

Almo Nature Benefit SpA

Relazione Annuale di Beneficio Comune

Redatta in conformità art. 1 c.382 L. 208/2015

Esercizio 2020

Per un'economia a impatto positivo sulla biodiversità

Giugno 2021

Indice

- 1) Premessa: il Modello di *Reintegration Economy***
- 2) *La storia di Almo Nature***
- 3) Il nostro impegno *for benefit***
 - A) #impattozero sulla biodiversità al 2030
 - B) I progetti di Fondazione Capellino
- 4) La valutazione di impatto**
- 5) Conclusioni: la nostra visione del futuro**

1) Premessa: il Modello di *Reintegration Economy*

Per comprendere l'identità di Almo Nature Benefit Spa, la sua unicità e la distanza che nei fatti la separa dalle aziende *competitor* è necessario comprendere il modello all'interno del quale è posizionata: **la *Reintegration Economy***.

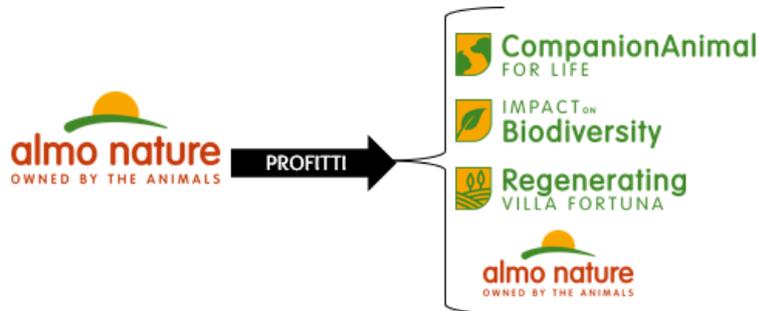
Creato e promosso da **Fondazione Capellino** (proprietaria di Almo Nature), il modello della *Reintegration Economy* prevede che il 100% dei ricavi di un'azienda (dopo i costi e le tasse) sia volontariamente destinato, per un tempo determinato o per sempre, al servizio del bene comune.

Almo Nature Benefit SpA lo fa già destinando il 100% dei ricavi (dopo i costi e le tasse) a progetti per la salvaguardia della Biodiversità, nonché per la difesa dei cani e dei gatti.

Il Modello:

- è completamente **autonomo e indipendente nel generare risorse** (senza dover ricorrere a donazioni o finanziamenti esterni) **e investire** per lo sviluppo dei progetti che decide di realizzare;
- poggia su quattro progetti interdipendenti: **Companion Animal for Life, Impact on Biodiversity, Regenerating Villa Fortuna e Almo Nature**.

Almo Nature, in particolare, è il motore del Modello (la fonte delle risorse economiche investite per la realizzazione dei tre progetti) e allo stesso tempo investe su se stessa per conseguire entro il 2030 un **impatto zero sulla biodiversità**.



Per quanto la forma giuridica attribuisca ad Almo Nature la caratteristica "*for benefit*", **è il Modello nel suo insieme che propone una nuova visione economica "a impatto positivo sulla biodiversità"**.

Per la definizione scientifica del Modello e la sua diffusione è stata attivata una collaborazione con l'Università Cattolica del Sacro Cuore, in particolare con il centro di ricerca ARC diretto dal prof. Mauro Magatti.

2) La storia di Almo Nature

Almo Nature nasce ad inizio 2000, dall'iniziativa di Pier Giovanni Capellino imprenditore con una grande passione per gli animali e una significativa esperienza nel campo dei prodotti per la loro cura.

L'idea è al contempo semplice e rivoluzionaria: Almo Nature è la prima azienda di *pet food* al mondo a introdurre sul mercato prodotti completamente naturali e idonei al consumo umano (*human grade*),

caratterizzati da un elevato valore biologico e nutrizionale, privi di conservanti chimici e prodotti attraverso processi *cruelty free*.

Il mercato ha dato ragione all'intuizione del nostro fondatore e oggi Almo Nature mantiene il quartier generale in Italia, a Genova, ma è presente in oltre 40 Paesi attraverso sette società operative in USA, Canada, Paesi Bassi, UK, Francia, Germania e Svizzera con un catalogo di oltre 300 differenti prodotti.

Il 28 giugno 2019 Almo Nature Benefit Spa viene donata a Fondazione Capellino dai proprietari Pier Giovanni e Lorenzo Capellino. Da quel giorno l'azienda non è più di proprietà di singoli, ma appartiene ad una finalità: la tutela della biodiversità.

