



BILANCIO DI

RESPONSABILITÀ
SOCIALE D'IMPRESA

2021





BILANCIO DI

RESPONSABILITÀ
SOCIALE D'IMPRESA

2021

INDICE

È STATO PREMIATO
COME IMBALLAGGIO
INNOVATIVO

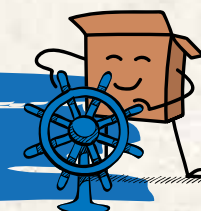


**Pluriball in carta
100% riciclata**
ha ottenuto
questo speciale
riconoscimento.

Lettera agli Stakeholder	4
Perché un Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa	6
RAJA Italia: il nostro 2021 in numeri	8
Il nostro impegno	10

CAPITOLO 1

RAJA ITALIA 12



1.1 Il profilo societario di RAJA Italia	14
1.2 RAJA Italia, una storia di Gruppo	20
1.3 RAJA Italia, un'azienda impegnata	22

CAPITOLO 2

LA NOSTRA VISIONE DI SOSTENIBILITÀ 28



CAPITOLO 3

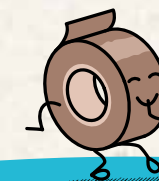
L'APPROCCIO DI RAJA ITALIA PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE 40



3.1 Le 5 R dell'imballaggio di RAJA	44
3.2 Gestione responsabile di consumi ed emissioni	48

CAPITOLO 4

LA NOSTRA OFFERTA 50



4.1 Prodotti e servizi per tutte le esigenze	52
4.2 Tra qualità e certificazioni di prodotto	54
4.2.1 L'offerta ecosostenibile	56
4.3 I fornitori del Gruppo RAJA e l'approvvigionamento responsabile	58

CAPITOLO 5

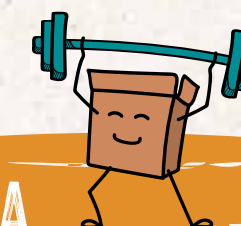
LE NOSTRE PERSONE 62



5.1 L'attenzione ai dipendenti RAJA Italia	64
5.1.1 La valorizzazione delle nostre persone: tra selezione, formazione e valutazione	66
5.1.2 Inclusione, coinvolgimento e benessere delle nostre persone	68
5.2 Salute e sicurezza negli ambienti di lavoro	70

CAPITOLO 6

RAJA ITALIA E LA COMUNITÀ 74



Nota metodologica	78
Appendice	79
Indice dei Contenuti GRI	89

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

DALLA STORIA DI SUCCESSO DI RAJA FRANCIA ALLO SVILUPPO DI RAJA ITALIA

Il 2021 è stato un anno di risultati straordinari per RAJA Italia. Risultati che hanno favorito l'assunzione di nuovi collaboratori in tutti i dipartimenti per accompagnare una crescita economica superiore al 26% rispetto allo scorso anno, pari a 35,4M€ di ricavi.

Siamo riusciti a raggiungere tutto questo nonostante le difficoltà e lo scenario socioeconomico non del tutto favorevole, **grazie a valori come l'impegno, la collaborazione e il rispetto dell'etica**. Condividendo parte del valore che abbiamo generato con associazioni che operano nel sociale.

Per RAJA Italia è stato anche l'anno in cui la **presa di coscienza verso uno sviluppo sempre più sostenibile e responsabile**, si è fatta ancora più forte e si è concretizzata nella scelta di redigere il **primo Bilancio di responsabilità sociale d'impresa**, strumento fondamentale per condividere con i nostri stakeholder le nostre performance e il percorso che ci impegniamo ad intraprendere. **Vogliamo che il nostro impegno sia tangibile.**

Tradizionalmente, **il packaging svolge un ruolo fondamentale nella protezione dei prodotti**: ha il compito di conservare, preservare e proteggere il contenuto. Ma è anche attraverso l'imballaggio che **le aziende possono veicolare messaggi e valori aziendali**, come l'attenzione all'ambiente, e noi di RAJA Italia vogliamo essere al loro fianco in questo. Infatti, uno dei principali temi della **transizione ecologica** negli ultimi anni è diventato proprio



l'imballaggio ed è per questo che si può parlare di **ruolo etico**, dove gli imballaggi sono chiamati a rispondere a nuove istanze connesse alla **sostenibilità ambientale, sociale ed economica**.

RAJA Italia desidera svolgere un ruolo di primo piano nella **transizione ecologica degli imballaggi** a tutti i livelli:

- **incentivando i fornitori** alla ricerca e creazione di **soluzioni innovative di imballaggio**
- **offrendo soluzioni eco-compatibili**
- **informando e guidando i propri clienti** nella scelta e nel corretto uso degli imballaggi, favorendo **l'economia circolare**
- **privilegiando i canali di vendita digitali**
- limitando le **emissioni di CO₂** durante le consegne.

Il Gruppo RAJA, dalla sua nascita si è costantemente impegnato nell'affermare il suo ruolo non solo economico, ma anche sociale all'interno del **mercato del packaging**, riconoscendo all'azienda una responsabilità sociale d'impresa nei confronti dei collaboratori, dei clienti, dei fornitori e dell'ambiente.

Questa responsabilità è stata tradotta con **azioni e impegni** che possano agevolare uno sviluppo sostenibile del business. Impegni che nel 2006 hanno portato alla creazione della **Fondazione RAJA-Danièle Marcovici** che lavora con l'obiettivo di contribuire alla **promozione dell'emancipazione femminile** in Francia e nel mondo. A questo si affianca l'ambizioso obiettivo di alimentare la strategia di business di **convertire entro il 2025 l'intera gamma in vendita con prodotti 100% riciclati o riciclabili**.

Per questo, non ci accontenteremo dei risultati raggiunti oggi, ma **continueremo a portare avanti la nostra innata propensione al miglioramento**.

Pur consapevoli che questo Bilancio sia solo un punto di inizio del nostro cammino, siamo certi di aver messo in campo solide basi per la **costruzione di un futuro sostenibile**.

Il nostro impegno è quello di fare della sostenibilità e dell'**agire responsabilmente** un asset strategico dell'azienda con cui misurare il valore dei nostri risultati, perché crediamo che il successo di lungo periodo si può definire tale solo se sa **creare valore condiviso**.

Loenza Zanardi
Direttore Generale RAJA Italia



PERCHÉ UN BILANCIO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA?

Nella definizione di impegno sono presenti due significati fondamentali: **"l'obbligo verso un'altra persona o verso un gruppo di persone, con le quali ci si impegna a fare qualcosa"** e **"...l'impiego di tutta la propria buona volontà e di tutte le proprie forze per fare qualcosa"**.

Le **motivazioni** per cui abbiamo deciso di redigere un bilancio di responsabilità sociale d'impresa stanno tra queste parole. Il percorso che ci ha portato fino a qui non è stato un obbligo ma un dovere, che sentiamo forte:

- PER I NOSTRI COLLABORATORI PERCHÉ ATTRAVERSO QUESTO BILANCIO POSSANO ESSERE GLI ATTORI PROTAGONISTI DI UNA CULTURA AZIENDALE SEMPRE PIÙ ATTENTA AI BISOGNI DELLE PERSONE, DELLA SOCIETÀ E DELL'AMBIENTE.

Crediamo nei nostri collaboratori come **ambasciatori di buone pratiche** e vogliamo testimoniarlo in questo documento.

- PERCHÉ CON I NOSTRI PRODOTTI CI IMPEGNIAMO NELLA RICERCA DI NOVITÀ CHE POSSANO RAPPRESENTARE SOLUZIONI DI IMBALLAGGIO SEMPRE PIÙ SOSTENIBILI.

Siamo coinvolti al fianco dei nostri clienti nella **transizione ecologica** e vogliamo che le aziende che scelgono RAJA Italia lo facciano consapevoli di lavorare con un partner che certifichi il suo impegno.

- PERCHÉ È IL PIANETA CHE CE LO STA CHIEDENDO, A GRAN VOCE.

Anche attraverso i suoi rappresentanti.

“

Siamo già nei guai. La stabilità da cui tutti dipendiamo si sta spezzando. Questa è una storia di disuguaglianza, oltre che di instabilità.

Sir David Frederick Attenborough

”

Il 2021 è stato l'anno in cui abbiamo deciso che era il momento che questo percorso prendesse vita. Ma nell'operato di RAJA Italia questo tema è sempre stato centrale, chiaro e deciso. Oggi è tempo che diventi concreto e tangibile. Perché ora? Perché la nostra azienda è cresciuta sì è strutturata e questa **consapevolezza sulla sostenibilità** è maturata in maniera evidente. Perché vogliamo **avere obiettivi sfidanti, raggiungerli e confrontarli con i KPI** di un mercato sempre più orientato a queste tematiche. Per gli obiettivi che non raggiungeremo vogliamo **lavorare ancora di più e capire**, dai dati, dove avremmo potuto fare meglio.

L'augurio per questo primo bilancio di responsabilità sociale d'impresa sta ancora nelle parole di Attenborough, nel suo **accorato e sincero appello all'umanità:**

“

È così che la nostra storia dovrebbe finire? Una storia della specie più intelligente condannata da quella caratteristica fin troppo umana di non riuscire a vedere il quadro più ampio nel perseguimento di obiettivi a breve termine...

”

LAVORIAMO INSIEME PERCHÉ QUESTO SIA POSSIBILE.



RAJA ITALIA: IL NOSTRO 2021 IN NUMERI



61% DONNE

SU 72
COLLABORATORI TOTALI

(totale dipendenti +22%
rispetto al 2020,
80% assunti under30)



+147%

SPONSORIZZAZIONI,
DONAZIONI ED
EROGAZIONI LIBERALI

rispetto al 2020



27.700 CLIENTI

SERVITI IN ITALIA

su oltre
2.000.000 DI CLIENTI
IN EUROPA



100%

DEI FORNITORI
hanno firmato
LA CARTA DEGLI ACQUISTI
ECO-RESPONSABILE
di RAJA, che include
gli impegni relativi ai criteri
sociali e ambientali



78%

DELLA SPESA
è approvvigionata
LOCALMENTE



35,4 ML

DI RICAVI

in crescita del 26%
rispetto al 2020

IL NOSTRO IMPEGNO

RAJA Italia mira a migliorare il proprio impatto sulla società in termini economici, sociali e ambientali attraverso la definizione di una serie di obiettivi a medio-lungo termine, i quali rappresentano un impegno che la Società si assume nei confronti dei propri stakeholder:



TEMI AMBIENTALI

OBIETTIVO	STATO DI AVANZAMENTO E TARGET
Eliminare l'uso della plastica vergine entro il 2025.	Nel 2022 i prodotti in plastica riciclata rappresentano il 31% dei prodotti in plastica, l'obiettivo per il 2025 è il 50%.
Allargare la gamma dei prodotti green (una componente di questa gamma è rappresentata dai prodotti certificati FSC/PEFC, sui quali vengono fissati obiettivi anche sul numero di fornitori).	Nel 2022 i prodotti green sul totale prodotti rappresentano il 62%, l'obiettivo per il 2025 è all'80%. Stesso discorso sul numero dei clienti che acquistano prodotti green: dal 50% del 2022 al 65% del 2025.
Aumento acquisti fornitori Italia vs fornitori esteri (una componente è anche il miglioramento del catalogo con una riduzione referenze acquistate dalla casa madre a fronte di un aumento di acquisti presso fornitori locali).	Nel 2022 i Fornitori Italia rappresentano il 79% del totale Fornitori, l'obiettivo è arrivare gradualmente all'85% nel 2025.
Riduzione dell'invio dei cataloghi cartacei e Aumento delle vendite (e dei clienti) di prodotti green.	Riduzione costante del numero dei cataloghi inviati (-5% nel 2025) ed incremento delle vendite dei prodotti green (49% nel 2022 - target 65% nel 2025).

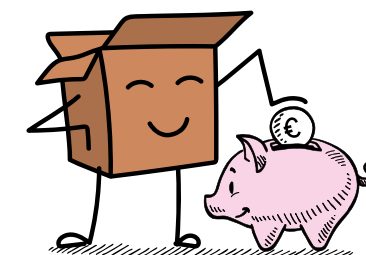
TEMI SOCIALI

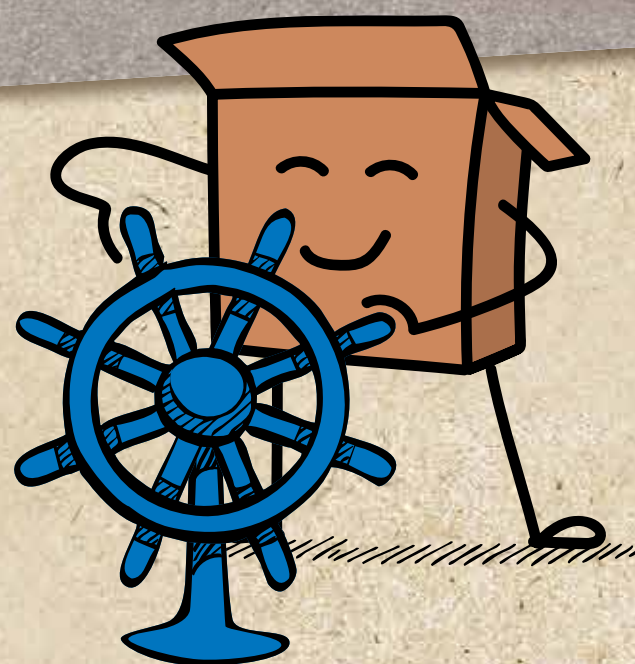
OBIETTIVO	STATO DI AVANZAMENTO E TARGET
Formalizzare le pratiche di gestione delle Risorse Umane in tema di remunerazione e migliorare la documentazione esistente.	Definizione regole per assegnazione auto aziendali e Procedura gestione benefit entro il 2024.
Ampliamento delle attività di coinvolgimento della popolazione aziendale.	Attivazione di nuove convenzioni entro il 2025. Piano editoriale con tematiche HR (recruiting, convenzioni, welfare, posizioni ecc.) e aggiornamenti amministrazione personale entro il 2023. Eventi aziendali e team building entro il 2025.
Avvio percorso certificazione SA 8000.	Entro 2025.



TEMI ECONOMICI

OBIETTIVO	STATO DI AVANZAMENTO E TARGET
Sviluppare un Vendor Rating.	Nuovo processo avviato nel 2022 si prevede di raggiungere la totalità dei fornitori di merce (continuativi) entro fine 2023.
Miglioramento del proprio rating delle recensioni e ridurre i tempi di risposta per aumentare la soddisfazione dei clienti.	2021/2022 si attesta al 4,7, obiettivo del 4,8 per il biennio 2023/2024.





CAPITOLO 1

RAJA ITALIA

- | | | |
|-----|--------------------------------------|----|
| 1.1 | Il profilo societario di RAJA Italia | 14 |
| 1.2 | RAJA Italia, una storia di Gruppo | 20 |
| 1.3 | RAJA Italia, un'azienda impegnata | 22 |

1. RAJA ITALIA

1.1 IL PROFILO SOCIETARIO DI RAJA ITALIA

RAJAPACK S.r.l. (di seguito "RAJA" o "RAJA Italia") è una società a responsabilità limitata con socio unico, nonché filiale italiana del **Gruppo RAJA**, leader europeo nella distribuzione multicanale di packaging, imballaggi e forniture per l'ufficio.

Il core business della Società situata a Castel San Giovanni in provincia di Piacenza, sede degli uffici e del magazzino, è il commercio al dettaglio per corrispondenza di generi di imballo, scatole, film estensibile, film a bolle, pallets in legno e in plastica, e materiale per il confezionamento di nastri adesivi.

Per la vendita di sistemi e forniture di imballaggio alle aziende, il Gruppo RAJA utilizza una **strategia multicanale** che considera il proprio punto di forza e che le permette di rimanere sempre in contatto con i propri clienti, attraverso **cataloghi, siti web, canali social, telefono o esperti sul campo**.

Questa strategia di business ha consentito a RAJA Italia di estendere i propri servizi e vendere i suoi prodotti in tutta Italia.

La maggior parte dei clienti (68%), responsabile del 78% delle vendite, si trova nel nord Italia. I principali settori serviti nel 2021 sono **industria, grande distribuzione, commercio all'ingrosso, online business, trasporti e logistica e servizi**. Il focus di RAJA Italia sui propri clienti si declina anche in una serie di servizi correlati all'offerta di prodotti, quali consulenza mirata e professionale, **consegna veloce e garantita in 24/48h** e personalizzazione dei prodotti.

LA STRATEGIA MULTICANALE DI RAJA ITALIA

MEDIA

TELEFONO

BLOG

MEETINGS

CHAT

NEWSLETTER

EVENTI

CATALOGO

SITO WEB

ESPERTI PRESSO
LA TUA AZIENDA

EMAIL



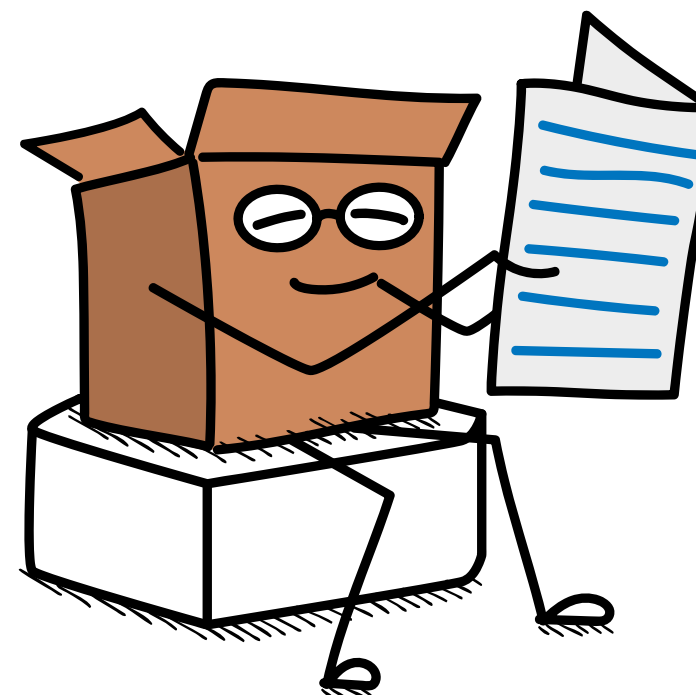
Trattandosi di una **Business Unit autonoma** ma governata al 100% dalla casa madre, la governance di RAJA Italia è costituita a livello apicale dal **Presidente del Consiglio di Amministrazione Daniele Kapel-Marcovici**, rappresentante dell'impresa e CEO del Gruppo RAJA; dall'**Amministratore Delegato Daniel Cohen** e dal **Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione Vincent Terradot**.

Inoltre, dal **Direttore generale RAJA Italia Lorenza Zanardi**, approvatrice del presente Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa, rappresentante dell'impresa e procuratrice per il socio unico e Capogruppo RAJA S.A. France.

I criteri utilizzati per la nomina e selezione dei membri del massimo organo di governo fanno riferimento alle politiche presenti per la gestione della materia per la casa madre e ai principi e ai valori presenti all'interno del **Codice Etico aziendale**, nonché all'indipendenza e valorizzazione della diversità e alla competenza ed esperienza in diversi ambiti ambientali, sociali ed economici.

L'attuale Consiglio di Amministrazione del Gruppo RAJA è composto da una donna e due uomini, di cittadinanza francese e di età superiore ai 50 anni:

NOME E COGNOME	CARICA	DATA ATTO DI NOMINA	DURATA IN CARICA	ESECUTIVO/ NON ESECUTIVO
DANIELE MARCOVICI	Presidente del Consiglio di Amministrazione	01/07/2005	Fino alla revoca	Esecutivo
DANIEL COHEN	Amministratore Delegato	17/01/2019	Fino alla revoca	Esecutivo
VINCENT TERRADOT	Vicepresidente del Consiglio di Amministrazione	01/07/2005	Fino alla revoca	Esecutivo



Ad oggi, la governance del Gruppo non prevede la presenza di comitati endoconsiliari e non prevede processi di **valutazione dei membri sui temi legati alla sostenibilità**. Tuttavia, il Direttore Generale di RAJA Italia è soggetto ad una valutazione delle sue performance rispetto ad **obiettivi di business** (economici, di gestione e di progetto). La valutazione avviene attraverso la compilazione di un **report dedicato** a cui segue un colloquio con il Direttore Sviluppo per le diverse entità.

