



HEALTHY AGING RESEARCH GROUP



# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020

# INDICE

<b>1. MESSAGGIO AI LETTORI</b>	<b>4</b>
<b>2. CHI SIAMO</b>	<b>6</b>
a. Valori, obiettivi e l'Agenda ONU 2030	6
b. Stakeholder Engagement	14
c. Governance	16
d. Il valore generato	17
<b>3. PRODOTTI E SERVIZI</b>	<b>19</b>
a. La nostra linea di prodotti e servizi	19
b. L'impatto sociale della nostra attività	20
c. Innovazione e ricerca	22
d. Sicurezza e qualità	24
e. Privacy del cliente	25
<b>4. LA RETE DI RELAZIONI</b>	<b>26</b>
a. I mercati serviti	26
b. I fornitori	26
c. Il nostro network	27
<b>5. PERSONE</b>	<b>30</b>
a. I nostri lavoratori	30
b. La formazione	31
c. Salute e sicurezza sul lavoro	32
<b>6. AMBIENTE</b>	<b>33</b>
a. Materiali e materie prime	33
b. Risorse energetiche	34
<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>36</b>
a. Informazioni generali	36
b. Analisi di materialità	36
c. Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali	39
<b>INDICE DEI CONTENUTI GRI</b>	<b>42</b>



# 1. MESSAGGIO AI LETTORI

Cari Soci, Dipendenti e Stakeholders,

È con grande soddisfazione che vi introduco al primo bilancio di sostenibilità di Healthy Aging Research Group Società Benefit (d'ora in avanti Harg).

Innanzitutto cos'è e perché un bilancio di sostenibilità? Al di là degli obblighi normativi relativi alla nostra natura di Società Benefit, il bilancio di sostenibilità rappresenta un importantissimo strumento di comunicazione sia interna sia esterna dell'impresa, che indaga non solo sui risultati economici/finanziari, ma soprattutto comunica a tutti gli stakeholders gli impatti positivi (o negativi) dell'agire dell'azienda nel suo ambiente di riferimento.

Il bilancio di sostenibilità è sempre più necessario – e dovrebbe essere redatto da tutte le imprese, non solo chi ne ha l'obbligo – per illustrare gli obiettivi di impatto sociale raggiunti e condividere e pianificare gli ulteriori obiettivi che l'azienda intende raggiungere; diventa quindi un vero e proprio strumento di pianificazione e controllo dell'agire nella società (qui inteso nel senso più ampio del termine) e della misurazione del miglioramento delle proprie azioni.

Essendo il primo bilancio di sostenibilità, mi permetto di prendermi qualche riga in più, toccando alcuni temi necessari per introdurvi al meglio alla lettura di questo documento.

Nel corso del 2020 sono avvenuti importanti cambiamenti in Harg:

- A gennaio è stato effettuato un primo aumento di capitale, nel quale è entrato nella compagine il primo socio imprenditoriale privato (Mazza Srl);
- A giugno è stato effettuato un ulteriore aumento di capitale, con l'ingresso nella compagine societaria del fondo di investimento AllImpact, che ha come obiettivo principale far crescere iniziative imprenditoriali ad alto impatto sociale; questo secondo evento ha portato con sé importanti nuovi orientamenti aziendali, tra i quali la trasformazione in Società Benefit.

E' altrettanto necessario richiamare alcuni aspetti della nostra vision e dei nostri valori condivisi:

Vision: Migliorare il benessere e la salute di milioni di persone che oggi soffrono di difficoltà di deglutizione, aiutandole a riscoprire il gusto della vita

Valori: Innovazione, Persone, Passione, Benessere

Come si sono tradotti nell'agire del 2020 di Harg?

Non possiamo mai dimenticare uno degli aspetti della natura e dell'oggetto sociale di Harg, la ricerca.

Ricerca continua, in partnership con l'Università di Genova, che permette alla nostra Direzione Ricerca & Sviluppo di trovare sempre nuovi prodotti che possano migliorare lo stato di salute delle persone, soprattutto quelle più fragili (persone anziane, persone con patologie neurodegenerative – da qui la ricerca iniziata nel 2020 su un gruppo di Parkinsoniani); nel corso del 2020 Harg ha sottoscritto il nuovo contratto di partnership con l'Università di Genova, fino a tutto il 2025, per poter programmare insieme progetti di ricerca di medio/lungo periodo.

Non solo, l'azienda ha già orientato la propria presenza in altri Paesi attraverso partnership con i migliori centri di ricerca del singolo Paese; ad esempio in UK è stato aperto un dialogo –poi frenato dalla pandemia che ha colpito il mondo intero con l'Università di Bournemouth, sempre con lo scopo di avere contributi nuovi al miglioramento dei nostri prodotti.

Non dobbiamo dimenticare che il consiglio di amministrazione ha deliberato, sempre nel corso del 2020, la costituzione del Comitato Tecnico Scientifico – i cui membri verranno nominati a breve – con lo scopo di orientare al meglio i progetti di ricerca di Harg.

I nostri valori di innovazione, ricerca continua, impatto sociale (operando all'interno del settore Healthcare e Nutraceutica) sono prepotentemente emersi nelle call a cui abbiamo partecipato di diversi incubatori/acceleratori di business. Ne cito solo i due principali:

- FoodTech Accelerator, acceleratore di business promosso da Deloitte, che ci ha permesso di entrare in contatto con importanti realtà come Amadori e CirFood; mi preme sottolineare come, nella nostra call, si siano presentate circa 600 startup innovative a livello mondiale e Harg sia entrata nelle top 7;
- Agrofood BIC, acceleratore di business di Bologna, verticalizzato sul settore food e relative innovazioni.

Nel corso dei primi mesi del 2020 sappiamo bene tutti cosa sia successo a livello mondiale, con lo scoppio della pandemia Covid19, che ha messo a dura prova le relazioni sociali e la salute (non solo fisica, ma anche psichica) delle persone.

La pandemia ha sostanzialmente bloccato tutti i piani di sviluppo e crescita di Harg; il nostro principale mercato di riferimento, infatti, costituito dalle RSA e dalle strutture di lungodegenza, ha avuto ripercussioni pesantissime in termini di vite umane e di impatto sociale.

La nostra azienda è stata messa a dura prova, ma il team è riuscita a rimanere unito, salvaguardare i propri principi guida e rimanere orientato sulla strutturazione della nostra impresa per affrontare al meglio le sfide del periodo post-covid; da questo punto di vista, la vicinanza e la presenza (non solo in termini di compagine societaria, ma anche di consiglio di amministrazione e personale) di un fondo come Alimpact ha rappresentato un'importante ancora per la nostra stabilità.

Le donne e gli uomini che operano in Harg sono pronti alle sfide dei prossimi anni, per raggiungere gli obiettivi sociali, economici e finanziari che ci siamo posti con il nuovo piano industriale 2021-2025; il 2021 sarà un altro anno di importanti cambiamenti, sempre volti a migliorare l'agire, le competenze e le esperienze di Harg. Mi permetto un ringraziamento speciale per Matteo Taesi, nostro CFO e designato dal CdA quale responsabile per la misurazione degli impatti sociali di Harg, e Alberto Boem, nostro preziosissimo partner in ambito CSR e GRI che ci accompagna nell'interiorizzazione e nell'orientamento dell'azienda all'agire sociale, veri artefici di questo nostro primo bilancio di sostenibilità.

Mi piace chiudere con una frase di Adriano Olivetti (penso di non dover presentare a nessuno l'uomo e imprenditore, basta il nome!):

*“La fabbrica non può guardare solo all'indice dei profitti. Deve distribuire ricchezza, cultura, servizi, democrazia. Io penso la fabbrica per l'uomo, non l'uomo per la fabbrica, giusto? Occorre superare le divisioni fra capitale e lavoro, industria e agricoltura, produzione e cultura. A volte, quando lavoro fino a tardi vedo le luci degli operai che fanno il doppio turno, degli impiegati, degli ingegneri, e mi viene voglia di andare a porgere un saluto pieno di riconoscenza.”*

Cristiano Benazzi  
Presidente del Consiglio d'Amministrazione

## 2. CHI SIAMO

### a. Valori, obiettivi e l'Agenda ONU 2030

#### I nostri valori

Harg è una start up innovativa fondata nel 2017 che sviluppa e commercializza preparati alimentari disidratati a texture modificata particolarmente adatti a persone affette da disfagia di diversa gravità. Fin dalla nostra nascita abbiamo perseguito le seguenti finalità di beneficio comune:

- Soddisfare i bisogni alimentari di anziani e persone che non hanno la possibilità di nutrirsi a causa di complicazioni fisiche, disabilità, patologie;
- Creare alimenti naturali in grado di sostituire la supplementazione farmaceutica utilizzata per assolvere la mancanza di nutrienti nei cibi;
- Permettere agli anziani ed a tutti i propri clienti di migliorare la propria qualità della vita dal punto di vista medico e fisico;
- Ridurre i costi per il sistema sanitario, generando quindi un beneficio per la collettività nel suo complesso;
- Promuovere ricerche, studi e la diffusione dei relativi risultati sull'importanza dell'alimentazione per il mantenimento di un adeguato benessere psicofisico, anche al fine di contribuire alla diffusione della cultura della prevenzione in ambito alimentare.

A giugno 2020 abbiamo scelto di incorporare il nostro impegno nel raggiungimento di questi obiettivi di impatto sociale nella nostra attività in modo permanente, assumendo la qualifica di società benefit.

#### *Cosa sono le società benefit?*

Si tratta di una qualifica societaria istituita per la prima volta nel 2010 dallo stato del Maryland (USA). È stata introdotta nell'ordinamento italiano (primo in Europa) con la Legge 208/2015 (Legge di Bilancio 2016) ed è acquisibile da società di persone, società di capitali e cooperative. Sono definite come società le quali, nell'esercizio dell'attività economica, perseguono non solo la

classica finalità di divisione degli utili, ma anche una o più finalità di beneficio comune. Per "beneficio comune" si intende "il perseguimento, nell'esercizio dell'attività economica delle società benefit, di uno o più effetti positivi, o la riduzione degli effetti negativi" sui portatori d'interesse.

Le finalità devono essere indicate specificatamente nell'oggetto sociale della società benefit nello statuto e sono perseguite mediante una gestione volta al bilanciamento con l'interesse dei soci e con l'interesse di coloro sui quali l'attività sociale possa avere un impatto. Le società benefit devono individuare il soggetto o i soggetti responsabili a cui affidare funzioni e compiti volti al perseguimento delle finalità di beneficio comune.

Ai sensi del comma 380 della Legge 208/2015 relativa alle società benefit, Harg ha provveduto a nominare il Responsabile del perseguimento delle finalità di beneficio comune nella persona del Dr. Taesi Matteo.

