



**REPORT  
DI SOSTENIBILITÀ  
2025**

**GUIDO GLOBINO**



<b>OVERVIEW</b>	LETTERE INTRODUTTIVE	5	PACKAGING	44
	TAPPE SOSTENIBILITÀ	7	FUNZIONE DEL PACKAGING	47
	NOTA METODOLOGICA	9	PLASTICA	48
	IDENTITÀ AZIENDALE	11	CARTA	49
<b>PROFILO ORGANIZZAZIONE</b>	LA NOSTRA STORIA	13	ALLUMINIO	51
	I NOSTRI VALORI	14		
	LA SEDE PRODUTTIVA	15	<b>EMISSIONI: LA</b>	
	LE NOSTRE BOTTEGHE	15	<b>CARBON FOOTPRINT</b>	
	CANALI DI DISTRIBUZIONE	16	VALUTAZIONE E METODOLOGIA	53
	GUIDO GOBINO NEL MONDO	17	PRESENTAZIONE RISULTATI	55
			PARAGONE ANNI PRECEDENTI	55
<b>ANALISI DI MATERIALITÀ</b>	COINVOLGIMENTO STAKEHOLDER	20	SCOPE 1	56
	RISULTATI 2025	21	SCOPE 2	57
	MATRICE DI MATERIALITÀ	22	SCOPE 3	58
<b>QUALITÀ DELLA PRODUZIONE</b>		26	<b>COMPLIANCE AMBIENTALE</b>	
<b>GESTIONE DELLA FILIERA</b>	LA CATENA DEL VALORE	32	ENERGIA ELETTRICA	61
	MATERIE PRIME	34	IMPIANTO FOTOVOLTAICO	62
	IL CACAO	35	ENERGIA TERMICA	63
	VALORI SELEZIONE CACAO	36	RISORSA IDRICA	64
	ORIGINI CACAO	37	RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE	65
	PREZZI DEL CACAO	38	LA NOSTRA MOBILITÀ	69
	LE NOCCIOLE	39	<b>COMPLIANCE SOCIALE</b>	
	RISCHI CLIMATICI	40	IL CAPITALE UMANO	71
	IL LATTE	41	ETICA	75
	LO ZUCCHERO	41	LEGAME CON IL TERRITORIO	77
	MANDORLE, AGRUMI E PISTACCHI	41	<b>COMPLIANCE ECONOMICA</b>	
	I NOSTRI FORNITORI	43	APPROCCIO ALLA FISCALITÀ	82
	MATERIE PRIME ALIMENTARI	43	ADESIONE E ASSOCIAZIONI	82
			<b>NOTA CONCLUSIVA</b>	83
			<b>GLOSSARIO</b>	86
			<b>INDICE GRI</b>	87

# Overview

Il presente bilancio di sostenibilità rendiconta le performance della Cioccolateria Artigianale Guido Gobino S.r.l., con sede in via Cagliari 15/B a Torino, includendo anche la società controllata Guido Gobino Le Botteghe S.r.l., responsabile della gestione della rete dei punti vendita. Il documento illustra i principi e i valori della Corporate Social Responsibility (CSR) che guidano l'intera organizzazione, essenziali per la definizione di strategie e obiettivi in ambito ESG (Environmental, Social & Governance).

L'intento è quello di offrire una rappresentazione trasparente e articolata delle priorità strategiche aziendali e di formalizzare gli impegni assunti. Le aree tematiche affrontate riguardano le dimensioni ambientale, sociale ed economica della nostra attività.



## Lettera introduttiva

### *“Un cammino che nasce dal rispetto”*

Cari Lettori e Lettrici, Intenditori e Intenditrici,

Quando abbiamo avviato questo cammino, la sostenibilità non era ancora al centro del dibattito pubblico come oggi. Tuttavia, la nostra tradizione familiare ci ha sempre insegnato che la qualità autentica nasce dal rispetto: rispetto per le materie prime, per chi le coltiva, per l'ambiente che ce le dona e per le comunità che ci sostengono.

***“La sostenibilità non è più un'opzione, ma una necessità per garantire continuità al nostro lavoro.”***

Abbiamo da sempre prestato grande attenzione ai temi dell'efficiamento e del risparmio energetico, della ricerca di nuovi materiali più rispettosi dell'ambiente, della circolarità e della limitazione degli sprechi: tutti pilastri dello sviluppo sostenibile.

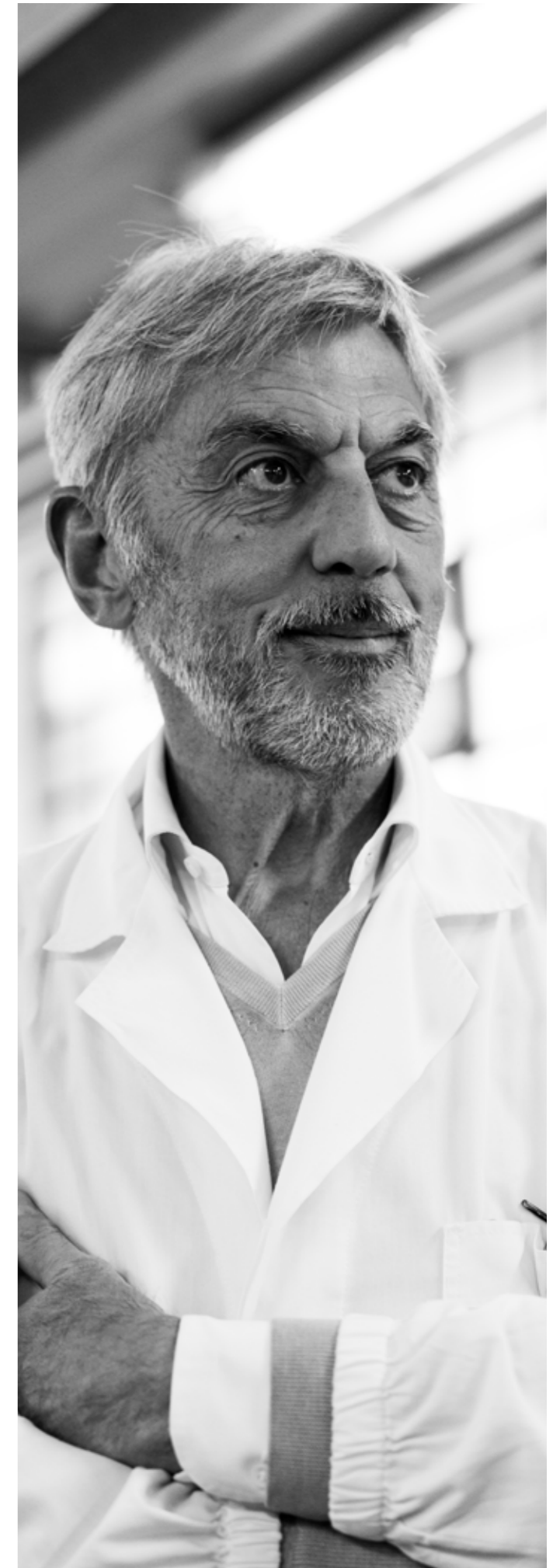
Questo Report, seppur redatto in forma volontaria, è un documento indispensabile attraverso cui porre le basi per la definizione strategica di nuovi impegni della nostra filosofia aziendale che coinvolge tutti gli aspetti della nostra realtà produttiva, proprio come nei colossi dell'industria alimentare italiana: il nostro Bilancio di Sostenibilità rappresenta lo strumento attraverso cui intendiamo rendicontare i risultati del nostro percorso in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, parte dell'Agenda 2030.

Siamo lieti che la pubblicazione precedente abbia riscosso grande interesse nel pubblico e nei nostri portatori d'interesse. Questo documento che state leggendo racconta di risultati concreti, ma anche di sfide che ci attendono. L'industria agroalimentare sta attraversando una trasformazione epocale e noi, pur rimanendo fedeli alla nostra dimensione artigianale, vogliamo essere protagonisti di questo cambiamento.

Gli ultimi anni ci hanno messo di fronte a sfide inedite: le crisi climatiche hanno colpito duramente sia i raccolti di cacao lontani da noi che di nocciole IGP qui in Piemonte, le tensioni geopolitiche hanno destabilizzato le catene di approvvigionamento, i prezzi delle materie prime in aumento. Queste sfide hanno reso evidente quanto la sostenibilità non sia più un'opzione, ma una necessità per garantire continuità al nostro lavoro.

Ho la fortuna di vedere questa evoluzione attraverso gli occhi di mio figlio Pietro, che porta in azienda una prospettiva generazionale diversa, più ambiziosa e urgente sui temi ESG. È questa contaminazione tra esperienza e innovazione che ci permette di guardare al futuro con fiducia, sapendo che i valori che abbiamo coltivato sapranno evolversi per rispondere al meglio alle sfide di domani.

***Guido Gobino***



## Lettera introduttiva

Cari Stakeholder,

Mi rivolgo a voi come rappresentante di una generazione che non ha il lusso di considerare la sostenibilità come un'opzione, ma la vive come una necessità urgente e ineludibile.

Crescendo in questa azienda, ho imparato che ogni scelta ha un impatto. Ho visto mio padre costruire relazioni autentiche con i produttori delle nostre materie prime, ho vissuto l'evoluzione dei nostri processi produttivi verso standard sempre più rispettosi dell'ambiente, ho toccato con mano come la qualità artigianale possa convivere con l'innovazione sostenibile.

Oggi però la mia generazione affronta scenari che richiedono una radicalità diversa.

I cambiamenti climatici non sono più una prospettiva futura: stanno già trasformando non solo le regioni lontane dove cresce il Cacao, ma anche i nostri territori dove sono prodotte le Nocciole. L'urgenza sociale richiede azioni concrete per garantire dignità e futuro a tutte le

comunità produttrici. La consapevolezza dei consumatori, soprattutto i più giovani, pretende trasparenza totale e impegni misurabili.

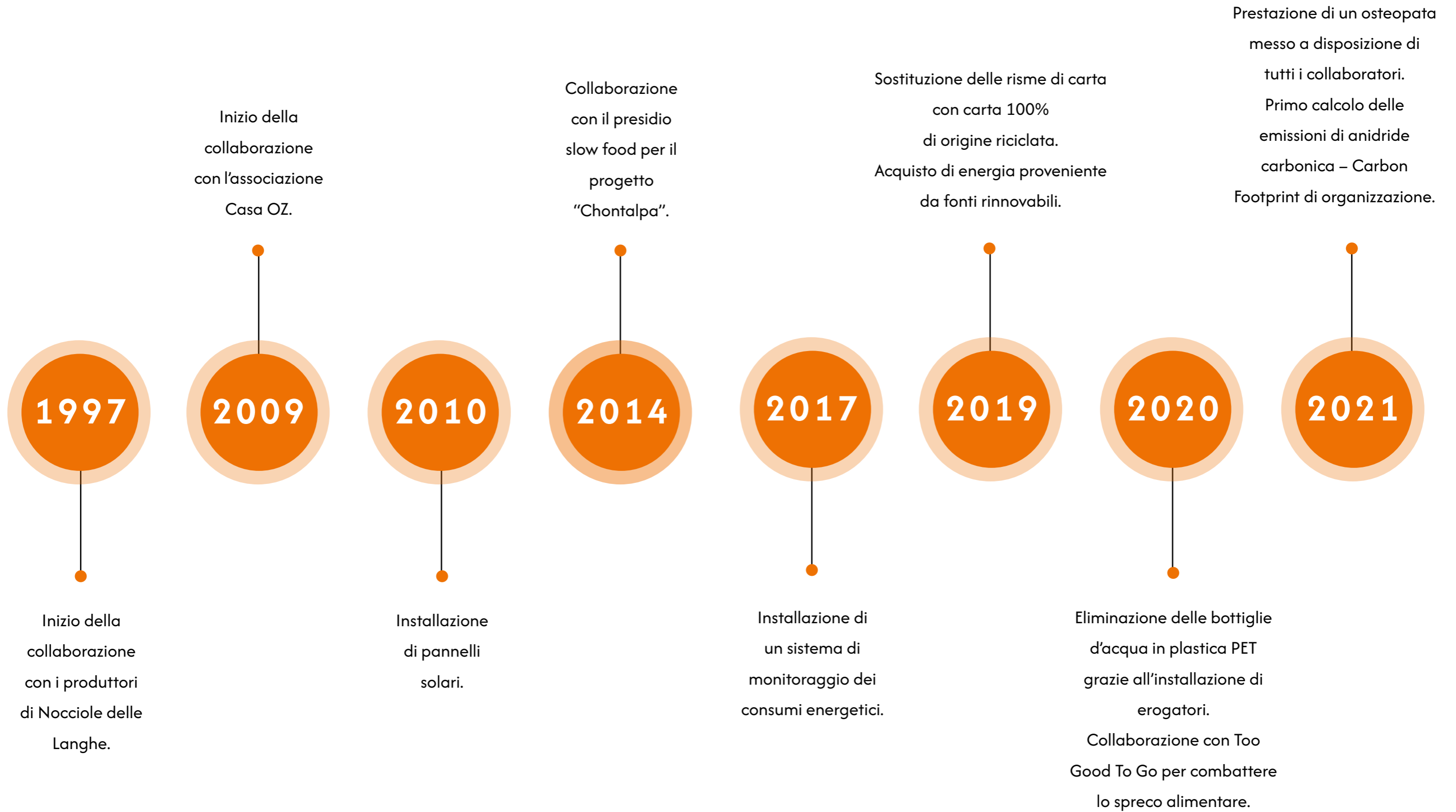
La tradizione artigianale che ho ereditato è il nostro punto di forza: ci insegna che la vera qualità richiede tempo, attenzione e rispetto. Ma è proprio questa autenticità che ci permette di essere credibili quando parliamo di sostenibilità: costruiamo ogni giorno un'alternativa concreta a un modello produttivo che non è più sostenibile.

Vi invito ad accompagnarci in questa sfida ringraziandovi inoltre per la fiducia che continuate a riporre nel nostro lavoro. Condividiamo insieme questo viaggio verso un futuro più sostenibile, un morso di Cioccolato alla volta.

*Pietro Gobino*



## Tappe Sostenibilità



Nasce il Team di Sostenibilità.

Abbattimento dei consumi di plastica nei nostri packaging prediligendo materiali più ecologici come carta e bioplastiche compostabili di origine vegetale.

Intrapreso un percorso con ReMida, una realtà locale che recupera alcuni dei nostri materiali di scarto al fine di sensibilizzare ai temi dell'economia circolare.

Primo acquisto di fave di Cacao Ecuadoriane con certificazione "deforestation-free": un progetto REDD+ del governo locale e UNDP che ha portato alla nostra menzione presso la COP27 di Sharm el-Sheikh grazie alla riduzione delle emissioni dovute alla deforestazione.

2022

2023

Realizzazione del nostro primo uovo di Pasqua completamente plastic-free.  
Ricevuto il riconoscimento per la migliore reportistica nella categoria PMI con il "Premio Miglior Bilancio Sostenibilità" del Corriere della Sera.  
Menzione nel libro "Io e i Green Heroes Perché ho deciso di pensare verde" di A. Gassman.  
Collaborazione con Magazzini OZ per promuovere l'inclusione e la piena partecipazione lavorativa delle persone con disabilità all'interno dell'azienda.

Festeggiamo il 60° anno di attività.

Installazione di un impianto fotovoltaico in sede per l'autoconsumo.

Energia elettrica impiegata presso tutte le nostre Botteghe proveniente al 100% da fonti rinnovabili grazie a cambio contratti di fornitura.

Efficientamento energetico per i consumi di gas naturale: realizzazione in sede di un progetto di isola termica con caldaia di ultima generazione.

Pubblicazione su tutti i canali del nostro primo ufficiale codice etico e di condotta.

2024

2025

Ricevuto il Premio "la Migliore Energia" promosso da Unione Industriali Torino che ha voluto premiare la nostra azienda per aver attuato le migliori pratiche di efficientamento energetico tra le PMI associate.  
L'azienda ha ricevuto il premio bronzo dall'Academy of Chocolate di Londra per il progetto "Uovo di Pasqua plastic-Free" nella categoria "Design and Brand experience".  
L'azienda è stata coinvolta nel progetto di ricerca GOST – Governance of Sustainable Transition – condotto in collaborazione fra l'Università Cattolica del Sacro Cuore e la Luiss e ha contribuito alla pubblicazione del volume "Decidere per la sostenibilità aziendale. Modelli innovativi di governance nelle aziende non quotate italiane".

## Nota metodologica

I dati e le informazioni contenuti nel presente documento si riferiscono all'esercizio 2025, comprendendo il periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre, salvo ove diversamente specificato. Ove disponibili, sono stati inclusi confronti con gli anni precedenti al fine di evidenziare l'evoluzione delle nostre performance e fornire uno strumento efficace per orientare le strategie future dell'organizzazione. Eventuali cambiamenti nei criteri di misurazione o nel perimetro dei dati sono adeguatamente segnalati e commentati nelle sezioni di dettaglio.

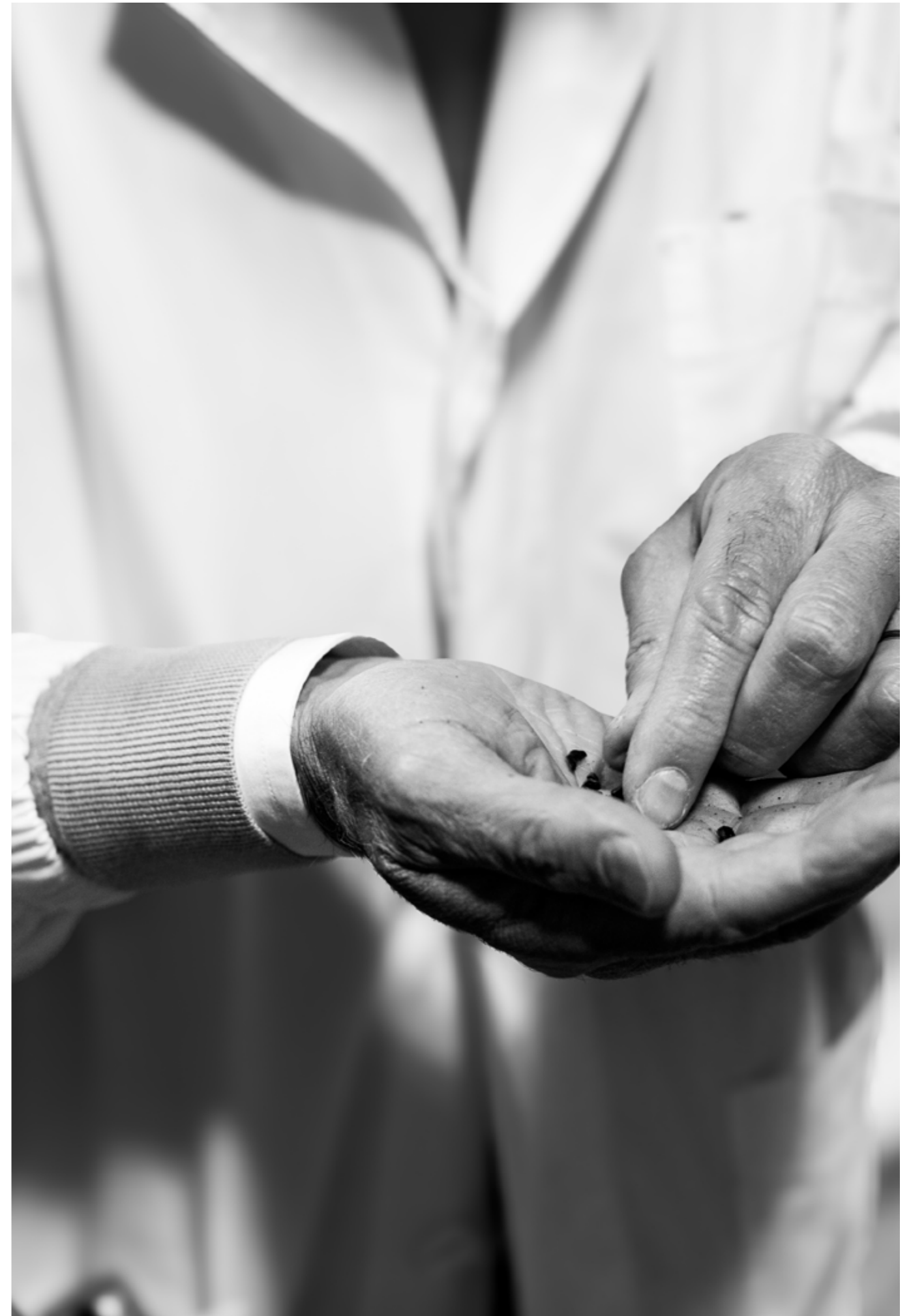
Il presente bilancio di sostenibilità rendiconta le performance della Cioccolateria Artigianale Guido Gobino S.r.l., con sede legale e operativa in via Cagliari 15/B a Torino, includendo anche la società controllata Guido Gobino Le Botteghe s.r.l., responsabile della gestione della rete dei punti vendita.

Il documento illustra i principi e i valori della Corporate Social Responsibility (CSR) che guidano l'intera organizzazione, essenziali per la definizione di strategie e obiettivi in ambito ESG (Environmental, Social & Governance). L'intento è quello di offrire una rappresentazione trasparente e articolata delle priorità strategiche aziendali e di formalizzare gli impegni assunti. Le aree tematiche affrontate riguardano le dimensioni ambientale, sociale ed economica della nostra attività.

Pur avendo storicamente integrato nelle nostre pratiche operative, distributive e amministrative alcuni principi fondamentali della sostenibilità, abbiamo maturato la consapevolezza che quest'ultima rappresenti un elemento costitutivo della qualità dei nostri prodotti. La redazione di questo documento formalizza il nostro allineamento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Questo quarto Bilancio di sostenibilità è stato elaborato e redatto seguendo in conformità ai "Global Reporting Initiative Standards" (GRI Standards), riferimento internazionale principale per la rendicontazione o dichiarazione non finanziaria (DNF), conformemente ai principi di inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità e completezza. La struttura segue le linee guida della Responsabilità Sociale d'Impresa e tutti i contenuti correlati agli Standard GRI sono indicizzati nell'apposita sezione riportata in chiusura del documento.

La redazione del presente rapporto ha coinvolto l'intera catena di approvvigionamento e tutti gli stakeholder interni ed esterni: dipendenti, clienti, fornitori, consulenti e partner strategici.





Tale processo partecipativo è stato fondamentale sia per la raccolta delle informazioni relative a ciascuna voce GRI, sia per l'aggiornamento della matrice di materialità. Benché redatto su base volontaria, il bilancio si ispira ai modelli adottati dalle grandi imprese soggette a obbligo di rendicontazione delle performance ambientali, sociali ed economiche.

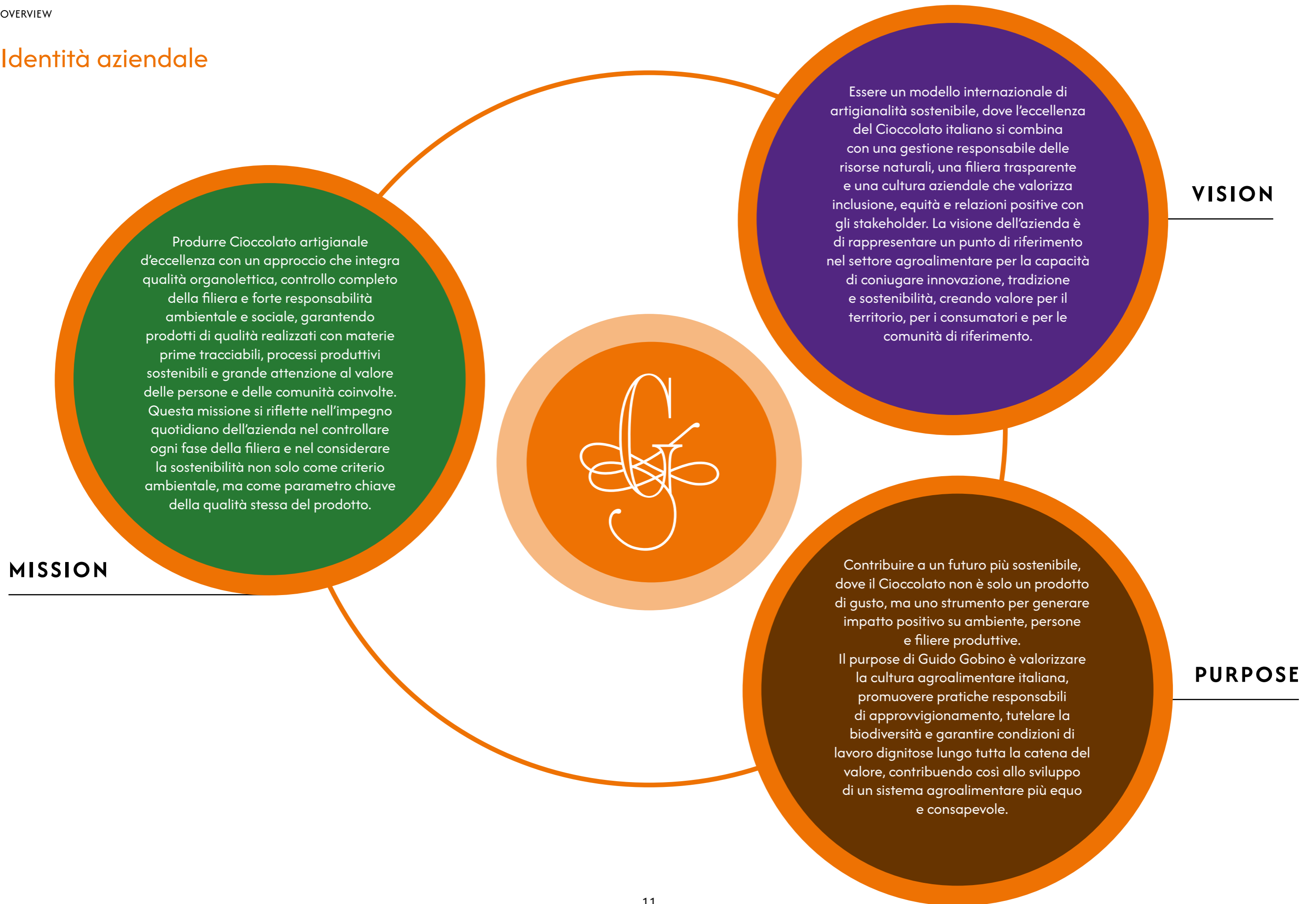
I dati presentati derivano da documenti ufficiali aziendali. Eventuali stime, circoscritte ai casi in cui la quantificazione puntuale non sia stata possibile, sono opportunamente segnalate all'interno del documento.

Le informazioni sono state raccolte attraverso confronti continuativi con la proprietà e con tutti i livelli gestionali, mediante interviste, questionari digitali, consultazione di software gestionali, documentazione tecnica e registri operativi, con il supporto dei referenti interni. I dati ed eventuali criticità emerse durante la rendicontazione, sono stati sottoposti al controllo e revisione finale di Pietro e Guido Gobino. Il bilancio non è stato oggetto di revisione esterna. Eventuali difformità o limitazioni nel confronto con i dati dei report precedenti sono dovute all'ampliamento del perimetro di analisi e sono adeguatamente documentate.

Inoltre, Il Consiglio di Amministrazione della Guido Gobino – in seguito CdA – non è un organo interno all'azienda nel senso tradizionale del termine tipico di altre realtà più grandi, il CdA è formalmente costituito da Pietro e Guido Gobino che dispongono di competenze collettive in ambito produttivo artigianale, gestione della filiera del Cacao, sostenibilità ambientale e sociale, e sviluppo commerciale internazionale. La selezione dei membri e dei collaboratori tiene conto della necessità di bilanciare competenze tecniche, esperienza imprenditoriale e sensibilità verso i temi ESG. In quanto s.r.l. con socio unico, la governance di Guido Gobino è semplificata. Non è previsto un processo formale di valutazione del massimo organo di governo. Tuttavia, l'efficacia della governance viene monitorata attraverso riunioni periodiche con il Coordinatore ESG interno all'azienda e revisioni periodiche durante l'anno che includono la valutazione degli obiettivi di sostenibilità, indicatori di performance economica, ambientale e sociale, per una migliore pianificazione strategica.

- Per consultare i precedenti Bilanci di Sostenibilità e i nostri High Lights delle politiche ESG, si invita a visitare il sito [www.guidogobino.com](http://www.guidogobino.com) sezione "NOI".
- Per chiarimenti, osservazioni, suggerimenti o altre informazioni è possibile scrivere a [sostenibilita@guidogobino.it](mailto:sostenibilita@guidogobino.it).

## Identità aziendale



# Profilo organizzazione

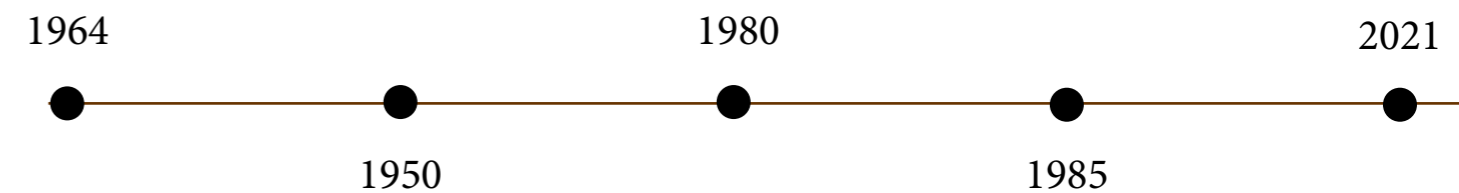
Guido Gobino è una realtà artigianale torinese con oltre sessant'anni di storia, nata dall'esperienza e dalla passione di tre generazioni di una stessa famiglia. In questo capitolo raccontiamo le nostre origini e l'evoluzione verso una gestione sempre più sostenibile, i valori che guidano ogni nostra scelta produttiva, l'organizzazione tra stabilimento, Botteghe e canali distributivi, e la nostra presenza in diversi Paesi nel mondo che ci consente di portare nelle principali capitali europee e mondiali il nostro Cioccolato artigianale italiano e i valori di un mestiere antico praticato con rigore e spirito di ricerca.



## La nostra Storia

L'identità della Guido Gobino affonda le radici nel 1964, quando Giuseppe Gobino porta in azienda l'esperienza maturata fin dal 1950 nella lavorazione del Cacao, assumendo il ruolo di direttore di produzione. Nel 1980 diventa l'unico proprietario e avvia un percorso di specializzazione e ricerca approfondita nel settore del Cioccolato, con particolare attenzione ai prodotti della tradizione piemontese come il Giandujotto e

la crema di Gianduja. Dal 1985, con l'ingresso di Guido Gobino, l'azienda intraprende una trasformazione del panorama del Cioccolato artigianale torinese, mantenendo un equilibrio costante tra il rispetto per la tradizione e l'apertura all'innovazione. Questo approccio è sempre stato sostenuto da una ricerca rigorosa e continua delle migliori materie prime, elemento fondante della nostra filosofia produttiva.



L'arrivo di Pietro Gobino in azienda nel 2021, la terza generazione della famiglia Gobino, segna oggi una nuova fase dell'azienda, orientata verso una gestione sempre più sostenibile e responsabile. L'efficientamento dei processi produttivi, il potenziamento della formazione interna e, soprattutto, l'integrazione delle tematiche ESG (Environmental, Social and Governance) nella strategia aziendale

rappresentano i pilastri del nostro impegno verso un futuro in cui qualità del prodotto e responsabilità sociale e ambientale procedono di pari passo. Con oltre sessant'anni di storia, la Guido Gobino continua a evolvere mantenendo saldi i propri valori fondamentali di eccellenza artigianale, innovazione consapevole e rispetto per le persone e per l'ambiente.



## I nostri valori

La nostra identità di Cioccolateria Artigianale si fonda su un impegno costante verso l'eccellenza, intesa come sintesi tra tradizione torinese, innovazione e responsabilità.

I principi che guidano le nostre scelte strategiche e operative sono formalizzati nelle politiche aziendali e orientano lo sviluppo sostenibile dell'organizzazione nel lungo periodo.

### MATERIE PRIME

La qualità del prodotto nasce dalla selezione rigorosa degli ingredienti e dalla gestione responsabile della filiera di approvvigionamento. La ricerca delle migliori materie prime non riguarda esclusivamente i profili aromatici, ma anche la costruzione di relazioni durature e trasparenti con i produttori. Promuoviamo una filiera equa, che riconosca un giusto valore economico al lavoro svolto, anche attraverso la riduzione degli intermediari. Privilegiamo ingredienti locali e di prossimità, con l'obiettivo di sostenere l'agricoltura nazionale e valorizzare il territorio. Nei casi in cui l'approvvigionamento locale non sia possibile, come per il Cacao, selezioniamo produzioni che garantiscano il rispetto dell'ambiente, delle coltivazioni e dei diritti delle persone coinvolte, escludendo ogni forma di sfruttamento e lavoro minorile.

### GESTIONE RISORSE

La gestione efficiente delle risorse rappresenta un elemento centrale della nostra strategia di sostenibilità. Monitoriamo costantemente i consumi energetici dello stabilimento produttivo e, nel tempo, abbiamo realizzato interventi mirati al miglioramento dell'efficienza. Ci avvaliamo di consulenze tecniche specialistiche per l'ottimizzazione dei processi e utilizziamo energia proveniente al 100% da fonti rinnovabili, contribuendo alla riduzione dell'impatto ambientale delle nostre attività.

### MATERIALI E PACK

Consideriamo il nostro Cioccolato un prodotto di design, in cui estetica e funzionalità si integrano con la responsabilità ambientale. Il packaging, oltre a garantire protezione e corretta conservazione, rappresenta uno strumento di comunicazione verso il consumatore. Orientiamo le nostre scelte verso materiali riciclabili o rigenerati, riducendo progressivamente l'impiego della plastica e selezionando forniture provenienti da filiere controllate e responsabili. Investiamo costantemente nella ricerca di soluzioni innovative, anche attraverso la partecipazione a progetti sperimentali volti a migliorare la sostenibilità dei materiali utilizzati.

### RICERCA E INNOVAZIONE

Il nostro percorso di crescita è caratterizzato da un dialogo costante con ambiti culturali e tecnologici differenti, dalla moda all'arte, dall'ingegneria all'editoria. Questa apertura favorisce un'evoluzione continua del prodotto, mantenendo viva la tradizione e proiettandola verso il futuro. Investiamo in nuovi impianti produttivi e in collaborazioni con università ed enti di ricerca, mantenendo il sito produttivo all'avanguardia e integrando innovazione tecnologica e competenze artigianali.

### DESIGN E MADE IN ITALY

L'attenzione al design accompagna ogni nostra creazione. Sosteniamo la rete di artigiani italiani e promuoviamo nel mondo il valore del Made in Italy, coniugando tradizione, qualità estetica e funzionalità.

### PERSONE

Le persone rappresentano il cuore della nostra organizzazione e dell'intera filiera. Artigiani, coltivatori, produttori, fornitori, consulenti e clienti contribuiscono alla creazione di valore condiviso. Il nostro impegno si traduce in: promozione della parità salariale senza distinzione di genere; sostegno alla formazione continua e allo sviluppo delle competenze; inserimento di giovani collaboratori; inclusione di personale appartenente a categorie protette; collaborazione con fornitori che condividano i nostri valori etici e sociali. In qualità di azienda artigiana, riconosciamo che competenze, passione e savoir-faire costituiscono il patrimonio distintivo del nostro gruppo di lavoro e il principale fattore di competitività nel tempo.

## La sede produttiva

Guido Gobino è una società a responsabilità limitata, con socio unico che produce Cioccolato artigianale esclusivamente in Italia a Torino.

Lo stabilimento produttivo di Via Cagliari 15/B, completamente rinnovato nel 2003, è la sede storica in cui avviene l'intera produzione del Cioccolato da oltre 60 anni. Abbiamo deciso di mantenere lo stabilimento vicino al centro città, rivalorizzando un edificio storico di Torino, con investimenti precisi e mirati, volti a ristrutturare l'edificio già esistente e rimodularlo sulle esigenze di un sito produttivo, in armonia con il vicinato. Sono state anche installate delle strutture a barriera, volte a ridurre l'impatto acustico degli impianti sulle abitazioni circostanti. Il mantenimento dello stabilimento nell'area urbana ci ha permesso di favorire gli spostamenti dei nostri dipendenti, abbassando anche l'impatto ambientale derivante dal trasporto in auto, in primis, riducendo i chilometri necessari per raggiungere il posto di lavoro ma anche agevolando l'utilizzo di altri mezzi: piedi, biciclette, mezzi pubblici o auto in condivisione tra più dipendenti.

