



gruppo martini







## Indice **Report**



Lettera agli Stakeholder	5
Martini... più di 100 anni di storia	7
I valori aziendali	10
Profilo dell'organizzazione	12
Nota metodologica	14
Stakeholder Engagement	17
SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile	19
Leadership e Governance	21
Ambiente	26
People	31
Network e Territorio	34
Modello di Business e Innovazione	36
Sostenibilità end to end: la mappatura della Filiera	37
Action Plan	38
Indice dei GRI	40

# Martini Alimentare Srl - Report di Sostenibilità **2023**





## Lettera agli Stakeholder

*"Esiste un mondo in cui le persone non lasciano che le cose accadano. Le fanno accadere. Non dimenticano i propri sogni nel cassetto, li tengono stretti in pugno. Si gettano nella mischia, assaporano il rischio, lasciano la propria impronta. E' un mondo in cui ogni nuovo giorno e ogni nuova sfida regalano l'opportunità di creare un futuro migliore. Chi abita in quel luogo, non vive mai lo stesso giorno due volte, perché sa che è sempre possibile migliorare qualcosa."*

Sergio Marchionne

Gentili Stakeholder,



è con piacere che Vi presentiamo il nuovo Report di Sostenibilità del Gruppo Martini.

**Questo documento rappresenta la testimonianza più concreta dei risultati raggiunti nel percorso avviato in questi ultimi anni, in continuità con i valori che da sempre guidano il nostro modo di essere e di fare impresa.**

Dal punto di vista dei risultati economici, il 2023 è stato per il nostro Gruppo un anno di rilevante crescita e di importante consolidamento, come ben testimoniano i positivi indicatori di bilancio e finanziari che troverete in dettaglio nel prosieguo.

La nostra crescita e il nostro andamento economico sono stati sostenuti da dinamiche di mercato favorevoli, note e comuni anche ad altri operatori. Tuttavia limitare il campo di analisi solo agli andamenti ciclici di settore è riduttivo; viceversa, allargare la visuale alle performance storiche del Gruppo Martini, può consentire di cogliere qualche elemento in più.

La nostra crescita di volumi e fatturato è, infatti, un trend ormai duraturo che ha inizio nel 2018, quindi, ben sei anni fa. Il significativo aumento di redditività ed il consolidamento di tale indicatore è, invece, una tendenza che si è manifestata fin dal 2020.

Di pari passo è lievitata la capacità del Gruppo di investire che è più che raddoppiata nel quinquennio (nell'anno appena concluso abbiamo superato la soglia dei 26 milioni di Euro) e che è stata ben focalizzata anche nel campo dell'efficiamento energetico, della tutela delle acque e circolarità dei materiali.

I più che positivi risultati economici, di cui andiamo orgogliosi, derivano quindi da una somma di fattori tra cui ha un peso considerevole il percorso intrapreso, anche in questo caso già da qualche anno, in ottica ESG.

Ciò significa permeare tutti i processi aziendali delle tematiche ESG con una particolare attenzione agli stakeholders, in termini di impatto sul territorio e valorizzazione della catena di fornitura. Significa, inoltre, avere un confronto aperto e costruttivo con le Autorità Competenti, al fine di individuare le migliori soluzioni, non solo in una logica di profitto, ma di tutela di tutte le parti interessate.

Il nostro è stato, quindi, un percorso di crescita costante e duraturo realizzato con pazienza, tenacia e dedizione per merito di tutte le componenti aziendali che hanno dato un contributo essenziale, ciascuno nel proprio ambito, e che per questo ringraziamo in modo davvero non formale.

Questa crescita "strutturale" è stata innescata e nel tempo è stata sostenuta dalla definizione e dalla diffusione, a tutti i livelli interni, di una sempre più chiara visione aziendale. Cioè del perché esiste e del perché opera il Gruppo Martini. In altre parole di quale sia la ragione d'essere del nostro Gruppo.

Questa visione si sostanzia nell'essere (e nel voler essere sempre di più) il partner ideale dei nostri clienti e punto di riferimento per i nostri stakeholders.

Vogliamo essere un riferimento per competenza, innovazione ed affidabilità, condividendo con i clienti, idealmente con ciascuno di essi, i valori e la passione necessari per intercettare e dare forma alle esigenze dei consumatori.

Per questo esiste il Gruppo Martini. Per questo motivo, tutti i giorni, 2.500 colleghi prendono servizio e danno il proprio essenziale contributo tanto nelle sedi amministrative, quanto negli stabilimenti produttivi, negli allevamenti e nelle piattaforme logistiche.

Questo atteggiamento consapevole, come si dice oggi anche in altri ambiti, "fa tutta la differenza del mondo" perché genera una operosità proattiva, collaborativa e tenace finendo per "contagiare" i colleghi, siano essi appena arrivati in Martini oppure di lungo corso.

Il nostro auspicio e tutti i nostri sforzi sono, quindi, rivolti a che l'organizzazione aziendale e le condizioni di lavoro consentano questo "contagio" positivo che è volto al miglioramento continuo, all'eccellenza dei prodotti e del servizio, al soddisfacimento del cliente e del consumatore.

Questi sono gli elementi che, in definitiva, rappresentano la vera chiave di volta del successo e della possibilità di ulteriore sviluppo del nostro Gruppo.

Certamente ci muoviamo, oggi, in uno scenario socio-economico caratterizzato da elementi di profonda instabilità e da crisi drammatiche. Non a caso gli esperti definiscono la nostra epoca come "tempo di permacrisi" ovvero quella condizione di crisi permanente, caratterizzata dal susseguirsi e sovrapporsi di circostanze e situazioni di emergenza.

Da anni, infatti, ci misuriamo con sempre più forti tensioni geopolitiche, con il cambiamento del contesto valoriale e delle abitudini collettive, con le pandemie, nonché con mutazioni climatiche sempre più accentuate a cui tentiamo di contrapporre un'adeguata transizione ecologica.

Da qui prendono grande valore i focus in ambito energetico ed ambientale dai quali nascono progetti che, fin dall'origine, vengono pensati con l'obiettivo di contrastare e mitigare i cambiamenti climatici.


Sono prove e interrogativi cruciali, tanto per il nostro Gruppo quanto per la collettività, di fronte alle quali, tuttavia, non possiamo permetterci di essere latitanti, di "bloccarci" o di non prendere posizione.

Al contrario, invece, abbiamo l'obbligo di reagire trovando soluzioni e risposte innovative, più efficaci e più aderenti alle nuove sfide soprattutto perché, come affermava Albert Einstein, "non possiamo pretendere che le cose cambino, se continuiamo a fare le stesse cose".

Per questo motivo abbiamo fatto nostra e abbiamo voluto riportare in calce la citazione di Sergio Marchionne, grande *sponsor* del cambiamento. Per lo stesso motivo abbiamo voluto ripartire dalla chiara definizione di cosa siamo e di cosa vogliamo essere. Per i nostri clienti, per i nostri consumatori e per i nostri *stakeholders*.

Per questo stesso motivo, anche per il tramite il Report di Sostenibilità 2023, abbiamo scelto di dichiarare pubblicamente quali sono i passi che abbiamo già fatto e quelli che dovremo fare, come Gruppo Martini, per lasciare la nostra impronta in quel futuro migliore in cui "non (si) vive mai lo stesso giorno due volte".



 Il Presidente  
Antonio Montanari

100 anni  
di storia



Martini...più di **100 anni**  
di storia...



### Ezio Martini - "Storia di un Mercante"

Ci sono operai al lavoro in un cantiere edile; alla domanda cosa state facendo? un operaio risponde: "Stiamo spaccando pietre"; un secondo operaio risponde "Costruiamo muri"; un terzo dice orgogliosamente "Stiamo costruendo una cattedrale". Dei tre, solo quest'ultimo era motivato nel proprio lavoro, consapevole di realizzare qualcosa di grandioso. È con questa scena che il Dott. Valeriano Biguzzi, stretto collaboratore di Ezio Martini, ritiene di poterlo ricordare in tutta la sua interezza.

È proprio sulla motivazione, vale a dire sulla dedizione al proprio lavoro di chi gli stava accanto che il Fondatore Dottor Ezio Martini ha fatto affidamento quando ha iniziato la sua avventura mangimistica sulle orme del padre Enrico che nel 1919 ha dato inizio alla sua attività di commerciante di granaglie affittando un modesto magazzino in piazza Aguselli a Cesena. Sempre lui arrivò al punto di intuire che solo una filiera completa delle carni poteva assicurare il futuro della ditta. Quello che il Dott. Ezio Martini ha realizzato ora è una splendida realtà e perché rimanga tale è necessario che tutte le maestranze siano motivate, ora come allora, perché il futuro si concretizza giorno per giorno.

### La Valigia

Roberto Brandolini, ex dirigente di Martini e per trent'anni parte di questa grande famiglia, scomparso nel maggio scorso, in un testo scritto di suo pugno nell'ottobre 2018, in occasione del centenario della nascita della Martini SpA, racconta di quella valigia, comparsa quasi curiosamente in mezzo al palco in cui era riunita, per la foto di Gruppo, tutta la famiglia Martini.