Nasce così la **Reintegration Economy**.

3) Il nostro impegno *for benefit*

Le Società Benefit, note nel mondo come Benefit Corporation, sono state introdotte in Italia (primo paese in Europa) con la Legge di Stabilità a fine 2015 (Legge n. 208 del 28/12/2015, commi 376-384) e sono imprese *for profit* che affiancano statutariamente al tradizionale scopo di lucro anche la finalità di generare un impatto materiale positivo sulla società e sull'ambiente: il *benefico comune*.

Lo Statuto di Almo Nature Benefit SpA all'art 4 definisce le finalità di beneficio comune che intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica di impresa.

art 4.2 La società persegue inoltre finalità di beneficio comune a favore di tutte le specie viventi, agendo funzionalmente alla realizzazione delle finalità di solidarietà sociale e di pubblica utilità proprie della Fondazione Capellino nei settori:

(4.2.a) della tutela della biodiversità e di ogni altra forma di vita animale

(4.2.3) dello sviluppo delle colture con metodi naturali biosostenibili e ispirati alla tutela di ogni forma di vita

Passando dalle dichiarazioni statutarie ai fatti concreti, Almo Nature nel corso del 2020 si è impegnata per:

- A) rileggere la propria catena del valore trasformandola ove necessario, per arrivare entro il 2030 ad essere un'azienda a #impattozero sulla biodiversità;**
- B) sostenere, con i profitti generati, i tre progetti promossi dalla Fondazione Capellino.**

In dettaglio:

- A) Verso #impattozero sulla biodiversità entro il 2030 per Almo Nature**

Due i principali risultati ottenuti nel 2020 in tema di innovazione sostenibile di prodotto: **la nuova lettiera biodegradabile e il nuovo *packaging* riciclabile per la gamma del secco.**

La nuova lettiera biodegradabile

Il 2020 ha visto Almo Nature impegnata nel lancio di un nuovo prodotto completamente ecologico : la lettiera biodegradabile.

Il prodotto ha ottenuto due prestigiose certificazioni da TUV Austria : **OK*Biobased*** e **OK*Compost***, che garantiscono rispettivamente:

- la completa origine naturale dei componenti della lettiera, che sono principalmente scarti del processo di trasformazione della manioca in farina di tapioca. Questa logica di utilizzo degli scarti di

lavorazione è perfettamente aderente ai principi del movimento *Zero Waste* e dell'economia circolare. Abbiamo ricevuto il massimo del punteggio in questa certificazione, a garanzia della totale assenza di materie prime di origine fossile all'interno del nostro prodotto.

- la totale biodegradabilità del prodotto, come garantito dalla tipologia di certificazione di compostabilità che è quella "ad uso industriale", la più stringente e riconosciuta a livello internazionale. Stiamo ora lavorando anche al percorso di certificazione di compostabilità ad uso domestico.



Il nuovo packaging riciclabile

La maggior parte dei prodotti Almo Nature è da sempre confezionata in contenitori **totalmente riciclabili**, in particolare per quanto riguarda **la gamma dell'umido**.

Il 2020 ci ha visti impegnati, in previsione del lancio della nuova linea HFC Dry programmata per marzo 2021, nello sviluppo di un'approfondita analisi di mercato in tema di **packaging riciclabile** per i nostri **prodotti secchi**.

Al termine dell'analisi, Almo Nature ha scelto di realizzare per i **prodotti HFC un sacchetto in plastica 100% riciclabile in LDPE** (*low density polyethylene* codice 04) perchè:

- garantisce gli stessi standard qualitativi di conservazione dell'alimento e una *shelf-life* come quella dei *pack* multistrato-multimateriale utilizzati fino ad oggi;
- il processo di riciclo della plastica ha già una vasta diffusione e presenta un grande potenziale di miglioramento grazie alle nuove tecnologie, mentre i processi di biodegradabilità dei sacchetti (altra opzione vagliata e scartata) è in realtà ancora troppo nebuloso e rischia di essere più vicino al *green washing* che alla verità.

A sostegno di una solida presa di decisione basata su dati scientificamente validati è stato inoltre condotto un percorso di *Life Cycle Assessment* che ha messo a confronto le performance ambientali del nuovo *packaging* rispetto a quello tradizionale.