Produzione 100% italiana

Edificio storico recuperato

Impatto urbano ridotto

Mobilità sostenibile

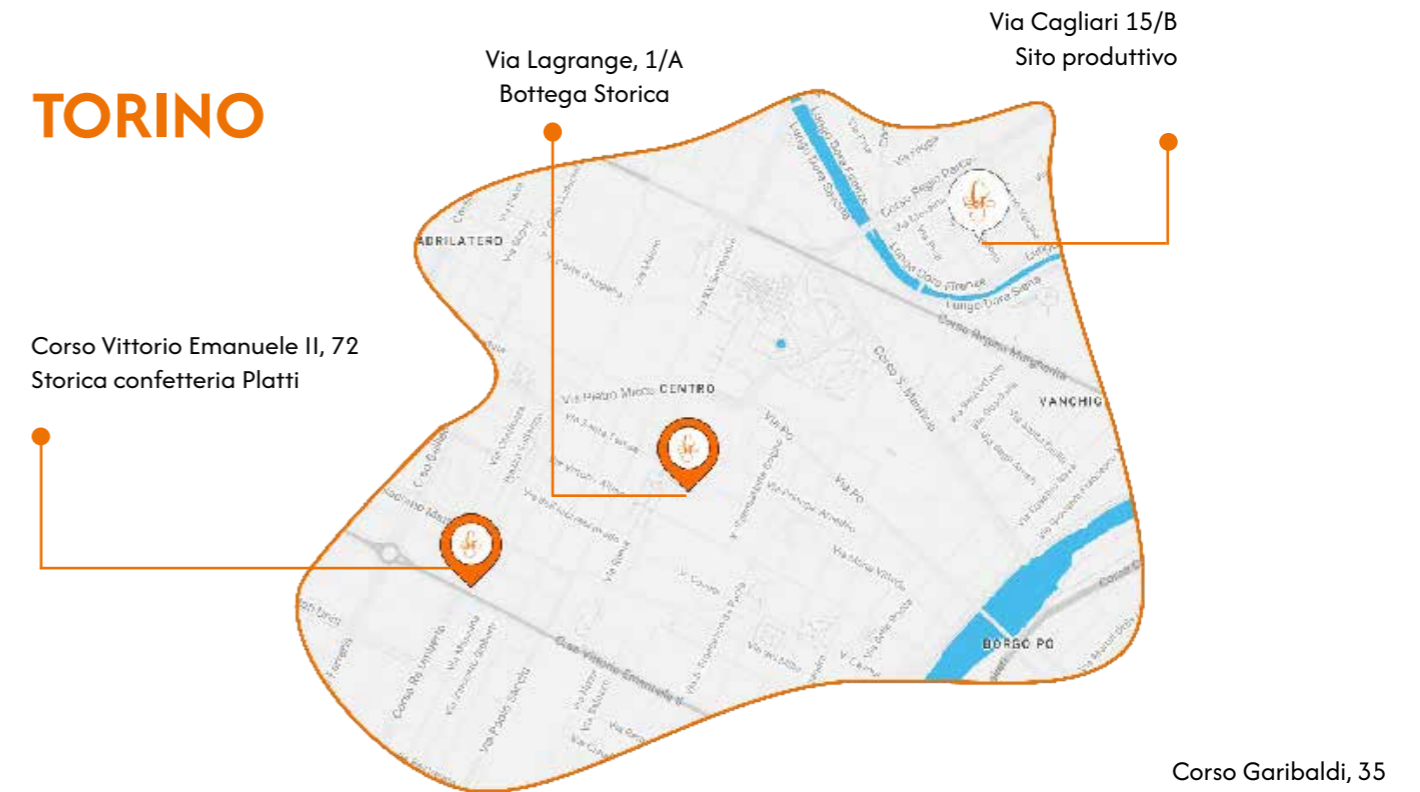


## Le nostre Botteghe

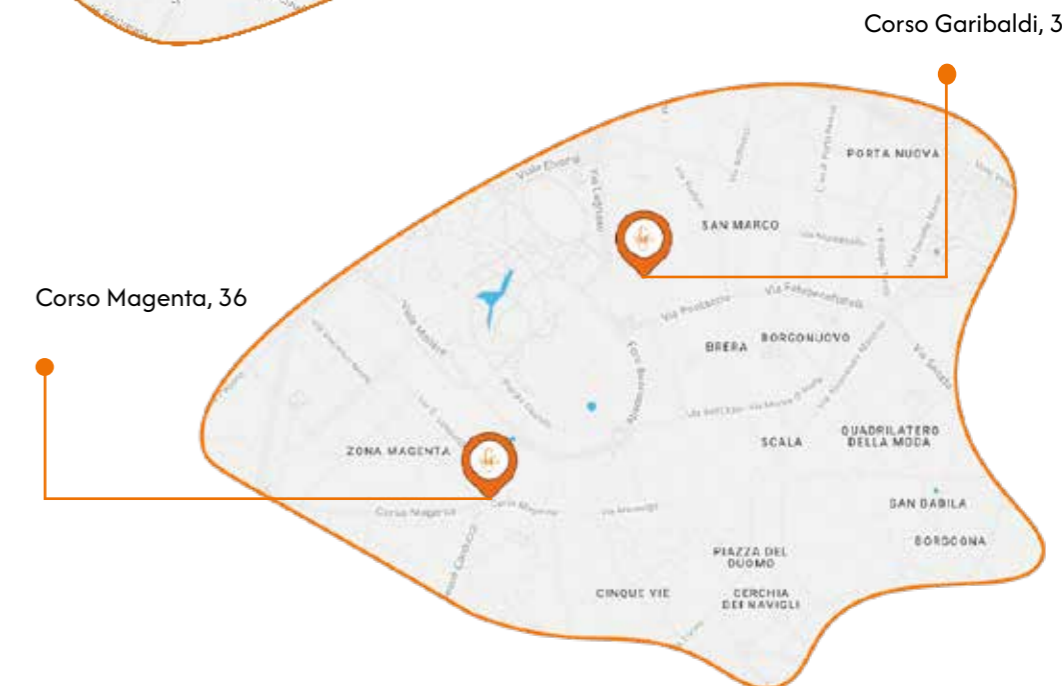
Raggiungiamo i nostri clienti e consumatori attraverso diversi canali, al fine di poter offrire un servizio diversificato e capillare, sempre in linea con le esigenze dei nostri clienti.

Controlliamo direttamente cinque punti vendita che chiamiamo "Botteghe". La società Guido Gobino Le Botteghe s.r.l., controllata direttamente da Guido Gobino s.r.l., gestisce tutti i punti di vendita, che si trovano nel cuore dei centri storici di Torino e Milano.

### TORINO



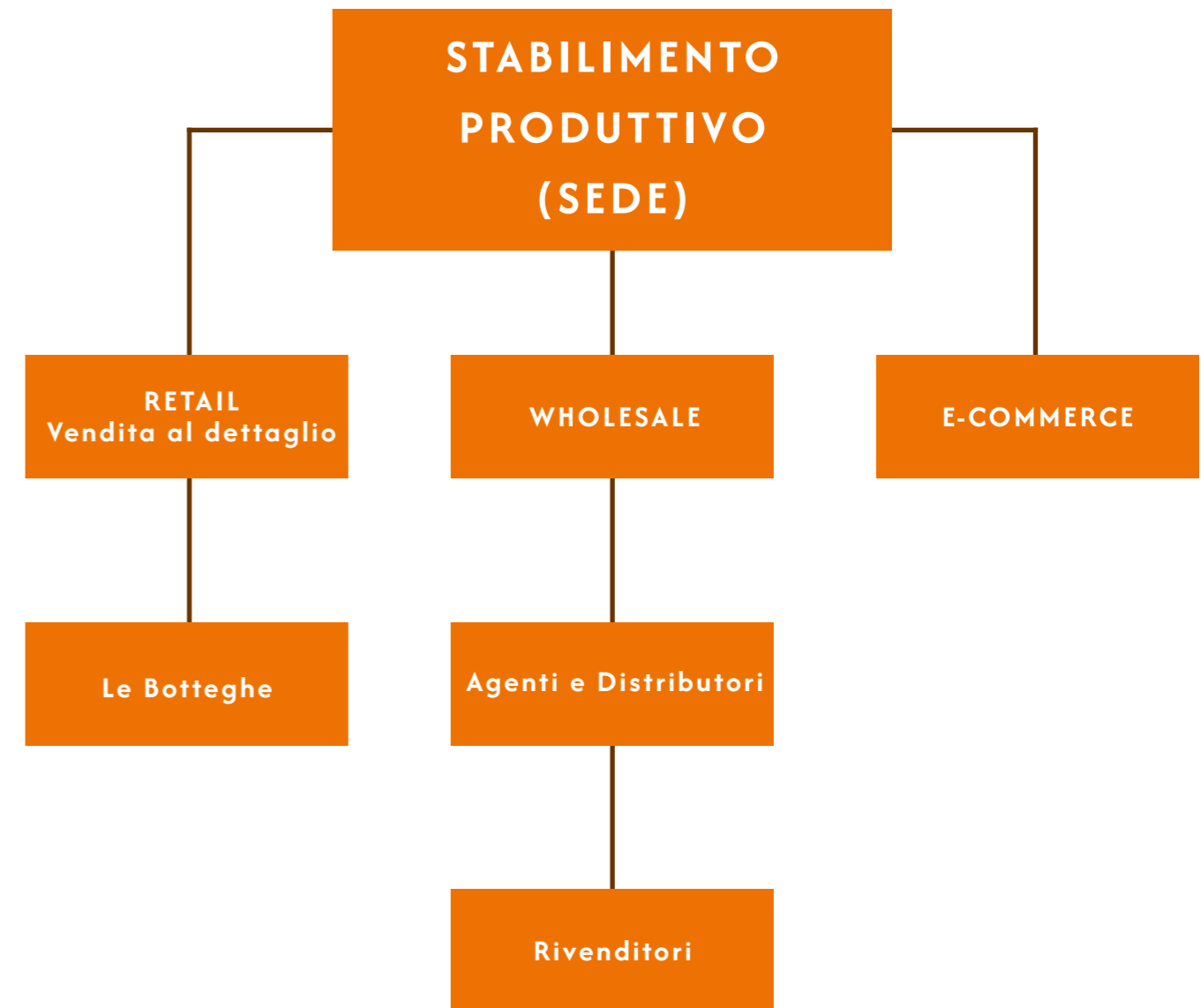
### MILANO



## Canali di distribuzione

Raggiungiamo il mercato nazionale anche attraverso una rete di agenti consolidata nel tempo, che distribuiscono i nostri prodotti attraverso le botteghe di rivendita più eccellenti e storiche di tutta la penisola. Serviamo inoltre le cucine di alcuni fra i più prestigiosi ristoranti e caffè nazionali ed esteri e distribuiamo nel mondo attraverso importatori affezionati nelle principali capitali europee e mondiali.

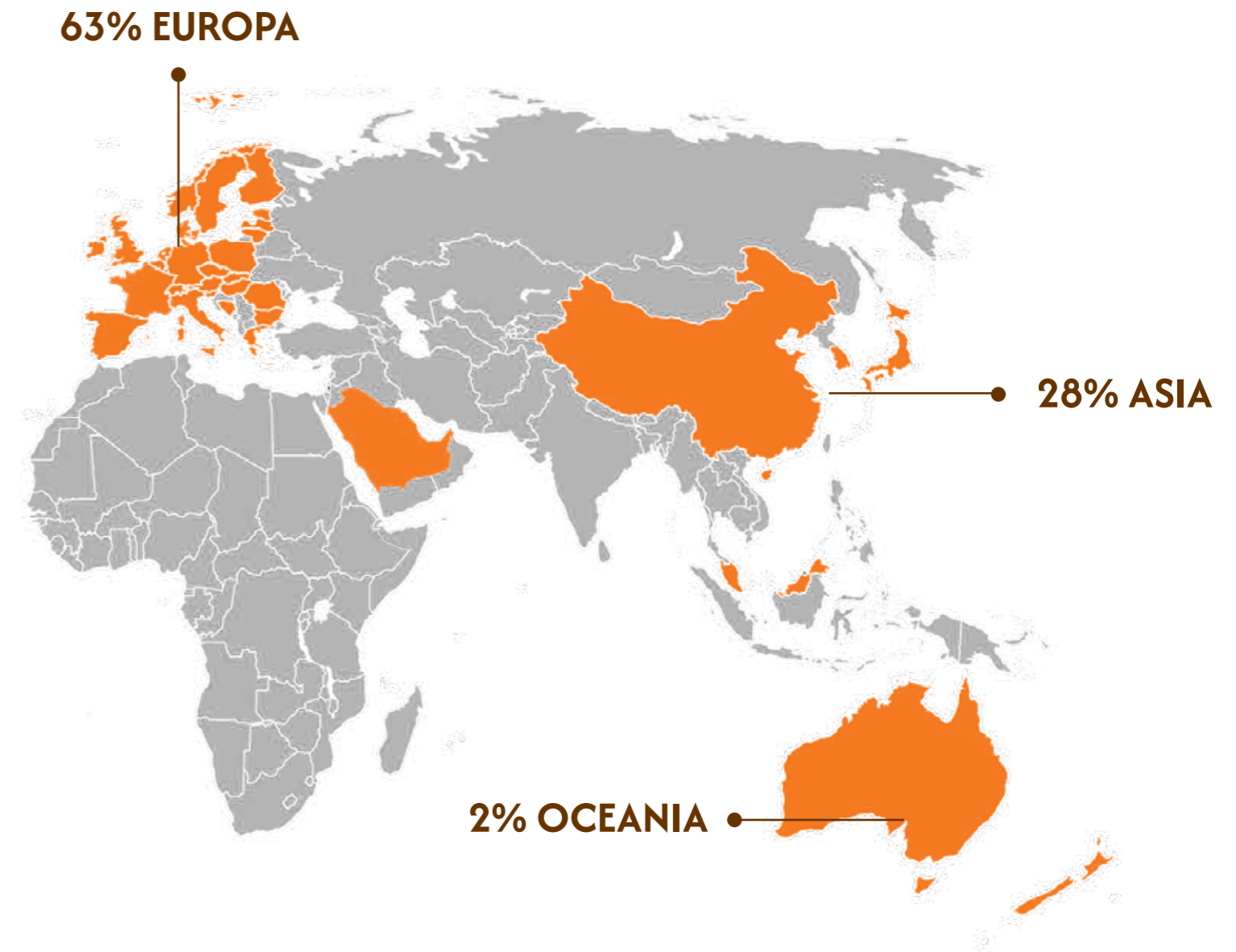
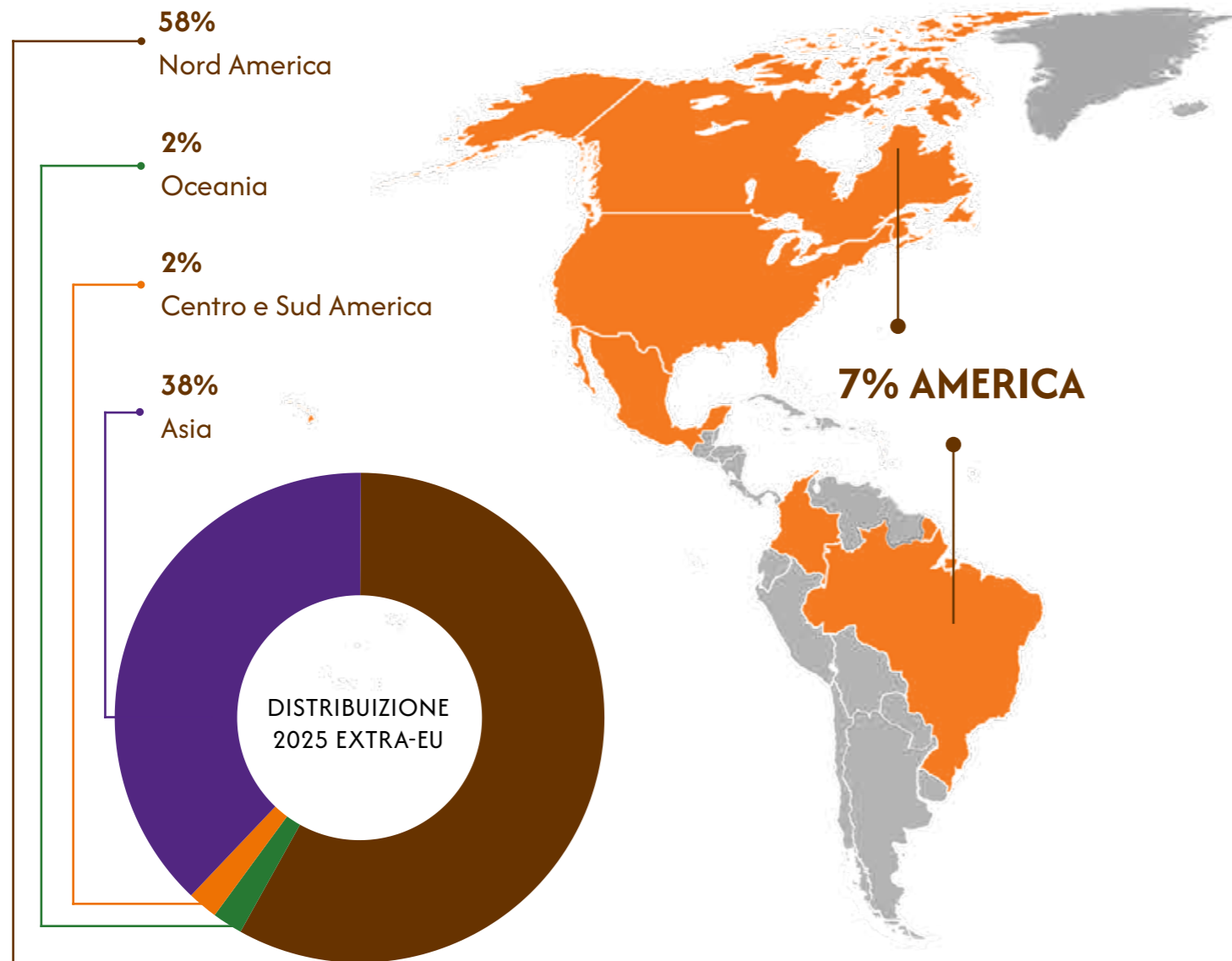
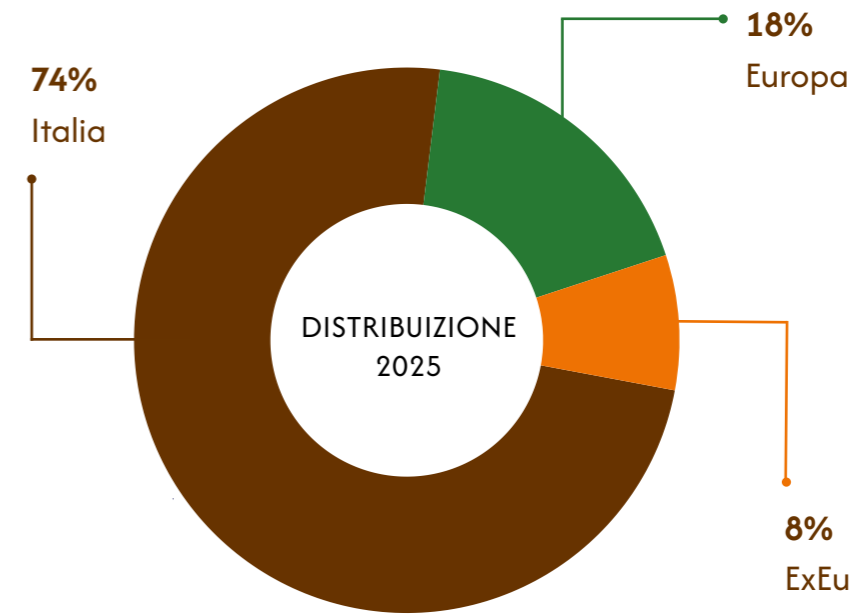
Infine, raggiungiamo direttamente i nostri clienti attraverso il sito e-commerce di vendita online, gestito internamente dal laboratorio di produzione e sede legale di Torino.



## Guido Gobino nel mondo

Con un unico sito produttivo, Guido Gobino è una realtà conosciuta ormai a livello internazionale. Siamo presenti in 55 Paesi nel mondo: 30 in Europa e 25 tra Asia, Americhe e Oceania, grazie a una rete di distributori consolidata e affiatata nel tempo.

In un solo anno, i nostri prodotti hanno percorso oltre 5 milioni di chilometri, attraverso circa 6.000 spedizioni.



## Guido Gobino nel mondo

Il mercato nazionale rappresenta attualmente il 58% del fatturato complessivo. Il restante 42% è generato dalle esportazioni, suddivise tra Europa ed extra-Europa.

In particolare, i mercati extra-europei incidono per il 27% del fatturato totale.

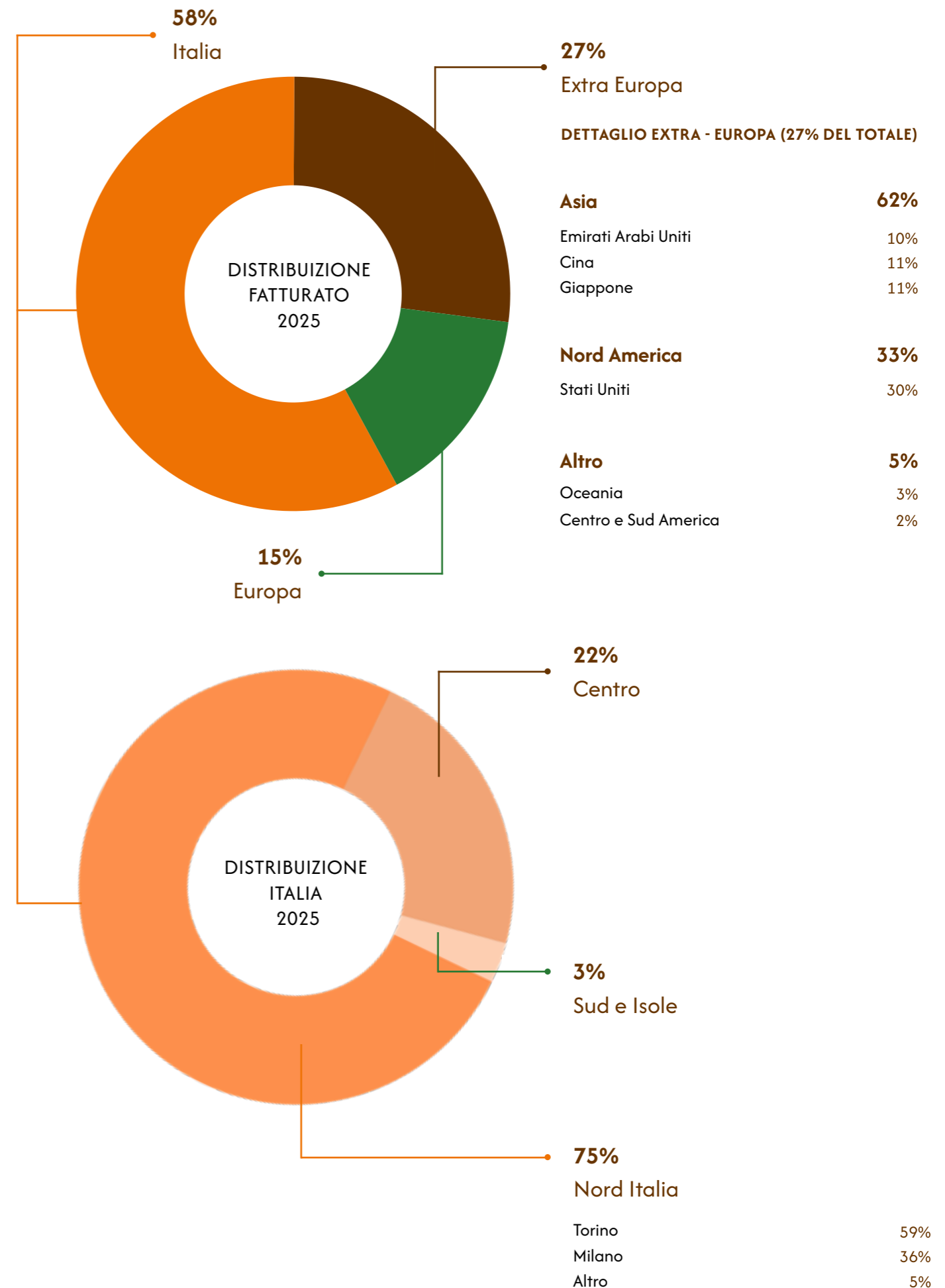
All'interno del 27% relativo ai mercati extra-europei:

- il 62% proviene dall'Asia (di cui 10% Emirati Arabi Uniti, 11% Cina e 11% Giappone);
- il 33% dal Nord America (di cui 30% Stati Uniti);
- il restante 5% si distribuisce tra Oceania (3%) e Centro e Sud America (2%).

In Italia, i nostri prodotti sono distribuiti attraverso i punti vendita diretti, una rete di distributori e il sito e-commerce, che garantisce una copertura capillare del territorio.

Analizzando la distribuzione del fatturato sul territorio nazionale, il 75% si concentra nel Nord Italia. All'interno di questa quota, il 59% è generato dall'area di Torino e il 36% dall'area di Milano. Il restante fatturato nazionale si distribuisce tra Sud e Isole (22%) e Centro Italia (3%). A partire dal 2024, anche in considerazione della crescita del numero di spedizioni registrata dal 2021 (+24%), legata anche allo sviluppo del canale di vendita online, abbiamo avviato iniziative volte a mitigare gli impatti ambientali connessi alla tale movimentazione dei prodotti.

In particolare, per le tratte internazionali di lunga percorrenza, abbiamo selezionato un vettore che utilizza SAF (Sustainable Aviation Fuel), un carburante sostenibile per l'aviazione prodotto da biomasse, rifiuti e oli esausti. L'impiego di SAF consente una riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> fino all'80% rispetto al cherosene fossile tradizionale, contribuendo in modo significativo alla diminuzione dell'impronta carbonica associata al trasporto aereo.



# Analisi Materialità

Capire su cosa concentrare davvero i propri sforzi di sostenibilità non è scontato: richiede metodo, ascolto e una visione chiara. È qui che entra in gioco l'analisi di materialità — un processo strutturato che aiuta le organizzazioni a identificare quali temi ambientali, sociali e di governance siano realmente rilevanti, sia per l'azienda che per i suoi portatori di interesse: clienti, fornitori, collaboratori, comunità locali e partner commerciali.

In questo capitolo presentiamo come la Guido Gobino ha condotto questo processo, chi ha coinvolto e quali temi sono emersi come prioritari, restituendo una mappa concreta degli impegni su cui l'azienda intende concentrare le proprie energie.



## Coinvolgimento Stakeholder

In conformità ai requisiti dei GRI Standards, l'organizzazione ha definito e aggiornato la propria Analisi di Materialità, adottando un approccio strutturato volto a individuare i temi che generano impatti più significativi sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.

L'obiettivo del processo è identificare e prioritizzare i temi materiali che riflettono:

- gli impatti effettivi e potenziali dell'organizzazione;
- le aspettative e gli interessi dei nostri stakeholder;
- le priorità strategiche aziendali.

L'opinione degli stakeholder rappresenta un elemento centrale per orientare il nostro percorso di sviluppo sostenibile. Per tale motivo, abbiamo attivato un processo strutturato di stakeholder engagement.

Il processo di definizione della materialità si articola nelle seguenti fasi

### 1. Identificazione preliminare dei temi potenzialmente rilevanti

Attraverso un confronto continuo con la proprietà e il management aziendale, sono stati individuati i principali ambiti ESG connessi alle attività produttive e distributive.

### 2. Valutazione interna della rilevanza

Sono state organizzate riunioni dedicate con i referenti interni per valutare la significatività degli impatti economici, ambientali e sociali dei diversi temi, anche in ottica prospettica.

### 3. Mappatura degli stakeholder e definizione dei canali di dialogo

Sono stati identificati gli stakeholder interni ed esterni, definendo per ciascuno i canali di comunicazione preferenziali e le modalità di coinvolgimento.

### 4. Coinvolgimento dei fornitori

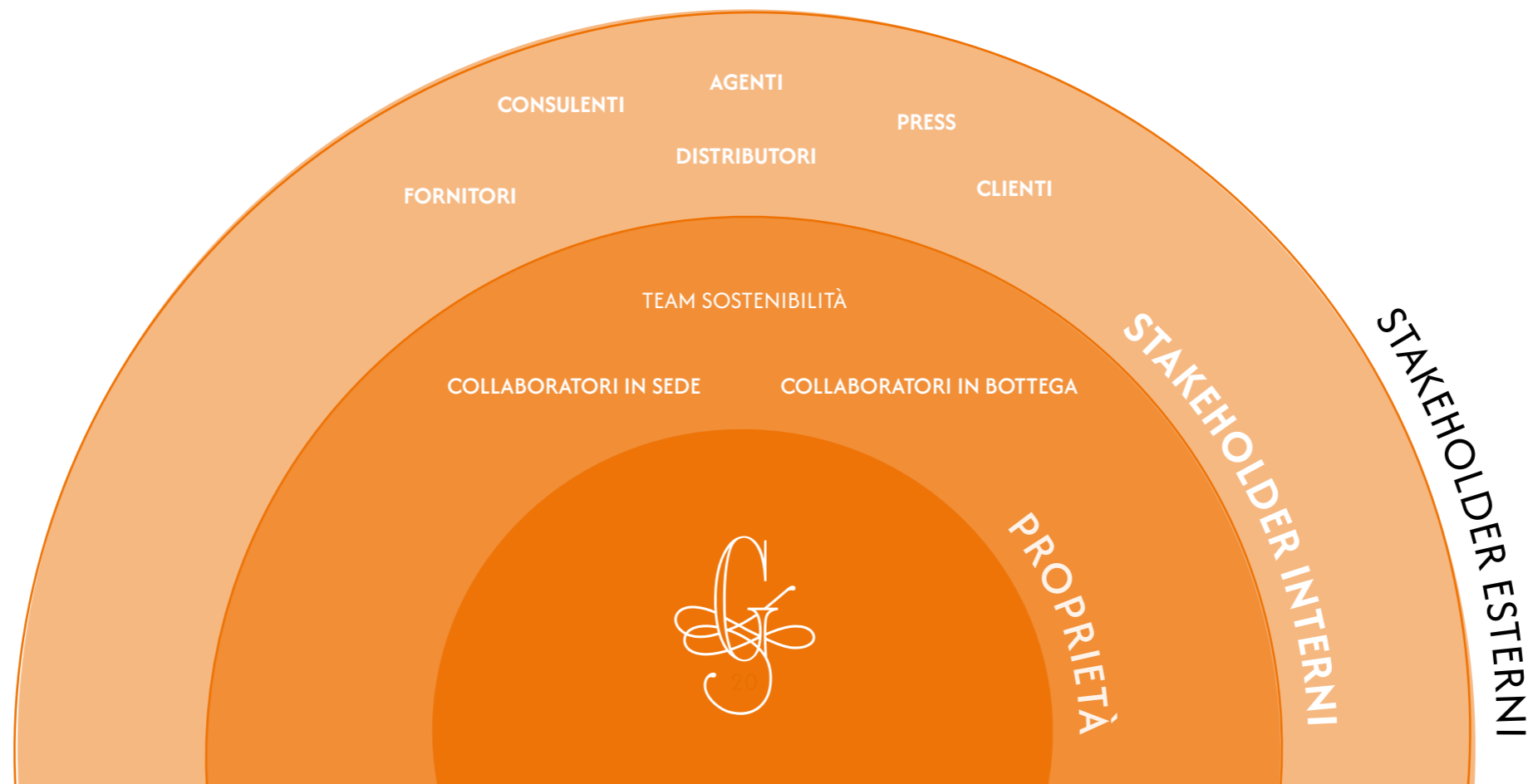
Il dialogo con i fornitori avviene attraverso relazioni continuative e la compilazione di questionari dedicati, finalizzati a raccogliere informazioni sui temi ESG ritenuti prioritari.

### 5. Coinvolgimento dei clienti finali

Il contatto diretto nelle Botteghe consente di raccogliere feedback qualitativi sui prodotti, sulla sostenibilità e sulle aspettative ambientali e sociali.

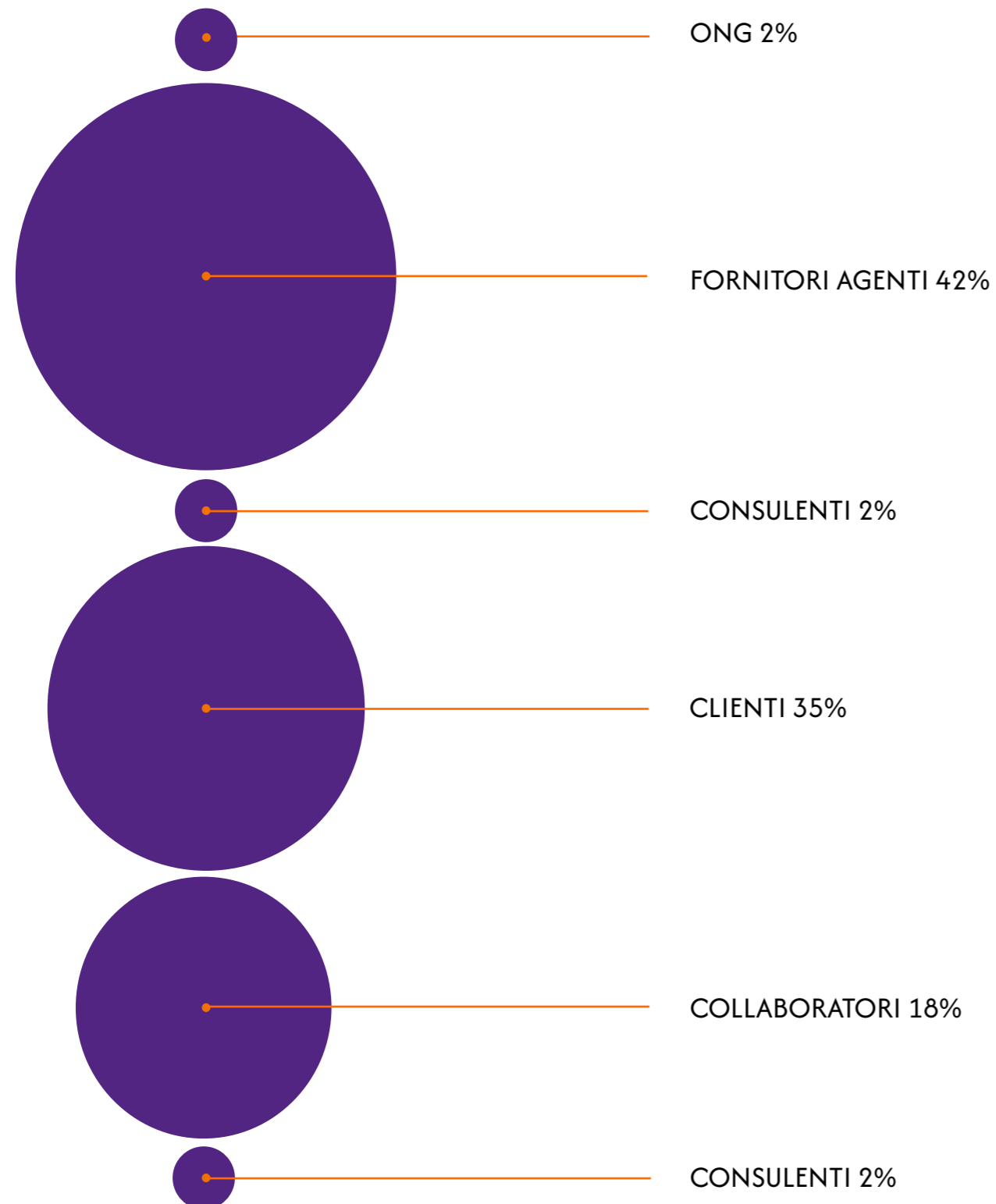
### 6. Relazione con distributori e partner commerciali

Il dialogo costante con la rete dei distributori, mediante visite in azienda e incontri sul territorio, garantisce un flusso informativo continuo e una condivisione delle priorità strategiche.