#### **La nostra attività quotidiana è guidata da questi quattro principi:**

##### **Innovazione**

L'innovazione parte dalla volontà di migliorare le cose o di farle in modo diverso. Incoraggiamo i nostri dipendenti a sviluppare nuove idee qualunque sia la loro area di competenza e sosteniamo la condivisione interculturale e interfunzionale. Promuoviamo anche gli scambi con l'ecosistema delle startup - inclusi acceleratori e incubatori - che rappresentano un'altra grande fonte di ispirazione. Siamo aperti a idee che sfidano le visioni convenzionali e possano guidare l'innovazione. L'unica costante nella vita è il cambiamento e siamo fermamente convinti che per rimanere rilevanti dobbiamo costantemente migliorare e cercare di anticipare le mutevoli esigenze dei nostri stakeholder

### **Persone**

Crediamo che la forza della nostra azienda risieda soprattutto nelle conoscenze, capacità e creatività delle persone. Ogni membro del team è fonte di nuove idee che possono dar vita a prodotti, servizi e processi migliori. Investendo nell'empowerment del personale, offrendo opportunità di crescita e promuovendo la collaborazione reciproca, intendiamo creare un ambiente stimolante e gratificante a beneficio di dipendenti e collaboratori, ma anche in grado di dare priorità al lato umano del business e fornire una proposta di valore migliore a clienti e partner

### **Passione**

Siamo convinti che le persone appassionate del proprio lavoro possano cambiare il mondo in meglio: amano la sfida, possiedono un alto livello di energia, sono propositivi e inseguono l'eccellenza, crescendo continuamente sia personalmente che professionalmente. Cerchiamo di spronare i collaboratori a migliorarsi, ma li gratifichiamo al contempo per i risultati ottenuti: non ci concentriamo solo sulla "montagna" di obiettivi ancora da raggiungere,

ma ci soffermiamo periodicamente per goderci il panorama dei traguardi già oltrepassati. Promuoviamo inoltre l'integrità morale e l'etica professionale: ciò che più conta è andare a letto la sera sapendo di aver fatto qualcosa di meraviglioso. È così che vogliamo si sentano i nostri collaboratori

### **Benessere**

Ci impegniamo a fornire prodotti e servizi innovativi e di alto valore che siano in grado di aiutare le persone, migliorandone la salute psico-fisica e la qualità della vita. Per farlo, offriamo solo prodotti sicuri ed efficaci e misuriamo i nostri risultati e le nostre azioni in base a quanto siamo in grado di generare valore non solo per gli azionisti, ma soprattutto per le persone che scelgono i nostri prodotti. Per questo, investiamo costantemente in R&S, imponiamo elevati standard qualitativi alle nostre produzioni e ricerchiamo partner che condividano il nostro orientamento e i nostri valori



## I nostri obiettivi e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Il 25 settembre 2015, le Nazioni Unite hanno approvato l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile, un piano di azione globale per le persone, il Pianeta e la prosperità. L'Agenda 2030 è composta da 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Sustainable Development Goals - SDGs) e da 169 Target che li sostanziano, approvati dalle Nazioni Unite per i successivi 15 anni.

Harg è consapevole del contributo fondamentale che anche le imprese devono apportare per far sì che questi obiettivi vengano raggiunti. Abbiamo quindi costruito la nostra strategia di sostenibilità e di impatto sociale sulla base degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, identificando in particolare cinque obiettivi su cui confrontare il nostro operato:

- **Obiettivo 2:** Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile;
- **Obiettivo 3:** Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età;
- **Obiettivo 8:** Incentivare una crescita economica, duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti;
- **Obiettivo 9:** Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile;
- **Obiettivo 12:** Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

Nel corso della nostra analisi sulla strategia di sostenibilità, abbiamo inoltre mappato nello specifico le nostre finalità di beneficio comune rispetto ai singoli Target degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile individuati. Il risultato è illustrato nella tabella seguente.

Obiettivo	Target	Finalità di beneficio comune
Obiettivo 2	2.2 Entro il 2030, eliminare tutte le forme di malnutrizione, incluso il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sull'arresto della crescita e il deperimento dei bambini sotto i 5 anni di età, e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, in gravidanza, in allattamento e delle persone anziane	Soddisfare i bisogni alimentari di anziani e persone che non hanno la possibilità di nutrirsi a causa di complicazioni fisiche, disabilità, patologie
Obiettivo 2	2.2 Entro il 2030, eliminare tutte le forme di malnutrizione, incluso il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sull'arresto della crescita e il deperimento dei bambini sotto i 5 anni di età, e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, in gravidanza, in allattamento e delle persone anziane	Creare alimenti naturali in grado di sostituire la supplementazione farmaceutica utilizzata per assolvere la mancanza di nutrienti nei cibi



Obiettivo 3	3.4 Entro il 2030, ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e la cura e promuovere la salute mentale e il benessere	Permettere agli anziani ed a tutti i propri clienti di migliorare la propria qualità della vita dal punto di vista medico e fisico
Obiettivo 3	3.4 Entro il 2030, ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e la cura e promuovere la salute mentale e il benessere	Promuovere ricerche, studi e la diffusione dei relativi risultati sull'importanza dell'alimentazione per il mantenimento di un adeguato benessere psicofisico, anche al fine di contribuire alla diffusione della cultura della prevenzione in ambito alimentare
Obiettivo 3	3.8 Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti	Ridurre i costi per il sistema sanitario, generando quindi un beneficio per la collettività nel suo complesso
Obiettivo 9	9.5 Potenziare la ricerca scientifica, promuovere le capacità tecnologiche dei settori industriali in tutti i paesi, in particolare nei paesi in via di sviluppo, anche incoraggiando, entro il 2030, l'innovazione e aumentando in modo sostanziale il numero dei lavoratori dei settori ricerca e sviluppo ogni milione di persone e la spesa pubblica e privata per ricerca e sviluppo	Promuovere ricerche, studi e la diffusione dei relativi risultati sull'importanza dell'alimentazione per il mantenimento di un adeguato benessere psicofisico, anche al fine di contribuire alla diffusione della cultura della prevenzione in ambito alimentare



Nella tabella successiva andiamo a riepilogare le azioni che abbiamo effettuato e i traguardi che abbiamo raggiunto nell'anno 2020, oltre agli obiettivi che intendiamo raggiungere nell'anno 2021 e nel prossimo triennio. Ogni azione e obiettivo è stato messo in relazione con uno specifico Target degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile tra quelli che abbiamo individuato, i relativi dettagli sono rintracciabili seguendo

il riferimento al capitolo indicato. Si sottolinea quindi che, ai fini degli obblighi di rendicontazione previsti dalla Legge 208/2015 per le società Benefit, per individuare le azioni e gli obiettivi rispetto alla finalità di beneficio comune di cui alle lettere a) e c) del comma 382, è necessario riferirsi al corrispondente Target mappato nella tabella precedente.

Obiettivo	Target	Azioni e obiettivi 2020	Obiettivi Futuri
Obiettivo 2	2.2 Entro il 2030, eliminare tutte le forme di malnutrizione, incluso il raggiungimento, entro il 2025, degli obiettivi concordati a livello internazionale sull'arresto della crescita e il deperimento dei bambini sotto i 5 anni di età, e soddisfare le esigenze nutrizionali di ragazze adolescenti, in gravidanza, in allattamento e delle persone anziane	Mantenimento dei parametri rilevati dal progetto Weancare relativamente ai prodotti della linea disfagia §L'impatto sociale della nostra attività pag. 20  Ampliamento per il 50% della gamma di ricette §L'impatto sociale della nostra attività pag. 20	Mantenimento dei parametri rilevati dal progetto Weancare relativamente ai prodotti della linea disfagia per tutto il 2021  Entro fine 2021, ampliamento ulteriore della gamma di ricette
Obiettivo 3	3.4 Entro il 2030, ridurre di un terzo la mortalità prematura da malattie non trasmissibili attraverso la prevenzione e la cura e promuovere la salute mentale e il benessere	Mantenimento dei parametri rilevati dal progetto Weancare relativamente ai prodotti della linea disfagia §L'impatto sociale della nostra attività pag.20  Aumento dall'80% al 90% delle ricette per la linea disfagia classificate ad Alta Qualità §L'impatto sociale della nostra attività pag.20  Sviluppo di HARG ACADEMY § La formazione pag.31	Mantenimento dei parametri rilevati dal progetto Weancare relativamente ai prodotti della linea disfagia per tutto il 2021  Entro fine 2021, ulteriore aumento della percentuale di ricette ad Alta Qualità sul totale  Nel corso del prossimo triennio, estensione di HARG ACADEMY ai dipendenti  Entro fine 2021, lancio di almeno un corso per i parenti degli ospiti delle RSA tramite HARG ACADEMY
Obiettivo 3	3.8 Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti	Mantenimento dei parametri rilevati dal progetto Weancare relativamente ai prodotti della linea disfagia §L'impatto sociale della nostra attività pag.20	Mantenimento dei parametri rilevati dal progetto Weancare relativamente ai prodotti della linea disfagia per tutto il 2021

Obiettivo 3	3.9 Entro il 2030, ridurre sostanzialmente il numero di decessi e malattie da sostanze chimiche pericolose e da inquinamento e contaminazione di aria, acqua e suolo	Riduzione delle emissioni derivanti dai trasporti § Risorse energetiche pag.34	Entro fine 2021, strutturazione di una rete di manutenzione diffusa sul territorio
Obiettivo 8	8.1 Sostenere la crescita economica pro-capite a seconda delle circostanze nazionali e, in particolare, almeno il 7 per cento di crescita annua del prodotto interno lordo nei paesi meno sviluppati	Aumento del numero di clienti § L'impatto sociale della nostra attività pag.20 § I mercati serviti pag.26  Pianificazione apertura del mercato estero § I mercati serviti pag.26  Ampliamento del nostro network strategico Partecipazione e selezione in due call di accelerazione § Il nostro network pag.27	Entro il 2021, presenza di mercato in almeno metà delle regioni italiane  Entro il 2021, apertura del mercato estero con presenza in almeno tre Paesi  Entro il 2021, apertura delle vendite direttamente al consumatore (canale B2C)  Sviluppo e ampliamento ulteriore del network nel corso del 2021
Obiettivo 8	8.2 Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera	Deposito della domanda di brevetto "Idratazione" in Europa, USA, Canada e Cina § Innovazione e ricerca pag.22  Ottenimento del brevetto "Nutrizione" in Italia § Innovazione e ricerca pag.22  Ottenimento del contributo Brevetti+ per il brevetto "Nutrizione" § Innovazione e ricerca pag.22  Programma di formazione Fondimpresa § La formazione pag.31	Entro il 2021, deposito della domanda di brevetto "Nutrizione" in Europa, USA, Canada e Cina  Sviluppo di nuove tipologie di prodotti nel corso del 2021  Avvio dello sviluppo di nuove tipologie di macchine erogatrici nel corso del 2021  Introduzione di un processo di formazione interno strutturato nel prossimo triennio
Obiettivo 8	8.5 Entro il 2030, raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore	Inserimento in organico dei temporary manager e degli agenti § I nostri lavoratori pag.30 Assunzione a tempo indeterminato di una figura al termine del percorso di tirocinio § I nostri lavoratori pag.30	Riequilibrio della composizione di genere del team nel corso del prossimo triennio  Costruzione di un piano di benefit rivolto ai dipendenti nel corso del prossimo triennio  Entro il 2021, creazione di una intranet aziendale
Obiettivo 8	8.8 Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente di lavoro sicuro e protetto per tutti i lavoratori, compresi i lavoratori migranti, in particolare le donne migranti, e quelli in lavoro precario	Rispetto di norme e regolamenti per la sicurezza § Salute e sicurezza sul lavoro pag.32  Implementazione di protocollo per la sicurezza relativo all'epidemia di Sars-CoV-2 § Salute e sicurezza sul lavoro pag.32	Mantenimento degli standard di sicurezza anche per il 2021

Obiettivo 9	9.5 Potenziare la ricerca scientifica, promuovere le capacità tecnologiche dei settori industriali in tutti i paesi, in particolare nei paesi in via di sviluppo, anche incoraggiando, entro il 2030, l'innovazione e aumentando in modo sostanziale il numero dei lavoratori dei settori ricerca e sviluppo ogni milione di persone e la spesa pubblica e privata per ricerca e sviluppo	<p>Conduzione di tre progetti di R&amp;S per una spesa superiore a Euro 50.000 § Innovazione e ricerca pag.22</p> <p>Nuovo contratto di finanziamento per la prosecuzione del progetto WeanCare con l'Università di Genova § Innovazione e ricerca pag.22</p> <p>Nuovo contratto di finanziamento per lo studio del programma alimentare WeanCare Domus con l'Università di Genova § Innovazione e ricerca pag.22</p>	<p>Aumento degli investimenti in R&amp;S nel corso del 2021</p> <p>Ripresa della raccolta dati per il progetto WeanCare nel 2021</p> <p>Conduzione del progetto WeanCare Domus nel 2021</p> <p>Pubblicazione di articoli su riviste scientifiche internazionali nel 2021</p>
Obiettivo 12	12.5 Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo	<p>Dimezzamento delle quantità degli imballaggi § Materiali e materie prime pag.33</p> <p>Introduzione di nuovi imballi completamente riciclabili § Materiali e materie prime pag.33</p> <p>Attivazione del progetto Footprint Water § Materiali e materie prime pag.33</p>	<p>100% di imballaggi riciclabili nel corso del prossimo triennio</p> <p>Entro il 2021, etichettatura di prodotti e imballaggi riportante le procedure per il corretto smaltimento</p>
Obiettivo 12	12.6 Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche	Assunzione della qualifica di Società Benefit § Valori, obiettivi e l'Agenda Onu 2030 pag.6	<p>Redazione del primo bilancio di sostenibilità certificabile GRI nel 2021</p> <p>Ottenimento della certificazione B-Corp entro il prossimo triennio</p> <p>Entro il 2021, approvazione del Codice Etico</p> <p>Entro il 2021, acquisizione del rating di legalità</p>



## **b. Stakeholder Engagement**

### **Gli Stakeholder**

La costruzione del nostro primo bilancio di sostenibilità ha rappresentato un'occasione fondamentale per mappare ed iniziare a coinvolgere i nostri stakeholder.