Il *Life Cycle Assessment*, condotto dal fornitore Amcor utilizzando la metodologia ASSET™, certificata Carbon Trust, ha prodotto risultati molto incoraggianti: **la nuova confezione**, se correttamente riciclata, dal punto di vista del ciclo di vita (*cradle to grave*) **presenta un minor impatto ambientale** rispetto al packaging attualmente utilizzato:

- - **41% di fabbisogno di energie fossili**
- - **53% di emissioni (carbon footprint)**
- - **16% di consumo di acqua**

La prima referenza a uscire sul mercato (giugno 2021) con questo nuovo packaging è HFC Dog XS-S 300g. Puppy Pollo; l'obiettivo è estenderlo entro l'anno a tutte le confezioni **HFC da 300 grammi, poi a quelle da 1,2 kg e infine ai formati più grandi, oggi ancora in fase di test.**

B) I tre progetti *non-profit* della Fondazione Capellino

Nel 2020 abbiamo destinato alla Fondazione Capellino **oltre cinque milioni di euro** di dividendi prodotti da Almo Nature Benefit Spa e sono tre i progetti (**Companion Animal for Life, Impact on Biodiversity, Regenerating Villa Fortuna**) oggi attivi grazie a questo sostegno economico:

B1 COMPANION ANIMAL FOR LIFE

"Mai più un cane in canile o un gatto in gattile"

Riteniamo oggi più che mai urgente far evolvere, sia a livello giuridico sia di responsabilità individuale, **le motivazioni profonde che accompagnano la decisione di accogliere un cane o un gatto in una famiglia**, e le conseguenti scelte di comportamento.

Muovendosi in questa direzione, **Companion Animal For Life** è un progetto europeo della Fondazione Capellino (con il supporto di Almo Nature), che ha come obiettivo quello di definire un nuovo *status* legale, all'interno del nucleo familiare, basato sulla specificità (e non umanizzazione) dei nostri compagni animali.

Nel 2020 **Companion Animal For Life** ha dischiuso le proprie potenzialità, innescando un circolo virtuoso finalizzato alla concreta tutela dei cani e dei gatti. Grazie alla **collaborazione con più di cento associazioni di protezione animali sono stati donati oltre 1 milione e mezzo di pasti solidali** per cani e gatti (precisamente 1.670.469), finalizzati a fronteggiare situazioni di emergenza nonché a supportare i rifugi e le famiglie in difficoltà economica, permettendo loro di continuare a nutrire i propri animali.

In dettaglio:

- **Emergenza Coronavirus**

L'epidemia da Covid-19 ha generato una crisi economica profonda, con gravi conseguenze sulle finanze di molte famiglie. Per contrastare l'inevitabile aumento degli abbandoni, conseguenti all'impossibilità di prendersi cura dei propri cani e gatti, siamo scesi in campo in concomitanza con le prime due ondate epidemiche. In *partnership* con associazioni umanitarie e di protezione animali, abbiamo **fornito pasti solidali gratuiti per i cani e i gatti di oltre 11mila nuclei familiari con problemi economici** (precisamente 11.271) in Italia, Francia, Germania, Belgio e Paesi Bassi.

- **#AdoptMe**

La promozione dell'adozione consapevole è stata il cuore dell'iniziativa **#AdoptMe**, grazie alla quale sono state realizzate **17.747 adozioni** e donati **532.000 pasti** ai cani e gatti rimasti in rifugio in attesa della loro occasione di essere felici.

Durante il corso dell'anno è via via aumentato il numero dei rifugi e delle associazioni, sia *ambassador* sia beneficiari del progetto, grazie a una selezione basata sulla condivisione di un obiettivo comune e sull'attuazione di buone prassi funzionali a un'efficace gestione delle adozioni, insieme a un'accorta politica di riduzione del numero dei rientri.

- **Campagna di sensibilizzazione**

Nei mesi di ottobre e novembre il lancio di una **campagna di sensibilizzazione**, digitale e televisiva, ha permesso una condivisione estensiva del messaggio e della *mission* dell'iniziativa. I video, poetici ed emozionali, hanno dato voce agli animali costretti a vivere nei rifugi giungendo al cuore di decine di migliaia di persone. L'attività ha generato la registrazione di **9.351 adozioni nei sei Paesi coinvolti (Italia, Francia Germania, Belgio, Paesi Bassi e Svizzera)**.

B2 IMPACT ON BIODIVERSITY

"Habitat, la geografia degli altri"

La consapevolezza che gli **spazi naturali** sono stati totalmente **sottomessi all'uomo**, subendo una **drastica riduzione delle specie viventi e della biodiversità**, è all'origine del progetto *Impact on Biodiversity*.

