e una cultura della prevenzione orientata al miglioramento continuo.

A.S.T.R.A. Bio monitora costantemente le proprie prestazioni in materia di sicurezza, adottando misure organizzative, tecniche e gestionali finalizzate a migliorare le condizioni di lavoro, l'igiene degli ambienti produttivi e il benessere complessivo delle persone.

L'azienda dispone inoltre di strumenti e documenti di gestione specifici, tra cui il **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**, procedure operative e protocolli interni finalizzati alla prevenzione e al controllo dei rischi presenti nelle attività produttive.

Le attività di monitoraggio e controllo vengono svolte sia internamente sia attraverso verifiche esterne e audit periodici, anche nell'ambito delle certificazioni e degli standard qualitativi e di sicurezza alimentare adottati dall'azienda.

Grande attenzione viene inoltre dedicata alla **formazione continua del personale.** Nel corso dell'anno sono stati realizzati **momenti formativi e di aggiornamento dedicati alla sicurezza sul lavoro**, con particolare riferimento a:

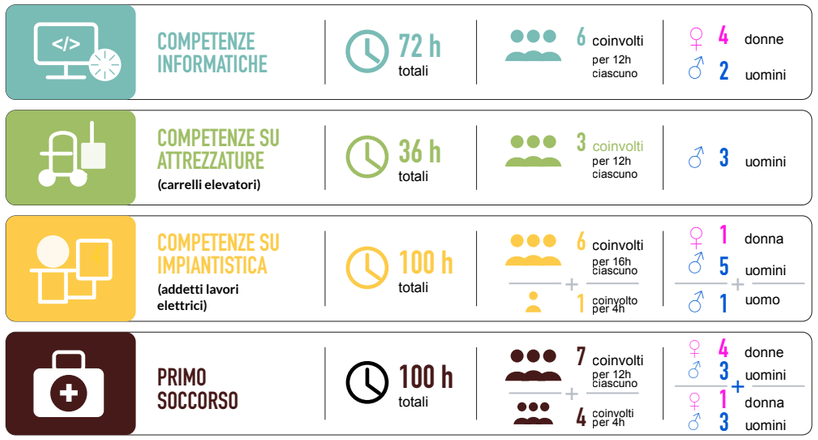
- formazione generale e specifica dei lavoratori;
- aggiornamento delle figure aziendali della sicurezza;
- gestione delle emergenze;
- prevenzione incendi;
- sensibilizzazione sui comportamenti sicuri e sulla prevenzione dei rischi.

Attraverso queste attività, A.S.T.R.A. Bio ribadisce il proprio impegno nel promuovere un ambiente di lavoro sicuro, partecipativo e orientato alla tutela delle persone, che si conferma anche dal **dato di zero infortuni e malattie lavoro-correlate nel 2025.**