Gli stakeholder sono quelle persone e organizzazioni che possono essere influenzate in modo significativo dalle attività, dai prodotti e dai servizi di un'impresa o le cui azioni possono incidere sulla capacità dell'impresa di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi.

#### **Gli stakeholder di Harg sono:**

##### *I soci*

Ad oggi i soci di riferimento ideatori del progetto imprenditoriale di Harg sono i tre fratelli e sorelle della famiglia Oppi: Andrea, Beatrice e Matteo. L'azionariato è però anche aperto ad altri soci persone fisiche e a partner industriali e finanziari

##### *I fondi d'investimento*

Harg ha aperto la propria compagine sociale ad AllImpact Avanzi Etica, veicolo di investimento che supporta lo sviluppo e la crescita di PMI e startup innovative che abbiano la missione di generare un impatto sociale, ambientale e culturale positivo sulla collettività

##### *Le banche*

Questi soggetti finanziatori apportano risorse necessario al supporto degli investimenti, allo sviluppo e alla continuità aziendale. Ad oggi Harg opera con quattro istituti bancari: Banca Popolare di Milano (BPM), Banca del Territorio Lombardo (BTL), Banca Intesa Sanpaolo e Banca Popolare Etica

##### *I dipendenti*

I nostri dipendenti sono la forza motrice del progetto di Harg

##### *I collaboratori esterni*

Ci avvaliamo stabilmente della collaborazione di temporary manager e di agenti commerciali, entrambe figure chiave per la crescita e lo sviluppo di Harg

##### *I clienti*

I nostri clienti sono attualmente per la quasi totalità case di cura e residenze sanitarie assistenziali (RSA)

##### *I fornitori*

La nostra attività prevede la fornitura prevalentemente di materia prima e dei prodotti finiti lavorati, degli imballaggi e del servizio di spedizione dei nostri prodotti

##### *Le università*

Collaboriamo fin dall'inizio della nostra attività con il Dipartimento di Scienze della Salute (DISSAL) dell'Università degli Studi di Genova, partner fondamentale nella nostra attività di ricerca e sviluppo

##### *Gli acceleratori d'impresa*

Abbiamo partecipato con successo a call per percorsi di accelerazione d'impresa. Il rapporto con questi enti ci consente di accrescere il nostro know how e di sviluppare nuove importanti collaborazioni

##### *I network di imprese*

La partecipazione e il contributo allo sviluppo in alcuni selezionati network di imprese è parte integrante della strategia di Harg

### **Lo Stakeholder Engagement**

Il nostro obiettivo è mantenere un confronto attivo con il maggior numero possibile di stakeholder, in modo da individuare aspettative ed esigenze, le risposte percorribili e includere l'esito di questo confronto nel bilancio di sostenibilità, integrando in questo modo la nostra strategia.

Come primo anno di redazione del bilancio di sostenibilità, abbiamo innanzitutto proceduto ad individuare i nostri stakeholder tramite un'analisi basata su due criteri principali: il grado di influenza di Harg su di una determinata categoria di stakeholder e il grado di interesse e capacità d'influenza di una categoria di stakeholder su Harg. Una volta individuati i nostri principali stakeholder, li abbiamo classificati in stakeholder interni e stakeholder esterni.

Stakeholder interni: Soci, fondi d'investimento e dipendenti

Stakeholder esterni: Banche, collaboratori esterni, clienti, fornitori, università, acceleratori d'impresa e network di imprese

Come primo anno, abbiamo deciso di focalizzare la nostra attività di coinvolgimento sugli stakeholder interni; in occasione della redazione dei prossimi bilanci di sostenibilità, è nostra precisa volontà allargare il perimetro del coinvolgimento anche agli stakeholder esterni.

Il coinvolgimento è avvenuto tramite una serie

di interviste singole semistrutturate che si sono svolte nel periodo febbraio-marzo 2021, attraverso il supporto di un consulente esterno.



### **c. Governance**

Healthy Aging Research Group Società Benefit S.r.l. (H.A.R.G. S.B. Srl)

Sede legale: Borgo Pietro Wuhrer, 123 - 25123 - Brescia (BS)

#### **Elenco soci al 31/12/2020**

• Cardinal Società Semplice	38,97%
• Avanzi Etica Sicaf Euveca S.p.a.	22,78%
• Oppi Matteo Luigi	10,04%
• Mazza S.r.l.	6,97%
• Oppi Beatrice	6,78%
• Oppi Andrea	6,78%
• Cavazzini Elena	2,09%
• Soana Davide	1,39%
• Boffelli Giordano	1,16%
• Mon.Ben. and Partners S.r.l.	1,16%
• Aroldi Daniele	0,46%
• Digiuni Emanuele	0,46%
• Romano Emanuele	0,46%
• Filattiera Luigi Mario Franc.	0,46%

Il capitale sociale di Harg ammonta a Euro 2.150.000. Nel mese di giugno 2020 si è tenuta un'Assemblea Straordinaria che ha deliberato un aumento di capitale a pari ad Euro 1.200.00. A seguito di tale aumento di capitale è entrata nella compagine sociale la Società Avanzi Etica Sicaf Euveca S.p.a.

#### **Consiglio d'Amministrazione:**

- Presidente: Benazzi Cristiano
- Consiglieri: Mazza Giovanni, Soana Davide, Bartolomeo Matteo, Zhang Yan Yue Giada

La Consigliera Zhang Yan Yue Giada è stata nominata in qualità di Consigliera indipendente in quanto non socia o rappresentante di soci di Harg.

Nel corso del 2020 abbiamo istituito un Consiglio Direttivo composto dal Presidente, dai Responsabili delle quattro Direzioni Aziendali (Commerciale, Amministrazione, Finanza & Controllo, Operation e Ricerca & Sviluppo) e dal Responsabile per le Strategie di Marketing e Comunicazione con compiti di gestione ordinaria e di proposta al CdA. Nel corso del 2021 intendiamo attribuire maggiori poteri gestionali al Consiglio Direttivo, prevedendo un'adeguata formalizzazione del suo ruolo e la nomina dei componenti da parte del CdA.



#### d. Il valore generato

Nella seguente tabella viene riportato il valore generato e distribuito da Harg ai suoi stakeholder attraverso l'esercizio dell'attività d'impresa. Gli stakeholder interessati dalla distribuzione del valore sono i dipendenti, i fornitori e gli istituti

bancari erogatori di finanziamenti. Si rammenta in questa sede che Harg, in qualità di start up innovativa, non distribuisce utili ai propri soci.

Descrizione (importi in migliaia di Euro)	2020	2019
<b>Valore economico generato</b>	<b>1127</b>	<b>1365</b>
Costi operativi	930	924
Salari e benefit dei dipendenti	226	344
Pagamenti a fornitori di capitale	20	13
Ammortamenti e accantonamenti	22	169
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>1198</b>	<b>1450</b>

Il valore generato comprende i ricavi e i contributi ricevuti. Il valore economico distribuito è composto dai seguenti elementi:

- Costi operativi: tra i costi operativi rientrano i costi delle materie prime, di consumo e merci, i canoni di locazione del ramo d'azienda della Oppi Industria Alimentare Srl in liquidazione, i compensi ai professionisti, comprensivi di quelli destinati ai temporary manager, e gli altri costi per servizi;
- Salari e benefit ai dipendenti, comprensivi di oneri sociali e contributi;
- Pagamenti a fornitori di capitale, relativi agli interessi passivi per i mutui e l'utilizzo delle linee di crediti
- Ammortamenti e accantonamenti.

Harg è una realtà in forte espansione che ha effettuato significativi investimenti negli anni precedenti. Il valore distribuito è superiore al valore generato in quanto la pandemia di SARS-CoV-2 19 ha impattato significativamente sulle nostre attività, producendo un calo di fatturato rispetto ai ricavi previsionali di circa il 60%.



### 3. PRODOTTI E SERVIZI

#### a. La nostra linea di prodotti e servizi

La nostra attività e i relativi prodotti e servizi è ripartita in tre unità di business strategiche: disfagia, acqua e colazioni.

#### Disfagia

Forniamo prodotti nutraceutici per l'alimentazione e idratazione di persone disfagiche e fragili sotto il marchio DYSPHAMEAL. La gamma dei prodotti è divisa tra Nutrizione e Idratazione.

Tramite i prodotti della gamma Nutrizione siamo in grado di offrire ai nostri clienti la giornata alimentare completa (colazione, primo, secondo, contorno, dolce/snack). I clienti possono liberamente acquistare i piatti di loro interesse, indipendentemente dal loro

ottimale abbinamento. Nella gamma Idratazione sono compresi i prodotti per l'idratazione e l'addensante FIBRADENSE.

#### Acqua

Offriamo ai nostri clienti degli erogatori di acqua sotto il marchio FOOTPRINTWATER e una relativa piattaforma di analisi. Le macchine per la depurazione ed erogazione dell'acqua vengono offerte ad un canone di noleggio trimestrale.

#### Colazioni

Sotto il marchio ITALIAN FRUIT&COFFEE vi sono i nostri preparati per le colazioni fruibili tramite apposite dispensing machine. La gamma comprende i classici prodotti da colazione (caffè,



cappuccino, thè etc), i succhi e le bibite.

## **b. L'impatto sociale della nostra attività**

Le finalità di beneficio comune che perseguiamo rappresentano il cuore della nostra attività e sono parte integrante del nostro modello di business. In questo senso ci definiamo un'organizzazione ad impatto sociale, in quanto il nostro modello di business incorpora inscindibilmente la ricerca di una soluzione a delle problematiche di tipo sociale. La nostra attività è focalizzata in particolare nella ricerca di soluzioni alla problematiche causate dalla disfagia.

### *Cos'è la disfagia?*

La disfagia è una disfunzione dell'apparato digerente, che si manifesta con un disturbo nella deglutizione di cibi e bevande. Il transito del cibo che dalla bocca passa alla trachea per raggiungere lo stomaco è potenzialmente pericoloso e, se non trattato, può portare alla polmonite.