Secondo il rapporto *"The Economics of Biodiversity: the Dasgupta Review"*, dal 1970 ad oggi si è registrato un **calo del 70% della biodiversità**. Per ricostruire l'equilibrio impietosamente stravolto non basta più l'impegno degli Stati, ma **tutti dobbiamo agire**, ciascuno secondo le proprie possibilità: così opera la Fondazione Capellino attraverso il progetto *Impact on Biodiversity*.

Dal punto di vista operativo, l'obiettivo del progetto *Impact on Biodiversity* è quello di creare le condizioni per una Terra equamente divisa tra aree dedicate agli esseri umani e alle specie domestiche, aree in cui gli esseri umani convivano in armonia con le specie selvatiche e, infine, aree in cui la Natura è sovrana e intoccabile.

Il 2020 ha segnato l'avvio ufficiale del progetto *Impact on Biodiversity* che nel corso dell'anno si è ampliato acquisendo le attività precedentemente sviluppate dal progetto *Humans&Wildlife*.

A seguire presentiamo in sintesi i principali risultati raggiunti nel 2020 nelle due principali linee di azione del progetto: **Difendere gli habitat naturali e Misurare l'impatto delle attività umane sulla biodiversità**.

Difendere gli habitat naturali

Fondazione Capellino, insieme ad Almo Nature, ha consolidato negli anni una rete di partner e beneficiari attraverso i quali porta avanti iniziative a tutela degli habitat e delle specie in pericolo.

a. LIFE Wolf Alps EU

Il 2020 ha rappresentato il primo anno di lavoro del secondo progetto europeo LIFE WolfAlps EU, che si propone di **migliorare la coesistenza fra il lupo e le persone** che vivono e lavorano sulle Alpi, per garantire la tutela del lupo nel lungo termine.

Fondazione Capellino partecipa al progetto **come primo finanziatore** dopo l'unione Europea con un *budget* di € 600.000, di cui € 180.000 già erogati. Abbiamo inoltre firmato un accordo integrativo in base al quale ci siamo impegnati a fornire gratuitamente crocchette Almo Nature ai cani antiveleno, addestrati a rintracciare esche avvelenate tristemente destinate ai lupi e ad altri animali selvatici.

b. Detection dogs in Benin

E' un progetto promosso da IFAW (*International Fund for Animal Welfare*) che si propone di migliorare il benessere dei cani impegnati a Cotonou (Benin) nei programmi di **contrasto al traffico internazionale di specie esotiche protette** (bracconaggio) e/o al contrabbando di loro parti (es. avorio, corna di rinoceronte, scaglie di pangolino, etc). Questi cani, addestrati insieme ai loro conduttori, rappresentano un'arma indispensabile per la protezione della fauna selvatica in Africa.

L'impegno diretto della Fondazione – in collaborazione con Almo Nature – è quello di garantire la corretta alimentazione dei cani antibracconaggio protagonisti del progetto, tramite la donazione di crocchette Almo Nature. Nel 2020 il progetto si è concentrato sulla realizzazione di un innovativo *"detection training programme"* indirizzato ai conduttori e ai loro 30 cani, ora pronti ad affrontare l'azione sul campo.

c. **Il Cane da Guardiania nelle Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi**

E' proseguito nel 2020 l'impegno della Fondazione su questo progetto, finalizzato alla **mitigazione del conflitto tra gli allevatori** che operano nell'area protetta delle Foreste Casentinesi e **il lupo**, anche attraverso il corretto utilizzo del cane da guardiania come principale strumento di difesa dalle predazioni.

Fondazione Capellino ha fornito gratuitamente le crocchette Almo Nature ai 24 cani da guardiania coinvolti nel progetto, garantendo loro un'alimentazione sana ed equilibrata.

d. **Il salvataggio dei tre orsi.**

Un'operazione internazionale realizzata a giugno 2020 in collaborazione con l'Associazione "Salviamo gli Orsi della Luna", il Ministero dell'Ambiente lituano, l'organizzazione lituana "Gyvunu Teisiu Apsaugos Organizacija" e il Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise. L'operazione ha consentito il **trasferimento di tre orsi bruni europei** (un maschio di circa 10-15 anni e due femmine, una molto anziana di quasi 30 anni, l'altra di oltre 10 anni) dalla cittadina lituana di Joniskis, dove erano detenuti in gravi condizioni di deprivazione, a Pescasseroli presso il Centro Visite del Parco Nazionale d'Abruzzo, Lazio e Molise.