"Il folto Gruppo è costituito dai figli, nipoti e pronipoti dei coniugi Ezio Martini e Giorgia Fuzzi. Ero presente a quelle celebrazioni e ricordo che quella valigia era stata portata sul palcoscenico per altri motivi già prima che fosse scattata la foto, tanto che sembra un'intrusa come se nella concitazione del momento nessuno abbia pensato di rimuoverla.



# 100 anni di storia...

Martini...più di **100 anni** di storia...



E mi piace pensare che sia andata proprio così...

A prima vista sembra una semplice foto di gruppo scattata in occasione di un incontro collettivo; invece, proprio la presenza della valigia dà un profondo significato alla fotografia.

Tutti sappiamo che il dr. Ezio Martini era orgoglioso della sua origine di "mercante", e come tale desiderava essere riconosciuto. E i suoi figli ne hanno onorato la volontà quando nel comunicarne la morte lo hanno additato con l'appellativo di "mercante" nel manifesto funebre.

La valigia è fedele compagna del mercante che per sua natura è sempre in viaggio, spostandosi di giorno in giorno da una città all'altra, in Italia e anche all'estero, per essere presente sulle piazze dei vari mercati.

E il dr. Ezio è stato un infaticabile viaggiatore, un mercante nel vero senso della parola, che è rimasto tale fin da quando ancora tredicenne iniziò a seguire il padre sui mercati dei paesi del circondario cesenate, per poi allargare il proprio orizzonte a livello nazionale non disdegnando neppure piazze internazionali.

D'altra parte, lo spirito del mercante è proprio nel DNA della famiglia Martini ad iniziare dal nonno di Ezio, tale Carlo Martini già commerciante di granaglie in quel di Martorano.

Commercianti nello stesso settore sono stati i suoi figli, Enrico (padre di Ezio), e specialmente Cesare che rappresenta la quintessenza del commerciante. Basti pensare che all'epoca si trasferiva da un mercato all'altro, da una città all'altra, sempre in treno e durante la fermata a Cesena, senza neppure scendere dal treno, in un breve incontro con la fidata segretaria consegnava gli ordini e gli incassi mentre ritirava le fatture da incassare sul prossimo mercato.

**Ecco, quindi, il vero significato della valigia e il monito per le nuove generazioni:**

- Lo sviluppo non può esserci stando fermi.
- Ponetevi sempre nuove mete da raggiungere.

**Proprio come ha sempre fatto l'artefice di quella realtà odierna che è la Martini SpA, il dr. Ezio Martini!"**



## La storia del Gruppo Martini

# 100 anni di storia



**Anni '20**



Martini Enrico prende in affitto un piccolo magazzino per la vendita di cereali in Piazza Aguselli - Cesena. ...dal quale tutto ha avuto inizio...

**Anni '30**



La Famiglia Martini inizia a commercializzare granaglie e sementi

**Anni '60**



Primo Mangimificio ubicato a Longiano (FC) in Emilia-Romagna

**Anni '70**



Secondo Mangimificio ubicato sul porto di Santa Giusta (OR) in Sardegna

**Anni '80**



Primi allevamenti suinicoli, avicoli e cunicoli di proprietà



**Anni '90**



Stabilimenti di macellazione e trasformazione per suini, polli e conigli in Emilia-Romagna. Acquisizione mangimificio a Genola (CN) e allevamenti avicoli in provincia di Cuneo.

**Anno 2000**



Acquisizione Filiera Avicola

**Anno 2010**



Acquisizione prosciuttificio ubicato a Felino (PR)

**Anno 2014**



Partenza nuovo stabilimento prodotti a base di carne cotti a Longiano (FC)

**Anno 2015**



Acquisizione mangimificio ubicato a Modena (MO)

**Anno 2016**



Acquisizione salumificio ubicato a Montefalco (PG)

**Anno 2020**



Potenziamento della rete logistica

**Anno 2022**



Acquisizione nuova filiera avicola Malocco Nord-Est



## I valori aziendali

È sulla base della propria Vision, Mission e dei propri Valori che il Gruppo Martini opera; la definizione di questi focus ha stabilito la rotta per il futuro del Gruppo, dando vita a strategie e progetti.



### Vision

Essere il partner ideale dei nostri clienti per competenza, innovazione ed affidabilità condividendo la passione e i valori necessari per tradurre le esigenze dei consumatori.



### Mission

Adottare un approccio proattivo nell'individuare le necessità e gli obiettivi dei nostri clienti, impegnandosi ogni giorno nel rendere flessibili i processi produttivi e nell'accrescere la qualità dei prodotti e del servizio in un'ottica di filiera integrata e sostenibile attraverso il miglioramento continuo.

#### Consumatori

Soddisfare i bisogni e garantire la salute.

#### Efficacia

Soddisfare le richieste e i desideri dei nostri clienti con la massima velocità.

#### Efficienza

Impiego oculato delle risorse per raggiungere la massima economicità di gestione.



## I valori aziendali

### Filiera

Ricerare insieme ai nostri partner l'eccellenza in ogni fase promuovendo l'innovazione continua.

### Sostenibilità

Piena integrazione tra risultato economico, benessere delle persone e tutela dell'ambiente intesa come strategia di sviluppo ed impegno inderogabile verso il territorio e le generazioni future.

### Benessere Animale

Allevare in modo responsabile come valore primario e costante impegno per la salute degli animali.

### Spirito di Gruppo

Promuovere la cultura del dialogo, la correttezza nei rapporti e la fiducia verso i collaboratori.

### Persone

Rispettare i diritti di ognuno, motivare la crescita professionale dei collaboratori, garantire la salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro.

### Trasparenza

Trasparenza nel nostro operato all'esterno e all'interno dell'azienda.





## Profilo dell'organizzazione

\*GRI 2-1, GRI 2-2, GRI 2.6, GRI 2-7, GRI 2-12, GRI 2-22, GRI 2-23, GRI 2-25, GRI 3-3, GRI 204

**Martini Alimentare Srl è un importante player nella commercializzazione della carne di suino, pollo e coniglio oltre ai prodotti stagionati, essa opera sul mercato prevalentemente nazionale, occupando quote significative sia nel canale di vendita moderno della Grande Distribuzione e Distribuzione Organizzata, sia nel canale di vendita tradizionale dei dettaglianti e dei grossisti.**

Altri canali di interesse per i prodotti commercializzati dalla Martini Alimentare Srl, sono l'Industria Alimentare e la Ristorazione Collettiva.

Martini ha collaborato strettamente con le realtà produttive che danno origine ai prodotti che commercializza, al fine di ottenere alcune tra le più prestigiose certificazioni in ambito Qualità, delle quali ad oggi risulta in possesso.

Martini Alimentare Srl, oltre che svolgere un'attività prettamente commerciale, è anche una realtà industriale, grazie al proprio stabilimento produttivo ubicato nel cuore dell'Umbria. In esso accuratamente selezionate e lavorate, con maestria artigianale, carni di produzione italiana per dare origine a prodotti di eccellenza grazie alla specializzazione nell'arte salumiera di esperti artigiani. La Società inoltre presenta una piattaforma logistico-distributiva a 360°, presso il sito produttivo di Gatteo, con la quale mette a disposizione spazi per la preparazione del carico, al fine di rispondere all'elevata richiesta del mercato in termini di consegna della merce.

La Martini Alimentare Srl inoltre gestisce altre due piattaforme logistico-distributive, situate rispettivamente a Pastorano (CE) e Sizzano (PV).



## Profilo dell'organizzazione

La presente rendicontazione prende in oggetto la sede di Gatteo (Fc), via della Cooperazione, 10 e Montefalco (Pg), località Montepennino 65.

La società si rivolge principalmente al mercato nazionale e al mercato estero.

L'azienda produce prodotti di qualità certificata.

I prodotti commercializzati dall'azienda comprendono anche prodotti con ingredientistica aggiuntiva (es. formaggi, spezie ecc.).

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*

**“Una strategia di sostenibilità integrata all'interno della strategia industriale è fondamentale per la crescita equilibrata dell'azienda.” (Martini Alimentare Srl)**



## Nota metodologica

\*GRI 2-3, GRI 2-4, GRI 2-5

**La società pubblica i propri risultati relativamente alla sostenibilità ambientale e sociale all'interno di un apposito report, a partire dal 2022 e con cadenza annuale. Nel periodo di rendicontazione non si è reso necessario procedere a riformulazione delle informazioni contenute nel report dell'anno precedente.**

Il Report di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai **GRI Sustainability Reporting Standards**, definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI Standards) ed aggiornati al 2022, in associazione con il **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)** per la definizione dei temi materiali. La rendicontazione in oggetto è stata sottoposta a revisione dal revisore designato CRIF/CRIBIS in base ai principi ed alle indicazioni contenuti nell'**ISAE3000** (International Standard on Assurance Engagement 3000 - Revised) dell'**International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB)**.