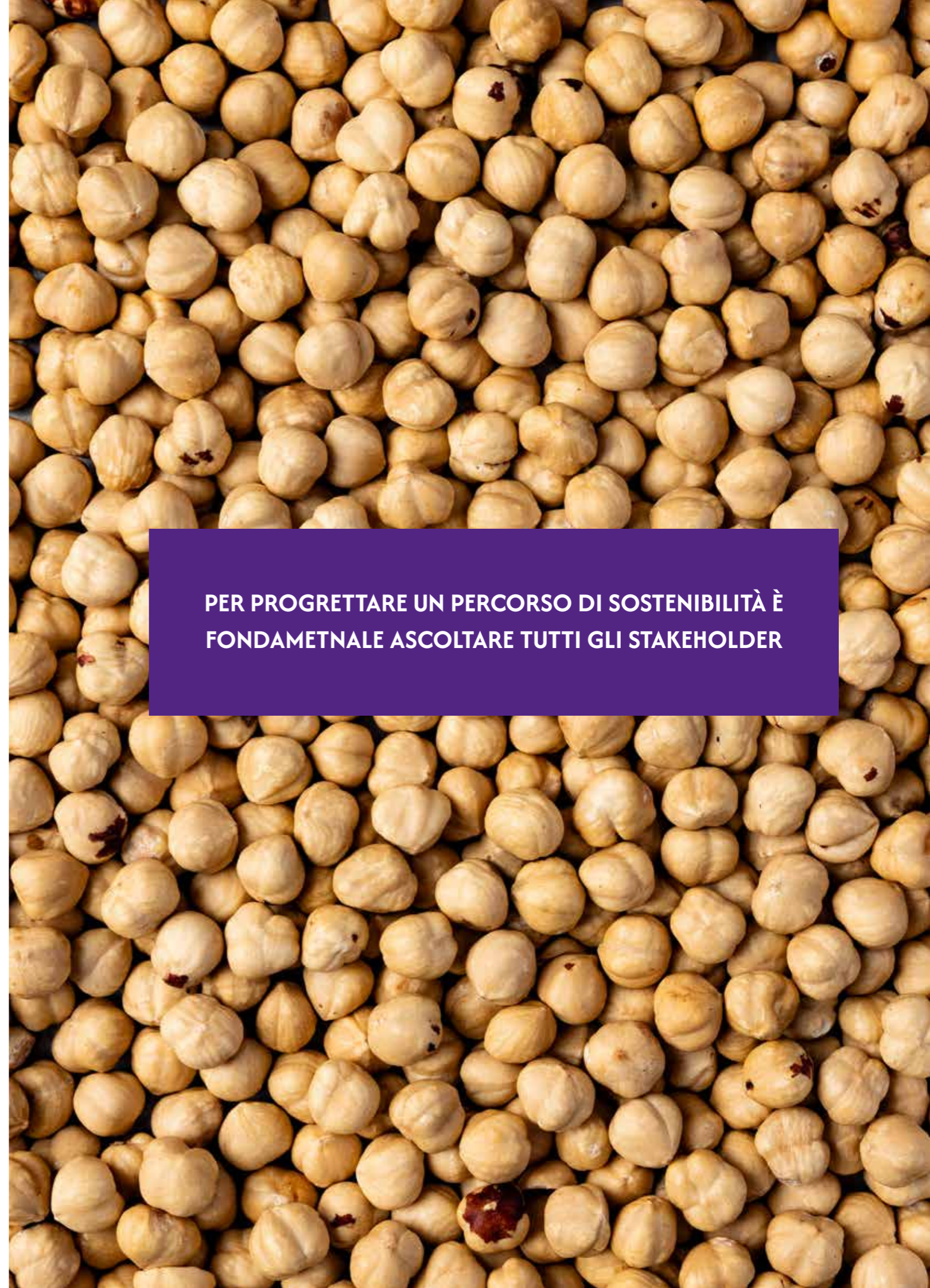


## Risultati 2025

Data la dimensione aziendale, il processo di coinvolgimento ha avuto carattere qualitativo-orientativo. I risultati riflettono le percezioni delle categorie di stakeholder che hanno partecipato e sono stati integrati con la valutazione interna del management.



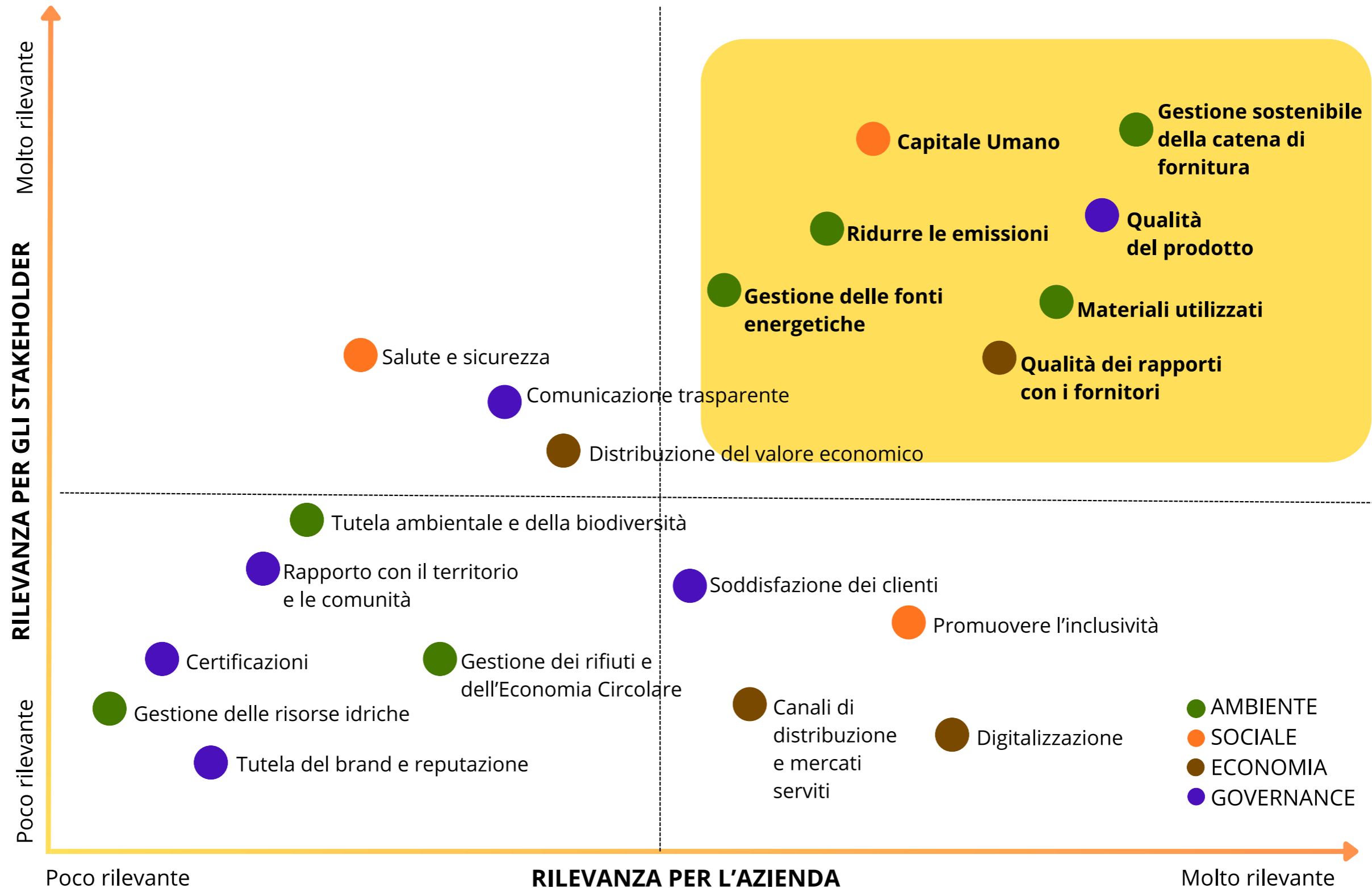
PER PROGRETARE UN PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ È FONDAMETNALE ASCOLTARE TUTTI GLI STAKEHOLDER



## Matrice di Materialità

Il grafico sottostante rappresenta come i temi materiali vengono distribuiti in base alla loro rilevanza per l'azienda e per i portatori d'interesse esterni. In questo modo vengono evidenziati quali sono i temi su cui Guido Gobino concentra i propri sforzi di

sostenibilità, incrociando la rilevanza percepita dall'azienda con quella espressa dagli stakeholder esterni. L'area gialla in alto a destra rappresenta il quadrante strategico: qui si posizionano i temi che risultano prioritari sia per l'organizzazione che per i portatori di interesse, e sui quali si concentra la nostra rendicontazione e il nostro impegno concreto.





## Matrice di Materialità

### Temi con media rilevanza

Al di fuori del quadrante prioritario, ma comunque monitorati, troviamo temi come “Comunicazione trasparente”, particolarmente rilevante per la categoria dei clienti e consumatori; “Salute e sicurezza”, emerso principalmente dalla voce di collaboratori e collaboratrici; “Distribuzione del valore economico”, riconosciuto trasversalmente come elemento di equilibrio nella catena del valore; e “Tutela dell’ambiente e della biodiversità”, tema che l’azienda presidia attivamente lungo la filiera a monte, ma poco rilevante visto la natura urbana della sede.

### Focus strategico

La matrice conferma che la Guido Gobino sta concentrando le proprie energie sui temi giusti: quelli che contano davvero per chi lavora con noi, per chi ci sceglie, per chi coltiva il nostro Cacao. Non disperdiamo risorse su aree marginali, ma investiamo dove l’impatto è più significativo e dove le aspettative degli stakeholder incontrano la nostra visione di impresa sostenibile, ecco perché un’analisi dei temi materiali come questa è così importante per la strategia aziendale.

## Matrice di Materialità - SDGs

L'analisi di materialità ha identificato i temi rilevanti per l'azienda, consentendo di allineare le proprie attività agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030.



### GESTIONE SOSTENIBILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Emerge come il tema più rilevante in assoluto, riconosciuto trasversalmente da tutte le categorie di stakeholder e identificato dall'azienda come pilastro fondamentale della nostra strategia. Una gestione responsabile e sostenibile della filiera è un tema chiave per noi, che vogliamo consolidare e migliorare la tracciabilità della nostra catena di fornitura. L'obiettivo è quello di mantenere quanto più alta possibile la trasparenza dei nostri approvvigionamenti di risorse, ma anche la salute e l'economia sia dell'ecosistema dei coltivi che delle persone dai quali hanno origine le nostre materie prime: foreste tropicali, agricoltori e contadini, cartiere piemontesi.



### QUALITÀ DEL PRODOTTO

Si posiziona anch'esso nel cuore del quadrante strategico, confermandosi priorità condivisa. Siamo alla continua ricerca di un Cioccolato di qualità ed eccellenza, che sia rispettoso delle persone e dell'ambiente. Ci impegniamo quindi a garantire l'alta qualità del Cioccolato anche attraverso la scelta e la valutazione dei fornitori delle materie prime e attraverso il coinvolgimento dei nostri clienti.



### MATERIALI UTILIZZATI

È emerso principalmente dalla voce dei clienti e delle comunità attente all'impatto ambientale, ma è riconosciuto anche internamente come area strategica. L'utilizzo di materie prime e di imballaggi che rispettino il più possibile l'ambiente è fondamentale per poter offrire un prodotto sostenibile. Selezioniamo il packaging cercando di valutarne l'impatto ambientale in tutta la catena di fornitura.



### QUALITÀ DEI RAPPORTI CON I FORNITORI

Risulta particolarmente rilevante per la categoria dei fornitori stessi, ma anche per l'azienda che ne fa un elemento distintivo del proprio modello di business. Ci impegniamo a mantenere rapporti, anche decennali, con i nostri fornitori, preferendo realtà di prossimità, acquistando ad un prezzo equo e giusto, rafforzando i nostri legami con il territorio e le comunità sia locali che nei Paesi d'origine dove vengono coltivate le fave di Cacao.



### GESTIONE DELLE FONTI ENERGETICHE

Si colloca nel quadrante prioritario come tema emerso principalmente dalla voce dei dipendenti e delle comunità locali, ma pienamente riconosciuto dall'azienda come leva operativa per ridurre l'impatto ambientale. L'energia necessaria per la produzione del Cioccolato rappresenta una componente significativa del nostro impatto ambientale. Per questo abbiamo adottato soluzioni concrete per ridurre i consumi e utilizzare fonti più sostenibili: il 100% dell'energia elettrica acquistata proviene da fonti rinnovabili certificate, abbiamo installato un impianto fotovoltaico per l'autoconsumo che ci permette di produrre parte dell'energia direttamente in loco, e abbiamo sostituito la vecchia caldaia con un'isola termica più efficiente e meno energivora. Questi interventi ci permettono di abbassare significativamente l'impronta carbonica della produzione, dimostrando che anche una realtà artigianale può contribuire concretamente alla transizione energetica.



### RIDURRE LE EMISSIONI

È riconosciuto trasversalmente da tutte le categorie di stakeholder come tema critico per affrontare la crisi climatica. Le emissioni prodotte hanno un impatto significativo sull'ambiente che ci circonda. Quantificare anno dopo anno tali emissioni ci permette di avere una panoramica sempre più chiara della nostra impronta carbonica ambientale e, di conseguenza, fornisce gli strumenti per poter creare una strategia interna, al fine di prevedere piani di riduzione e/o compensazione delle nostre emissioni. Con il nostro personale dedicato e affiancati da un gruppo di professionisti, è stato possibile quantificare le emissioni della nostra intera organizzazione attraverso il calcolo della Carbon Footprint.



### CAPITALE UMANO

Emerge come priorità assoluta per gli stakeholder interni (collaboratrici e collaboratori) e viene riconosciuto dall'azienda come valore fondante. Inclusione, uguaglianza e pari opportunità fanno parte da sempre del codice etico e del sistema di valori che contraddistingue la nostra azienda. Grazie a questo modello di governance abbiamo ottenuto ottimi risultati: maggioranza di lavoro femminile (72%) e nessuna differenza di retribuzione per genere.



# Qualità della Produzione

Fare un buon Cioccolato richiede molto più di una buona ricetta. Richiede controllo, ricerca e una responsabilità che si estende ben oltre le mura del laboratorio. In questo capitolo entriamo nel cuore del processo produttivo della Guido Gobino: dalla selezione delle fave di Cacao fino al confezionamento manuale, passando per tostatura, raffinazione e analisi sensoriale. Un percorso in cui artigianalità e rigore scientifico si incontrano, con la qualità intesa non solo come eccellenza del prodotto, ma come impegno verso le persone, la filiera e l'ambiente.





## Modello produttivo e governance della qualità

La qualità rappresenta un elemento strategico del nostro modello di business e si integra nei processi decisionali, operativi e di controllo. Produciamo il Cioccolato a partire dalle fave di Cacao, garantendo il presidio diretto dell'intera filiera produttiva e la piena tracciabilità delle materie prime. Attraverso procedure formalizzate e controlli sistematici, monitoriamo costantemente sicurezza alimentare, conformità normativa e rispetto degli standard qualitativi interni. L'impegno verso la qualità si estende inoltre alla gestione responsabile delle risorse e alla selezione dei partner di filiera.

## Approvvigionamento materie prime

La selezione delle materie prime costituisce il primo presidio della qualità. Durante l'anno riceviamo e analizziamo diverse varietà di Cacao provenienti da differenti aree geografiche. Ogni campione è sottoposto ad analisi tecniche e valutazioni sensoriali in laboratorio, al fine di individuare profili aromatici coerenti con i nostri standard.

Ove possibile, privilegiamo filiere agricole italiane, in un'ottica di valorizzazione territoriale e di rafforzamento della catena di fornitura. Lo stesso processo di selezione viene applicato ad altri ingredienti caratterizzanti, quali liquirizia e caffè.

Il controllo diretto delle fasi di trasformazione consente di assicurare coerenza qualitativa, continuità produttiva e gestione del rischio lungo la supply chain.

## Processo produttivo e controllo operativo

Il processo produttivo si articola in fasi integrate e monitorate:

- **Tostatura del Cacao:** le fave, dopo la pulitura meccanica, sono tostate ad aria calda con parametri calibrati in funzione della tipologia e dell'annata. Questa fase consente lo sviluppo del profilo aromatico. Una successiva debatterizzazione a vapore elimina eventuali cariche microbiche residue. L'impianto di tostatura è stato progettato con il supporto della Facoltà di Agraria dell'Università di Torino.
  - **Raffinazione e concaggio:** la massa di Cacao viene miscelata con ingredienti selezionati e raffinata fino al raggiungimento della granulometria desiderata. Il concaggio riduce l'umidità residua e stabilizza l'emulsione, contribuendo alla definizione del profilo sensoriale.
  - **Temperaggio e colaggio:** il controllo della cristallizzazione del burro di Cacao garantisce stabilità strutturale e qualità estetica del prodotto finito.
  - **Confezionamento:** eseguito manualmente, rappresenta un ulteriore presidio qualitativo. La scelta dei materiali di confezionamento è orientata alla corretta conservazione del prodotto e alla tutela delle sue caratteristiche organolettiche.
- L'intero processo è strutturato per assicurare efficienza operativa e utilizzo responsabile delle risorse energetiche.

## Ricerca, sviluppo e analisi sensoriale

L'innovazione di prodotto nasce dall'integrazione tra competenze artigianali e attività di Ricerca & Sviluppo. Ogni nuova referenza è oggetto di test progressivi nel Laboratorio di Ricerca, fino al raggiungimento dell'equilibrio organolettico desiderato.

I prodotti sono valutati nelle cabine di analisi sensoriale da un panel interno di degustatori formati e aggiornati periodicamente. Le valutazioni vengono rielaborate statisticamente per definire il profilo aromatico standard, assicurando coerenza qualitativa nel tempo.



Pulitura fave



Tostatura



Granellatura



Raffinazione



Concaggio



Temperaggio



Estrusione



Colaggio e smodellaggio



Avviluppaggio



Ricopertura





## Sicurezza alimentare e sistema di controllo qualità

Il sistema di Controllo Qualità prevede verifiche sistematiche su materie prime e prodotti finiti, con analisi effettuate sia internamente sia presso laboratori esterni accreditati.

Ogni anno realizziamo circa:

- 50 analisi tramite laboratori esterni;
- oltre 300 analisi presso il nostro laboratorio interno.

Tali attività garantiscono il rispetto dei requisiti di sicurezza alimentare, la conformità normativa e l'aderenza agli standard qualitativi aziendali.

## Qualità e responsabilità lungo la filiera

La qualità è intesa in senso esteso: non riguarda esclusivamente le caratteristiche organolettiche del prodotto, ma comprende le condizioni operative lungo la filiera, la scelta dei materiali di confezionamento e la gestione delle risorse energetiche impiegate nei processi produttivi e logistici. Questo approccio integrato consente di coniugare eccellenza del prodotto, responsabilità sociale e attenzione agli impatti ambientali.

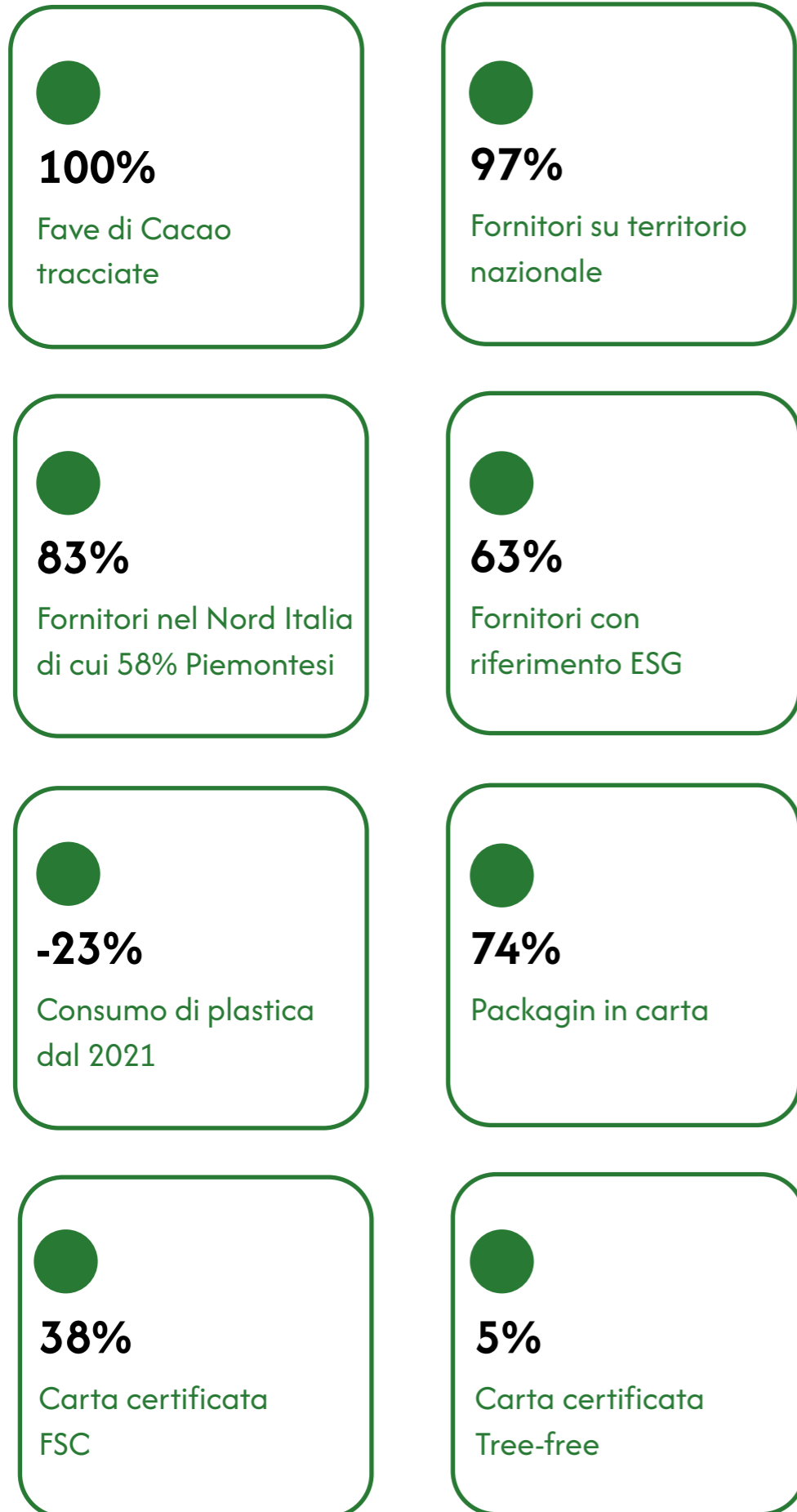
Il costante impegno dell'azienda è stato riconosciuto da numerosi premi di settore, tra cui quelli ricevuti dall'Academy of Chocolate di Londra in più categorie di prodotto e per diverse referenze della nostra gamma, a conferma della coerenza tra standard dichiarati e qualità percepita dal mercato.

# Gestione della filiera

Per la Guido Gobino la qualità inizia molto prima del laboratorio: nasce dalla scelta di chi fornisce le materie prime, da dove provengono e in quali condizioni vengono prodotte. In questo capitolo raccontiamo come gestiamo la nostra catena di fornitura — con quali criteri selezioniamo i partner, come coltiviamo relazioni fondate su fiducia e trasparenza di lungo periodo, e come valutiamo progressivamente i loro impatti ambientali e sociali. Entriamo poi nel dettaglio delle singole materie prime — dal Cacao alle Nocchie Tonda Gentile delle Langhe, dal Latte alpino allo Zucchero da barbabietola italiana — e chiudiamo con una fotografia concreta della nostra rete di fornitori, quasi interamente italiana e per larga parte piemontese.



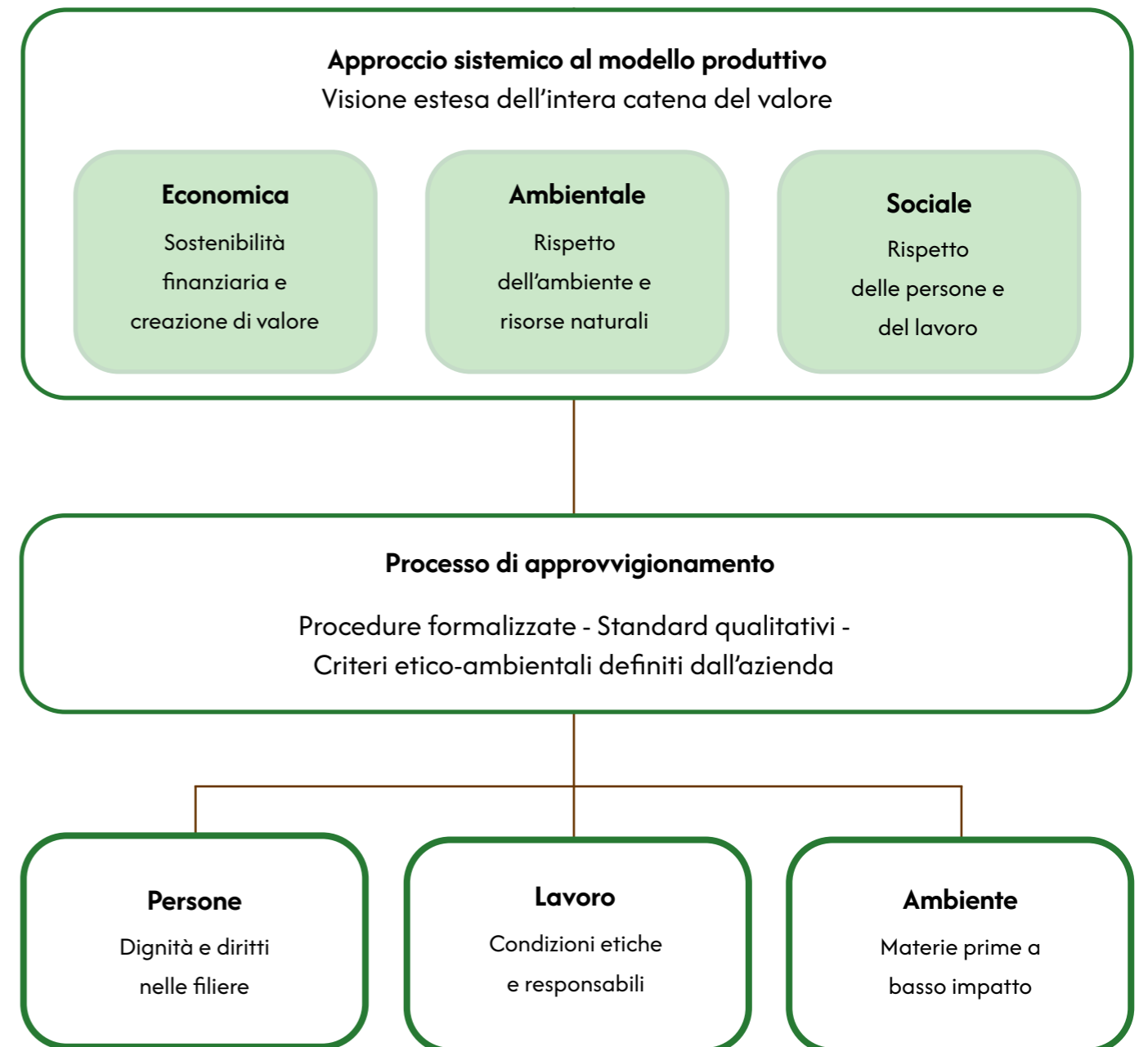
## La catena del Valore



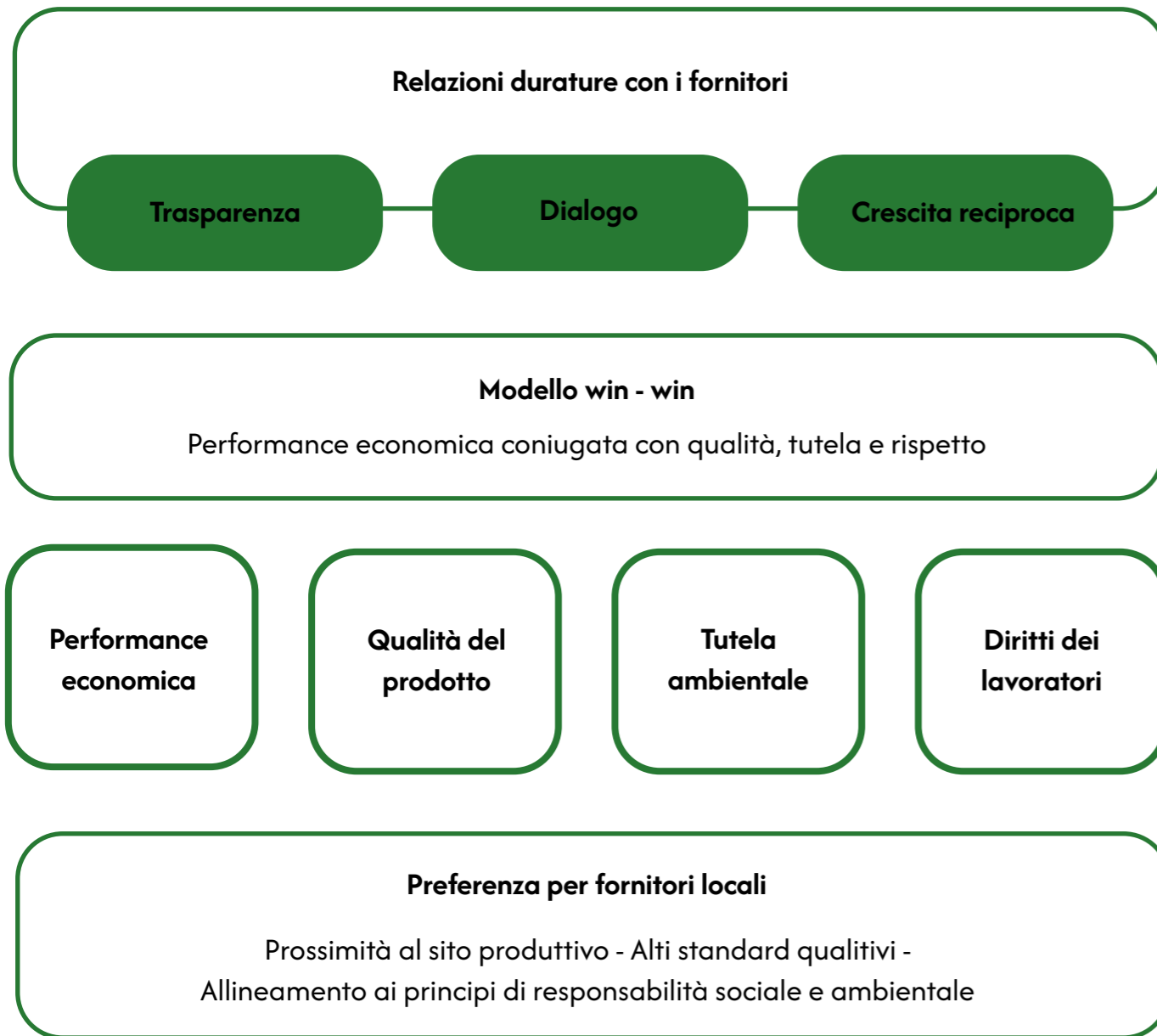
## Approccio alla gestione della catena di fornitura

Adottiamo un approccio sistemico alla gestione del nostro modello produttivo, fondato su una visione estesa dell'intera catena del valore. Tale impostazione ci consente di integrare considerazioni economiche, ambientali e sociali nei processi decisionali e operativi.

Il processo di approvvigionamento è disciplinato da procedure formalizzate volte a garantire la conformità a standard qualitativi e criteri etico-ambientali predefiniti a priori dall'azienda. Tra i principi prioritari rientra la scelta di materie prime e servizi che rispettino le persone, il lavoro e l'ambiente, in coerenza con i valori della Guido Gobino.



## La catena del Valore



### Relazioni con i fornitori e partnership di lungo periodo

Fin dall'inizio della nostra storia imprenditoriale, promuoviamo relazioni durature con i fornitori, fondate su trasparenza, dialogo e reciproca crescita. L'obiettivo è costruire partnership orientate a un modello "win-win", in cui la performance economica si coniughi con la qualità del prodotto, la tutela ambientale e il rispetto dei diritti dei lavoratori. Ove possibile, privilegiamo fornitori quanto più vicini al nostro sito produttivo in grado di garantire elevati standard qualitativi e un allineamento ai nostri principi di responsabilità sociale e ambientale.

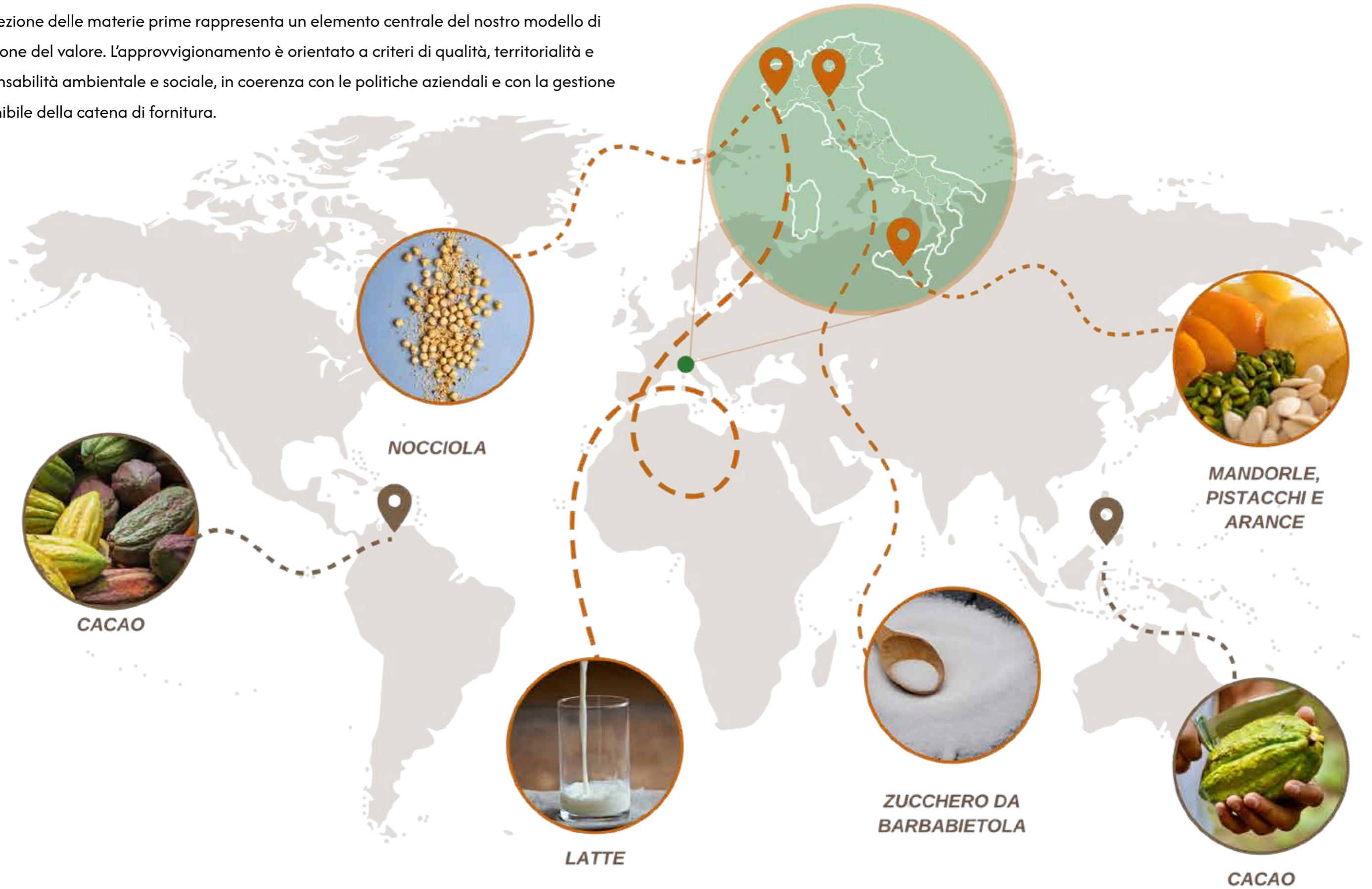
### Mappatura e valutazione della supply chain

Nel corso dell'ultimo esercizio abbiamo condotto un'analisi strutturata dei dati disponibili al fine di mappare l'intera catena di fornitura di Guido Gobino S.r.l. e di Guido Gobino Le Botteghe S.r.l. I fornitori sono registrati e monitorati attraverso il software gestionale aziendale e classificati secondo criteri di valore di acquisto e volume di fornitura. Tale segmentazione consente di identificare i fornitori strategici e di orientare in modo prioritario le attività di monitoraggio. È stata inoltre effettuata una valutazione qualitativa delle aziende fornitrici, verificando la presenza o l'assenza di riferimenti a tematiche ESG (Environmental, Social, Governance) nei loro canali di comunicazione istituzionale. Questa attività rappresenta un primo passo verso una progressiva integrazione di criteri ambientali e sociali nei processi di qualifica e valutazione dei fornitori.



## Materie Prime

La selezione delle materie prime rappresenta un elemento centrale del nostro modello di creazione del valore. L'approvvigionamento è orientato a criteri di qualità, territorialità e responsabilità ambientale e sociale, in coerenza con le politiche aziendali e con la gestione sostenibile della catena di fornitura.



## Il Cacao



Rappresenta il nostro ingrediente principale.

Nel 2025 abbiamo acquistato lo 0,0012%\* del Cacao prodotto nel mondo. Per quanto piccolo possa sembrare l'effetto delle nostre scelte su scala mondiale, l'impatto resta certamente significativo per le famiglie e le persone che hanno prodotto quel Cacao. La difficile condizione economica e sociale dei paesi produttori di Cacao è principalmente dovuta a diversi fattori: la presenza di vecchie piantagioni, spesso vulnerabili a parassiti e malattie; la diminuzione della fertilità del suolo; la mancanza di accesso a un guadagno adeguato per gli agricoltori; la mancanza della conoscenza corretta sull'applicazione dei fertilizzanti e sulle buone pratiche agricole e di gestione ambientale; l'aumento della concorrenza da parte di altre colture più produttive e redditizie. Inoltre, dietro la lavorazione del Cacao molte volte si cela lo sfruttamento dei lavoratori, in molti casi minori e l'oscillazione del prezzo del Cacao crea un costante stato di vulnerabilità dei coltivatori. Non ultimo, i crescenti effetti del cambiamento climatico sulle piantagioni, sulle difficoltà dei raccolti, sulla gestione di insetti e parassiti che minacciano la qualità e la quantità dei raccolti, rappresentano già oggi per molti Paesi produttori una delle principali sfide che ci vedranno sempre maggiormente coinvolti nei prossimi anni.