Viene principalmente causata da patologie neurologiche che alterano il controllo di nervi o muscoli, come il Morbo di Parkinson e l'Alzheimer, patologie neurodegenerative, come la Sclerosi Multipla, traumi cerebrali, cervicali e vertebrali, ictus, sindrome di Down, paralisi cerebrale, malattie oncologiche e interventi chirurgici della testa e del collo.

Si tratta di un disturbo più diffuso di quanto si possa pensare e riguarda principalmente i soggetti anziani ospedalizzati e i pazienti ricoverati in strutture per la lungodegenza.

Fin dall'avvio della nostra attività, ci siamo premurati di misurare l'impatto dell'utilizzo dei nostri prodotti sui nostri clienti. Ciò è stato reso possibile grazie alla stretta collaborazione di Harg con il prestigioso DISSAL (Dipartimento di Scienze della Salute) dell'Università di Genova, che ha negli anni avvalorato il nostro impegno nella ricerca e sviluppo, consentendoci di dimostrare e garantire l'efficacia scientifica dei prodotti Dysphameal.

### **Il progetto WeanCare**

#### *Il protocollo*

WeanCare è un protocollo di alimentazione, sviluppato e realizzato in collaborazione con

il DISSAL, con l'obiettivo di misurare gli effetti clinico-assistenziali sul profilo nutrizionale, biochimico e funzionale in una coorte di pazienti fragili istituzionalizzati.

Lo studio osservazionale è stato svolto in strutture residenziali, su un campione di circa 200 pazienti che sono stati alimentati con un menù personalizzato per almeno 6 mesi. Lo studio è cominciato nell'ottobre 2018 con la raccolta di dati antropometrici, biochimici, nutrizionali e funzionali al momento dell'inizio e ogni tre mesi.

Il programma WeanCare, tutt'ora attivo, prevede incontri formativi e fasi operative, in ciascuna delle quali è presente uno specialist responsabile del progetto WeanCare. Particolare attenzione è dedicata alla formazione dell'intero personale della residenza: direzione di struttura, assistente di struttura, direzione sanitaria, caposala, coordinatori, operatori di reparto e operatori di cucina. Inoltre, nell'intero progetto vengono coinvolti i familiari per una giornata di informazione e partecipazione, durante la quale possono anche assaggiare alcuni piatti.

Al fine di monitorare correttamente i progressi dell'ospite che partecipa al protocollo, viene messo a disposizione un portale WeanCare all'interno del quale il responsabile della struttura inserisce i dati attraverso una procedura semplice, intuitiva e veloce, all'interno di un'area riservata e protetta da password, nel pieno rispetto delle norme sulla privacy. In questo modo si ottiene una totale oggettività dei riscontri fisiologici e delle misurazioni sulla positività degli andamenti delle varie scale valutazionali.

#### *I risultati e i vantaggi*

I primi dati disponibili in forma completa su 72 pazienti sono stati esposti dal Prof. Zanini in occasione della "45th Biennial Convention Sigma Nursing in Washington DC" tenutasi il 16-20 Novembre 2019. I principali risultati hanno evidenziato:

- Un miglioramento del livello di albumina;

- Un aumento della componente linfocitaria utile e necessaria per le difese immunitarie e la maggior efficacia dei vaccini;
- Una diminuzione per più del 70% del numero dei clisteri;
- una risposta positiva alla somministrazione del pasto.

Questi risultati scientifici si traducono in una serie di vantaggi per il paziente e per le strutture di ricovero, in particolare:

- Diminuzione drastica dell'utilizzo di supplementazione farmaceutica;
- Diminuzione delle piaghe da decubito e miglioramento dei processi di cicatrizzazione con riduzione dei tempi di guarigione per le ulcere da pressione;
- Diminuzione dell'utilizzo dei pannoloni;
- Diminuzione dei tempi di produzione della cucina;
- Diminuzione del rischio delle infezioni grazie all'aumento della parte proteica;
- Possibilità di quantificare in modo certo gli apporti nutrizionali offerti e consumati grazie alla standardizzazione delle produzioni;
- Diminuzione dei tempi di somministrazione all'ospite della pietanza;
- Diminuzione dei tempi di gestione dei pazienti per i clismi.

Nel corso del 2020, a causa della pandemia di Sars-CoV-2 non è stato possibile continuare il monitoraggio dei pazienti. Il programma verrà ripreso nel 2021.

### Attività e risultati del 2020

I piani alimentare basati sul consumo dei prodotti Dysphameal garantiscono l'assunzione corretta di tutti i principi nutritivi necessari per un'alimentazione sana e completa.

Sulla base delle linee guida presentate nella letteratura scientifica di riferimento\* per la valutazione degli standard qualitativi di un prodotto, il 90% nostri prodotti (rispetto a circa l'80% del 2019) è classificato come prodotto di Alta Qualità. Il restante 10% (contro circa il 20% del 2019) può essere classificato come prodotto

di Buona Qualità. Oltre al miglioramento di alcuni prodotti esistenti, nel corso del 2020 abbiamo creato 19 nuovi gusti in modo da aumentare il gradimento dei pasti e la rotazione del menù, arrivando ad offrire oggi una gamma di 59 gusti.

Allargando l'orizzonte a tutta la nostra linea di prodotti e servizi, riportiamo nella tabella seguente il numero di strutture servite negli ultimi due anni alla fine del relativo anno e la loro capienza, ovvero il relativo numero di possibili ospiti totali.

	2020	2019
Numero di strutture servite	108	88
Numero totale di ospiti	5517	4612

Nella tabella seguente riportiamo invece il numero strutture servite a fine anno suddivise per il servizio fornito.

	2020	2019
Strutture servizio colazione	89	76
Strutture disfagia	28	48
Strutture erogazione acqua	69	60

\*"Objective Evaluation Tool for Texture- Modified Food (OET-TMF): Development of the Tool and Validation"

### c. Innovazione e ricerca

Innovazione, ricerca e sviluppo e attenzione verso la qualità dei prodotti e servizi sono caratteristiche connaturate all'identità di Harg sin dalla sua fondazione.

#### I nostri brevetti

Harg è titolare di due Brevetti per Invenzione Industriale in Italia che costituiscono il know how fondamentale dell'azienda, oltre a qualificarci come start up innovativa.

*Brevetto "Idratazione" del 13/12/2019 (n. 102017000105325)*

Ha come oggetto di tutela una composizione alimentare in polvere da utilizzare in combinazione con macchine erogatrici automatiche. Essa costituisce la base per la preparazione di prodotti destinati essenzialmente, ma non solo, all'idratazione di soggetti con difficoltà di deglutizione. Il prodotto erogato, infatti, risulta essere uniforme ed omogeneo: questa caratteristica rende il prodotto particolarmente adatto per l'idratazione di soggetti disfagici, in quanto evita la presenza di grumi e particelle solide che possono essere pericolosi per questa tipologia di utenti.

Nel corso del 2020 è stata depositata la domanda per le fasi nazionali in Europa, USA, Canada e Cina.

*Brevetto "Nutrizione" del 29/10/2020 (n. 102018000010674)*

Ha per oggetto una composizione adatta alla preparazione di prodotti alimentari essenzialmente destinati a soggetti con difficoltà di deglutizione e/o malnutriti, il processo per la preparazione di questi prodotti alimentari e i prodotti alimentari stessi. I prodotti consentono di fornire un sufficiente apporto di sostanze nutritive anche a soggetti che presentano difficoltà di deglutizione, con un gusto gradevole. L'elevato valore nutrizionale e la gradevolezza al palato sono caratteristiche fondamentali per questi utenti.

Per questo brevetto è stata depositata la domanda per la tutela internazionale (PCT/IB2019/0600158). Nel corso del 2021 verrà depositata la domanda per le fasi nazionali in Europa, USA, Canada e Cina.

Nell'anno 2020, inoltre, Harg ha partecipato con il proprio brevetto "Nutrizione" al Bando Brevetti indetto dal Ministero dello Sviluppo Economico, volto alla valorizzazione economica dei brevetti a favore delle micro, piccole e medie imprese. Il nostro progetto di valorizzazione è risultato essere assegnatario di un contributo pari a Euro 75.884,99.

#### Ricerca e sviluppo

L'attività di ricerca e sviluppo è alla base della strategia legata all'innovazione di Harg e viene svolta in maniera continuativa all'interno della nostra Direzione Ricerca & Sviluppo Prodotti, specificatamente incorporata nell'organigramma aziendale e presieduta dal Dr. Antonio Romano. Nel corso del 2020 sono stati svolti in particolare tre progetti di ricerca e sviluppo:

1. Studio, progettazione e sviluppo di una piattaforma web per la raccolta dei dati derivanti dalle sperimentazioni cliniche dei prodotti sui pazienti;
2. Studio, sviluppo e sperimentazione di innovative formulazioni per nuovi prodotti ad alto contenuto tecnologico, ricostituibili sia manualmente sia con apposite macchine erogatrici, destinati al trattamento di patologie riguardanti le difficoltà di deglutizione;
3. Studio, sviluppo e sperimentazione di innovative formulazioni per prodotti e linee nutrizionali e idratanti, ad alto contenuto tecnologico, ricostituibili sia manualmente sia con apposite macchine erogatrici da utilizzare a domicilio, destinati al trattamento di patologie riguardanti le difficoltà di deglutizione.

Nella seguente tabella sono rappresentati i costi annui sostenuti per l'attività di ricerca e sviluppo.

	2020	2019
Spese in R&S	€ 55.855,17	€ 145.144,45
% su totale costi	4,7%	10,1%

Rispetto al 2019 le spese sostenute sono diminuite a causa dell'impossibilità di accedere alle case di cura e RSA, luogo principale dell'attività di ricerca: nel 2021 contiamo di tornare ai livelli precedentemente raggiunti.

Nel 2020 inoltre è terminato l'assegno di ricerca triennale per lo svolgimento del progetto WeanCare finanziato nel 2017 al DISSAL dell'Università di Genova. La collaborazione con l'università è stata quindi ulteriormente rilanciata e rafforzata, in particolare:

- È stato firmato un nuovo contratto di finanziamento per un valore complessivo superiore a Euro 200.000 Euro per la prosecuzione del progetto WeanCare nei prossimi cinque anni. Lo scopo del progetto di ricerca è quello di ottimizzare i livelli energetici e proteici degli alimenti somministrati in forma liofilizzata ai consumatori con l'obiettivo di ridurre o eliminare del tutto il ricorso all'integrazione farmaceutica. Un ulteriore obiettivo è quello di aumentare l'accettabilità del pasto attraverso l'appetibilità percepita, in modo da contribuire al miglioramento delle condizioni di salute e psicosociali degli anziani e dei soggetti con problemi di disfagia e malnutrizione;
- È stato previsto un ulteriore studio della durata di dodici mesi per verificare l'efficacia del piano alimentare WeanCare Domus, costituito da prodotti a consistenza

modificata, nel migliorare la qualità di vita nei pazienti affetti da malattia di Parkinson con problemi di deglutizione.

La prosecuzione con rinnovata energia dei progetti di ricerca in collaborazione con l'Università di Genova è un tassello fondamentale della strategia complessiva di Harg. Per il 2021, inoltre, si prevede di:

- Iniziare lo studio per un confezionamento in biofilm idrosolubile, in modo da minimizzare l'impatto del packaging dei prodotti;
- Implementare nuove formulazioni per i prodotti destinati al consumo domiciliare che garantiscano un livello nutrizionale completo, in quantità monodose e che non prevedano l'utilizzo di macchine erogatrici;
- Sviluppare un prodotto monodose di acqua gelificata;
- Lavorare sulla macchine erogatrici, in particolare:

Progettare un nuovo distributore automatico per garantire risparmio energetico grazie alla possibilità di scaldare un quantitativo inferiore di acqua;

Iniziare lo sviluppo di macchine erogatrici semplificate con biofilm per le singole porzioni;

- Implementare il prodotto gelificante, arrivando a certificarlo a fini medici speciali.



