UOP

Uprising Organic Project

# Relazione di Sostenibilità 2024

# Introduzione e nota metodologica

**Dal modello SDGs al B Impact Assessment**

UOP srl SB misura e comunica il proprio impatto attraverso strumenti internazionali riconosciuti, che consentono di trasformare la sostenibilità in un sistema di gestione misurabile e migliorabile nel tempo.

Fino al 2023 il bilancio di sostenibilità era basato principalmente sul SDG Action Manager, la piattaforma sviluppata da B Lab e UN Global Compact che collega le pratiche aziendali ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda ONU 2030.

Nel 2025 l'azienda ha scelto di adottare una metodologia più evoluta e completa, basata sul B Impact Assessment (BIA), con l'obiettivo di:

- rendere più quantitativo e confrontabile il proprio percorso di sostenibilità.
- allineare le pratiche interne ai criteri di valutazione delle B Corp.
- individuare aree di miglioramento specifiche e misurabili.

**Cos'è il B Impact Assessment (BIA)**

Il B Impact Assessment è uno strumento sviluppato da B Lab, l'ente che certifica le B Corporation, per valutare l'impatto complessivo di un'azienda in termini ambientali, sociali e di governance (ESG).

È gratuito, standardizzato a livello internazionale e applicabile a organizzazioni di qualsiasi dimensione o settore.

Il modello BIA analizza oltre 200 indicatori di performance, suddivisi in 5 aree fondamentali:

- **Governance** – trasparenza, missione e gestione etica;
- **Lavoratori** – benessere, sicurezza, formazione e welfare;
- **Comunità** – impatto sul territorio, filiere e inclusione;
- **Ambiente** – uso di risorse, emissioni, packaging e riduzione degli impatti;
- **Clienti** – valore, sicurezza e impatto positivo dei prodotti.

Ogni area riceve un punteggio ponderato (su un totale di 200), che permette di misurare la performance aziendale e di confrontarla nel tempo o con altri operatori del settore.
Le aziende che superano la soglia di 80 punti complessivi possono accedere alla certificazione B Corp, a cui UOP mira come obiettivo a medio termine.

# Chi siamo

La UOP - Uprising Organic Project (Progetti innovativi nell'ambito del mondo Biologico) nasce nel 1999 dall'idea del fondatore Roberto Durante, come società di consulenza, per quelle aziende del settore alimentare, che a cavallo del nuovo millennio avevano la necessità di sviluppare progetti innovativi. Innovazione dunque ma anche rispetto per la natura: un nuovo modo intendere la nutrizione.

UOP srl SB (Uprising Organic Project) è un'azienda benefit italiana nata con l'obiettivo di unire innovazione alimentare, sostenibilità ambientale e impatto sociale positivo. Produciamo snack e alimenti biologici — tra cui PoPtato Chips, Dolmen Salts e Beanny — promuovendo un modello di sviluppo che mette al centro le persone, la qualità e il pianeta.

Dal 2020 siamo Società Benefit, impegnata formalmente a generare valore condiviso e a misurare il nostro impatto attraverso strumenti come il B Impact Assessment.