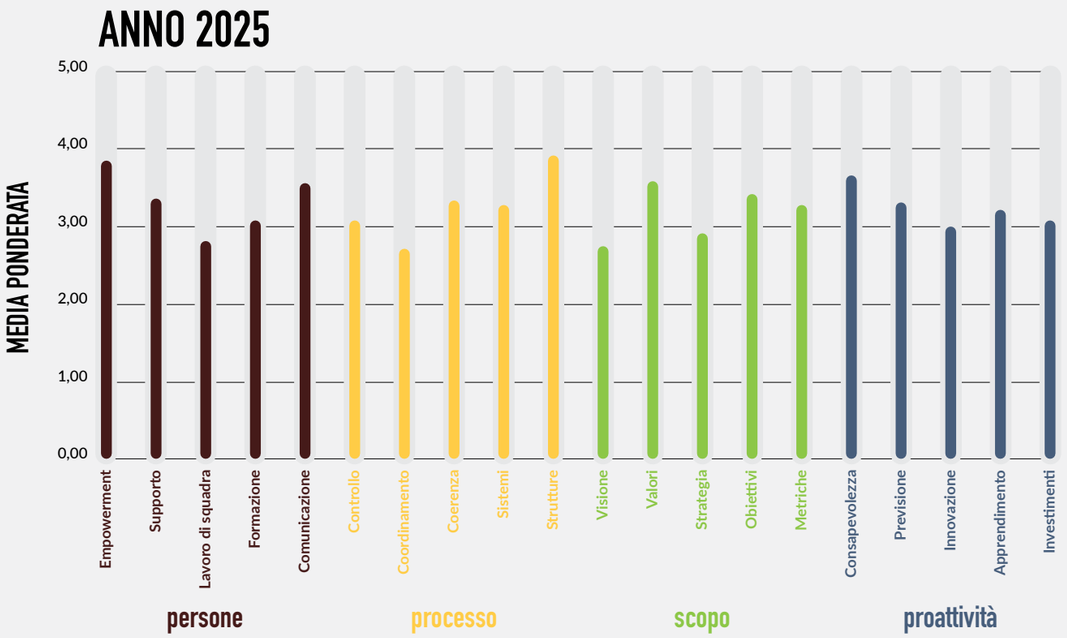
6.2 LA FORMAZIONE

Nel 2025 l'azienda ha dedicato in media 14 ore pro-capite all'aggiornamento professionale delle proprie risorse umane, equamente distribuite fra i 2 generi 14,80 ore medie di formazione per gli uomini e 15 per le donne.
La formazione ha riguardato, oltre alla obbligatoria in materia di salute e sicurezza, il consolidamento di competenze trasversali:

FORMAZIONE E COMPETENZE



Si è inoltre iniziato un percorso di approfondimento sui temi della sostenibilità che ha coinvolto diverse risorse con diversi compiti in azienda, così da creare un vero e proprio team multidisciplinare e trasversale che rafforzerà il proprio operato e consoliderà le proprie competenze nel 2026.



In tema di sensibilizzazione e formazione si segnala come l'azienda ogni anno sottoponga a tutti i lavoratori un **questionario sulla cultura della qualità e della sicurezza alimentare** che prende in esame l'area **Persone** (Atteggiamento del personale e l'investimento dell'azienda sulle persone), il **Processo** (consapevolezza del personale circa l'importanza dei processi di produzione), lo **Scopo** (come il personale visualizza la finalità dei propri ruoli all'interno dell'organizzazione e la finalità del lavoro della propria organizzazione nel suo complesso), la **Proattività** (come il personale percepisce l'azienda come proattiva nell'affrontare potenziali problemi o nel cogliere le opportunità nel settore alimentare).

Il questionario, diffuso attraverso una piattaforma digitale, è stato valutato efficace, in quanto di agevole e rapida la compilazione. Per migliorare la partecipazione al questionario del prossimo anno si valuta di sensibilizzare ulteriormente tutto il personale, attraverso riunioni e avvisi in bacheca, sull'importanza di partecipare a questo programma di cultura e sicurezza alimentare prima dell'invio dei questionari nell' anno 2026.

La totalità delle domande ha registrato esito positivo, con valori in alcuni casi superiori al 3.0. Solo in alcune aree si è evidenziato un risultato leggermente inferiore al limite ritenuto sufficiente. Si ritiene quindi soddisfacente il piano della cultura e sicurezza alimentare introdotto e implementato.

Fra i punti di forza da evidenziare in chiave ESG la **Sicurezza Alimentare**, sia dal punto di vista della **comunicazione** *(D5 - L'Azienda mi tiene costantemente informato e sensibilizzato in ambito della cultura e sicurezza alimentare, tramite comunicazioni elettroniche, avvisi ed istruzioni, incontri formativi, riunioni, con periodica valutazione della loro efficacia?)* con uno scostamento % di 15.56 fra il 2024 e il 2025, che delle **strutture** *(D10- L'Azienda è dotata di strutture, impianti ed attrezzature idonee per garantire la sicurezza alimentare?)* con uno scostamento % di 7.60 fra il 2024 e il 2025. Nell'ambito della proattività, i punti di forza sono **l'innovazione** *(D18- Le persone sono aperte al cambiamento sia sotto l'aspetto dell'innovazione che della comprensione degli aspetti legati alla sicurezza alimentare?)* con un +5.63 nel 2025 rispetto al 2024 e **l'apprendimento** *(D19- Le persone dimostrano una proattività ed apertura verso l'apprendimento organizzativo che impatta positivamente sugli standard di sicurezza alimentare?)* con un +5.84.



