

**Deoleo**<sup>®</sup>  
The Olive Oil Company.

Ci prendiamo  
cura di  
ciò che ti sta  
a cuore

RIEPILOGO ESECUTIVO  
RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2025



**Carbonell**  
1866



**BERTOLLI**  
DAL 1893



CASA  
OLEARIA  
**CARAPELLI**<sup>®</sup>  
FIRENZE  
1893



Indice

Siamo Deoleo.  
L'Azienda leader mondiale  
dell'olio d'oliva.

Siamo Deoleo. L'Azienda leader mondiale dell'olio d'oliva. Da secoli, il nostro olio d'oliva occupa un posto di spicco nelle cucine di tutto il mondo. Forti delle nostre conoscenze e della nostra passione, lavoriamo per creare un olio d'oliva di qualità e guidare il nostro settore verso un futuro più sostenibile.

# Indice

Introduzione	4
Messaggio del nostro Presidente	4
Lettera del CEO	6
Contesto macroeconomico	8
Evoluzione dell'esercizio	10
Siamo Deoleo	12
Il nostro modello di business	13
'EVOO-lution': creiamo valore attraverso la crescita	14
Presenza internazionale	15
Qualità premiata a livello internazionale	16
Valore generato e valore distribuito	17
Sostenibilità	18
Messaggio della nostra direttrice di Sostenibilità	18
Strategia di sostenibilità: Ci prendiamo cura di ciò che ti fa bene	20
Progressi ESG	21

Seguici sui social:



LinkedIn Youtube

Accedi al rapporto sul nostro sito web:

[www.deoleo.com/en/sustainability](http://www.deoleo.com/en/sustainability)



Messaggio del nostro  
Presidente, Ignacio Silva

“Promuovere l'evoluzione del settore partendo dall'impegno e della visione condivisa.”

Illustri azionisti e collaboratori:

La missione è sempre stata quella di elevare il nostro ruolo per diventare il leader indiscusso nel settore dell'olio d'oliva. Oggi, con la presentazione di questo bilancio annuale e del rapporto di sostenibilità 2025, facciamo un ulteriore passo in avanti: **aspiriamo a consolidarci come leader indiscussi e a mantenere questa posizione nel tempo**, con responsabilità, rigore e coerenza con i nostri valori.

Essere leader implica assumere dei rischi e fare da apripista alla categoria. Siamo consapevoli che il nostro ruolo come principale azienda nel settore dell'olio d'oliva di marca a livello mondiale implica una responsabilità che ci assumiamo e che ci sentiamo orgogliosi di portare avanti.

Il nostro impegno (e quello di coloro che seguono il nostro esempio) rimane quello di essere pionieri delle migliori prassi in tutti gli ambiti: dal miglioramento continuo della qualità e della tracciabilità, all'adozione degli standard più ambiziosi in materia di sostenibilità ambientale, sociale e di governance. Ciò dimostra che la **direzione che abbiamo preso anni fa è quella giusta** e oggi è rafforzata dai risultati dell'azienda, ma anche dalla trasformazione del settore.

Il 2025 ha visto una graduale ripresa del settore olivicolo dopo diversi anni di volatilità, con una graduale normalizzazione dei livelli di produzione e consumo su scala globale. Tale contesto rafforza l'importanza di mantenere una strategia solida e orientata alla crescita sostenibile.

In questo scenario, Deoleo consolida la sua posizione come l'azienda numero uno al mondo nel settore dell'olio d'oliva di marca, con **presenza in più di 68 Paesi e un portafoglio di 29 marchi**, tra i quali spiccano Bertolli (il marchio di olio d'oliva più venduto al mondo), Carapelli e Carbonell, che nel 2026 festeggerà 160 anni di storia.

Sono tutti punti di riferimento storici per i consumatori, che riflettono la solidità, la tradizione e l'innovazione che definiscono la nostra leadership.

L'azienda ha continuato a ridurre gradualmente il suo indebitamento finanziario netto, **rafforzando così la sua struttura patrimoniale e acquisendo una maggiore flessibilità per affrontare investimenti strategici**, sia in ambito produttivo che in termini di sostenibilità e digitalizzazione. Parallelamente, la nuova roadmap strategica "EVOO-lution 2025-2028" fissa un orizzonte di crescita redditizia e di generazione aggiuntiva di EBITDA, con particolare attenzione ai mercati ad alto potenziale come gli Stati Uniti e l'India, oltre a consolidare la leadership in Europa e America Latina.

A livello di corporate governance, il 2025 è il primo anno completo in seguito alla separazione dei ruoli di presidente e amministratore delegato. Cristóbal Valdés ha assunto la responsabilità esecutiva in qualità di Amministratore Delegato, mentre io ho mantenuto, in qualità di Presidente, un ruolo incentrato sulla supervisione, sulla visione strategica a lungo termine e sul rafforzamento della governance. Questa struttura **rinforza l'indipendenza, nonché migliora la trasparenza** in linea con le migliori prassi internazionali.

Anche quest'anno abbiamo celebrato pietre miliari che collegano il nostro solido passato con un futuro promettente. Pur essendo un'azienda costantemente orientata al domani, siamo ancorati a una solida eredità; per questo commemoriamo il fatto che i nostri stabilimenti di Alcolea e Tavarnelle, insieme ai nostri colleghi, sono il vero cuore del nostro business e dei chiari esempi di stabilimenti pionieristici, sostenibili, moderni, efficienti e pronti per i prossimi decenni.

In tal senso, **lo stabilimento di Alcolea festeggia il suo 50° anniversario**. Oltre a essere un punto di riferimento produttivo e la sede originaria dei nostri marchi emblematici, come Carbonell e Maestros de Hojiblanca, funge da motore economico e sociale per la provincia di Cordoba e per l'Andalusia, instaurando rapporti stabili con centinaia di cooperative, produttori, organizzazioni e istituzioni e contribuendo al mantenimento del tessuto rurale e all'occupazione di qualità. Dal canto suo, **lo stabilimento di Tavarnelle Val di Pesa, in Toscana, è il secondo grande pilastro industriale del Gruppo, con una storia di 30 anni di attività**. Da qui vengono riforniti importanti mercati europei e si garantisce la fornitura dei nostri marchi italiani più rinomati, come Carapelli e Bertolli.

Al tempo stesso, il 2025 è stato lo scenario del **secondo congresso "Creciendo Juntas" (Crescendo insieme), con il marchio Carbonell**. Un'alleanza pubblico-privata con il Comune di Cordoba che consolida e dà visibilità alla leadership femminile come motore della trasformazione del settore, posizionando Cordoba (storica città natale di Carbonell dal 1866) come punto di riferimento globale per il progresso sociale ed economico nell'oliveto.

Lavoriamo a stretto contatto con i nostri stakeholder per promuovere il progresso e l'eccellenza del settore, e ne è prova il fatto che in Spagna, dopo mesi di dialogo, il settore ha compiuto un passo fondamentale per il suo futuro. Noi di Deoleo sosteniamo la **Proposta per l'Eccellenza nella Qualità e nella Trasparenza** presentata dall'Organizzazione Interprofessionale al Ministero dell'Agricoltura spagnolo (MAPA): un sistema di autocontrollo volontario, sottoposto a auditing da certificatori indipendenti, che garantirà una totale tracciabilità e consoliderà la Spagna come riferimento mondiale nell'ambito della qualità.

In Italia lavoriamo insieme a Confagricoltura e Unapol per avanzare nella necessaria trasformazione del settore. Quest'anno **abbiamo tenuto due importanti incontri per dare visibilità alle nostre proposte per il futuro**. Il primo, "Coltiviamo l'agricoltura di domani", ha riunito rappresentanti del settore, della Commissione Europea e del Governo italiano, rafforzando il ruolo strategico dell'olivicoltura nell'agenda ambientale europea. Il secondo, la cena "La Prima dell'Olio", tenutasi lo scorso mese di ottobre, è servita a valorizzare l'olio extravergine di oliva e ad annunciare il nostro impegno in una nuova iniziativa di formazione volta a inserire giovani talenti nel mondo dell'olio d'oliva.

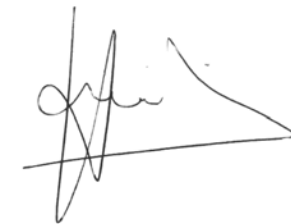
L'esercizio finanziario 2025 conferma che la sostenibilità è già il centro della strategia aziendale di Deoleo, non un elemento accessorio. Un esempio di questo impegno è il **nostro progetto più pionieristico, il Protocollo di Sostenibilità lanciato nel 2018** (che è diventato un punto di riferimento per gli operatori privati e le istituzioni europee), che certifica i frantoi attraverso la formazione e la misurazione ambientale e sociale, garantendo un olio extravergine di oliva sostenibile. Il suo successo ha posizionato Deoleo come partner trainante del progetto SOIL O-LIVE (Orizzonte Europa, Missione "Soil Health and Food"), e ci ha trasformato in uno strumento pratico di comunicazione dell'Unione Europea per le strategie su suolo, biodiversità e clima.