***Una storia di innovazione lunga più di 20 anni.***

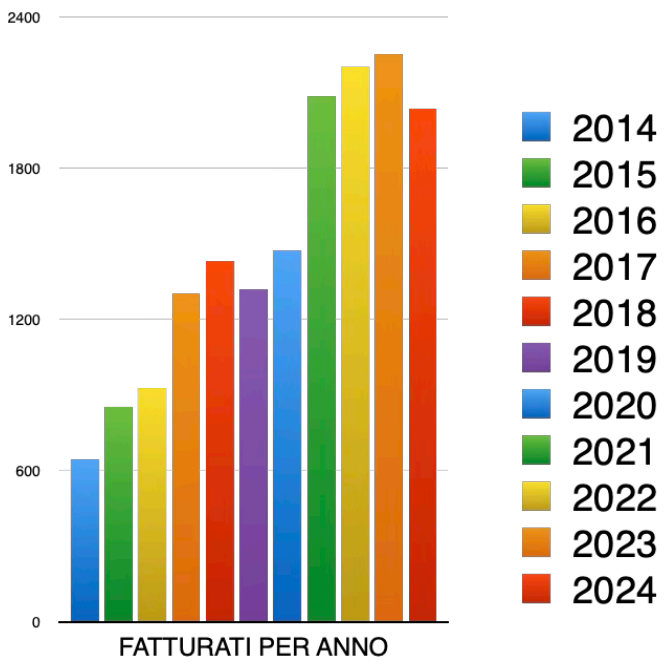
# Commento finanziario 2024

Il 2024 si chiude con un fatturato di 2.034.987,74 €, in calo di circa il 9% in rapporto all'anno precedente. La riduzione è principalmente riconducibile alla scelta di rinunciare a un cliente negli Stati Uniti, ritenuto troppo rischioso per la UOP srl SB, con un impatto negativo sul fatturato pari a circa 300.000 €.

Questa decisione, pur comportando un calo temporaneo del fatturato, riflette l'attenzione dell'azienda alla solidità finanziaria e alla gestione prudente dei rischi.

Nonostante la flessione, il focus dell'anno è stato orientato verso iniziative strategiche di rafforzamento e consolidamento aziendale, con particolare attenzione a:

- **Riduzione dei debiti aziendali** e miglioramento della struttura finanziaria;
- **Rafforzamento patrimoniale** per garantire maggiore solidità;
- **Ottimizzazione degli indici di bilancio**, a supporto della capacità di investimento e competitività;
- **Incremento degli standard produttivi**, con l'obiettivo di competere efficacemente sui mercati internazionali.




Gli interventi e le strategie implementate nel corso dell'anno hanno iniziato a dare i primi risultati già nell'ultimo trimestre 2024, ma troveranno piena efficacia e visibilità nel 2025, anno in cui ci aspettiamo di consolidare la crescita, migliorare ulteriormente la redditività e porre le basi per rafforzare la nostra presenza sui mercati esteri.

Oggi il fatturato export vale il 33% del totale e si prevede che possa superare il 50% nel 2026.

# Governance

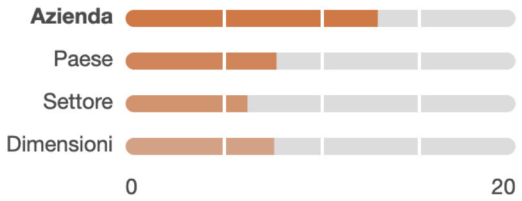
## Governance

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

| DOMANDE RISPOSTE | PUNTEGGIO GENERALE |
|---|---|
| 22/22 | **12.9** |

| PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI | PUNTEGGIO IBM | N / A PUNTEGGIO |
|---|---|---|
| 2.9 | 10.0 | 0.0 |

La governance valuta la missione complessiva di un'azienda, l'impegno rispetto al suo impatto sociale/ambientale, l'etica e la trasparenza. Questa sezione valuta anche la capacità di un'azienda di proteggere la propria missione e di considerare formalmente le parti interessate nel processo decisionale attraverso la propria struttura aziendale (ad es. società di beneficienza) o documenti di governo aziendale.




La sezione Governance del B Impact Assessment valuta l'impegno complessivo dell'azienda nei confronti della missione, della trasparenza, dell'etica e della responsabilità sociale e ambientale.

Il risultato riflette il riconoscimento formale della missione aziendale orientata all'impatto positivo, anche attraverso la forma giuridica di Società Benefit, che tutela la finalità sociale e ambientale nel lungo periodo. Tuttavia, il punteggio operativo suggerisce margini di miglioramento nelle politiche di governance interna, in particolare sul piano della trasparenza dei dati, della misurazione dell'impatto e del coinvolgimento strutturato degli stakeholder nei processi decisionali.

Nel complesso, l'azienda mostra una solida base valoriale e di missione, già formalizzata e coerente fin dalla trasformazione in società benefit, ma potrà incrementare il proprio punteggio rafforzando gli strumenti di monitoraggio delle performance ESG, la comunicazione verso gli stakeholder e la tracciabilità delle decisioni legate alla sostenibilità.