6.3 PARITÀ E WORK-LIFE BALANCE

A.S.T.R.A. Bio attribuisce grande importanza ai temi della parità di genere, dell'inclusione e della valorizzazione delle persone, riconoscendo nella diversità un elemento fondamentale di crescita, innovazione e sostenibilità sociale.
L'azienda si distingue per una significativa presenza femminile all'interno della propria organizzazione: **oltre il 50% delle risorse aziendali è infatti costituito da donne**, dato che testimonia concretamente l'attenzione verso una cultura organizzativa orientata alle pari opportunità e alla valorizzazione delle competenze, indipendentemente dal genere.
L'ambiente di lavoro si fonda su rispetto, equità e inclusione, garantendo pari dignità professionale, accesso alle opportunità di crescita e parità retributiva tra uomini e donne a parità di ruolo, responsabilità e competenze.
L'impegno aziendale si inserisce inoltre in un contesto normativo europeo sempre più orientato alla promozione della trasparenza salariale e dell'equità di genere. In particolare, A.S.T.R.A. Bio riconosce l'importanza dei principi introdotti dalla Direttiva (UE) 2023/970 sulla trasparenza salariale, e **garantisce parità di retribuzione tra uomini e donne per uno stesso lavoro o per un lavoro di pari valore.**
In coerenza con questi principi, l'azienda intende continuare a sviluppare politiche organizzative e gestionali orientate alla valorizzazione delle persone, alla prevenzione di qualsiasi forma di discriminazione e alla creazione di un ambiente lavorativo sempre più equo, partecipativo e sostenibile.
Il **tasso di turn-over nel 2025 si è attestato su 16,67%**, con 7 dipendenti che hanno lasciato l'impresa nel periodo di riferimento, di cui 2 per pensionamento e 2 in periodo di prova.

6.4 L'ATTENZIONE AL CLIENTE E AL CONSUMATORE

> *Per noi il consumatore è un interlocutore fondamentale con cui sviluppare un rapporto continuativo di fiducia, consapevolezza e cultura del biologico*

Il rapporto con i clienti e i consumatori finali rappresenta un elemento centrale della strategia di A.S.T.R.A. Bio che si traduce non soltanto nella qualità del prodotto finale, ma anche nella costruzione di **relazioni basate su ascolto, continuità, collaborazione e condivisione di valori comuni.**
Il mercato di riferimento comprende oltre alla GDO, negozi biologici, fattorie didattiche, gruppi di acquisto solidale e ristorazione, sia in Italia che all'estero.
In particolare, ai fini della Sostenibilità, acquistano rilevanza:

- **i canali e la tipologia di informazioni** per i consumatori
  (inclusi privacy, accesso alle informazioni, libertà di espressione)
- **la sicurezza personale dei consumatori**
  (inclusi salute e sicurezza, protezione dei bambini)
- **l'inclusione** sociale dei consumatori
  (inclusi l'accesso a prodotti e servizi, pratiche di marketing responsabili, non discriminazione).

L'azienda sviluppa relazioni differenti a seconda dei canali di mercato e delle tipologie di interlocutori, mantenendo tuttavia un approccio comune fondato su affidabilità, ascolto e collaborazione.