Misurare gli impatti delle attività umane sulla biodiversità

A fine 2020 si è concluso il **percorso di ricerca del miglior partner scientifico** con il quale avviare una collaborazione di lungo periodo per promuovere una metrica per la misurazione degli impatti delle attività umane sulla biodiversità (*biodiversity footprint*). Verificata la validità del sistema di misurazione GBS (*Global Biodiversity Score*), si è dato quindi avvio alla *partnership* con il centro di ricerca CDC Biodiversité, entrando a far parte di un'alleanza internazionale ([Club B4B+](#) - *Business for Positive Biodiversity*).

B3 REGENERATING VILLA FORTUNA

"Sperimentare una nuova agricoltura rigenerativa del suolo, dell'aria, dell'acqua e della nostra salute"

L'**attuale modello di produzione agricola**, trasformazione e consumo, cui sommare le dinamiche indotte come la distruzione degli habitat naturali per ricavare nuove terre da destinare all'agricoltura, l'utilizzo di energia fossile, il consumo della materia organica delle terre agricole provocata dai fertilizzanti e pesticidi chimici, hanno un **impatto sulla distruzione della biodiversità misurato in 72%** (52% da impatto diretto sulle terre emerse + 20% da pressioni indotte da utilizzo di energie e infrastrutture, fonte: dati CDC Biodiversité).

Da tutte queste premesse di contesto si sviluppa **Regenerating Villa Fortuna, progetto agricolo sperimentale** volto a produrre cibo ripristinando la biodiversità, il quale è condotto su 22 ha nel Comune di San Salvatore Monferrato (IT), di cui a regime 2 ha sono occupati dagli edifici storici esistenti (tutelati per una parte dalle Belle Arti), 11 ha saranno destinati a bosco e 9 ha all'agricoltura.

Il progetto si realizza attraverso :

1. un **approccio produttivo agroecologico** per salvaguardare l'aria, il suolo, l'acqua e promuovere la biodiversità dei campi agricoli e del bosco;
2. la messa a punto attraverso la sperimentazione di un **modello agricolo generatore di biodiversità**, produttivo ed economicamente sostenibile, scalabile e competitivo;
3. il recupero edilizio degli edifici storici nel rispetto della bioedilizia, del paesaggio nonché di un modello economico, culturale e sociale adatto alle sfide del terzo millennio, da proporre come esempio possibile di impatto positivo sulla biodiversità.

L'esecuzione della sperimentazione agricola è affidata a Villa Fortuna Società Agricola Sperimentale Srl (100% di proprietà della Fondazione) in collaborazione con L'Università Statale di Milano.

A gennaio 2020, il primo importante risultato del progetto diventa realtà, con la piantumazione di più di 600 alberi forestali autoctoni, la cui provenienza è il vivaio della Regione Piemonte.

Nonostante l'inizio della pandemia di Covid - 19 i lavori di progettazione sono stati svolti durante tutto l'anno: **in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano sono stati applicati i principi dell' agricoltura sintropica**, adattandoli al nostro clima temperato e alle caratteristiche del territorio, per l'impianto di una agroforesta a Villa Fortuna. Questa tecnica si caratterizza principalmente dalla consociazione tra alberi per produzione di frutta e alberi forestali, pensata per essere opposto alla monocoltura.

A partire dal mese di agosto è iniziata la preparazione del suolo, con tecniche di rigenerazione, propedeutiche alla messa a dimora della prima agroforesta sperimentale di Villa Fortuna, realizzata poi nella primavera 2021.

4) La valutazione di impatto

Per rispondere agli obblighi di legge e rendicontare l'impatto generato, Almo Nature Benefit SpA ha scelto di utilizzare lo standard di terza parte *B Impact Assessment* che rispetta quanto definito nell'articolo 1, comma 378 Allegato 5 del Decreto Legge 1882 del 17 Aprile 2015 sulle Società Benefit, ottenendo un **punteggio generale pari a 110**, in aumento di quasi 10 punti rispetto al risultato relativo all'esercizio 2019 (100,6) e **ben oltre gli 80 punti richiesti per essere considerata un'azienda eccellente che crea e non distrugge valore per la società**.