Per questa ragione crediamo fortemente che sia fondamentale che la catena di approvvigionamento del Cacao sia 100% tracciabile e trasparente, così da garantire la sostenibilità e la qualità della vita di tutti. Abbiamo deciso di affrontare un percorso in cui il benessere di tutti i protagonisti della filiera fosse al primo posto ed è per questo che da dicembre 2019 ci affidiamo ad un unico fornitore di Cacao, con sede in Europa, che si identifica in un modello di governance etico e volto alla sostenibilità limitando eventuali impatti ambientali e sociali evitando di violare inoltre i diritti delle popolazioni indigene.

\*ICCO Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics, Vol. L – No. 3 – Cocoa year 2024/25  
- <https://www.icco.org/november-2025-quarterly-bulletin-of-cocoa-statistics/>

## Valori selezione Cacao

### QUALITÀ

Garantiamo la qualità eccellente del nostro Cacao, che abbia un profilo aromatico unico, e che sia di origine tracciata. Siamo costantemente alla ricerca di aromi unici che sappiano sorprendere noi e i consumatori pur cercando di mantenere rapporti a lungo termine con le comunità da cui proviene il Cacao, siamo sempre in ricerca di nuove origini e varietà. Attraverso i nostri partner sosteniamo programmi di formazione agronomica e tecnica per la fase di post-raccolta e supportiamo le comunità con cui collaboriamo negli investimenti tecnici volti a migliorare la qualità del Cacao.

### PREZZO EQUO

Il riconoscimento di un prezzo equo ai contadini rappresenta la base essenziale per creare collaborazioni stabili e a lungo termine con le comunità.

Attraverso i nostri mediatori possiamo garantire:

- Un prezzo adeguato, superiore a quello del mercato locale.
- Un prezzo premium al raggiungimento di standard qualitativi e di sostenibilità; questo riconoscimento economico permette alle comunità di investire sul proprio futuro.
- La promozione di un'agricoltura basata sulla diversificazione, capace di produrre un reddito più stabile e maggiore ai contadini, valorizzando i territori già disponibili senza dover ricorrere alla deforestazione per estendere le pratiche agronomiche.
- Training e formazione per supportare i contadini nelle pratiche agricole e nei processi di trasformazione post-raccolta.
- La garanzia dell'acquisto dell'intero raccolto e il pagamento anticipato di una parte di esso.



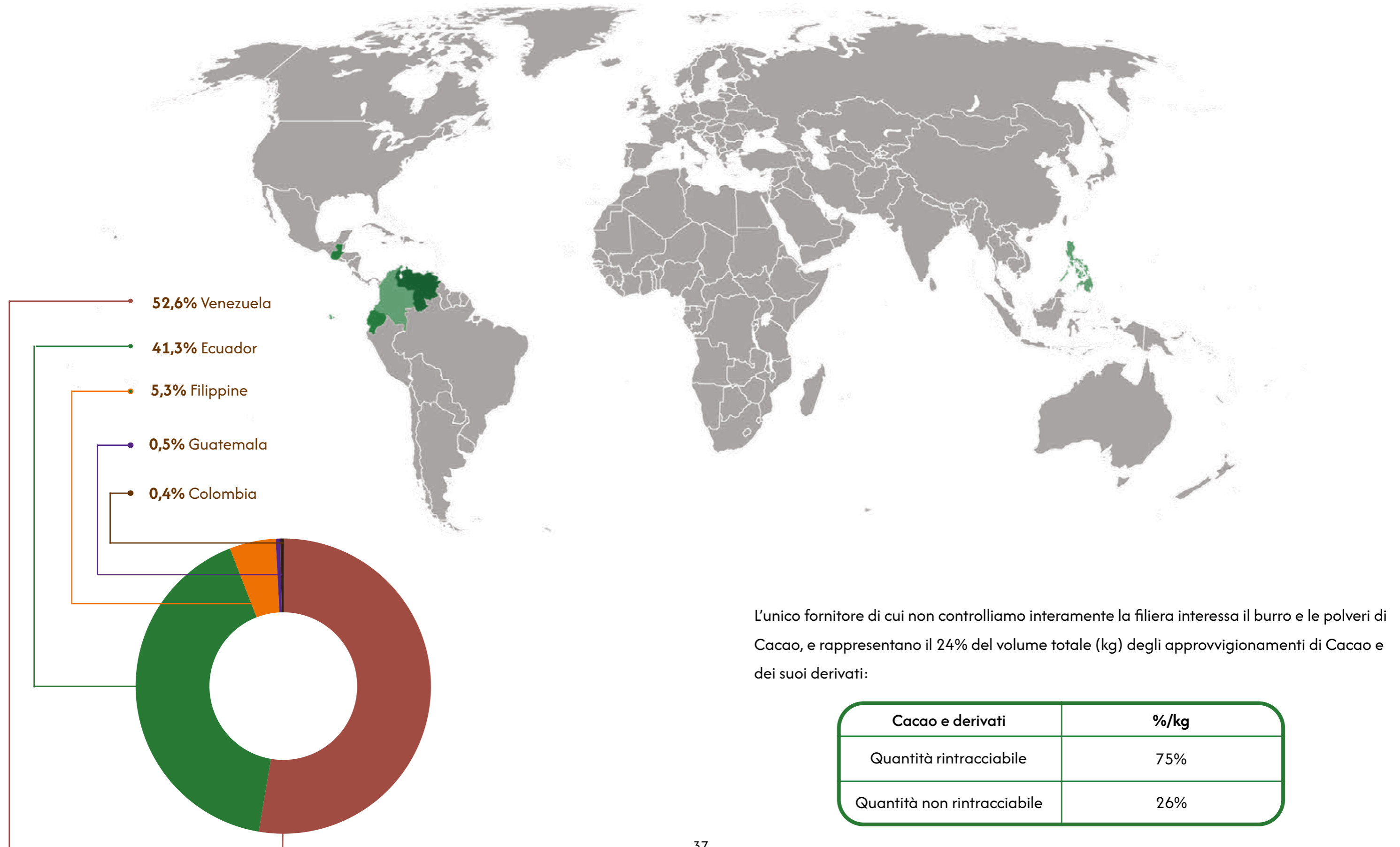
### DIFESA DELLE FORESTE E BIODIVERSITÀ

L'espansione su larga scala delle coltivazioni del Cacao è stata una delle cause principali della deforestazione e perdita di biodiversità su scala mondiale. Per garantire il futuro delle prossime generazioni, non si può più prescindere da una gestione sostenibile delle foreste. Pur non disponendo di una politica formalizzata specifica, l'azienda integra la protezione della biodiversità nella propria strategia di approvvigionamento sostenibile del Cacao. Il nostro Cacao proviene esclusivamente da piantagioni che garantiscono: Coltivazione in agriforest; Riforestazione; Assoluto divieto di abbattimento della foresta primaria; Coltivazione in armonia con l'ecosistema del territorio che funga da barriera protettiva delle foreste e prevenga la desertificazione; Alleanza con enti locali per la tutela del patrimonio naturale autoctono. Gli impegni etici fanno parte dei criteri di selezione delle materie prime, verificati tramite audit e certificazioni di tracciabilità del partner europeo. Lo stabilimento produttivo, situato in un contesto urbano, non genera impatti diretti sulla biodiversità locale.

### CONDIZIONI DI LAVORO DIGNITOSE

L'International Labour Organization ILO2 definisce il "lavoro minorile" come un'attività che priva i minori della loro infanzia, del loro potenziale e della loro dignità, e che danneggia gravemente il loro sviluppo fisico e mentale. Nella nostra filiera del Cacao possiamo garantire la totale assenza di schiavitù. Doverosa precisazione: riconosciamo che in alcuni Paesi i bambini vivano nelle piantagioni con le proprie famiglie e partecipino al lavoro familiare durante il loro tempo libero. In molti di questi Paesi il supporto dei più piccoli all'interno dell'economia e della gestione familiare fa naturalmente parte del contesto socioeconomico. Inoltre, quando la partecipazione non interferisce con la frequenza scolastica e non rappresenta in alcun modo l'esposizione ad un possibile rischio, riconosciamo il valore di questa presenza, in quanto garantisce la trasmissione dell'esperienza della coltivazione del Cacao tra le generazioni. Alla luce di queste considerazioni, è molto difficile garantire la totale assenza di minori nelle piantagioni. La differenza sostanziale tra le due modalità di coinvolgimento nel lavoro viene costantemente monitorata dai nostri partner che visitano regolarmente le piantagioni.

## Origini Cacao

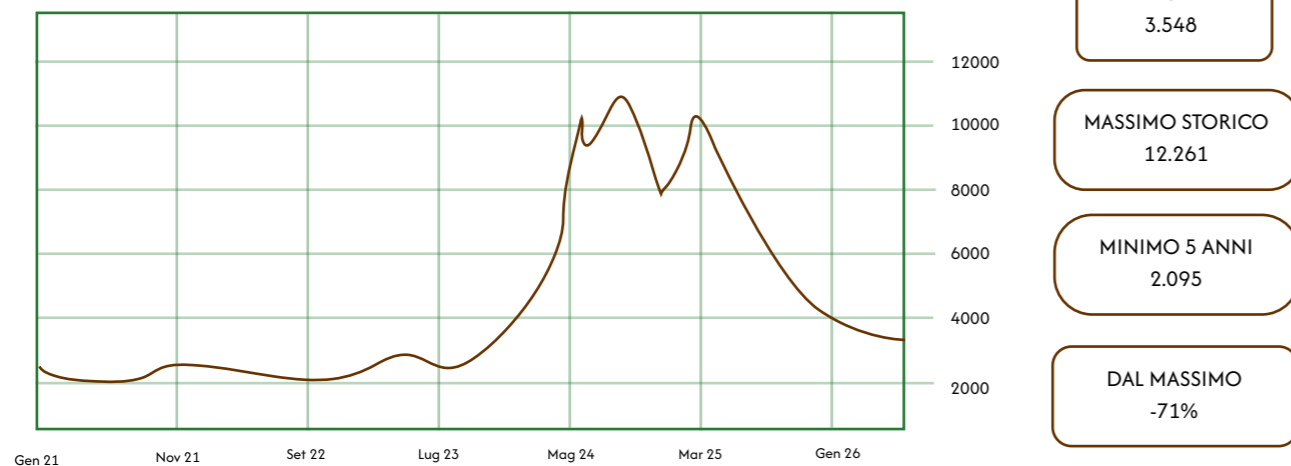


## I prezzi del Cacao

Fra gli obiettivi che ci eravamo posti da raggiungere entro il 2025 c'era quello di raggiungere il 100% di tracciabilità dei derivati del Cacao. Purtroppo, a causa dell'aumento dei prezzi della fava di Cacao e dei suoi derivati, si è deciso di non stravolgere l'attuale regime di fornitura, a garanzia di una maggiore sicurezza sia sulla qualità del prodotto acquistato sia nel rapporto con gli attuali fornitori. Rispetto ai prezzi del mercato internazionale del 2023, il prezzo della fava di Cacao è aumentato, come, di conseguenza, quello del burro di Cacao. Nel grafico sottostante è rappresentata l'oscillazione del prezzo che le fave di Cacao hanno avuto negli ultimi cinque anni.

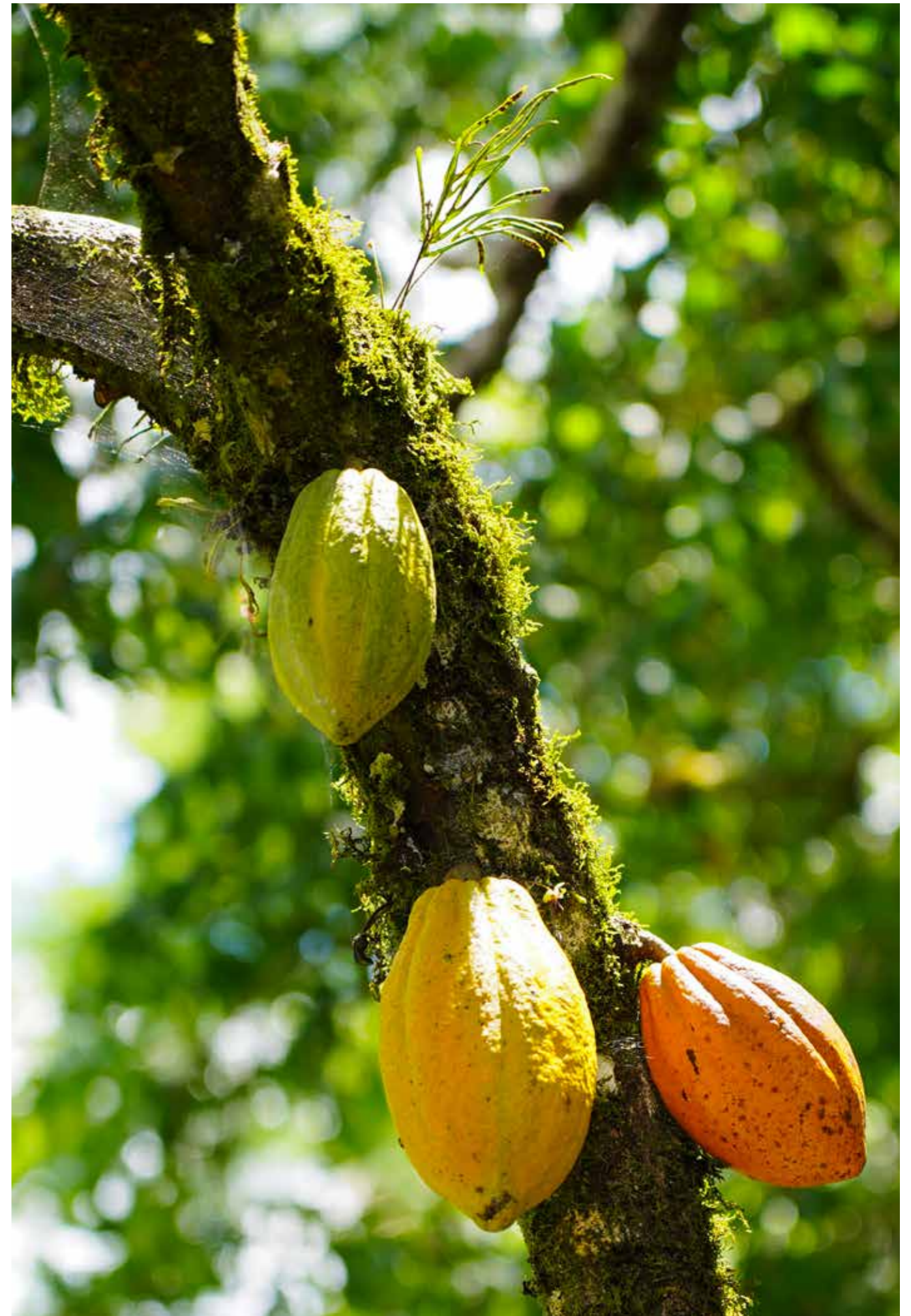
### Cacao (USD/T)

Gen 2021 - Mag 2026 - Fonte dati: TradingEconomics



A comprova di ciò, anche sulle fatture ricevute dai fornitori è stato rilevato il rincaro rispetto agli anni precedenti: in base al costo medio delle forniture si registra un +44% per il costo delle fave e un +228% per il burro di Cacao).

La riduzione dell'offerta dovuta a scarsi raccolti è stata causata da diversi fattori, sia biotici che abiotici: con la diffusione del virus CSSV (Cocoa Swollen Shoot Virus) e, sempre più preoccupante, l'aumento delle temperature medie dovute al cambiamento climatico hanno causato gravi danni alle piantagioni. La minor offerta, esacerbata dalle manovre speculative del commercio globale, ha determinato infine l'impennata dei prezzi. Nel 2025 i prezzi della fava di Cacao, sul mercato finanziario di Londra, segnano circa -50% rispetto ai record storici dell'aprile 2024, ma si confermano ancora superiori di circa il 50% rispetto al primo trimestre del 2024.



## Le Nocciole



La Nocciola rappresenta il secondo ingrediente per volume acquistato: oltre il 70% dei nostri prodotti la contiene, in linea con la tradizione del Cioccolato torinese.

Utilizziamo esclusivamente la Nocciola Tonda Gentile Trilobata IGP, coltivata nelle aree delle Langhe, Roero e Monferrato secondo il disciplinare dell'Indicazione Geografica Protetta.

Dal 1997 acquistiamo l'intero fabbisogno direttamente da produttori locali con cui abbiamo instaurato collaborazioni ultradecennali.

Questo modello di partnership garantisce stabilità economica ai produttori — attraverso il riconoscimento di un prezzo remunerativo — e continuità qualitativa per l'azienda. Riteniamo che tale approccio favorisca uno sviluppo equilibrato del territorio, generando valore economico, sociale e culturale condiviso.

Nel 2019 Guido Gobino è stato insignito della nomina di Ambasciatore della Nocciola Tonda Gentile delle Langhe nel Mondo dalla Confraternita della Nocciola di Cortemilia, a riconoscimento dell'impegno nella valorizzazione territoriale.

Le fasi di sgusciatura sono affidate a un partner esterno; i gusci vengono riutilizzati come combustibile per il riscaldamento, promuovendo un modello di economia circolare e di valorizzazione dei sottoprodotti.

Le successive trasformazioni (tostatura, raffinazione ed estrazione dell'olio di Nocciola) avvengono internamente, garantendo controllo qualitativo e tracciabilità.

## Rischi climatici

Per far fronte alle problematiche, l'azienda ha identificato differenti rischi legati al cambiamento climatico.

**Impatti diretti sulle filiere:** rischi fisici dovuti all'aumento delle temperature, cambiamenti nei pattern delle precipitazioni, diffusione di malattie e parassiti, eventi climatici estremi nelle aree produttrici, ecc. Fenomeni che riducono la produttività, compromettono la qualità di fave di Cacao e di Nocciola creando volatilità nei prezzi.

### Rischi Fisici



#### Aumento delle temperature

Riduce rese e qualità delle colture



#### Variazioni nelle precipitazioni

Siccità e alluvioni alternati



#### Malattie e parassiti

Diffusione favorita dal calore



#### Eventi climatici estremi

Shock di produzione nelle aree d'origine

Effetto: volatilità dei prezzi di Cacao e Nocciole

Nel grafico, vediamo quelle che sono le nostre azioni di Mitigazione:

- Materie prime 100% tracciabili provenienti da filiere climate-resilient (es. agroforestazione) rappresenta un vantaggio competitivo crescente e investimenti in pratiche agroforestali e supporto ai coltivatori riducono l'esposizione a shock climatici e aumentano la resilienza delle piantagioni;
- L'adeguamento a normative come l'EUDR (European Union Deforestation Regulation) e ad altri regolamenti su tracciabilità e sostenibilità della filiera potrebbero offrire delle opportunità;
- L'adozione di SAF (Sustainable Aviation Fuel) per il trasporto aereo riduce le emissioni di CO<sub>2</sub> fino all'80% e migliora il posizionamento ESG e l'efficienza logistica;
- Selezione di fornitori attenti alle tematiche ESG;
- Monitoraggio continuo della filiera per anticipare rischi climatici;
- Valutazione di iniziative per ridurre le emissioni dello stabilimento produttivo.

### Azioni di mitigazione



#### Filiere 100% tracciabili

Agriforestazione e supporto ai coltivatori



#### Conformità EUDR

Tracciabilità e sostenibilità della filiera



#### SAF - Sustainable Aviation Fuel

Riduzione CO<sub>2</sub>, fino all'80% nel trasporto aereo



#### Fornitori ESG attenti

Selezione basata su criteri di sostenibilità



#### Monitoraggio filiera

Per anticipare rischi climatici



#### Valutazione iniziative

Riduzione emissioni stabilimento

Effetto: resilienza, vantaggio competitivo ESG

## Il Latte

Impieghiamo esclusivamente Latte proveniente dalla filiera alpina piemontese, grazie a un accordo con Latterie In.al.pi, che garantisce la fornitura di Latte intero di elevata qualità. Questa scelta consente di valorizzare il territorio e di sostenere pratiche agricole più sostenibili. Il fornitore adotta iniziative in ambito ambientale e sociale: oltre il 50% dei conferenti utilizza sistemi di irrigazione efficienti per ridurre lo spreco idrico e contrastare l'erosione del suolo, mentre oltre il 78% degli allevamenti impiega energia da fonti rinnovabili. Gli allevatori garantiscono elevati standard di benessere animale e contribuiscono alla tutela della biodiversità, con la presenza di nove razze bovine, incluse alcune meno diffuse.

## Lo Zucchero

Dal 2018 acquistiamo esclusivamente Zucchero ottenuto da barbabietole coltivate, raccolte e trasformate in Italia, attraverso la collaborazione con ItaliaZuccheri. Questa scelta promuove la filiera agricola nazionale e sostiene pratiche produttive rispettose del territorio e dei coltivatori, rafforzando la tracciabilità e la trasparenza lungo la catena di fornitura.

## Mandorle, Agrumi e Pistacchi

Utilizziamo **Mandorle** acquistate direttamente da produttori siciliani. Privilegiare un prodotto nazionale consente di sostenere l'agricoltura italiana e valorizzare varietà locali rispetto a produzioni di importazione.

Gli **Agrumi** provengono da aziende agricole siciliane e, in parte, da realtà artigiane specializzate nella trasformazione e canditura. La selezione di fornitori locali consente di coniugare qualità della materia prima, rispetto della naturalità del prodotto e valorizzazione della tradizione artigiana.

Acquistiamo esclusivamente **Pistacchi** di origine siciliana, direttamente dai coltivatori, sostenendo filiere agricole nazionali e contribuendo alla valorizzazione del patrimonio gastronomico italiano.





**Eccellenza qualitativa indipendente dai volumi**

Per ogni materia prima, preferenza per filiere locali o nazionali ove possibile.

**Patrimonio agroalimentare italiano**

Valorizzazione delle eccellenze locali e nazionali, promuovendo identità e cultura del territorio.



**Relazioni di lungo periodo**

Partnership durature con i produttori, basate su fiducia reciproca e continuità della collaborazione.

**Pratiche agricole responsabili**

Attenzione alle dimensioni ambientali e sociali lungo tutta la catena produttiva agricola.



**Tracciabilità e controllo**

Visibilità sull'intera filiera per garantire qualità e conformità.

## I nostri fornitori - Materie prime alimentari

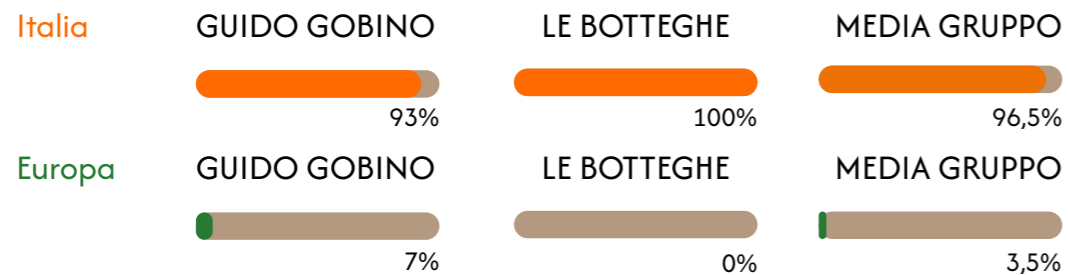
Dall'analisi dei dati relativi alla provenienza delle materie prime dell'intero Gruppo (sede produttiva e Botteghe), emerge che oltre il 96% delle materie prime alimentari acquistate proviene da fornitori italiani, di cui il 56% localizzati in Piemonte.

Le Botteghe si approvvigionano esclusivamente da filiere 100% italiane. Considerata la loro ubicazione nei centri storici di Torino e Milano, il 75% dei fornitori delle Botteghe ha sede in Piemonte, mentre il restante 25% in Lombardia, configurando una filiera di prossimità e contribuendo alla riduzione degli impatti logistici. Il medesimo criterio di analisi è stato applicato ai fornitori italiani della Guido Gobino S.r.l., classificati per area geografica al fine di monitorare il livello di territorialità della catena di fornitura.

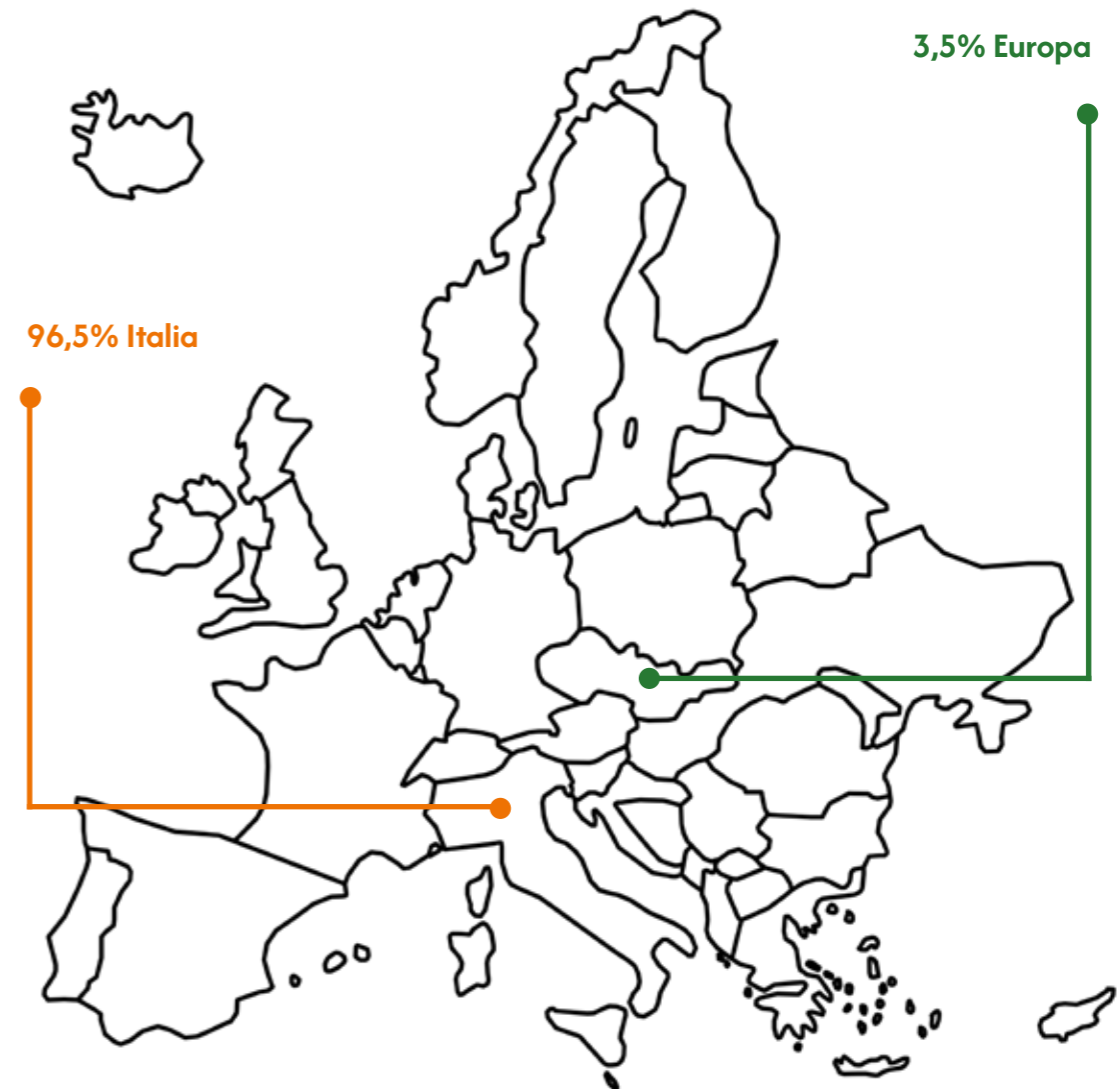
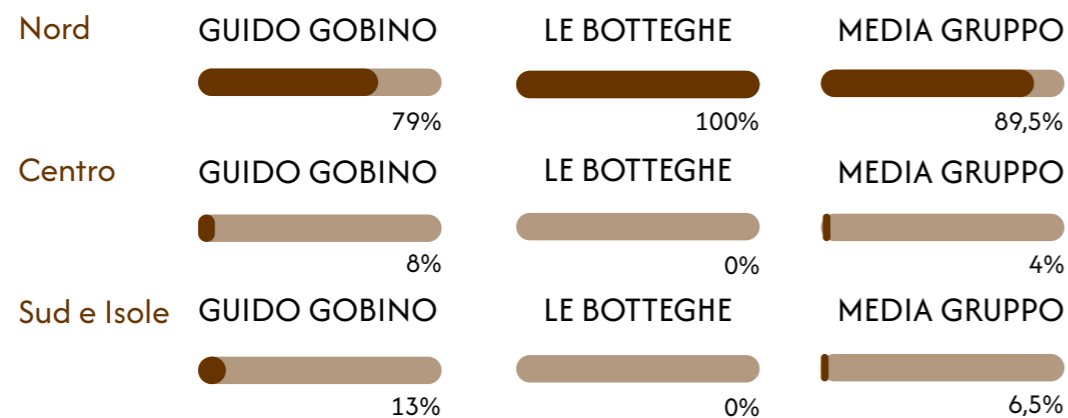
Dal 2023 al 2025 non sono state rilevate modifiche significative nella struttura organizzativa o nella supply chain. La sostituzione di fornitori è stata marginale, in coerenza con la politica aziendale orientata alla costruzione di relazioni stabili e durature nel tempo.

### FORNITORI MATERIE PRIME - AREA GEOGRAFICA

#### Per provenienza



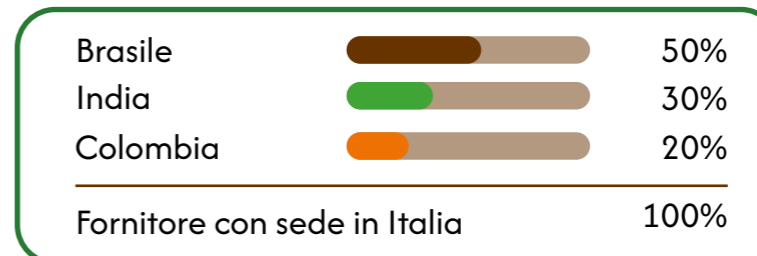
#### Fornitori italiani - per area



## Caffè

Analogamente al Cacao, il Caffè è una materia prima coltivata nella fascia tropicale. Il nostro fornitore, con sede in Italia, si approvvigiona dalle seguenti aree geografiche.

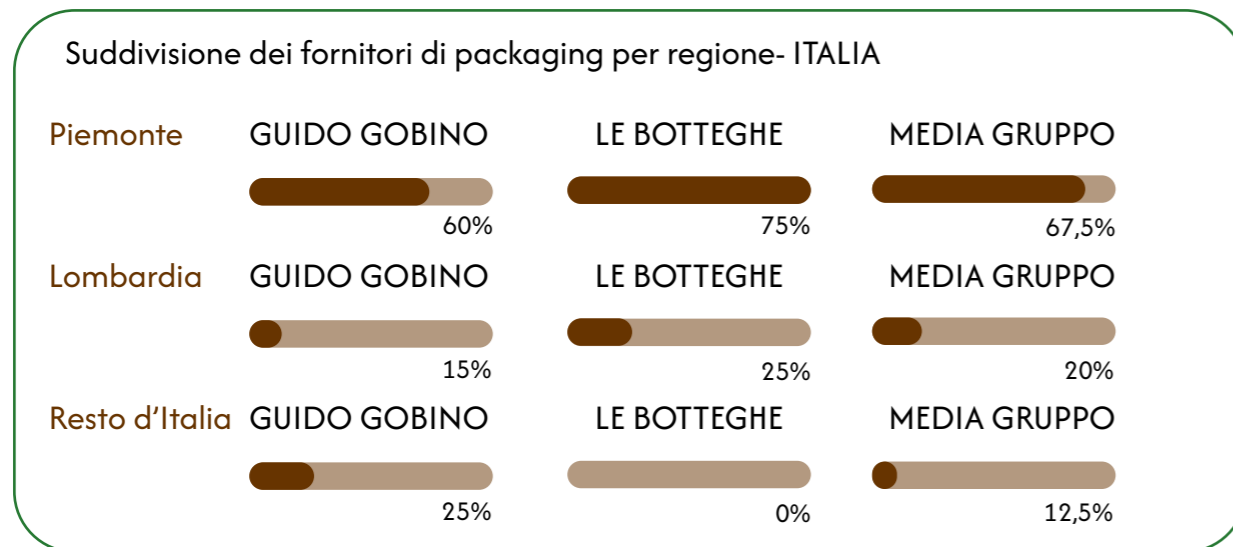
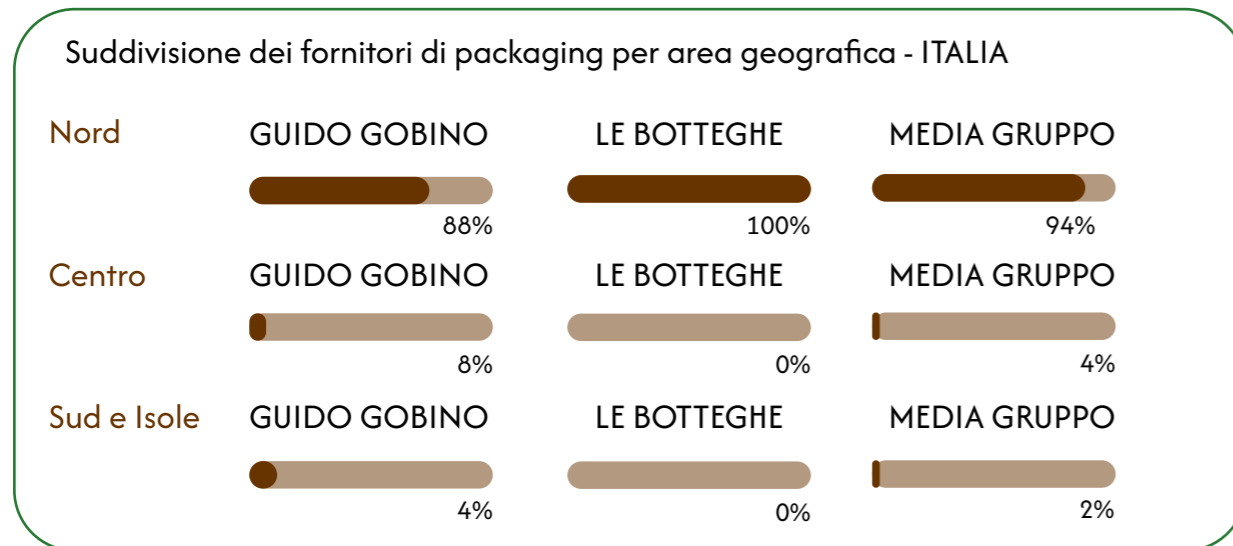
Caffè - Origine per volume (Kg)



Il Caffè rappresenta il 46% del valore complessivo delle materie prime acquistate da Guido Gobino Le Botteghe S.r.l., configurandosi come una categoria merceologica rilevante sotto il profilo economico e gestionale. La selezione del fornitore tiene conto non solo di criteri qualitativi, ma anche della capacità di garantire tracciabilità e presidio della filiera di origine.

## Packaging

La gestione della catena di fornitura del packaging segue gli stessi principi adottati per le materie prime alimentari: territorialità, tracciabilità e consolidamento delle relazioni nel tempo. La quasi totalità dei materiali per il confezionamento proviene dal Nord Italia. Il 100% del packaging acquistato da Guido Gobino S.r.l. è fornito da aziende con sede in Italia; di questo, il 60% proviene dal Piemonte e, all'interno di tale quota, il 74% ha sede a Torino, in prossimità dello stabilimento produttivo.



Questo dato evidenzia l'impegno dell'azienda nel privilegiare una filiera corta, con benefici in termini di: maggiore controllo e tracciabilità; rafforzamento del tessuto economico locale; potenziale riduzione degli impatti ambientali legati al trasporto. L'analisi geografica dei fornitori rappresenta uno strumento di monitoraggio continuo, funzionale all'integrazione progressiva di criteri ambientali e sociali nella valutazione della supply chain.

## Gestione degli impianti nella catena di fornitura

Non abbiamo un sistema formalizzato di audit ambientale sui fornitori con checklist standardizzate o certificazioni obbligatorie, ma questo non significa che gli impatti ambientali della nostra catena di fornitura siano un tema che trascuriamo. Al contrario: la nostra dimensione ci permette di conoscere personalmente i fornitori, visitare i loro siti produttivi quando necessario, e mantenere un dialogo costante che va oltre la semplice transazione commerciale.

Quando selezioniamo un fornitore, oltre a valutare qualità e prezzo, consideriamo anche criteri di sostenibilità ambientale e territoriale: dove viene prodotto il materiale, con quali processi, qual è l'impatto logistico (km percorsi), se esistono alternative più sostenibili. Privilegiamo, quando possibile, fornitori italiani, per una questione di qualità e tracciabilità. Sappiamo che un fornitore in Italia è soggetto a controlli ambientali rigorosi, deve rispettare limiti sulle emissioni, gestire correttamente i rifiuti, applicare normative sulla sicurezza dei materiali. Questo approccio informale ma attento si è dimostrato efficace in più occasioni.

### Obiettivi futuri

- 1 Formalizzare meglio i criteri ambientali minimi da includere nei contratti con nuovi fornitori.
- 2 Richiedere dichiarazioni ambientali (es. carbon footprint, % materiali riciclati) per categorie di fornitura critiche (packaging, ingredienti secondari).
- 3 Mappare più sistematicamente la provenienza geografica di tutti i materiali per valutare l'impatto logistico complessivo.