La presidente, l'amministratore delegato e il vicepresidente del Consiglio di Amministrazione compongono altresì il **Comitato Strategico Centrale**, il quale si riunisce due volte all'anno per definire i **valori aziendali, la strategia del Gruppo e le linee guida**, anche in tema di sostenibilità, e di approvare gli obiettivi e le azioni attuative. Tali decisioni vengono successivamente declinate in tutte le filiali, compresa RAJA Italia.

La supervisione dell'**attuazione delle progettualità** in tema di sostenibilità in Italia è affidata al Direttore generale che effettua regolarmente riunioni informali con i responsabili delle funzioni aziendali al fine di esaminare l'andamento della gestione, prendendo in considerazione, tra le altre, anche le performance su temi economici, ambientali e sociali, oltre ad eventuali segnalazioni pervenute da parte di portatori di interesse.

Il Comitato, si riunisce annualmente per la **condivisione del budget di Gruppo** e per le **business review** con le filiali, queste svolte con una frequenza minima annuale. Inoltre, il Gruppo RAJA si è prefissato l'obiettivo di introdurre nella propria struttura di governance un **Direttore di Gruppo specializzato in CSR e Qualità, Salute e Sicurezza e Ambiente** sostenibili entro il 2023.

In linea con tale obiettivo, nel corso del 2021 **RAJA Italia ha offerto un corso di formazione sulle tematiche ESG** ad alcune figure apicali dell'Azienda.

Oltre ai momenti disponibili durante le review con il **Comitato Strategico**, RAJA Italia comunica costantemente alla casa madre le modalità utilizzate per essere in linea con la strategia aziendale del Gruppo e i **progressi conseguiti** nel raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

Il Gruppo ha istituito una **procedura di segnalazione di irregolarità**, approfondita nel paragrafo 1.3, che si applica a tutte le filiali, inclusa RAJA Italia, al fine di permettere la raccolta e il trattamento delle **segnalazioni provenienti dai dipendenti e collaboratori**. Tali segnalazioni possono essere effettuate tramite e-mail, telefono o posta. Nel caso in cui la segnalazione riguardasse il comitato etico, questa può essere indirizzata tramite posta o e-mail al Direttore Finanziario.

Infine, il Codice di Condotta della casa madre, che si applica a tutte le filiali, stabilisce le regole e i principi da seguire in **tema di corruzione, collusione, riciclaggio** e molti altri, inclusi i conflitti di interesse.

La Società si affida alla società di revisione Mazar, per dare continuità al business essendo la stessa che segue la Capogruppo.

1.1

IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DA RAJA ITALIA

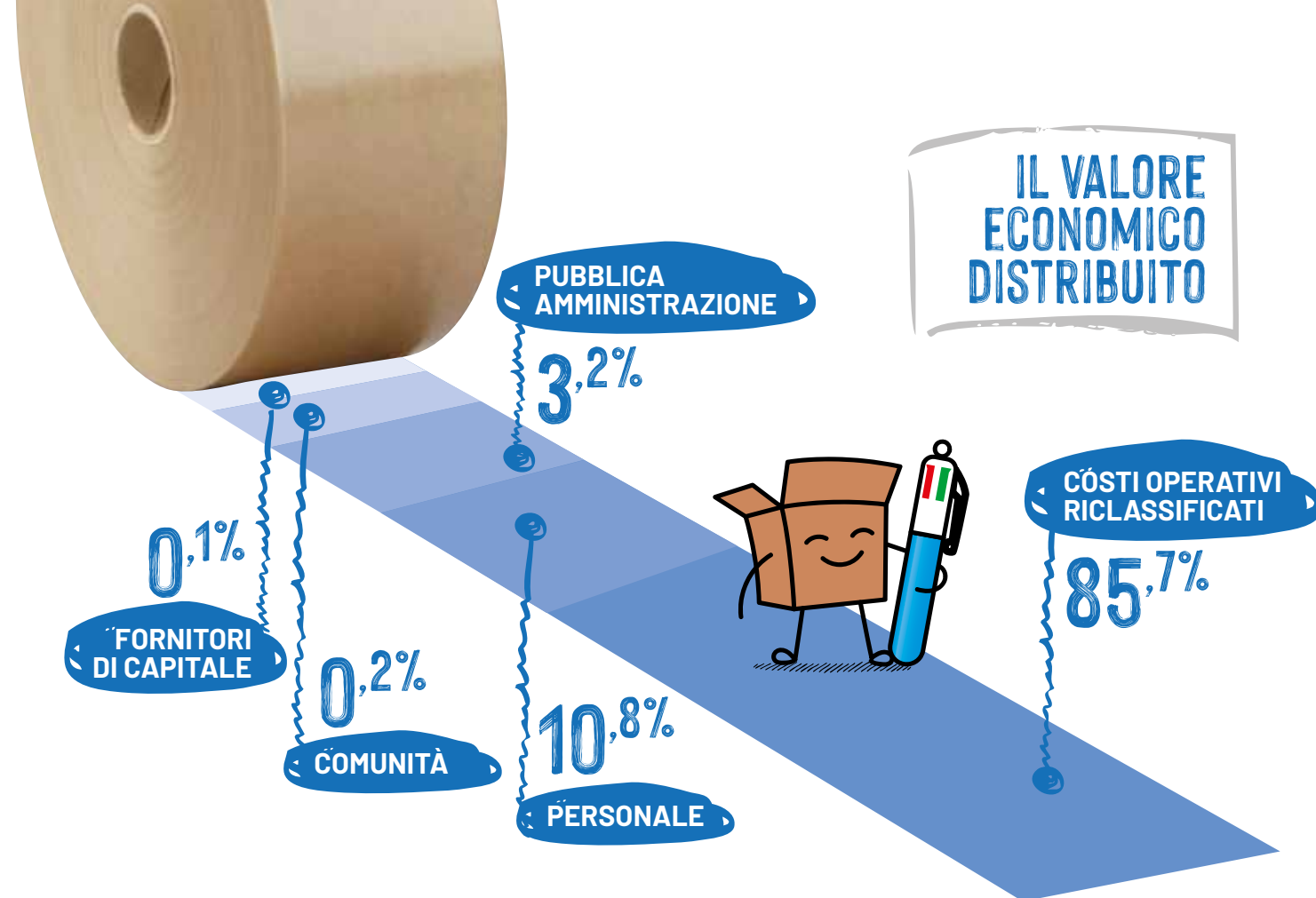
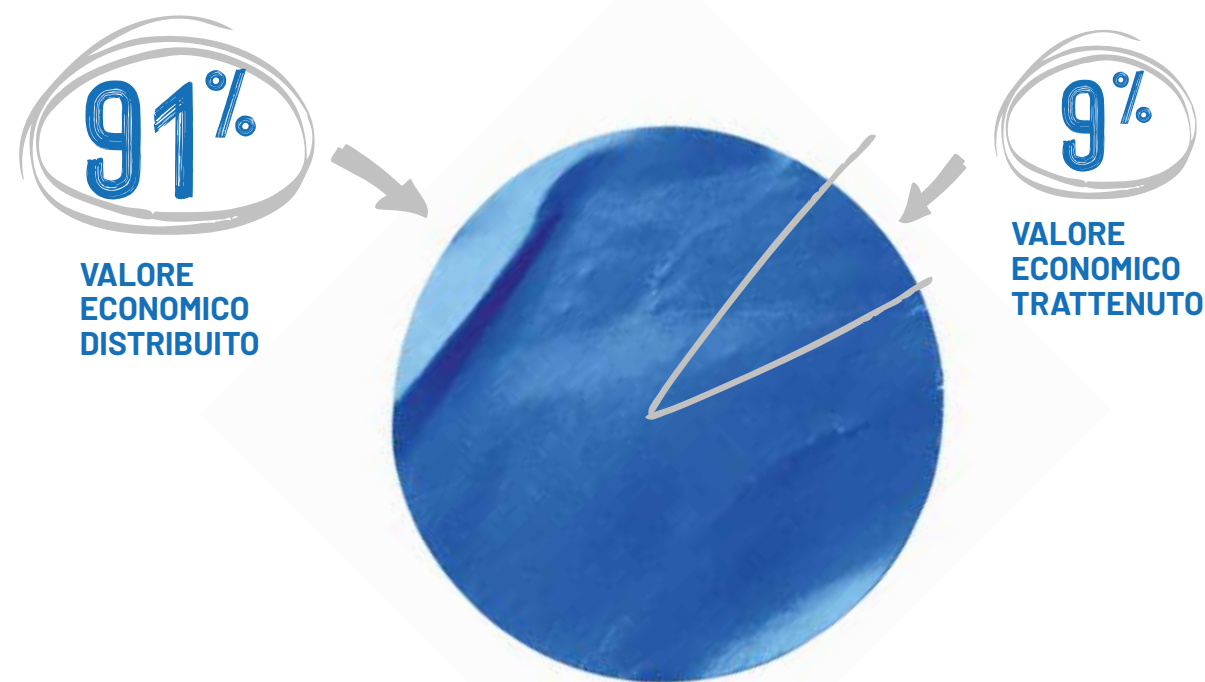
Nell'esercizio 2021, nonostante l'inevitabile influenza dovuta dalla pandemia di Covid-19, RAJA Italia ha registrato un **valore della produzione di circa 35,4 milioni di euro**, in **aumento del 26,6%** rispetto all'anno precedente.

Questo incremento si è rispecchiato anche nell'utile netto per ricavi di vendita e prestazioni di servizi, pari a circa **2,7 milioni di euro**, anch'esso in **crescita del 24%** rispetto all'anno 2020.

Il **valore economico generato da RAJA Italia** esprime la ricchezza generata dalla Società, la quale viene ridistribuita ai propri stakeholder, con cui interagisce quotidianamente nella pratica del business, oppure trattenuta in azienda, per uno **sviluppo economico sostenibile per tutti**:

Come si evince dal grafico, nonostante l'anno particolarmente sfidante dovuto alla pandemia da Covid-19, RAJA Italia è stata capace di generare un **valore economico di 36,5 milioni di euro**, maggiore rispetto all'esercizio precedente del 27% circa. Questo risultato ha permesso altresì un aumento direttamente proporzionale del valore distribuito ai diversi stakeholder aziendali, il quale è passato da 26 milioni di euro nel 2020 a **33 milioni di euro nel 2021**.

IL VALORE ECONOMICO GENERATO DA RAJA ITALIA



A beneficiare maggiormente di tale impatto positivo derivante dalla performance aziendale sono i fornitori di beni e servizi, per i quali sono stati sostenuti costi pari a 28,6 milioni di euro nell'anno di rendicontazione, con un **aumento del 28% rispetto al 2020** (22,4 milioni).

Il personale rappresenta il secondo stakeholder a beneficiare maggiormente della distribuzione del valore per un totale di circa 3,6 milioni di euro, in **aumento del 28% rispetto all'anno precedente** (2,8 milioni).



Il Gruppo RAJA, infatti, si affida al **sistema retributivo del Total Reward** - sistema complessivo dei riconoscimenti - il quale va oltre i classici benefit economici per **promuovere e incoraggiare il coinvolgimento dei dipendenti**, così da fidelizzare le proprie Risorse Umane e migliorarne le prestazioni.

Tale sistema si compone ad esempio di **formazione, piani di crescita, smart working ed esperienze internazionali all'interno** di altre realtà del Gruppo. In termini di retribuzione fissa, il sistema viene **riparametrato annualmente**, in base agli equilibri interni e ad un **benchmark di mercato**, così da allineare i compensi dei dipendenti in termini di livello, inquadramento contrattuale o RAL (reddito annuo lordo), a seconda della crescita di ruolo, di responsabilità, di specializzazione e di incarichi trasversali. In aggiunta, le **politiche retributive** di manager e dirigenti sono basate su un **sistema di MBO - Management by Objectives**, ovvero dal raggiungimento di **obiettivi qualitativi e quantitativi** definiti ad inizio anno dalla Direzione Generale.

1. RAJA ITALIA

1.2 RAJA ITALIA, UNA STORIA DI GRUPPO

1954

LA FONDAZIONE DI CARTON RAJA

La storia del Gruppo RAJA è innanzitutto una **storia di donne** che si sono battute per creare la propria impresa in un universo prettamente maschile come poteva essere quello della distribuzione degli imballaggi negli anni 50. Questa storia di successo al femminile **inizia nel 1954**, quando **Rachel Marcovici**, la madre dell'attuale presidentessa Danièle Marcovici, fonda Cartons RAJA con Janine Rocher. **RAJA, infatti, è l'unione delle iniziali delle due donne.**



1962

DANIELE KAPEL-MARCOVIC ENTRA IN AZIENDA

L'immediato successo della Cartons RAJA risiedeva nell'**innovativa idea imprenditoriale di vendere scatole in cartone riciclate**. Tant'è che, alla fine del 1950, Rachel e Janine espandono l'azienda assumendo 10 persone e fatturano ben **un milione di franchi**.

Nel 1962, una sedicenne Danièle Kapel-Marcovici, figlia di Rachel Marcovici, entra in azienda come rappresentante di vendita, posizione che ricoprirà per quasi 10 anni.



1975

IL PRIMO CATALOGO

Cartons RAJA fa il suo primo ingresso nelle **vendite a distanza** nel 1975, attraverso la pubblicazione del **primitivo catalogo** contenente **365 prodotti su 24 pagine in bianco e nero**.

Negli anni 90, la società diventa il venditore numero uno d'imballaggi tramite catalogo in Francia e decide di **espandere i propri mercati in tutta Europa**, diventando RAJA.

2001

IL PRIMO SITO

Nel 2001 RAJA rafforza la sua **strategia multicanale** lanciando il suo **primo sito e-commerce**, per poi estendere questa strategia a tutte le sue filiali.



2006

NASCE RAJA ITALIA

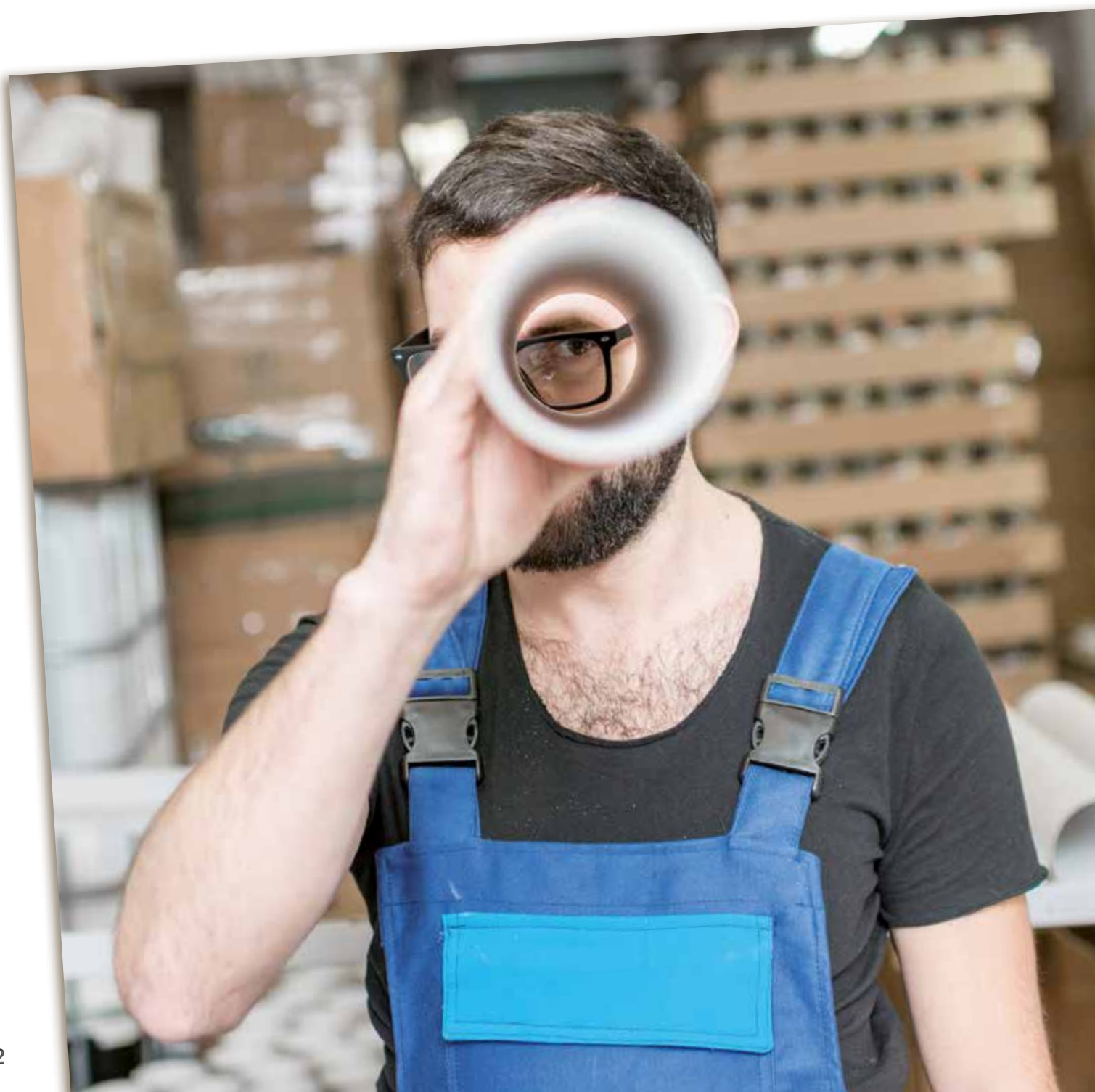
Nel 2006, il Gruppo RAJA **approda in Italia** con la filiale di Castel San Giovanni in provincia di Piacenza. Nello stesso anno nasce anche la **Fondazione RAJA-Danièle Marcovici** che sostiene **progetti a favore delle donne e dell'ambiente**, gettando così il seme di quello che sarà un lungo percorso verso la sostenibilità e gli aspetti ESG dell'Azienda e di RAJA Italia.

2022

IL PRIMO BILANCIO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA DI RAJA ITALIA

1. RAJA ITALIA

1.3 RAJA ITALIA, UN'AZIENDA IMPEGNATA



Il Gruppo RAJA si è dotato di una Politica Aziendale interna fondata sui principi di comportamento e di azione a cui tutti, dipendenti, dirigenti o collaboratori, si devono attenere quale condizione imprescindibile per l'appartenenza alla Società.

I **Principi di Comportamento** a cui si ispirano le energie, la passione e l'intelligenza che ogni giorno il Gruppo RAJA mette in capo alle proprie azioni sono **il rispetto per le persone, la professionalità, l'integrità, la lealtà e la trasparenza, e la partecipazione** intesa come lavoro di squadra per l'interesse della Società e non dei singoli individui. Inoltre, all'interno della Politica Aziendale sono esplicitati anche i **Principi di Azione** con cui concretizzare questi principi, al fine di **mettere in pratica** e rendere ancora più significative le convinzioni etiche della Società che guidano la linea di crescita aziendale. A tal proposito, in un'ottica di rispetto della legalità e rispetto della salute e della sicurezza sul luogo di lavoro, **tutti i dipendenti e i collaboratori sono sensibilizzati e formati circa i regolamenti interni**, le implicazioni della legge e le modalità di segnalazione di non conformità. Quest'ultime, in particolare, sono chiarite all'interno del documento aziendale **PROCEDURA DI SEGNALEZIONE DI IRREGOLARITÀ**, disponibile a tutti i collaboratori per permettere la raccolta e il trattamento delle segnalazioni in caso di

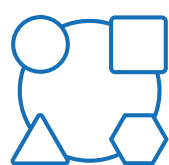
comportamenti contrari al Codice Etico, di pratiche anticoncorrenziali e di rischi gravi verso i diritti umani, la salute e la sicurezza sul lavoro e verso l'ambiente. Ogni manager si impegna a diffondere e promuovere la procedura nella propria area di competenza a tutti i suoi collaboratori, per permettere ad ognuno di loro di **esercitare il proprio diritto di segnalazione di irregolarità** se necessario. Il manager ha peraltro il compito di **dare il buon esempio** in termini di etica e di compliance, e deve mostrare ai suoi collaboratori la necessità di una **condotta impeccabile**.

All'interno di ogni filiale del Gruppo è stato nominato un **referente etico** e la gestione della procedura di segnalazione di irregolarità è assicurata dal Comitato etico del Gruppo RAJA.

I collaboratori possono indirizzare la segnalazione di un'irregolarità in qualsiasi momento al **Comitato del Gruppo** o a uno dei propri membri.

Inoltre, il Direttore Finanziario e delle Risorse Umane gestisce le segnalazioni che potrebbero riguardare il Comitato etico.