# I Lavoratori

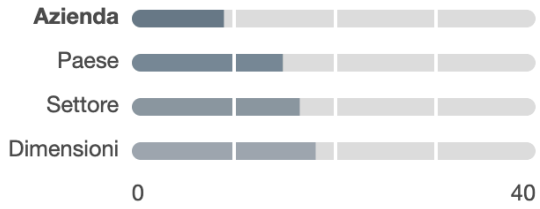
## Lavoratori

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

| DOMANDE RISPOSTE | PUNTEGGIO GENERALE |
|---|---|
| 42/42 | **9.1** |

| PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI | PUNTEGGIO IBM | N / A PUNTEGGIO |
|---|---|---|
| 8.9 | 0.0 | 0.1 |

I lavoratori valutano i contributi di un'azienda alla sicurezza finanziaria, alla salute & sicurezza, al benessere, allo sviluppo della carriera e al coinvolgimento & dei dipendenti. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati a beneficio dei lavoratori, come le aziende che sono possedute per almeno il 40% da dipendenti non dirigenti e quelle che hanno programmi di sviluppo della forza lavoro per sostenere le persone con ostacoli all'occupazione.




La sezione Lavoratori del B Impact Assessment valuta le politiche e le pratiche aziendali rivolte al benessere finanziario, fisico e professionale dei dipendenti.

Il risultato, inferiore ai benchmark di riferimento per paese, settore e dimensione, evidenzia che, sebbene siano presenti elementi di base per la sicurezza e la stabilità occupazionale, mancano ancora strumenti strutturati per la valorizzazione del capitale umano e per la misurazione sistematica del benessere dei lavoratori.

Il punteggio operativo mostra che l'azienda sta muovendo i primi passi nel formalizzare pratiche a favore dei propri collaboratori, ma non emergono ancora politiche o programmi distintivi in ambiti come lo sviluppo professionale, il welfare aziendale, la formazione continua o la partecipazione dei dipendenti ai processi decisionali. Inoltre, il punteggio IBM nullo indica l'assenza di modelli di business esplicitamente progettati a beneficio diretto dei lavoratori.

Per migliorare il proprio impatto in quest'area, sarà importante definire una strategia più strutturata di people management, che includa:

- obiettivi chiari di crescita e formazione professionale
- iniziative di welfare e di conciliazione vita-lavoro
- meccanismi di ascolto e coinvolgimento periodico dei dipendenti
- indicatori di performance legati alla soddisfazione e al benessere interno

# La comunità

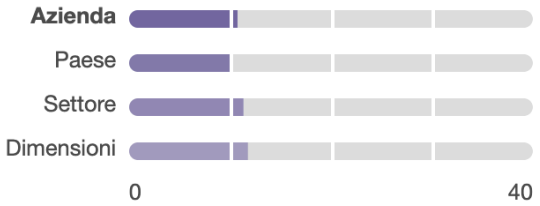
## Comunità

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

| DOMANDE RISPOSTE | PUNTEGGIO GENERALE |
|---|---|
| 34/34 | **10.7** |

| PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI | PUNTEGGIO IBM | N / A PUNTEGGIO |
|---|---|---|
| 10.4 | 0.0 | 0.2 |

Community valuta il coinvolgimento e l'impatto di un'azienda sulle comunità in cui opera, assume e da cui proviene. Gli argomenti includono diversità, equità & inclusione, impatto economico, impegno civico, donazioni di beneficenza e gestione della catena di approvvigionamento. Inoltre, questa sezione riconosce i modelli di business progettati per affrontare problemi specifici orientati alla comunità, come l'alleviamento della povertà attraverso l'approvvigionamento o la distribuzione del commercio equo tramite microimprese, modelli di cooperative di produttori, sviluppo economico incentrato a livello locale e impegni formali di beneficenza.




La sezione Comunità del B Impact Assessment analizza l'impatto economico e sociale dell'azienda sul territorio in cui opera, considerando aspetti quali la diversità e l'inclusione, l'impatto economico locale, l'impegno civico, la gestione responsabile della catena di fornitura e le attività filantropiche.

Il punteggio operativo riflette la presenza di alcuni comportamenti responsabili e coerenti con la missione benefit – come la collaborazione con fornitori etici, la trasparenza nelle relazioni commerciali e la preferenza per produzioni locali – ma evidenzia l'assenza di programmi sistematici di impatto sociale o territoriale.