Grazie a questo sforzo e all'impegno profuso nella nostra strategia ESG, per il secondo anno consecutivo siamo stati premiati con la **medaglia Platinum del sigillo EcoVadis**, il che significa che siamo nell'1% delle più di 150.000 aziende sostenibili.

Il contesto macroeconomico continua a essere esigente, ma abbiamo dimostrato che è possibile crescere, migliorare i risultati e, al tempo stesso, ridurre l'impatto ambientale, rafforzare il tessuto rurale, dare visibilità alla leadership delle donne del settore e anticipare i requisiti normativi europei.

Per i prossimi anni di questa strategia, l'obiettivo continuerà a essere quello di **generare valore attraverso la crescita sostenibile**, consolidando il nostro obiettivo e impegno nei confronti dei consumatori. Il periodo 2025-2028 sarà caratterizzato dall'attuazione della **roadmap "EVOO-lution"**, volta a promuovere la nostra presenza in mercati ad alto potenziale e a raddoppiare la capacità di generazione di risultati. Al tempo stesso, manterremo un dialogo permanente e costruttivo con produttori, cooperative, organizzazioni agricole, amministrazioni e consumatori, avanzando insieme verso un settore più resiliente, giusto e sostenibile.

A nome del Consiglio di Amministrazione, guidato dal nostro Amministratore Delegato, desidero ringraziare per il loro impegno tutte le persone che fanno parte di Deoleo, i nostri agricoltori e cooperative collaboratrici, i nostri clienti e i nostri azionisti, senza i quali questa trasformazione non sarebbe possibile.



Ignacio Silva  
Presidente di Deoleo



### Lettera dell'Amministratore Delegato, Cristóbal Valdés

## “Definire la roadmap oggi per garantire la leadership di domani.”

Dopo un anno alla guida della gestione esecutiva di Deoleo, la priorità rimane la stessa: attuare rigorosamente la nostra roadmap per consolidare la nostra posizione di indiscusso punto di riferimento dell'olio d'oliva a livello mondiale. In questo periodo abbiamo allineato strategia, operazioni, talenti, innovazione e sostenibilità con un obiettivo molto preciso: creare valore attraverso la crescita dei nostri clienti, azionisti, marchi e team.

È stato un periodo dedicato alla conoscenza approfondita di ogni angolo dell'azienda, visitando i nostri mercati chiave e ascoltando i team che, giorno dopo giorno, trasformano la nostra visione in realtà.

Nel 2025 il Gruppo **ha migliorato sostanzialmente la sua redditività**, raggiungendo un EBITDA di 50 milioni di euro, con un incremento del 50% rispetto al 2024. Questo risultato si basa su una crescita dell'11% del volume delle vendite e su un miglioramento del 17% del margine lordo per unità, che hanno permesso di collocare il margine lordo a 128 milioni di euro, un 30% in più rispetto all'anno precedente.

Questo aumento riflette un sostanziale miglioramento della redditività, spinto dal buon comportamento dei

nostri marchi in mercati chiave come gli Stati Uniti, la Spagna e il Nord Europa. Il tutto accompagnato da una rigorosa gestione dei costi e da un chiaro impegno per l'innovazione e la sostenibilità.

Grazie all'impegno di più di 600 persone, siamo pronti a **portare questa azienda al livello successivo. Insieme portiamo avanti EVOO-lution**, un piano di trasformazione integrale concepito per promuovere la redditività e posizionarci tra i leader nel settore dei beni di largo consumo, appoggiandoci a una base di esecuzione rigorosa, disciplina finanziaria e sostenibilità pienamente integrata nel business.

Questo piano nasce con l'obiettivo di generare un **EBITDA aggiuntivo di 32 milioni di euro fino al 2028**, consentendoci di essere indipendenti dall'evoluzione settoriale e di farlo in modo sostenibile, autofinanziato e organico.

Per attuare questa roadmap con eccellenza, abbiamo rafforzato il Comitato Esecutivo inserendo nello stesso i responsabili specifici delle nostre aree geografiche. Victor Roig, Spagna e Italia; Thierry Moyroud, Nord America e America Latina; e Tomislav Bucic, Nord Europa, Medio Oriente-Africa e Asia-Pacifico. A questo si aggiunge l'inserimento di Juan Carlos Miralles in quanto direttore degli Acquisti (Chief Procurement Officer) e quello di Álvaro Bailo come direttore della Trasformazione (Chief Transformation Officer). Questa nuova struttura ci consente di accelerare il processo decisionale, di rafforzare l'attenzione verso i clienti e di garantire un'esecuzione pienamente allineata alle peculiarità di ciascuna regione.

La roadmap verso il 2028 di **'EVOO-lution'** si articola attorno a chiari fattori di creazione di valore. Da un lato, la crescita delle vendite in mercati ad alto potenziale, con un contributo stimato di **13 milioni di euro aggiuntivi di EBITDA**. Dall'altro, l'ottimizzazione dell'efficienza operativa e della nostra capacità di approvvigionamento, con un impatto previsto di **19 milioni di euro**.

Negli Stati Uniti abbiamo rafforzato con determinazione la nostra scommessa su un mercato chiave. Abbiamo promosso la crescita dei nostri marchi Bertolli e Carapelli, aumentando i nostri investimenti nella struttura commerciale, nonché nei media e nelle campagne di brand building.

Contemporaneamente abbiamo ampliato la nostra distribuzione in tutte le regioni del Paese, con un maggiore impatto nei punti vendita, appoggiandoci a nuovi lanci come la *Chef Bottle* o i formati in spray.

Nel Nord Europa abbiamo continuato a promuovere la nostra leadership e ad ampliare la nostra distribuzione grazie allo sviluppo di nuovi prodotti, formati e blend. In Germania, il marchio Bertolli ha ottenuto alti livelli di riconoscimento per la sua eccellente qualità da parte di pubblicazioni specializzate di consumatori che godono di una notevole influenza nel Paese, il che rappresenta un'importante spinta per il nostro posizionamento come marchio leader in un mercato così esigente come quello tedesco.

In India stiamo ampliando la nostra rete commerciale per portare il nostro iconico marchio Fígaro a un numero crescente di consumatori. Presente in milioni di case, Fígaro è riconosciuto per la sua versatilità e la sua crescente importanza in soluzioni cosmetiche, che ne rafforza il posizionamento in uno dei mercati con il maggior potenziale per la categoria.

**Diamo priorità alle iniziative con un ritorno chiaro e misurabile**, acceleriamo i progetti che toccano direttamente il cliente e il consumatore e semplifichiamo i processi per prendere decisioni agili e chiare. Parallelamente, abbiamo riformulato la nostra strategia di acquisti per costruire un'organizzazione di approvvigionamento di primo livello, basata su processi più efficienti, maggiore capacità di pianificazione e solide partnership a lungo termine. Tutto ciò rafforzando il nostro impegno e la nostra vicinanza agli agricoltori, attori chiave nella qualità e sostenibilità del nostro olio d'oliva. Questo è l'equilibrio che stiamo perseguendo: **crescere vicino al**

**mercato**, trasformarci per quanto riguarda l'ambiente e far diventare ogni progresso un progresso sostenibile.

In tale contesto, ci troviamo di fronte a un consumatore che non solo apprezza e riconosce il valore del nostro olio d'oliva, ma che eleva costantemente i propri standard in termini di **qualità**, trasparenza e **sostenibilità**. Per rispondere a queste aspettative, stiamo procedendo con maggiore agilità, rafforzando la nostra vicinanza ai consumatori e accelerando la nostra capacità di innovare, adattarci e offrire soluzioni che anticipino le loro esigenze.

Accelerare la trasformazione verso **modelli più efficienti e sostenibili**; accelerare l'innovazione, ascoltando i consumatori per offrire loro formati e *blend* adattati alle loro preferenze con la massima agilità, qualità e trasparenza; e accelerare la nostra capacità di leggere i dati e trasformarli in decisioni concrete, con mano ferma per avanzare con direzione, criterio e coerenza.

La trasformazione operativa è stata volutamente pragmatica e diretta. Abbiamo semplificato i processi, eliminato le inefficienze e rafforzato la standardizzazione nei nostri stabilimenti chiave, ottenendo agilità e flessibilità operativa. Nel frattempo, l'innovazione fa parte del conto economico. Abbiamo innovato nei prodotti (nuovi *blend*, segmenti salutari, formati differenziati) e nei **processi** (automazione, analitica avanzata, digitalizzazione e tracciabilità), in modo che ogni miglioramento si traduca in valore tangibile.

