

Report di Sostenibilità

2023



gruppo martini



martiniGruppo.com



Indice **Report**



Lettera agli Stakeholder	5
Martini... più di 100 anni di storia	7
I valori Aziendali	10
Martini Oggi	12
Integrità Aziendale: adozione del MOG 231/2001	14
Premessa al Report di Sostenibilità	17
Il punto di partenza: Materiali e metodi per la stesura del Report di Sostenibilità	19
Analisi degli impatti ESG del Gruppo e progetti futuri	37
Leadership e Governance	38
Ambiente	44
FOCUS - Ambiente	51
Capitale Umano	55
Capitale Sociale	59
Modello di Business e Innovazione	66
Linee guida per il nostro futuro	67
Coinvolgimento Stakeholder - Survey	71
Nota metodologica	74
Indice dei GRI	75

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.

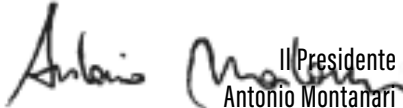
Da qui prendono grande valore i focus in ambito energetico ed ambientale dai quali nascono progetti che, fin dall'origine, vengono pensati con l'obiettivo di contrastare e mitigare i cambiamenti climatici.

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.





Martini **Oggi**

Martini è una realtà industriale e commerciale consolidata, ad oggi opera sul mercato prevalentemente nazionale, occupando quote significative sia nel canale di vendita moderno (Grande Distribuzione e Distribuzione Organizzata), sia nel canale di vendita tradizionale (Dettaglianti e Grossisti).





Le nostre **Filiera Integrate**

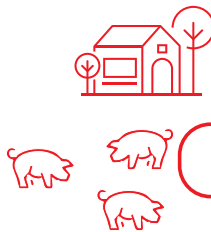
Un elemento vincente del Gruppo Martini è dato dalle sue filiere zootecniche, con i numerosi allevamenti, dalla filiera mangimistica con i mangimifici distribuiti sul territorio nazionale, e dalla filiera alimentare con gli stabilimenti di macellazione (suino, pollo e coniglio) e trasformazione (con prodotti a diverso contenuto di servizio) fino ad arrivare all'esteso sistema logistico distributivo. L'elevata diversificazione del business offre l'opportunità di contare su una proposta commerciale molto ampia.

Le realtà del **Gruppo Martini**



Allevamenti Polli:

+175 Soccide



Allevamenti Suini:

+214 Soccide



Integrità Aziendale:

adozione del MOG 231/2001

Il Gruppo Martini esige assicurare condizioni di massima correttezza nella conduzione delle attività, anche a tutela della propria immagine, delle aspettative dei propri clienti, dei fornitori e del proprio personale, coerentemente con i principi già radicati nella propria cultura di governance

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 Modello 231 si colloca sul livello più elevato della piramide di istruzioni, procedure e regolamenti, affinché qualsiasi regola della Società comunque denominata sia coerente con i principi di fondo stabiliti dal Modello.

In altri termini, il MOG 231 non descrive come opera il Gruppo Martini o come è strutturato in relazione a tutte le tematiche amministrative, di servizio, commerciali ed organizzative, né descrive in dettaglio i processi interni; il Modello Organizzativo, tuttavia, individua i principi e i criteri di fondo che devono essere seguiti in tutte le predette attività e relative decisioni.

Con l'adozione del Modello 231, Martini ha istituito uno specifico organo di controllo, denominato Organismo di Vigilanza, cui la Società ha conferito ampi e autonomi compiti/poteri di controllo sul rispetto del Modello 231, per garantire la tutela dell'Azienda, dei propri dipendenti e collaboratori. L'adeguamento al Decreto 231 è accompagnato da una forte campagna di formazione e comunicazione affinché all'interno e all'esterno del Gruppo Martini vi sia adeguata conoscenza in merito.

La base su cui poggia il nostro Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs 231/2001 è il codice etico.



Il Codice Etico del Gruppo Martini: 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 il nostro Gruppo 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 dai portatori di interesse.

Con il codice etico rendiamo esplicito un sistema di valori e di regole di condotta per il raggiungimento della missione della nostra Azienda che rafforza l'identità all'interno e la trasmette all'esterno.

Le nostre certificazioni

→ Certificazioni ISO:

- UNI EN ISO 9001:2015 – Sistema gestione di qualità per produzione gritz per birrifici
- UNI EN ISO 22005:2008 – Rintracciabilità di filiera
- UNI ES ISO 14001:2015 – Sistema gestione ambientale

→ Certificazione FSSC: FSSC 22.000 - Sicurezza alimentare

→ Certificazione IFS Global Markets Food: IFS 8 - Food Version

→ Certificazione Unaitalia: Disciplinare Unaitalita

→ Certificazioni DTP:

- DTP 035 – Filiera suino controllata
- DTP 042 – Mangimi privi di grassi e farine animali aggiunte
- DTP 030 – Mangimi privi di organismi geneticamente modificati (OGM)
- DTP 126 – Filiera di pollo controllata
- DTP 109 – Filiera suino antibiotic free

A close-up photograph of a person's hands, wearing brown work gloves, holding a large handful of yellow corn kernels. The background is a blurred industrial setting with large piles of corn and workers in a factory or processing plant. The lighting is warm and slightly reddish, creating a sense of care and attention to detail.

“

La **sostenibilità** è un valore sul quale investire per crescere insieme.

”



Premessa al Report di Sostenibilità

Oggi il Gruppo Martini è una grande realtà industriale e commerciale, che attraversa l'intera filiera agroalimentare, grazie a una struttura integrata, che può contare su un supporto tecnico e scientifico di primissimo livello.