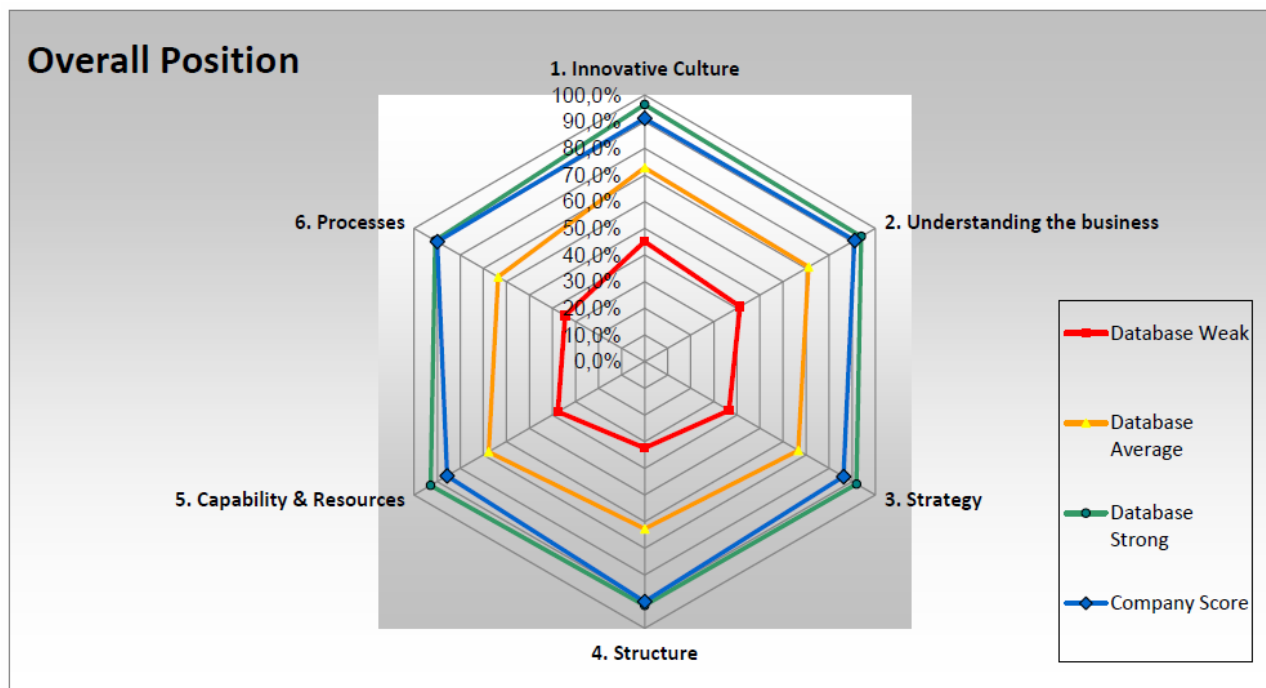
## Assessment Enterprise Europe Network (EEN)

Al termine dell'anno, ci siamo sottoposti ad un assessment condotto dall'Enterprise Europe Network, l'"Innovation Health Check". Si tratta di uno strumento di benchmarking del processo d'innovazione condotto dalla principale Rete Europea che ha lo scopo di aiutare le PMI a crescere, innovarsi ed internazionalizzarsi.

Il benchmark viene fornito prendendo in analisi sei dimensioni: la cultura aziendale rispetto all'innovazione, la capacità di capire il proprio segmento di business, la strategia, la struttura, le capacità e le risorse e i processi. Scopo ultimo della valutazione è quello di identificare delle aree di miglioramento formulando conseguenti proposte di azioni.

Harg si è classificata a ridosso delle imprese maggiormente performanti sia per quanto riguarda le pratiche di innovazione (con un punteggio conseguito pari al 90,0%, mentre le imprese appartenenti al quartile più performante ottengono un punteggio medio del 93,1%) che per la performance di innovazione (con un punteggio conseguito pari all'86,9%, mentre le imprese appartenenti al quartile più performante ottengono un punteggio medio del 91,8%).

Questa esperienza, oltre ad averci fornito un'autorevole conferma del nostro atteggiamento verso l'innovazione, ci ha dato numerosi spunti e suggerimenti per varie azioni di miglioramento che andremo ad implementare nel corso del 2021.



### d. Sicurezza e qualità

La sicurezza dei nostri utenti finali è una priorità assoluta per Harg. E' assolutamente necessario infatti che non vi siano componenti non perfettamente disciolti all'interno dei nostri prodotti alimentari, in quanto questa eventualità potrebbe portare a conseguenze anche gravi per il soggetto disfagico.

Tutti i nostri prodotti e servizi vengono

costantemente valutati nell'ottica di migliorare gli impatti sulla salute e sulla sicurezza dei nostri clienti, principio cardine della responsabilità di Harg nei loro confronti.

Nel corso del 2020 abbiamo ridefinito i termini di fornitura con i nostri fornitori di prodotti finiti alimentari, al fine di garantire che la produzione degli stessi avvenga in piena conformità delle



caratteristiche tecniche determinate da Harg. Sono previsti inoltre controlli di conformità per ogni singolo lotto di produzione.

La sicurezza dei nostri prodotti è testimoniata dal fatto che nel corso del 2020 non abbiamo ricevuto nessun reclamo né casi di non conformità rispetto alle normative vigenti.

Al fine di garantire la massima tensione verso il mantenimento di elevati standard di qualità e sicurezza ci siamo inoltre dotati di due certificazioni, oltre al certificato HACCP.

#### *ISO 9001: 2015*

Standard di riferimento internazionalmente riconosciuto per la gestione della Qualità di qualsiasi organizzazione che intenda rispondere contemporaneamente all'esigenza dell'aumento dell'efficacia ed efficienza dei processi interni ed al miglioramento della soddisfazione e della fidelizzazione dei clienti.

#### *UNI EN ISO 22005:2008*

Questa norma definisce i principi e specifica i requisiti per l'attuazione di un sistema di rintracciabilità della filiera alimentare. Certifica in particolare la validità del sistema interno aziendale di riuscire, in caso di necessità, ad

operare in tempi brevi e con alta efficacia nel processo di richiamo prodotti.

#### **e. Privacy del cliente**

L'ambito di attività svolte da Harg comporta il trattamento di dati sensibili dei nostri utenti e clienti e di conseguenza è una nostra priorità assoluta la loro corretta raccolta, utilizzo e protezione.

Oltre ad attenerci scrupolosamente alle disposizioni previste dal Regolamento UE 2016/679 (GDPR), abbiamo previsto un protocollo dedicato nell'ambito del progetto WeanCare. I partecipanti allo studio o i loro tutori vengono adeguatamente informati sulla finalità e modalità di trattamento dei loro dati ai fini del progetto di ricerca, in modo da raccogliere un consenso inequivocabile, granulare e revocabile. I dati vengono raccolti in una piattaforma web dedicata e protetta e comunicati in forma anonima all'Università di Genova.

Nel corso dell'anno 2020 non abbiamo ricevuto denunce riguardanti la violazione della privacy dei nostri clienti e utenti o rilevato fughe, furti o perdite di dati.



## 4. LA RETE DI RELAZIONI

### a. I mercati serviti

Harg ha la propria sede operativa nel comune di Piadena Drizzona, in provincia di Cremona. Il mercato principale di Harg è il Nord Italia, dove si concentra il 63% del fatturato, mentre la quota residua, pari al 37%, viene ricavata dal Centro Italia. Le regioni italiane dove Harg ha una presenza significativa\* sono attualmente cinque: Lombardia, Toscana, Liguria, Emilia Romagna e Veneto.

	2020	2019
Numero di clienti	100	96
Regioni italiane con presenza significativa	5	5

L'epidemia di SARS-CoV-2 ha avuto, come noto, un impatto significativo sulla nostra clientela, composta da case di cura e Residenze Socio Assistenziali (RSA), rallentando di conseguenza l'espansione nel mercato italiano nel corso del 2020.

Nel corso dell'anno abbiamo svolto un'intensa attività di preparazione del processo di internazionalizzazione di Harg. Dopo una fase di studio di sviluppo iniziata nel 2019, abbiamo presentato la nostra realtà ad una serie di primari gruppi che si occupano di gestione di strutture di assistenza in UK, dove abbiamo anche avviato una collaborazione a fini di ricerca con l'Università di Bournemouth. Abbiamo inoltre avviato una partnership con una società tedesca per la ricerca di distributori e potenziali clienti e attivato una campagna di ricerca partner per la Francia. Il nostro obiettivo è di concretizzare l'apertura al mercato estero nel 2021.

Harg ha attualmente un tipo di clientela B2B, che viene raggiunta tramite azione commerciale diretta e servita da un servizio di logistica esterno.

Un obiettivo strategico per il 2021 è l'apertura della vendita direttamente al consumatore finale (B2C). I canali individuati per raggiungere l'utente finale sono i medici di base, le farmacie e lo sviluppo di un sito e-commerce.

*\*Un mercato ha una presenza significativa se vi viene ricavata una quota pari almeno all'1% del fatturato complessivo*

### b. I fornitori

In quanto azienda commerciale, il rapporto con i propri fornitori è per Harg di importanza centrale. Oltre ai fornitori dei tipici servizi accessori all'attività d'impresa, la nostra catena di fornitura è composta prevalentemente da fornitori di:

- Attrezzature e ricambi per le nostre macchine erogatrici;
- Materie prime che selezioniamo e acquistiamo direttamente destinate alla lavorazione per conto terzi;
- Prodotti alimentari finiti, prodotti secondo le nostre disposizioni;
- Imballaggi;
- Vettori per la spedizione dei prodotti finiti.

Utilizziamo un sistema strutturato di verifica per la selezione dei nostri fornitori basato su criteri quali, ad esempio:

- Il rispetto delle condizioni igieniche;
- Il rispetto della tracciabilità;
- Il rispetto delle norme sull'etichettatura e la manutenzione di impianti e attrezzature;
- La presenza di certificazioni;
- Il corretto smaltimento dei rifiuti;
- L'adeguata strutturazione dell'organizzazione del lavoro.

Come illustrato nel capitolo dedicato alla sicurezza dei nostri prodotti, è inoltre assolutamente centrale la verifica del rispetto dei requisiti e dei disciplinari forniti da Harg.

Nella seguente tabella illustriamo la ripartizione delle spese di fornitura a seconda della tipologia di fornitura.

Tipologia di fornitura	2020	2019
Materie Prime & Prodotti Finiti	26,5%	39,8%
Materie Prime	24,1%	11,6%
Servizi	18,2%	6,8%
Erogatori-ricambi	11,1%	27,8%
Prodotti Finiti	8,7%	1,3%
Ricambi	6,1%	6,1%
Vettori	5,3%	6,7% 5

Il 100% della nostra spesa di fornitura è destinata a fornitori italiani.

### c. Il nostro network

Partecipiamo attivamente nella vita di alcune associazioni di categoria e di settore, in particolare all'interno di Assolombarda. Harg e i suoi marchi sono profilati su importanti piattaforme di networking, quali l'Enterprise Europe Network (EEN) e la piattaforma Open Innovation di Regione Lombardia. Ad oggi possiamo contare sulla partecipazione a sei network e iniziative che riteniamo essere strategiche.