Inoltre, **i nuovi dipendenti**, oltre ad una formazione in materia, sono anche tenuti a sottoporsi ad un **test per verificare** la loro **comprensione dei valori della Società** e delle norme di cui sono chiamati al rispetto. Sempre in tema di formazione, RAJA Italia fornisce **corsi mirati** a rendere noti gli impegni presi nelle proprie politiche o in quelle di Gruppo. Tra questi vi è il corso di **Green Marketing**, rivolto a diverse figure aziendali, per dare maggior consapevolezza degli **impatti ambientali di RAJA Italia** e poter meglio rispondere ai target ambientali fissati dalla strategia della casa madre.

RISPETTO
DELLE DIVERSITÀCULTURA AZIENDALE
CON FOCUS
SUL CLIENTEPERSEGUIMENTO
DELL'ECCELLENZAI VALORI
DEL GRUPPO
RAJACULTURA
DEL SERVIZIOPOLITICA DI
INNOVAZIONE
CONTINUARESPONSABILITÀ
SOCIALE

Agire secondo **principi etici e di integrità** è per RAJA Italia un requisito fondamentale per condurre il business in maniera responsabile. È per questo motivo che tali aspetti sono più volte citati all'interno di molteplici documenti della società, condivisi e disponibili a tutti i collaboratori, interni ed esterni, sia in fase di assunzione che tramite il sito intranet e i canali digitali. In primis, il **CODICE ETICO aziendale esprime l'importanza di operare in modo etico e trasparente**, con un alto livello di professionalità, in linea con le normative vigenti e con i valori del Gruppo RAJA, ed esplicita in modo chiaro una serie di **esempi di comportamenti da evitare**. Tra gli altri, si fa chiarezza circa le possibili situazioni di **conflitti d'interesse**, ovvero quando l'interesse personale di un dipendente è opposto all'interesse dell'Azienda, e alle regole e ai principi da seguire per evitare tali circostanze. Ad esempio, la **regola d'oro** a cui si fa riferimento è di rendere espliciti tutti i fatti per consentire una valutazione oggettiva e approfondita della situazione.

Il Codice Etico è incluso anche tra gli allegati inviati ai fornitori di RAJA Italia, i quali sono tenuti a restituirlo firmato e dimostrare di averne preso visione, impegnandosi altresì al suo rispetto.

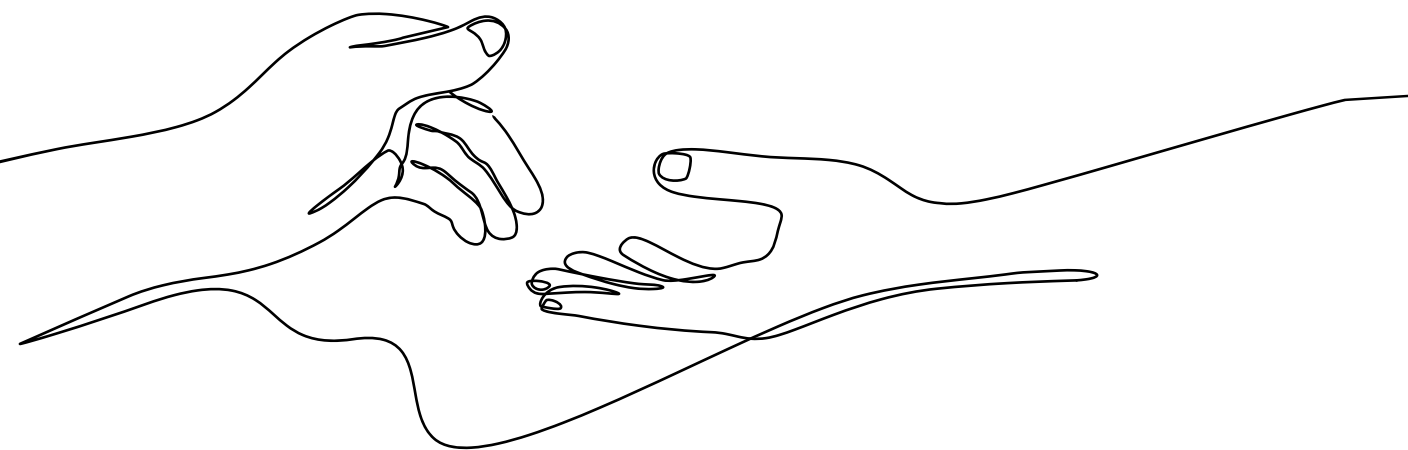
Ed ancora, all'interno del **CODICE DI CONDOTTA ANTICORRUZIONE** del Gruppo di cui RAJA Italia è tenuta al rispetto, ribadendo, all'interno della propria politica aziendale, la **non tolleranza di nessuna forma di corruzione** e il divieto a tutti i dipendenti, di qualsiasi livello, di richiedere o ricevere alcun genere di omaggio o favore legato al rapporto di

lavoro. Infine, anche all'interno della **POLITICA PER LA QUALITÀ E L'AMBIENTE** si richiamano i valori aziendali che fungono da pilastro per l'impegno di RAJA Italia nella **tutela dell'ambiente** e nel **garantire la qualità dei propri prodotti**.

Dal 2020, RAJA Italia, così come le altre filiali, compila il **questionario EcoVadis** per valutare la responsabilità sociale del Gruppo RAJA. Rispondendo a **quesiti su temi ambientali, pratiche lavorative e diritti umani, etica e acquisti sostenibili**, l'Azienda dimostra così di essere in linea con l'orientamento del Gruppo e il proprio raggiungimento degli obiettivi prefissati. Nel 2020 il Gruppo RAJA ha ottenuto infatti la **MEDAGLIA D'ARGENTO**, aumentando il proprio punteggio del 20% rispetto all'anno precedente (59/100 contro i 49/100 del 2019).

Nel 2022 è stato compilato il questionario EcoVadis 2021, il quale ha confermato l'ottenimento della MEDAGLIA D'ARGENTO da parte del Gruppo RAJA.

Tramite i propri Codici e Politiche interne, RAJA Italia si impegna a promuovere una **cultura basata sui principi di etica, integrità e trasparenza** al fine di minimizzare possibili impatti negativi e le relative conseguenze di natura economica e sociale e di mantenere una reputazione positiva verso i propri stakeholder. A tal proposito, nel corso dell'esercizio 2021 **non sono stati registrati episodi di corruzione**, casi di comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche.

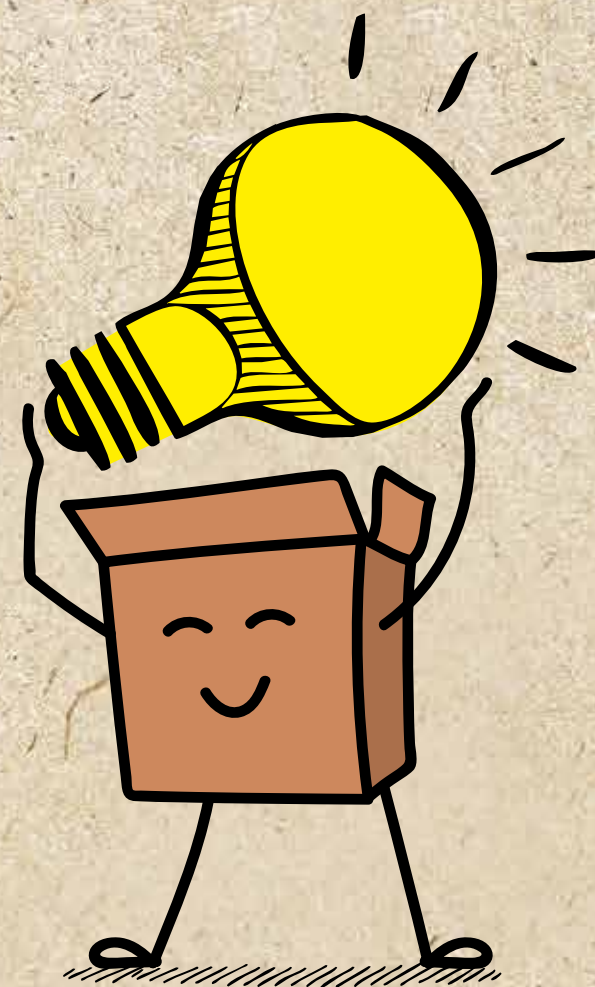




RAJA
www.raja-group.com

CAPITOLO 2

LA NOSTRA VISIONE DI SOSTENIBILITÀ



2 LA NOSTRA VISIONE DI SOSTENIBILITÀ

Per concretizzare il proprio impegno nella promozione di un modello di business che integri la **responsabilità economica, sociale ed ambientale** in tutte le attività e i rapporti dell'Azienda, RAJA Italia ha deciso di redigere il suo **primo Bilancio di Responsabilità Sociale** in linea con una parte dei **Sustainability Reporting Standards** pubblicati dalla **Global Reporting Initiative (GRI Standards)** nel 2021.

Agire responsabilmente infatti, significa integrare la sostenibilità nelle scelte di business quotidiane e declinarla in ogni fase, dalla fornitura alla commercializzazione del prodotto.

Prestando dunque **attenzione alla propria filiera** nella sua interezza, dai fornitori ai clienti finali, dalla Casa madre alle comunità locali. Se l'obiettivo finale è integrare nelle decisioni strategiche dell'azienda RAJA Italia i **diversi aspetti della sostenibilità**, un punto di partenza importante, nonché simbolo di grande **responsabilità verso i propri stakeholder**, è la stesura del presente Bilancio, in cui sono rendicontati e descritti nei vari capitoli gli **impatti negativi e positivi di RAJA Italia**.

Gli stakeholder, infatti, ricoprono un ruolo fondamentale nel percorso di crescita di RAJA Italia.

La considerazione delle loro necessità è un punto cardine per avere una **visione globale** della direzione da cui si è partiti e in cui si vuole andare, così da definire obiettivi economici, sociali e ambientali in linea con le loro aspettative e percezioni.

Per il suo primo Bilancio di Responsabilità Sociale, RAJA Italia ha identificato con attenzione le **categorie di stakeholder** con le quali si relaziona nello svolgimento delle proprie attività, cioè tutte le **entità e/o individui** che sono direttamente o indirettamente influenzati dalle sue attività, prodotti e risultati, o che a loro volta influenzano l'operato di RAJA Italia.

Nell'identificazione dei propri stakeholder, RAJA Italia ha tenuto in considerazione anche individui e gruppi di persone i cui diritti umani potrebbero essere influenzati dalle quotidiane attività di business, nonostante l'Azienda intrattenga con essi relazioni indirette, come **lavoratori delle catene di fornitura o generazioni future**.



L'approccio di RAJA Italia per il coinvolgimento e la comunicazione costante con i suoi stakeholder è improntato alla continuità, partecipazione e a forme di dialogo costruttive.

Anche durante la pandemia di Covid-19, l'Azienda ha continuato a mantenere aperti i canali di comunicazione e a coltivare le relazioni con i propri stakeholder, adottando, ove necessario, nuovi metodi.

STAKEHOLDER

MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

- Pubblicazioni sul sito web e sui social
- Membership ad Associazioni

CLIENTI

- Comunicazione tramite Newsletter
- Relazione periodica degli uffici commerciali
- Partecipazione alle principali fiere di settore
- Visite organizzate presso le sedi di RAJA Italia o del cliente
- Comunicazioni e presentazioni online su sito web e sui social

COMUNITÀ LOCALE, ASSOCIAZIONI E ONG

- Pubblicazioni sul sito web e sui social
- Sponsorizzazione ed elargizione di contributi volti allo sviluppo socio economico ed ambientale del territorio in cui RAJA Italia opera

DIPENDENTI E COLLABORATORI

- Bacheche di comunicazione presso la sede
- Newsletter interna e tramite social
- Attività di formazione e aggiornamento periodico dedicato ai dipendenti
- Incontri periodici con le parti sociali
- Convention e colloqui individuali



STAKEHOLDER

MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

FORNITORI E PARTNER COMMERCIALI

- Attività di selezione dei fornitori e analisi delle performance in termini di qualità e costo del servizio
- Condivisione del Regolamento sugli acquisti e sullo sviluppo sostenibile
- Site visit dai fornitori
- Pubblicazioni sul sito web e sui social

INVESTITORI E COMUNITÀ FINANZIARIA

- Pubblicazioni sul sito web e sui social
- Contatti quotidiani legati all'attività operativa e incontri specifici con i finanziatori
- Attività di comunicazione attraverso i media dei risultati e delle principali iniziative

MEDIA

- Pubblicazioni sul sito web e sui social
- Media tradizionali e strumenti cartacei

UNIVERSITÀ E ISTITUZIONI SCOLASTICHE

- Pubblicazioni sul sito web e sui social
- Visite organizzate presso la sede o presso le Università, seminari e tirocini

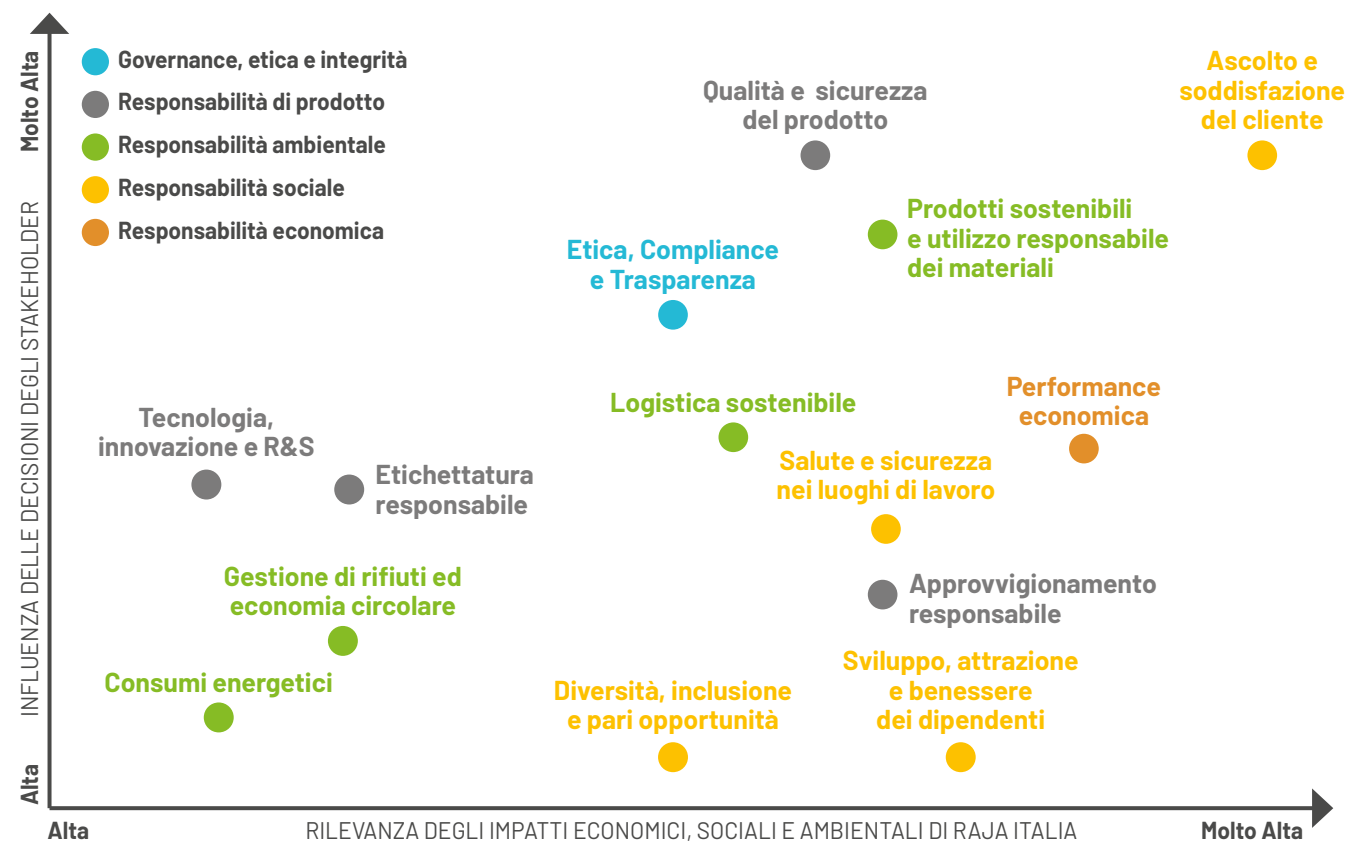
Sempre nell'ambito della prima edizione del suo Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa, RAJA Italia ha condotto un'analisi di materialità, con l'obiettivo di identificare le **tematiche di carattere ambientale, sociale ed economico rilevanti per RAJA Italia** e che influiscono sulle decisioni e sulle valutazioni degli stakeholder dell'Azienda.

Il processo di identificazione delle tematiche si è svolto innanzitutto, sulla base di un'analisi di benchmark dei principali competitors e peers del settore **Containers & Packaging**, volta ad individuare i trend in atto, le **best practice** presenti nel mercato di riferimento e gli **impatti positivi e negativi** dell'Azienda sull'ambiente, l'economia e le persone, con specifico riferimento ai **diritti umani**.

A questa fase ha fatto seguito una più attenta

analisi interna, tramite un **workshop** che ha visto il coinvolgimento del Management e di tutte le funzioni aziendali interessate dal processo di reporting, per la valutazione degli impatti prioritari per RAJA Italia e i suoi stakeholder. In particolare, durante il workshop è stato effettuato un **processo di prioritizzazione degli impatti** emersi dall'analisi di benchmark e di contesto, i cui risultati sono stati aggregati considerando anche il punto di vista degli stakeholder.

Per determinare i **topic materiali** è stata poi definita una soglia di materialità che ha portato all'identificazione delle **14 TEMATICHE MATERIALI**, riassunto degli impatti positivi e negativi di RAJA Italia, riportate all'interno della matrice rappresentata di seguito:



Dalla matrice di materialità si evince la centralità, sia per RAJA Italia che per i suoi stakeholder, delle tematiche di **Ascolto e soddisfazione del cliente, Qualità e sicurezza del prodotto, Prodotti sostenibili e utilizzo responsabile dei materiali**, ed **Etica, compliance e trasparenza**.

Queste tematiche e gli **impatti aziendali** ad esse correlati, sia positivi che negativi, riguardano aspetti di primaria importanza e pienamente consolidati all'interno delle politiche e delle dinamiche aziendali, dall'impegno dell'Azienda nel **tutelare la salute e il benessere dei propri dipendenti**, alla **tutela dell'ambiente**, senza perdere di vista il prodotto, la sua qualità e la soddisfazione del cliente, punto di forza di RAJA Italia.

Gli aspetti riguardanti i **diritti umani** rientrano a pieno titolo in molte delle tematiche sopra citate e sono stati analizzati per valutare il grado di approfondimento con cui trattarli nel presente Bilancio in relazione alla specifica realtà dell'Azienda.

RAJA Italia, infatti, non è una società produttiva, ma il proprio perimetro si limita agli uffici e al magazzino; di conseguenza, il tema relativo ai diritti umani e gli aspetti correlati sono stati limitati principalmente al **benessere delle persone** e all'**equilibrio tra vita privata e lavorativa**, agli **orari lavorativi** e all'**attenzione verso la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro**. Sulla base del contesto nel quale opera RAJA Italia, le tematiche emerse come non materiali e quindi al di sotto della soglia di materialità definita per RAJA Italia sono **Presenza sul mercato, Imposte, Acqua e scarichi idrici, Biodiversità, Relazioni tra lavoratori e management, Lavoro minorile, Lavoro forzato o obbligatorio**.