GUIDO & OBINO  
TOURINOT

GUIDO & OBINO  
CREMINI ASSORTITI

GUIDO & OBINO  
GIANDUJOTTI ASSORTITI

GUIDO & OBINO  
SELEZIONE ASSORTITA

GUIDO & OBINO  
TOURINOT N.10

GIANDUJONE CARAMELLO  
con sfoglie di mandorle  
GUIDO & OBINO

GIANDUJONE  
GUIDO & OBINO

GUIDO & OBINO  
CREMA SPALMABILE  
GIANDUJA  
148% NOCCIOLE

GUIDO & OBINO  
CREMA SPALMABILE  
CACAO

# Materiali Utilizzati

Ogni confezione di Cioccolato firmata Guido Gobino è pensata due volte: una per proteggere il prodotto, una per ridurre il proprio impatto. In questo capitolo esploriamo i materiali che compongono il nostro packaging come carta, plastica e alluminio raccontando le scelte fatte per ridurre il peso ambientale, le certificazioni che ne garantiscono la provenienza responsabile e le soluzioni creative che ne prolungano la vita anche dopo il consumo. Un percorso ancora in itinere, fatto di piccoli miglioramenti concreti che si sommano anno dopo anno.



## Funzione del packaging

### LA CARTA

Rappresenta il 74% in peso del packaging utilizzato

+18% rispetto al 2023

**3,3**

Tonnellate Carta proveniente da colture rinnovabili "Tree free"

**41%**

Carta FSC Certificata nel Packaging

**+37%** rispetto al 2023

Presenza di Bioplastiche compostabili nella catena di fornitura

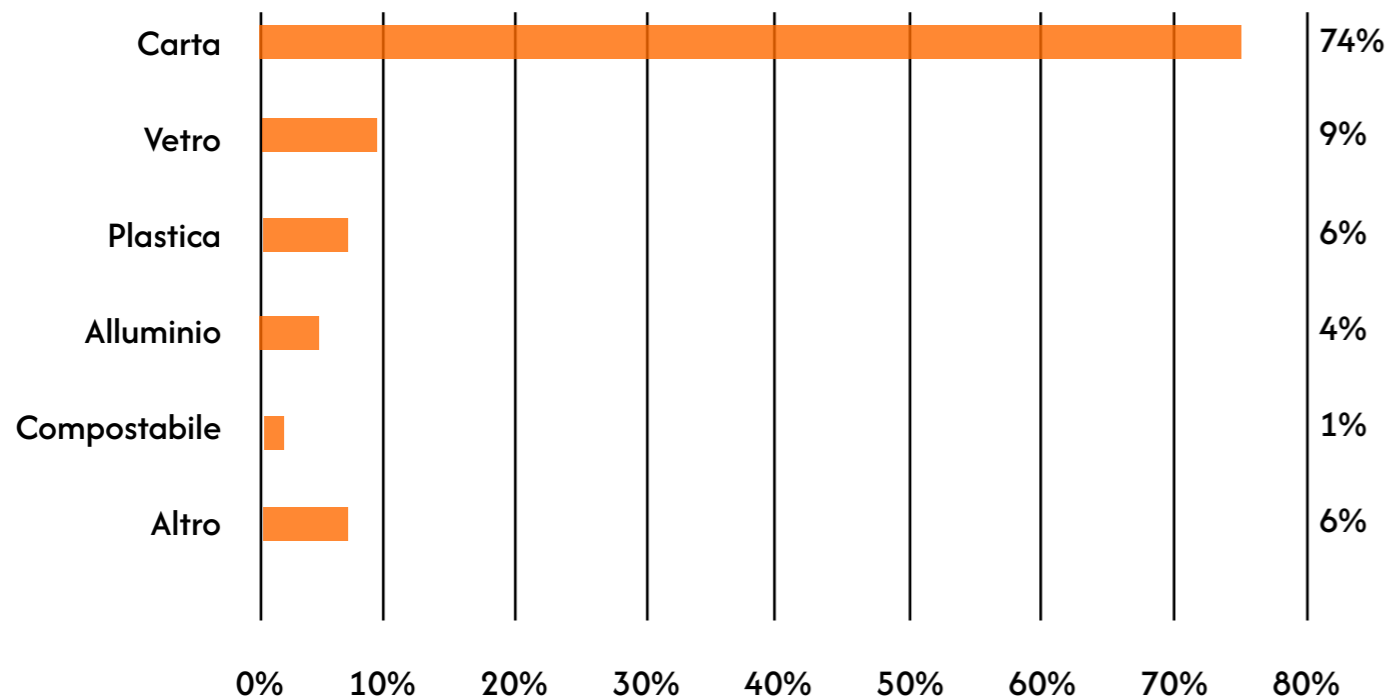
**6%**

Volume di materiale di origine plastica impiegato

**~ 90%**

Rifiuto organico destinato a progetti di circolarità

Incidenza del peso dei materiali del packaging acquistato nel 2025



I materiali impiegati per il confezionamento svolgono innanzitutto una funzione protettiva, costituendo una barriera idonea a preservare l'integrità del prodotto, mantenerne il profilo aromatico e prolungarne la shelf life. Un packaging adeguatamente progettato contribuisce inoltre alla riduzione dello spreco alimentare, prevenendo deterioramenti lungo la fase di distribuzione e consumo.

Nel rispetto delle normative in materia di sicurezza alimentare, da diversi anni orientiamo la progettazione del packaging al miglioramento continuo delle prestazioni ambientali.

I principi che guidano le nostre scelte progettuali sono:

- ricerca di materiali alternativi alla plastica e a minore impatto ambientale;
- predilezione per fornitori di prossimità e filiere gestite responsabilmente;
- impiego di materiali derivanti da riciclo post-consumo;
- riduzione del numero e del peso delle componenti di imballaggio;
- preferenza per materiali 100% riciclabili.

Questo percorso ha condotto a un crescente utilizzo di materiali quali carta e vetro, entrambi completamente riciclabili e potenzialmente reimmesso nel ciclo produttivo a fine vita, in un'ottica di economia circolare.

I dati relativi ai materiali di packaging sono stati raccolti attraverso un monitoraggio sistematico delle fatture di acquisto e la rendicontazione dei pesi delle forniture. L'analisi include tutte le tipologie di materiali acquistate nell'anno di riferimento (2025).

Tale attività consente di:

- quantificare il volume complessivo dei materiali utilizzati;
- monitorare la quota di materiali riciclati o riciclabili impiegati;
- orientare le scelte progettuali verso soluzioni a minore impatto ambientale.

## Plastica

### Incidenza e percorso di riduzione

Alcuni componenti del packaging dei nostri prodotti sono realizzati in materiale plastico. Nell'esercizio di riferimento, l'incidenza complessiva della plastica sul peso totale del packaging acquistato è pari al 6%.

Negli ultimi anni abbiamo avviato un percorso di progressiva riduzione dell'impiego di materiali plastici, compatibilmente con l'esigenza di garantire la sicurezza alimentare e la protezione del prodotto. La strategia adottata ha previsto anche l'esaurimento delle giacenze di magazzino già disponibili, in un'ottica di prevenzione dello spreco e di valorizzazione delle risorse già prodotte.

### Iniziative Plastic-free

Nel 2023 abbiamo avviato la sostituzione di alcuni componenti in PVC e PP5 con alternative a minore impatto ambientale, intervenendo inizialmente su uno dei formati delle uova di Pasqua (230 g).

Nel biennio successivo, tali soluzioni sono state estese anche ad altri formati, introducendo:

- confezioni in cartoncino (PAP20);
- imballi in carta;
- coppette compostabili.

Queste innovazioni hanno consentito un'ulteriore riduzione del consumo di plastica e la creazione di nuove linee di prodotto completamente "plastic-free", in coerenza con i principi di eco-progettazione e utilizzo di materiali alternativi e riciclabili.

## CASE STUDY

### Riconoscimenti e miglioramento continuo

Il foglio e il nastro sono riciclabili nella carta

L'alluminio che avvolge l'uovo è 100% riciclabile

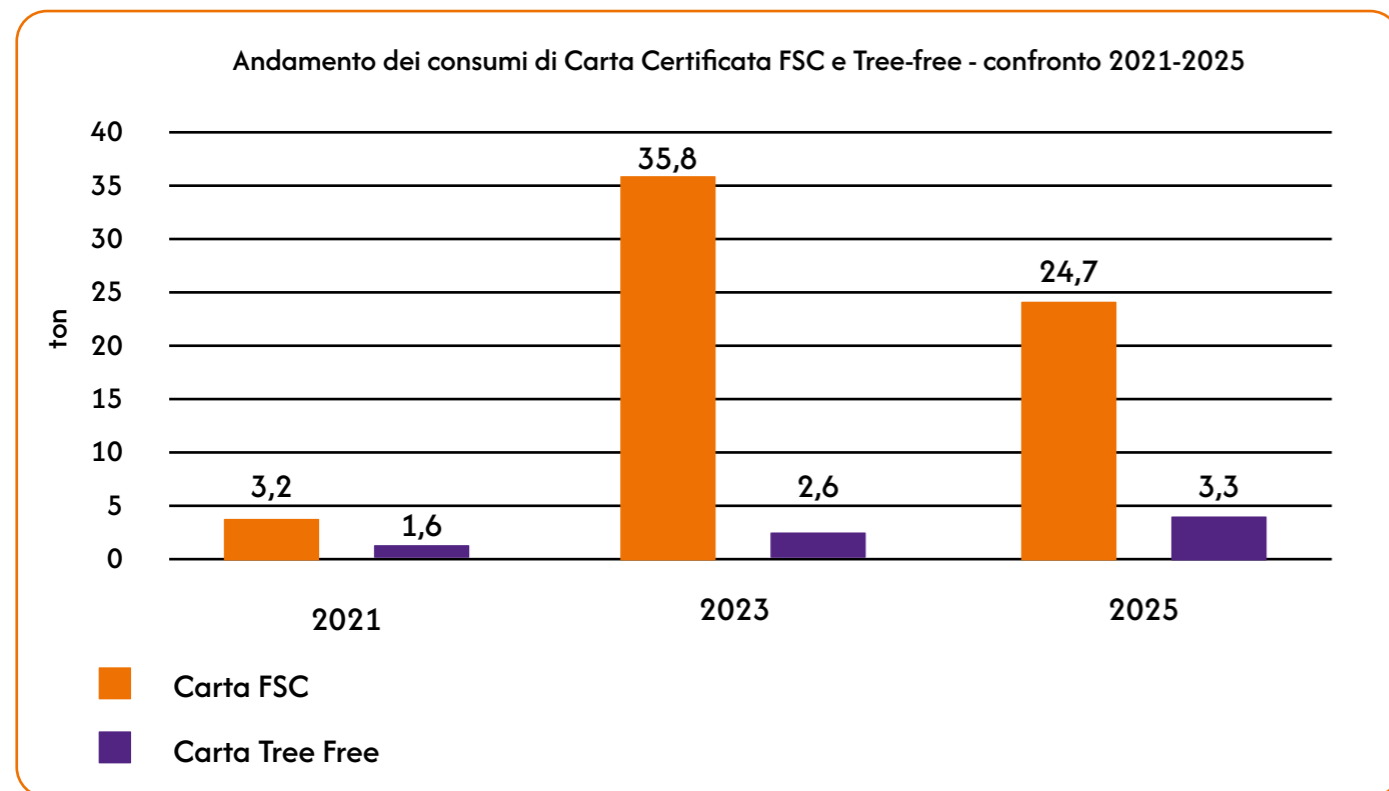
Il vaso su cui poggia l'uovo è biodegradabile e può essere riutilizzato



L'approccio orientato alla sostenibilità del packaging è stato riconosciuto anche a livello internazionale: l'uovo di Pasqua plastic-free ha ricevuto un altro premio bronzo dall'Academy of Chocolate di Londra nella categoria "Design & Brand Experience". Questi risultati rappresentano tappe significative di un percorso di lungo periodo, volto a minimizzare progressivamente il consumo di plastica e a ridurre l'impatto ambientale associato ai materiali di confezionamento.

## Carta

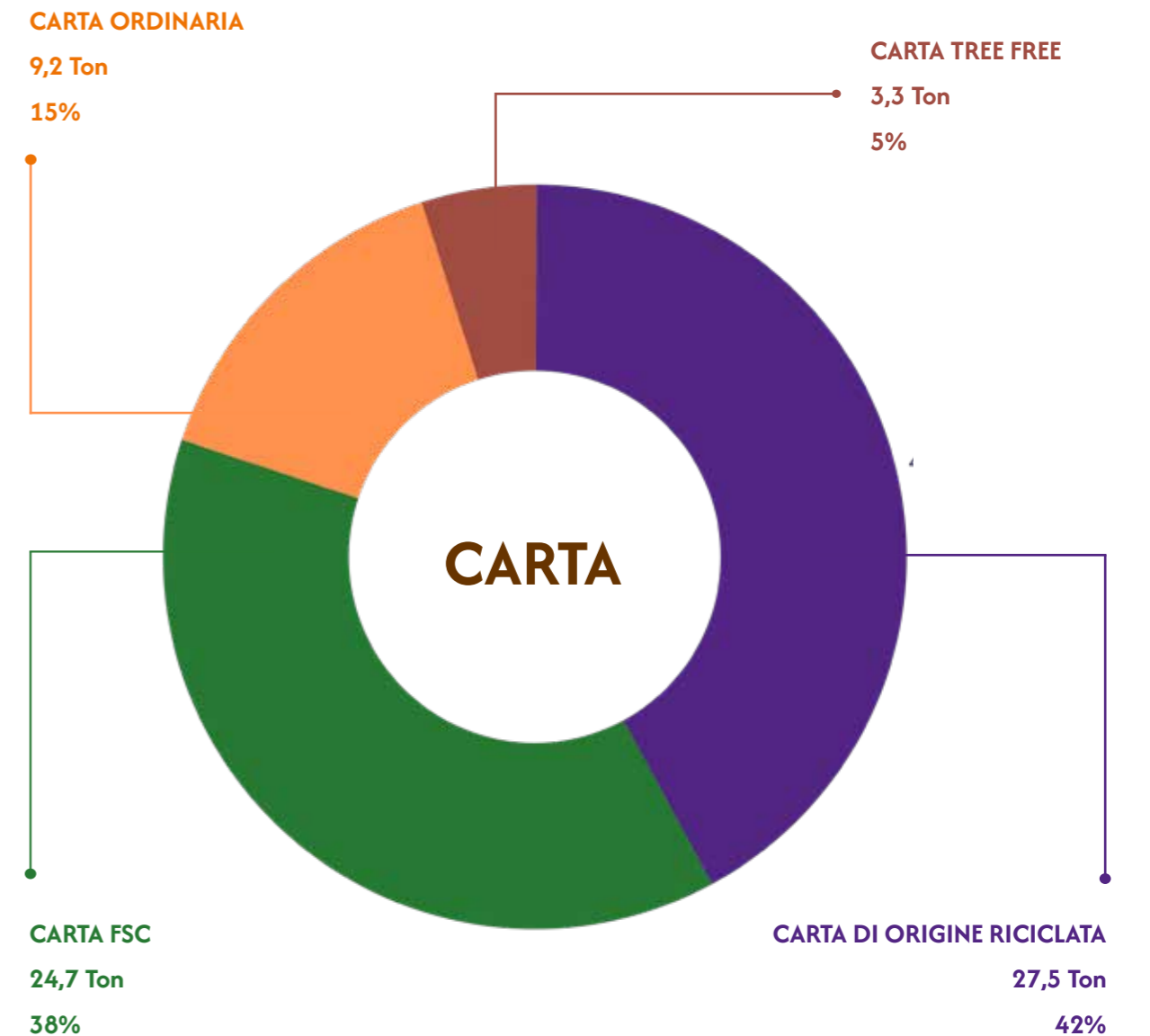
La carta rappresenta il materiale maggiormente impiegato nel nostro packaging, costituendo oltre il 70% del peso totale dei materiali di imballo acquistati nel 2025. Di questa quota, il 38% è certificata FSC (Forest Stewardship Council), garanzia che la cellulosa utilizzata provenga da foreste e filiere di approvvigionamento gestite in modo responsabile e tracciabile lungo l'intero percorso, dal bosco al consumatore finale. L'attenzione alla provenienza delle materie prime cartacee rientra nella più ampia strategia di selezione di fornitori in grado di assicurare standard ambientali e sociali coerenti con i nostri principi aziendali.



Tutti i materiali di cartotecnica impiegati sono completamente riciclabili. Parallelamente, perseguiamo una politica di riduzione e riutilizzo degli imballi:

- utilizziamo cassette riutilizzabili e lavabili per lo stoccaggio interno;
- promuoviamo il riutilizzo degli imballi in ingresso e in uscita;
- limitiamo, ove possibile, il ricorso a imballaggi superflui.

Tali pratiche contribuiscono alla prevenzione della produzione di rifiuti e alla valorizzazione di materiali già immessi nel ciclo produttivo.



### Introduzione alla carta "Tree Free"

A partire dal 2021 abbiamo progressivamente introdotto una nuova tipologia di carta "Tree Free", composta per il 75% da fibre di bambù e per il 25% da fibre di cotone derivanti da scarti pre-consumo dell'industria tessile.

Questo materiale:

- proviene da colture annuali rinnovabili che non impattano sulle foreste;
- valorizza sottoprodotti destinati ad altri settori produttivi;
- è realizzato con energia rinnovabile;
- è completamente riciclabile e biodegradabile.

L'introduzione di questa soluzione rappresenta un esempio concreto di integrazione dei principi di economia circolare nella progettazione del packaging, attraverso l'impiego di materiali alternativi e a minore impatto ambientale.



## CASE STUDY

### Packaging interattivo e riuso creativo

In un'ottica di prevenzione del rifiuto e di promozione del riutilizzo, abbiamo sviluppato soluzioni di packaging interattivo che estendono la vita utile dell'imballo anche nella fase post-consumo. Nel corso dell'ultimo anno sono state introdotte due iniziative:

**Astuccio delle nuove tavolette di Cioccolato:** oltre a riportare le coordinate geografiche di provenienza del Cacao, presenta un elemento grafico facilmente rimovibile lungo una linea tratteggiata, progettato per essere riutilizzato come segnalibro.

**Calendario dell'Avvento:** l'intera confezione è stata concepita per essere riutilizzata come gioco da tavolo. Gli interni includono un tabellone da gioco e le caselle contenenti i cioccolatini si trasformano in elementi utilizzabili sul tabellone; la confezione include inoltre un dado in legno, consentendo il riuso completo dell'imballaggio come "gioco dell'oca".

## Alluminio

### Funzioni e caratteristiche del materiale

L'alluminio è un materiale storicamente impiegato per l'avvolgimento del Cioccolato, grazie alle sue proprietà di barriera che consentono di preservare l'integrità del prodotto, proteggerlo dal deterioramento e prolungarne la shelf life.

Il suo utilizzo contribuisce alla prevenzione dello spreco alimentare, riducendo il rischio di alterazioni qualitative lungo la fase di distribuzione e consumo. L'alluminio è inoltre un materiale riciclabile al 100%, caratteristica che ne favorisce il reinserimento nel ciclo produttivo a fine vita.

### Uso responsabile e ottimizzazione dei consumi

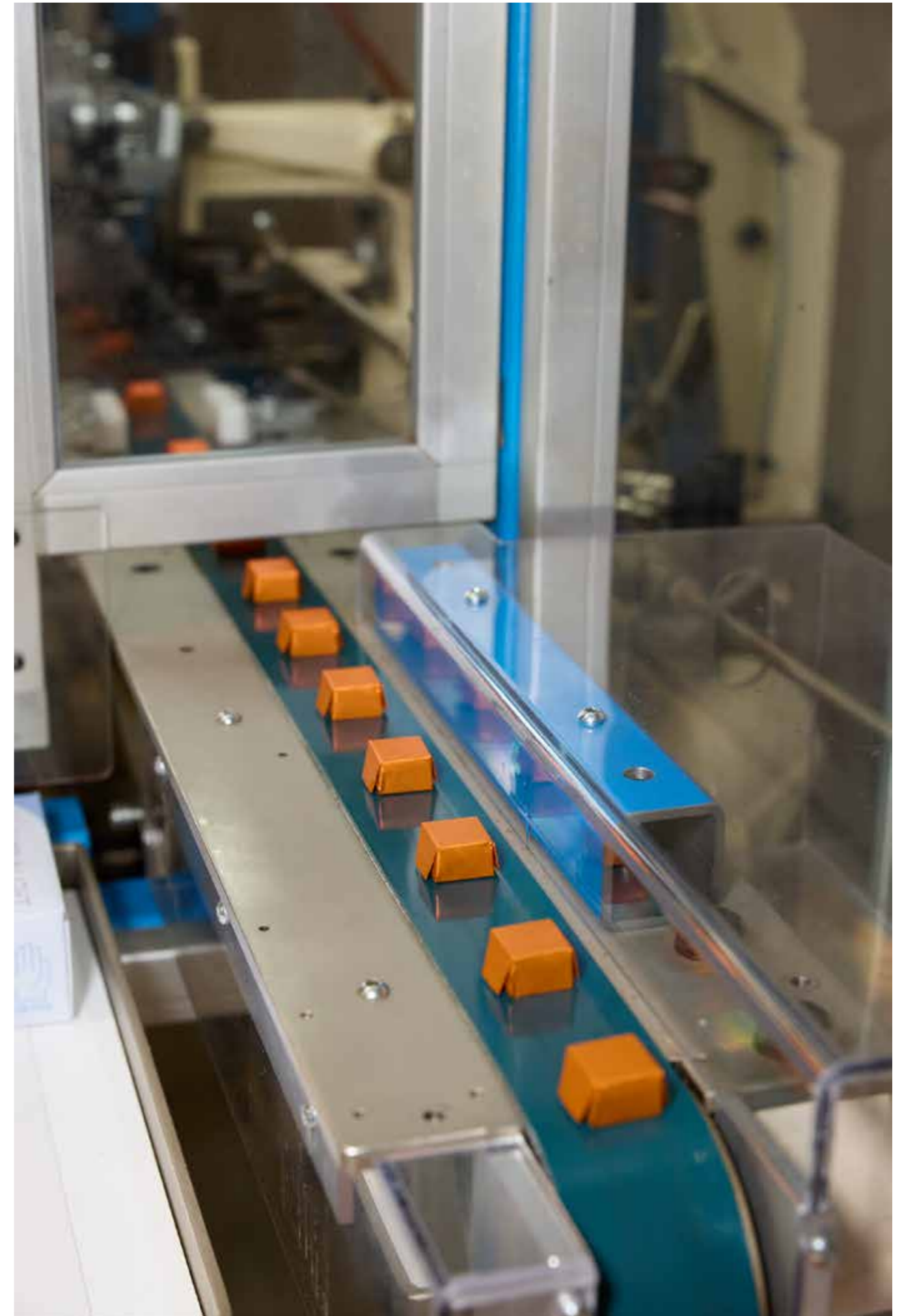
Pur riconoscendo il ruolo funzionale difficilmente sostituibile dell'alluminio, ci impegniamo a ottimizzarne l'impiego, migliorando le fasi di incarto e riducendo al minimo gli scarti di lavorazione. Nel 2025 il volume complessivo di alluminio acquistato è stato pari a 3,3 tonnellate, corrispondenti al 4% del peso totale del packaging. L'attenzione alla razionalizzazione dei quantitativi utilizzati rientra nel più ampio percorso aziendale di riduzione dell'impatto ambientale dei materiali di confezionamento.

### Informazione al consumatore e riciclo

Per favorire una gestione corretta del fine vita del packaging, abbiamo rafforzato le comunicazioni rivolte al consumatore finale, fornendo indicazioni chiare sulle modalità di separazione e conferimento dei materiali.

In particolare, promuoviamo la separazione del piccolo sigillo di chiusura dall'involucro principale, al fine di migliorarne l'efficienza in fase di riciclo.

Questo impegno integra la responsabilità di prodotto con attività di sensibilizzazione, contribuendo ad aumentare la percentuale effettiva di riciclo dei materiali immessi sul mercato.



# Emissioni: la Carbon Footprint

Misurare le proprie emissioni è il primo passo per ridurle davvero. In questo capitolo presentiamo la Carbon Footprint di Organizzazione della Guido Gobino: come l'abbiamo calcolata, con quale metodologia e cosa ci hanno detto i numeri. Dall'approvvigionamento del Cacao alla distribuzione nel mondo, passando per la produzione interna, ogni fonte di emissione è stata mappata e quantificata — con un risultato che, rispetto al 2023, ci ha permesso di dimezzare la nostra impronta carbonica.



## Valutazione e metodologia



### Identificazione degli hotspot e strategia

L'analisi ha permesso di individuare i principali hotspot emissivi lungo l'intera catena del valore:

- processi a monte (upstream),
- attività produttive interne (core),
- processi a valle (downstream).

La disponibilità di dati strutturati ha consentito di valutare la performance ambientale complessiva dell'organizzazione e di definire una strategia orientata alla progressiva riduzione delle emissioni e, nel medio-lungo periodo, alla neutralizzazione del carbonio. Gli studi condotti hanno rafforzato la consapevolezza del legame tra le attività aziendali e gli impatti climatici, fornendo parametri oggettivi per l'individuazione di interventi migliorativi nei processi produttivi e distributivi.

### Impegno e raggiungimento obiettivo

Nelle prime edizioni del Bilancio di Sostenibilità avevamo dichiarato l'impegno a calcolare, entro il 2025, le emissioni di gas a effetto serra e i consumi energetici complessivi dell'intero Gruppo (sede produttiva e Botteghe). Tale obiettivo è stato anticipatamente raggiunto nel report 2021 e successivamente approfondito nel report riferito al 2023, attraverso la realizzazione dell'analisi di Carbon Footprint di Organizzazione (CFP), espressa in tonnellate di anidride carbonica equivalente (tCO<sub>2</sub>eq). L'analisi CFP consente di rendicontare annualmente le emissioni complessive di gas climalteranti generate lungo l'intero ciclo produttivo aziendale, fornendo una base quantitativa per la definizione di strategie di riduzione e mitigazione.

## Valutazione e metodologia

Lo studio è stato sviluppato in conformità alle linee guida del Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), standard internazionale di riferimento per la contabilizzazione e rendicontazione delle emissioni di gas a effetto serra. I principi adottati dal GHG protocol sono i seguenti: Rilevanza, Completezza, Consistenza, Trasparenza e Precisione.

Le principali fasi operative sono le seguenti:

1. Preparazione dell'inventario delle emissioni di GHG (gas effetto serra)
2. Definizione dei confini organizzativi e operativi (tipologia delle fonti di emissioni, operazioni da includere nell'inventario, categorizzazione)
3. Identificazione delle emissioni associate alle operazioni
4. Classificazione delle fonti di emissione
5. Calcolo delle emissioni
6. Rendicontazione e reporting delle emissioni

### Carbon footprint di organizzazione

COSA	OBIETTIVO	COME
Calcolo emissioni di CO <sub>2</sub> generate da Guido Gobino e Le Botteghe	Quantificare, confrontare e monitorare le nostre fonti di emissione del tempo	Allineamento al GHG Protocol, che definisce linee guida e principi da adottare
	Valutare la nostra performance	Coinvolgimento delle aree competenti per la raccolta dati
	Individuare future aree di intervento	Utilizzo di database esterni per il calcolo e la rendicontazione e i risultati ottenuti ( ES. DEFRA, EEPA, ECC.)

Per la realizzazione operativa, tutti i dati presenti sono stati raccolti con il supporto dei referenti di reparto, per ogni singola fase di processo. Tali dati sono stati poi convertiti in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti, secondo ogni fattore di conversione di emissione. Lo standard di riferimento è il GHG Protocol. Le banche dati includono i principali enti governativi (EPA, DEFRA e ISPRA). Per il calcolo dell'emissione è stato utilizzato l'analisi Life Cycle Assessment (LCA), relativo alla produzione e al trasporto delle principali materie prime alimentari, degli imballaggi e dei prodotti finiti; per le restanti voci, quali detersivi, beni acquistati e strumentali, ci si è basati invece sullo spending method. Nel caso non sia stato possibile calcolare le fonti di emissioni, sono state effettuate stime, al fine di quantificare i dati non presenti. Grazie al coinvolgimento e al supporto degli stakeholders esterni e interni per la raccolta dati. Il lavoro è stato realizzato con il supporto di Unione Industriali Torino, Skillab ed Ergo S.r.l. (spin-off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa). Il calcolo delle emissioni – dirette e indirette – è stato completato internamente dal Team di Sostenibilità aziendale, a conferma dell'integrazione progressiva delle competenze ambientali all'interno dell'organizzazione. L'analisi ha consentito di classificare le emissioni secondo le seguenti categorie:

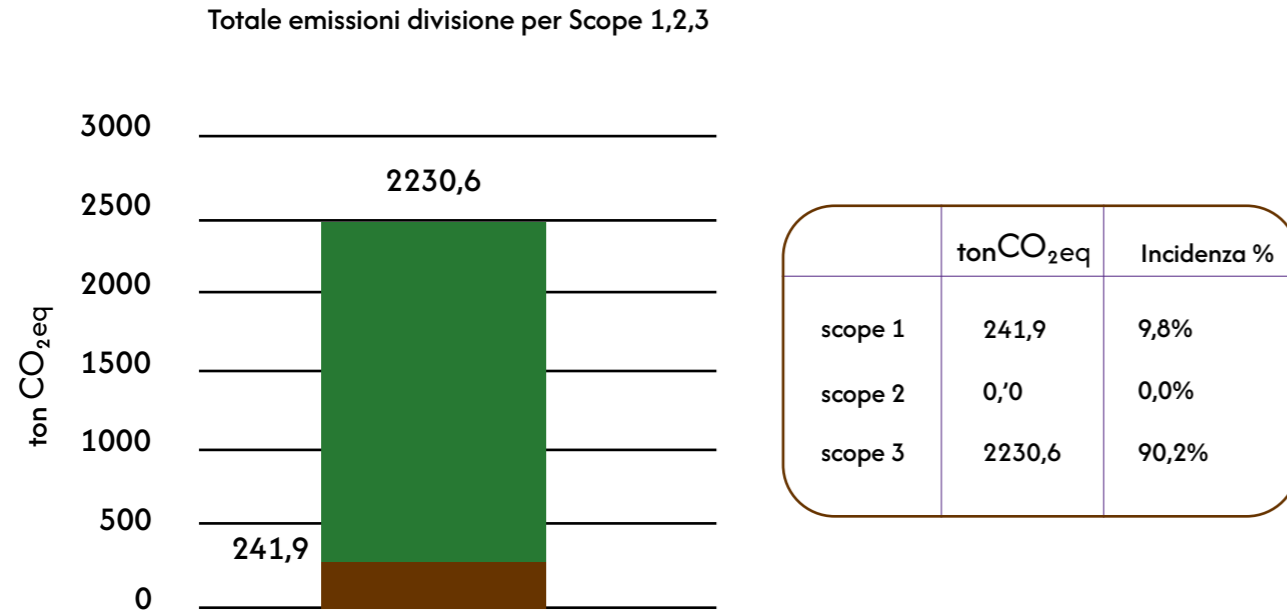
**Scope 1:** emissioni dirette generate da fonti possedute o controllate dall'organizzazione; materiali di packaging.

**Scope 2:** emissioni indirette derivanti dall'energia elettrica acquistata e consumata.

**Scope 3:** altre emissioni indirette generate lungo la catena del valore, tra cui mobilità dei collaboratori, distribuzione e trasporto dei prodotti finiti, smaltimento dei rifiuti, acquisto di materie prime alimentari e materiali di packaging.

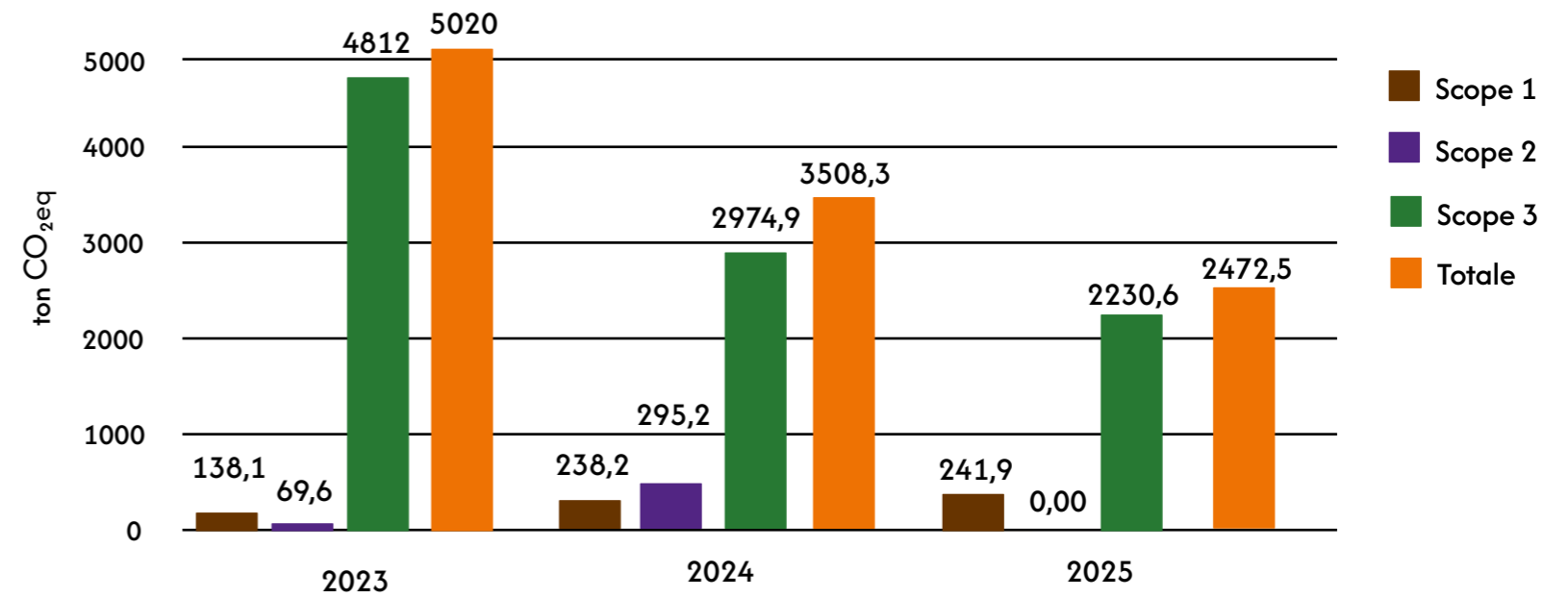
## Presentazione dei risultati

I risultati ottenuti sono espressi in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente e include la quantificazione dei GHG di riferimento: anidride carbonica (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) e protossido di azoto (N<sub>2</sub>O). Il valore della CFP di organizzazione si riferisce all'intero 2025 ed è pari a 2472,5 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente, così suddivisi:



## Paragone anni precedenti

Rispetto agli anni precedenti, possiamo ritenerci molto orgogliosi di aver raggiunto un buon livello nella misurazione comprovando un notevole miglioramento nell'andamento delle nostre emissioni annuali. Con gli ultimi dati riferiti al 2025 possiamo quindi confermare di essere riusciti a ridurre le emissioni quasi del 30% rispetto alla quantità del 2024 mentre, rispetto al 2023, le emissioni sono state praticamente dimezzate.