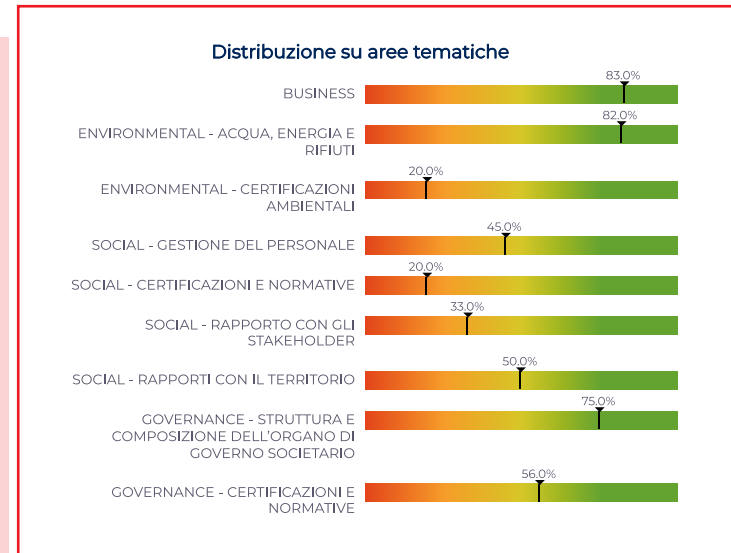
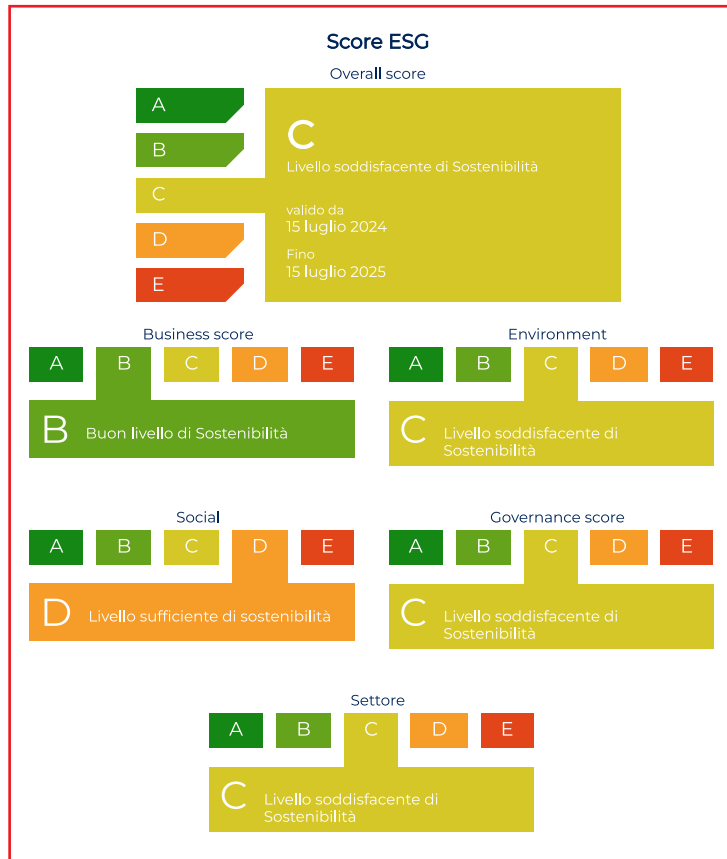
- ✔ GRI Sustainability Reporting Standards
- ✔ Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- ✔ ISAE3000 - International Auditing and Assurance Standard Board

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*

La presente dichiarazione è pubblicata sul sito di Martini Alimentare, all'indirizzo [www.martinalimentare.com](http://www.martinalimentare.com). È possibile richiedere informazioni alla mail [info@martinigruppo.com](mailto:info@martinigruppo.com).

La rendicontazione è stata effettuata sulla base del questionario somministrato a Martini Alimentare in data 15/07/2024 da Synesgy ed è relativa al periodo 01/01/2023-31/12/2023.

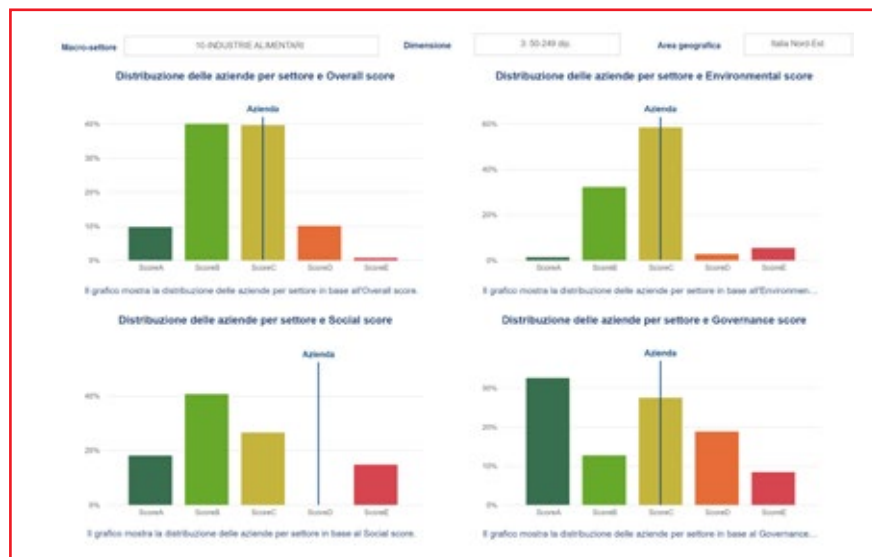
## Nota metodologica



In tema di distribuzione di attività sulle aree tematiche, gli score più alti si evidenziano in "Business" e "Environmental - Acqua, energia e rifiuti" rispettivamente con l'83% e l'82%. I valori più bassi si registrano in "Environmental - certificazioni ambientali" ed in "Social - certificazioni e normative", entrambe al 20%.



Nota **metodologica** - Statistiche Benchmark



Il benchmark di settore definisce il posizionamento dell'azienda rispetto ai competitor individuati per area geografica della sede principale e settore, rispetto alle tematiche ESG.

Il quadro di confronto restituito dal questionario Synesgy posiziona la Società rispetto ad un campione di aziende che ha compilato il questionario ed appartiene al macrosettore delle industrie alimentari nella zona Italia Centro nella fascia tra i 50 ed i 249 dipendenti. La collocazione di Martini Alimentare Srl è generalmente nella media delle altre aziende considerate (score per settore e overall), il tema ambientale (Environmental) e di Governance sono quelli che la vedono maggiormente in linea rispetto al campione analizzato, mentre l'asset Social è un aspetto sul quale la Società dovrà progressivamente migliorare - dato il miglior piazzamento dei competitors.

**Perché è stato importante per Martini Stagionatura Srl compilare il questionario Synesgy?**

- Ha permesso all'azienda di creare un circolo virtuoso con i principali clienti, fornitori e tutti gli stakeholder
- È un questionario utilizzabile in tutti i circuiti bancari riconosciuti, poiché basato su criteri di misurazione internazionali (GRI)
- I dati condivisi in tempo reale
- Si appoggia su di una piattaforma che permette la raccolta dei dati in pochi istanti
- Viene realizzato da CRIF, player riconosciuto a livello internazionale
- Permette la realizzazione di questo Report in automatico grazie all'integrazione con la piattaforma ESG-View





## L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

L'obiettivo di rafforzare un **modello di business sostenibile** comporta, oltre al presidio e miglioramento degli impatti ambientali e sociali, anche l'esigenza di **dialogo e confronto con gli stakeholder**.

La capacità di comprensione e valutazione dei bisogni e delle aspettative degli stakeholder assume particolare rilievo nell'ottica della **condivisione di un valore comune** orientato al miglioramento dell'impatto, della **qualità e dell'efficienza dei servizi aziendali** e, contestualmente, del **benessere degli stakeholder** che direttamente o indirettamente si rapportano alla società. Grazie all'attività di ascolto/confronto coi diversi portatori di interesse ed attori locali, è possibile orientare le **strategie di sostenibilità della società**, definendo obiettivi comuni.

**Martini Alimentare Srl** ha individuato gli stakeholder e le attività, definendo il livello di coinvolgimento in considerazione delle funzioni e degli strumenti di confronto e dialogo.

Il sistema di relazioni di **Martini Alimentare Srl** con i propri stakeholder prevede attività, strumenti, canali e modalità di coinvolgimento che tengono conto dei **diversi profili ed esigenze degli stakeholder** e dell'assetto complessivo del sistema istituzionale.