Abbiamo scelto di ridurre il numero delle iniziative per conferire loro maggiore spessore, definire le priorità con rigore ed eseguirle con eccellenza. In tal modo, l'organizzazione ottiene **risultati più coerenti**, un business più **resistente alla volatilità delle materie prime e una struttura operativa** in grado di reagire rapidamente ai cambiamenti della domanda, alle tensioni logistiche o alle oscillazioni dei raccolti.

Oggi la gestione si basa su **metriche chiare e condivise** in tutta l'organizzazione, articolate **dall'area di**

**Trasformazione** guidata da un membro del Comitato Esecutivo. Sotto questa direzione, vengono orchestrati processi e strumenti che garantiscono la roadmap e un'unica piattaforma in cui le metriche vengono rigorosamente monitorate per garantire l'esecuzione del piano.

In Deoleo, la **sostenibilità** fa parte del nostro DNA. Determina il modo in cui costruiamo relazioni a lungo termine con il settore e come scegliamo i contenitori, la logistica e l'energia. Di fatto, i dati supportano il percorso: 98% di energia elettrica rinnovabile e un deciso avanzamento verso la circolarità con un 40% di rPET in tutti i nostri contenitori.

Tuttavia, la nostra principale leva di accelerazione è **la vicinanza a coloro che ci accompagnano in questo percorso**.

Lavoriamo insieme agli **agricoltori e ai frantoi** per promuovere pratiche sostenibili e relazioni stabili, articolate attraverso il nostro Protocollo di Sostenibilità.

Con i nostri **clienti** creiamo soluzioni a valore condiviso che vanno oltre la transazione e rafforzano le relazioni a lungo termine.

Con i **consumatori**, ascoltiamo attivamente le loro priorità (salute, origine, qualità e prezzo) e rispondiamo con una presenza più forte nei mercati chiave, nuovi formati e innovazioni nei nostri oli.

Con i nostri **team**, creiamo ambienti in cui le informazioni fluiscono e le decisioni vengono adottate vicino al mercato. Nessuna strategia prospera senza un team impegnato. Nell'ambito della **strategia del talento S-ITE**, sviluppata con un triplice approccio: Inclusionione (I), Talento(T) ed Eccellenza (E) e riunito sotto la Sostenibilità (S), abbiamo rafforzato uno stile di gestione dinamico, esigente, vicino e basato su obiettivi chiari, responsabilità nell'esecuzione e feedback continuo.

Lavoriamo con team trasversali che collegano marketing, vendite, operazioni, finanza e sostenibilità in una stessa conversazione. Promuoviamo più formazione, più mobilità interna e più possibilità di crescita per coloro che dimostrano capacità di esecuzione e visione del cliente. Perché il futuro è di coloro che collaborano con uno scopo.

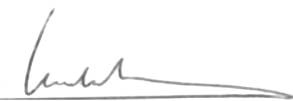
E con **regolatori e istituzioni** partecipiamo attivamente al dialogo che sta definendo la trasformazione del settore.

Solo così, lavorando insieme, otterremo un **settore più forte, interconnesso, equo e sostenibile**.

Questo primo anno ci ha confermato che siamo sulla strada giusta. Abbiamo gettato le basi per una chiara roadmap, collaudata nell'esecuzione e volta a generare valore sostenibile, dimostrando che una gestione dinamica, pragmatica e vicina al business, può tradursi in risultati consistenti, sia per l'azienda che per il settore nel suo complesso.

Il 2026 ha un focus inequivocabile: approfondire l'esecuzione, continuare a innalzare il livello delle nostre metriche, rafforzare la vicinanza a tutti i nostri stakeholder e promuovere un'innovazione con un impatto reale e misurabile nel business.

Vorrei ringraziare per il loro impegno tutte le persone che fanno parte di Deoleo, i nostri agricoltori e i frantoi collaboratori, i nostri clienti e i nostri azionisti. La loro fiducia, la loro esigenza e il loro duro lavoro sono il vero motore che rende possibile questa trasformazione e ci spinge a continuare ad andare avanti con responsabilità e ambizione.



Cristóbal Valdés  
CEO di Deoleo

# Contesto macroeconomico

*Dopo due anni segnati dalla carenza di olio e dalla volatilità dei prezzi, il settore dell'olio d'oliva guarda al futuro con ottimismo. Le migliori condizioni climatiche annunciano una campagna di ripresa e stabilità.*

## il 45

dell'olio d'oliva di tutto il mondo è prodotto in Spagna

## 1,37

milioni di tonnellate, produzione di olio d'oliva prevista per la campagna 2025-2026

### Contesto macroeconomico e settoriale

Il settore oleicolo affronta un periodo di stabilità sia in termini di prezzi che di volumi di produzione. La campagna 2025-2026, lanciata il 1° ottobre 2025, apre un periodo di maggiore ottimismo: è un'opportunità per riconnettersi con il consumatore e procedere verso una modernizzazione del settore basata su criteri di sostenibilità in un contesto globale caratterizzato da tensioni geopolitiche.

### Un ambiente economico che resiste e offre nuove opportunità

A livello globale, l'economia ha dimostrato una notevole capacità di resistenza. Nel 2025, il PIL statunitense è cresciuto del 2,2%, con una previsione simile intorno al 2% per il 2026. L'Eurozona è avanzata dell'1,5%, mentre la Spagna si è distinta con una crescita del 2,8% (la Banca di Spagna prevede un 2,2% per il 2026).



I tassi di interesse sono stati abbassati sia in Europa (dal 2,50% al 2,26%) che negli Stati Uniti (dal 4,5% al 3,75%), il che facilita nuovi investimenti, soprattutto in progetti legati a criteri ESG.

### Produzione e prezzi stabili dopo due anni di siccità

Dopo due stagioni gravemente colpite dalla siccità, la Spagna ha recuperato livelli di produzione significativi: 1,42 milioni di tonnellate nel 2024-2025 (+65% rispetto alla stagione precedente), raggiungendo un 40% del totale mondiale. Per il 2025-2026, il MAPA (Ministero dell'Agricoltura spagnolo) stima una produzione di 1,37 milioni di tonnellate, leggermente inferiore (-3%) ma comunque superiore del 24% alla media delle ultime quattro stagioni. Gli stock iniziali rimangono a livelli piuttosto bassi: circa 290.000 tonnellate alla fine di settembre 2025.

In termini di prezzi, l'olio extravergine di oliva ha consolidato una stabilità fondamentale, muovendosi tra i 3,5 e i 4,5 €/kg. Il 2025 si è chiuso con un prezzo medio di 4,41 €/kg, ben lontano dal picco di 9 €/kg registrato nel gennaio 2024.

Su scala mondiale, la produzione ha raggiunto un record di 3,5 milioni di tonnellate nel 2024-2025. Per la stagione 2025-2026 si prevede un leggero aggiustamento a 3,4 milioni, un volume ancora superiore alla media degli ultimi cinque anni, nonostante cali come quello della Turchia (meno di 100.000 tonnellate a causa della siccità).

### La Spagna e l'UE mantengono la loro leadership

L'Unione Europea concentra il 60% della produzione mondiale di olio d'oliva e la Spagna continua ad esserne il principale motore (45% del totale mondiale e 67% della produzione UE). La Tunisia continua a guadagnare peso grazie alla modernizzazione dei suoi oliveti, con una produzione prevista di 450.000 tonnellate nel 2025-2026 (+32%), pari al 13% del mercato globale.

Il commercio internazionale dell'olio d'oliva ha raggiunto 1,3 milioni di tonnellate nel 2025, con prospettive record per il 2026. In tale contesto, la Spagna ha esportato una media di 919.300 tonnellate all'anno nelle ultime cinque stagioni, superando i 5 miliardi di euro di valore. La sfida principale rimane l'alta percentuale di esportazioni di prodotti sfusi (oltre il 60%, soprattutto verso l'Italia) che limita la creazione di valore aggiunto.

*Per il 2025-2026, il MAPA (Ministero dell'Agricoltura spagnolo) stima una produzione di 1,37 milioni di tonnellate, leggermente inferiore (-3%) ma comunque superiore del 24% alla media delle ultime quattro stagioni.*

**Espansione internazionale dell'olivicoltura e posizione di Deoleo**

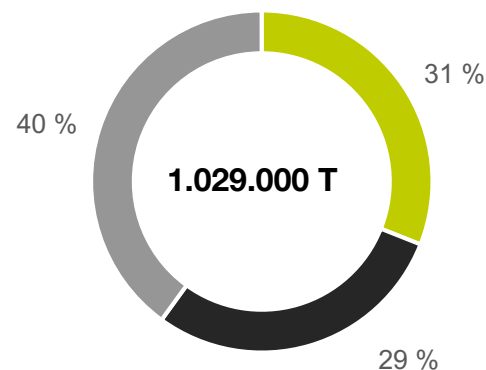
La coltivazione dell'olivo continua ad espandersi al di là del suo ambito tradizionale: ammonta già a 12 milioni di ettari in 58 Paesi, compresi nuovi produttori in America Centrale e Africa, guidati da modelli di coltivazione intensiva.