#### Silver Economy Network

Rete di imprese impegnata a valorizzare e far emergere la filiera di eccellenze della Silver Economy italiana, un mercato in

continua evoluzione basato su necessità molto eterogenee. Il Silver Economy Network vuole, inoltre, acquisire visibilità e accreditarsi verso gli enti pubblici, regionali e nazionali, al fine di coinvolgere nelle attività tutti gli attori interessati a questo settore.

#### Care England

Ente di beneficenza e principale organo di rappresentanza per i servizi assistenziali indipendenti in Inghilterra. Lavorando per conto di fornitori di piccole, medie e grandi dimensioni, Care England parla con un'unica voce sia per i membri che per l'intero settore del caregiving. Comprende organizzazioni di vari tipi e dimensioni, tra cui case di cura singole, piccoli gruppi locali, realtà nazionali e associazioni di volontariato non profit.

#### Food Tech Accelerator

Percorso di accelerazione, coordinato da Deloitte Officine Innovazione. Ci siamo candidati insieme a oltre 520 start-up provenienti da più di 60 Paesi del mondo, arrivando ad essere tra le 7 start-up selezionate. Abbiamo già in discussione opportunità di collaborazione con Amadori e Cirfood.

#### Agro Food BIC

Agrofood Business Innovation Center è un progetto sviluppato da una serie di partner impegnati nel settore digitale e alimentare, come Granarolo, Gellify, Camst, Conserve Italia, Ima, Eurovo. Si tratta di un acceleratore di promettenti start-up nei settori food&beverage ed agro-industriale in grado di convertire idee innovative in iniziative imprenditoriali concrete, con un adeguato supporto operativo e strategico.

Abbiamo partecipato alla Call for Ideas di Agro Food BIC, e siamo stati selezionati per lo step di approfondimento successivo.

#### Cluster Lombardo Scienze della Vita - Progetto di Ricerca "Il manager della sanità futura"

ECOLE, in collaborazione con Confindustria Lombardia, AIOP Lombardia, Cluster Scienze della Vita, Accademia Lombarda di Sanità Pubblica e Fondazione Sanità Futura ha attuato con le imprese del mondo delle Life Sciences e dei servizi legati all'Healthcare un progetto-ricerca per l'analisi ed il confronto sui fattori che determineranno l'evoluzione del sistema sanitarioesociosanitariolombardo.Partecipiamo

attivamente con dei nostri rappresentanti a tre tavoli di discussione: "Procurement strategico", "Ottimizzazione dei percorsi di cura per la migliore gestione dei pazienti cronici e con specifici bisogni" e "Innovazione tecnologica dei processi".

### **AICEO - Associazione Italiana CEO**

L'Associazione Italiana dei CEO ha l'obiettivo di promuovere lo scambio di esperienze tra i soci per generare idee, innovazione e visioni sul futuro, per individuare esperienze di successo e proporre soluzioni concrete alle problematiche delle aziende e più in generale del Paese. Tra le aree di intervento: SANITÀ - disegno di un nuovo modello sostenibile per il Sistema Sanitario Nazionale (SDG 3). Partecipiamo attivamente con dei nostri rappresentanti ai tavoli di discussione "Salute", "Lavoro e Formazione" e "Sostenibilità Ambientale".

#### **d. Eventi**

Nel corso del 2020, nonostante le difficoltà legate alla pandemia di Sars-CoV-2, abbiamo partecipato a svariati eventi e fiere. In questa sede ne vogliamo ricordare in particolare due che hanno rappresentato per noi dei momenti significativi di scambio e conoscenza.

### **Silver Economy Forum**

Silver Economy Forum è un convegno organizzato dall'omonimo network e rivolto al settore della

silver economy. Nasce nel 2004 quando Ameri Communications decide di istituire il primo Salone Italiano dedicato agli over 55.

L'edizione 2020, in formato digitale, ha presentato misure e strategie di prevenzione per la popolazione silver andando ad approfondire le esigenze di un target che durante l'anno si è trovato nell'occhio del ciclone di una pandemia senza precedenti.

Il Forum ha trattato concretamente il tema della prevenzione declinata su tutti i settori di competenza che concorrono a delineare il panorama della silver economy.

### **Maker Faire Rome 2020**

Maker Faire Rome – The European Edition è la più grande edizione al di fuori degli Stati Uniti seconda solo all'edizione di Bay Area, le uniche due Global Maker Faire al mondo.

La manifestazione posiziona la città di Roma al centro del dibattito sull'innovazione. L'evento unisce scienza, tecnologia, innovazione, dando vita a qualcosa di completamente nuovo. E' una fiera, nella quale i sognatori e i talenti si mescolano e creano una magica alchimia. E' anche il luogo in cui si impara, ci si diverte e nascono opportunità di networking.



## 5. PERSONE

La nostra capacità di essere innovativi si basa sulle nostre persone ed è per questo motivo che il capitale umano, inteso come l'insieme delle conoscenze e delle competenze dei nostri lavoratori, è di importanza fondamentale per Harg. Siamo un'impresa di piccole dimensioni in termini di numero di lavoratori, ma in forte crescita, ed è un nostro obiettivo attrarre e sviluppare i migliori talenti. La struttura orizzontale ci consente di avere una circolazione costante e diretta delle informazioni e di sviluppare un forte senso di coinvolgimento dei nostri lavoratori nel progetto Harg, obiettivo per noi centrale.

### a. I nostri lavoratori

Al 31/12/2020 i nostri dipendenti sono 8: tutti i nostri dipendenti sono assunti a tempo indeterminato, lavorano a tempo pieno e risiedono nel Nord Italia. 7 dipendenti sono uomini e una è donna. Lavora con noi anche un tirocinante.

Sei dei nostri dipendenti lavorano in Harg dalla sua fondazione e l'età media dei nostri dipendenti è di 39,1 anni (40,7 nel 2019).

Età	2020	2019
←30 anni	2	1
30-50 anni	5	5
→50 anni	1	1

Titolo di studio	2020	2019
Licenza media	1	1
Diploma superiore	4	3
Laurea	3	3

Nel corso del 2020 abbiamo inserito nel nostro organico due tipologie di collaboratori, nello specifico tre temporary manager e tre agenti commerciali. La figura del temporary manager ci consente di accompagnare la nostra fase di crescita avvalendoci di professionalità elevate: le figure selezionate si occupano di organizzazione e risorse umane, commerciale & marketing e amministrazione, finanza & controllo. I nostri agenti commerciali ci consentono di sviluppare la nostra rete di vendita.

Il nostro organico complessivo è quindi salito dalle 7 figure del 2019 ad un totale di 14 nel 2020. Nel corso del 2020 abbiamo assunto un dipendente uomo di 21 anni al termine di un percorso di tirocinio: interpretiamo questa forma di collaborazione come uno strumento di effettivo ingresso nel mondo del lavoro. Il tasso di assunzione è stato quindi pari al 12,5%\*. Nel corso dell'anno non vi sono state dimissioni o licenziamenti di dipendenti, per cui il tasso di turnover\*\* è pari allo 0%.

\*Tasso di assunzione:  $(n^{\circ} \text{assunti}/n^{\circ} \text{attivi al } 31.12) * 100$

\*\*Tasso di turnover:  $(n^{\circ} \text{dimessi}/n^{\circ} \text{attivi al } 31.12) * 100$

### Politiche di remunerazione

Applichiamo il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) del Commercio. Nel corso del 2020, abbiamo inoltre adottato una politica di remunerazione delle risorse umane che abbiamo inserito in uno specifico articolo del nostro statuto. Questa politica prevede che:

- Le figure dirigenziali non possono percepire una remunerazione superiore del 50% del minimo stabilito dal CCNL del Commercio per i dirigenti espresso in termini di costo aziendale;
- In ogni caso, il rapporto tra la remunerazione più bassa e quella più alta percepita dai dipendenti non può essere maggiore di 1:5;
- L'importo di eventuali bonus, indennità etc non può superare il 40% della remunerazione percepita.

Nella seguente tabella è possibile vedere la distribuzione dei livelli di inquadramento dei nostri dipendenti.

Inquadramento	2020	2019
1° Livello	1	1
2° Livello	0	0
3° Livello	3	3
4° Livello	3	3
5° Livello	1	0

#### b. La formazione

Formazione per Harg è sia lo strumento fondamentale per accrescere le competenze interne dei propri dipendenti e collaboratori sia una parte integrante della propria mission.

Secondo questa visione, oltre ad aver previsto un piano formativo per i nostri dipendenti, abbiamo creato nel 2019 HARG ACADEMY. HARG ACADEMY è un importante strumento operativo al servizio dell'impresa e strategico per il core business. Su orientamento dell'organo direttivo e grazie al supporto del dipartimento R&S e dell'Università degli Studi di Genova, HARG ACADEMY ha l'obiettivo di educare il mercato, formare i Key Opinion Leaders e veicolare i risultati di ricerca alla comunità scientifica.

Nel corso del 2020, abbiamo erogato 65 ore di formazione ai nostri collaboratori su tematiche quali alimenti e acqua, proteine, disfagia, valori nutrizionali e bromatologici, supplementazione e il nostro programma Weancare. L'obiettivo non è solamente quello di avere una rete di vendita efficace, ma anche pienamente informata e consapevole.

In quest'ottica ci preoccupiamo di svolgere attività di formazione anche dei nostri clienti, in particolare degli operatori delle case di cura e delle RSA. Oltre a fornire le informazioni per il corretto utilizzo dei nostri strumenti e prodotti, al fine della tutela della salute dei consumatori finali, dedichiamo parte della formazione a nozioni generali sull'alimentazione, nella convinzione della necessità di diffondere la cultura della prevenzione in ambito alimentare. Nel 2020 abbiamo formato 48 persone somministrando un relativo test in 7 strutture, contro le 199 persone in 14 strutture del 2019: il rallentamento di questa attività è ovviamente dovuto all'epidemia di Sars-CoV-2.

Nel 2020 è stato pianificato e calendarizzato un programma di formazione dei nostri dipendenti col supporto di Fondimpresa per un totale di 168 ore (21,0 ore medie di formazione per dipendente rispetto alle 8,7 del 2019), ma a causa dell'epidemia verrà effettivamente svolto nei primi mesi del 2021. Nella tabella di seguito riportiamo quindi le ore medie di formazione per dipendente, con la specifica che pur riferendosi al 2020 esse saranno erogate nel 2021: nell'anno 2020 non sono state effettivamente erogate delle ore di formazione.

Categoria	Donne	Uomini	media per categoria
1° Livello	-	48,0	48,0
1° Livello	-	-	-
1° Livello	-	29,3	29,3
1° Livello	32,0	-	10,6
1° Livello	-	-	-
1° Livello	32,0	19,4	-

### c. Salute e sicurezza sul lavoro

Il benessere dei nostri lavoratori passa innanzitutto per la tutela della loro salute e sicurezza.

Monitoriamo costantemente il rispetto degli standard di riferimento e delle leggi in materia di salute e sicurezza sul lavoro, adempiendo a tutti gli obblighi in materia e intervenendo laddove necessario con azioni di prevenzione. Abbiamo proceduto a nominare tutte le figure competenti in materia e ad individuare i principali rischi sul lavoro tramite l'analisi svolta nella redazione del DVR, di cui curiamo l'aggiornamento costantemente.

In relazione all'epidemia di Sars-CoV-2 abbiamo elaborato un'apposita procedura operativa di sicurezza, fornendo ai nostri lavoratori le norme comportamentali necessarie ad evitare il contagio. Nel 2020 su un totale di 11.795 ore lavorate non è stato registrato nessun decesso o infortunio sul lavoro, di conseguenza i rispettivi tassi di frequenza\* sono pari allo 0%, così come nel 2019.

Ampliando l'analisi ad un concetto di benessere lavorativo a tutto tondo, oltre ad un tasso di turnover pari allo 0% segnaliamo che le ore di straordinario ammontano all'1,0% del totale di ore lavorate, contro lo 0,6% del 2019.