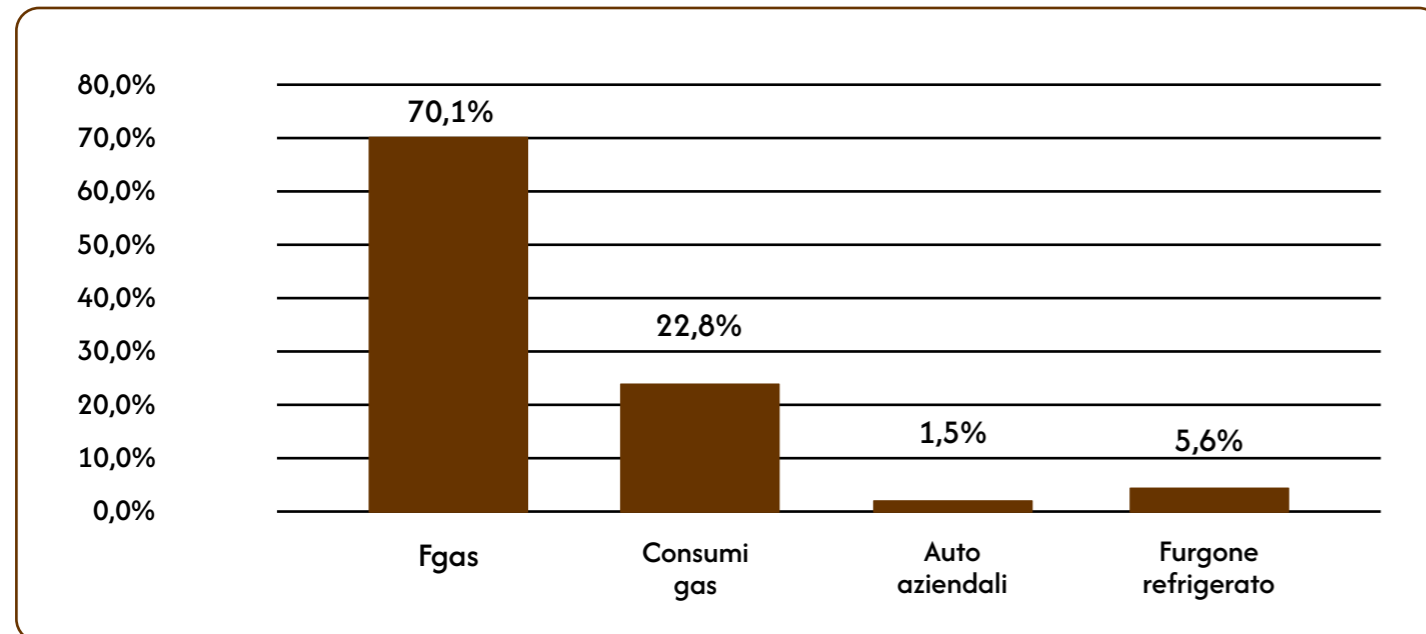


## Scope 1

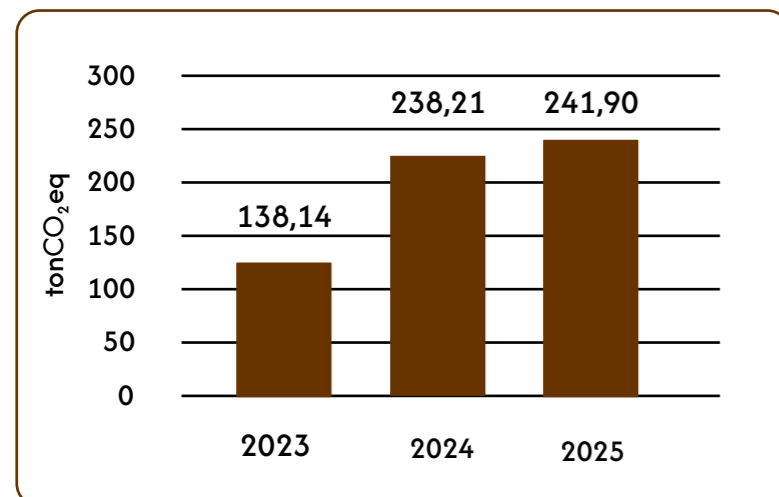
Lo scope 1, che rendiconta le emissioni dirette provenienti da fonti possedute o controllate dalla società, rappresenta il 9,8% del totale (241,90 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente).

La principale fonte di emissione dello scope 1 è rappresentata dalle emissioni fuggitive (Fgas), che nel 2025 ha costituito il 70% delle emissioni dirette. Gli Fgas sono i gas fluorurati che vengono involontariamente persi in atmosfera da apparecchiature contenenti fluidi refrigeranti come impianti di refrigerazione, condizionatori d'aria, pompe di calore e apparecchiature elettriche indispensabili per conservare il nostro prodotto.

% di emissione totale (tonCO<sub>2</sub>e) - Scope 1



Andamento emissioni annuali - Scope 1



Fonte emissiva	Emissioni Lorde tonCO <sub>2</sub> eq	Compensazione VCU tonCO <sub>2</sub> eq	Emissioni nette tonCO <sub>2</sub> eq
Combustione Gas Naturale	55,13	- 55,00	0,13
Totale Scope 1	241,90	- 55,00	186,90

### COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI DA GAS NATURALE

Nel corso del 2025, le emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dalla combustione del gas naturale utilizzato per i processi produttivi dello stabilimento di produzione sono state integralmente compensate attraverso il contratto di fornitura:

- il fornitore garantisce la compensazione del 100% delle emissioni di CO<sub>2</sub> associate al gas naturale erogato mediante l'acquisto di Verified Carbon Units (VCU), crediti di carbonio certificati che attestano la partecipazione a progetti internazionali di riduzione o mitigazione delle emissioni di gas serra;
- ogni VCU rappresenta una tonnellata di CO<sub>2</sub> equivalente effettivamente ridotta o evitata;
- i progetti di compensazione sono certificati da organismi terzi indipendenti, come Verra (Verified Carbon Standard), che garantiscono l'addizionalità, la verificabilità e l'effettiva riduzione delle emissioni attraverso standard riconosciuti a livello internazionale.

Questa compensazione si applica alle emissioni Scope 1 (combustione diretta del gas naturale in caldaia) e contribuisce a mitigare l'impatto climatico delle operazioni produttive in attesa del completamento della transizione verso soluzioni a minor impatto, già avviata con l'installazione dell'impianto fotovoltaico e il passaggio a energia elettrica 100% rinnovabile.

L'organizzazione è consapevole che la compensazione rappresenta una misura transitoria e non sostitutiva della riduzione diretta delle emissioni, che rimane l'obiettivo prioritario di lungo periodo. Gli investimenti in efficienza energetica (isola termica di nuova generazione, fotovoltaico) e la progressiva elettrificazione dei processi termici sono le strategie principali per ridurre alla

fonte le emissioni dirette dello Scope 1.

## Scope 2

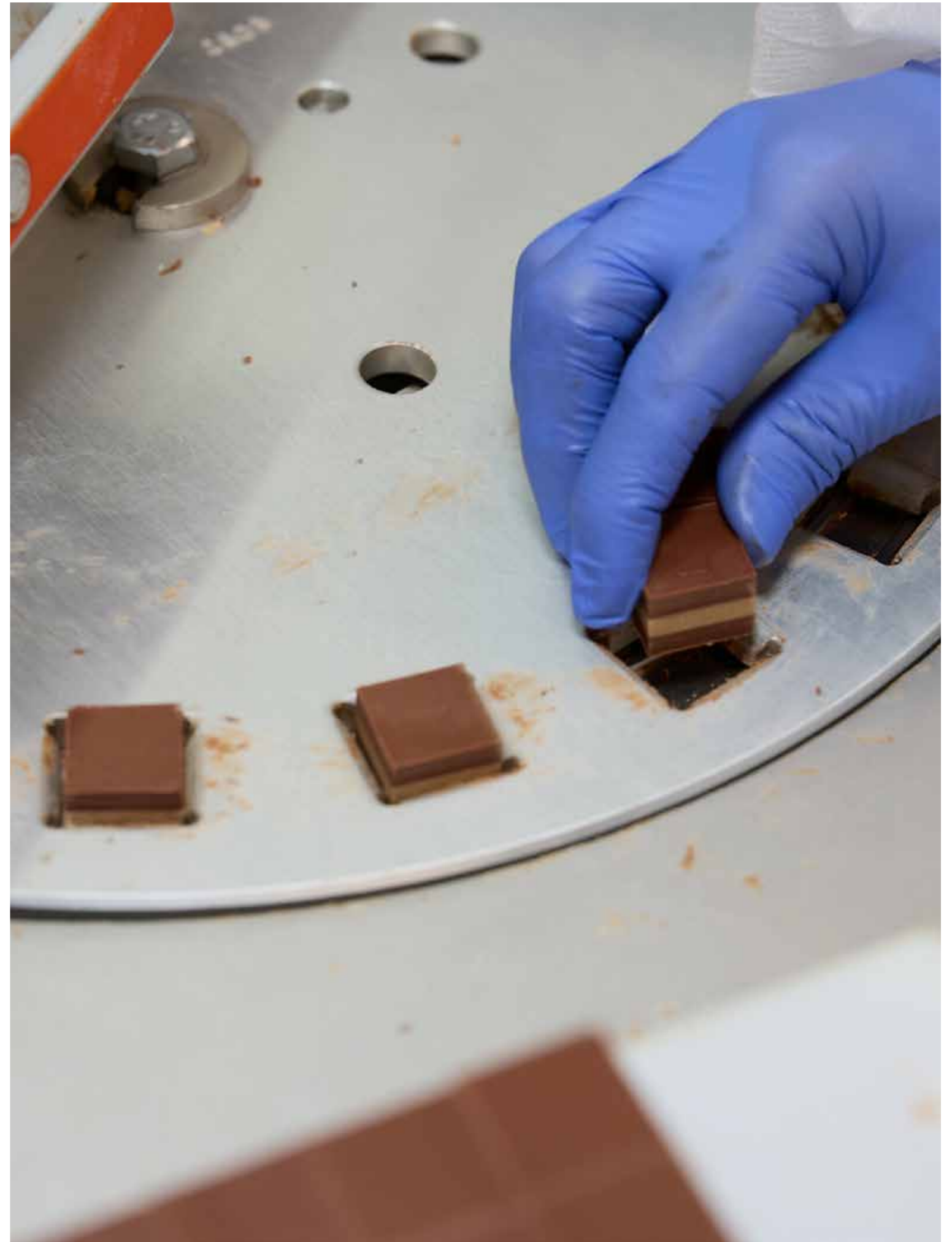
Lo Scope 2 ad oggi non apporta alcuna incidenza nelle emissioni complessive aziendali, con un totale di 0,0 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalenti generate con l'approccio Market-based, mentre, con un secondo metodo di rendicontazione, Location-based, le emissioni ammontano a 155,3 tonCO<sub>2</sub>eq.

La rendicontazione secondo entrambi gli approcci consente di garantire trasparenza metodologica e comparabilità dei dati nel tempo.

La differenza sostanziale fra le due metodologie è riconducibile ai criteri di calcolo adottati: mentre l'approccio Location-based utilizza il fattore medio di emissione del mix energetico nazionale o dell'area geografica di riferimento restituendo una rappresentazione delle emissioni basata sul contesto territoriale; l'approccio Market-based, invece, riflette le scelte di acquisto in materia di approvvigionamento energetico e considera i fattori di emissione specifici dell'energia acquistata (ad esempio energia certificata da fonti rinnovabili). Tale metodo rappresenta in modo più puntuale la strategia energetica aziendale e le decisioni di acquisto adottate.

L'azzeramento delle emissioni Scope 2 secondo l'approccio Market-based è attribuibile all'approvvigionamento esclusivo di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, in coerenza con quanto rendicontato nel capitolo dedicato alla gestione energetica e alla compliance ambientale.

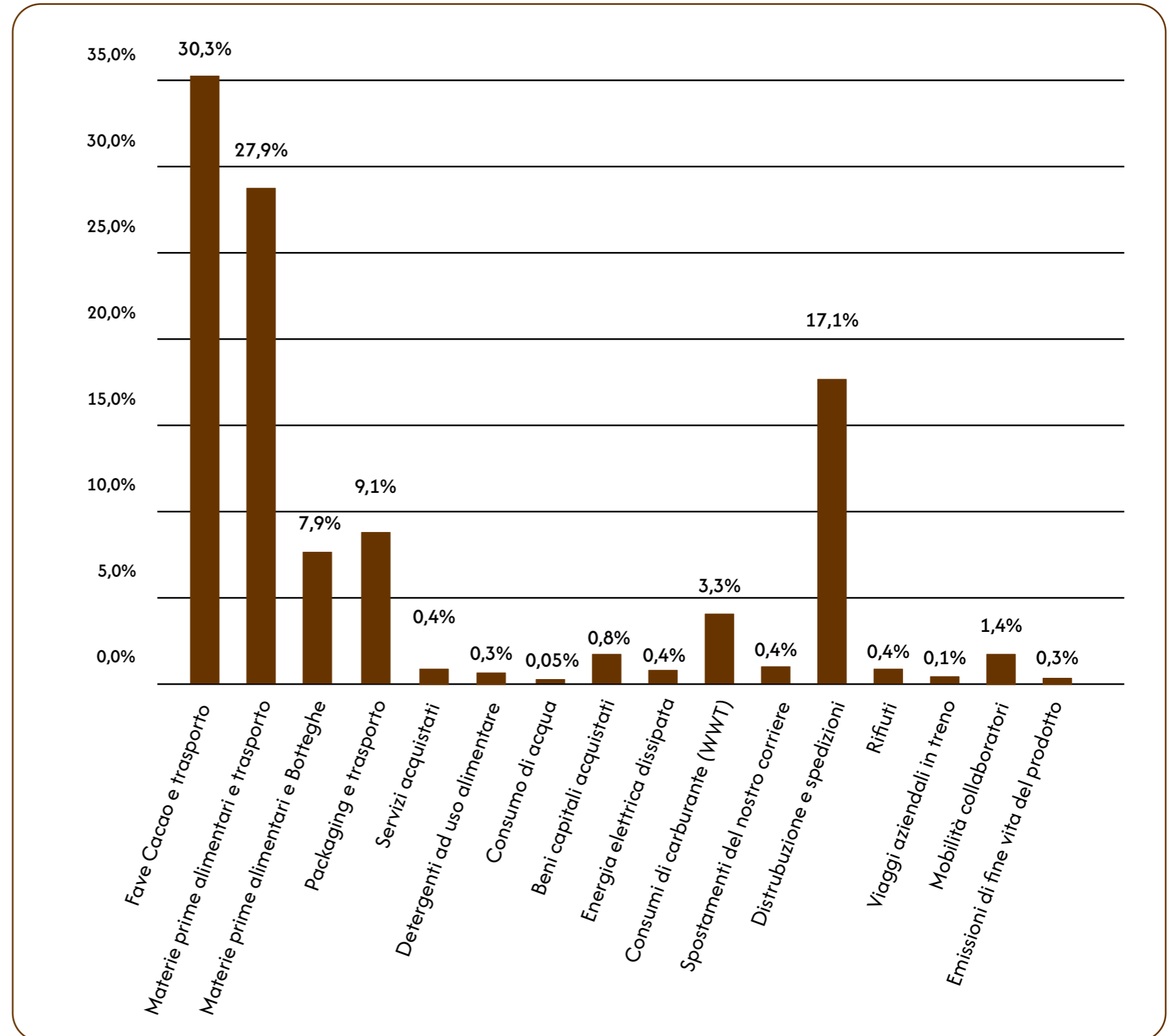
Scope Subgroup	Fonte di emissione	tonCO <sub>2</sub> eq
Location Based	Consumi energia elettrica	155,30
Market Based	Consumi energia elettrica	0,0



## Scope 3

Il 90,2% del totale di CO<sub>2</sub> equivalente è dato dallo Scope 3, che include tutte quelle emissioni indirette conseguenti alle attività dell'impresa (con un totale di 2230,6 tonCO<sub>2</sub>eq). Di queste emissioni, il dato più incidente (30,3% - corrispondente a 674,92 tonCO<sub>2</sub>eq) si riferisce esclusivamente all'approvvigionamento delle nostre fave di cacao: il 90,3% di queste specifiche emissioni è dovuto alla produzione della materia prima nei Paesi d'origine, mentre il restante 9,7% è causato dal trasporto fino alla nostra sede e stabilimento produttivo di Torino in via Cagliari 15B. Seguono per incidenza d'impatto il 27,9% delle emissioni dello Scope 3 generate da tutte le altre materie prime alimentari impiegate nella realizzazione dei nostri prodotti. In particolare, il 79% di questo gruppo di emissioni riguarda l'acquisto e al trasporto dei derivati del cacao come burro (67,9%) e polvere di cacao (11,6%). Riguardo le materie prime alimentari, è stata prevista un'analisi dettagliata di Life Cycle Assessment di prodotto (LCA), così da fornire un dato sicuramente più indicativo e preciso della nostra performance dovuta all'acquisto dei tali prodotti. In tal modo, abbiamo evidenziato ancora di più gli impegni intrapresi verso un approvvigionamento che sia di prossimità, come nel caso delle nocciole, che rappresenta solamente lo 0,2% del contributo di emissione complessivo. Si posizionano come terzo e quarto hotspot di emissioni le spedizioni degli acquisti effettuati tramite il nostro shop online e la distribuzione dei prodotti Guido Gobino nel mondo e l'acquisto e reperimento del packaging impiegato (rispettivamente 17,1% e 9,1% delle emissioni complessive dello Scope 3).

% Emissione totale tonCO<sub>2</sub>eq - Scope 3



## Scope 3



Per completezza di rendicontazione, si specifica che tra le categorie di emissioni indirette dello Scope 3, la Categoria 11 – Uso dei prodotti venduti – non è stata inclusa nell’inventario delle emissioni.

Questa esclusione si fonda sulle seguenti considerazioni metodologiche:

1. Eterogeneità del portafoglio prodotti: l’ampia varietà di referenze con caratteristiche tecniche e formati differenti rende complessa una stima affidabile delle emissioni associate all’utilizzo da parte del consumatore finale.
2. Assenza di consumi energetici significativi: la maggior parte dei prodotti (tavolette, praline, cioccolatini) non richiede alcun consumo energetico per il consumo. Le uniche eccezioni – preparati per cioccolata calda e gelati – rappresentano una quota marginale del fatturato e i relativi consumi energetici (riscaldamento, refrigerazione domestica) si verificano al di fuori del perimetro operativo diretto dell’organizzazione, rendendo impossibile una misurazione accurata. In conformità ai principi di materialità del GHG Protocol, si è ritenuto appropriato escludere questa categoria, concentrando le risorse di misurazione e riduzione sulle fonti emissive più significative e controllabili.

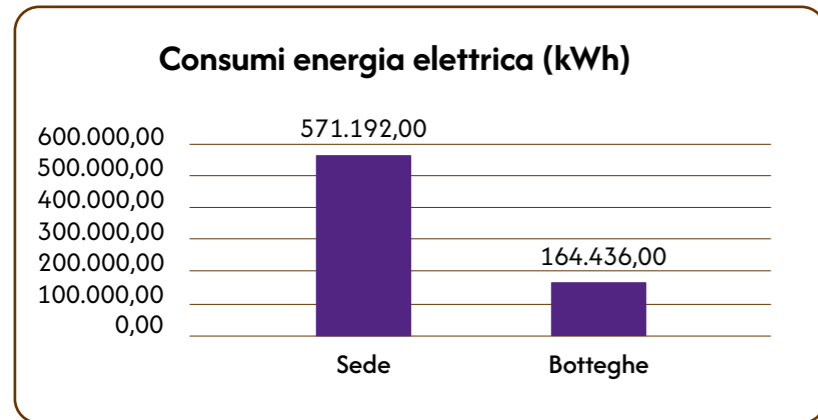
# Compliance ambientale

Produrre Cioccolato richiede energia, calore e acqua. In questo capitolo rendicontiamo come la Guido Gobino gestisce queste risorse con attenzione e responsabilità crescente. Dall'energia elettrica — oggi proveniente da fonti rinnovabili e in parte autoprodotta grazie all'impianto fotovoltaico in copertura — all'energia termica, ridotta del 60% rispetto al 2021 grazie al rinnovamento dell'impianto termico, fino alla gestione dell'acqua, controllata attraverso un circuito chiuso di recupero attivo dal 2014. Tre risorse, un impegno comune: consumare meno, consumare meglio.



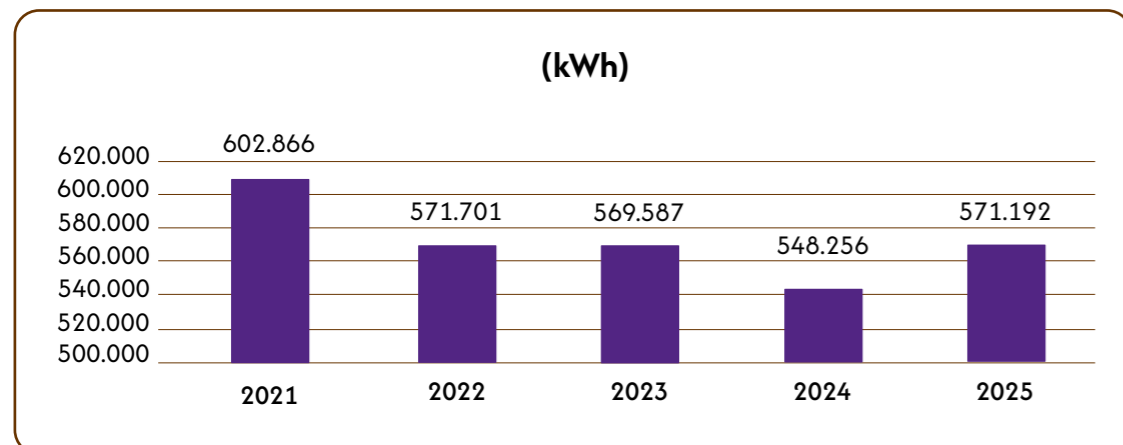
# Energia Elettrica

Le principali fonti di consumo di energia elettrica dello stabilimento produttivo riguardano il funzionamento degli impianti di produzione, degli impianti di condizionamento e refrigerazione, dell'illuminazione e delle attività d'ufficio. Analogamente, presso le Botteghe, i consumi sono legati principalmente a illuminazione, conservazione dei prodotti e attività operative quotidiane. Dal 2020 l'azienda ha intrapreso un percorso volto all'approvvigionamento di energia da fonti progressivamente più sostenibili. Nel 2025 è stato raggiunto l'obiettivo di coprire il 100% del fabbisogno energetico (Sede e Botteghe) con energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili.



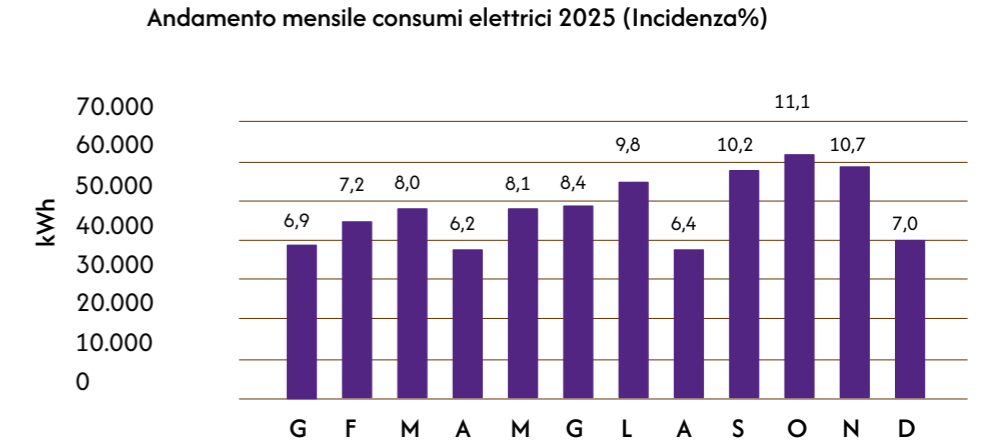
	kWh	%	MJ
Sede	571.192	78%	2.056.291,20
Botteghe	163.436	22%	588.369,60
Totale	734.628	100%	2.644.660,80

Lo stabilimento produttivo rappresenta pertanto circa l'80% dei consumi elettrici complessivi, configurandosi come il principale ambito di intervento per strategie di efficientamento energetico. Come si evince dal grafico sottostante riferito all'andamento dei consumi di energia elettrica della sede di via Cagliari, c'è stato modo di efficientare i consumi, i quali sono direttamente proporzionali alla quantità di cioccolato prodotto.



	kWh energia/anno	Kg produzione	KPI - kWh/kg
2021	602.866	140.785	4,28
2022	571.701	136.116	4,20
2023	569.587	175.679	3,24
2024	548.256	130.701	4,19
2025	571.192	137.118	4,17

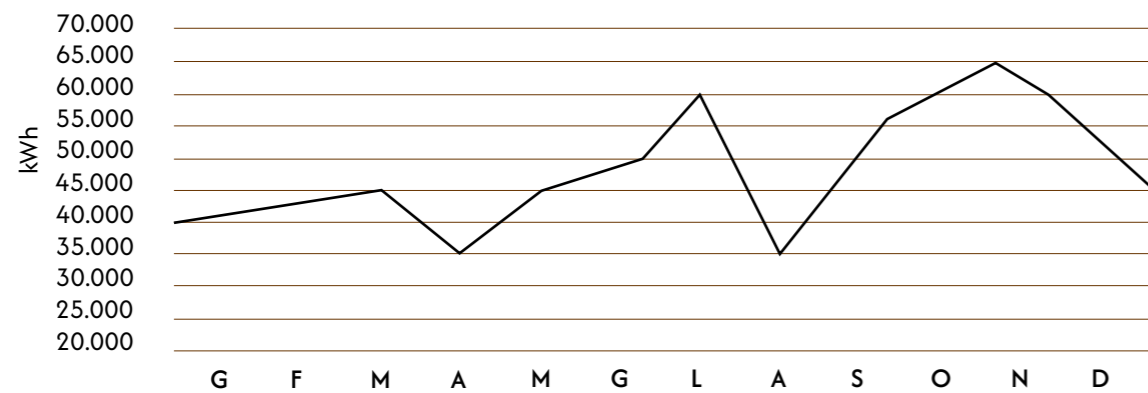
Mese	kWh	Mj	%
Gennaio	39.225	141.210	6,9
Febbraio	41.302	148.687	7,2
Marzo	45.966	165.478	8,0
Aprile	35.681	128.452	6,2
Maggio	46.120	166.032	8,1
Giugno	47.919	172.508	8,4
Luglio	55.706	200.542	9,8
Agosto	36.437	131.173	6,4
Settembre	58.124	209.246	10,2
Ottobre	63.526	228.694	11,1
Novembre	61.066	219.838	10,7
Dicembre	40.120	144.432	7,0
TOTALE	571.192	2.056.291	100



I consumi elettrici dello stabilimento interessano principalmente il funzionamento di tutti i macchinari produttivi, degli impianti e degli uffici. Il grafico soprastante mostra chiaramente l'andamento dei consumi di elettricità relativi all'anno 2025, suddivisi per mese ed espressi in kWh e in MJ. L'incidenza più significativa è attribuita all'ultimo periodo dell'anno, che rappresenta la fase più produttiva per l'azienda. L'analisi mensile dei consumi della sede produttiva evidenzia una marcata stagionalità, strettamente correlata ai volumi di produzione. Nel 2025, i mesi di settembre, ottobre e novembre presentano i picchi più elevati, in linea con il periodo di maggiore intensità produttiva. Gli ultimi quattro mesi dell'anno incidono per circa il 39% del consumo elettrico annuale. Il mese di luglio registra a sua volta un valore significativo, principalmente dovuto al maggiore utilizzo degli impianti di condizionamento e refrigerazione. Al fine di monitorare l'efficienza energetica, l'azienda utilizza un indicatore di intensità energetica calcolato come:  $KPI = \text{kWh totali} / \text{kg totali di prodotto}$ . Il KPI consente di valutare l'efficienza energetica in relazione ai volumi produttivi. La variazione registrata nel 2024 è riconducibile all'introduzione di nuove apparecchiature per la produzione di gelati artigianali, che hanno comportato un incremento dei consumi.

## Impianto fotovoltaico

Andamento consumi mensili di energia elettrica - 2025

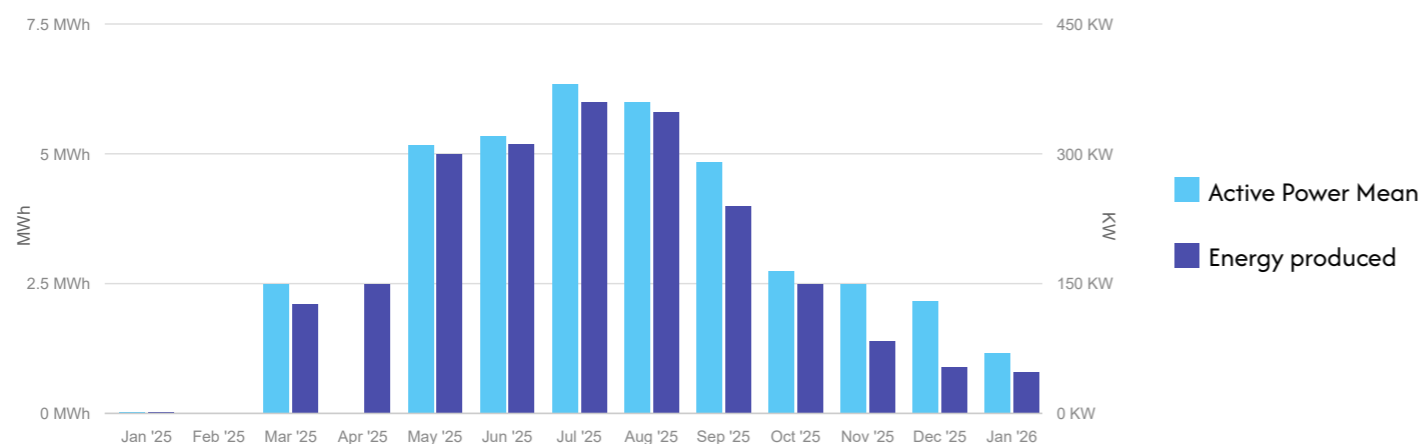


Nel 2024, grazie a un'agevolazione finalizzata alla transizione digitale ed ecologica, è stato installato un impianto fotovoltaico da 38 kWp sulla copertura della sede produttiva di Via Cagliari. Il kWp rappresenta la potenza di picco producibile dall'impianto. In condizioni standard, 1 kWp può generare mediamente tra 1.000 e 1.500 kWh annui, a seconda dell'irraggiamento e dell'inclinazione. L'impianto installato può quindi produrre indicativamente tra 38 e i 57 MWh (nel 2025 è stato infatti generato 42,5 MWh per l'autoconsumo). Considerato che i consumi della sede superano i 500.000 kWh annui, l'impianto non consente l'autosufficienza energetica, ma garantisce una quota significativa di energia rinnovabile autoprodotta, contribuendo:

- alla riduzione dei prelievi dalla rete nazionale;
- alla diminuzione delle emissioni indirette associate all'energia acquistata
- al miglioramento della sostenibilità economica attraverso una riduzione dei costi energetici.

L'andamento della produzione fotovoltaica evidenzia una riduzione nei mesi con minore irraggiamento (settembre–novembre), durante i quali aumenta il ricorso alla rete elettrica.

Power vs. Energy Generation



PRIMA



DOPO

## Energia Termica

I consumi di energia termica dell'organizzazione si concentrano prevalentemente nella fase produttiva, in particolare nei processi di tostatura del Cacao e della frutta secca, nonché nella generazione di vapore per la debatterizzazione delle fave di Cacao e le fonti energetiche utilizzate sono rappresentate dal gas naturale.

Rispetto alla precedente pubblicazione, nel corso del 2024 sono stati implementati interventi di efficientamento dell'impianto termico, con l'obiettivo di ottimizzare i consumi e ridurre l'impiego complessivo di gas naturale.

Fino al 2023 il sistema era costituito da un unico generatore di vapore (potenzialità pari a 232 kW), utilizzato sia per la produzione di vapore destinato al processo di debatterizzazione delle fave di Cacao, sia per la generazione di acqua calda sanitaria e per il riscaldamento degli ambienti. Tale configurazione comportava una criticità operativa: anche in presenza di richieste minime di acqua calda, l'intero impianto si attivava, determinando un consumo energetico significativo, espresso principalmente in termini di kW termici erogati.

Nel 2024 è stato installato un nuovo impianto termico progettato per separare le due destinazioni d'uso del calore, migliorando l'efficienza complessiva del sistema:

1. **Generatore di vapore dedicato** (da 5,5 bar e 209 kW), di potenzialità ridotta rispetto al precedente e dotato di accumulatore di vapore, destinato esclusivamente al processo di sterilizzazione (deatterizzazione) delle fave di Cacao;

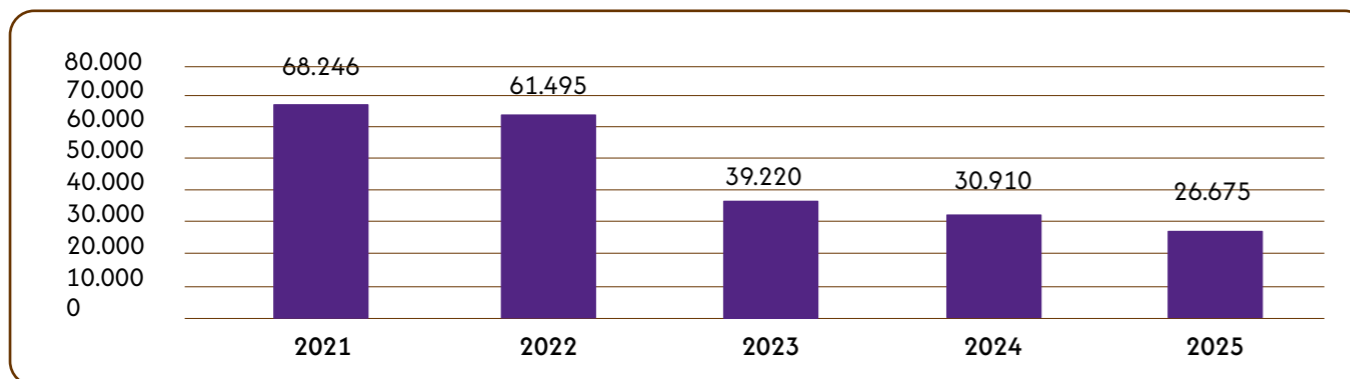
2. **Caldia a condensazione modulante di ultima generazione** (100 kW), destinata alla produzione di acqua calda sanitaria e al riscaldamento degli ambienti. La tecnologia modulante consente di adattare l'energia erogata al reale fabbisogno termico, evitando funzionamenti a piena potenza non necessari.

A tali interventi strutturali si è affiancata una pianificazione più efficiente della produzione: la programmazione delle attività di tostatura (Cacao, Nocciole, Mandorle) è stata organizzata in funzione delle consegne delle materie prime, concentrando i consumi di gas in periodi dedicati e consentendo lo spegnimento dell'impianto termico in determinati intervalli dell'anno.

L'insieme di tali azioni contribuisce alla progressiva riduzione dell'intensità energetica del processo produttivo e al miglioramento delle performance ambientali complessive dell'organizzazione.

Il grafico sottostante mostra chiaramente l'andamento progressivamente decrescente dei consumi annuali di gas in Smc (metri cubi standard), mentre in tabella anche la conversione in MJ. La riduzione dei consumi di energia termica del 2025 è pari al 60% rispetto al 2021, ed è attribuibile principalmente alle operazioni svolte sul fronte dell'efficientamento energetico e buoni abitudini quotidiane.

Andamento consumi di gas - sede (Smc)



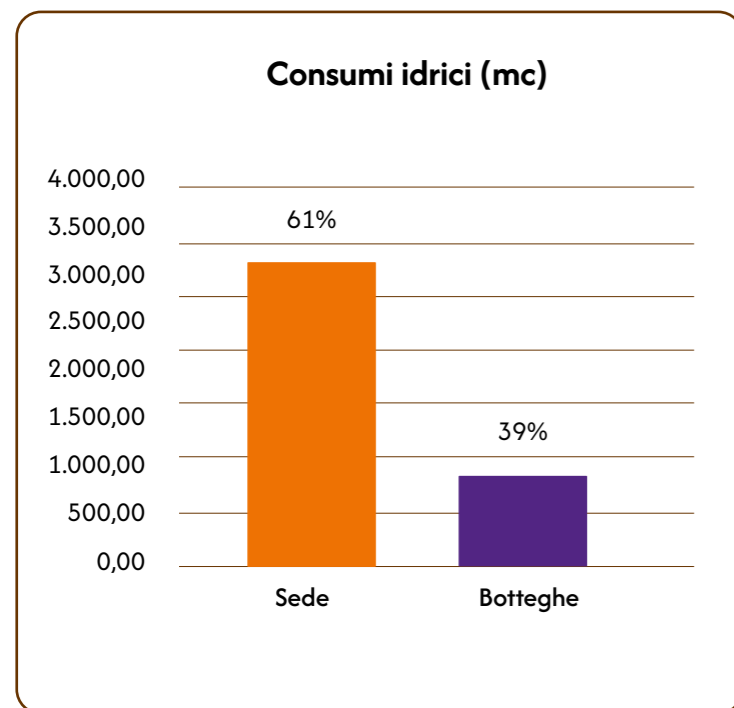
Consumo Gas	2021	2022	2023	2024	2025
Smc	68.246	68.246	68.246	68.246	68.246
MJ	2,627.469,46	2,627.469,46	2,627.469,46	2,627.469,46	2,627.469,46

## Risorsa idrica

Il consumo di acqua dello stabilimento produttivo riguarda, oltre agli usi civili e sanitari, principalmente le attività di lavaggio e i processi di raffreddamento e riscaldamento dei macchinari. Consapevoli della rilevanza della risorsa idrica nei processi produttivi, nel 2014 è stato installato un circuito chiuso per il recupero dell'acqua utilizzata nel raffreddamento degli impianti. L'acqua impiegata viene recuperata, raffreddata e successivamente reimessa nel sistema, riducendo in modo significativo il prelievo di nuova acqua potabile.

Questa soluzione consente di:

- ottimizzare l'utilizzo della risorsa idrica;
- ridurre l'impatto ambientale associato ai prelievi;
- migliorare l'efficienza complessiva del processo produttivo.



	mc	%	MJ
Sede	3.348,53	61%	462.297,97
Botteghe	2.127,17	39%	293.677,09
Totale	5.475,70	100%	755.975,06

## Scarichi idrici

Gli scarichi idrici di Guido Gobino sono interamente conferiti alla rete fognaria pubblica comunale di Torino, che convoglia le acque reflue al depuratore cittadino gestito da SMAT (Società Metropolitana Acque Torino). Non sono presenti scarichi diretti, né impatti significativi su corpi idrici superficiali, sotterranei o marini. Le acque reflue sono costituite da: Acque civili (servizi igienici, uso domestico) e Acque industriali (lavaggio attrezzature produttive, pulizie locali).