In questo scenario, l'equilibrio tra offerta e domanda mostrato dalla campagna 2025-2026 rafforza la posizione globale di Deoleo. L'Azienda continua ad avanzare nella sua strategia di sostenibilità attraverso una maggiore tracciabilità, un approvvigionamento responsabile e il fatto di puntare su prodotti ad alto valore aggiunto.

Tutto questo è accompagnato da una modernizzazione dell'olivicoltura che cerca di essere resiliente di fronte alle sfide climatiche ed economiche.

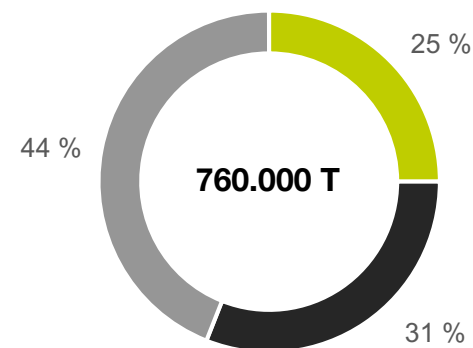
**ESPORTAZIONI DI OLIO D'OLIVA (SPAGNA)**

Campagna 2024-2025:



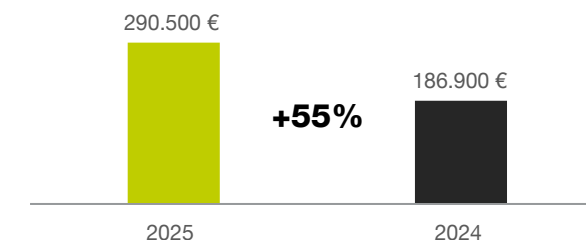
**ESPORTAZIONI DI OLIO D'OLIVA (SPAGNA)**

Campagna 2023-2024:



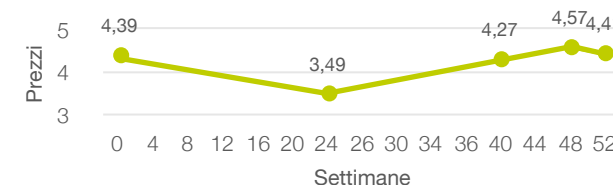
**GIACENZE DI OLIO D'OLIVA (SPAGNA)**

Dati al 30-09-2025 (chiusura della campagna).



**PREZZI DELL'OLIO EVO 2025 SPAGNA**

Dati in €/KG



**LE SFIDE DEL SETTORE OLEICOLO IN SPAGNA**

Il Rapporto Annuale sulla Situazione Economica 2025 del Settore Oleicolo, redatto dalla Cattedra Caja Rural dell'Università di Jaén, descrive tre sfide che deve affrontare il settore:

- **RICONNETTERSI CON IL CONSUMATORE.** Lo scenario di prezzi più accessibili offre un'opportunità strategica per riconquistare la loro fiducia e le loro abitudini. Bisogna rafforzare l'idea dell'olio d'oliva come fonte di salute e alimento centrale della dieta e della cultura mediterranea.
- **PROGRAMMAZIONE E TRASPARENZA.** Le recenti variazioni di prezzo non si spiegano solo con il clima o la produzione. La programmazione e la trasparenza sono importanti quasi quanto i raccolti. Il settore deve andare verso un modello più professionalizzato, con decisioni informate e una catena del valore meglio organizzata.
- **SOSTENIBILITÀ E MODERNIZZAZIONE.** Il rapporto dedica un capitolo all'importanza della sostenibilità degli oliveti, non solo per quanto riguarda l'aspetto ambientale, ma anche per la loro capacità di promuovere lo sviluppo economico e sociale, il fatto di attirare giovani agricoltori, l'innovazione o il miglioramento nelle diete alimentari.

Deoleo, in quanto Azienda numero uno al mondo nel settore dell'olio d'oliva di marca, con una presenza in quasi 70 Paesi, sta guidando la trasformazione del settore grazie a una strategia basata su innovazione, sostenibilità e rispetto della tradizione e della qualità. Avanziamo anno dopo anno nel nostro obiettivo di sensibilizzare 150 milioni di persone in tutto il mondo sui benefici e sugli usi dell'olio d'oliva. Nel difficile contesto di aumento dei prezzi nel 2023 e 2024, abbiamo mantenuto un alto livello di fedeltà dei consumatori grazie al posizionamento dei nostri marchi in termini di qualità, innovazione e trasparenza.

La nuova strategia 'EVOO-lution' di Deoleo, tra i suoi obiettivi, mira a ottimizzare l'efficienza lungo tutta la catena del valore e a trasformare il modello di fornitura per contenere le variazioni di prezzo.

Il nostro Protocollo di Sostenibilità promuove la modernizzazione del settore, la gestione basata sui dati e garantisce la massima qualità dei nostri marchi. La formazione e la consulenza su oliveti e frantoi sono uno dei suoi pilastri. Le nostre alleanze a lungo termine con agricoltori e frantoi garantiscono la loro stabilità economica e promuovono la loro modernizzazione, l'occupazione di qualità e il mantenimento della popolazione rurale.

# Evolutione dell'esercizio

*Il 2025 segna un passo decisivo nel processo di evolutione di Deoleo.*

*Investiamo costantemente nei nostri marchi per continuare a rafforzare il loro valore e la loro rilevanza. Allo stesso tempo, proteggiamo la sua eredità, ricercando e sviluppando nuovi modi di elaborare un olio che unisca tradizione e innovatione.*



## DATI ECONOMICI

822 M€

in vendite

50 M€

di EBITDA

158 M

di litri di olio venduti

11 %

aumento del volume di vendite

## MEDIOAMBIENTE

95

frantoi che aderiscono al nostro Protocollo di Sostenibilità (+8% vs. 2024)

40 %

della plastica utilizzata nelle nostre bottiglie proviene da materiale riciclato (+15 pp; vs. 2024)

-30 %

emissioni di CO<sub>2</sub> e vs. 2022 (scope 1, 2 e 3) convalidati da SBTi

94,4 %

dei nostri rifiuti di fabbrica ha una seconda vita

98 %

dell'energia elettrica in Deoleo è rinnovabile

349.000

ettari di oliveto con gestione sostenibile (+3% vs 2024)

-7,6 %

di riduzione di residui di plastica

36 %

di olio d'oliva acquistato attraverso i nostri frantoi certificati (+1,9% in vol vs. 2024)

79 %

delle nostre bottiglie è riciclabile (+9 punti; vs. 24)



SOCIALE

642

dipendenti

100 %

reclami di clienti risolti

27.267

ore di formazione a dipendenti  
(+27,5% vs. 2024)

32 %

di riduzione dei reclami dei nostri clienti

40 %

di rappresentanza femminile complessiva

123 M

di persone consapevoli degli usi  
e dei benefici dell'olio d'oliva  
(+45% vs. 2024)

88 %

di dipendenti che hanno partecipato a  
regolari revisioni delle prestazioni e dello  
sviluppo professionale

6,1 %

tasso di rotazione volontaria  
(-11,1% vs 2022)



GOVERNANCE

12

membri del nostro Gruppo  
Multidisciplinare sulla  
Sostenibilità

G++

Certificazione di Buon  
Governare Aziendale AENOR

87/100

di punteggio EcoVadis  
categoria Platinum,  
nell'1% delle aziende  
meglio valutate in  
termini di ESG

100 %

dei nostri principali copacker  
e fornitori di materiale ausiliario  
intervistati in ambito ESG

2°

anno con la medaglia  
Platino di EcoVadis



# Siamo Deoleo

*In qualità di Azienda leader mondiale nel settore dell'olio d'oliva di marca, lavoriamo con conoscenza e passione per creare un olio d'oliva di qualità e guidare il nostro settore verso un futuro più sostenibile.*

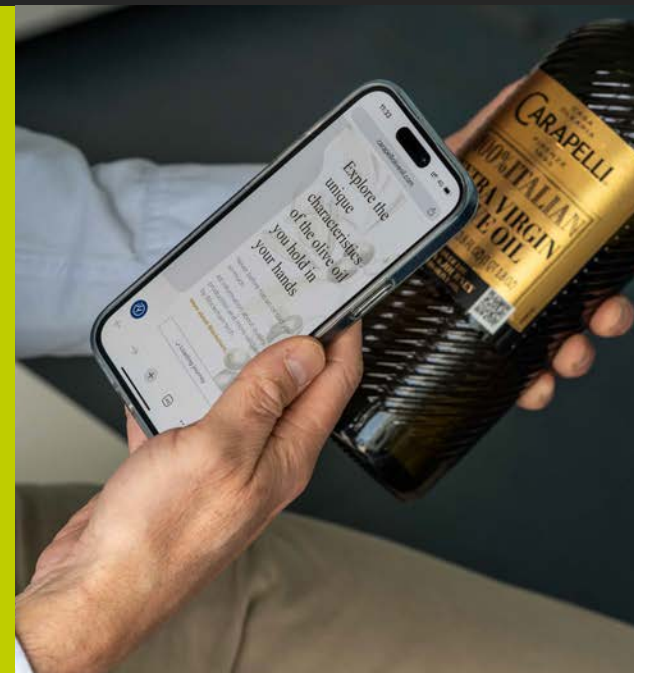
## LA NOSTRA VISIONE E LA NOSTRA AMBIZIONE

è far sì che l'essenza mediterranea sia alla portata di tutti, aspiriamo ad essere il leader indiscusso nel mondo dell'olio d'oliva.