## Stakeholder Engagement - L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

Stakeholder	Funzioni coinvolte	Aspettative	Attività	Engagement strumenti
Company: investitori e soci	Direzione amministrativa	Condivisione standard qualità, pianificazione servizi e attività, confronto su impatti e risultati	Confronti periodici	Progetti, piani, report e bilanci
Fornitori di beni e servizi	Acquisti, Funzioni di Staff	Garanzia di continuità aziendale, compliance normativa, chiara identificazione referenti aziendali, sicurezza, conoscenza politica aziendale		Contrattualistica
Clienti (aziende)	Commerciale Funzioni di Staff (R&S; Qualità)	Conoscenza obiettivi raggiunti ed impatti ESG, compliance, certificazioni ambientali e di prodotto, buon posizionamento sul mercato a tema ESG rispetto ai competitor, presenza strategie ESG future, Report di Sostenibilità.	Survey, incontri, questionari customer satisfaction, miglioramento organizzazione	Piano di miglioramento, progetti
Autorità Competenti / Enti di controllo		Conformità normativa, trasparenza e comunicazione, iniziative/progetti per opere di compensazione- riqualificazione promosse a livello istituzionale.	Procedure interne, audit interni e verifiche da enti certificatori	Report, indagini, bilanci e esito di audit
Dipendenti e rappresentanze sindacali	Ufficio Personale, Dir. di Stabilimento	Comunicazione tra Azienda e dipendenti con particolare riferimento agli obiettivi aziendali, garanzia di continuità nell'attività, integrazione, incentivi per comportamenti virtuosi, formazione.	Incontri programmati con	Accordi sindacali
Finanziatori, banche, etc.	Direzione amministrativa	Solidità e sostenibilità economica, finanziaria e patrimoniale.	Rappresentanze Sindacali, formazione	Report di analisi e rapporti commerciali
Comunità locale	Organizzazione legale and compliance	Attività di dialogo, conformità normativa, tutela ambientale ed ecologica del territorio, iniziative/ progetti per opere di compensazione- riqualificazione in ambito locale, coinvolgimento del territorio.	Attività mirate a specifici progetti Incontri periodici, open day, sponsorizzazioni	Eventi, spazi aperti, iniziative aperte al pubblico.

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile

**Il 25 settembre del 2015 i governi di 193 Paesi membri dell'ONU hanno firmato l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile.**

Un programma d'azione approvato dall'Assemblea Generale dell'ONU, che include 17 specifici Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, inquadrati all'interno di un programma d'azione più vasto che prevede un totale di 169 target o traguardi.

I 17 Goals impegnano governi e nazioni ma anche ogni singola impresa. I principi ESG sono la declinazione di quanto le imprese devono fare.

### Environmental

- ✓ Dipendenza da combustibili fossili
- ✓ Impronta idrica elevata
- ✓ Complicità nella deforestazione
- ✓ Smaltimento dei rifiuti

### Social

- ✓ Conflitti con le comunità locali
- ✓ Attenzione alla sicurezza e alla salute dei dipendenti
- ✓ Tutela delle diversità
- ✓ Corretti rapporti interpersonali tra i dipendenti

### Governance

- ✓ Bonus sproporzionati rispetto agli stipendi dei dipendenti
- ✓ Coinvolgimento in scandali legati alla corruzione
- ✓ Apertura di filiali offshore allo scopo di eludere il fisco





## SDGs: obiettivi ONU di **sviluppo sostenibile**

### Martini Alimentare e gli SDGs

Il questionario Synesgy ha permesso a Martini Alimentare Srl di mappare le materialità ed i temi nell'ambito della sostenibilità, ponendo così in evidenza i fatti più rilevanti realizzati nell'anno di rendicontazione considerato e fornire ai propri stakeholder un quadro immediato, ma soprattutto certificato – poiché risponde a parametri internazionalmente riconosciuti – della propria attività.

Il percorso di consapevolezza avviato ha portato all'evidenziazione di un percorso virtuoso da parte di Martini Alimentare Srl e testimoniato dalla concordanza delle sue azioni con 5 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite.



#### 2 - Sconfiggere la fame

Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare e migliorare la nutrizione, promuovendo l'agricoltura sostenibile.



#### 7 - Energia pulita e accessibile

Integrare nel proprio ciclo produttivo soluzioni a basso impatto grazie all'utilizzo di fonti energetiche sostenibili.



#### 8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

Promuovere un'occupazione piena e produttiva, condizioni di lavoro dignitose ed incentivare una crescita economica duratura.



#### 9 - Imprese, innovazione e infrastrutture

Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione.



#### 12 - Consumo e produzione responsabili

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

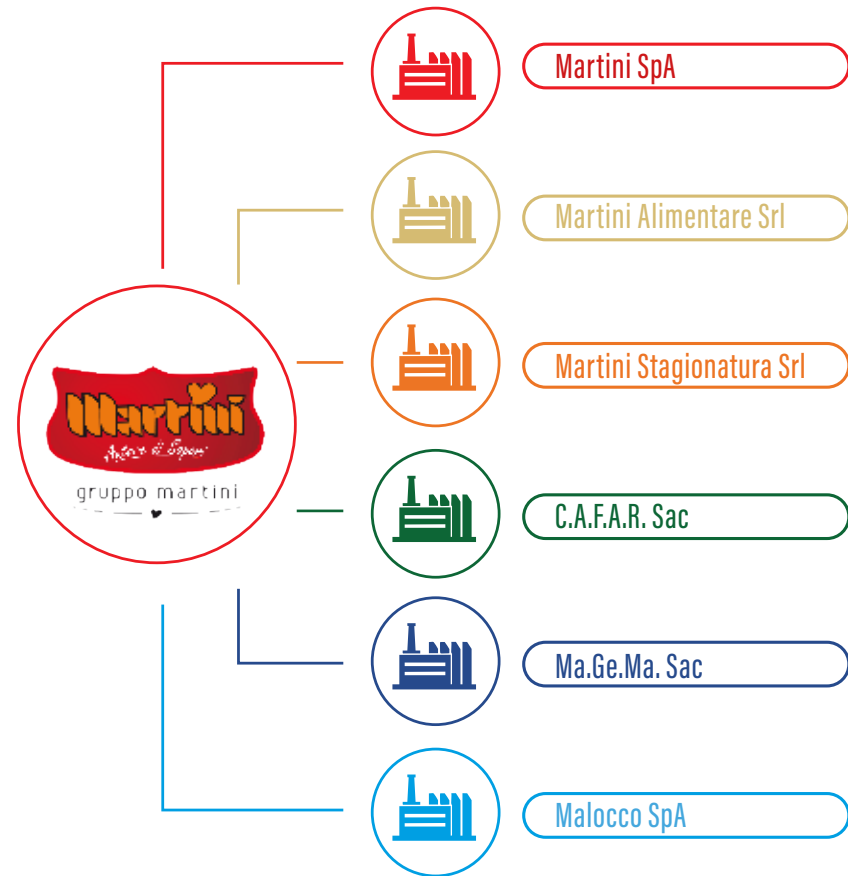
La tracciatura delle tematiche grazie a Synesgy e alle 26 materialità, riconducibili agli ambiti ESG, sulla base di questa emersione, ha avviato un vero e proprio percorso di consapevolezza che coinvolge, attraverso più canali di comunicazione, tutti gli stakeholder.

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*

## Leadership e Governance

\*GRI 2-5, GRI 2-9, GRI 2-25, GRI 2-28

### Governance



\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.



## La composizione degli Organi di Governo della Società di Martini Alimentare Srl

Organo di Governo	Martini Alimentare Srl
Presidente CdA	Antonio Montanari
Vice presidente CdA	Giorgio Amedei
Consiglieri	Lucio Caselli Massimo Lilli Filippo Raggi
Collegio Sindacale	Giorgio Gavelli Presidente Riccardo Pieri Luigi Dall'Oca
Società di Revisione	Reviprof SpA
Organismo di Vigilanza	Pier Simone Ghislieri Riccardo Pieri Francesco Stofa

## La funzione degli Organi di Governo



### Assemblea Soci

Ha il compito di nominare il CdA ed il Collegio Sindacale. Ogni socio è personalmente chiamato ad impegnarsi nella tutela del valore dell'attività societaria, nella sua crescita, nella costruzione e protezione della solidità patrimoniale, nonché sull'impegno della Società nell'ambito della sostenibilità.



### Consiglio di Amministrazione

Il CdA ha compiti di indirizzo strategico nell'ambito della gestione della Società, di controllo dell'assetto amministrativo, organizzativo e contabile, nonché di valutazione dell'andamento generale della gestione anche in riferimento agli impegni assunti in tema ESG ed al loro assolvimento.



### Collegio Sindacale

Ha il compito di vigilare sulla compliance e sull'osservanza delle leggi e dello Statuto, sui principi della corretta amministrazione e sull'adeguatezza dei controlli interni. Partecipa a tutti i CdA ed è composto da membri esterni del Gruppo, rappresentando così un organo "super partes".



### Società di Revisione

È una Società esterna al Gruppo, cui è conferito il compito di revisione contabile del Bilancio consolidato del Gruppo e del Bilancio delle Società del Gruppo.



### Organismo di Vigilanza

All'Organismo di Vigilanza, oltre al compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza dei Modelli di organizzazione, gestione e controllo e di curarne il relativo aggiornamento, spetta la sfida, unitamente al management aziendale, di saper trasformare i requirements normativi in opportunità di miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza del Sistema di Controllo Interno dell'Ente.