Nel rapporto con i clienti afferenti alla **Grande Distribuzione Organizzata** (GDO), la relazione nasce prevalentemente su basi commerciali, legate a contratti, volumi e pianificazione annuale delle forniture, attraverso la commercializzazione di prodotti a Private Label. Come richiamato anche nel codice etico, i rapporti con i clienti e i fornitori sono improntati alla massima correttezza, trasparenza e professionalità e sono intrattenuti nel rispetto delle norme vigenti, del Modello 231 e del Codice stesso. In particolare, le relazioni con i partner commerciali sono volte alla ricerca di un giusto vantaggio competitivo, alla concessione di pari opportunità, a lealtà e imparzialità. Nel tempo, con diverse catene distributive si sono sviluppati **rapporti fiduciari consolidati e partnership di medio-lungo periodo**, caratterizzati da collaborazione reciproca, progettualità condivise e contrattualizzazione delle materie prime. In alcuni casi, queste sinergie hanno portato alla realizzazione di progetti sviluppati congiuntamente con il cliente, valorizzando il know-how aziendale e contribuendo alla crescita e alla diffusione del biologico sul mercato.

Attraverso il **marchio IRIS**, l'azienda instaura invece una relazione ancora più diretta e vicina al consumatore finale. In questo ambito, particolare attenzione viene dedicata alla **cura del cliente e alla qualità del servizio**, non solo dal punto di vista commerciale ma anche nella gestione delle esigenze quotidiane. L'ufficio commerciale svolge infatti anche una funzione assimilabile a un **help desk dedicato**, supportando clienti e famiglie nella risoluzione di problematiche pratiche legate a consegne, informazioni sui prodotti e assistenza post-vendita. Questo approccio permette di costruire un **rapporto autentico, trasparente e continuativo con il consumatore. I prodotti sono reperibili anche sul portale di e-commerce *https://eshop.irisbio.com/it/ecommerce/home***



Fra le novità del 2025 vi è stata l'apertura di **uno spaccio aziendale** per l'acquisto di prodotti direttamente in stabilimento, attivato per le festività Natalizie e che **verrà potenziato nel 2026** anche in ottica di servizio alla comunità.
Un rapporto speciale lega inoltre, da sempre, l'azienda ai **Gruppi di Acquisto Solidale (GAS)**. Un'esperienza nata nei primi anni '90 da un gruppo di amici che nel corso di questi 3 decenni si è trasformata in una pratica d'acquisto consolidata, **una scelta che riguarda ormai una persona su dieci in Italia, circa sei milioni di famiglie.**
Il costante impegno nella divulgazione dei metodi di produzione biologica, ha portato A.S.T.R.A. Bio a partecipare dal 1999 alla formazione di moltissimi gruppi di acquisto solidali, inserendo anche nell'oggetto sociale la divulgazione e sperimentazione con vendita diretta al consumatore.
Oggi A.S.T.R.A. Bio è leader nazionale nel settore pasta rispetto ai GAS, che riconoscono e apprezzano la strategia aziendale orientata alla tutela del valore del prodotto, della filiera e del marchio. In questi contesti, A.S.T.R.A. Bio viene percepita come una realtà coerente con i principi del biologico, della sostenibilità e della qualità, capace di mantenere nel tempo autenticità e trasparenza.



7. NOTA METODOLOGICA

7.1 NOTA METODOLOGICA

Il presente Bilancio di sostenibilità rappresenta lo strumento attraverso cui A.S.T.R.A Bio intende presentare il proprio impegno, riportando i risultati ottenuti, ma anche descrivere il percorso strategico con cui affronterà le sfide future, in piena coerenza con i principi dell'Agenda 2030, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile promossi dalle Nazioni Unite, il Green Deal Europeo e le previsioni della Direttiva CSRD.

Il perimetro dei dati e delle informazioni riportate si riferisce alla società A.S.T.R.A. Bio nello stabilimento di Casteldidone (CR) e non ricomprende gli altri brand o le altre sedi del Gruppo. Il Bilancio è stato realizzato con riferimento allo standard di rendicontazione volontario VSME conformemente alle Raccomandazioni della Commissione Europea del 30 luglio 2025. Le informazioni riportate sono state raccolte seguendo le indicazioni del 2025 VSME & Ecosistema VSME, con particolare riferimento alle "Raccomandazioni" stesse, al VSME standard All. 1 e 2 ed utilizzando il Modello Digitale e le Guide messe a disposizione da EFRAG.

Il Bilancio è frutto di un processo di confronto, collaborazione e crescita che si è sviluppato nel corso del 2025 e nei primi mesi del 2026.