## IL NOSTRO OBIETTIVO

Ci prendiamo  
cura di ciò che  
ti sta a cuore



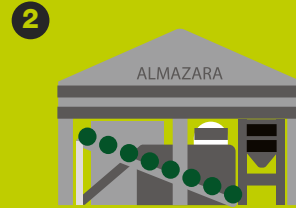
# Il nostro modello di business

*Siamo presenti in tutte le fasi del processo di produzione dell'olio d'oliva. Dal sostegno agli agricoltori che coltivano le olive alla comunicazione trasparente con i consumatori che godono dei nostri prodotti.*



## 1 AGRICOLTORI E FRANTOI

Nel 2025 abbiamo collaborato con 61.270 agricoltori e 95 frantoi certificati in base al nostro Protocollo di Sostenibilità, abbiamo promosso pratiche sostenibili e abbiamo collaborato alla gestione di 349.674 ettari di coltivazioni.



## 2 FORNITURA DI MATERIA PRIMA

Il nostro stretto rapporto con i frantoi ci consente di acquistare olio della massima qualità. Questa rete di collaborazione ci consente di garantire disponibilità, minimizzare i rischi e garantire una qualità e tracciabilità costanti alla fonte.



## 3 RICEVIMENTO E CAMPIONAMENTO: CONTROLLO QUALITÀ

Riceviamo l'olio in cisterne dalle quali preleviamo campioni di controllo che analizziamo presso i nostri laboratori interni per verificarne la conformità ai parametri di qualità. Ispezioniamo più di 2.500 serbatoi all'anno, l'80% dei quali soddisfa i nostri standard.



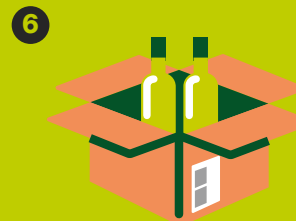
## 4 COME REALIZZIAMO L'ANALISI DELL'OLIO

Analizziamo gli oli selezionati presso i nostri laboratori per garantire che soddisfino gli standard di qualità dei nostri marchi. Consapevoli del fatto che le preferenze di gusto variano in tutto il mondo, abbiamo sviluppato profili di gusto unici basati su un'analisi sensoriale approfondita. Ogni varietà di olive ha le sue qualità specifiche che vengono trasferite al prodotto finale.



## 5 SERBATOI

L'olio viene conservato in serbatoi di acciaio inossidabile con atmosfera inerte, riducendo al minimo l'ossigeno e proteggendone gli aromi e le sfumature. La temperatura rimane controllata tutto l'anno e il panel di degustazione interno effettua continue verifiche per garantire la stabilità e l'assenza di difetti.



## 6 PRODUZIONE E CONFEZIONAMENTO

Produciamo e confezioniamo i nostri oli in Spagna e in Italia con tecnologia avanzata e tracciabilità digitale, l'85% dell'olio raffinato è prodotto al di fuori delle nostre strutture e lavoriamo con copacker allineati ai nostri standard di qualità e sostenibilità.



## 7 CLIENTI E DISTRIBUIDORI

Collaboriamo con retailer e stabilimenti di tutto il mondo per portare i nostri oli in milioni di case. Manteniamo solide relazioni commerciali e garantiamo la piena tracciabilità dal serbatoio al punto vendita.



## 8 CONSUMATORE FINALE

Promuoviamo un consumo responsabile basato sulla qualità e sulla trasparenza: 123 milioni di persone sono state raggiunte dalle nostre campagne dal 2022, abbiamo introdotto codici QR con consigli d'uso per il consumatore e abbiamo esteso la tracciabilità digitale a 51 referenze, che rappresentano circa il 36% del nostro volume. Abbiamo inoltre rafforzato il nostro posizionamento istituzionale in Spagna e a livello internazionale con un'agenda incentrata sulla difesa del settore, sull'eccellenza nella qualità e sulla sostenibilità in tutta la catena del valore dell'olio d'oliva.

# Creiamo valore attraverso la crescita

*Il piano 'EVOO-lution 2025-2028' rappresenta una visione strategica globale per Deoleo, incentrata sulla creazione di valore attraverso la crescita, la qualità e l'efficienza. Abbiamo un chiaro obiettivo di generare altri 32 milioni di euro di EBITDA; questo piano per Deoleo rappresenta una trasformazione robusta e redditizia nei prossimi anni, riaffermando il nostro impegno per l'eccellenza e la responsabilità nel settore dell'olio d'oliva.*

La roadmap è strutturata attorno a tre pilastri fondamentali che guideranno le nostre decisioni



**RAFFORZAMENTO DEI NOSTRI MARCHI E INNOVAZIONE INCENTRATA SUL CONSUMATORE**

- Consolidamento dei nostri marchi leader
- Innovazione in prodotti e formati
- Rafforzare la nostra presenza nei canali e nei mercati esistenti
- Educazione e sensibilizzazione dei consumatori



**OTTIMIZZAZIONE ED EFFICIENZA OPERATIVA**

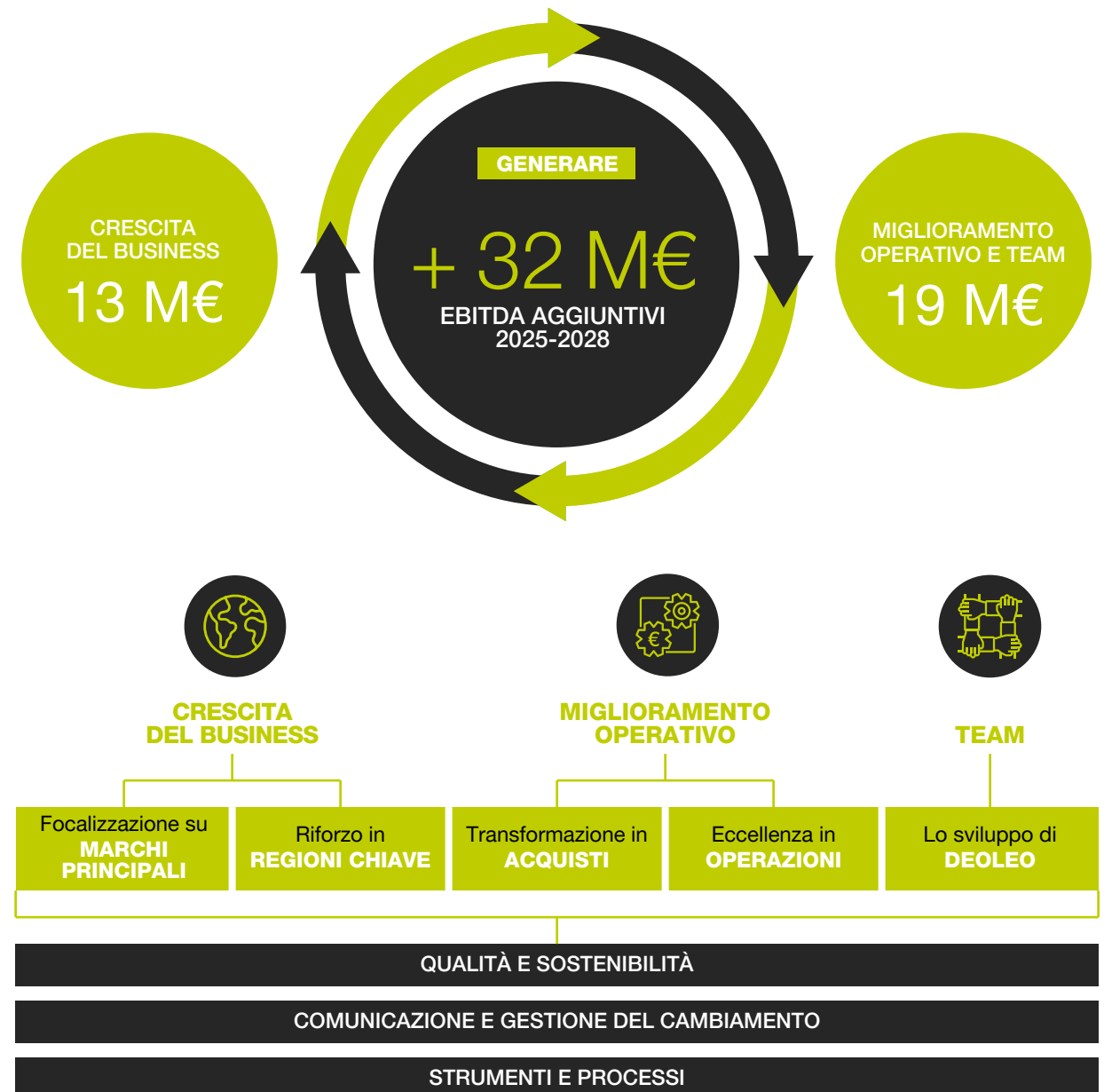
- Trasformazione della nostra Supply Chain
- Efficienza nei nostri processi produttivi
- Gestione dei costi