## La funzione degli **Organi di Governo**

Gli impegni politici dell'organizzazione devono essere rivolti ad una condotta aziendale responsabile, incluso l'impegno a rispettare i diritti umani.

Questi impegni costituiscono i valori, i principi e le norme di comportamento dell'azienda e la mission integrata all'interno degli obiettivi economici. I diritti umani sanciti dalle norme nazionali ed internazionali, associati alle azioni dell'organizzazione per prevenire o mitigare potenziali impatti negativi per ogni tema materiale sono il reticolo attraverso il quale le attività dell'azienda devono transitare, ritenendo l'impegno politico come parte integrante della strategia aziendale.

È quindi opportuno per l'azienda individuare i propri fattori di rischio e dotarsi di strumenti strategici per affrontarli.

**L'organo di governo societario è rappresentato da un Consiglio di Amministrazione. L'organo di governo è formato da 3 a 5 persone. Il CdA ha fino a 3 membri indipendenti. La presenza di donne all'interno dell'organo di governo è inferiore al 33%.**

**L'età media dell'organo di governo è tra i 30 ed i 50 anni.**

**È presente una società di revisione, vale a dire PRICEWATERHOUSECOOPER Spa.**

**La società fa parte di associazioni di categoria. L'associazione di categoria della quale fa parte è ASSOCARNI, ANICEB, IBC e Confindustria Bologna.**

**La società aderisce a consorzi di tutela.**

## Etica **professionale** \*GRI 2-22, GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 2-27

Gli impegni politici dell'organizzazione devono essere rivolti ad una condotta aziendale responsabile, incluso l'impegno a rispettare i diritti umani.

Questi impegni costituiscono i valori, i principi e le norme di comportamento dell'azienda e la mission integrata all'interno degli obiettivi economici. I diritti umani sanciti dalle norme nazionali ed internazionali, associati alle azioni dell'organizzazione per prevenire o mitigare potenziali impatti negativi per ogni tema materiale sono il reticolo attraverso il quale le attività dell'azienda devono transitare, ritenendo l'impegno politico come parte integrante della strategia aziendale.

È quindi opportuno per l'azienda individuare i propri fattori di rischio e dotarsi di strumenti strategici per affrontarli.

**La società considera gli impatti socio ambientali tra i fattori di rischio aziendali e gestisce i rischi normativamente previsti.**

**L'azienda attua iniziative di sostenibilità e/o possiede una missione e/o una strategia formalizzata di sostenibilità per gestire gli impatti economici, sociali ed ambientali derivanti dalle proprie attività: ha definito una strategia di sostenibilità integrata all'interno della strategia industriale.**

**L'azienda ha incaricato una persona dedicata alla sostenibilità.**

**L'azienda agisce attivamente al fine di ridurre il più possibile l'utilizzo di antibiotici e farmaci all'interno della propria filiera.**

Nel corso dell'anno 2023, non si sono verificati casi di non conformità con leggi, regolamenti o standard volontari relativi all'impatto sociale, ambientale e di governance aziendale.



## Compliance **normativa** \*GRI 2-23, GRI 2-25, GRI 307, GRI 416-1, GRI 417-1, GRI 419

La compliance di un'organizzazione indica la capacità degli organi direttivi di garantire che le operazioni siano conformi a determinati parametri di performance o a standard universalmente riconosciuti. In questo contesto, l'ottenimento di certificazioni che attestino l'elevato grado di conformità dell'attività, settore o procedura aziendale, diventano garanzia agli occhi degli stakeholder e dei soggetti direttamente o indirettamente coinvolti dalla catena di valore dell'azienda, nell'ottica della riduzione o mitigazione degli impatti negativi su particolari tematiche legate alla sostenibilità, così in ambito sociale, ambientale ed economico.

---

**La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente alla qualità dei propri prodotti/servizi, come la BRC Global Standard for Food Safety e/o Standard IFS.**

---

**È presente un codice etico che tratta anche tematiche relative alla sostenibilità (incluso aspetti di governance, sociali ed ambientali).**

---

**La società ha ottenuto delle certificazioni riconosciute a livello nazionale e/o internazionale per i propri prodotti o processi.**

---

**La società ha ottenuto delle certificazioni riconosciute a livello nazionale e/o internazionale per i propri prodotti o processi:**

- **Certificazione di Filiera controllata DTP 035**
- **BRC Global Standard for Food Safety e/o Standard IFS (International Food Standard)**
- **Appartenente alla serie ISO 22000 - Gestione della sicurezza alimentare**
- **Halal EHZ.**

---

**L'azienda aderisce al Disciplinare di etichettatura volontaria delle carni di pollame (pollo, gallina, tacchino, faraona, anatra).**





## Il Modello di **Organizzazione Gestione e Controllo** ai sensi del D.Lgs. 231/2001 ed il Codice Etico della Martini Alimentare Srl

La Martini Alimentare Srl esige assicurare condizioni di massima correttezza nella conduzione delle attività, anche a tutela della propria immagine, delle aspettative dei propri clienti, dei creditori e del proprio personale, coerentemente con i principi già radicati nella propria cultura di governance ed ha quindi ritenuto conforme alle proprie politiche aziendali adottare il “Modello di organizzazione, gestione e controllo” (MOG) previsto dal Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231.

Il Mog.231 fa sì che ogni regola della Società vi si conformi, ponendosi ad un livello di normativa gerarchicamente superiore, individuando principi e criteri che vincolano le tematiche amministrative, di servizio, commerciali ed organizzative, nonché i processi interni.

A seguito dell'adozione del Mog.231, cui è seguita una fase di formazione e comunicazione interna ed esterna, Martini ha istituito un Organismo di Vigilanza, con ampi e autonomi compiti/poteri di controllo sul rispetto del Modello stesso, per garantire la tutela dell'azienda, dei propri dipendenti e collaboratori. La base su cui poggia il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo è il Codice Etico, vale a dire la carta dei diritti e dei doveri fondamentali.

Martini ha formalizzato a partire dal 2020 il proprio Codice Etico, nel quale dichiara pubblicamente i principi generali e le regole comportamentali cui viene riconosciuto valore etico positivo.

Esso rappresenta la “carta dei diritti e dei doveri fondamentali” attraverso la quale la Martini Alimentare Srl chiarisce le proprie responsabilità etiche e sociali verso i diversi portatori di interessi interni ed esterni (soci, dirigenti, dipendenti, fornitori, istituzioni, clienti, etc.), ricercando forme di bilanciamento e/o punti di equilibrio tra i molteplici interessi e legittime pretese avanzate da portatori di interesse. Con il Codice Etico, la Martini Alimentare Srl rende esplicito un sistema di valori e di regole di condotta per il raggiungimento della missione dell'Azienda che, quando condiviso, funge da collante, rafforza l'identità all'interno e la trasmette all'esterno.

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## Ambiente

\*GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 3-3, GRI 307

## Gestione degli **impatti ambientali**

La Martini Alimentare Srl ad oggi monitora, grazie ad appositi indicatori quantitativi, lo stato di fatto delle proprie prestazioni nei confronti dell'ambiente, valutando i relativi impatti, diretti o indiretti; quantifica, cioè, le modificazioni dell'ambiente, negative o positive, causate totalmente o parzialmente dalla propria organizzazione.

La Martini Alimentare Srl si impegna per identificare le strategie per evitare, mitigare, porre rimedio agli effetti negativi o migliorare ulteriormente quelli positivi.

**La società monitora con appositi indicatori quantitativi, le proprie performance di sostenibilità a tema ambientale.**



*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## Materiali

\*GRI 301-2, GRI 301-3

L'attenzione della società rispetto ai materiali utilizzati ed al loro impatto sull'ambiente, è di primaria importanza, non solo per quanto attiene la fase di produzione dei prodotti, ma anche durante tutto il ciclo di vita del prodotto stesso.

**In merito al packaging, l'azienda ricerca sul mercato materiale riciclato o collabora con i propri fornitori per individuare materiali più sostenibili.**

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*

## Consumi

### energetici

\*GRI 302-1, GRI 302-4

Il consumo energetico per l'azienda, associato alle forme di razionalizzazione, rappresenta un parametro fondamentale per descrivere l'impatto che questa ha non solo in termini di efficienza, ma anche di ricadute sull'ambiente. Il sistema di monitoraggio in termini di energia utilizzata/ distribuita/ risparmiata consente all'azienda di identificare le aree nelle quali è maggiormente necessario intervenire per una migliore razionalizzazione delle risorse, nell'ottica di una sempre miglior strategia per il suo efficientamento.

**La società ha un consumo di energia elettrica pari a**

**9.048 MWh**

La società negli ultimi 5 anni ha svolto interventi di efficientamento energetico, in particolare è stato effettuato nel 2022 e nel 2023. **Il valore dell'efficientamento energetico è stato pari a 300.000 €.**

La società ha stimato la percentuale di riduzione dei consumi rispetto all'anno precedente gli interventi di efficientamento, che risulta pari a 2%.