Per accrescere il proprio impatto positivo, l'azienda potrà intervenire in tre direzioni principali:

- Rendere più strutturato il proprio impegno territoriale, attraverso partnership locali, progetti sociali o programmi di volontariato aziendale
- Integrare criteri sociali e ambientali nella selezione dei fornitori, privilegiando realtà locali o filiere etiche certificate
- Misurare e comunicare con maggiore trasparenza i benefici generati sul territorio, anche tramite strumenti di rendicontazione sociale o SDG mapping.

# L’ambiente

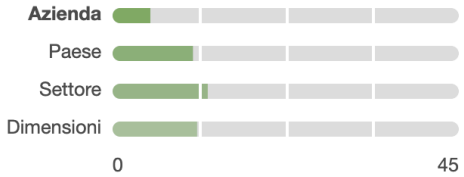
## Ambiente

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

| DOMANDE RISPOSTE | PUNTEGGIO GENERALE |
|---|---|
| 52/52 | **4.9** |

| PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI | PUNTEGGIO IBM | N / A PUNTEGGIO |
|---|---|---|
| 4.9 | 0.0 | 0.0 |

L'ambiente valuta le pratiche complessive di gestione ambientale di un'azienda, nonché il suo impatto su aria, clima, acqua, territorio e biodiversità. Ciò include l'impatto diretto delle operazioni di un'azienda e, ove applicabile, della sua catena di approvvigionamento e dei canali di distribuzione. Questa sezione riconosce anche le aziende con processi produttivi innovativi dal punto di vista ambientale e quelle che vendono prodotti o servizi che hanno un impatto ambientale positivo. Alcuni esempi potrebbero includere prodotti e servizi che creano energia rinnovabile, riducono il consumo o gli sprechi, preservano la terra o la fauna selvatica, forniscono alternative meno tossiche al mercato o istruiscono le persone sui problemi ambientali.




La sezione Ambiente del B Impact Assessment valuta le pratiche complessive di gestione ambientale, considerando l’impatto dell’azienda su aria, acqua, clima, territorio e biodiversità, oltre all’efficienza dei processi produttivi e alla sostenibilità della catena di approvvigionamento.

Il punteggio operativo evidenzia che, pur essendo presenti alcune pratiche di base — come l’attenzione alla riduzione degli sprechi e l’utilizzo di materiali riciclabili — manca una strategia ambientale strutturata e documentata. Non risultano, infatti, procedure formalizzate per la misurazione dell’impatto ambientale, né piani di miglioramento con obiettivi quantitativi legati a consumi energetici, gestione rifiuti o riduzione delle emissioni.

Per rafforzare la propria posizione, sarà fondamentale:

- Definire una policy ambientale aziendale con obiettivi e indicatori misurabili (es. riduzione $CO_2$, consumo idrico, rifiuti recuperati);
- Mappare e monitorare i principali impatti lungo la filiera produttiva e logistica;
- Integrare principi di eco-design e packaging sostenibile, in coerenza con la missione benefit e gli impegni ESG;
- Comunicare i progressi ambientali in modo trasparente, attraverso report periodici e dati verificabili.

# I Clienti

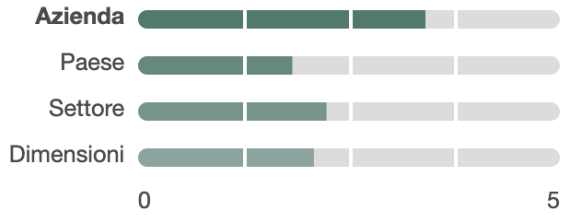
## Clienti

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

| DOMANDE RISPOSTE | PUNTEGGIO GENERALE |
|---|---|
| 8/8 | **3.4** |

| PUNTEGGIO DELLE OPERAZIONI | PUNTEGGIO IBM | N / A PUNTEGGIO |
|---|---|---|
| 3.4 | 0.0 | 0.0 |

Clienti valuta la gestione dei propri clienti da parte di un'azienda attraverso la qualità dei suoi prodotti e servizi, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Inoltre, questa sezione riconosce i prodotti o servizi progettati per affrontare un particolare problema sociale per o tramite i suoi clienti, come prodotti sanitari o educativi, prodotti & artistici, servire clienti/clienti svantaggiati e servizi che migliorano l'impatto sociale di altre aziende o organizzazioni.




La sezione Clienti del B Impact Assessment misura il valore creato dall'azienda per i propri clienti e consumatori diretti, analizzando la qualità dei prodotti e dei servizi offerti, le pratiche di marketing, la gestione etica dei dati e la capacità di generare impatti positivi attraverso le proprie soluzioni.