**LEADERSHIP NELLA SOSTENIBILITÀ E NELLA QUALITÀ DEL NOSTRO OLIO EVO**

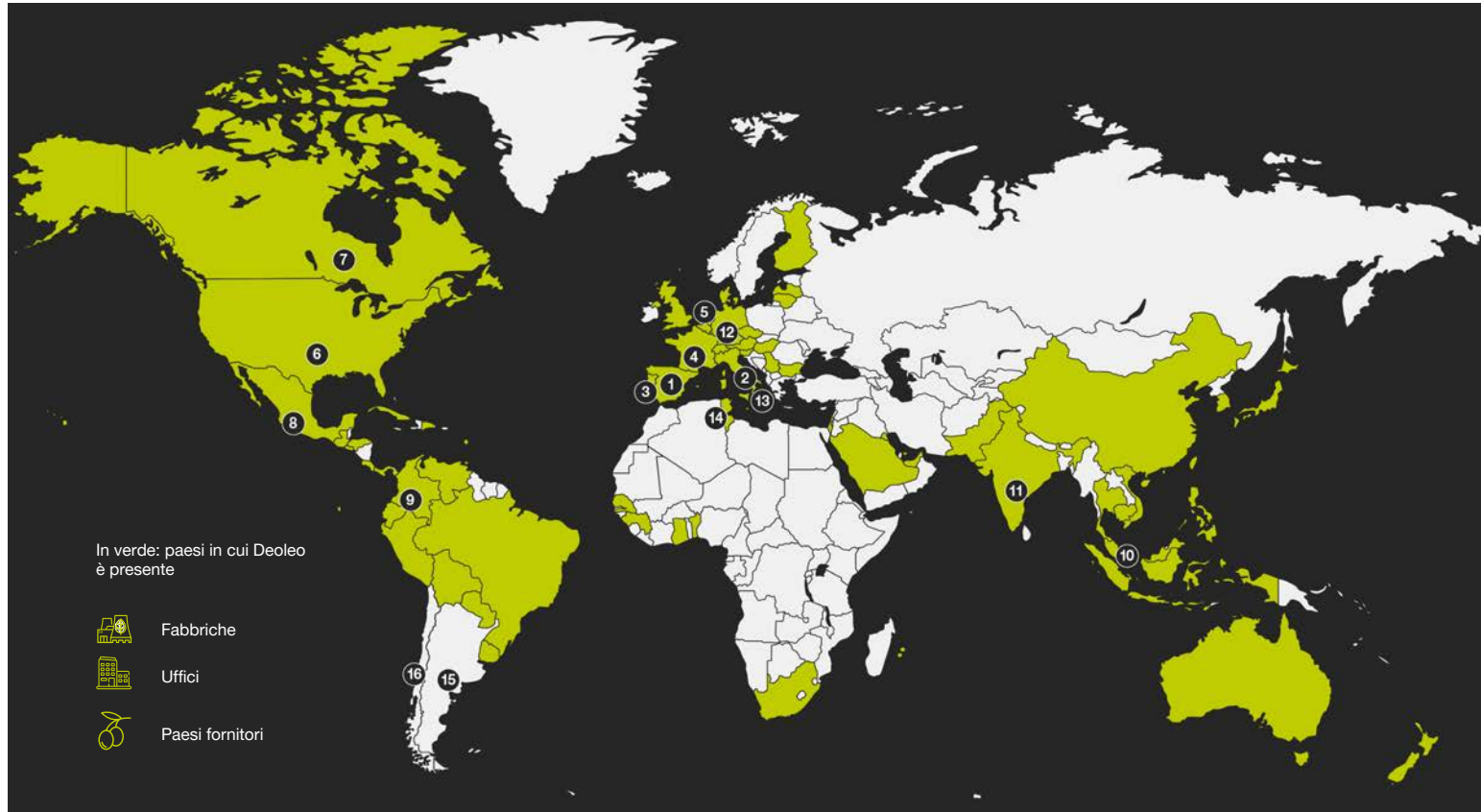
- Promozione dell'agricoltura rigenerativa
- Riduzione della nostra impronta ambientale
- Tracciabilità e trasparenza digitale
- Eccellenza nella qualità del nostro Olio EVO
- Mantenere la leadership nel talento e nelle buone prassi nella governance

## Il nostro obiettivo



# Presenza internazionale

*Il nostro ambito e scala a livello globale ci portano verso un cambiamento positivo nel settore. Ci piace guidare con l'esempio, promuovendo prassi sostenibili ed etiche, difendendo l'importanza di controlli di qualità e l'innovazione per superare le aspettative di tutti i nostri consumatori.*



68  
paesi in cui siamo presenti

2  
fabbriche in Spagna e Italia

7  
paesi fornitori di olio d'oliva

11  
uffici

642  
dipendenti

29  
marchi (olio, olive, salse e aceti)

3  
marchi (Bertolli, Carbonell e Carapelli) tra i 10 marchi più venduti a livello globale

1 Spagna		9 Colombia	
2 Italia		10 Malesia	
3 Portugal		11 India	
4 Francia		12 Germania	
5 Paesi Bassi		13 Grecia	
6 Stati Uniti		14 Tunisia	
7 Canada		15 Argentina	
8 Messico		16 Cile	



# Qualità premiata a livello mondiale

*Da oltre un secolo, i marchi Deoleo vengono riconosciuti nei più prestigiosi concorsi internazionali. La loro eccellenza, frutto della maestria, dell'origine e dell'attenzione ad ogni dettaglio, è stata riconosciuta da giurie di esperti, chef e degustatori del massimo livello.*

*Oggi, Bertolli, Carbonell e Carapelli sono tra i migliori oli d'oliva maggiormente riconosciuti a livello internazionale.*



## Bertolli Black Label

**L'ESPRESSIONE PIÙ PURA DEL CARATTERE MEDITERRANEO:** Bertolli Black Label ha conquistato le giurie dei principali concorsi mondiali, vincendo medaglie d'oro a New York, Londra e in Spagna.





## Carbonell Magna Oliva

**CARBONELL MAGNA OLIVA, GIOIELLO DELL'OLIO EVO SPAGNOLO, HA VINTO OLTRE 30 PREMI INTERNAZIONALI** (tra cui un platino e numerosi ori) ed è stato riconosciuto come uno dei migliori oli al mondo.





## Carapelli L'Ispirazione Bio

**CARAPELLI, PIÙ DI 130 ANNI DI MAESTRIA CON MEDAGLIE NEI CONCORSI PIÙ ESIGENTI:** dal MIOOA a New York, da Los Angeles a Parigi.