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	IMPATTI NEGATIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	COINVOLGIMENTO DI RAJA ITALIA negli IMPATTI NEGATIVI	ASPETTO DEL GRI
Etica, compliance e trasparenza	Promozione di una cultura del lavoro basata su etica ed integrità e diffusione di pratiche di business che rispettino i diritti di tutti i lavoratori	Potenziati danni alla reputazione dovuti a violazioni di compliance a normativa in termini di corruzione, comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche con conseguenti multe, sanzioni e limitazioni allo svolgimento dell'attività	Causato dall'Azienda	GRI 205: Anticorruzione (2016) GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)
Performance economica	Incremento del valore economico distribuito ai vari stakeholder in in seguito alla performance aziendali che ha registrato un aumento del valore economico generato	Potenziata riduzione del valore economico generato e distribuito a causa delle attuali condizioni geopolitiche e socioeconomiche instabili	Direttamente connesso all'Azienda tramite i suoi rapporti commerciali	GRI 201: Performance economiche (2016)
Consumi energetici	Diminuzione dell'inquinamento causato dall'Azienda grazie al possibile ricorso a fonti di energia elettrica rinnovabili Responsabilizzazione dell'Azienda verso una minimizzazione dei consumi energetici grazie ad un efficace sistema di monitoraggio che favorisca la riduzione e l'efficientamento	Inquinamento ambientale causato dall'utilizzo di fonti di energia non rinnovabili Aumento dei consumi energetici, legato all'operatività del business, dovuto ad una mancanza di monitoraggio e di pianificazione di misure di efficientamento	Causato dall'Azienda	GRI 302: Energia (2016)
Gestione dei rifiuti ed economia circolare	Diminuzione dei rifiuti tramite progressiva digitalizzazione Promozione del riciclo e del corretto dei rifiuti all'interno dell'Azienda	Inquinamento ambientale causato dalla generazione di rifiuti e dall'inadeguato smaltimento degli stessi	Causato dall'Azienda e a cui contribuisce	GRI 306: Rifiuti (2020)

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	IMPATTI NEGATIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	COINVOLGIMENTO DI RAJA ITALIA negli IMPATTI NEGATIVI	ASPETTO DEL GRI
	Potenziata responsabilizzazione dei comportamenti dei collaboratori e dei clienti a favore di un utilizzo sostenibile e circolare dei prodotti			
Logistica sostenibile	Riduzione delle emissioni GHG dirette e indirette dovute alla logistica tramite il ricorso a metodi e strategie come il drop shipment e i magazzini di prossimità Potenziale riduzione delle emissioni di GHG tramite ricorso ad un parco auto full electric	Inquinamento atmosferico dovuto alla generazione di emissioni GHG dirette ed indirette legate a una logistica a combustibili fossili Potenziale aumento delle emissioni di GHG dovuto a una gestione inefficiente dei trasporti in uscita e in entrata	Causato dall'Azienda e a cui contribuisce	GRI 305: Emissioni (2016)
Prodotti sostenibili e utilizzo responsabile dei materiali	Promozione della salvaguardia delle foreste e delle aree di approvvigionamento delle materie prime tramite ricorso a materiali certificati PEFC e FSC per una grande percentuale dell'offerta aziendale Promozione di utilizzo di materiali riciclati e riciclabili per la tutela ambientale	Potenziata perdita di una parte del mercato servito a causa dell'adozione di soluzioni di packaging e materie prime non tecnicamente adeguate all'imballaggio del prodotto e non adatte a soddisfare la richiesta dei propri clienti	Causato dall'Azienda	GRI 301: Materiali (2016)

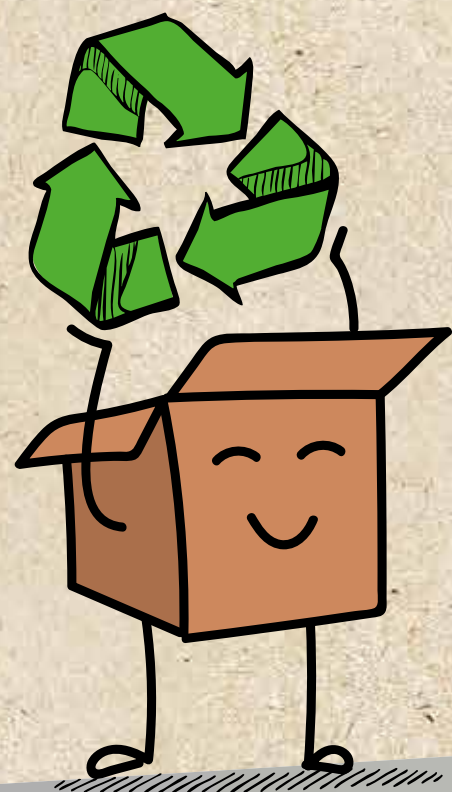
TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	IMPATTI NEGATIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	COINVOLGIMENTO DI RAJA ITALIA negli IMPATTI NEGATIVI	ASPETTO DEL GRI
Approvvigionamento responsabile	Responsabilizzazione della catena di fornitura tramite la selezione e valutazione dei fornitori in base a criteri sociali e ambientali	Potenziale ricorso a materie prime non sostenibili e approvvigionate in modo irresponsabile per far fronte al rincaro dei prezzi dovuto alla situazione economica mondiale Possibili danni alla reputazione dovuti alla violazione dei criteri di condotta e delle normative vigenti da parte dei fornitori	Causato e direttamente connesso tramite i suoi rapporti commerciali	GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016) GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)
Etichettatura responsabile	Promozione della consapevolezza da parte dei clienti rispetto alle caratteristiche tecniche, ambientali, sicurezza dei prodotti dell'Azienda Promozione della partecipazione degli stakeholder interni a webinar sui principali aggiornamenti normativi e sulle richieste dei consumatori	Potenziale messa a rischio della salute dei consumatori tramite comunicazione fuorviante sul corretto utilizzo e sulla sicurezza dei prodotti offerti Potenziale compromissione della reputazione dell'Azienda riconducibile a dichiarazioni e comunicazioni non trasparenti e non in linea con la mission aziendale	Causato dall'Azienda	GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)
Qualità e sicurezza del prodotto	Tutela dei consumatori e dell'ambiente tramite il potenziale miglioramento dei prodotti offerti in termini di qualità e sicurezza	Potenziale messa a rischio della salute dei consumatori tramite comunicazione fuorviante sul corretto utilizzo e sulla sicurezza dei prodotti offerti	Causato dall'Azienda	GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)
Tecnologia, innovazione e R&S	Potenziati vantaggi competitivi derivanti dall'innovazione dei prodotti e dall'arricchimento dell'offerta	Potenziale perdita di quote di mercato legata alla mancanza di servizi innovativi e non allineati alle esigenze dei clienti	Causato dall'Azienda	N/A

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	IMPATTI NEGATIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	COINVOLGIMENTO DI RAJA ITALIA negli IMPATTI NEGATIVI	ASPETTO DEL GRI
		Potenziale perdita di competitività e di clienti dovuta all'inadeguatezza dell'offerta		
Ascolto e soddisfazione del cliente	Tutela dei consumatori e percezione positiva da parte degli stakeholder dell'Azienda tramite l'ottenimento di certificazioni che attestino la tutela dei consumatori durante gli acquisti online Beneficio alla reputazione dell'Azienda grazie all'attenzione alle preferenze dei clienti e una gestione attenta e proattiva dei reclami	Possibile insoddisfazione dei clienti con perdita economica causata da una riduzione di quote di mercato e perdita di competitività Possibili danni alla reputazione e al marchio dovuti a contenziosi e reclami non risolti dei consumatori e al mancato ascolto dei loro feedback	Causato dall'Azienda	N/A
Diversità, inclusione e pari opportunità	Stabilità e durabilità nel tempo delle relazioni di lavoro grazie alla valorizzazione della diversità e creazione di condizioni favorevoli a conciliare la vita privata e quella professionale Potenziale attrazione di forza lavoro grazie alla creazione di un ambiente di lavoro sano, positivo e ispirato agli alti valori del rispetto reciproco	Possibile insoddisfazione lavorativa dovuta alla percezione da parte degli stakeholder interni ed esterni di una mancata diffusione dei valori di diversità, equità e inclusione all'interno dell'Azienda Potenziale perdita di forza lavoro dovuta all'insoddisfazione per la mancanza di equilibrio tra vita privata e professionale e per la presenza di un di un clima lavorativo negativo	Causato dall'Azienda	GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016) GRI 406: Non discriminazione (2016)

TEMA MATERIALE	IMPATTI POSITIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	IMPATTI NEGATIVI DI RAJA ITALIA Reali e potenziali	COINVOLGIMENTO DI RAJA ITALIA negli IMPATTI NEGATIVI	ASPETTO DEL GRI
Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro	Potenziale riduzione del rischio di infortuni e malattie professionali sul luogo di lavoro grazie lo sviluppo e adozione di sistemi all'avanguardia per la gestione e prevenzione della sicurezza sul lavoro	Potenziale aumento di infortuni e malattie professionali dei dipendenti e collaboratori esterni dovuti a condizioni che possano mettere in pericolo la salute e sicurezza sul luogo di lavoro e alla mancanza di comportamenti di prevenzione degli incidenti	Causato dall'Azienda e a cui contribuisce ¹	GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)
Sviluppo, attrazione e benessere dei dipendenti	Crescita delle competenze tecnico professionali tramite la pianificazione di percorsi di formazione e di carriera basati sulle esigenze personali e lavorative del dipendente Fidelizzazione dei dipendenti e miglioramento del clima interno grazie all'attenzione al benessere degli stessi che l'Azienda mostra tramite il loro coinvolgimento e le politiche retributive adottate	Potenziale peggioramento della performance aziendale dovuto alla perdita e inadeguatezza del livello di competenze e conoscenze chiave rispetto alle esigenze dell'Azienda Potenziale difficoltà nel reperire e attrarre risorse e competenze sul mercato, in linea con le esigenze dell'Azienda	A cui l'Azienda contribuisce	GRI 401: Occupazione (2016) GRI 404: Formazione e istruzione (2016)

¹ I dati relativi agli infortuni dei collaboratori esterni includono la sola categoria dei collaboratori (operatori logistici) e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti dell'Azienda e/o sotto il controllo dell'Azienda, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui l'Azienda non esercita un controllo diretto.



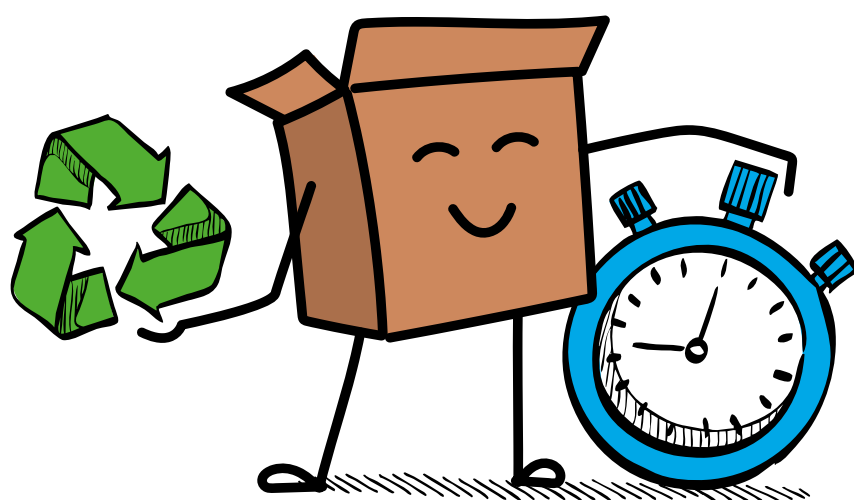


CAPITOLO 3

L'APPROCCIO DI RAJA ITALIA PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE

- | | | |
|------------|--|-----------|
| 3.1 | Le 5 R dell'imballaggio | 44 |
| 3.2 | Gestione responsabile
di consumi ed emissioni | 48 |

3 L'APPROCCIO DI RAJA ITALIA PER LA TUTELA DELL' AMBIENTE



Da anni RAJA Italia promuove attivamente la protezione dell'ambiente, innanzitutto impegnandosi a ridurre gli impatti negativi ambientali delle proprie attività nel rispetto della normativa vigente e a migliorare quelli positivi considerando gli sviluppi della ricerca scientifica e le best practice in materia.

A tal fine, RAJA Italia vanta la **certificazione del Sistema Ambientale secondo la norma ISO 14001** sin dal 2014, e ha definito una **Politica Ambientale interna**, disponibile sul sito aziendale e comunicata a tutti i dipendenti tramite newsletter interna, affissione in bacheca e condivisione al momento dell'assunzione. Essendo un'Azienda che si occupa principalmente del **commercio di imballi**, RAJA Italia è **consapevole dei propri potenziali impatti negativi sull'ambiente** in termini di emissioni, materie prime consumate e rifiuti generati.

Gli impatti ambientali negativi dell'Azienda sono **limitati** principalmente **alla logistica** e, nonostante ciò, **RAJA Italia monitora i propri consumi di energia, gas, acqua e la produzione di rifiuti**. I consumi vengono infatti, correlati ad indicatori economici dell'azienda come il fatturato o la quantità di prodotti venduti, per evidenziare dei **trend di miglioramento ed impatto ambientale a lungo termine**, diretto ed indiretto, sia ai fini delle certificazioni ISO che per il **riesame aziendale interno**.



3. LA TUTELA DELL'AMBIENTE

3.1 LE 5 R DELL'IMBALLAGGIO DI RAJA

“

L'imballaggio e l'ambiente costituiscono i principali focus strategici per il nostro Gruppo. ”

Lorenza Zanardi
Direttore Generale

Per ridurre l'impatto ambientale negativo nel processo distributivo, il Gruppo RAJA ha deciso di privilegiare canali di vendita digitali e di ridurre al minimo l'utilizzo di carta, in un'ottica di digitalizzazione volta alla salvaguardia delle foreste e del pianeta.

Infatti, quasi la totalità dei processi interni del Gruppo RAJA prevede l'utilizzo della sola firma digitale.

Anche l'utilizzo di cataloghi cartacei (-61% dal 2015) e l'invio degli stessi ai propri clienti è stato fortemente ridotto in favore dell'esperienza digitale, il sito web e le piattaforme social sono infatti metodi di comunicazione privilegiati dalla maggior parte dei clienti del Gruppo RAJA di oggi. Inoltre, i cataloghi che ancora vengono stampati utilizzano carta proveniente da foreste controllate (FSC e PEFC) e stampata con inchiostri minerali certificati Blue Angel da stampatori certificati ISO 14001. Similmente, la fatturazione elettronica e

l'archivio digitale sono di prassi da diversi anni.

Oltre a questo processo virtuoso di riduzione della carta utilizzata, il Gruppo RAJA è attento anche allo smaltimento dei propri rifiuti che, assieme ai trasporti, rappresentano la porzione maggiore dell'impatto ambientale negativo a lungo termine. I rifiuti maggiormente prodotti, i quali rappresentano anche i materiali maggiormente utilizzati, sono carta, cartone e film di plastica, oltre che toner e legno.

RAJA Italia si impegna a mitigare i propri impatti negativi reali in termini di materiali utilizzati anche negli uffici, dove il consumo di plastica è stato ridotto di circa 90/100 boccioni di acqua in meno all'anno e sono state messe a disposizione in sala break posate e piatte riciclabili.

Infine, sono state incentivate le donazioni ad enti del territorio o tramite la piattaforma Regusto, portale per la gestione delle donazioni basato su un modello di sharing for charity, di materiale obsoleto, invenduto o uscito dalla gamma dei prodotti o dal catalogo ma ancora in ottime condizioni e dove non è ancora stato apposto il logo.

In aggiunta, l'Azienda presta anche molta attenzione alla gestione dello stock grazie a sistemi di pianificazione della domanda basati su sistemi di intelligenza artificiale, per evitare situazioni di over stock e ridurre così i rifiuti, gli sprechi e i potenziali impatti ambientali negativi ad essi connessi nel lungo periodo.



Nel periodo di rendicontazione si registra infatti, una diminuzione dei rifiuti prodotti del 33% rispetto al 2020 (60 ton nel 2021 rispetto a 89,7 ton nell'anno precedente) mostrando come gli accorgimenti aziendali per diminuire il proprio impatto ambientale negativo stiano producendo dei validi risultati.

RIFIUTI
PRODOTTI

-33% RISPETTO
AL 2020

60 TON
NEL 2021 RISPETTO A

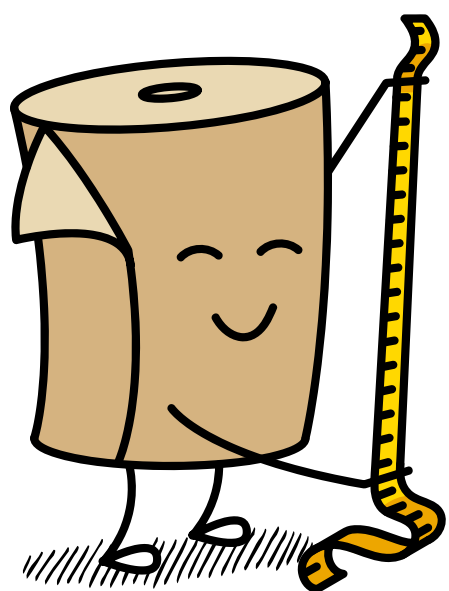
89,7 TON
NELL'ANNO PRECEDENTE

Il Gruppo RAJA si impegna da anni per **ridurre** il proprio **impatto ambientale a lungo termine**, pur rimanendo **attenta alle esigenze del mercato** ed incentivando i propri fornitori e clienti alla ricerca e creazione di **soluzioni di imballaggio più ecosostenibili e attente all'ambiente**.

Per questo motivo, RAJA Italia si impegna anche a **educare ed informare i propri clienti** nella scelta di un imballaggio più eco-responsabile e al suo corretto utilizzo tramite le **5-R dell'imballaggio**.

Si tratta di 5 leve d'azione, condivise tramite e-shop, website, webinar e articoli, che RAJA Italia propone per ottimizzare l'utilizzo di imballaggi e ridurre l'impatto sull'ambiente, quindi per rendere i clienti più consapevoli e l'imballaggio più ecosostenibile.

Ridurre il materiale utilizzato per l'imballo dei prodotti è possibile limitando il peso e il volume dello stesso al **minimo necessario** per la protezione del prodotto, oltre che a scegliere formati e soluzioni adatti ai prodotti così da **diminuire gli sprechi e ridurre i costi di trasporto**.



CERTIFICATO ECOLABEL

RICICLABILE

FACILITA LA RACCOLTA
DIFFERENZIATA

FONTI RINNOVABILI

100% RICICLATO

RIDUCE IL CONSUMO
DI MATERIE PRIME

Il Gruppo RAJA, inoltre, offre un'ampia gamma di **imballaggi** pensati proprio per essere **riutilizzati più volte** senza subire alterazioni e si impegna a lavorare con fornitori che abbiano **proposte ecocompatibili** (a basso impatto ambientale, riciclati, riciclabili, ecosostenibili) e di alta qualità.

Per alcuni prodotti di RAJA Italia certificati, la pasta di carta è prodotta al 70% da legno proveniente da operazioni di **soltimento**, necessarie alla manutenzione delle foreste, e al 30% con trucioli recuperati dalle segherie.

Ed ancora, altri **prodotti certificati** utilizzano legno proveniente da foreste gestite in modo sostenibile o da materiali riciclati.

Riciclare è un tema molto importante per RAJA Italia, forte della consapevolezza degli impatti negativi che l'approvvigionamento delle materie prime usate nei propri prodotti possono avere sull'ambiente. Per questa ragione propone **imballaggi riciclabili e riciclati** e con indicazioni sul motivo per cui quei prodotti possono essere ritenuti **ecosostenibili**.



1

**RIDURRE
IN CONSUMO
DI MATERIALI
DA IMBALLO**



2

**RIUTILIZZARE
GLI IMBALLAGGI**



3

**RIPENSARE
GLI IMBALLAGGI
AD ALTO IMPATTO
AMBIENTALE**



5

**RICICLARE
GLI IMBALLAGGI
DANDOGLI UNA
SECONDA VITA**



4

**RINNOVARE
UTILIZZANDO IMBALLI
BIO-BASED REALIZZATI
A PARTIRE DA MATERIALI
NATURALI RINNOVABILI**



3. LA TUTELA DELL'AMBIENTE

3.2 GESTIONE RESPONSABILE DI CONSUMI E EMISSIONI

RAJA Italia **non si configura come un'azienda produttiva** per questo motivo il suo consumo energetico è strettamente correlato alle **attività di ufficio, al magazzino e ai trasporti**.

La fonte principale è l'**energia elettrica acquistata da rete** (1.257,4 GJ), mentre il **gas naturale** viene utilizzato **per il riscaldamento** (369,3 GJ). Quest'ultimo ha registrato una **diminuzione del 31%** circa rispetto al 2020 (541,7 GJ), dovuta principalmente al maggior ricorso alla forma di **lavoro smart nei mesi invernali** in seguito alla pandemia da Covid-19.

Nel 2021 è stato effettuato un **intervento di relamping del magazzino**, con sostituzione delle lampade ad alto consumo con **LED a basso consumo**, e un intervento sui carrelli elevatori, che vengono noleggiati da una cooperativa, i quali sono stati dotati di **batterie al litio più efficienti, sicure e a basso consumo** rispetto alle batterie al piombo.