Gli scarichi sono conformi ai limiti previsti dalla normativa italiana (D.Lgs. 152/2006, Tabella 3 - scarichi in pubblica fognatura). Al momento non sono disponibili dati quantitativi sul volume totale di acqua scaricata. Inoltre, non si sono mai verificati sversamenti accidentali significativi di sostanze inquinanti (oli, carburanti, prodotti chimici) nelle acque superficiali, sotterranee o in fognatura nel periodo di rendicontazione. L'assenza di sostanze pericolose nel nostro ciclo produttivo riduce drasticamente il rischio di incidenti ambientali legati all'acqua. Gli unici "sversamenti" potenziali sarebbero legati a rotture accidentali di tubazioni o serbatoi, ma data la natura dei materiali che maneggiamo (Cacao, Zucchero, Latte – tutti organici e biodegradabili) anche un eventuale incidente non genererebbe impatti gravi o persistenti.

## Indicatore di intensità idrica

Al fine di monitorare l'efficienza nell'utilizzo della risorsa idrica, è stato formalizzato un indicatore di prestazione calcolato come rapporto tra i metri cubi di acqua consumati e i chilogrammi di cioccolato prodotti nell'anno di riferimento: L'andamento dell'indicatore, sostanzialmente stabile nel periodo analizzato, evidenzia una gestione controllata dei consumi idrici in relazione ai volumi produttivi. L'incremento registrato nel biennio 2024–2025 è riconducibile principalmente a variazioni nei mix produttivi e a specifiche esigenze di processo, senza tuttavia evidenziare criticità strutturali nella gestione della risorsa.

Il monitoraggio costante di tale indicatore consente di individuare eventuali scostamenti significativi e di definire azioni mirate di efficientamento, in coerenza con l'impegno aziendale verso un utilizzo responsabile dell'acqua.

	KPI mc/kg
2021	0,01
2022	0,01
2023	0,01
2024	0,02
2025	0,02

## Sensibilizzazione e cultura risparmio idrico

L'azienda promuove attivamente la sensibilizzazione sull'uso responsabile delle risorse idriche attraverso: momenti di formazione interna; cartellonistica informativa presso lo stabilimento e le Botteghe; diffusione di buone pratiche operative per il contenimento dei consumi.

Questo approccio contribuisce a rafforzare una cultura aziendale orientata alla tutela delle risorse naturali e alla prevenzione degli impatti ambientali



## Rifiuti ed economia circolare

I rifiuti generati dalla produzione del cioccolato risultano complessivamente contenuti. Gli scarti derivanti da difetti esclusivamente estetici vengono, ove possibile, rifusi e nuovamente colati in stampo, riducendo la produzione di rifiuto e favorendo il recupero interno di materia.

Per contrastare lo spreco alimentare, i prodotti con imperfezioni di confezionamento o difetti estetici non rilavorabili vengono confezionati e commercializzati come prodotti "imperfetti". Fanno eccezione eventuali scarti dovuti a non conformità in materia di sicurezza alimentare, che rappresentano un caso residuale e quantitativamente non significativo.

Al fine di monitorare l'efficacia delle azioni di prevenzione e recupero, sono stati individuati specifici indicatori di performance (KPI), calcolati in percentuale sui chilogrammi totali di cioccolato prodotti annualmente.

La contenuta incidenza dei prodotti venduti come "imperfetti" testimonia l'elevato standard qualitativo del processo produttivo. L'incremento della percentuale di rilavorazione registrato nel 2025 evidenzia un rafforzamento delle pratiche di recupero interno, in linea con un approccio di economia circolare.

**KPI Specifici**

Anni	% kg imperfetti	% kg rilavorati
2021	0,71	3,52
2022	0,67	3,51
2023	0,61	1,60
2024	0,59	2,07
2025	0,61	4,38

## Produzione complessiva di rifiuti

Per le altre tipologie di rifiuti, lo smaltimento avviene tramite il servizio comunale competente, nel rispetto delle normative vigenti. Tutti i rifiuti prodotti sono classificati come non pericolosi.

Nel 2025 è stata condotta un'analisi degli hotspot di produzione dei rifiuti, al fine di identificare ambiti prioritari di intervento e definire azioni di riduzione mirate.

Rispetto al 2023 (36,4 tonnellate complessive), il Gruppo ha ridotto del 15% la produzione totale di rifiuti, grazie:

- all'ottimizzazione dei processi produttivi;
- al miglioramento della raccolta differenziata;
- alla partecipazione a progetti di riuso e circolarità degli scarti.

L'aumento della frazione carta è correlato alla modifica qualitativa del packaging, oggi costituito per oltre il 70% in peso da materiali cartacei, scelta orientata alla riciclabilità.

I dati sono stati raccolti tramite pesatura settimanale e successiva stima annuale.

Non sono incluse nelle tabelle le quantità di rifiuti che seguono percorsi alternativi allo smaltimento urbano (es. packaging inutilizzato o scarti organici destinati a riuso agricolo).

Tipologia	Sede tonnellate/anno	Sede%	Botteghe tonnellate/anno	Botteghe %	Totale	Tot %	Variazione % vs. 2023
Indifferenziata	8,46	42%	2,78	26%	11,24	37%	-28%
Plastica	2,82	14%	1,13	11%	3,95	13%	-6%
Organico	0,23	1%	3,89	37%	4,12	13%	-25%
Vetro&Alluminio	0,28	1%	1,69	16%	1,97	6%	-40%
Carta	8,46	42%	1,02	10%	9,48	31%	+23%
<b>Totale</b>	<b>20,3</b>	<b>100%</b>	<b>10,51</b>	<b>100%</b>	<b>30,77</b>	<b>100%</b>	

## Progetti anti spreco

Tra tutti i rifiuti che produciamo nel nostro stabilimento, la maggior parte sono destinati allo smaltimento urbano attraverso l'ente di smaltimento comunale. Tuttavia, come anticipato all'interno della Fabbrica di via Cagliari ci sono dei rifiuti organici e inorganici che destiniamo a riciclo e riutilizzo.

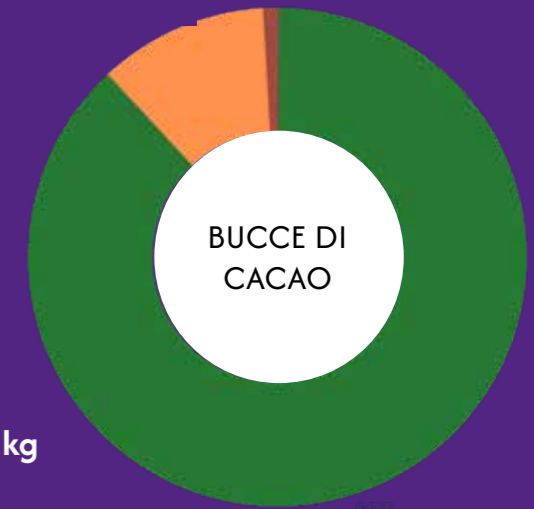
Dal 2020 collaboriamo con la piattaforma Too Good To Go per ridurre lo spreco alimentare nelle Botteghe: nel 2025 sono state vendute 1.148 box, contribuendo alla diffusione di pratiche di economia circolare a livello urbano.

Gli scarti quantitativamente più rilevanti della produzione sono rappresentati da:

- bucce di fave di Cacao
- cuticole di Nocchie

Tali materiali vengono ritirati da aziende agricole esterne, come FiescaVerd, e riutilizzati in agricoltura biologica come pacciamante o ammendante organico.

Nel 2024 è stato inoltre sviluppato un nuovo prodotto interno: una tisana a base di bucce di Cacao e spezie, con l'obiettivo di creare un micro sistema di economia circolare aziendale.



Buccia di Cacao (tot)  
**6.568 Kg**

■ Donati all'agricoltura - 5.779 kg

■ Tisana - 50 kg

■ Altro - 739 kg

BUCCE DI CACAO

GRUÈ DI CACAO

VANIGLIA

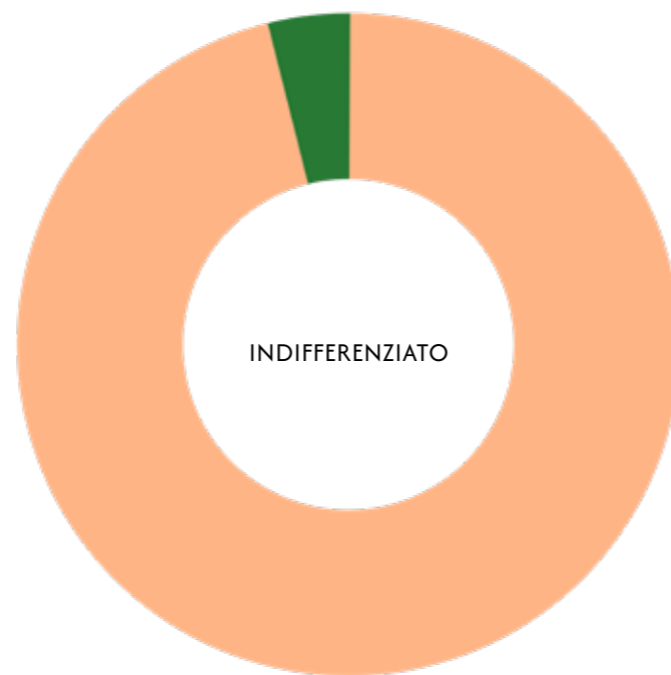
TISANA CACAO





Per quanto riguarda invece gli altri rifiuti prodotti sia in azienda che nelle Botteghe, quali imballaggi e packaging, dall'inizio del 2022 abbiamo intrapreso un percorso con ReMida, una realtà locale in cui i materiali di scarto vengono riutilizzati in forma creativa al fine di sensibilizzare ai temi dell'economia circolare, del consumo consapevole e della sostenibilità ambientale. L'organizzazione permette alle scuole di ogni ordine e grado, associazioni, servizi educativi e culturali, ludoteche, di partecipare ai laboratori e anche attingere ai materiali in giacenza presso il magazzino. Questa collaborazione contribuisce alla sensibilizzazione del territorio sui temi dell'economia circolare e del consumo consapevole, generando un impatto sociale positivo oltre che ambientale.

Indifferenziato (tot)  
**8.460 Kg**



- Riuso creativo - 300 kg
- Smaltimento comunale - 8.160 kg



## La nostra mobilità

Nel 2025 Guido Gobino conta oltre 91 collaboratori, suddivisi tra la sede produttiva e le Botteghe. La scelta strategica di mantenere lo stabilimento all'interno dell'area urbana, in prossimità del centro città, ha consentito di favorire una mobilità più sostenibile, riducendo le distanze percorse dai dipendenti per raggiungere il luogo di lavoro.

Tale collocazione agevola l'utilizzo di modalità di trasporto alternative al mezzo privato individuale, quali:

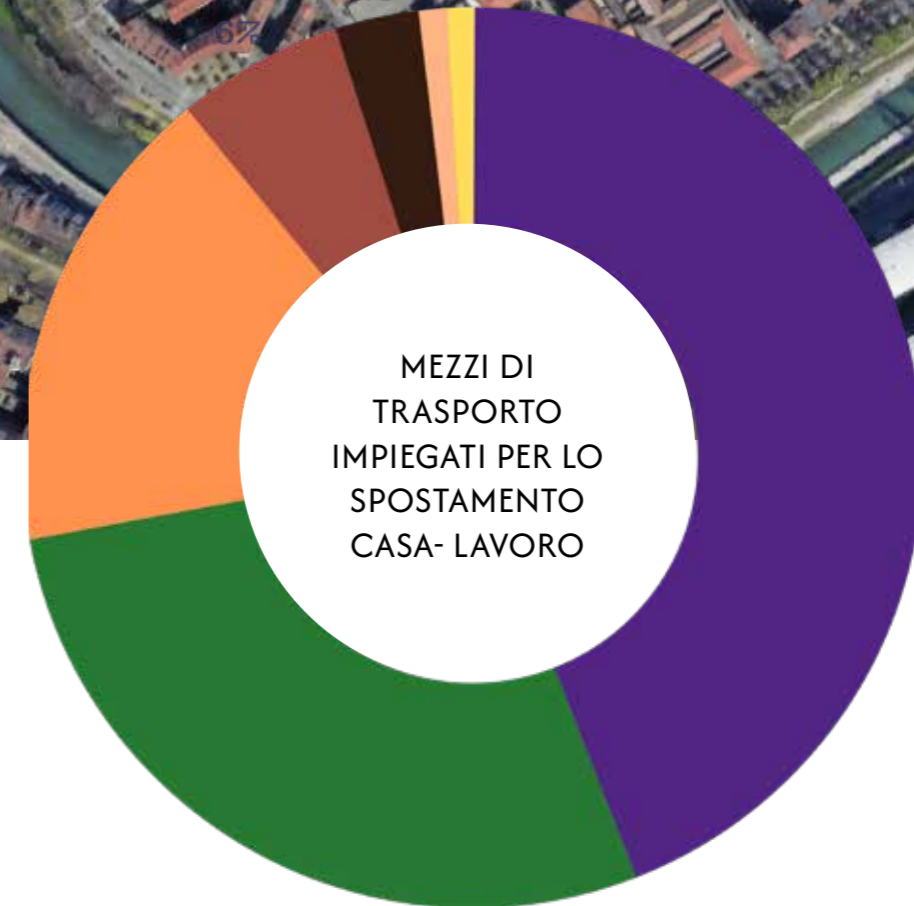
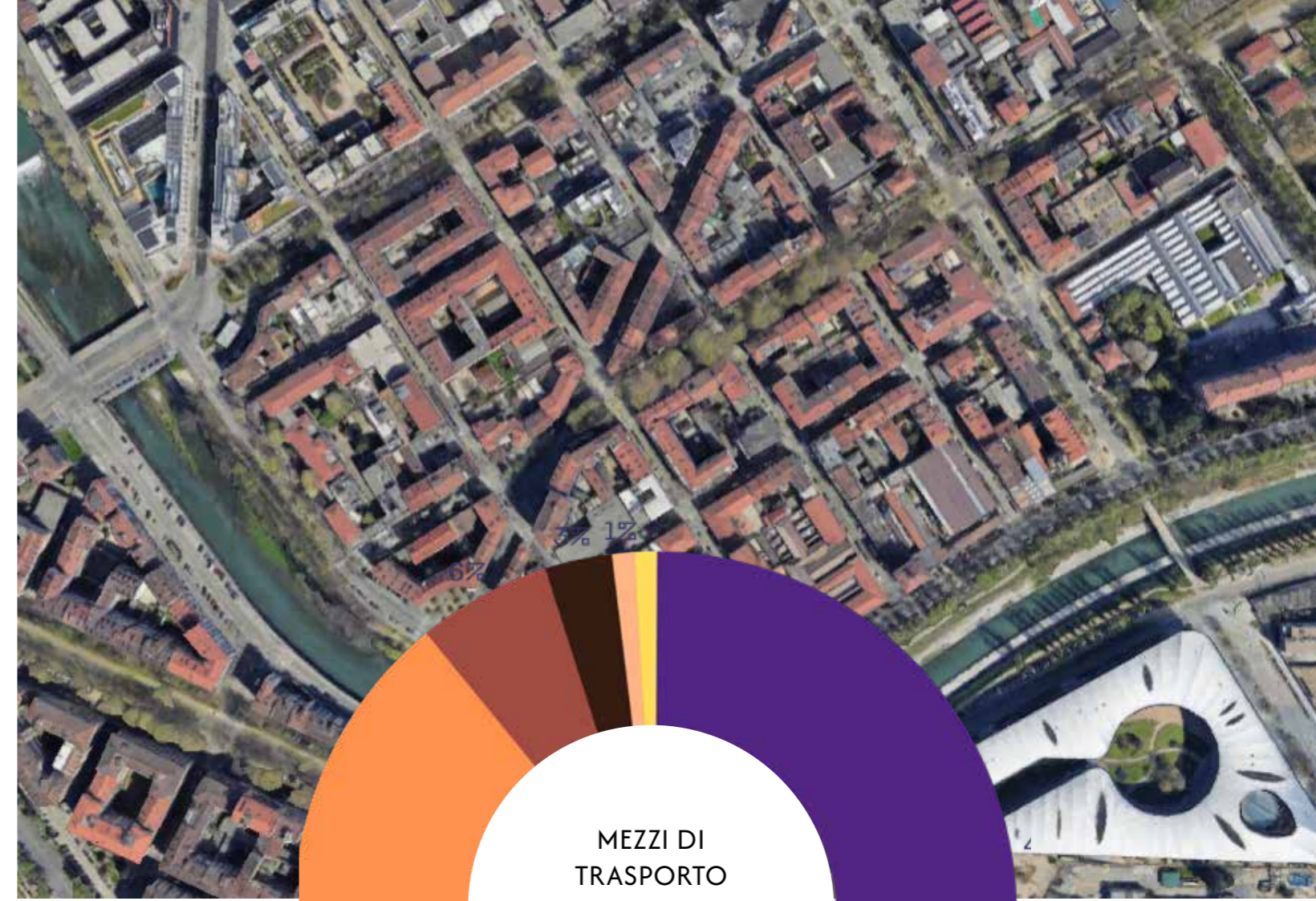
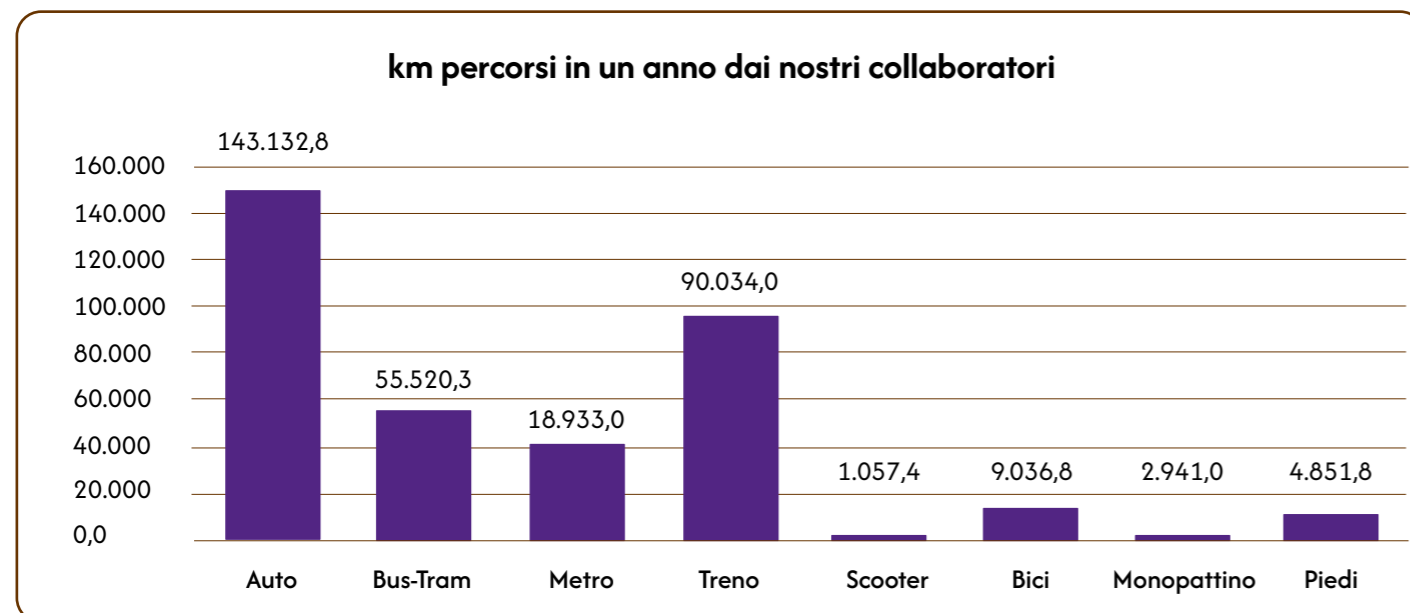
- trasporto pubblico locale;
- biciclette e monopattini;
- sistemi di car sharing e mobilità condivisa.

Questa impostazione contribuisce indirettamente alla riduzione delle emissioni connesse agli spostamenti casa-lavoro, rientranti tra le emissioni indirette di Scope 3.

Dal 2021 è stato introdotto uno strumento di monitoraggio della mobilità aziendale, attraverso la somministrazione periodica di un questionario dedicato a tutti i collaboratori.

L'analisi dei dati raccolti ha consentito di:

- mappare le modalità prevalenti di spostamento;
- stimare i chilometri percorsi e le relative emissioni indirette;
- individuare possibili azioni migliorative volte alla riduzione delle emissioni climalteranti.



- AUTO - 44%
- TRENO - 28%
- BUS E TRAM - 17%
- METRO - 6%
- BICI - 3%
- PIEDI- 1%
- MONOPATTINO - 0,5%
- SCOOTER - 0,5%

# Compliance sociale

La dimensione sociale di un'azienda si misura anche dalla qualità delle relazioni che riesce a costruire — con chi lavora al suo interno e con la comunità che la circonda. In questo capitolo presentiamo il nostro approccio: il capitale umano, con i dati sul nostro organico e le politiche di inclusione, parità retributiva e welfare; il Codice Etico, che formalizza i principi di condotta verso dipendenti, fornitori e clienti, con un'attenzione particolare a salute, sicurezza e diritti fondamentali; e infine il legame con il territorio, attraverso le collaborazioni con realtà solidali, istituti di ricerca e associazioni che condividono i nostri valori.



## Il capitale umano


**38**

 Dipendenti  
nella Fabbrica di  
Cioccolato

**53**

 Dipendenti  
nelle Botteghe

 Nessuna differenza  
di retribuzione per  
genere

**+1%**

 Aumento della  
presenza femminile

**72%**

 Percentuali di  
donne presenti

**77%**

 Dipendenti a tempo  
indeterminato

Inclusione, diversificazione e pari opportunità fanno parte da sempre della nostra etica e dell'insieme di valori che contraddistingue la nostra azienda.

All'interno della nostra azienda da sempre cerchiamo di dare grande importanza al valore del lavoro di ogni singolo collaboratore, riconoscendo questo impegno come strategico per lo sviluppo aziendale. Grazie a questo modello di governance abbiamo ottenuto ottimi risultati sociali: maggioranza di lavoro femminile, nessuna differenza di retribuzione per genere.

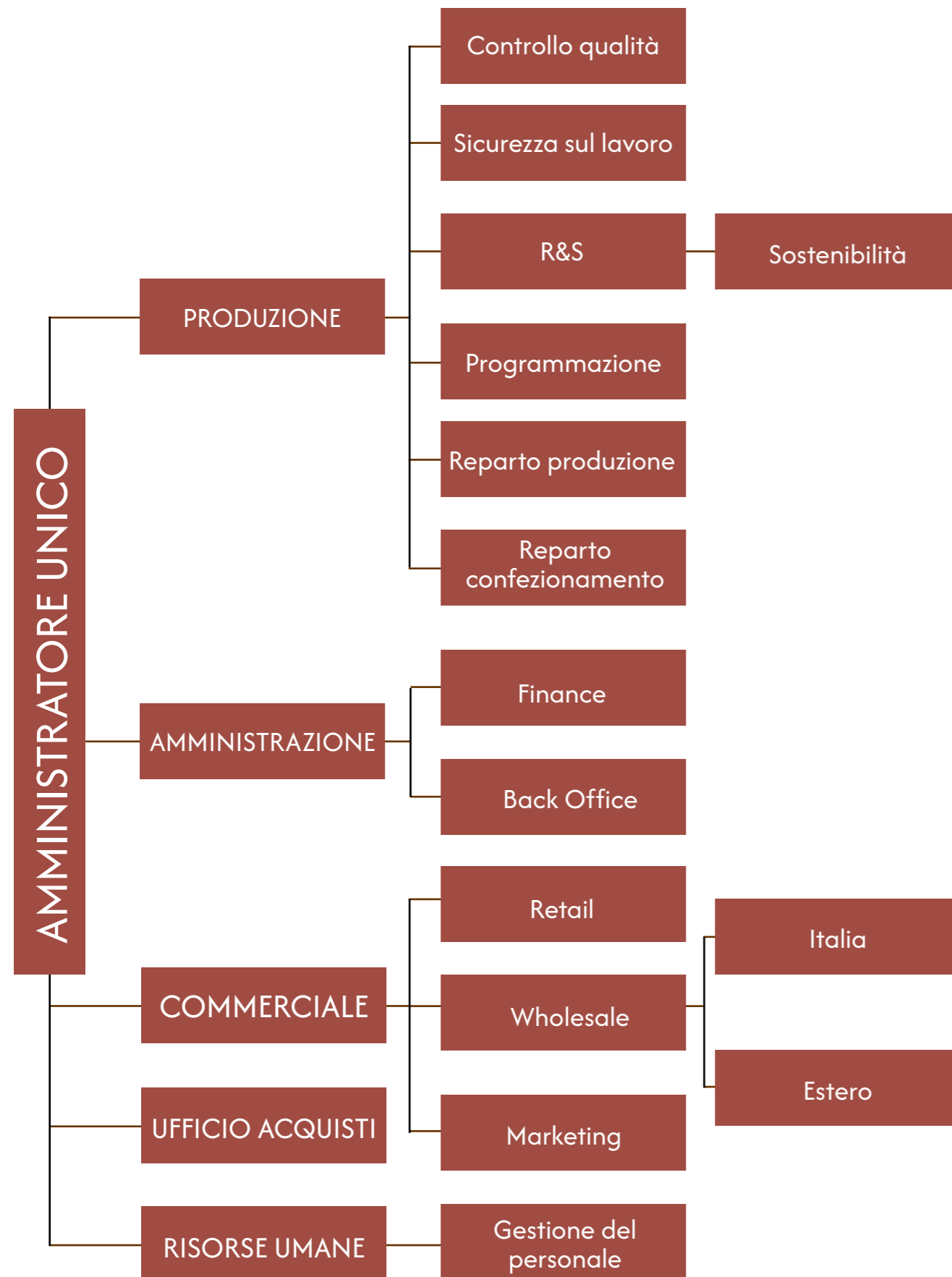
Siamo rivolti al futuro e pronti a dare fiducia ai giovani, affiancandoli ai nostri esperti e impiegati con più anni di carriera in modo tale da creare una sinergia tra forze giovani e maturata esperienza.

Questa strategia ci permette la formazione e la promozione del lavoro per le nuove generazioni. Di fatto la Guido Gobino garantisce a tutti i dipendenti:

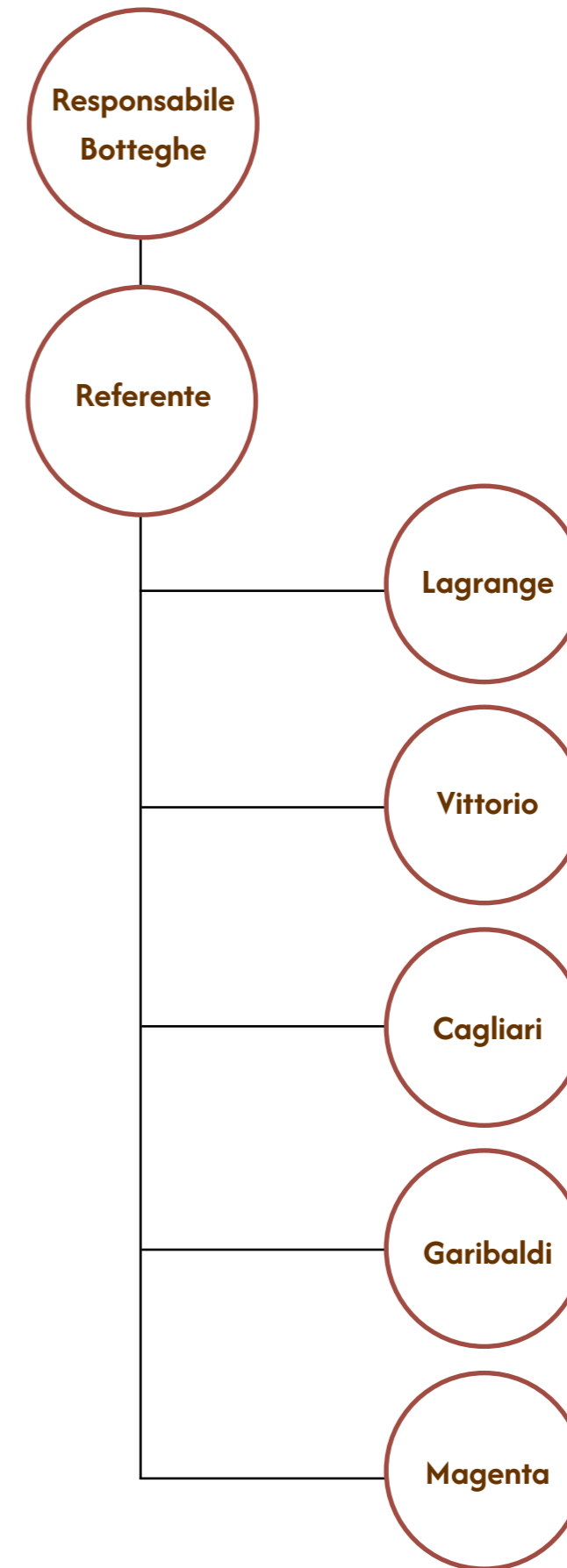
- Formazione obbligatoria su sicurezza sul lavoro e igiene alimentare (HACCP)
- Affiancamento per nuovi assunti
- Aggiornamenti tecnici sulle lavorazioni del Cioccolato
- Riunioni e panel test (o analisi sensoriali)

Al momento non sono attivi programmi formalizzati di upskilling/reskilling o di supporto alla transizione (pensionamento, outplacement), data la dimensione aziendale e la stabilità del personale. Le persone che formano la squadra di Guido Gobino rappresentano i pilastri portanti dell'azienda. Con i nostri collaboratori abbiamo instaurato un rapporto di fiducia e rispetto che va oltre il rapporto lavorativo: rapporti decennali, il 77% di loro ha un contratto a tempo indeterminato, più del 70% del gruppo è costituito da collaboratrici donne.

## LA SEDE



## LE BOTTEGHE



## Il capitale umano

Numero collaboratori per stabilimento					
2025	Uomini	Donne	Totale	% Uomini	% Donne
Sede	13	25	38	34%	66%
Botteghe	15	38	53	28%	72%

Fascia d'età per genere							
2025		<30	30-39	40-49	50-59	>30	Totale
uomini	Sede	2	6	3	1	1	13
	Botteghe	6	7	2	0	0	15
donne	Sede	6	6	5	5	3	25
	Botteghe	13	11	5	5	4	38

Durata di contratto						
2025	Generi	Sede	Botteghe	Totale	% uomini	% donne
Tempo indeterminato	Uomini	10	8	18	26%	74%
	Donne	21	31	52		
Tempo determinato	Uomini	0	2	2	50%	50%
	Donne	0	2	2		
Apprendistato	Uomini	2	0	2	50%	50%
	Donne	2	0	2		
Lavoratori non dipendenti*	Uomini	1	5	6	46%	54%
	Donne	2	5	7		
Tirocinanti **	Uomini	1	0	1	50%	50%
	Donne	0	1	1		
Totale per genere	Uomini	13	01	22	31%	69%
	Donne	25	33	56		
Totale complessivo		38	53	91		

\*I lavoratori non dipendenti (work-related contractors) sono professionisti e professionisti che supportano l'azienda e ricoprono ruoli di specialisti, consulenti e personale somministrato

\*\*I tirocinanti sono l'unica categoria che non viene conteggiata nel totale per genere e nel totale complessivo

Tipologia di contratto						
2025		Sede	Botteghe	Totale	% uomini	% donne
Full time	Uomini	13	14	27	33%	67%
	Donne	22	32	54		
Part-time	Uomini	0	1	1	10%	90%
	Donne	3	6	9		
Totale per genere	Uomini	13	15	28	31%	72%
	Donne	25	38	63		
Totale		36	53	91		

Nuove assunzioni - suddivisione per età				
2025	Sede		Botteghe	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
<30	0	2	0	3
30-49	0	1	1	2
50-59	0	0	0	0
>60	0	0	0	0
Totale	0	3	1	5

Usufruito del congedo				
2025	Sede		Botteghe	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne
	0	3	0	2
Totale	3		2	

### Tasso di turnover

Sede 14,7%



Botteghe 17,9%



TTC= ( nuovi assunti + dimessi)/ media n° dipendenti x 100

Totale collaboratori  
**91**

Sede  
**38**

Botteghe  
**53**

Età media  
**38 anni**

Tempo indeterminato  
**70**

Full time  
**81**

Part-time  
**10**

Congedi  
**5**

## Il capitale umano

Buoni pasto  
Dal 2023

Copertura CNLL  
100%

Rsu interne  
No

Osteopata Gratuito  
Dal 2021

### Previdenza e welfare obbligatorio

Come azienda ci impegniamo ogni giorno nel costruire un ambiente di lavoro sicuro e armonioso per tutti. È per questa ragione che da novembre 2021 l'azienda mette a disposizione dei propri collaboratori la prestazione gratuita di un osteopata professionale. Dal 2022, l'iniziativa è stata estesa anche ai collaboratori delle Botteghe di Torino e di Milano. Dal 2023 la società ha inoltre deciso di introdurre come benefit aziendale l'utilizzo dei buoni pasto. L'azienda, inoltre, non offre piani pensionistici integrativi a benefici definiti né piani di previdenza complementare oltre agli obblighi di legge. Tutti i dipendenti beneficiano del Trattamento di Fine Rapporto (TFR) e dei contributi previdenziali obbligatori versati all'INPS in conformità alla normativa italiana.

### Governance retributiva

In quanto s.r.l. con socio unico, le politiche retributive degli amministratori sono definite dal socio unico in conformità con le disposizioni statutarie e normative. Attualmente i compensi non prevedono componenti variabili legate a indicatori di sostenibilità. Anche il processo di determinazione della remunerazione è gestito direttamente dal socio unico, che è anche il massimo organo di governo dell'organizzazione. Non sono previsti comitati remunerazioni o consulenti esterni. Le decisioni retributive vengono assunte nel rispetto delle disposizioni di legge e dello statuto sociale, tenendo conto della situazione economica dell'azienda e del mercato di riferimento.

### Relazioni sindacali, CCNL e radicamento territoriale

Tenendo in considerazione la dimensione aziendale e la struttura societaria semplificata, non è attualmente rendicontato il rapporto quantitativo tra la retribuzione più alta e la retribuzione mediana dei dipendenti. Tuttavia, Guido Gobino applica politiche retributive che garantiscono l'equità interna e il rispetto dei minimi contrattuali previsti dal CCNL (100% di copertura a tutti i dipendenti) e quando possibile privilegia l'assunzione di persone che vivono nel territorio torinese, anche per le posizioni di maggiore responsabilità. Non è solo una questione di vicinanza logistica: è un modo per rafforzare il legame con la nostra comunità, per contribuire all'economia locale, per trasmettere un sapere artigianale che si tramanda di generazione in generazione. La differenza retributiva tra i livelli dirigenziali e operativi è contenuta, riflettendo la dimensione artigianale e la struttura organizzativa snella dell'azienda. Il contratto CCNL regola oltre alla retribuzione anche orario di lavoro, ferie, permessi, formazione, salute e sicurezza, welfare aziendale e tutte le altre condizioni di impiego. Al momento non sono presenti rappresentanze sindacali interne all'azienda, né sono stati stipulati accordi integrativi aziendali. La Guido Gobino riconosce e rispetta il diritto di tutti i lavoratori alla libertà di associazione sindacale e alla contrattazione collettiva, in conformità con la normativa italiana e le convenzioni internazionali dell'ILO.

## Etica

Il nostro Codice Etico rappresenta il documento cardine attraverso cui formalizziamo i principi di condotta che guidano l'organizzazione nei confronti di dipendenti, collaboratori, fornitori, partner commerciali e clienti. Esso costituisce l'espressione concreta del nostro impegno verso una gestione responsabile dell'impresa e funge da strumento di prevenzione dei rischi etici, sociali e reputazionali.

Il Codice sancisce infatti il rispetto della dignità, dell'integrità e dei diritti fondamentali della persona, vietando qualsiasi forma di discriminazione basata su genere, età, origine, credo, orientamento sessuale, opinioni politiche o altre condizioni strettamente personali.

L'organizzazione rifiuta e condanna ogni forma di lavoro minorile e di sfruttamento del lavoro, impegnandosi a prevenire tali rischi anche lungo la catena di fornitura.

I medesimi principi sono estesi ai fornitori e partner commerciali, attraverso un approccio di responsabilità condivisa.

Qualora siano impiegati servizi di vigilanza o sicurezza, è richiesto che essi operino nel pieno rispetto dei diritti umani e della normativa applicabile. È altresì garantito il diritto alla libertà di associazione e alla contrattazione collettiva, nel rispetto della normativa vigente.

Per la Guido Gobino, la tutela della salute e sicurezza dei lavoratori sul posto di lavoro

costituisce un principio fondamentale del Codice Etico. L'azienda si impegna a garantire ambienti di lavoro sicuri e conformi alla normativa vigente, promuovendo una cultura della prevenzione e della responsabilità condivisa.

Il Codice disciplina anche in modo chiaro il divieto di comportamenti corruttivi, conflitti di interesse, pratiche illecite o non trasparenti nei rapporti con fornitori, clienti e Pubblica Amministrazione.