# Valore generato e valore distribuito

*Il nostro impegno per la creazione di valore riflette il modo in cui promuoviamo il progresso. Ogni euro generato si trasforma in investimenti, occupazione, innovazione e contributo sociale, rafforzando un modello che distribuisce ricchezza in modo responsabile e sostenibile.*

*Lavoriamo per garantire che questo impatto sia tangibile: sostenendo i nostri team, rafforzando alleanze strategiche e contribuendo attivamente alle economie in cui operiamo.*

827,3 M€

Valore generato nel 2025

815 M€

Valore distribuito nel 2025 all'economia e alla società



## VALORE ECONOMICO DIRETTO DEOLEO (Valore in migliaia di Euro)



### VALOR GENERATO

	2024	2025
Importo netto volume d'affari	996.769	825.815
Altre entrate	2.848	1.496
<b>Totale generato</b>	<b>999.617</b>	<b>827.311</b>



### VALORE DISTRIBUITO

	2024	2025
Costi operativi	976.830	724.529
Stipendi e benefici per i dipendenti	48.343	54.688
Pagamenti a fornitori di capitale	24.175	32.635
Pagamenti alle Pubbliche Amministrazioni	4.434	3.189
<b>Totale distribuito</b>	<b>1.053.782</b>	<b>815.041</b>



### VALORE

	2024	2025
<b>Totale trattenuto</b>	<b>-54.165</b>	<b>12.270</b>



**Lettera di Maria Martha Luchetti,  
Chief Marketing, Business Development  
& Sustainability Officer**

‘Ci prendiamo  
cura di ciò che  
ti sta a cuore’  
come eredità  
e motore di  
trasformazione

Ci sono decisioni che non rispondono all'urgenza del breve termine, ma alla responsabilità di lasciare un'eredità. In Deoleo sappiamo che prendersi cura dell'origine dell'olio d'oliva significa prendersi cura del futuro: quello delle persone, del pianeta e di un prodotto che fa parte della cultura e della vita quotidiana di milioni di famiglie. È questa convinzione, basata sulla fiducia e su una visione a lungo termine, che guida ogni nostro passo.

Per noi, la sostenibilità non è una promessa aspirazionale, ma una roadmap che definisce tutte le nostre decisioni. In qualità di leader a livello mondiale, assumiamo un ruolo chiave nel trasformare questo impegno in un impatto reale, costruendo un business responsabile, con marchi coerenti, trasparenti e rilevanti che entrano in contatto con i consumatori. Il nostro proposito ('Ci prendiamo cura di ciò che ti fa bene') è il filo conduttore che allinea la nostra innovazione strategica con gli impegni ESG indicati in questo Rapporto di Sostenibilità.

Nel 2025 abbiamo consolidato una proposta di valore trasformatrice che integra qualità, eccellenza e prossimità. Il nostro Protocollo di Sostenibilità è oggi uno standard di riferimento, e ha certificato 95 frantoi e quasi 350.000 ettari, coinvolgendo più di 60.000 agricoltori in aree geografiche chiave come Spagna, Italia, Portogallo, Grecia, Argentina e Cile. Grazie a questo sforzo collettivo, il 36% dell'olio extravergine di oliva commercializzato da Deoleo è di origine sostenibile, in un contesto di significativo aumento del volume totale di acquisti di questa categoria.

Ciò rappresenta un aumento annuale del 12% nel volume di olio prodotto in modo sostenibile immesso sul mercato, consolidando i progressi verso il nostro obiettivo di raggiungere il 70% di Olio EVO acquistato da frantoi certificati come sostenibili entro il 2030.

*“Essere leader mondiali ci esige di dimostrare, con i fatti, che è possibile crescere in modo responsabile. Dai nostri stabilimenti alimentati da energia rinnovabile alla certificazione di frantoi considerati sostenibili, stiamo definendo uno standard internazionale che trasforma la sostenibilità in un vero e proprio vantaggio competitivo per i nostri marchi e per il settore.”*

# 36,0 %

dell'olio extravergine di oliva commercializzato da Deoleo proviene da fonti sostenibili

# 158 M

di litri di olio di oliva venduti

Questo progresso si traduce in risultati ambientali tangibili negli stabilimenti — Cordoba (Spagna) e Tavarnelle (Italia) — dove produciamo i nostri oli: utilizziamo energia rinnovabile nel 98% delle operazioni, ricicliamo il 94% dei rifiuti prodotti e utilizziamo plastica riciclata nel 40% dei contenitori. Inoltre, la natura stessa del prodotto ha un impatto ambientale positivo, con 10,7 kg di CO<sub>2</sub> assorbiti dagli ulivi necessari per produrre ogni litro d'olio. Sono indicatori che confermano come la sostenibilità e l'eccellenza operativa procedano in modo integrato, coerente e con una chiara visione a lungo termine.

Ma la nostra ambizione va oltre il prodotto. Vogliamo arrivare a 150 milioni di persone entro il 2030, aiutandole a comprendere cosa si nasconde dietro ogni bottiglia: il lavoro quotidiano in campagna, l'innovazione applicata alle nostre formule, la tracciabilità completa e il nostro impegno per la tutela dell'ambiente.

I marchi di Deoleo rappresentano il principale strumento per amplificare questo impatto positivo, diffondendo l'essenza mediterranea in 68 paesi e tre continenti con un'offerta che unisce l'ambito globale e la rilevanza locale.

**Bertolli**, Il marchio di olio d'oliva numero 1 al mondo è un chiaro esempio di come la sostenibilità si converta in rilevanza culturale e crescita responsabile sin dal 1865. Con una presenza strategica in mercati chiave come Stati Uniti, Canada, Germania, Australia, Paesi Bassi e India, il marchio adatta l'essenza mediterranea alle abitudini locali senza perdere autenticità. Campagne come The good living recipe e il lancio di nuove forme di packaging come il formato *Drezz & Drizz*, assieme a prodotti quali Bertolli *Barbacue*, ne sono una prova tangibile. Queste proposte, basate su un solido storytelling, sulla formazione culinaria e su formati innovativi, hanno rafforzato il posizionamento del marchio e la sua capacità di entrare in contatto con nuovi consumatori, specialmente in mercati in cui le abitudini locali determinano l'andamento del settore.

**Carapelli**, marchio italiano fondato nel 1893, con una forte presenza in Italia e in Francia e in piena espansione negli Stati Uniti, ha migliorato l'esperienza dei consumatori attraverso l'innovazione responsabile.

Soluzioni come Carapelli Blu, concepita per proteggere la qualità e la freschezza dell'olio dalla luce, o le edizioni limitate di *blend* premium con tracciabilità tramite codici QR, rafforzano la trasparenza e la fiducia. A ciò si aggiungono collaborazioni con chef locali e laboratori gastronomici che avvicinano il valore dell'olio d'oliva sostenibile alle nuove generazioni, aumentando la loro preferenza per opzioni più responsabili.

**Carbonell**, marchio iconico in Spagna e con una presenza consolidata nei mercati latinoamericani, continua a tessere un solido ponte tra tradizione e vita contemporanea. Attraverso programmi educativi legati ai progetti europei Soil O-Live e Olivitech, e con il lancio del nuovo formato di bottiglia per l'olio (che integra un codice QR per rafforzare la tracciabilità e la trasparenza sull'origine del prodotto), il marchio conferma la sua chiara scelta a favore di formati innovativi, concepiti per un consumatore sempre più informato ed esigente.

Questo approccio di marchio si basa su iniziative come il secondo congresso Creciendo Juntas (Crescendo insieme), una piattaforma per dare voce alle donne del settore oleicolo, che rafforza il nostro impegno sociale in un'organizzazione in cui il 40% del personale è costituito da donne e che opera con rigore per garantire l'assenza di divario salariale.

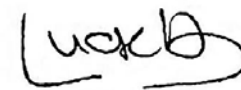
Nel complesso, questo rapporto dimostra che la sostenibilità genera un valore reale e duraturo, sia per il business che per la società nel suo insieme.

Il riconoscimento con la Medaglia di Platino di EcoVadis o la certificazione di Buona Governance di AENOR attestano la solidità, la governance e la credibilità del nostro modello.

Guardando al futuro, la roadmap **'EVOO-lution'** integra la sostenibilità e l'innovazione come leve fondamentali per accelerare la trasformazione. La strategia ci aiuterà a valorizzare l'olio d'oliva come eredità viva e condivisa. Un percorso in cui sostenibilità e business avanzano in perfetta sintonia, e in cui ogni decisione conta.

Invitiamo agricoltori, clienti, regolatori, investitori, dipendenti e consumatori a far parte di questa storia.

Il presente rapporto è stato redatto secondo i più elevati standard internazionali e sottoposto a revisione indipendente, poiché riteniamo che la sostenibilità, per essere credibile, debba essere misurabile, comparabile e verificabile. I riconoscimenti esterni ottenuti rafforzano questa convinzione e confermano la solidità del nostro approccio. Continuiamo a prenderci cura di ciò che si fa bene — con ambizione e responsabilità — affinché l'olio d'oliva continui ad essere un'eredità viva, oggi e per le generazioni future.