Internamente RAJA Italia vanta un parco auto di **19 mezzi sia ibridi che diesel**, i cui consumi, oltre alla dimensione del parco stesso, sono aumentati in seguito ad una maggiore frequenza di visite ai clienti.

Le auto aziendali ad uso promiscuo sono destinate a impiegati, Manager e Key Account Manager (KAM). Un obiettivo del 2021 di RAJA Italia, emerso proprio a seguito dell'incremento dello smart working contrattualizzato in azienda, è la misurazione della **riduzione del numero di km percorsi dai dipendenti nel tragitto casa-lavoro**. Per la tipologia di prodotti

offerti ed i quantitativi che vengono spediti, RAJA Italia è limitata nella **scelta delle dimensioni dei camion** che deve utilizzare; per questo motivo, RAJA Italia vuole impegnarsi a migliorare il proprio parco auto, più limitato e gestibile, muovendosi verso **auto ibride ed elettriche** nel breve periodo per ridurre le emissioni prodotte e i propri impatti negativi sull'ambiente.

LE EMISSIONI SCOPE 1
DI RAJA ITALIA SONO STATE PARI A
138 TCO_{2EQ} NEL 2021 E
LE EMISSIONI SCOPE 2
LOCATION BASED
SONO STATE PARI A
91 TCO₂
IN AUMENTO RISPETTIVAMENTE
DEL 21% E DEL 9%
RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE

LE EMISSIONI SONO AUMENTATE IN LINEA
CON L'AUMENTO DEL FATTURATO,
IN CRESCITA DEL +26%
RISPETTO AL 2020.



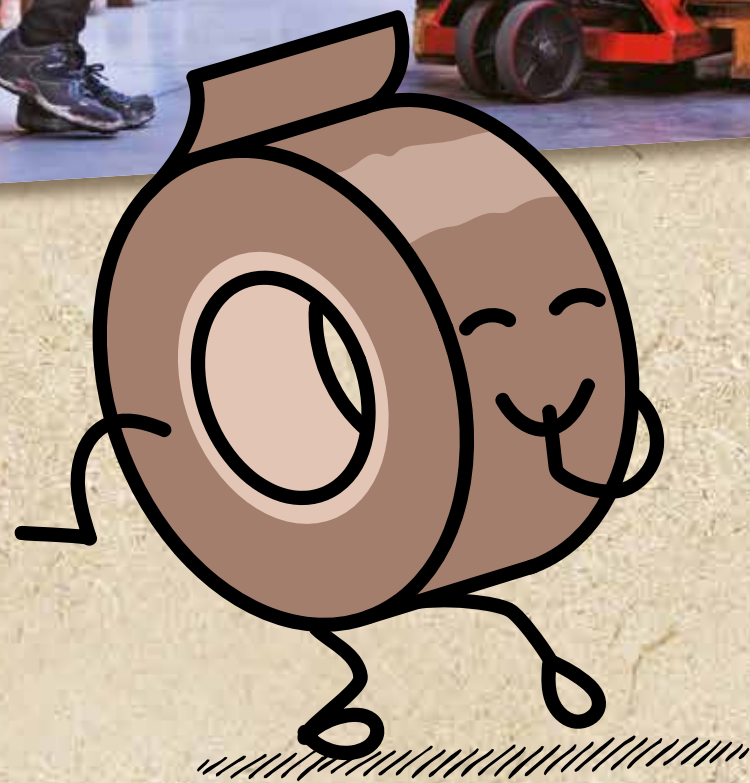
L'impegno del Gruppo RAJA e di RAJA Italia si traduce anche nella volontà di **limitare le emissioni di CO₂**, **limitando il numero di cataloghi inviati**, ma soprattutto collaborando con partner logistici per investimenti mirati alla riduzione dell'impatto ambientale negativo del business nel lungo periodo, sia diretto che indiretto. La **politica dei magazzini di prossimità del Gruppo RAJA** è nata proprio in un'ottica di sostenibilità dell'operato dell'Azienda, per ridurre le emissioni di CO₂ dovute alle spedizioni dei prodotti in collaborazione con i fornitori.

Questi spediscono direttamente ai clienti a loro vicini in veste di RAJA Italia tramite la **modalità drop shipment**, ottimizzando i trasporti in termini di costo, tempo e impatto ambientale.

Il Gruppo RAJA collabora anche con altri fornitori per ottimizzare insieme la quantità di prodotti che possono essere spediti in un camion, così da **ridurre il numero di tir spediti in un anno**.



Similmente alle logiche di prossimità, RAJA Italia noleggia posti pallet vicini ai propri clienti abituali così da ridurre il numero di camion necessari mettendo in stock i prodotti direttamente vicino al cliente.



CAPITOLO 4

LA NOSTRA OFFERTA

- 4.1** Prodotti e servizi per tutte le esigenze 52
- 4.2** Tra qualità e certificazioni di prodotto 54
 - 4.2.1** L'offerta ecosostenibile 56
- 4.3** I fornitori di RAJA Italia e l'approvvigionamento responsabile 58

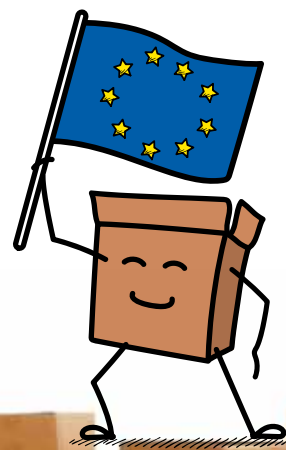
4. LA NOSTRA OFFERTA

4.1 PRODOTTI E SERVIZI PER TUTTE LE ESIGENZE

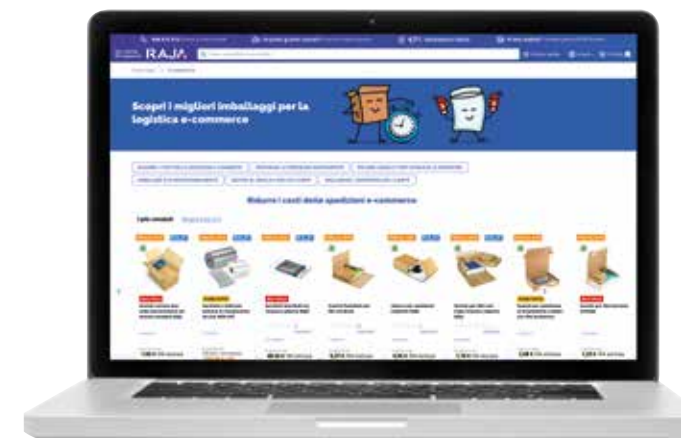
IL GRUPPO RAJA È IL MAGGIORE
DISTRIBUTORE EUROPEO DI PRODOTTI
PER L'IMBALLAGGIO,

CON 250.000 PRODOTTI A STOCK
IN EUROPA (5.000 PRODOTTI A
STOCK PER RAJA ITALIA)

CONSEGNATI IN 24-48 ORE PER SODDISFARE
TUTTE LE ESIGENZE GRAZIE AD UN'AMPIA
SCELTA DI PRODOTTI TRA CUI:



SCATOLE IN CARTONE
SCATOLE POSTALI
BUSTE SHOPPER
SCATOLE PER SPEDIZIONE
SACCHI E SACCHETTI
IN PLASTICA
PRODOTTI PER L'IGIENE E LA PULIZIA D'IMPRESA
MACCHINE E SISTEMI D'IMBALLAGGIO
FILM PLURIBALL
FILM ESTENSIBILI
NASTRI ADESIVI
PALLET
ETICHETTE
FORNITURE PER L'UFFICIO
ETICHETTE PER SPEDIZIONE
IMBALLAGGI E CONFEZIONI REGALO



Tutti i prodotti offerti sono consultabili sul **catalogo generale**, sui **cataloghi tematici** e sul **sito web**. Altri prodotti nell'offerta del Gruppo RAJA che rientrano in **categorie complementari** sono le **macchine e sistemi di imballaggio**, i macchinari per la **movimentazione** e lo **stoccaggio**, la serie di prodotti inerenti all'**igiene** e la **pulizia**, gli **imballaggi alimentari** e le **forniture per ufficio**.

Sul **sito web** sono presenti anche i servizi offerti dall'Azienda per completare l'offerta dei prodotti, ad esempio la personalizzazione degli imballaggi, delle shopper o dei nastri, la **consulenza**, l'e-procurement, consegne programmate e multi-sito e le **soluzioni offerte ai grandi clienti**.

La molteplicità di servizi correlati è un punto di forza del Gruppo, che **da quasi 70 anni si focalizza sul servizio clienti**, e così di RAJA Italia. Infatti, tutto ciò che può servire ad un'azienda per imballare i propri prodotti o per l'ufficio rientra nell'offerta di RAJA Italia, che **si impegna ad assicurare la consegna al cliente finale in 24-48 ore su territorio nazionale**. Oltre alla personalizzazione dei prodotti, il Gruppo RAJA intraprende anche **attività di scouting** per quei prodotti che non rientrano nella propria gamma ma che vengono richiesti dai clienti, **rintracciandoli dai fornitori** con cui collabora.

I prodotti offerti da RAJA Italia hanno valore aggiunto non solo per la qualità e i servizi che ne fanno da corollario, ma anche per i **diversi canali di vendita disponibili** ai clienti. La **multicanalità** è un altro punto di forza del Gruppo RAJA, che dal **catalogo**, canale storico di vendita, si è allargata a strumenti quali **e-commerce**, **venditori sul territorio**, **vendite al telefono ed e-mail**, per vendere i propri prodotti e servizi. Il **vantaggio della multicanalità ricade soprattutto sui clienti**, poiché chiunque, dalle piccole-medie imprese alle grandi multinazionali, può **trovare un canale preferenziale** che rispecchi le proprie necessità, dimensioni, preferenze di comunicazione e complessità di struttura. Ad esempio, i clienti medio piccoli vengono, il più delle volte, gestiti in **modalità quasi self-service tramite il sito web**, in cui sono autonomi nel completare gli ordini che RAJA Italia spedisce con cura ed attenzione. I grandi clienti multinazionali invece vengono solitamente **gestiti con il supporto e la complicità del Gruppo**. Data l'importanza della multicanalità per RAJA Italia nella vendita dei propri prodotti e servizi, per garantire la qualità degli stessi e per l'attenzione che viene data al cliente, **l'Azienda è molto attenta alla sicurezza nella gestione dei dati e dei pagamenti**. RAJA Italia ha infatti un **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati** e ha stabilito un'organizzazione gerarchica dei soggetti autorizzati al trattamento dei dati e della privacy, con differenti compiti e funzioni.



“I professionisti lavorano con i nostri prodotti. Per questo i nostri articoli devono essere sicuri e, dove necessario, certificati. Il nostro impegno è quello di identificare le migliori soluzioni di prodotti sostenibili, le più innovative, e di renderle disponibili sul nostro catalogo e sul nostro sito web.”

Alberto Ventura
Product & Content Manager RAJA Italia

4. LA NOSTRA OFFERTA

4.2 TRA QUALITÀ E CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO

RAJA Italia ha in essere un **SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001:2015** per la commercializzazione multicanale di materiali per l'imballaggio ed il packaging.

RAJA Italia, infatti, si impegna per fornire ai propri clienti le **informazioni più esaustive possibili per utilizzare correttamente i propri prodotti**, tramite **schede di sicurezza o manuali d'uso**, e per il loro corretto smaltimento tramite raccolta differenziata o riutilizzo.

Si evidenzia che nel corso dell'esercizio 2021 non sono stati registrati casi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.

I **controlli per la qualità** vengono eseguiti in **modo regolare** nel corso dell'anno sulla **merce in stock** per valutare che sia **etichettata e confezionata correttamente, mantenuta in ottime condizioni** e che le dimensioni siano nella tolleranza dichiarata. Inoltre, ogni prodotto prevede un'**etichettatura** che presenta **informazioni sul corretto smaltimento**, oltre ad essere dotati di una **Scheda di Sicurezza** e di **Certificati di origine**, ove previsto. Nello specifico, i macchinari sono accompagnati dai **libretti di istruzioni** per il loro utilizzo sicuro e RAJA Italia propone un **servizio di manutenzione contrattualizzato**, oltre che di **co-progettazione dei prodotti** con il fornitore per rispondere ad eventuali esigenze del cliente, agevolando così l'innovazione e miglione ai macchinari stessi.

A tal proposito, solo una piccola percentuale (0,9%) dei prodotti offerti da RAJA Italia rientra nelle categorie di igiene e adesivi, quali spray e detersivi, che potrebbero essere nocivi alla salute dei consumatori e riceve una **valutazione sui possibili impatti** sulla stessa.

LA QUALITÀ E LA SICUREZZA DEI SERVIZI E PRODOTTI OFFERTI È CERTIFICATA DA ULTERIORI RICONOSCIMENTI UFFICIALI QUALI:

SISTEMA DI
GESTIONE AMBIENTALE
CERTIFICATO
ISO 14001:2015



CERTIFICAZIONE DI
IDONEITÀ AL
CONTATTO CON
GLI ALIMENTI
SENZA RISCHI DI TOSSICITÀ



SIGILLO
NETCOMM
PER LA TUTELA DEL
CONSUMATORE IN
OGNI FASE DEL PROCESSO
DI ACQUISTO ONLINE



Il **Sigillo Netcomm** garantisce l'affidabilità e la trasparenza dei commenti e delle recensioni dei clienti, aspetto molto importante per RAJA Italia che si impegna da sempre nella tutela dei propri clienti e pone molta attenzione all'ascolto e alla soddisfazione degli stessi.

A riprova di ciò, RAJA Italia offre il **servizio di "Garanzia Ottimale"**, ad integrazione della **garanzia convenzionale**, in caso di insoddisfazione degli articoli ricevuti permettendo ai clienti di ottenere il **ritiro**, la **sostituzione** e la conseguente **riconsegna** dei prodotti acquistati, senza necessità di giustificazione nel caso in cui si sia verificato un errore nell'esecuzione dell'ordine da parte del cliente. Inoltre, in caso di **segnalazioni di non conformità**, in aggiunta ai controlli standard sulla merce in stock, vengono effettuati **ulteriori controlli** e il prodotto ritenuto non conforme viene sostituito o rinviato al fornitore che è tenuto a lavorarlo nuovamente affinché rispetti le norme e le aspettative dei clienti.

TUTTE LE SEGNALAZIONI DI NON CONFORMITÀ E I RECLAMI RICEVUTI VENGONO TRACCIATI E GESTITI.



Negli ultimi anni, la **legislazione Europea** si è mossa verso l'**eliminazione dei prodotti di plastica monouso** spinta dalla richiesta di una **rinnovata sensibilità** dei cittadini **verso l'ambiente** e la sua salvaguardia e dalla necessità di **mitigare il cambiamento climatico** con ogni mezzo. Il Gruppo RAJA non si è soltanto adeguato alle tendenze dell'industria del packaging, ma ha **sviluppato le proprie idee per ridurre l'impatto ambientale** a

lungo termine dei suoi prodotti e proporre soluzioni più sostenibili, rispettose dell'ambiente e della **sensibilità dei consumatori**.

Ad oggi, RAJA Italia offre un'ampia selezione di imballaggi ecologici che rappresenta più del 50% dell'offerta di prodotti, realizzati con materiali ecologici, riciclati e riciclabili.

ALCUNI PRODOTTI SONO CERTIFICATI FSC® E PEFC:

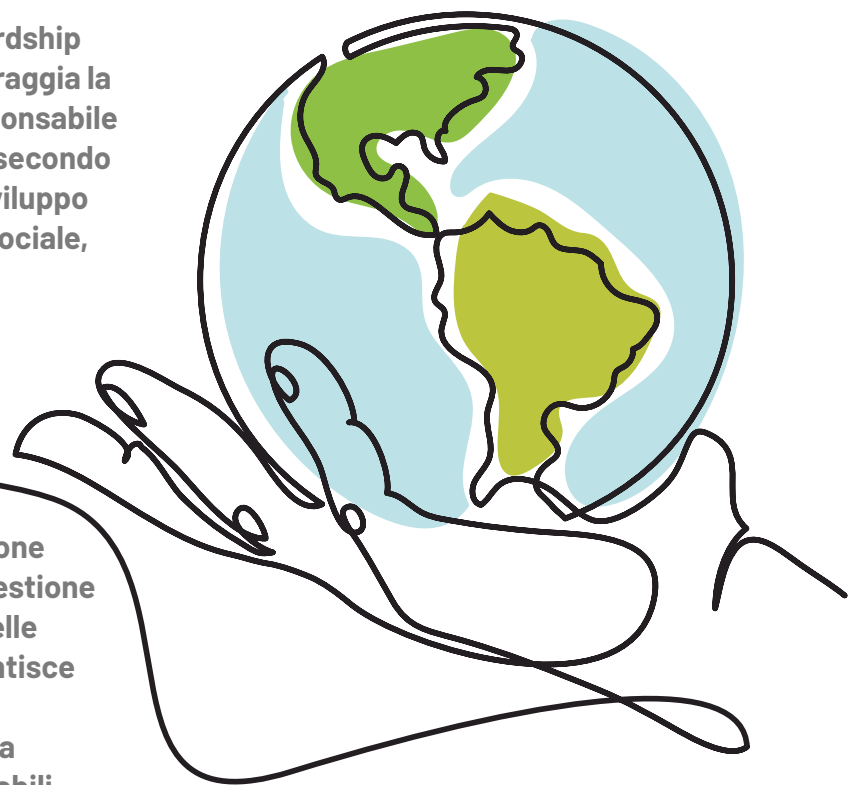


The mark of
responsible forestry

Forest Stewardship Council® incoraggia la gestione responsabile delle foreste secondo i 3 criteri di sviluppo sostenibile: sociale, ecologico ed economico.



La certificazione PEFC per la gestione sostenibile delle foreste, garantisce che i prodotti provengano da fonti responsabili che mirano alla conservazione delle foreste nel mondo.



RAJA Italia è certificata per la **Gestione della Catena di Custodia** per:

- la commercializzazione multicanale di **imballaggi in legno FSC Misto**, di imballaggi in cartone e carta, carte gommate e adesive ed etichette **FSC Misto e FSC Riciclato** e di carta per asciugatura in bobine FSC Misto e FSC Riciclato;
- la commercializzazione di **imballaggi in legno PEFC** (abete, pino, douglasia), cartone, carta ed articoli di cancelleria.

Questa certificazione viene illustrata nei dettagli all'interno della **POLITICA AZIENDALE DI CATENA DI CUSTODIA**, in cui dichiara l'impegno di RAJA nel conformarsi agli standards della catena di custodia foresta. In particolare, l'Azienda si impegna ad **evitare qualsiasi forma di approvvigionamento**, o coinvolgimento diretto o indiretto nello stesso, di prodotti a base legnosa provenienti da **Paesi oggetto di sanzioni ONU**, legno di guerra o tagliato illegalmente o in violazione dei diritti umani e altro ancora.



Il cliente è al centro delle nostre attività quotidiane e con questa vocazione accompagniamo molti di loro in progetti di transizione ecologica, che siano sostenibili dal punto di vista ambientale ma anche che rispettino la sostenibilità finanziaria di questi business. Formiamo i nostri clienti perché possano sostenere un'economia circolare, anche con i loro clienti.

Loris Zaninotto

National Sales Manager RAJA Italia

SI SEGNALE CHE NEL CORSO
DELL'ESERCIZIO 2021
**NON SONO STATI REGISTRATI
CASI DI NON CONFORMITÀ**
IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED
ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI

I loghi delle certificazioni ottenute da RAJA sono **apposti sui prodotti** per una **corretta e trasparente comunicazione ai clienti**. Inoltre, RAJA ha iniziato il processo di adeguamento alla norma che rende l'**ETICHETTATURA AMBIENTALE** degli imballaggi obbligatoria, in anticipo rispetto all'entrata in vigore, per i propri prodotti standard presenti in catalogo. Tale **etichetta** viene **apposta singolarmente** su quei prodotti che lo consentono per le loro dimensioni, o in alternativa **direttamente sulla scatola esterna** o sul **documento di trasporto**. In questo modo, RAJA si impegna per prevenire anche un utilizzo improprio dei suoi prodotti da parte dei consumatori finali. Per gestire la materia di etichettatura ambientale, infine, RAJA Italia ha partecipato a **webinar formativi organizzati dal Consorzio Nazionale Imballaggi (CONAI)**.