UOP srl SB ha ottenuto un punteggio complessivo risulta ampiamente superiore ai benchmark di settore, paese e dimensione aziendale. Questo dato rappresenta una delle migliori performance dell'intero assessment e conferma la solidità e la coerenza del modello di business, fortemente orientato alla qualità, alla trasparenza e alla sicurezza dei prodotti.

Il punteggio operativo riflette l'elevato standard di gestione del rapporto con i clienti, basato su fiducia, tracciabilità delle filiere e rispetto dei principi del biologico e del consumo responsabile. L'approccio etico alla comunicazione e al packaging, unito all'attenzione verso la chiarezza delle informazioni e alla costante ricerca di miglioramento qualitativo, evidenziano una governance commerciale matura e orientata al valore condiviso.

# Obiettivi 2025

Il B Impact Assessment 2024 rappresenta per UOP srl SB un nuovo punto di partenza per un percorso di miglioramento continuo. L'obiettivo per il 2025 è rafforzare la coerenza tra missione benefit e pratiche operative, passando da un approccio prevalentemente valoriale a un modello di gestione basato su dati, indicatori e obiettivi misurabili. Questo percorso consoliderà il ruolo dell'azienda come attore responsabile nella filiera agroalimentare, capace di coniugare sostenibilità, innovazione e impatto positivo sul territorio.

Questi i nostri principali impegni:

**Lavoratori**

- Migliorare il benessere e la partecipazione dei dipendenti
- Avviare piani di formazione e aggiornamento tecnico
- Introdurre benefit o welfare aziendale
- Istituire un sondaggio annuale di clima aziendale

**Comunità**

- Creare partnership con enti locali o scuole
- Lanciare un progetto di volontariato aziendale
- Giornate di volontariato

**Ambiente**

- Definire e implementare una strategia ambientale aziendale
- Redigere una policy ambientale ufficiale
- Avviare progetti di riduzione consumi e rifiuti

# Lettera dell'amministratore e conclusioni

*"Il 2024 è stato per UOP srl SB un anno complesso e impegnativo, fatto di economie, ma anche di evoluzione e consapevolezza. Un anno nel quale abbiamo posto le basi per lo sviluppo dei prossimi anni. In un contesto complesso e in continuo cambiamento, abbiamo scelto di guardare avanti con fiducia, continuando a innovare nel segno della sostenibilità e del benessere condiviso.*

*Abbiamo ampliato il nostro catalogo con nuovi prodotti naturali o biologici, tra cui le cups di pasta pronta bio, un simbolo concreto del nostro impegno per un'alimentazione buona, sana e rispettosa dell'ambiente.*

*Questi prodotti nascono da un lavoro attento e collettivo, che unisce ricerca, passione e servizio verso i consumatori. Gli imballi completamente riciclabili rappresentano un ulteriore passo nel nostro percorso verso un modello produttivo più ecologico.*

*Ma la sostenibilità, per noi, non è solo una questione ambientale. È un modo di pensare l'impresa come comunità di persone. Per questo, nel nuovo piano industriale 2025–2027, abbiamo scelto di investire in tre direzioni chiare: nuovi impianti per lo sviluppo di nuovi prodotti, l'internalizzazione per dare stabilità e crescita all'azienda e la ripresa di un percorso di condivisione degli utili con i nostri collaboratori.*

*Crediamo che la crescita sia autentica solo quando genera valore diffuso.*

*Guardando al futuro, vogliamo continuare a innovare senza perdere di vista le nostre radici: il nostro territorio, che ci ispira nella ricerca della qualità e del rispetto per l'ambiente, le persone che consentono il raggiungimento degli obiettivi, i prodotti che nel solco delle nostre esperienze storiche diano risposte nutrizionali e salutari.*

*Ringrazio tutte le persone che hanno reso possibile questo cammino: i nostri dipendenti, i fornitori, i partner, e tutti i clienti che ci accompagnano con fiducia. Insieme stiamo costruendo un modello d'impresa che unisce sostenibilità, visione e qualità concreta e misurabile, dove l'impegno di ognuno diventa forza e valore condiviso."*

L'amministratore delegato

Il consiglio di amministrazione