\*Indice di frequenza: numero di eventi infortunistici/tot. ore lavorate x 1.000.0006.





## 6. AMBIENTE

Harg è attivamente impegnata nella tutela dell'ambiente. Appliciamo il principio di precauzione\* promosso dalle Nazioni Unite: a tal fine abbiamo predisposto un sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001: 2015.

Da un'analisi svolta sugli impatti ambientali relativi alla nostra attività, è emersa la centralità dei materiali e delle materie prime utilizzate e del consumo di risorse energetiche. Il consumo e lo scarico di acqua e la produzione di rifiuti in generale direttamente imputabili ad Harg sono stati valutati come non significativi, in quanto relativi solamente alla nostra sede di Piadena, comprensiva di un ufficio e di un magazzino. Conseguentemente i relativi dati non sono riportati nel presente report.

A seguito della certificazione ISO 14001:2015, abbiamo comunque previsto le procedure e il relativo formulario per il corretto smaltimento di tutti i prodotti derivanti dalle operazioni di lavoro (ad esempio per i toner e i filtri addolcitori). Produciamo una sola tipologia di rifiuto pericoloso, seppur in quantità molto limitata, ovvero l'acido esausto che viene utilizzato per decalcificare le apparecchiature negli interventi di manutenzione: l'acido viene raccolto in un apposito tank che viene appositamente smaltito seguendo le relative procedure di sicurezza.

*\*United Nations (UN) Declaration, 'The Rio Declaration on Environment and Development', 1992*

### a. Materiali e materie prime

La scelta delle materie prime per i nostri prodotti alimentari è di primaria importanza per Harg, in quanto impatta direttamente la salute dei nostri consumatori. Ci avvaliamo preferibilmente di produttori nazionali che utilizzano materie prime italiane e acquistiamo direttamente alcune materie prime selezionate secondo i nostri standard che poi cediamo ai nostri produttori per la lavorazione. In particolare abbiamo adottato una scelta per cui tutti gli aromi che utilizziamo nei nostri prodotti sono di tipo naturale, in modo da non indurre intolleranze.

Nella tabella di seguito riportiamo il peso totale in tonnellate degli alimenti movimentati negli ultimi due anni che sono, per definizione, materiali rinnovabili. Sottolineiamo il fatto che, essendo i nostri prodotti per la disfagia dei prodotti liofilizzati, il loro trasporto impatta molto meno in termini di peso e volume, e conseguentemente in termini di consumi energetici ed emissioni, rispetto ai corrispondenti alimenti idratati.

	2020	2019
Alimenti per colazioni	6,6	34,9
Prodotti finiti linea disfagia	17,8	35,8
Materie prime	66,7	36,2
Totale	91,1	106,9

Per quanto riguarda gli imballi e il packaging, lavoriamo attivamente per ridurre le quantità e aumentare il grado di riciclabilità. Come visibile dalla tabella di seguito, che riporta il peso complessivo in chili degli imballi utilizzati negli ultimi due anni, nel corso del 2020 abbiamo quasi dimezzato l'utilizzo di imballaggi rispetto ad una riduzione di circa il 10% delle merci movimentate. Questo risultato è dovuto all'aumento delle quantità imballate per collo di spedizione e alla riduzione dell'utilizzo dell'alluminio.

	2020	2019
Pet	354,2	453,9
alluminio	109,2	601,2
Carta Tetrapack	1914,5	3798,4
Triplo strato - tessuto	667,2	1164,7
Totale	3045,1	6018,1

Dal 2020 inoltre abbiamo cominciato il confezionamento dei prodotti con nuovi imballi riciclabili: ad oggi circa la metà dei prodotti è confezionato con tale materiale, ma per fine 2021 è previsto un totale passaggio. Come visibile nella tabella successiva, nel 2020 siamo arrivati ad utilizzare materiali riciclabili per circa il 78% dei nostri imballaggi. E' stato previsto che l'imballo riciclabile sia di colore blu, considerato un colore di sicurezza in cucina, in quanto le buste argentate o bianche sono difficilmente individuabili nel prodotto in caso di caduta accidentale in una porzione in seguito a taglio non ottimale.

	2020	2019
Riciclabile	2377,9	4853,4
Non riciclabile	667,2	1164,7
Totale	3045,1	6018,1

#### Il progetto Footprint Water

Grazie al nostro speciale sistema di produzione di acqua microfiltrata possiamo sostituire l'utilizzo di acqua confezionata in bottiglie di plastica o in boccioni. Il cliente ha a disposizione un erogatore illimitato di acqua naturale o frizzante, a temperatura ambiente o fresca.

A partire dall'anno 2020, mettiamo inoltre a disposizione dei clienti una piattaforma online, realizzata con il contributo scientifico dell'Università di Genova, che consente di calcolare i valori di CO2 non immessi nell'atmosfera e la quantità di plastica non immessa nell'ambiente. Siamo in grado quindi di rendicontare il contributo di Harg al raggiungimento di questi obiettivi nella tabella seguente.\*

Plastica non immessa nell'ambiente (Kg)	2869
Quantità di CO2 non immessa nell'ambiente (Kg)	20313

\*Dati relativi al 31/12/2020

#### b. Risorse energetiche

Le voci di consumo energetico di Harg includono il gasolio per il rifornimento del nostro parco mezzi di proprietà, che utilizziamo prevalentemente per svolgere attività di manutenzione presso le strutture nostre clienti e per le figure commerciali, e i consumi di energia elettrica per la luce e il gas per il riscaldamento della nostra sede di Piadena, comprensiva di un ufficio e di un magazzino.

Nella seguente tabella riportiamo i consumi energetici relativi agli ultimi due anni riferiti esclusivamente al consumo di gasolio del nostro parco mezzi\*, parametrando anche rispetto alle strutture servite, e le corrispondenti emissioni in tonnellate di anidride carbonica equivalenti (CO2e).

	2020	2019
Gasolio consumato (Litri)**	7873	11622
Gasolio consumato (GJ)***	283,4	418,4
Numero strutture servite	108	88
Gasolio consumato/ Numero strutture servite (GJ/ struttura)	2,6	4,8
% energia rinnovabile	0%	0%
Emissioni di CO2e (Ton)****	21,2	31,2

La diminuzione assoluta e relativa dei consumi è senz'altro in buona parte imputabile al fatto che le strutture sono state rese poco accessibili a causa della pandemia di Sars-CoV-2. Al di là del fattore contingente, ci siamo però posti l'obiettivo nel 2021 di strutturare una rete di manutentori diffusa sul territorio in modo tale da ridurre la lunghezza degli spostamenti necessari a raggiungere le strutture: ci aspettiamo di conseguenza un impatto positivo di questa misura sui consumi per singola struttura.



*\*Fare riferimento all'indice dei contenuti GRI per il perimetro di calcolo*

*\*\*I litri consumati sono stati calcolati dividendo la spesa totale per il gasolio per il relativo prezzo medio annuo calcolato su base mensile. Fonte: Ministero della Transizione Ecologica - Prezzi medi mensili dei carburanti e combustibili*

*\*\*\*Per il calcolo sono stati utilizzati i fattori di conversione previsti dalla circolare MISE del 18/12/14 e dall'ENEA*

*\*\*\*\*Per il calcolo sono stati utilizzati i fattori di emissione ricavati dal database di UK Department for Environment, Food & Rural Affairs (Defra) per gli anni 2019 e 2020*

## NOTA METODOLOGICA

### **a. Informazioni generali**

Il presente bilancio di sostenibilità è il nostro primo bilancio ed è redatto secondo gli standard del GRI (Global Reporting Initiative). Abbiamo avuto infatti fin da subito la volontà di conformarci ai principali standard di rendicontazione in materia di sostenibilità a livello internazionale. In particolare il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core.

Questo bilancio rendiconta esclusivamente rispetto alla società Healthy Aging Research Group Società Benefit S.r.l. (H.A.R.G. S.B. Srl) ed è relativo all'anno 2020. Trattandosi del primo bilancio di sostenibilità non vi sono state nè revisioni delle informazioni nè modifiche nella rendicontazione. Il bilancio di sostenibilità verrà redatto su base annuale.

Il presente bilancio non è stato sottoposto a revisione indipendente esterna. Qualora si volessero ottenere maggiori informazioni rispetto al presente documento, è possibile rivolgersi a [matteo.taesi@harg.it](mailto:matteo.taesi@harg.it).

Nel redigere questo bilancio abbiamo tenuto conto dei seguenti principi di rendicontazione per definirne i contenuti: inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità, materialità e completezza. Per quanto riguarda la qualità del report ci siamo attenuti ai principi di: accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, affidabilità e tempestività.

### **b. Analisi di materialità**

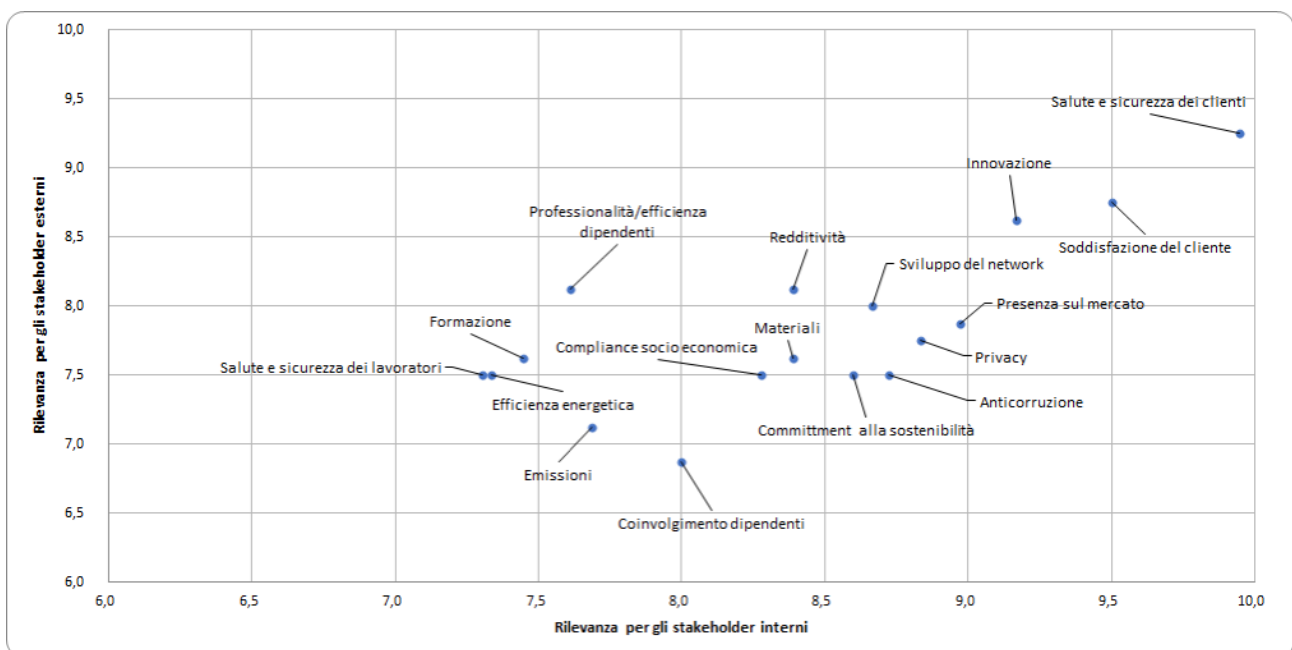
Secondo il principio di materialità, in bilancio devono essere riportati solo gli aspetti che riflettono impatti significativi in ambito economico, ambientale e sociale o che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder. Seguendo questo principio, abbiamo svolto un'analisi volta, quindi, ad identificare gli aspetti materiali da rendicontare e ad escludere i temi non rilevanti.