Infine, RAJA ha adottato il **Regolamento FITOK**, in quanto gli imballaggi in legno, per essere idonei agli scambi commerciali tra i vari Paesi, devono essere **conformi alle regole dell'ISPM-15 della FAO** in materia di misure fitosanitarie. Questo significa che devono essere trattati in modo da non diffondere organismi nocivi per **evitare possibili contagi** con gravi impatti economici ed ambientali negativi sul patrimonio forestale mondiale. In particolare, questo Regolamento riguarda un solo fornitore di casse in legno, certificato secondo lo **standard ISPM-15**.

4. LA NOSTRA OFFERTA

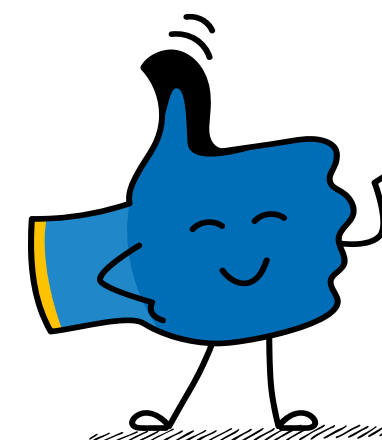
4.3 I FORNITORI DEL GRUPPO RAJA E L'APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

I fornitori di beni e servizi di RAJA Italia, Italiani ed Europei, di Gruppo o la Capogruppo stessa, vengono selezionati in base a valutazioni obiettive circa competitività, qualità, possesso dei requisiti tecnico/professionali, economicità e prezzo, integrità, puntualità ed affidabilità.

Quando un fornitore supera la selezione viene stipulato un **contratto** per basare il rapporto di business su presupposti di estrema chiarezza, collaborazione e cooperazione. I rapporti di lavoro con i fornitori, inoltre, siano essi per consulenza, forniture spot o lavori continuativi, vengono sempre

basati su una **comune condivisione dei valori di RAJA Italia** attestata dalla firma che viene richiesta loro della Carta degli Acquisti Responsabili.

Ai fornitori che lavorano con il Gruppo RAJA viene chiesto di **impegnarsi a rispettare la politica di Responsabilità Sociale del Gruppo**. Il documento incorpora anche i **10 principi del Global compact delle Nazioni Unite**. Questo impegno è viene formalizzato dalla firma da parte del fornitore della **Carta degli Acquisti Responsabili**, che consente al Gruppo RAJA di identificare, prevenire e ridurre il **rischio di violazioni effettive o potenziali** dei diritti umani e di danni ambientali o di qualsiasi altro possibile impatto negativo indirettamente legato alle sue attività e di **proteggere l'immagine del Gruppo nei confronti degli stakeholder**.



NEL 2021 IL
78% DELLA SPESA TOTALE DI FORNITURA DI RAJA ITALIA
È STATA FATTA VERSO FORNITORI LOCALI ITALIANI².



“Disponibilità dei prodotti a stock, logistica di prossimità e drop-shipping sono la rappresentazione di come l'efficientamento dei processi incontra la sostenibilità. Perché da un lato ci impegniamo ad aumentare il livello di servizio per i nostri clienti e, dall'altro, riduciamo l'impatto delle emissioni legato ai processi di trasporto, inclusa la parte di reverse logistics e delle emissioni legati ai trasporti.

Una logistica che segue le esigenze del cliente ci permette consegne di merce ridotte, con mezzi meno inquinanti e a carico completo.



Michela Vesta
Supply Chain Manager RAJA Italia

² Sono stati considerati come “fornitori locali” quei fornitori aventi la sede legale nel territorio nazionale in cui opera l'Azienda.



I FORNITORI DEL GRUPPO RAJA E L'APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

Oltre alla compilazione del **Regolamento sugli Acquisti e sullo Sviluppo Sostenibile**, ai fornitori viene richiesto il **rispetto delle certificazioni aziendali ISO 14001 e 9001, REACH, FSC® e PEFC** (qualora certificati), e di prendere visione del **Codice di Condotta Anticorruzione**, e restituirlo firmato, della Politica sulla Qualità e l'Ambiente e della Politica sulla Catena di Custodia.

Infine, i fornitori, inseriti all'interno del sistema gestionale dell'azienda, sono **monitorati e valutati periodicamente** sulla base di indicatori qualitativi e quantitativi, come puntualità e qualità dei prodotti serviti. I controlli sui fornitori vengono effettuati abitualmente e anche in situazioni straordinarie quali segnalazioni di non conformità dei prodotti da parte dei clienti o di inserimento di un nuovo fornitore.

Un aspetto dei fornitori che viene valutato positivamente da RAJA Italia è il **possesso di certificazioni ambientali**. Questa continuità di rapporto permette di **conoscere i propri fornitori più a fondo** e risolvere sul nascere qualsiasi difficoltà o controversia. RAJA Italia effettua anche **site visit** dai propri fornitori e stila dei **report sulla qualità** della produzione e sulla formazione degli stessi, oltre a chiedere loro dati in ambito di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

REACH E ROHS

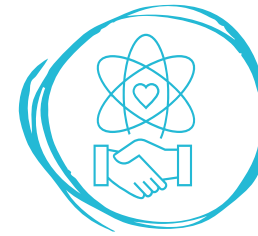
I fornitori di RAJA Italia si impegnano a rispettare la REACH, cioè la registrazione, valutazione, autorizzazione e restrizione delle sostanze chimiche (1907/2006/CE); e la ROHS 3, normativa che impone restrizioni sull'uso di determinate sostanze pericolose nella costruzione di apparecchiature elettriche ed elettroniche. La certificazione REACH viene richiesta a tutti i fornitori di RAJA Italia due volte all'anno per tutti i prodotti che forniscono.

GLI IMPEGNI DEI FORNITORI

GLI IMPEGNI DI RAJA ITALIA



**SELEZIONE
IMPARZIALE**



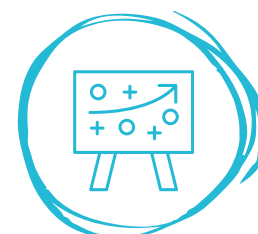
**TRATTAMENTO
LEALE**



**SICUREZZA E
PROTEZIONE DEI
DATI PERSONALI**



**GARANZIA
DI EQUITÀ
FINANZIARIA**



**MIGLIORAMENTO
DELLE PERFORMANCE**



**LOTTA ALLA
CORRUZIONE**



**RISERVATEZZA E
DIRITTI DI PROPRIETÀ
INDIVIDUALE**

- Riservatezza e trasparenza
- Lotta alla corruzione
- Concorrenza
- Sicurezza e protezione dei dati personali

- Rispetto delle leggi in materia di salari, vantaggi e tempo libero
- Eliminazione della discriminazione e trattamento equo sul lavoro
- Eliminazione del lavoro forzato e obbligatorio
- Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva
- Abolizione del lavoro minorile

- Rispetto di leggi e regolamentazioni ambientali
- Aggiornamento delle autorizzazioni ambientali
- Applicazione del principio di precauzione



**DIMENSIONE
ECONOMICA**



**DIMENSIONE
SOCIALE**



**DIMENSIONE
AMBIENTALE**



CAPITOLO 5

LE NOSTRE PERSONE

- 5.1** L'attenzione ai dipendenti RAJA Italia 64
- 5.1.1** La valorizzazione delle nostre persone: tra selezione, formazione e valutazione 66
- 5.1.2** Inclusione, coinvolgimento e benessere delle nostre persone 68
- 5.2** Salute e sicurezza negli ambienti di lavoro 70

5. LE NOSTRE PERSONE

5.1 L'ATTENZIONE AI DIPENDENTI RAJA ITALIA

Le persone sono sicuramente il cuore pulsante di RAJA Italia, che negli ultimi tre anni ha più che raddoppiato il proprio personale. La crescita dell'azienda è andata di pari passo con l'aumento dell'attenzione verso le proprie persone e gli impatti positivi ad essa correlati, in un'ottica responsabile e sostenibile.

AL 31 DICEMBRE 2021

72 DIPENDENTI RAJA ITALIA 

DI CUI

61% DONNE 39% UOMINI

CON UNA CRESCITA
SIGNIFICATIVA
DEL PERSONALE **+22%**

RISPETTO AL 2020
IN LINEA CON LA CRESCITA
DEL BUSINESS

L'80% DEL TOTALE DIPENDENTI
ASSUNTI DURANTE IL 2021
(15 PERSONE) È DI

ETÀ INFERIORE AI 30 ANNI

Per **sostenere tale crescita**, l'Azienda ha fatto perno sulla **ricerca e selezione**, e quindi sull'inserimento e lo sviluppo, di **professionalità già specializzate**, ovvero autonome nel ruolo assegnato. Queste figure sono state inserite in tutti i dipartimenti aziendali: **Marketing, Vendite, Prodotto, Supply Chain, Finanza, Risorse Umane e IT**. Inoltre, è stato fatto ricorso anche all'inserimento, ove le competenze del Team lo permettessero, di **profili Entry Level con l'obiettivo crescita interna**, oltre che alla **riorganizzazione**, orientata a definire con maggiore evidenza e chiarezza non soltanto i ruoli di prima delega, ma anche di coordinamento e supervisione, in gran parte coincidenti con crescita interne. Infine, l'Azienda si è appoggiata all'**esternalizzazione del lavoro operativo di magazzino**, reso evidentemente e formalmente distinto dal Business RAJA Italia, appaltato ad una **cooperativa esterna**, con una conseguente maggiore focalizzazione del personale aziendale sui KPI di servizio e **soddisfazione del cliente**.

A livello di **inquadramento contrattuale**, la maggior parte dei dipendenti è assunta con **contratto a tempo indeterminato (97% sul totale)**, a riconferma dell'impegno nell'investire sulle persone e garantire **stabilità nelle relazioni di lavoro** per un impatto positivo a lungo termine. Per quanto riguarda le altre forme contrattuali, il personale assunto a **tempo determinato (2 persone)** è composto per il 100% da donne. Infine, i dipendenti con **contratto full-time sono 70, di cui 42 donne e 28 uomini**, mentre i dipendenti con **contratto part-time sono 2 donne**. Considerando i lavoratori esterni invece, 18 persone in media durante il 2021, RAJA Italia si appoggia ad una cooperativa del territorio certificata SA8000



per le attività di logistica, in particolare **picking e movimentazione**. I **lavoratori esterni** formano un **team di 18 persone** in media nel 2021 (16 nel 2020), variabile in base ai momenti di picco e coordinato dal **Reparto Magazzino e Trasporti** di RAJA Italia.

In linea con il Codice Etico, il Codice di Condotta e la Politica Aziendale, **RAJA Italia vieta ed è contro ogni forma di corruzione, discriminazione e molestie**, oltre che l'utilizzo di **lavoro minorile**. Il primo principio di comportamento pronunciato nella Politica Aziendale è infatti, **Il Rispetto delle persone**, che enfatizza come non possa sussistere il business senza il rispetto di tale principio etico. In RAJA Italia, prima di rientrare in una gerarchia, in una funzione o in un organigramma, **ogni dipendente è una persona con il diritto di essere trattata come tale e il dovere di agire in egual modo**.



NEL PERIODO DI RENDICONTAZIONE
**NON SI REGISTRANO
INFATTI, CASI DI
DISCRIMINAZIONE.**

5.1.1

LA VALORIZZAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE: TRA SELEZIONE, FORMAZIONE E VALUTAZIONE

Per trasmettere questo senso di **importanza del singolo all'interno dell'Azienda**, il **dipartimento Risorse Umane e Comunicazione Interna** prevede, per ogni inserimento, la **comunicazione di benvenuto** in favore del neoassunto, inoltrata a tutti i colleghi, con una **breve descrizione del/la collega** e del dipartimento a lui/lei assegnato. Di conseguenza, **l'organigramma aziendale viene aggiornato** ogni qual volta vi è un nuovo assunto e viene reso disponibile a tutto il personale.



Inoltre, l'assunzione è sempre accompagnata dalla consegna di un **WELCOME ON BOARD KIT**, uno strumento molto utile che include la presentazione di **RAJA Italia**, la spiegazione del funzionamento del badge e dei buoni pasto, la procedura di attivazione del profilo utente personale, quali documenti sono richiesti e l'Informativa sulla Privacy, i contatti utili e tanto altro.

Infine, è previsto il coinvolgimento, entro il primo semestre dall'inserimento, nel cosiddetto **Onboarding Month**, ovvero la sede di presentazione dei dipartimenti non di appartenenza, con il fine di **inquadrare il processo aziendale** nella sua visione di insieme e nella sua natura di **relazioni interdipartimentali tra clienti e fornitori interni**.

LA RICERCA DI PERSONALE VIENE EFFETTUATA DA RAJA ITALIA IN **MODO AUTONOMO**, NELL'OTTICA DI ELIMINARE CON IL TEMPO OGNI POSSIBILE INTERMEDIARIO TRA L'AZIENDA E IL MERCATO DEL LAVORO.

I **CANALI DI RECRUITING** PIÙ UTILIZZATI DALL'AZIENDA SONO:

- **LINKEDIN**
- **BLOG**
- PARTNERSHIP CON UNIVERSITÀ COME **UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE DI PIACENZA**
- ALTRE ISTITUZIONI SCOLASTICHE COME **LA FONDAZIONE LOGISTICA SOSTENIBILE ITS**

Tali partnership hanno l'obiettivo di **attrarre potenziali profili** che abbiano l'**ambizione di uno sviluppo di carriera** e/o **profili tecnici specializzati in ambito logistico**. In questo modo RAJA Italia contribuisce ad avere un **impatto positivo sul territorio**, riducendo il tasso di disoccupazione e favorendo l'accrescimento delle competenze

NEL PERIODO DI RENDICONTAZIONE

LE ORE MEDIE DI FORMAZIONE OBBLIGATORIA SONO AUMENTATE

+71%

RISPETTO AL 2020, IN CUI SONO STATE EROGATE **100 ORE TOTALI** RISPETTO ALLE

209 ORE DEL 2021

SIMILMENTE LE **ORE DI FORMAZIONE NON OBBLIGATORIA** OFFERTA A TUTTI I DIPENDENTI SONO INCREMENTATE DI:

85 ORE

RISPETTO AL 2020 (**603 ORE**),

PER UN TOTALE DI

688 ORE

tecnico professionali dei dipendenti tramite **proposte formative** di medio termine finalizzate all'inserimento aziendale. Tuttavia, un canale di recruiting molto importante rimane quello interno. RAJA Italia, infatti, crede nella valorizzazione delle proprie persone e ripone molta fiducia in loro. Per questo motivo, prima di aprire una ricerca e selezione nel mercato esterno, anticipa l'esigenza di crescita alle proprie **Risorse Umane**, pubblicando, in anticipo rispetto ad ogni altro canale, il **Job Post** di riferimento, **verificando candidature interne** e promuovendo quindi il valore dei **percorsi di carriera RAJA Italia**. Con l'obiettivo della valorizzazione, nelle stesse campagne di ricerca interna viene richiesto al personale di **segnalare la posizione aperta** alla rete dei propri contratti professionali, e di indicare, ove possibile, potenziali candidature da inserire nel percorso di Recruiting. Questo coinvolgimento dei dipendenti permette loro anche di **esprimere la volontà di fare carriera all'interno dell'azienda**, sia verticalmente che orizzontalmente. A riprova della fidelizzazione dei dipendenti, il **tasso di turnover** registrato in azienda nel 2021 è del **3%**, in diminuzione rispetto al 2020 (5%).

I **piani di crescita e sviluppo del personale** sono effettuati proprio nell'ottica di una crescita consapevole tramite il coinvolgimento del dipendente e il 100% dei dipendenti di RAJA Italia riceve regolare valutazione di performance e sviluppo carriera. Innanzitutto, vengono effettuati delle **riunioni individuali con il Manager delle Risorse Umane** in occasione dei passaggi di carriera e, in secondo luogo, si effettuano **valutazioni semestrali**

con i responsabili di funzione e i loro collaboratori per verificare l'**allineamento tra obiettivi e carico di lavoro**, recepire dei **feedback dai dipendenti** e dare loro modo di crescere e sentirsi valorizzati. Nei percorsi di crescita che RAJA Italia realizza, viene data la possibilità di scegliere insieme dei piani di alta formazione dedicati e di promuovere la crescita orizzontale tra i dipartimenti. Oltre alla **formazione obbligatoria in primo soccorso, antincendio, sicurezza e privacy**, RAJA Italia offre tre pillar di formazione in competenze funzionali, quali **vendita e marketing**, tecniche, ad esempio sull'uso di **programmi o software**, e infine **soft skills o cross-functional skills**, come gestione del tempo. RAJA Italia offre anche corsi di **comunicazione e lingue**, come **business french e business english**.

In seguito alla formazione obbligatoria promossa dalla Casamadre nel 2020 sui temi di **phishing, privacy** e protezione dei dati, RAJA Italia ha stanziato un budget dedicato a questioni di **cyber security**. La prima attività su cui l'Azienda si è concentrata è stato un assesment della **cyber-vulnerabilità dei sistemi informatici** utilizzati a possibili attacchi esterni che possano compromettere la sicurezza dei dati e della privacy di dipendenti e clienti. Questo tema è ritenuto ora più che mai di fondamentale importanza, considerando l'input che la pandemia da Covid-19 ha provocato sulle **modalità di lavoro smart e in remoto**, le quali hanno richiesto che i dipendenti avessero un **pc portatile** e una **VPN per una connessione sicura**. Questi accorgimenti sono stati supportati dal **team del Dipartimento IT**.

5.1.2

INCLUSIONE, COINVOLGIMENTO E BENESSERE DELLE NOSTRE PERSONE

Ogni dipendente riceve una valutazione e ha un proprio piano di crescita, il cui presupposto è equità di genere e di opportunità.

RAJA ITALIA VANTA



RAJA Italia è sicuramente un esempio di **best practice** in ambito di promozione delle **pari opportunità** e tutela dell'**equilibrio vita privata-vita lavorativa**. Il progetto **"Un Fiocco in Azienda"** permette alle donne di ottenere diverse **agevolazioni durante la maternità**, agevolazioni e servizi a cui possono aderire anche i **neopapà** per spingere sempre di più verso il **concetto di genitorialità**. Si tratta di un programma vero e proprio per **aiutare entrambi i genitori** ad affrontare in modo sereno la gravidanza e la genitorialità, nonché per **facilitare il rientro al lavoro**. Tra i servizi offerti vi è la possibilità di richiedere l'**orario lavorativo agevolato**, **servizi post-nascita**, il **bonus mamma domani**, il **bonus asilo nido e bebè**, e i **riposi per allattamento**. Inoltre, nel 2021, tutti i dipendenti, sia uomini che donne, che hanno usufruito del **congedo parentale** sono tornati al lavoro e sono ancora dipendenti dell'Azienda a 12 mesi dal rientro, riscontro importante sull'impatto positivo a lungo termine che questa iniziativa rappresenta.

Il Gruppo RAJA ha adottato da anni una **Politica Retributiva con modello Total Reward**, ovvero che aumenta la completezza delle modalità con cui l'Azienda da ritorno al lavoratore delle proprie competenze e delle proprie performances. Tale Politica include un **bonus aziendale collettivo sui risultati aziendali complessivi**, un **piano welfare attraverso il quale usufruire di 500€ in beni e servizi detassati**, ed infine, un **bonus individuale a matrice quantitativa e qualitativa** secondo il Dipartimento di appartenenza. I servizi offerti dalla piattaforma Edenred a cui l'Azienda si affida per il piano welfare riguardano **alimentari, shopping, sport, salute, formazione e tanto altro**. In aggiunta, il 100% dei dipendenti di RAJA Italia è coperto da contratti collettivi, sia dal **Contratto Collettivo**

INFINE, OGNI ANNO RAJA ITALIA ORGANIZZA DEGLI EVENTI CARDINE PER LA CONDIVISIONE DEI PROPRI OBIETTIVI A TUTTI I DIPENDENTI, COME

LA CONVENTION ANNUALE, LA PRESENTAZIONE DEL CATALOGO A SETTEMBRE E IL KICK-OFF DI GENNAIO.

Nazionale di Lavoro del Commercio per i dipendenti che dal **Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro dei Dirigenti** per, appunto, i dirigenti.