Trend - Valore dell'investimento in efficientamento (€)

2022: 600 mila €

2023: 300 mila €

Δ% 2023-2022: + 100%

La società utilizza applicazioni e tecnologie che consentono data analytics (es. analisi dei dati relativi ai consumi energetici e di materiale) e diagnostica (es. monitoraggio delle funzionalità dei macchinari): in particolare registrano i consumi energetici.

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## Emissioni

\*GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-5

Le emissioni di GHG dirette o indirette, le emissioni di altri gas ed il loro monitoraggio, nonché le azioni volte alla loro riduzione, confermano l'atteggiamento dell'organizzazione verso la riduzione del proprio impatto produttivo nei confronti dell'ambiente.

Ad influenzare il livello delle emissioni dirette sono anche le fonti energetiche di proprietà o controllate dall'organizzazione, come la generazione di elettricità, il riscaldamento, il raffreddamento ed il vapore, poiché risultato della combustione di fonti energetiche.

Da ciò discende l'importanza del monitoraggio delle emissioni da parte dell'azienda, ma anche e soprattutto il suo concorrere ad un sempre maggior efficientamento delle risorse energetiche condizionanti dei livelli di emissioni nell'aria.

L'azienda non misura le emissioni aziendali relative all'inquinamento atmosferico, ma le ha stimate attraverso il calcolatore GHG messo a disposizione da Synesgy.

Il totale delle emissioni di gas serra SCOPE 1 (emissioni dirette) è pari a

218,64 tCO<sub>2</sub>eq

Il totale delle emissioni di gas serra SCOPE 2 (emissioni indirette, derivanti dalla generazione/ acquisto di elettricità) è pari a

1.683,21 tCO<sub>2</sub>eq.

I mezzi aziendali dei quali è dotata la società sono:



- 2 mezzi Metano
- 34 mezzi Diesel

La società sta lavorando al rinnovo dei propri sistemi di refrigerazione in vista dei nuovi limiti previsti per il 2022 dal Regolamento UE F-Gas relativo ai gas fluorurati a effetto serra

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## Rifiuti

\*GRI 306-2, GRI 306-3

Nel contesto dei GRI Standards, la dimensione ambientale della sostenibilità riguarda gli impatti di un'organizzazione sui sistemi naturali viventi e non viventi, compresi il terreno, l'aria, l'acqua e gli ecosistemi. In questo contesto si innesta il tema dei rifiuti che possono essere generati dalle attività proprie dell'organizzazione, ma possono essere anche generati da soggetti a monte e a valle nella catena del valore dell'organizzazione.

La società nelle sue sedi effettua la raccolta differenziata di:

- carta,
- plastica,
- vetro,

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## People

\*GRI 2-7, GRI 2-25, GRI 2-30, GRI 3-3, GRI 401-2, GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-9, GRI 405-1, GRI 405-2

## Occupazione

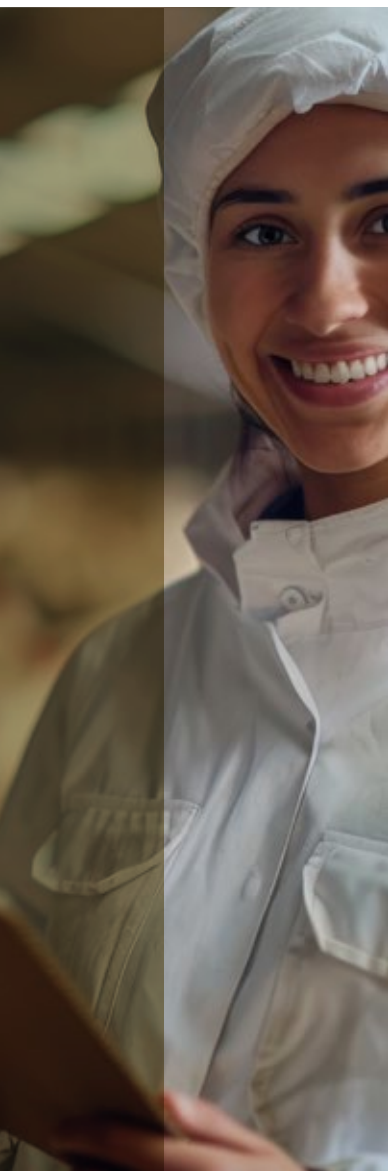
Fondamentale è comprendere l'approccio dell'organizzazione all'impiego e alla creazione di posti di lavoro, nonché all'assunzione, selezione e retention del personale, nonché a pratiche connesse, ivi comprese le condizioni di lavoro che essa offre.

La stabilità del proprio organico dal punto di vista contrattuale, collegata a politiche di welfare interne, costituisce elemento fondante affinché l'organizzazione possa garantire performance elevate in tema di produttività.

**La società monitora con appositi indicatori quantitativi, le proprie performance di sostenibilità: monitora le performance relative alla gestione sociale (inclusa la gestione dei dipendenti).**

Dipendenti (inclusi stage e tirocini)	Numero Donne	Numero Uomini
Dirigenti	0	6
Quadro	0	8
Impiegati	24	49
Operai	0	9
<b>Salario base annuale</b>	<b>32.087,31 €</b>	<b>37.786,80 €</b>

La differenza percentuale di salario base annuale per categoria professionale più rappresentata tra uomini e donne è pari al 8%. La differenza è giustificata dall'assegnazione di mansioni differenti tra uomini e donne e dalle caratteristiche del lavoro svolto.



#### Trend - Salario base annuale medio (€)

Δ% 2023-2022: + 6%

L'età media dei dipendenti è tra i 30 ed i 50 anni.

La percentuale sul totale dei dipendenti con contratto:

- con contratto a tempo determinato è pari al 2%.
- con contratto part-time è pari al 4%.
- di stage/tirocini attivati nell'ultimo anno è pari al 17%.

L'azienda ha assunto, sul totale del personale, un 4% di dipendenti appartenenti alle categorie protette ex 68/99 o soggetti svantaggiati ex L.381/91.

Gli infortuni occorsi, sia nell'anno corrente che nei due anni precedenti, sono risultati minori o uguali a 3.

Fortunatamente in azienda non si sono verificati decessi nel corso degli ultimi 3 anni.

I giorni persi in totale per casi di infortunio che hanno comportato un'inabilità temporanea al lavoro sono stati:

- nell'anno corrente superiori o uguali a 10,
- sia l'anno scorso che due anni fa meno o uguali a 10.

Il numero medio complessivo di ore lavorate nel corso dell'ultimo anno sono state pari a 1.681.

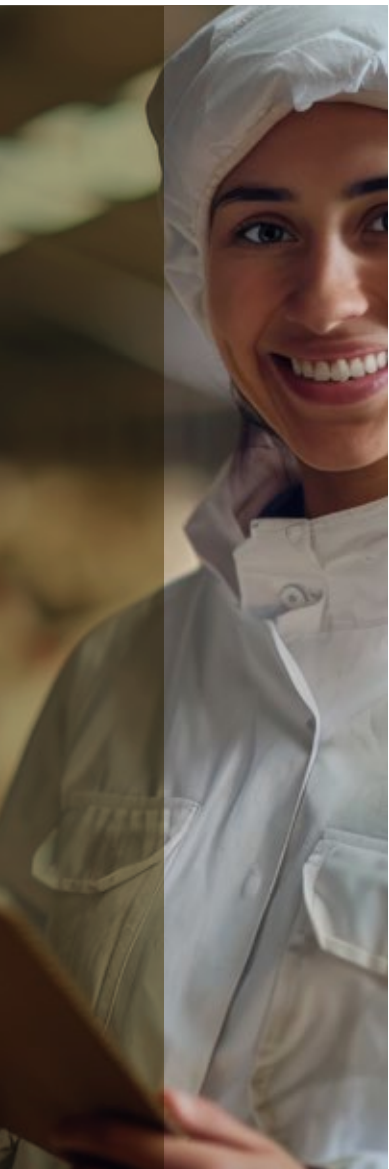
Nell'arco dell'ultimo anno, l'azienda ha creato 13 nuovi posti di lavoro.

L'azienda applica CCNL Industria Alimentare (2019). La totalità dei dipendenti è coperta dal CCNL indicato.

L'azienda dispone di una normativa interna contenente indirizzi specifici in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, rivolta unicamente ai dipendenti dell'azienda.

L'azienda applica politiche e/o procedure interne aggiuntive, ad integrazione dei Protocolli standard, a garanzia della salute e della sicurezza sul lavoro dei propri dipendenti, definendo regole per la suddivisione delle fasi di lavoro al fine di ridurre i rischi di interferenza, monitorando le performance con attività di controllo e audit.





## Formazione

\*GRI 403-5, GRI 404-1, GRI 404-2

Lo sviluppo e il mantenimento delle professionalità e delle competenze sono condizioni che permettono alle imprese di poter perseguire i propri obiettivi strategici di creazione di valore all'organizzazione.