**Maria Martha Luchetti**

Chief Marketing, Business Development and Sustainability Officer

# Strategia di sostenibilità:

## CI PRENDIAMO CURA DI CIÒ CHE TI STA A CUORE

*L'olio d'oliva fa così bene alla salute che merita la massima cura lungo tutta la filiera, e noi vogliamo preservare questa eredità secolare per le generazioni future.*

*Per questo fondiamo la nostra strategia di sostenibilità sull'impegno a prendersi cura dell'olio dalla campagna fino alla tavola, riducendo il nostro impatto sull'ambiente e sostenendo al contempo coloro che lo rendono possibile. Questi sono i pilastri della nostra strategia:*



## Crescere insieme

### AMBIENTE

La nostra strategia di sostenibilità inizia nell'oliveto, dove promuoviamo pratiche agricole sostenibili nei confronti del pianeta e delle persone. In questo modo, aiutiamo il settore agricolo ad adattarsi ai cambiamenti e garantiamo che, insieme alle sue comunità, continuiamo a crescere insieme dal punto di vista ambientale.

## Blends fatti con amore

### QUALITÀ E AMBIENTE

Puntiamo costantemente ai più elevati standard nelle nostre attività, offrendo prodotti integri, riducendone l'impatto ambientale e condividendo con i consumatori, attraverso i nostri marchi, la passione per la qualità che guida il nostro impegno a mantenere ed elevare l'eccellenza dell'olio d'oliva a livello mondiale.

## Ci prendiamo cura di te

### SOCIALE

Il nostro impegno include i nostri consumatori, dipendenti, clienti e fornitori, che rendono possibile che i nostri marchi raggiungano coloro che li apprezzano. Ci adoperiamo per migliorare le condizioni dei nostri team e dei nostri fornitori e garantiamo una comunicazione trasparente con i nostri consumatori, sensibilizzandoli sui benefici dell'olio d'oliva e promuovendo un'alimentazione equilibrata.

## Attività responsabile

### GOVERNANCE

Alla base di tutto ciò che facciamo c'è l'impegno a essere un'azienda etica. Per raggiungere questo obiettivo, intendiamo continuare ad agire in modo onesto e ad assumerci la responsabilità delle nostre azioni. In questo modo, intendiamo innalzare gli standard del settore per quanto riguarda le pratiche sostenibili e la governance responsabile.

# I nostri progressi ESG nel 2025

## Fattori chiave a livello ambientale

### PROTOCOLLO DI SOSTENIBILITÀ

Il nostro Protocollo di Sostenibilità è diventato una leva chiave per professionalizzare e modernizzare il settore olivicolo, promuovendo un cambiamento reale proprio là dove nasce l'olio: nei campi e nei frantoi. Questo strumento non solo definisce criteri ambientali rigorosi, ma accompagna agricoltori e produttori in un processo graduale di miglioramento che rafforza la resilienza del settore di fronte alle attuali sfide climatiche.

### DECARBONIZZAZIONE INTEGRALE

La nostra strategia di decarbonizzazione sta trasformando il nostro modo in cui operiamo e promuovendo un modello energetico pulito lungo l'intera catena di valore. Oggi i nostri stabilimenti funzionano al 100% con energia elettrica rinnovabile, un traguardo che, insieme ai miglioramenti operativi e agli audit ambientali, ci ha permesso di avanzare verso una riduzione costante delle emissioni di gas serra, in linea con gli impegni internazionali dell'SBTi. Questo approccio, che integra efficienza energetica, ottimizzazione industriale e tecnologie a basso impatto, accelera la riduzione della nostra impronta ambientale e definisce un nuovo standard per il settore, dimostrando che è possibile crescere pur avanzando verso un futuro neutro dal punto di vista climatico.

### RIDUZIONE DELLA PLASTICA ED ECONOMIA CIRCOLARE

Stiamo ridefinendo l'uso dei materiali nella nostra catena del valore attraverso un modello circolare che privilegia l'efficienza e la riduzione dell'impatto ambientale. Abbiamo ridotto l'uso di plastica vergine dell'11,4% rispetto al 2020 e abbiamo raggiunto una quota del 40% di plastica riciclata nei nostri contenitori, raggiungendo con cinque anni di anticipo l'obiettivo fissato per il 2030. Nei nostri stabilimenti, il 94,4% delle operazioni è già a "Zero rifiuti" e ci impegniamo attivamente per trasformare i sottoprodotti agricoli e i rifiuti industriali in nuove risorse, riducendo così gli sprechi e i costi. Queste misure consolidano un sistema produttivo più responsabile e moderno, in grado di spingere il settore verso pratiche realmente circolari.



## Fattori chiave a livello sociale

### CI PRENDIAMO CURA DEL NOSTRO PERSONALE

Nell'ambito della strategia S-ITE, il nostro modello di gestione del talento si articola attorno a un triplice approccio — Inclusion (I), Talento (T) ed Eccellenza (E) — e come asse trasversale Sostenibilità (S). Questo ambito promuove una cultura incentrata sulle persone e lo sviluppo continuo. Nel 2025, l'88% del personale ha partecipato a processi formali di valutazione e crescita, e abbiamo aumentato del 27% le ore di formazione rispetto all'anno precedente. Tutto ciò appare nel sondaggio tra dipendenti People Survey. Stiamo anche avanzando verso un'organizzazione più equilibrata e rappresentativa, con una presenza femminile complessiva del 40% e un divario salariale praticamente nullo (0,61%). La strategia del talento consolida così una cultura in cui benessere, uguaglianza ed eccellenza professionale sono i motori strategici della nostra evoluzione.

### QUALITÀ E TRASPARENZA IN TUTTA LA CATENA DI VALORE

Il nostro impegno nei confronti delle persone della nostra catena del valore si concretizza in standard lavorativi responsabili, formazione tecnica continua e una tracciabilità più robusta. Valutiamo secondo i criteri ESG il 100% dei fornitori di materiali ausiliari e packaging del prodotto, garantendo il rispetto delle pratiche etiche e sociali lungo l'intera filiera. Inoltre, abbiamo impartito 12 workshop a oltre 250 agricoltori in Spagna, Portogallo e Grecia, rafforzando le competenze in materia di sostenibilità agricola. Un passo avanti fondamentale è stata l'espansione della tracciabilità tramite codice QR, già implementata su 51 referenze di olio EVO di diversi marchi, che rappresentano il 36% del volume totale di olio EVO commercializzato.

### COMUNICAZIONE CON CONSUMATORI

Mettiamo il consumatore al centro attraverso informazioni chiare, tracciabilità digitale e una sensibilizzazione attiva sui benefici dell'olio d'oliva. Le nostre campagne di sensibilizzazione hanno già raggiunto 123 milioni di persone dal 2022, facendo conoscere i benefici dell'olio d'oliva e della dieta mediterranea a consumatori più informati ed esigenti. Grazie al codice QR integrato nei nostri prodotti (che offre un accesso diretto alle informazioni relative a origine, qualità e lavorazione) miglioriamo l'esperienza del consumatore e favoriamo decisioni più consapevoli. Inoltre, abbiamo risolto il 100% dei reclami, rafforzando la fiducia e la qualità del servizio.



## Fattori chiave a livello di governance

### CULTURA AZIENDALE

La nostra cultura aziendale si fonda sui principi di sostenibilità, etica, qualità e leadership, integrati a tutti i livelli dell'Azienda. Questo approccio si basa su quattro pilastri: creazione di una cultura in linea con i nostri valori, sviluppo e adozione di comportamenti responsabili, promozione e diffusione di buone prassi e valutazione e monitoraggio continuo. Tutto ciò garantisce rapporti trasparenti e coerenti con i nostri stakeholder e consolida un quadro organizzativo basato sull'integrità e la responsabilità.

### PREVENZIONE DI COMPORTAMENTI ILLECITI

Rafforziamo un sistema solido di integrità che unisce un quadro normativo chiaro (Politica Anticorruzione, Codice di Condotta e Politiche sugli Acquisti), l'individuazione tempestiva dei rischi attraverso l'omologazione ESG e controlli lungo la catena del valore, nonché meccanismi di controllo interni quali audit, separazione delle funzioni e verifiche finanziarie. Il tutto è completato da un Canale Etico anonimo e confidenziale, attivo tutto l'anno e sottoposto a supervisione indipendente, che garantisce trasparenza e un intervento immediato in caso di qualsiasi indizio di corruzione o concussione.

### LEADERSHIP NELLA BUONA GOVERNANCE E NELL'ETICA AZIENDALE

Il nostro impegno in materia di governance ha ottenuto un riconoscimento a livello internazionale: abbiamo riconfermato la medaglia Ecovadis Platino con un punteggio di 87/100 e abbiamo mantenuto la certificazione AENOR di Buona Governance Aziendale con il massimo punteggio (G++). Siamo stati la prima azienda del settore dei beni di largo consumo ad aver ottenuto questa certificazione. Questo è il nostro impegno reale nei confronti della trasparenza, la qualità operativa e le pratiche responsabili in tutta l'organizzazione.



Deoleo®  
The Olive Oil Company.

Ci prendiamo cura di ciò che ti sta a cuore