Punteggio complessivo: B Impact Score



Almo Nature Benefit SpA

Data di fine dell'anno fiscale **December 31st, 2020**



Impatto complessivo di Almo Nature Benefit SpA riferito all'anno 2020: valutazione di sintesi ottenuta utilizzando lo standard internazionale di B Impact Assessment



Governance

Scopra in che modo l'azienda può migliorare le politiche e pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, la responsabilità e trasparenza.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
27/27 18.1



Lavoratori

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
44/44 23.8



Comunità

Scopra in che modo l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
53/53 49.9



Ambiente

Scopra in che modo l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
48/48 13.5



Clienti

Scopra in che modo l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

DOMANDE RISPOSTE PUNTEGGIO GENERALE
9/9 4.5



Commento ai risultati

L'area di Impatto **Governance** esplora la missione generale dell'azienda, il suo approccio etico, la responsabilità, la trasparenza verso l'interno e verso l'esterno, l'integrazione degli aspetti sociali e ambientali nel processo decisionale.

L'innovatività del modello di *governance* è un aspetto essenziale e caratterizzante di Almo Nature Benefit SpA: essere "un progetto della Fondazione Capellino" significa lavorare con uno scopo più ampio, la tutela della biodiversità, e fare di questo il proprio tratto identitario, distintivo rispetto ai competitor. L'azienda è impegnata su questi aspetti grazie ad un *commitment* forte e chiaro, che parte dai vertici e viene condiviso a cascata attraverso il management con tutta la struttura.

L'area di Impatto **Lavoratori** misura l'impegno aziendale nel garantire il benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori. Anche su questo aspetto l'impegno di Almo Nature Benefit SpA è cristallino: tutti i lavoratori sono assunti a tempo indeterminato e l'utilizzo delle collaborazioni è limitato agli ambiti professionali; la crescita professionale è costante e garantita in particolare da percorsi on the job e i feed back sono costanti. Nel 2020 è stata avviata la progettazione di un percorso strutturato di rilevazione della soddisfazione dei dipendenti, che sarà concretamente operativo entro dicembre 2021.

L'Area d'Impatto **Comunità** misura l'impegno positivo dell'azienda per il benessere economico e sociale della comunità in cui questa opera. L'azienda è di proprietà di Fondazione Capellino e come già detto rappresenta un modello unico al mondo di relazione tra azienda, *shareholders* e comunità: il punteggio elevato in questa area di *assessment* ne riconosce il valore.

L'Area d'Impatto **Ambiente** misura l'impegno generale aziendale per la tutela ambientale. L'impatto diretto dell'azienda è oggi del tutto limitato se analizzato in termini di perimetro legale di azienda commerciale, ma assume caratteristiche ben più rilevanti se applicato alla relazione con la catena della fornitura. E in questa direzione va l'impegno aziendale per i prossimi cinque anni. E' stata avviata la progettazione di un percorso strutturato di rilevazione degli impatti ambientali della catena di fornitura, che sarà concretamente operativo entro dicembre 2021.

Infine l'Area d'Impatto **Cliente** esplora lo stile della relazione aziendale con i clienti, in particolare rispetto ai temi di impegno socio-ambientale: l'attenzione assoluta alla qualità del prodotto anche attraverso controlli sistematici sull'operato della propria catena di fornitura, la trasparenza nella relazione e l'ascolto attento delle richieste ed eventuali osservazioni dei clienti sono tratti distintivi di Almo Nature fin dalla sua fondazione.

5) Conclusioni: la nostra visione del futuro

In aggiunta ai percorsi già attivi, che confermiamo, abbiamo definito alcune traiettorie di ulteriore impegno per i prossimi cinque anni:

- potenziare l'attività di ricerca e sviluppo mirata sugli ingredienti utilizzati per realizzare i nostri prodotti per innovare radicalmente i prodotti entro il 2025 con l'obiettivo di ridurre il loro impatto sulla biodiversità;
- promuovere lo sviluppo di consapevolezza relativamente all'impatto globale sulla biodiversità della **catena del valore di tutta l'industria del pet food**, finanziando uno studio specifico (il primo al mondo con queste caratteristiche) da mettere poi a disposizione della *community* di settore per sostenere percorsi di miglioramento;

- costruire un percorso di analisi, *disclosure* e rendicontazione che consenta di arrivare al 2023 con un bilancio di esercizio che rappresenti scientificamente l'impatto aziendale sulla biodiversità, utilizzando le metriche e gli indicatori proposti dallo standard GBS (Global Biodiversity Score) di CDC Biodiversité.

-

(bozza aggiornata al 3 giugno)