Il numero di ore dedicate a corsi di formazione nel corso dell'ultimo anno è pari a

950

Trend numero ore di formazione:

Δ% 2023-2022: + 216,7%

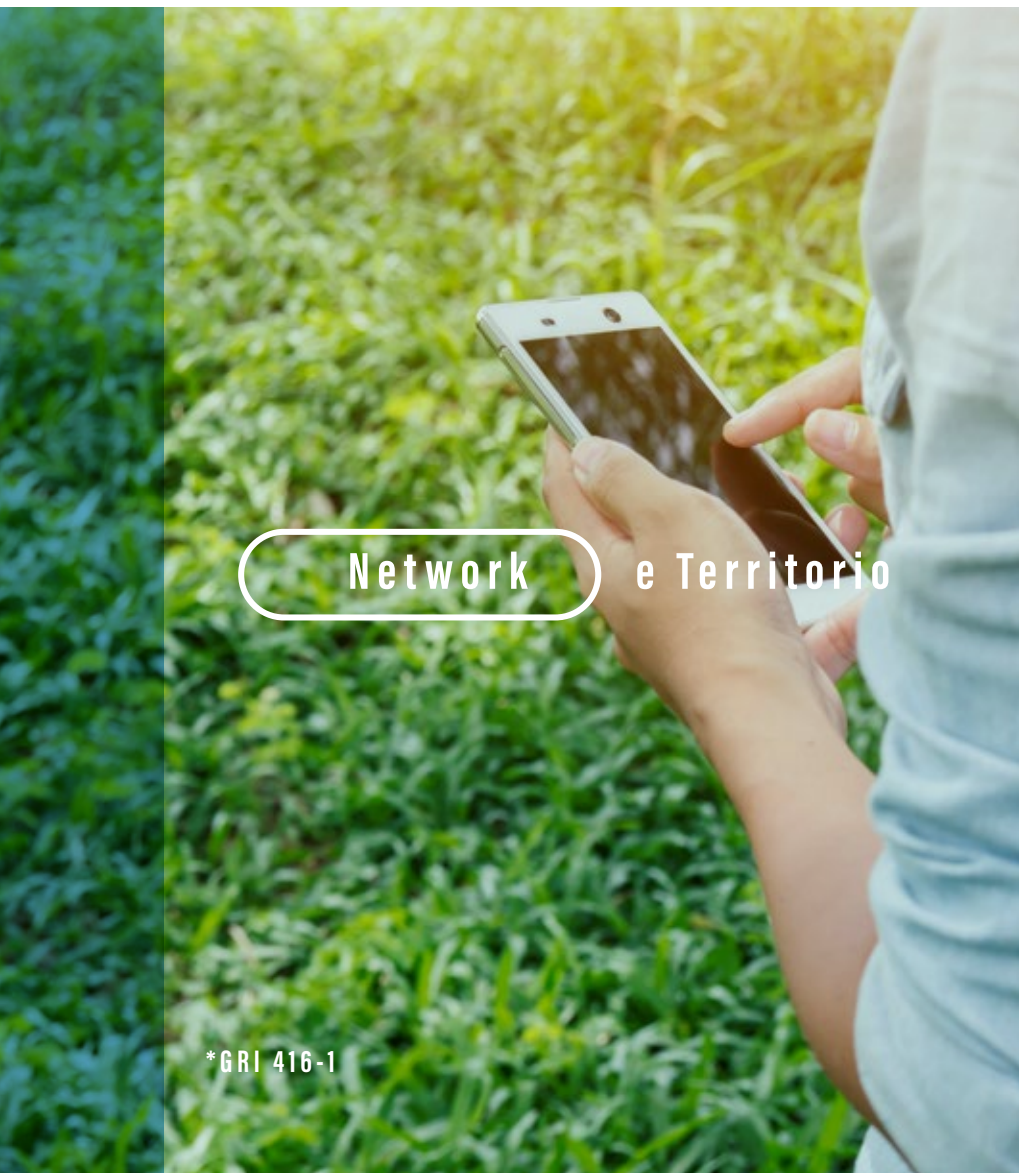
Le principali tematiche trattate sono:

- Salute e sicurezza sul lavoro,
- Ambientale;
- Alimentarista e sicurezza dell'igiene alimentare e sostenibilità.

L'azienda applica politiche e/o procedure interne aggiuntive, ad integrazione dei Protocolli standard, a garanzia della salute e della sicurezza sul lavoro dei propri dipendenti, investendo in formazione e sensibilizzazione del personale.

La società investe in sviluppo e valorizzazione delle competenze tecniche per:

- processi sostenibili;
- tecnologie sostenibili;
- ricerca e sviluppo in ambito sostenibilità.



## Rapporti con la clientela \*GRI 416-1

In tema di rapporti con la clientela, è di grande importanza come l'azienda consideri gli impatti sulla salute e sicurezza dei propri clienti, a partire dai prodotti e servizi che essa realizza e come questi impatti vengano valutati nelle diverse fasi del ciclo di vita della propria attività, dallo sviluppo del concept del prodotto, alla fase di ricerca e sviluppo ed eventuale successiva certificazione.

Lo stesso impatto va ricercato nelle fasi di realizzazione, quindi di fabbricazione e produzione, ma anche nel marketing, fino alla fornitura, all'utilizzo e all'attenzione che l'azienda pone successivamente, comprendendo una fase di supporto post-vendita fino al ciclo di fine vita del prodotto o servizio.

In questa logica, diventano quindi rilevanti le iniziative intraprese dall'organizzazione per affrontare il tema della sicurezza durante l'intero ciclo di vita di un prodotto o di un servizio e le valutazioni che attengono a questa tematica, ivi compresa la sempre più importante privacy e sicurezza dei dati.

**L'azienda mette a disposizione prodotti in linea con le diverse scelte ed esigenze alimentari della clientela, come prodotti:**

- **senza glutine,**
- **halal,**
- **a basso contenuto di zuccheri e/o grassi.**

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati \*GRI 413-1

La dimensione economica della sostenibilità riguarda gli impatti di un'organizzazione sulle condizioni economiche degli stakeholder. Riguarda anche gli impatti di un'organizzazione sui sistemi economici a livello locale, nazionale e globale.


L'impatto economico può essere definito come un cambiamento nel potenziale produttivo dell'economia, che ha un'influenza sul benessere di una comunità o degli stakeholder, nonché sulle prospettive di sviluppo a lungo termine.

Quando si parla di impatti economici indiretti, si fa riferimento alle conseguenze delle transazioni finanziarie e del flusso di denaro tra un'organizzazione ed i suoi stakeholder e sono particolarmente importanti se valutati in relazione al miglioramento delle condizioni degli stakeholder, non solo direttamente legate alle attività proprie della società, ma connesse agli impatti ulteriori che queste possono avere.

Gli investimenti effettuati dalla società rispondono ad obiettivi nazionali e di internazionali in materia di sviluppo sostenibile. Gli investimenti, l'innovazione, lo sviluppo delle tecnologie e la ricerca della qualità rappresentano elementi fondamentali per le strategie economiche, poiché creano un vero e proprio effetto moltiplicatore a beneficio di un'ampia platea di soggetti.

**Sono state effettuate donazioni/sponsorizzazioni/liberalità a vantaggio della comunità della zona in cui opera. Le donazioni/investimenti attuate in favore della comunità nell'ultimo anno ammontano a € 30.400.**

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*



## Modello di Business e **Innovazione**

\*GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 414-1, GRI 416-1

### Fornitori e pratiche di **approvvigionamento**

Nell'ambito dei rapporti che l'organizzazione intrattiene con i propri fornitori, un capitolo estremamente importante riguarda la loro valutazione ambientale, con ciò intesi gli impegni che i fornitori assumono in termini di sostenibilità e comportamenti coerenti con tali tematiche.

Nell'ottica di un miglioramento costante degli impatti e della mitigazione di quelli negativi, l'organizzazione è portata sempre più a valutare i comportamenti compliant dei fornitori in termini di impatti sociali, economici ed ambientali poiché tali impatti si riflettono direttamente ed indirettamente sulla catena del valore della società stessa.

Da un lato, quindi, l'organizzazione è portata al monitoraggio del comportamento dei fornitori e, dall'altro, alla definizione di strategie ed azioni per limitare la portata di quelli che hanno impatti negativi.