L'analisi è iniziata con una serie di interviste singole ai manager di Harg con lo scopo di identificare gli obiettivi raggiunti negli ultimi anni in materia di sostenibilità economica, sociale e ambientale e

gli obiettivi per il futuro di Harg. Gli obiettivi sono stati poi oggetto di un questionario nel quale ne è stato valutato il grado di importanza per l'impresa attraverso una scala di gradimento numerica. Gli obiettivi sono poi stati associati ai rispettivi temi di sostenibilità ricavando il relativo punteggio di rilevanza.

Per le categorie di stakeholder oggetto di coinvolgimento è stato identificato un soggetto rappresentativo che è stato intervistato in un'intervista singola diretta. Nel corso dell'intervista è stata richiesta una valutazione circa l'importanza dei temi proposti dal GRI per Harg e che potevano essere affrontati all'interno del bilancio di sostenibilità. Dalle risultanze dell'intervista è stato associato il relativo punteggio per ogni tema di materialità.

Una volta raccolte tutte le informazioni, sono stati classificati come rilevanti solamente i temi che hanno ottenuto un punteggio complessivo superiore ad una soglia prestabilita. I temi di sostenibilità rilevanti sono stati inseriti nella matrice di sostenibilità sotto riportata.



Oltre ai temi rilevanti, nel corso dell'analisi e dello stakeholder engagement sono stati mappati altri temi il cui relativo punteggio non ha superato la soglia di materialità, di seguito riportati:

- Approvvigionamenti responsabili: Harg applica criteri di qualità sulla base delle certificazioni ISO 9001:2015 e ISO 22005:2008 nella selezione dei fornitori. La particolarità dei prodotti che commercializziamo non ci consente al momento di selezionare i fornitori su ulteriori basi di tipo sociale e ambientale: abbiamo la volontà di adoperarci in tal senso qualora se ne manifestasse la possibilità;
- Benefit ai dipendenti: Garantiamo ai nostri

dipendenti il pieno rispetto delle condizioni retributive del Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro. Al momento non abbiamo previsto benefit aggiuntivi, ma a partire dal 2021 inizieremo la strutturazione di un relativo piano che porteremo a compimento entro il prossimo triennio;

- Diversità e pari opportunità: Il rispetto della diversità e delle pari opportunità è pienamente garantito da Harg. Al momento la squadra, per ragioni di origine storica, è quasi completamente di genere maschile: ci poniamo l'obiettivo di raggiungere un'adeguata quota di rappresentanza del genere meno rappresentato entro il prossimo triennio;

- Rifiuti: Siamo un'azienda di tipo commerciale e i rifiuti che produciamo direttamente sono in quantità minime, in quanto riguardano solamente il nostro ufficio e il nostro magazzino, e non abbiamo lavorazioni che producono rifiuti pericolosi;
- Acqua: I nostri consumi di acqua sono imputabili solamente ad un normale utilizzo da ufficio;
- Sostegno alla comunità locale: Nel corso del 2020 abbiamo sponsorizzato la squadra di calcio locale e fatto una donazione ad un'associazione che si occupa di disabilità nella comunità. Al momento nel complesso, però, i nostri rapporti con la comunità locale non sono considerabili come rilevanti, pur non escludendo l'eventualità che lo possano diventare in futuro.
- Alla natura di attività commerciale svolta dall'azienda;
- Alle finalità di beneficio comune derivanti dallo status di società benefit;
- Alle iniziative in ambito di sostenibilità già in essere;
- Alla relazione con gli obiettivi strategici generali dell'azienda;
- Alla reperibilità dei dati.
- Rilevanza per i nostri stakeholder, secondo quanto emerso dal loro coinvolgimento.

L'analisi svolta sarà costantemente aggiornata in occasione della redazione dei prossimi bilanci di sostenibilità, nella consapevolezza dei possibili margini di miglioramento e della mutevolezza delle priorità e del contesto di attività tipiche di una start up innovativa quale è Harg.

I criteri sulla base dei quali abbiamo selezionato le informazioni rilevanti sono stati:

Rilevanza per Harg degli impatti economici, sociali e ambientali rispetto:



### c. Perimetro, modalità di gestione e impatto

#### dei temi materiali

Nella tabella seguente vengono riportati i temi materiali con il relativo perimetro (interno/esterno), gli stakeholder coinvolti rispetto allo specifico tema e la corrispondenza con gli standard GRI.

Tema materiale	Standard GRI	Perimetro	Stakeholder coinvolti
Salute e sicurezza dei clienti	Salute e sicurezza	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, clienti, fornitori, università
Soddisfazione del cliente	-	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, clienti
Innovazione	-	Interno ed esterno	Dipendenti, clienti, fornitori, università
Presenza sul mercato	-	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, acceleratori, associazioni di categoria, network d'impresa
Sviluppo del network	-	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, fondi d'investimento, acceleratori, associazioni di categoria, network d'impresa
Privacy	Privacy dei clienti	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, università
Redditività	Performance economiche	Interno ed esterno	Soci, dipendenti, collaboratori esterni, fondi d'investimento, banche, fornitori, università, acceleratori
Anticorruzione	Anticorruzione	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, clienti

Commitment alla sostenibilità	-	Interno ed esterno	Soci, dipendenti, collaboratori esterni, banche, fondi d'investimento
Materiali	Materiali	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, fornitori, clienti, università
Compliance socioeconomica	Compliance socioeconomica	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni
Professionalità/efficienza dei dipendenti	Occupazione, formazione e istruzione	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, clienti, università
Formazione	Formazione e istruzione	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, clienti
Coinvolgimento dei dipendenti	Occupazione	Interno ed esterno	Dipendenti
Efficienza energetica	Energia	Interno	Dipendenti, collaboratori esterni
Emissioni	Emissione	Interno ed esterno	Dipendenti, collaboratori esterni, clienti
Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Interno	Dipendenti





## INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI STANDARD	DISCLOSURE	CAPITOLO-PAGINA	OMISSION	
<b>INFORMATIVA GENERALE</b>				
GRI 102 - Informativa generale 2016	PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE			
	102-1 Nome dell'organizzazione	§ Governance pag.16		
	102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	§ La nostra linea di prodotti e servizi pag.19		
	102-3 Luogo della sede principale	§ Governance pag.16		
	102-4 Luogo delle attività	§ I mercati serviti pag.26		
	102-5 Proprietà e forma giuridica	§ Governance pag.16		
	102-6 Mercati serviti	§ I mercati serviti pag.26		
	102-7 Dimensioni dell'organizzazione	§ Il valore generato pag.17 § Governance pag.16 § I nostri lavoratori pag.30 § La nostra linea di prodotti e servizi pag.19		
	102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	§ I nostri lavoratori pag.30		
	102-9 Catena di fornitura	§ I fornitori pag.26		
	102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	§ Governance pag.16		
102-11 Principio di precauzione	§ Ambiente pag.33			

102-12 Iniziative esterne	§ Eventi pag.28	
102-13 Adesione ad associazioni	§ Il nostro network pag.27	
STRATEGIA		
102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	§ Messaggio ai lettori pag. 4	
ETICA E INTEGRITÀ		
102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento	§ Valori, obiettivi e l'Agenda ONU 2030 pag.6	
GOVERNANCE		
102-18 Struttura della governance	§ Governance pag.16	
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER		
102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	§ Stakeholder Engagement pag.14	
102-41 Accordi di contrattazione collettiva	§ I nostri lavoratori pag.30	
102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	§ Stakeholder Engagement pag.14	
102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	§ Stakeholder Engagement pag.14	
102-44 Temi e criticità chiave sollevati	§ Analisi di materialità pag.36	
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE		
102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	§ Informazione generali pag.36	
102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39	

	102-47 Elenco dei temi materiali	§ Analisi di materialità pag.36	
	102-48 Revisione delle informazioni	§ Informazione generali pag.36	
	102-49 Modifiche nella rendicontazione	§ Informazione generali pag.36	
	102-50 Periodo di rendicontazione	§ Informazione generali pag.36	
	102-51 Data del report più recente	§ Informazione generali pag.36	
	102-52 Periodicità della rendicontazione	§ Informazione generali pag.36	
	102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	§ Informazione generali pag.36	
	102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	§ Informazione generali pag.36	
	102-55 Indice dei contenuti GRI	Indice dei contenuti GRI pag.42	
	102-56 Assurance esterna	§ Informazione generali pag.36	
<b>ASPETTI ECONOMICI</b>			
GRI 201 - Performance economiche 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Il valore generato pag.17	
	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	§ Il valore generato pag.17	
GRI 205 - Anticorruzione 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39	
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Non applicabile	Nel biennio 2019-2020 non vi sono stati casi di corruzione

<b>ASPETTI SOCIALI</b>			
GRI 401 - Occupazione 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § I nostri lavoratori pag.30	
	401-1 Nuove assunzioni e turnover	§ I nostri lavoratori pag.30	
GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Salute e sicurezza sul lavoro pag.32	
	403-9 Infortuni sul lavoro	§ Salute e sicurezza sul lavoro pag.32	
GRI 404 - Formazione e istruzione 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § La formazione pag.31	
	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	§ La formazione pag.31	
GRI 416 - Salute e sicurezza dei clienti 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Sicurezza e qualità pag.24	
	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	§ Sicurezza e qualità pag.24	
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	§ Sicurezza e qualità pag.24	

GRI 418 - Privacy dei clienti 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Privacy del cliente pag.25	
	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	§ Privacy del cliente pag.25	
GRI 419 - Compliance socioeconomica 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39	
	419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Non applicabile	Nel biennio 2019-2020 non vi sono stati casi di non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica
<b>ASPETTI AMBIENTALI</b>			
GRI 301 - Materiali 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Materiali e materie prime pag.33	
	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	§ Materiali e materie prime pag.33	
GRI 302- Energia 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Risorse energetiche pag.34	
	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	§ Risorse energetiche pag.34	Informazioni non disponibili. I dati relativi al consumo di energia elettrica e di gas per il riscaldamento dell'ufficio della sede non sono disponibili in quanto i servizi sono compresi nel canone di affitto full service

GRI 305 - Emissioni 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Risorse energetiche pag.34	
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	§ Risorse energetiche pag.34	Informazioni non disponibili. Il dato relativo alle emissioni derivanti dal consumo di gas per il riscaldamento dell'ufficio della sede non sono disponibili in quanto il servizio è compreso nel canone di affitto full service
<b>TEMI MATERIALI NON COPERTI DA GRI STANDARDS</b>			
Soddisfazione del cliente	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § L'impatto sociale della nostra attività pag. 20	
Innovazione	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Innovazione e ricerca pag.22	
Presenza sul mercato	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § I mercati serviti pag.26	
Sviluppo del network	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Il nostro network pag.27	
Commitment alla sostenibilità	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	§ Perimetro, modalità di gestione e impatto dei temi materiali pag.39 § Valori, obiettivi e l'Agenda ONU 2030 pag.6	







Il presente bilancio di sostenibilità è stato redatto con il supporto metodologico di Profetica  
[www.profetica.it](http://www.profetica.it)



**HARG SOCIETÀ BENEFIT S.R.L.**

Via Cefalonia, 70  
25124 Brescia  
P.IVA 03940290988

**SEDE OPERATIVA**

Via Marcello Morandi, 17  
26039 Vescovato  
Cremona (CR)

**CONTATTI**

T. 0372.1980.109  
info@harg.it

**Servizio Assistenza Clienti**

Numero verde 800.337.335

[www.harg.it](http://www.harg.it)

[www.dysphameal.com](http://www.dysphameal.com)