Attraverso una **survey plenaria post-Covid**, il Gruppo RAJA ha chiesto ai propri dipendenti i loro riscontri, sia positivi che negativi, le loro impressioni e i loro pensieri sulla modalità di lavoro da remoto a cui, come tutti, hanno dovuto ricorrere. In seguito a questa analisi interna, **RAJA Italia ha ufficializzato**, per chi lo desidera ad eccezione di KAM e Logistica, **lo smart working** formalizzando la prassi di **lavorare tre giorni a settimana presso la sede aziendale e due giorni a settimana presso altra sede**, diversa da quella aziendale.

Questa novità è stata introdotta assieme ad altri **progetti di digitalizzazione**, come l'abolizione progressiva dell'uso della carta a favore della **firma digitale**. RAJA Italia è molto digitalizzata e ha una forte cultura incentrata sul **budgeting** e il **reporting**, aspetti che permettono un'organizzazione efficace ed efficiente, perfetta per la gestione del lavoro in modalità online e offline. A completamento del **Progetto di Conciliazione vita lavorativa e vita privata**, RAJA Italia ha rivisto il suo orario di ingresso allo stabile, anticipandone la finestra e mantenendo la **flessibilità**, in modo da facilitare, per i potenziali interessati, l'avvio lavorativo già a partire dalle ore 8.30 (si segnala che per il CCNL Commercio è prassi l'avvio lavorativo alle ore 9.00).

Questo progetto di reciproca collaborazione è basato sul **raggiungimento di obiettivi**, quindi su



“Credo profondamente che le donne debbano poter proseguire la propria carriera senza rinunciare a diventare madri; ecco perché ho fortemente voluto che RAJA Italia aderisse a “Un Fiocco in Azienda”.

Lorenza Zanardi

una cultura di responsabilità e autonomia, ulteriore esempio della fiducia del Gruppo RAJA verso i propri dipendenti.

L'utilizzo di survey e di canali di comunicazione interni molto attivi, nonché il forte aspetto digitale di RAJA Italia, sono caratteristiche distintive dell'Azienda. I dipendenti sono facilitati nell'**uso delle nuove tecnologie** grazie ad una Procedura operativa formalizzata per l'utilizzo di risorse hardware, software e reti, oltre al supporto del reparto IT.

Questi **strumenti digitali** saranno sempre di più introdotti ed utilizzati per facilitare e favorire la comunicazione, punto cardine dello svolgimento di tutte le attività lavorative. **La trasparenza è infatti un principio chiave di RAJA Italia**, che comunica ai propri dipendenti gli avvenimenti più rilevanti con frequenza mensile, nonché i risultati trimestrali dell'Azienda. La **comunicazione interna è estremamente attiva** anche per dare il benvenuto ai nuovi dipendenti, per congratulare neogenitori, condividere documenti importanti quali il Codice di Condotta anticorruzione e la Procedura di segnalazione delle irregolarità a tutti, o ancora **per informare** di eventi di carattere sociale ed ambientali organizzati da RAJA Italia o di convenzioni aziendali in programma. Oltre alle **e-mail**, un ulteriore strumento di comunicazione è la **bacheca**, su cui affigono l'organigramma e altre comunicazioni importanti e ufficiali. Inoltre, vi è anche la possibilità di **animare un wall nella sala riposo interna**, con le foto dei neoassunti o dei nascituri.

5. LE NOSTRE PERSONE

5.2 SALUTE E SICUREZZA NEGLI AMBIENTI DI LAVORO

L'attenzione ai propri dipendenti, al loro benessere, inclusione e sviluppo, si traduce anche in termini di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e in una serie di misure e politiche interne volte alla riduzione di potenziali impatti negativi, come il verificarsi di condizioni di lavoro che possano mettere in pericolo la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro. La tematica è gestita dalla funzione finance interna all'Azienda che funge da supporto operativo ad un ente esterno, presente in organigramma, che sottintende il ruolo di **Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP)**. L'RSPP esterno effettua sopralluoghi periodici e incontri con il personale e con la direzione per verificare il corretto adempimento degli obblighi normativi in materia.

L'approccio verso la sicurezza del Gruppo RAJA è applicato ai propri dipendenti e collaboratori, oltre a tutti coloro provenienti dall'esterno che sono tenuti al rispetto delle misure e dei regolamenti interni. A tal fine è stato predisposto un **Documento di Valutazione dei Rischi** condiviso, puntualmente aggiornato, e verificato periodicamente, che fa riferimento a **norme internazionali quali la ISO 45001:2018**. Nel documento vengono esplicitati tutti i rischi connessi all'attività lavorativa delle principali mansioni identificate nel Gruppo RAJA, ovvero **impiegato e addetto al magazzino**, nonché i preposti incaricati di far rispettare le varie norme di sicurezza e le direttive aziendali in materia in tutti i luoghi di lavoro. L'**organigramma della sicurezza**, inoltre, è esposto in modo visibile sia negli uffici che nel magazzino, mettendo in evidenza le persone alle quali rivolgersi per segnalare situazioni di pericolo.

Oltre a questo importante documento, sono stati anche predisposti **Piani di Emergenza** in cui sono identificati gli **addetti antincendio e primo soccorso**. Ai dipendenti, inoltre, è richiesto di segnalare eventuali osservazioni di non conformità in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro e possibili **azioni migliorative**. A tal fine, al momento dell'assunzione, tutti i dipendenti vengono dotati di un **kit informativo sulla sicurezza** e ricevono periodicamente una **formazione aggiornata** in materia per essere in grado di riconoscere tempestivamente una situazione a rischio e saper agire di conseguenza. RAJA Italia, infatti, si avvale di uno scadenziario sia per i **corsi di formazione obbligatori** che per le **visite mediche biennali**, oltre ad un ulteriore scadenziario per le autorizzazioni ottenute ad esempio per **manutenzioni o certificati di prevenzione incendi**. I corsi di formazione erogati ai lavoratori sulla salute e sicurezza sul luogo di lavoro includono, oltre ai corsi generali e specifici in materia per tutti i dipendenti, anche **corsi per addetti antincendio** (alto e medio rischio), per **addetti al primo soccorso**, per preposti, corsi di sicurezza per dirigenti e corsi di **sicurezza informatica**. Oltre alle visite mediche, la cui documentazione viene tutelata e mantenuta in azienda, vengono anche svolte **interviste anonime e a campione sui dipendenti** per valutare il rischio stress lavoro correlato. **Durante l'orario lavorativo è altresì proibito l'uso di sostanze alteranti quali alcolici e stupefacenti**.

Come già anticipato, il Gruppo RAJA è molto attento alla promozione della salute per i propri dipendenti tramite iniziative e progetti come il **"Fiocco in Azienda"** di RAJA Italia, con il quale è possibile accedere a corsi gratuiti per neogenitori e a piani di **consulenza**



alimentare per le neomamme. RAJA Italia ha altresì disposto un **piano welfare** che prevede la possibilità di richiedere **rimborsi sanitari**, e un'**assicurazione sanitaria Fondo Est**. Inoltre, la contrattualizzazione dello **smart working** ha permesso la riduzione del **rischio in itinere per i dipendenti**. Infine, durante il periodo di pandemia, è stato adottato un **Protocollo Covid-19** nel quale sono descritte le azioni poste in essere dall'Azienda e i comportamenti da osservare per tutelare i dipendenti, come i **dispositivi di sicurezza da indossare** forniti da RAJA Italia.

³ I dati relativi agli infortuni dei collaboratori esterni includono la sola categoria dei collaboratori (operatori logistici) e non altre tipologie di lavoratori non dipendenti che operano presso i siti dell'Azienda e/o sotto il controllo dell'Azienda, in considerazione della loro significatività e della disponibilità di tali dati su cui l'Azienda non esercita un controllo diretto.

NEL PERIODO DI RENDICONTAZIONE
SI REGISTRA SOLO

**1 INFORTUNIO
NON GRAVE**

DI UN DIPENDENTE
A FRONTE DI
**116.741
ORE LAVORATE.**

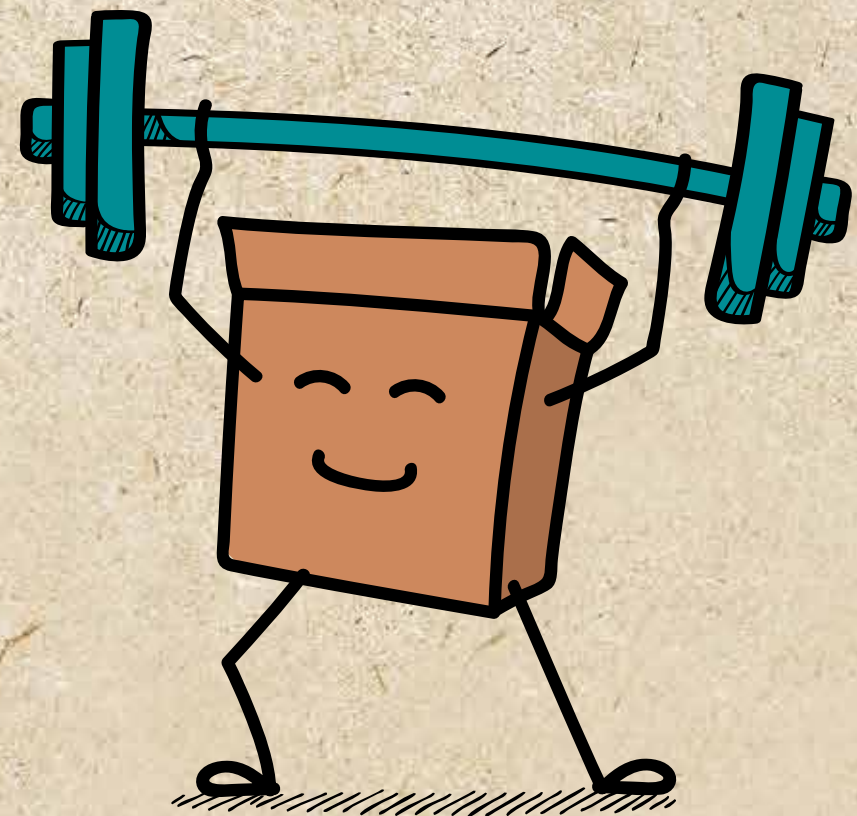
INVECE
**NON SI REGISTRANO
INFORTUNI**

AI LAVORATORI ESTERNI A FRONTE DI
37.733 ORE LAVORATE,
AUMENTATE DEL **17%**
RISPETTO ALL'ANNO PRECEDENTE
(32.298 ORE)³



CAPITOLO 6

RAJA ITALIA E LA COMUNITÀ



6 RAJA ITALIA E LA COMUNITÀ

Attraverso la propria Politica Aziendale, il Gruppo RAJA si impegna attivamente al rispetto per la collettività in cui opera, conscia dell'influenza, diretta ed indiretta, che il quotidiano svolgimento delle proprie attività può avere sul territorio e sulle persone.

Il Gruppo RAJA mira ad un **impatto economico, sociale ed ambientale** il più possibile **positivo sul territorio** in cui è radicata, sia per il benessere della collettività che dei suoi investimenti, in un'ottica di **sviluppo sostenibile** e in **sinergia con l'ambiente e le persone della comunità**.



“

Le crisi che stiamo attraversando ci ricordano quanto siano essenziali i temi della produzione alimentare locale, della tutela delle risorse naturali e del sostegno a iniziative innovative e sostenibili.

”

Danièle Kapel-Marcovici
Fondatrice e Presidente della Fondazione
Raja-Danièle Marcovici

RAJA Italia aderisce alle iniziative della **Fondazione RAJA-Danièle Marcovici**, nata nel 2006 per volontà della CEO del Gruppo. La **Fondazione sostiene progetti a favore dell'ambiente e delle donne in tutto il mondo** focalizzandosi su quattro obiettivi:

1. **SOSTENERE I DIRITTI DELLE DONNE E LOTTARE CONTRO LE VIOLENZE**

2. **PROMUOVERE L'EDUCAZIONE E LA LEADERSHIP**

3. **FORMARE E INSERIRE PROFESSIONALMENTE LE DONNE, ASSICURANDO LA LORO EMANCIPAZIONE E LA LORO AUTONOMIA FINANZIARIA**

4. **SOSTENERE PROGETTI IMPRENDITORIALI FEMMINILI A FAVORE DELL'AMBIENTE**



In particolare, RAJA Italia contribuisce al programma della **Fondazione "Donne & Ambiente"** in collaborazione con i propri fornitori, attraverso la selezione di una *lista di prodotti eco-friendly* per i quali, ogni qual volta ne viene acquistata 1 confezione, **RAJA Italia dona automaticamente 1€ alla Fondazione**.

L'importanza di questo gesto risiede anche nella **tipologia di prodotti selezionati**, ovvero prodotti ad uso comune acquistabili da piccole e grandi aziende. Queste attività sono rese note al pubblico tramite **newsletter interna, il catalogo del Gruppo, blog e social**. La Fondazione opera ormai a **livello globale** ma con un'attenzione particolare ai **paesi nel sud del mondo**, con un focus sui temi di **imprenditorialità femminile e lotta alla violenza**.

Tra i progetti dell'iniziativa "Donne & Ambiente" vi sono:

- **Sostenere lo sviluppo della filiera agricola sostenibile e inclusiva da parte delle donne** appartenenti a minoranze etniche nel Parco Nazionale di Hoang Lien, dell'**Associazione Agrisud International**;

- **Formare le donne in pensione e/o disabili nelle pratiche agro ecologiche** per garantire la loro sicurezza alimentare, dell'**Associazione blueEnergy France**;
- **Sostenere le donne nello sviluppo di un'agricoltura sostenibile** dando loro l'opportunità di essere attori per lo sviluppo economico e contribuendo positivamente alle azioni di contrasto al cambiamento climatico, dell'**Associazione Empow'Her**;
- **Migliorare le condizioni di vita delle donne** formandole nel settore edile nei cantieri scolastici e sensibilizzandole all'agricoltura rispettosa dell'ambiente con la creazione di foreste commestibili, dell'**Associazione Habitat-Cité**;
- **Riabilitare e preservare la biodiversità** del giardino botanico Camayenne, formando e creando posti di lavoro per le donne, dell'**Associazione Women of Africa**;
- **Mobilizzare e educare le madri dell'Ile-Saint-Denis sulla gestione dei rifiuti** in modo che diffondano le buone pratiche tra i loro coetanei, dell'**Associazione PikPik Environnement**.

Durante il periodo di Covid-19, **RAJA Italia ha elargito anche donazioni alla Croce Rossa e a Medici Senza Frontiere** come ringraziamento per le loro attività a sostegno della comunità in un momento difficile.

Inoltre, sempre nel 2021, **RAJA Italia ha contribuito all'associazione La Matita Parlante**, nata dagli educatori del **Dipartimento di Salute Mentale dell'Azienda USL di Piacenza** e professionisti del settore della cultura per favorire la partecipazione sociale di giovani ragazzi affetti da disturbo dello spettro autistico.

RAJA Italia è altresì attiva tramite il **supporto a L'INTRECCIO Società Cooperativa sociale Onlus**, la quale si occupa di progetti per l'infanzia, asili nido, doposcuola, centri estivi e progetti di recupero alimentare a sostegno delle povertà emergenti e contro lo spreco alimentare.

Dal punto di vista dello **sport** invece, **RAJA Italia è sponsor della squadra femminile**

del Piacenza calcio, importante punto di riferimento e di ritrovo della comunità, il **Fiorenzuola calcio** e la **Volley Academy**.

In occasione dell'8 marzo, per celebrare la **Giornata della Donna**, RAJA Italia ha scelto di **sostenere un apicoltore e adottare 5 alveari per un anno**. L'Apicoltura Pilotti di Salsomaggiore Terme ha più di 240.000 api in grado di impollinare fino a 300.000 fiori per la **produzione di miele di Acacia e Millefiori**.

Sempre nel 2021, nel segno del suo costante impegno per la **salvaguardia dell'ambiente** e della condivisione dei propri valori, RAJA Italia ha partecipato, come sponsor e come volontario, all'evento **Un Po prima del Mare**, la più grande giornata di pulizia del fiume Po, organizzato dall'associazione **Plastic Free odv Onlus**. In questa occasione, che si è svolta contemporaneamente lungo tutte le regioni attraversate dal fiume Po coinvolgendo oltre 10.000 volontari, **RAJA Italia ha raccolto 350 kg di rifiuti nella zona di Piacenza**, ripulendo le rive del fiume.

RAJA ITALIA ADERISCE ALLE SEGUENTI ASSOCIAZIONI:

ISTITUTO ITALIANO DELL'IMBALLAGGIO



CONFINDUSTRIA



CONFCOMMERCIO



CONFAPI



COORDINAMENTO NUOVE GENERAZIONI ITALIANE - CONNGI



CONSORZIO SERVIZI LEGNO SUGHERO - CONLEGGNO



AMBASCIATORI DELLA FONDAZIONE CARTA ETICA DEL PACKAGING



CONSORZIO DEL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO - NETCOMM



NOTA METODOLOGICA

Il presente documento costituisce la prima edizione del Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa di Rajapack S.r.l. (nel testo anche "RAJA", "RAJA Italia" o la "Società"), redatto per comunicare in modo trasparente la performance della Società in ambito di sostenibilità ambientale, sociale ed economica relativamente all'esercizio 2021 (dal 1 gennaio al 31 dicembre).

La **selezione degli aspetti e degli indicatori** utili a definire i contenuti da rendicontare è stata effettuata attraverso un'**analisi di materialità** che considera le **tematiche rilevanti per la Società e i suoi stakeholder**. Per i dettagli in merito alle attività condotte si rimanda al paragrafo "**La nostra visione di sostenibilità**" del presente documento.

Il Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa è stato redatto in conformità ai **Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards** (di seguito anche "**GRI Standards**") definiti nel 2021 dal **GRI - Global Reporting Initiative**.

Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni ambientali, economiche e sociali contenute nel Bilancio corrisponde alla **società Rajapack S.r.l.**, con **sede a Castel San Giovanni (PC)**.

Nel periodo di riferimento **non ci sono state variazioni significative** rispetto alle dimensioni, alla struttura organizzativa, all'assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento di RAJA. Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e restituire un quadro esaustivo degli andamenti della Società, laddove possibile, **i dati pubblicati sono presentati a confronto con la performance dell'esercizio 2020**.

Per garantire l'affidabilità dei dati, **è stato limitato il più possibile il ricorso a stime**, le quali, ove presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

I contenuti del presente Bilancio non sono sottoposti ad assurance esterna.

Per ogni informazione relativa al presente Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa è possibile scrivere all'indirizzo:

INFO@RAJAPACK.IT

indicando nell'oggetto dell'e-mail che la richiesta fa capo al presente documento.

APPENDICE

AMBIENTE

DISCLOSURE 301-1: MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME

MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME

Tipo di materiale	Unità di misura	2020		2021	
		Non rinnovabile	Rinnovabile	Non rinnovabile	Rinnovabile
Legno (pallet)	t		285		351
Carta (scatole cartone e carta per imballo)	t		8		10
Plastica (film per fasciatura e imballo articoli spediti)	t	13		17	
Totale rinnovabile/non rinnovabile	t	13	293	17	361

DISCLOSURE 302-1: ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

CONSUMO ENERGETICO ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

Tipologia di consumo	Unità di misura	2020		2021	
		Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
Combustibili non rinnovabili	GJ		1.103,4		1.356,4
Gas naturale	m³	15.354	541,7	10.467	369,3
Benzina per parco auto	l	17.729	561,7	30.930	987,1
Energia elettrica acquistata da rete da fonte non rinnovabile	kWh	321.523	1.157,5	349.283	1.257,4
Totale consumi energetici	GJ	2.260,9		2.613,8	
Energia rinnovabile	GJ	-		-	
% Energia rinnovabile sul totale	%	-		-	

FATTORI DI CONVERSIONE

Unità di partenza	Unità di arrivo	2020	2021*
1 m³ di gas naturale	GJ	0,0353	0,0353
1 l Petrol (average biofuel blend)	GJ	0,0317	0,0319
1 kWh	GJ	0,0036	0,0036

*Fonte fattori di conversione anno 2021: Tabella parametri standard nazionali - Min. Ambiente

DISCLOSURE 305-1: EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1)

SCOPE 1 – EMISSIONI DA COMBUSTIONE E GAS REFRIGERANTI

Tipologia di emissioni	Unità di misura	2020	2021
Combustibili	tCO₂	72	93
Gas naturale	tCO ₂	30	21
Benzina per parco auto	tCO ₂	41	72
Gas refrigeranti	tCO_{2eq}	42	45
R410A	tCO _{2eq}	42	45
Totale Scope 1⁴	tCO_{2eq}	114	138

DISCLOSURE 305-2: EMISSIONI INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)⁵

SCOPE 2 – EMISSIONI INDIRETTE DA ELETTRICITÀ

Energia elettrica acquistata da rete	Unità di misura	2020	2021
Metodo Location based	tCO ₂	84	91
Metodo Market based	tCO ₂	150	160

CALCOLO EMISSIONI TOTALI⁶

	Unità di misura	2020	2021
Totale emissioni Scope 1 + Scope 2 – Location Based	tCO _{2eq}	197	229
Totale emissioni Scope 1 + Scope 2 – Market Based	tCO _{2eq}	263	298

FATTORI DI EMISSIONE

SCOPE 1

Unità di partenza	Unità di arrivo	2020	2021
1 m ³ di gas naturale	tCO ₂ e	0,001984	0,001983
1 l Petrol (average biofuel blend)	tCO ₂ e	0,00233248	0,0023236
1 kg R410A	tCO ₂ e	2,088	2,088
Fonte		Min. Ambiente 2020	Min. Ambiente 2021

SCOPE 2	Unità di misura	Location-based	Market-based	Location-based	Market-based
Emission factor Italia	tCO ₂ /kWh	0,000260	0,000466	0,000261	0,000459
Fonte		ISPRA – Fattori di emissione 2021	AIB Residual Mix (Europe)	ISPRA – Fattori di emissione 2021	AIB Residual Mix (Europe)

⁴ Le emissioni di Scope 1 relative ai combustibili sono espresse in tonnellate di CO₂, in quanto la fonte utilizzata non riporta i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO₂.