**La società adotta un sistema per la valutazione dei fornitori.**

**L'azienda utilizza tecnologie avanzate a supporto della tracciabilità dei prodotti, riportando le caratteristiche del prodotto, come ad esempio le proprietà organolettiche.**

**L'azienda ha sviluppato un sistema di "filiera digitale" volto al controllo e tracciamento dei propri prodotti in tutte le fasi di approvvigionamento e lavorazione.**

**Per le analisi vengono utilizzati laboratori certificati UNI CEI EN ISO/IEC 17025 (Requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura).**

**Vengono richieste certificazioni o qualifiche particolari ai fornitori di ingredienti aggiuntivi ai prodotti principali. Le certificazioni o qualifiche particolari che vengono richieste ai fornitori di ingredienti aggiuntivi, riguardano IFS.**

**L'azienda svolge attività di monitoraggio presso i fornitori di materie prime, in merito al grado di applicazione delle normative di Sicurezza alimentare.**

**Nell'ottimizzazione della produzione in funzione della domanda, l'azienda ha a disposizione strumenti di interfaccia con la filiera.**

*\*Per la materialità in oggetto, si riporta l'elenco dei GRI associati, i cui dettagli sono riportati nell'Indice dei GRI.*

## Sostenibilità end to end: la mappatura della Filiera

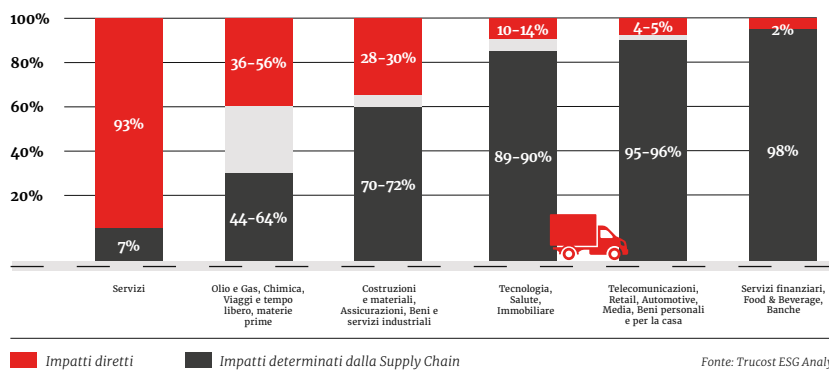
\* GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 414-1, GRI 416-1

### Sostenibilità verso il sistema: **la mappatura della Filiera**

La società persegue attivamente gli aspetti della sostenibilità e concorre, attraverso i progetti attivati, alla riduzione dei propri impatti in ambito ESG.

Accanto al proprio impegno diretto, è fondamentale monitorare l'allineamento ai valori della sostenibilità della supply chain, che immancabilmente ne influenza gli impatti.

Ecco un esempio di come la supply chain può avere un forte impatto ambientale in alcuni settori.



In linea con il GRI 2-6 "Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali", la società ha avviato un percorso di mappatura-monitoraggio della filiera, per conoscerne la maturità sotto il profilo ESG.

Il processo si basa sul questionario Synesgy, sottoposto ai fornitori dell'azienda con la finalità di delineare il grado di allineamento della supply chain ai temi della sostenibilità, abilitando la possibilità di implementare azioni correttive per migliorarne le performance in ottica ESG.



## Action Plan

\*GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 414-1, GRI 416-1

### Le azioni consigliate da Synesgy

#### Business e governance aziendale

- Considerare gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali, oltre a quelli normativamente previsti.
- Aumentare la presenza femminile negli organi di governo societari.
- Applicare un sistema per la gestione dell'energia.
- Predisporre una funzione aziendale dedicata ai controlli interni (es. Internal Audit, Risk Management, Compliance).

#### Acqua, energia e rifiuti

- Prediligere fornitori di energia elettrica che producano prevalentemente da fonti rinnovabili.
- Valutare di dotarsi di impianti per la produzione di energia da fonti rinnovabili.
- Misurare le emissioni aziendali relative all'inquinamento atmosferico per comprendere il proprio impatto ambientale e individuare le opportune azioni di miglioramento.
- Calcolare l'impronta di carbonio di un prodotto/servizio centrale al fine di comprenderne l'impatto ambientale e individuare le opportune azioni di miglioramento.

#### Certificazioni Ambientali

- Adottare la certificazione ISO 14001 sulla gestione ambientale.
- Adottare la certificazione ISO 50001 sui sistemi di gestione dell'energia.
- Adottare strumenti di valutazione dell'impatto ambientale, quali Life Cycle Assessment, Carbon Footprint, Water Footprint, Environmental Product Declaration, EcoLabel, Registrazione EMAS.



### Gestione del personale, Certificazioni e Normative

---

- Valutare la possibilità di adottare le linee guida previste dalla norma ISO 45001 relativamente alla gestione sicurezza e salute lavoratori;
- Pubblicare sul proprio sito web la propria politica aziendale riguardante i temi dell'Equality, Diversity e Inclusion;
- Implementare una policy tesa alla parità salariale uomo/donna;
- Valutare la possibilità di adottare le linee guida previste dalla norma ISO 26000 sulla responsabilità sociale delle imprese.

### Rapporto con gli Stakeholder e con il Territorio;

---

- Svolgere progetti nelle scuole o nella comunità su tematiche inerenti alla sostenibilità.
- Se pertinente al tipo di impresa, adottare policies per la gestione dei diritti umani e del lavoro minorile, forzato o obbligatorio.
- Collaborare con la propria catena di fornitura per promuovere e garantire il benessere animale secondo protocolli e standard volontari riconosciuti a livello nazionale e/o internazionale (es. ISO 34700 - Animal Welfare Management).

### Certificazioni normative

---

- Adottare la certificazione ISO 9001 sul sistema di gestione della qualità;
- Adottare la certificazione ISO 37001 sul sistema di gestione per la prevenzione della corruzione.

## Indice dei GRI

**Dichiarazione d'uso** / Martini Alimentare Srl ha rendicontato in riferimento ai GRI Standard per il periodo 01/01/2023 - 31/12/2023.

GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
GRI 1	Foundation		
GRI 2	General disclosures 2021		
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Informazioni di rendicontazione	14
2-4	Riformulazione delle informazioni	Informazioni di rendicontazione	14
2-5	Assurance esterna	Informazioni di rendicontazione / Governance	14 / 22
2-7	Dipendenti	Occupazione	31
2-9	Struttura e composizione della governance	Governance	22
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Governance	22
2-12	Ruolo del più alto organo di governo nel presidio degli impatti	Governance	22
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Governance	22
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Etica professionale / Lettera agli Stakeholder	23 / 5
2-23	Impegni politici	Etica professionale / Compliance normativa	23 / 24
2-24	Incorporamento degli impegni politici	Etica professionale	23
2-25	Processi volti a remediare agli impatti negativi	Governance / Etica professionale / Compliance normativa / Gestione / degli impatti ambientali / Occupazione	22 / 23 / 24 / 25 / 31
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Etica professionale	23
2-28	Associazione di appartenenza	Governance	22
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Occupazione	31



GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
<b>GRI 3</b>	<b>Material Topics</b>		25 e 31
		Gestione degli impatti ambientali Occupazione	
<b>GRI 203</b>	<b>Impatti economici diretti 2016</b>		
<b>GRI 204</b>	<b>Pratiche di approvvigionamento 2016</b>		
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	36
<b>GRI 301</b>	<b>Materiali 2016</b>		
301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Materiali	26
301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	Materiali	26
<b>GRI 302</b>	<b>Energia 2016</b>		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici	26
302-4	Riduzione del consumo di energia	Consumi energetici	26
<b>GRI 303</b>	<b>Acqua e scarichi idrici 2018</b>		
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Acqua e scarichi idrici	28
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Acqua e scarichi idrici	28
303-3	Prelievo idrico	Acqua e scarichi idrici	28
303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	28
<b>GRI 305</b>	<b>Emissioni 2016</b>		
305-1	Emissioni dirette GHG	Emissioni	29
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	Emissioni	29
305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Emissioni	29
<b>GRI 306</b>	<b>Rifiuti 2020</b>		
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	30
306-3	Rifiuti prodotti	Rifiuti	30
<b>GRI 307</b>	<b>Compliance ambientale 2016</b>		
		Compliance normativa Gestione degli impatti ambientali	24 e 25
<b>GRI 308</b>	<b>Valutazione ambientale dei fornitori 2016</b>		
308-1	Nuovi fornitori valutati utilizzando criteri ambientali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	36

GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
<b>GRI 403</b>	<b>Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Occupazione	31
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Occupazione	31
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Formazione	33
<b>GRI 404</b>	<b>Formazione e istruzione 2016</b>		
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Formazione	33
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Formazione	33
<b>GRI 413</b>	<b>Comunità locali 2016</b>		
<b>GRI 414</b>	<b>Valutazione sociale dei fornitori 2016</b>		
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	36
<b>GRI 416</b>	<b>Salute e sicurezza dei clienti 2016</b>		
416-1	Valutazione degli impatti su salute e sicurezza per categorie di prodotto e servizi	Compliance normativa Rapporti con la clientela Fornitori e pratiche di approvvigionamento	24, 34 e 36
<b>GRI 417</b>	<b>Marketing ed etichettatura 2016</b>		
417-1	Requisiti in materia di informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	Compliance normativa	24
<b>GRI 419</b>	<b>Compliance socio-economica 2016</b>		
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Compliance normativa	24

Report di Sostenibilità

2023



gruppo martini



[martinigruppo.com](http://martinigruppo.com)