Sono inoltre previsti meccanismi interni che consentono ai dipendenti e agli stakeholder di richiedere chiarimenti o segnalare eventuali comportamenti non conformi ai principi etici o a eventuali impatti negativi, nel rispetto della riservatezza e della tutela del segnalante: l'azienda si impegna a prevenire e rimediare eventuali impatti negativi attraverso l'applicazione di politiche interne in materia di salute e sicurezza sul lavoro, rispetto dei diritti umani e tutela ambientale. Sebbene non siano stati formalizzati meccanismi di reclamo strutturati, l'azienda garantisce canali di dialogo diretto con dipendenti (attraverso incontri periodici e colloqui individuali), con fornitori (tramite controlli periodici) e con i clienti (tramite canali diretti e contatti mail). Eventuali segnalazioni di criticità vengono gestite dalla direzione aziendale con tempestività e trasparenza.



## Etica

Nel 2024-2025 non sono stati registrati né reclami formali né sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti in materia ambientale, sociale, economica o di settore.

### **Il Codice Etico come strumento di governance ESG**

Il Codice richiama il rispetto delle normative ambientali e l'impegno a minimizzare gli impatti derivanti dalle attività produttive, costituendo il quadro valoriale di riferimento per la gestione dei temi ambientali materiali. Particolare attenzione è inoltre rivolta alla qualità e sicurezza dei prodotti, alla corretta informazione al consumatore e alla trasparenza nella comunicazione commerciale.

Attraverso il Codice Etico, la Guido Gobino integra formalmente i principi di responsabilità sociale, tutela ambientale, legalità e trasparenza all'interno del proprio modello di governance e di business, rafforzando il presidio dei rischi e consolidando la coerenza tra valori dichiarati e pratiche operative.

Il documento costituisce pertanto un elemento strutturale del sistema di gestione ESG e un riferimento trasversale per l'intero Bilancio di Sostenibilità.

### **Salute e sicurezza**

La salute e la sicurezza di chi lavora con noi sono la base irrinunciabile del nostro impegno verso le persone. Rispettiamo rigorosamente tutti gli obblighi normativi previsti dal D.Lgs. 81/2008, applicandoli con attenzione e costanza.

Tutti i collaboratori e collaboratrici sono sempre coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza: ogni anno il medico competente svolge le visite mediche periodiche all'interno dell'azienda, visitando tutti i lavoratori e lavoratrici attraverso una turnistica organizzata per garantire la sorveglianza sanitaria obbligatoria. Vengono inoltre forniti i dispositivi di protezione individuale (DPI) necessari in base alle mansioni: tappi auricolari, mascherine, occhiali protettivi, scarpe antinfortunistiche. Non sono un optional, ma strumenti di lavoro essenziali.



L'identificazione dei pericoli e la valutazione dei rischi avvengono attraverso il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), aggiornato periodicamente con il supporto di un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) esterno all'azienda e del Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) interno all'azienda. Quando si verificano incidenti o situazioni potenzialmente pericolose, indaghiamo le cause e adottiamo misure correttive. La formazione in materia di sicurezza è obbligatoria per tutti i nuovi assunti e viene aggiornata secondo le tempistiche normative. Ogni lavoratore riceve formazione generale e specifica sui rischi, sull'uso dei DPI e sulle procedure di emergenza. La partecipazione dei lavoratori è garantita attraverso il RLS, consultato su tutte le questioni rilevanti: modifiche organizzative, nuovi macchinari, scelta dei DPI.

Nel perimetro di rendicontazione (2025) non si sono verificati infortuni gravi né malattie professionali. Questo risultato è frutto del rispetto delle norme, della formazione continua e dell'attenzione quotidiana alla sicurezza da parte di tutti e tutte.

## Legame con il territorio

Valorizziamo il legame con il territorio e le persone, sostenendo realtà solidali impegnate nell'integrazione sociale, nel supporto e nella diffusione di cultura e ricerca. L'impegno è radicato principalmente in Piemonte, con l'obiettivo di espandere le collaborazioni oltre i confini regionali per un impatto sociale più ampio.

### PROGETTO CASA OZ



Casa Oz è un luogo di accoglienza per i bambini che vivono la malattia o la disabilità e per le loro famiglie. È una casa dove ognuno di loro ritrova una "quotidianità che cura", fatta di condivisione, attività ludico-creative, studio e molto altro. Nata nel 2007, Casa Oz ha aiutato finora più di 2.300 persone provenienti da oltre 40 paesi del mondo.

### MAGAZZINI OZ



I Magazzini Oz sono un progetto di Casa Oz, un luogo nel centro di Torino dove trovare della buona cucina, un emporio con una ricercata selezione di prodotti. Fin dalla loro nascita, i Magazzini Oz sono impegnati nella formazione e nell'inserimento al lavoro di persone che partono da una situazione di svantaggio. Attualmente sono attivi progetti destinati a persone con disabilità e a persone migranti titolari di protezione internazionale. Grazie a questi progetti, lo staff dei Magazzini Oz è composto al 50% circa da persone che arrivano da una condizione di svantaggio.

### SLOW FOOD



Creata nel 2003 e attiva in oltre 100 Paesi, la Fondazione Slow Food per la Biodiversità Onlus coordina e promuove i progetti di Slow Food a tutela della biodiversità alimentare in tutto il mondo: Presidi, Arca del Gusto, orti in Africa, Alleanza Slow Food dei cuochi e Mercati della Terra. Con i suoi progetti, coinvolge migliaia di piccoli produttori, garantendo loro assistenza tecnica, formazione e comunicazione. Inoltre, predispone gli strumenti tecnici dei vari progetti (linee guida, disciplinari, manuali...), approfondisce le tematiche legate a questi progetti (agricoltura sostenibile, latte crudo, piccola pesca, benessere animale, sementi, Ogm, ecc.), divulga temi e attività relative alla biodiversità presso l'associazione attraverso attività di formazione e comunicazione. I progetti della Fondazione Slow Food sono strumenti per promuovere un modello di agricoltura basato sulla biodiversità locale, sul rispetto del territorio e della cultura locale. Un'agricoltura in equilibrio con l'ambiente che ha come principali obiettivi la sovranità alimentare e l'accesso per tutte le comunità a un cibo buono, pulito e giusto.





### DIECICENTOLAB

diecicentoLAB

Diecicentolab APS è un'associazione di promozione sociale nata nel 2023 con l'obiettivo di favorire l'empowerment femminile, promuovendo percorsi di inclusione sociale rivolti a donne in situazioni di fragilità o marginalità, offrendo corsi di sartoria, laboratori, workshop e momenti di condivisione.

### ISTITUTO CANDIOLO



La Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro Onlus è stata costituita nel 1986 per offrire un contributo significativo alla sconfitta del cancro attraverso la realizzazione in Piemonte di un centro oncologico, l'Istituto di Candiolo (Torino), capace di coniugare la ricerca scientifica con la pratica clinica e di mettere a disposizione dei pazienti oncologici le migliori risorse umane e tecnologiche. La Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro si occupa di reperire le risorse economiche attraverso attività di raccolta fondi e organizza tutte le iniziative e le manifestazioni necessarie per raggiungere questo scopo. L'Istituto di Candiolo è l'unico centro di ricerca e cura del cancro italiano realizzato esclusivamente attraverso il sostegno di oltre 300 mila donatori privati che, grazie alla loro generosità, ne hanno fatto un centro di rilievo internazionale.

### ADISCO



ADISCO (Associazione Donatrici Italiane Sangue Cordone Ombelicale) nasce a Torino nel 1997 come di diffusione e promozione della cultura della donazione di sangue cordonale che ha permesso cure per migliaia di bambini e adulti affetti da leucemie. Negli anni il campo di interesse ha coinvolto anche un contributo alla ricerca e alla formazione oltre a un impegno nell'umanizzazione dei luoghi di cura. L'associazione ha come mission quella di offrire un contributo importante relativo ai processi di cura per l'infanzia, con attenzione particolare alle malattie oncologiche infantili e raccoglie fondi per l'acquisto di grandi strumentazioni e per l'allestimento delle camere sterili dell'Oncoematologia Pediatrica dell'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino e del Centro Trapianti di Midollo Osseo di Candiolo. Dal 2014 apre in via Lagrange lo store ufficiale di Adisco Piemonte.

### SERMIG



Il Sermig (Servizio Missionario Giovani) nasce a Torino nel 1964 da un'intuizione di Ernesto Olivero e sua moglie Maria con il sogno di eliminare la fame nel mondo e lottare contro le ingiustizie sociali. Dal 1983 ha sede nel vecchio arsenale militare di Torino. L'aiuto gratuito di migliaia di persone lo ha trasformato in Arsenale della Pace: rifugio per tanti che vogliono cambiare vita, luogo di solidarietà, di incontro per giovani, di cultura e formazione, e di accoglienza per centinaia di persone in difficoltà.



## UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

Soprattutto con il Dipartimento di Scienze Agrarie, Forestali e Alimentari (DISAFA) in quanto ospitiamo tirocini formativi del Corso di Laurea in Tecnologie Alimentari e vantiamo diverse collaborazioni in ambito di studi e ricerche scientifiche finalizzate alla pubblicazione di articoli scientifici.



## MAGICO

Partecipazione al progetto MAGICO – “La Magia del Cioccolato nel Combattere i Bias Impliciti sulla Disabilità” – dell’Università degli Studi di Torino – finalizzato allo sviluppo o miglioramento di prodotti e servizi attraverso attività di ricerca e di sperimentazione sul tema dell’analisi del comportamento umano. È un progetto di ricerca che coinvolge i dipartimenti di Culture Politiche e società e di Psicologia e Neuroscienze che impiega una pluralità di approcci metodologici etnografici e autoetnografici in un contesto naturale e in contesti sperimentali in laboratorio.



## PROGETTO GOST

Il progetto di ricerca “Governance of Sustainable Transition (GOST)”, finanziato dal Ministero dell’Università con fondi PRIN-PNRR, e condotto in collaborazione fra ALTIS, la Graduate School in Sustainable Management dell’Università Cattolica del Sacro Cuore, e la Luiss - Libera Università Internazionale degli Studi Sociali Guido Carli, ha l’obiettivo di comprendere i processi decisionali delle imprese italiane in tema di sostenibilità e si propone di divulgarne i principali risultati in una forma practitioner-oriented, con la pubblicazione del volume in formato digitale dal titolo “Decidere per la sostenibilità aziendale. Modelli innovativi di governance nelle aziende non quotate italiane” (casa editrice Franco Angeli, 2025), che raccoglie i contributi di undici imprese italiane di diversi settori impegnate in processi di transizioni sostenibile.

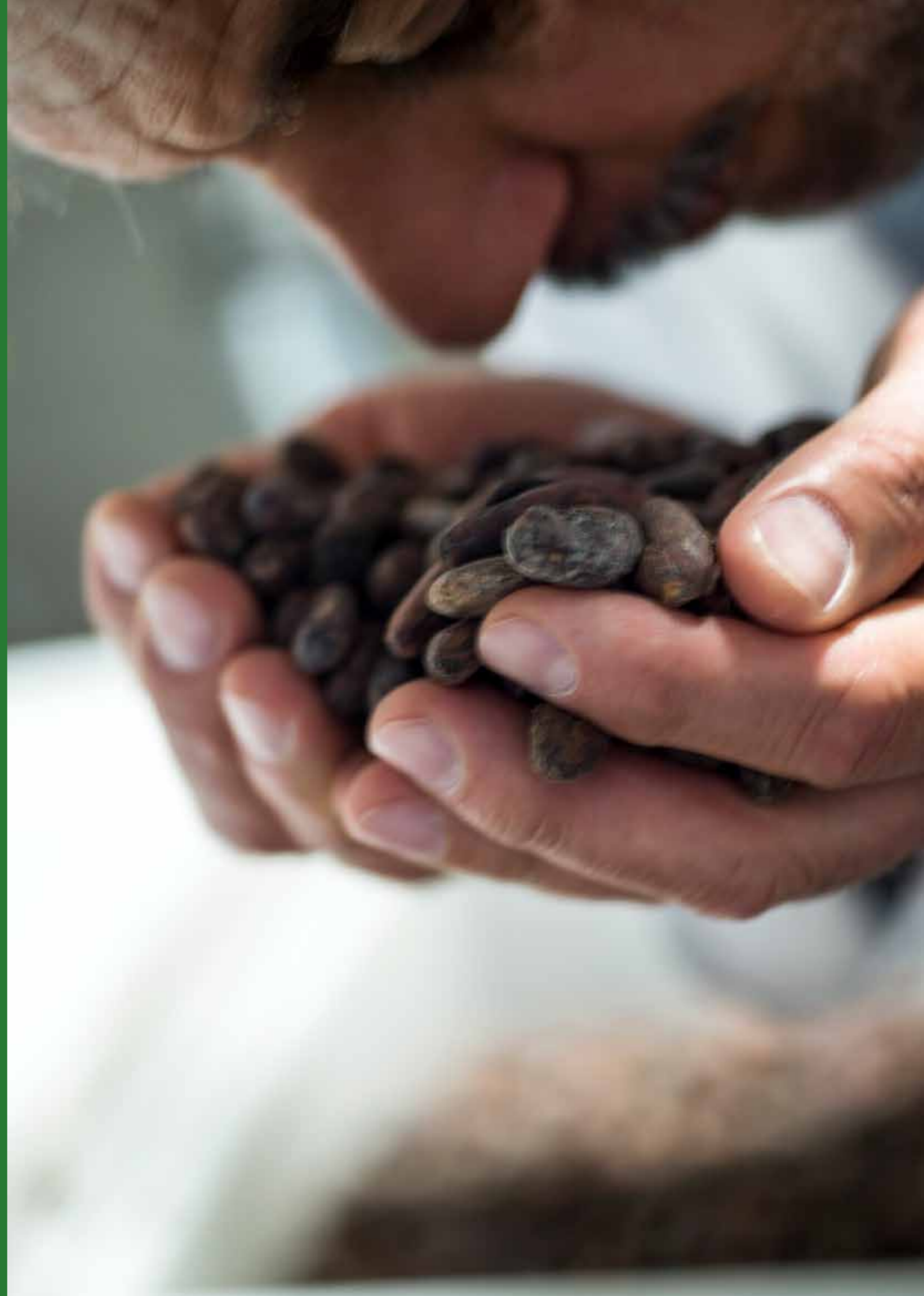


## SCARPETTA ROSSA

Scarpetta Rossa APS è un’associazione di promozione sociale contro la violenza sulle donne e attiva su tutto il territorio nazionale nata con l’obiettivo di rispondere prontamente ai bisogni di tutte le donne che si trovano in difficoltà a causa di stalking, abusi e violenze. Dal 2024 la Guido Gobino collabora con Scarpetta Rossa versando parte dei ricavi della vendita di un articolo dedicato all’8 marzo, giornata internazionale della Donna.

# Compliance economica

La sostenibilità economica, per la Guido Gobino, non si esaurisce nella solidità dei conti: riguarda la qualità del valore che si genera e dove lo si lascia. In questo capitolo raccontiamo il nostro approccio: gli investimenti nel tessuto produttivo torinese, il sostegno alle comunità di coltivatori all'origine della nostra filiera, e un modello fiscale semplice e trasparente, radicato interamente in Italia. Perché un'azienda davvero sostenibile non è solo un'azienda che cresce, ma una che lascia qualcosa di buono ovunque opera.



## Compliance economica

Contributo a fondo perduto  
**70.907 euro**

Stabilimento  
**Via Cagliari 15/B**

### Contributi pubblici e interventi

Nel 2025 abbiamo ricevuto diverse fonti di contributi a fondo perduto da altrettanti enti erogatori, primo fra tutti la Regione Piemonte, per un totale di 70.907€ che ci hanno permesso di investire in nuovi macchinari più efficienti, formazione del personale e miglioramenti energetici. Questi fondi pubblici non sono solo un aiuto economico: sono un riconoscimento del nostro impegno verso un modo di fare impresa più responsabile e un'opportunità concreta per accelerare la transizione verso processi produttivi più sostenibili.

### Filiera del cacao

Il nostro impatto economico più significativo si sente anche lontano da Torino, nella pianatagioni di Cacao da cui dipendiamo completamente. Senza il lavoro e la cura dei coltivatori, noi semplicemente non esisteremmo. Queste non sono atti di generosità: sono le basi per costruire una relazione economica rispettosa e bilanciata con chi sta all'origine della nostra filiera:

- *Compenso equo, superiore ai prezzi di mercato*
- *Acquisto garantito dell'intero raccolto*
- *Anticipo parte delle pagamento*
- *Programmi i formazione agronomica*

Filiera Cacao  
**Prezzo Equo**

Fonti energia pulita  
**Fotovoltaico**

### Radicamento urbano

Oltre vent'anni fa abbiamo scelto di ristrutturare completamente il nostro stabilimento storico invece di trasferirci in periferia. Un investimento nel tessuto urbano di Torino, nella sua storia, nella sua comunità.

- Dipendenti raggiungono il lavoro a piedi, in bici, con i mezzi pubblici
- Mestieri e competenze artigianali preservati
- Un edificio storico restituito alla vita

### Produzione sostenibile in città

Lo stesso sito urbano, con i giusti investimenti, ci permette oggi di produrre in modo più responsabile grazie a scelte concrete e misurabili lungo tutta la catena del valore.

- Copertura con pannelli fotovoltaici
- Efficientamento energetico dei consumi di gas
- Materie prime di prossimità e filiera italiana
- Condizioni retributive eque per tutti i collaboratori

## Approccio alla fiscalità

La fiscalità, per noi, non è solo una questione di adempimenti burocratici o di ottimizzazione dei costi. È parte integrante del nostro modo di essere impresa responsabile e radicata nel territorio.

Non abbiamo una politica fiscale formalizzata in un documento separato – la nostra dimensione non lo richiede – ma il nostro approccio è chiaro e si basa su tre principi semplici: conformità rigorosa, trasparenza totale e radicamento territoriale.

Questo significa che rispettiamo integralmente tutte le normative fiscali italiane ed europee, collaboriamo attivamente con le autorità fiscali quando richiesto, e soprattutto paghiamo le nostre tasse dove generiamo valore, cioè in Italia, a Torino: non vengono utilizzati paradisi fiscali né strutture societarie opache in altre giurisdizioni.

La gestione operativa della fiscalità è affidata alla nostra funzione amministrativa interna, supervisionata dal commercialista esterno che ci segue da anni e conosce a fondo la nostra realtà. Controlliamo mensilmente le nostre posizioni IVA, rivediamo trimestralmente le registrazioni contabili, e ogni anno il commercialista verifica tutte le dichiarazioni fiscali prima che vengano approvate dal socio unico. In caso emergessero dubbi interpretativi su nuove normative, adottiamo sempre l'approccio più conservativo e consultiamo preventivamente i nostri consulenti senza ricercare scorciatoie. Nel periodo sottoposto a rendicontazione non abbiamo avuto contenziosi con l'Agenzia delle Entrate, accertamenti sfavorevoli o controversie fiscali rilevanti. Quando riceviamo richieste di chiarimenti o documenti, rispondiamo tempestivamente e con trasparenza. Il nostro rapporto con le autorità fiscali è collaborativo, non conflittuale.

Dal punto di vista quantitativo, la nostra situazione è molto semplice da raccontare: il 100% delle nostre attività si svolge in Italia. Non abbiamo controllate estere, non abbiamo stabili organizzazioni in altri paesi, non trasferiamo utili altrove. Anche le vendite export – che rappresentano il 27% del nostro fatturato – sono gestite direttamente dalla sede di Torino attraverso una rete di distributori indipendenti. Non esistono transazioni infragruppo o strutture intermedie che spostano valore da un paese all'altro.

In sintesi: generiamo valore a Torino e crediamo che contribuire al sistema fiscale del paese in cui operiamo sia parte della nostra responsabilità verso la comunità che ci ospita e ci sostiene.

## Adesione ad associazioni



### UNIONI INDUSTRIALI

Associazione che riunisce le imprese a livello territoriale aderente a Confindustria, "per la rappresentanza, la tutela, la promozione e lo sviluppo delle aziende e dei loro interessi"



### EXCLUSIVE BRAND TORINO

Exclusive Brand Torino è la prima rete di aziende multisettoriali italiane che riunisce i marchi promossi da Unione Industriali di Torino). EBT vuole sviluppare e promuovere le eccellenze del Made in Italy presenti nel territorio piemontese. Guido Gobino è uno dei soci fondatori.



### COMPAGNIA DEL CIOCCOLATO

La Compagnia del Cioccolato è l'associazione di consumatori esperti ed appassionati di cioccolato, che ne tutela il consumo, così da informare e orientare consapevolmente i propri soci.

## Nota conclusiva

La rendicontazione di sostenibilità non si esaurisce nell'analisi del presente: rappresenta l'occasione per definire le priorità strategiche che guideranno l'organizzazione verso traguardi sempre più ambiziosi.

### Risultati consolidati 2024-2025

Nel biennio 2024-2025 abbiamo consolidato importanti risultati: l'installazione dell'impianto fotovoltaico per l'autoconsumo, il raggiungimento del 100% di approvvigionamento da fonti energetiche rinnovabili, la sostituzione della caldaia con un'isola termica di ultima generazione. Abbiamo rilasciato la prima versione del Codice Etico aziendale, documento destinato ad evolversi nel tempo per riflettere con sempre maggiore precisione i nostri principi di governance sociale. Sul fronte della tracciabilità e qualità dei materiali del packaging, il 97% dei fornitori è italiano, per la maggior parte di prossimità e pienamente tracciato, mentre continuiamo a mantenere la tracciabilità al 100% per le fave di cacao, con coordinate geografiche precise delle piantagioni di origine.

### Sfide strutturali e fragilità delle filiere

Tuttavia, questi stessi anni hanno anche evidenziato con forza la fragilità delle filiere agroalimentari globali di fronte a fattori biotici e abiotici di portata straordinaria. La diffusione di patogeni ed eventi climatici estremi – quali siccità prolungate e gelate tardive, soprattutto nei territori della nocciola IGP – hanno causato l'intensificarsi delle oscillazioni dei prezzi delle materie prime, generando uno scenario di incertezza senza precedenti. Questi shock non rappresentano anomalie transitorie, ma segnali strutturali di un sistema sotto pressione, che richiede risposte strategiche altrettanto strutturate.

## Priorità strategiche

In questo contesto complesso, il raggiungimento del 100% di tracciabilità per i derivati del cacao – burro di Cacao e Cacao in polvere – rappresenta una delle priorità strategiche dell'azienda per il triennio 2026-2028. Le turbolenze di mercato hanno temporaneamente condizionato le scelte di approvvigionamento, privilegiando la stabilità dei rapporti consolidati e la continuità qualitativa in un contesto di estrema volatilità. Con il progressivo riassorbimento degli shock di mercato, sarà possibile selezionare fornitori di derivati del cacao che garantiscano livelli di tracciabilità, trasparenza e sostenibilità coerenti con i requisiti applicati alle fave.

La complessità crescente dei requisiti normativi e le aspettative sempre più elevate degli stakeholder richiedono l'adozione di strumenti digitali in grado di garantire tracciabilità end-to-end con standard di verificabilità assoluta.

## EU Deforestation Regulation

In questo scenario, l'entrata in vigore dell'EU Deforestation Regulation (EUDR) costituisce un'opportunità di accelerazione verso standard più elevati di tracciabilità e sostenibilità lungo tutta la filiera. La normativa, che imporrà criteri stringenti per dimostrare l'assenza di legami con la deforestazione, fungerà da catalizzatore per l'adozione diffusa di sistemi di tracciabilità digitale e verificabile. Per Guido Gobino, la conformità alla EUDR non rappresenta un vincolo, ma il naturale completamento di un percorso già intrapreso.

Per rispondere a queste esigenze, l'azienda si pone l'obiettivo di implementare un sistema digitale che renda ogni lotto di prodotto completamente tracciabile in tempo reale, dal campo alla tavola. Questo permetterà di rispondere in modo proattivo alle richieste normative, valorizzando la trasparenza come elemento distintivo di posizionamento competitivo. Questi interventi hanno carattere strategico, non solo normativo: una filiera vulnerabile rappresenta un rischio materiale per la continuità operativa dell'intera organizzazione e di tutte le comunità legate ad essa. Investire in digitalizzazione, tracciabilità e resilienza della filiera non costituisce un costo, ma un fattore abilitante per la sostenibilità economica di lungo periodo.





## Benessere delle persone e coesione organizzativa

Parallelamente agli interventi sulla filiera, riconosciamo che il benessere delle persone che compongono l'organizzazione costituisce un asset intangibile di valore crescente. In integrazione alle politiche retributive e formative già attive, l'azienda intende sviluppare programmi di attività extralavorative a carattere sportivo, culturale e formativo, finalizzati a rafforzare la coesione tra colleghi e il senso di appartenenza all'organizzazione, coinvolgendo realtà territoriali. L'obiettivo è consolidare un ambiente di lavoro inclusivo, stimolante e allineato ai valori di sostenibilità che caratterizzano l'identità aziendale.

## Un impegno continuo

Il percorso verso la sostenibilità integrale non si conclude con il raggiungimento di singoli traguardi, ma si rinnova attraverso il miglioramento continuo e l'adattamento proattivo alle evoluzioni del contesto normativo, di mercato e ambientale. Guido Gobino intende consolidare il proprio posizionamento come realtà capace di coniugare eccellenza artigianale, tracciabilità assoluta e impegno concreto verso la tutela delle persone e degli ecosistemi da cui dipende la propria attività.

Le sfide globali di oggi – crisi climatica, volatilità delle materie prime, complessità normativa crescente – non rappresentano ostacoli invalicabili, ma stimoli per l'innovazione e il rafforzamento della propria capacità competitiva. Guardando al futuro, l'azienda vorrebbe migliorare le proprie politiche ambientali e sociali attraverso standard riconosciuti.

Per il 2026 e gli anni successivi, sono già state pianificate le attività propedeutiche all'adozione del rating EcoVadis e all'ottenimento della certificazione sulla parità di genere UNI/PdR 125.

Nei prossimi anni continueremo a operare con rigore, trasparenza e determinazione, consapevoli che la credibilità si costruisce attraverso risultati misurabili e impegni mantenuti. Il Cioccolato di qualità che produciamo oggi deve essere il frutto di filiere giuste, tracciabili e resilienti, capaci di attraversare le crisi senza compromettere i principi che ci guidano.

## Glossario

**CdA** - Consiglio di Amministrazione

**CFP** - Carbon Footprint

**CONAI** - National Packaging Consortium

**CSR** - Corporate Social Responsibility

**DEFRA UK** - Department for Energy Security and NetZero

**DNF** - Dichiarazione Non Finanziaria

**EIA** - Environmental impact assessment

**EPA US** - Environmental Protection Agency

**ESG** - Environmental, Social, Governance policy

**GHG** - Green House Gases

**GRI** - Global Reporting Initiative

**KPI** - Key Performance Indicator

**LCA** - Life Cycle Assessment

**NI** - Non Inerente

**NR** - Non Rendicontato

**OSS** - Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

**R&D** - Research and Development

**SME** - Small Medium Enterprise

**SDGs** - Sustainable Development Goals



## Indice GRI

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
	GRI1	PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE		
	GRI1	Principi di rendicontazione	Nota metodologica	
	GRI2	INFORMAZIONI DI CARATTERE GENERALE		
Organizzazione e prassi rendicontazione	2-1	Dettagli sull'organizzazione	Dettagli sull'organizzazione	
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità	Nota metodologica	
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	
	2-4	Restatement delle informazioni	Nota metodologica	
	2-5	Assurance esterna	Nota metodologica	
Attività e lavoratori	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Dettagli sull'organizzazione	
	2-7	Dipendenti	Capitale Umano	
	2-8	Lavoratori non dipendenti	Capitale Umano	
Governance	2-9	Struttura e composizione della governance	Dettagli sull'organizzazione	
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	NR	Società a responsabilità limitata, con unico proprietario/massimo organo di governo
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	NR	Società a responsabilità limitata, con unico proprietario/massimo organo di governo
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impianti	NR	Società a responsabilità limitata, con unico proprietario/massimo organo di governo
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Nota metodologica	

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
Governance	2-14	Ruolo del massimo organi di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Nota metodologica	
	2-15	Conflitti d'interesse	Etica	
	2-16	Comunicazione delle criticità	Nota metodologica	
	2-17	Competenze collettive del massimo organo di governo	Nota metodologica	
	2-18	Valutazione della performance del massimo grado di governo	Nota metodologica	
	2-19	Politiche retributive	Capitale umano	
	2-20	Processo di determinazione della retribuzione	Capitale umano	
	2-21	Rapporto sulla retribuzione totale annuale	Capitale umano	
Strategie Politiche e procedure	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Nota introduttiva	
	2-23	Impegni assunti tramite policy	Etica	
	2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	Etica	
	2-25	Processi volti a rimediare agli impatti negativi	Etica	
	2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare criticità	Etica	
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Etica	
	2-28	Adesione ad associazioni	Il legame con il territorio	
Stakeholder	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Analisi di materialità	
	2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Capitale umano	

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
	<b>GRI3</b>	<b>TEMI MATERIALI</b>		
Temi materiali	3-1	Processo per determinare i temi materiali	Analisi di materialità	
	3-2	Elenco di temi materiali	Analisi di materialità	
	3-3	Gestione dei temi materiali	I nostri valori	
	<b>GRI 101</b>	<b>BIODIVERSITÀ</b>		
	101-1	Policy per arrestare e invertire la perdita di biodiversità	Materie Prime	
	101-2	Gestione degli impatti della biodiversità	Materie Prime	
	101-3	Accesso e condivisione dei benefici	NR	L'azienda non ha impatti diretti sulla biodiversità data la natura urbana della sede
	101-4	Identificazione degli impatti sulla biodiversità	NR	L'azienda non ha impatti diretti sulla biodiversità data la natura urbana della sede
	101-5	Ubicazioni con impatti sulla biodiversità	NR	L'azienda non ha impatti diretti sulla biodiversità data la natura urbana della sede
	101-6	Fattori diretti della perdita di biodiversità	NR	L'azienda non ha impatti diretti sulla biodiversità data la natura urbana della sede
	101-7	Cambiamenti dello stato di biodiversità	NR	L'azienda non ha impatti diretti sulla biodiversità data la natura urbana della sede
	101-8	Servizi ecosistemici	NR	L'azienda non ha impatti diretti sulla biodiversità data la natura urbana della sede
	<b>GRI 200</b>	<b>COMPLIANCE ECONOMICA</b>		
Performance	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Guido Gobino nel mondo	
	201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Materie prime	
	201-3	Piani pensionistici a benefici definiti e altri piani di pensionamento	Capitale umano	
	201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	Compliance economica	
	202-1	Rapporti tra il salario standard di un neoassunto per il genere e il salario minimo locale	NR	Data la dimensione contenuta e il numero limitato di nuove assunzioni, non è stato implementato un sistema di raccolta e disaggregazione dei dati retributivi per genere relativi ai neoassunti

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
	202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	Capitale Umano	
Impatti imperfetti	203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Compliance economica	
	203-2	Impatti economici indiretti significativi	Compliance economica	
	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Gestione della filiera	
anticorruzione	205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	Etica	
	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche	Etica	
	205-3	Episodi di corruzione accettati e azioni intraprese	Etica	
	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	NR	Nel periodo di rendicontazione non ci sono state azioni legali, procedimenti o sanzioni per comportamenti anticoncorrenziali, violazioni antitrust o pratiche monopolistiche.
imposte	207-1	Approccio alla fiscalità	Compliance economica	
	207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	Compliance economica	
	207-3	Coinvolgimento stakeholder e gestione preoccupazioni in	Compliance economica	
	207-4	Rendicontazione Paese per Paese	Compliance economica	
<b>GRI300</b>		<b>COMPLIANCE AMBIENTALE</b>		
materiali	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	Materiali utilizzati	
	301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Materiali utilizzati	
	301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imb-	Compliance ambientale	
	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Compliance ambientale	
	302-2	Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	La nostra mobilità	

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
energia	302-3	Intensità eneegetiva	Compliance ambientale	
	302-4	Riduzione del consumo di energia	Compliance ambientale	
	302-5	Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi	NR	Il cioccolato non richiede energia durante l'uso da parte del consumatore finale. Il fabbisogno energetico rilevante è legato alla produzione (GRI 302-1) e al trasporto (GRI 305-3), già rendicontati
acqua	303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Acqua e scarichi idrici	
	303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Acqua e scarichi idrici	
	303-3	Prelievo idrico	Acqua e scarichi idrici	
	303-4	Scarico di acqua	Acqua e scarichi idrici	
	303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	
biodiversità	304-1	Siti operativi di proprietà, detenuti in locazione, gestiti in aree protette	NR	L'azienda non ha impatti diretti significativi sulla biodiversità, data la natura urbana della sede.
	304-2	Impatti significativi di attività, prodotti e servizi sulla biodiversità	Materie prime	
	304-3	Habitat protetti o ripristinari	NR	L'azienda non ha impatti diretti significativi sulla biodiversità, data la natura urbana della sede.
	304-4	Specie Red-list che trovano habitat nelle aree operative	NR	L'azienda non ha impatti diretti significativi sulla biodiversità, data la natura urbana della sede.
emissioni	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope1)	Emissioni	
	305-2	Emissioni indirette di GHG da uso di energie (Scope 2)	Emissioni	
	305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	Emissioni	
	305-4	Intensità delle emissioni di GHG	Emissioni	
	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Emissioni	
	305-6	Emissioni di sostanze dannose per l'ozono	NR	Non vengono utilizzate sostanze ODS nei processi produttivi. Eventuali impianti di refrigerazione/condizionamento utilizzano gas conformi al Protocollo di Montreal (non-ODS)

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
	305-7	Ossidi di azoto, ossidi di zolfo e altre emissioni	NR	Le emissioni di NOx, SOx, PM, VOC sono trascurabili data la natura artigianale della produzione. Unica fonte: caldaia a gas naturale.
rifiuti	306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi	Rifiuti	
	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Compliance ambientale	
	306-3	Rifiuti prodotti	Rifiuti	
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti	
	306-5	Rifiuti destinati a smaltimento	Rifiuti	
scarichi idrici e rifiuti	306-1	Scarico idrico per qualità e destinazione	Acqua e scarichi idrici	
	306-2	Rifiuto per tipo e metodo di smaltimento	Rifiuti	
	306-3	Sversamenti significativi	Acqua e scarichi idrici	
	306-4	Trasporto di rifiuti pericolosi	Rifiuti	
	306-5	Bacini idrici interessati da scarichi idrici e/o ruscellamento	Acqua e scarichi idrici	
valutazioni e fornitori	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	I nostri fornitori	Sistema non formalizzato
	308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	I nostri fornitori	Sistema non formalizzato
GRI 400		COMPLIANCE SOCIALE		
occupazione	401-1	Nuove assunzioni e turnover	Capitale Umano	
	401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o a tempo determinato	Capitale Umano	
	401-3	Congedo parentale	Capitale Umano	
	402-1	Relazioni tra lavoratori e management: periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	Capitale Umano	

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
salute e sicurezza	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Etica	
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Etica	
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	Etica	
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia	Etica	
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia	Etica	
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Etica	
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia all'interno delle relazioni commerciali	Etica	
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Etica	
	403-9	Infotruni sul lavoro	NR	Nel 2025 non si registra alcun infortunio sul lavoro
	403-10	Malattie professionali	NR	Nel 2025 non si registra alcuna malattia professionale
formazione	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Capitale umano	Parziale: rendicontate ore totali e media complessiva. Dati disaggregati per genere/categoria non disponibili. Sistema di tracciamento da implementare.
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Capitale umano	Rendicontati programmi di formazione continua (obbligatoria e tecnica). Programmi formalizzati di transition assistance non presenti.
	404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica della performance e dello sviluppo professionale	NR	Data la dimensione aziendale contenuta e la stabilità del personale, non è stato formalizzato un sistema di valutazioni come indicato.
diversità e parti opp.	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Capitale umano	
	405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Capitale umano	
	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive	Etica	
	407-1	Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contr. collettiva può essere a rischio	Etica	
	408-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Etica	

CODICE	GRI	INFORMAZIONI GENERALI	RIFERIMENTO NEL TESTO	EVENTUALI SPECIFICHE
	409-1	Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Etica	
	410-1	Personale addetto alla sicurezza formato sulle politiche o procedure riguardanti i diritti umani	Etica	
	411-1	Episodi di discriminazione e misure correttive	Materie prime: Cacao	
comunità locali	413-1	Operazioni con il coinvolgimento delle comunità locali, valutazione impatti e programmi di sviluppo	Il legame col territorio	
	413-2	Operazioni con i rilevanti impatti effettivi e potenziali sulle comunità locali	Il legame col territorio	
valutazione sociale	414-1	Nuovi fornitori sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Gestione della filiera	
	414-2	Impatti sociali negativi sulla catena di fornitura e azioni intraprese	Gestione della filiera	
	415-1	Contributi politici	NR	La Guido Gobino non eroga contributi finanziari o in natura a partiti, candidati, campagne elettorali o organizzazioni politiche.
salute clienti	416-1	Valutazione degli impatti sulla salute e sicurezza per categoria di prodotto e servizi	Etica	
	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi	Etica	
marketing etichettatura	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Materiali utilizzati	
	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Etica	
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Etica	
	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	NR	Nel periodo di rendicontazione non ci sono state denunce riguardanti violazioni di privacy o perdita di dati

GUIDO GLOBINO

[guidogobino.com](http://guidogobino.com)