⁵ Lo standard di rendicontazione utilizzato prevede due diversi approcci di calcolo delle emissioni di Scopo2: "Location-based" e "Market-based". L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. L'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici accordi contrattuali tra l'Organizzazione ed il fornitore di energia elettrica (es. acquisto di Garanzie di Origine), per l'approccio "Market-based" è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale.

⁶ Le emissioni dello Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

DISCLOSURE 306-3: RIFIUTI PRODOTTI

TIPOLOGIA E PESO TOTALE DEI RIFIUTI GENERATI

Tipologia di rifiuti	Codice CER	Unità di misura	Al 31 dicembre 2020			Al 31 dicembre 2021		
			Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Imballaggi in materiali misti	150106	t	-	41,340	41,340	-	32,170	32,170
Imballaggi di plastica	150102	t	-	-	-	-	1,240	1,240
Imballaggi di carta e cartone	150101	t	-	47,860	47,860	-	26,070	26,070
Apparecchiature fuori uso	160214	t	-	0,414	0,414	-	0,470	0,470
Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi	160213	t	0,134	-	0,134	0,250	-	0,250
Totale		t	0,134	89,614	89,748	0,250	59,950	60,200
Percentuale		%	0,1	99,9	100	0,4	99,6	100

PRODOTTO

DISCLOSURE 417-1: REQUISITI IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI

REQUISITI PER LE INFORMAZIONI E L'ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI

Le seguenti informazioni sono richieste dalle procedure dell'organizzazione per le informazioni e l'etichettatura di prodotti e servizi	2020 Sì/No	2021 Sì/No
Approvvigionamento dei componenti dei prodotti o servizi	No	No
Contenuto, in particolare per quanto riguarda le sostanze che possono avere un impatto ambientale o sociale	No	No
Utilizzo sicuro del prodotto o servizio	Sì	Sì
Smaltimento del prodotto e relativi impatti ambientali o sociali	No	Sì
Schede sicurezza di prodotto	Sì	Sì
Dichiarazione d'origine merci	Sì	Sì
Loghi ambientali FSC-PEFC / marchio FITOK	Sì	Sì

CATEGORIE SIGNIFICATIVE DI PRODOTTI O SERVIZI TRATTATI O VALUTATI IN MATERIA DI CONFORMITÀ DI INFORMAZIONI ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI E SERVIZI

Numero di categorie	2020	2021
Totale categorie di prodotti o servizi significativi	17	17
Categorie significative di prodotti o servizi trattati o valutati in materia di conformità rispetto alle procedure riportate nella tabella precedente	17	17
Percentuale di prodotti o categorie di servizi significativi trattati o valutati in materia di conformità rispetto a tali procedure	100%	100%

FORNITURA

DISCLOSURE 204-1: PROPORZIONE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI⁷

PROPORZIONE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI

Sedi operative significative	Al 31 dicembre 2020 % spesa	Al 31 dicembre 2021 % spesa
Locale - Italia	77,5	78,0
Non locale - Estero ⁸	22,5	22,0
Totale	100,0	100,0

DISCLOSURE 308-1: NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI UTILIZZANDO CRITERI AMBIENTALI

NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI MEDIANTE CRITERI AMBIENTALI

Numero	2020	2021
Totale nuovi fornitori nel periodo di rendicontazione	188	45
Nuovi fornitori nel periodo di rendicontazione valutati secondo criteri ambientali	188	45
Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati mediante criteri ambientali	100%	100%

DISCLOSURE 414-1: NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE ATTRAVERSO L'UTILIZZO DI CRITERI SOCIALI

NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI MEDIANTE CRITERI SOCIALI

Numero	2020	2021
Totale nuovi fornitori nel periodo di rendicontazione	188	45
Nuovi fornitori nel periodo di rendicontazione valutati secondo criteri sociali	188	45
Percentuale di nuovi fornitori che sono stati valutati mediante criteri sociali	100%	100%

⁷ Sono stati considerati come "fornitori locali" quei fornitori aventi la sede legale nel territorio nazionale in cui opera l'Azienda.
⁸ I fornitori esteri di RAJA provengono principalmente da Olanda, Francia e Germania.

RISORSE UMANE

DISCLOSURE 2-7: DIPENDENTI

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (TEMPO INDETERMINATO E DETERMINATO), PER AREA GEOGRAFICA⁹ E PER GENERE

Tipologia contrattuale	Al 31 dicembre 2020			Al 31 dicembre 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
A tempo indeterminato	19	35	54	28	42	70
A tempo determinato	2	3	5	-	2	2
Totale	21	38	59	28	44	72

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO (FULL-TIME E PART-TIME) E PER GENERE

Tipologia di impiego	Al 31 dicembre 2020			Al 31 dicembre 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	21	37	58	28	42	70
Part-time	-	1	1	-	2	2
Totale	21	38	59	28	44	72
Part-time percentuale	-	2,7%	1,7%	-	4,8%	2,9%

DISCLOSURE 2-8: LAVORATORI CHE NON SONO DIPENDENTI

NUMERO DI LAVORATORI ESTERNI PER CATEGORIA PROFESSIONALE

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2020	Al 31 dicembre 2021
Personale esterno	20	22
Totale¹⁰	20	22

DISCLOSURE 2-21: COMPENSO TOTALE ANNUO

	2020	2021
Tasso	5,63	6,24
Tasso tra l'aumento percentuale della retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta e il valore mediano dell'incremento percentuale totale annua per tutti i dipendenti¹²	-2,20	

⁹ Tutti i dipendenti di RAJA operano in Italia.
¹⁰ I lavoratori esterni occupati in logistica hanno un contratto basato sul numero di righe gestite/lavorate, pertanto il numero dei lavoratori è indicativo.
¹¹ Il tasso è calcolato come rapporto tra la retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta dell'organizzazione e i valori mediani della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (ad esclusione dell'individuo con la retribuzione più alta).
¹² Il tasso è calcolato come il rapporto tra l'aumento percentuale della retribuzione totale annua per l'individuo con retribuzione più alta dell'organizzazione e il valore mediano dell'incremento percentuale della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (ad esclusione dell'individuo con retribuzione più alta).

DISCLOSURE 401-1: NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER

NUMERO ASSUNZIONI¹³

Numero di persone	Al 31 dicembre 2020				Al 31 dicembre 2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Uomini	-	2	-	2	8	1	-	9
Donne	3	7	-	10	4	2	-	6
Totale	3	9	-	12	12	3	-	15

NUMERO CESSAZIONI¹⁴

Numero di persone	Al 31 dicembre 2020				Al 31 dicembre 2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Uomini	-	-	-	-	1	1	-	2
Donne	1	2	-	3	-	-	-	-
Totale	1	2	-	3	1	1	-	2

TASSO DI ASSUNZIONE PER GENERE¹⁵

Numero di persone	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	10%	26%	20%	32%	14%	21%

TASSO DI ASSUNZIONE PER FASCIA D'ETÀ

Numero di persone	2020				2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Totale	27%	19%	-	20%	63%	6%	-	21%

CESSAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE¹⁶

Numero di persone	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Totale	-	8%	5%	7%	-	3%

CESSAZIONE PER FASCIA D'ETÀ

Numero di persone	2020				2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Totale	9%	4%	-	5%	5%	2%	-	3%

¹³ I dati relativi alle nuove assunzioni non includono gli spostamenti infragruppo.
¹⁴ I dati relativi ai dipendenti in uscita non includono i trasferimenti infragruppo.
¹⁵ Il tasso di turnover in entrata è calcolato come segue: numero di dipendenti entrati durante l'anno/ totale dipendenti alla fine dell'anno*100.
¹⁶ Il tasso di turnover in uscita è calcolato come segue: numero di dipendenti usciti durante l'anno/ totale dipendenti alla fine dell'anno*100.

DISCLOSURE 401-3: CONGEDO PARENTALE

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI CHE HANNO AVUTO DIRITTO O USUFRUITO DEL CONGEDO PARENTALE PER GENERE E TASSO DI RIENTRO AL LAVORO

Numero di dipendenti	Uomini	Donne
Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2021 di cui status al 31 dicembre 2021	1	5
ancora in congedo	-	1
rientrati e ancora impiegati	1	4
di cui dimessi	-	-
Tasso di rientro al lavoro al 31 dicembre 2021	100%	80%
Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2020 di cui status al 31 dicembre 2020	-	10
ancora in congedo	-	2
rientrati e ancora impiegati	-	8
di cui dimessi	-	-
Tasso di rientro al lavoro al 31 dicembre 2020	-	80%
Dipendenti che hanno fruito del congedo parentale durante il 2020 di cui status al 31 dicembre 2021	-	10
ancora in congedo	-	2
rientrati e ancora impiegati	-	8
di cui dimessi	-	-
Tasso di retention al 31 dicembre 2021	-	80%

DISCLOSURE 403-9: INFORTUNI SUL LAVORO

DIPENDENTI

INFORTUNI SUL LAVORO Numero di incidenti	2020	2021
Numero totale dei decessi dovuti a infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro gravi ¹⁷ (escludendo i decessi)	-	-
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili	-	1
PRINCIPALI TIPOLOGIE DI INFORTUNI SUL LAVORO Tipologia di incidente	2020	2021
Lesione	-	1
DATI TEMPORALI Ore	2020	2021
Ore lavorate	91.453	116.741
Moltiplicatore per il calcolo	200.000	200.000
TASSI DI INFORTUNIO Tasso	2020	2021
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro ¹⁸	-	-
Tasso di infortuni gravi sul lavoro (escludendo i decessi) ¹⁹	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili ²⁰	-	1,71

DISCLOSURE 404-1: ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE PER GENERE E INQUADRAMENTO

ORE MEDIE DI FORMAZIONE OBBLIGATORIA PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Categoria professionale	Ore medie Uomini	2020 Ore medie Donne	Ore medie Totale	Ore medie Uomini	2021 Ore medie Donne	Ore medie Totale
Dirigenti	-	-	-	-	9	9
Senior manager	-	-	-	-	2	1
Impiegati	2	2	2	2	4	3
Operai	-	-	-	-	-	-
Totale	2	2	2	2	4	3

ORE MEDIE DI FORMAZIONE NON OBBLIGATORIA PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Categoria professionale	Ore medie Uomini	2020 Ore medie Donne	Ore medie Totale	Ore medie Uomini	2021 Ore medie Donne	Ore medie Totale
Dirigenti	-	-	-	-	26	26
Senior manager	18	19	18	21	32	26
Impiegati	12	8	10	13	3	7
Operai	-	-	-	-	-	-
Totale	13	8	10	15	6	10

ORE MEDIE DI FORMAZIONE TOTALE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

Categoria professionale	Ore medie Uomini	2020 Ore medie Donne	Ore medie Totale	Ore medie Uomini	2021 Ore medie Donne	Ore medie Totale
Dirigenti	-	-	-	-	34	34
Senior manager	18	19	18	21	34	27
Impiegati	15	10	11	16	7	10
Operai	-	-	-	-	-	-
Totale	15	10	12	16	10	12

¹⁷ Con infortunio sul lavoro grave si fa riferimento a un infortunio sul lavoro che porta a un danno tale per cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico prevedere che si riprenda completamente tornando allo stato di salute antecedente l'incidente entro 6 mesi.

¹⁸ Il tasso è calcolato come segue: numero di decessi dovuti a infortuni sul lavoro/ore lavorate*200.000.

¹⁹ Il tasso è calcolato come segue: numero infortuni gravi sul lavoro/ ore lavorate*200.000.

²⁰ Il tasso è calcolato come segue: numero infortuni sul lavoro registrabili/ ore lavorate*200.000.

DISCLOSURE 405-1: DIVERSITA' TRA I DIPENDENTI

PERCENTUALE DI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E PER GENERE

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2020			Al 31 dicembre 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	100%	2%	-	100%	1%
Quadri	67%	33%	10%	56%	44%	13%
Impiegati	33%	67%	88%	37%	63%	86%
Operai	-	-	-	-	-	-
Totale	36%	64%	100%	39%	61%	100%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E PER FASCIA D'ETÀ

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2020				Al 31 dicembre 2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Dirigenti	-	100%	-	2%	-	100%	-	1%
Quadri	-	100%	-	10%	-	89%	11%	13%
Impiegati	21%	79%	-	88%	31%	68%	2%	86%
Operai	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	19%	81%	-	100%	26%	71%	3%	100%

PERCENTUALE DI DIPENDENTI APPARTENENTI A CATEGORIE PROTETTE PER GENERE E CATEGORIA PROFESSIONALE

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2020			Al 31 dicembre 2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	6%	9%	8%	4%	10%	8%
Operai	-	-	-	-	-	-
Totale	5%	8%	7%	4%	9%	7%

PERCENTUALE DEI MEMBRI DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER FASCIA D'ETÀ E PER GENERE

Membri CdA	Al 31 dicembre 2020				Al 31 dicembre 2021			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
Uomini	-	-	67%	67%	-	-	67%	67%
Donne	-	-	33%	33%	-	-	33%	33%
Totale	-	-	100%	100%	-	-	100%	100%

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Statement of use	RAJAPACK S.r.l. ha redatto il presente Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa in conformità ai GRI Standards per il periodo 1 gennaio - 31 dicembre 2021
GRI 1 used	GRI 1: Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standard(s)	N/A

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINE/NOTE	INFORMAZIONI OMESSE	OMISSIONE MOTIVO	SPIEGAZIONE	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
GENERAL DISCLOSURES						
GRI 2: General disclosures 2021	2-1 Dettagli organizzativi	14				
	2-2 Entità incluse nel bilancio di sostenibilità dell'organizzazione	78				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Annuale				
	2-4 Restatement di informazioni	Il presente documento costituisce il primo Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa di RAJA Italia				
	2-5 Assurance esterna	Il presente documento non è sottoposto ad Assurance esterna				
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	14				
	2-7 Dipendenti	64; 83				
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	64-65; 83				
	2-9 Composizione e struttura della governance	Al momento della pubblicazione del presente Bilancio non sono disponibili le seguenti informazioni, in capo alla Capogruppo francese, relative ai membri del CdA: altri incarichi e posizioni significative ricoperte da ciascun membro e la natura di tali incarichi, indipendenza, appartenenza a minoranze, competenze rilevanti agli impatti dell'organizzazione e rappresentazione degli stakeholder.				
	2-10 Nomina e selezione del più alto organo di governo	16				
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	16				
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione e nella gestione degli impatti	17				
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	17				

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINE/NOTE	INFORMAZIONI OMESSE	OMISSIONE		GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
				MOTIVO	SPIEGAZIONE	
	2-14 Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	Il presente documento rappresenta il primo Bilancio di Responsabilità Sociale d'impresa Volontario, definito su esempio della Capogruppo, di RAJA Italia. Il documento non è oggetto di approvazione da parte del CdA.				
	2-15 Conflitti d'interesse	17				
	2-16 Comunicazioni delle criticità	17				
	2-17 Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	17				
	2-18 Valutazione delle prestazioni del massimo organo di governo	RAJA Italia non adotta un processo di valutazione delle performance del più alto organo di governo rispetto alla supervisione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.				
	2-19 Politiche di remunerazione	19				
	2-20 Processo per la determinazione della remunerazione	Il processo per determinare la remunerazione di RAJA Italia non prevede il coinvolgimento di stakeholder, inclusi consulenti.				
	2-21 Compenso totale annuo	83				
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	4-5				
	2-23 Impegni nelle politiche aziendali	23				
	2-24 Attuazione degli impegni nelle politiche aziendali	23; 25				
	2-25 Processo di rimedio agli impatti negativi	25				
	2-26 Meccanismi per chiedere consigli e sollevare preoccupazioni	23				
	2-27 Compliance con leggi e regolamenti	25				
	2-28 Adesione ad associazioni	77				
	2-29 Approccio di stakeholder engagement	30-31				
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	68				

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINE/NOTE	INFORMAZIONI OMESSE	OMISSIONE MOTIVO	SPIEGAZIONE	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
MATERIAL TOPICS						
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Processo di determinazione della tematica materiale	32-33				
	3-2 Lista dei temi materiali	34-38				
TEMATICA MATERIALE: ETICA, COMPLIANCE E TRASPARENZA						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	23-25				
GRI 205: Anticorruzione	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	25				
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale	206-1 Azioni legali per comportamento, anticoncorrenziale antitrust e pratiche monopolistiche	25				
TEMATICA MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	18-19				
GRI 201: Performance economiche	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	18-19				
TEMATICA MATERIALE: CONSUMI ENERGETICI						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	48				
GRI 302: Energia	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	48; 79				
TEMATICA MATERIALE: LOGISTICA SOSTENIBILE						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	48-49				
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	48-49; 80				
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	48-49; 80				
TEMATICA MATERIALE: GESTIONE DEI RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	44-46				
GRI 306: Rifiuti	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi relativi ai rifiuti	44				
	306-2 Gestione di impatti significativi relativi ai rifiuti	44				
	306-3 Rifiuti prodotti	45; 81				

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINE/NOTE	INFORMAZIONI OMESSE	OMMISSIONE MOTIVO	SPIEGAZIONE	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
TEMATICA MATERIALE: PRODOTTI SOSTENIBILI E UTILIZZO RESPONSABILE DEI MATERIALI						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	44-46				
GRI 301: Materiali	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	79				
TEMATICA MATERIALE: SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	70-71				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	70				
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	70				
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	70				
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	70				
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	70				
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	70-71				
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	70				
	403-9 Infortuni sul lavoro	71; 86				
TEMATICA MATERIALE: DIVERSITÀ, INCLUSIONE E PARI OPPORTUNITÀ						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	65; 68				
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	68; 88				
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	65				

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINE/NOTE	INFORMAZIONI OMESSE	OMISSIONE MOTIVO	SPIEGAZIONE	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
TEMATICA MATERIALE: SVILUPPO, ATTRAZIONE E BENESSERE DEI DIPENDENTI						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	66-69				
GRI 404: Formazione e istruzione	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	67; 87				
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	68				
GRI 401: Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover	67; 84				
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	68-69				
	401-3 Congedo parentale	68; 85				
TEMATICA MATERIALE: QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	54				
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	54				
TEMATICA MATERIALE: ETICHETTATURA RESPONSABILE						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	56-57				
GRI 417: Marketing ed etichettatura	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	81				
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	57				

GRI STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINE/NOTE	INFORMAZIONI OMESSE	OMISSIONE MOTIVO	SPIEGAZIONE	GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
TEMATICA MATERIALE: APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	58-61				
GRI 204: Pratiche di approvvigiona- mento	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	59; 82				
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	82				
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	82				
TEMATICA MATERIALE: ASCOLTO E SODDISFAZIONE DEL CLIENTE						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	52-53; 55				
TEMATICA MATERIALE: TECNOLOGIA, INNOVAZIONE E R&S						
GRI 3: Material Topics 2021	3-3 Modalità di gestione del tema materiale	46; 54				



Strada Dogana Po, 15
29015 Castel San Giovanni PC
Rajapack S.R.L - P.IVA e CF: 04921880961
www.rajapack.it