Ogni dettaglio fornito è stato raccolto con l'obiettivo di garantire trasparenza e chiarezza, in modo da fornire una visione completa e affidabile del percorso intrapreso da A.S.T.R.A. Bio verso una sostenibilità sempre più integrata e tangibile. La fase di raccolta dei dati e di compilazione del modello VSME è stata preceduta dallo svolgimento dell'Analisi di Contesto, del Business Model, della Stakeholders Analysis e del processo di Doppia Materialità, attività finalizzate a identificare le tematiche significative e riferite all'area economica, sociale ed ambientale, che possono influenzare le scelte strategiche dell'organizzazione e degli stakeholder.

Le informazioni specifiche sui temi materiali sono invece state affrontate in maniera più esplicita nei capitoli relativi, ripercorrendo la struttura del VSME.

Le informazioni e i dati contenuti in questo rapporto si riferiscono al periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025.

Il documento è stato predisposto con il supporto tecnico e metodologico di Kim S.r.l.

7.2 VSME REPORT

RELAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ

Redatto in conformità al principio volontario di rendicontazione di sostenibilità per le piccole e medie imprese (PMI) non quotate (VSME), pubblicato dalla Commissione Europea il 30 luglio 2025.

INFORMAZIONI SUL DOCUMENTO

Nome dell'entità	A.S.T.R.A. Bio Srl
Identificativo dell'entità	CR-149716
Schema di identificazione dell'entità	https://e-justice.europa.eu/topics/registers-business-insolvency-land/business registers-search-company-eu_en
Valuta del rapporto	EUR
Periodo di riferimento	01/01/2025 – 31/12/2025
Separatore decimale	, (VIRGOLA)
Rapporto generato	14/07/2026 12:44:14 +0000

Salvo diversa indicazione, tutte le informazioni riportate si riferiscono al periodo di riferimento sopra indicato.

Indice

B1 - Informazioni generali
Criteri per la redazione
Elenco dei siti
B2 - Informazioni generali
Pratiche, politiche e/o iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
C2 - Informazioni generali
Descrizione delle pratiche, delle politiche e/o delle iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile
C1 - Informazioni generali
Strategia: Modello aziendale e iniziative connesse alla sostenibilità
B3 - Ambiente
Totale Consumo di Energia
Ripartizione del consumo di energia
Emissioni stimate di gas a effetto serra
Intensità delle emissioni di gas a effetto serra
B4 - Ambiente
Inquinamento di aria, acqua e suolo: informativa disponibile al pubblico
Inquinamento di aria, acqua e suolo: quantità delle emissioni
B6 - Ambiente
Prelievo idrico
Consumo idrico
B7 - Ambiente
Descrizione dei principi dell'economia circolare
Ripartizione dei rifiuti per tipo
Totale rifiuti pericolosi e non pericolosi
Ripartizione del flusso di massa annuo dei materiali pertinenti utilizzati dall'impresa
Totale flusso di massa annuo dei materiali utilizzati dall'impresa
C3 - Ambiente
Piano di transizione per le imprese che operano in settori ad alto impatto climatico
B8 - Sociale
Forza lavoro - Caratteristiche generali: tipo di contratto
Forza lavoro - Caratteristiche generali: genere
Forza lavoro - Caratteristiche generali: tasso di avvicendamento
B9 - Sociale
Forza lavoro - Salute e sicurezza
B10 - Sociale
Forza lavoro - Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione
C6 - Sociale
Altre informazioni sulla forza lavoro propria - Politiche e procedure in materia di diritti umani
C7 - Sociale
Incidenti gravi in materia di diritti umani
C8 - Governance
Esclusione dagli indici di riferimento dell'UE
C9 - Governance
Diversità di genere nell'organo di governance



A.S.T.R.A. Bio

Alimentazione Salute Territorio Rispetto Ambientale

A.S.T.R.A. Bio SRL
Strada provinciale 9
km 3 + 135, 26030
Casteldidone – CR

P : +39 0375 313611
E: commerciale@irisbio.com

www.irisbio.com