Il Gruppo si avvale di laboratori, centri di ricerca e strutture produttive, per la selezione e l'allevamento delle specie di suino, di pollo e coniglio, includendo anche le fasi di macellazione e trasformazione: dal taglio alla preparazione di specialità pronte da cuocere o da far rinvenire, in pochi minuti, in forno o in padella. Le due macroaree del Gruppo: la mangimistica-zootecnica e l'alimentare, complementari tra loro, offrono al mercato, a tutti i livelli, il massimo della qualità, nel rispetto della tradizione e di una naturale vocazione all'innovazione.

È in questo ambito che il Gruppo ha deciso di sviluppare il secondo Report di Sostenibilità attraverso un percorso che è partito dalle singole società per l'analisi dello stato dell'arte in ottica ESG, (Environmental, Social e Governance), ossia quell'insieme di criteri, sotto il profilo Ambientale, Sociale e di Governance, sui quali le Imprese devono confrontarsi per un percorso di miglioramento continuo più sostenibile.

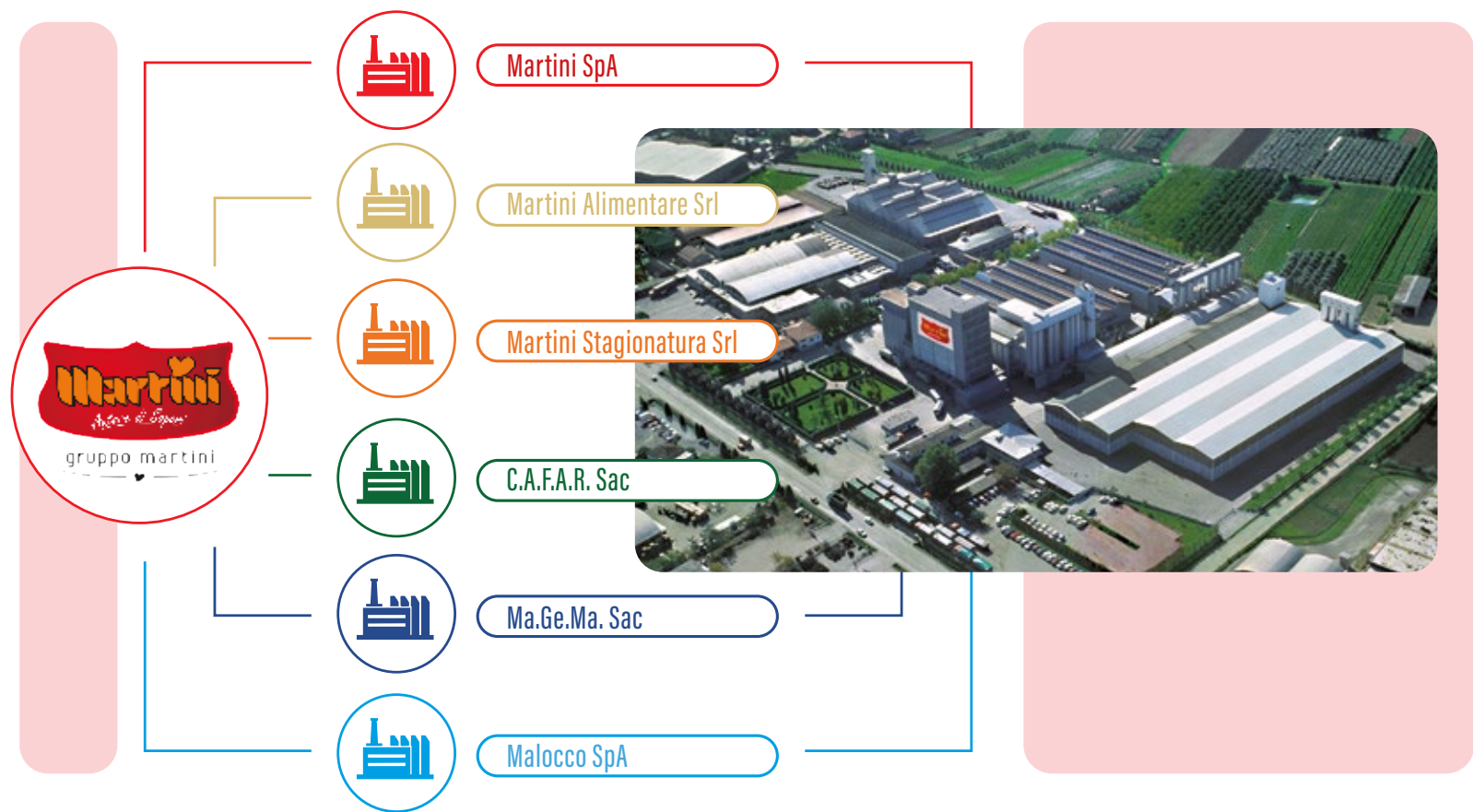
Siamo dunque partiti dall'analisi delle singole aziende per valorizzare ed identificare il percorso comune in ottica ESG. Affrontare le tematiche ESG significa intraprendere un percorso a step di cui il presente Report è una componente importante in quanto strumento per la condivisione con tutti i portatori di interesse (stakeholder) dello stato dell'arte, soprattutto degli obiettivi futuri.



Premessa di **sostenibilità**

Il documento è stato redatto secondo le metodologie ed i principi previsti dai "GRI-Sustainability Reporting Standards", pubblicati a ottobre 2016, ed aggiornati nel 2022, dal GRI (Global Reporting Initiative). Gli Standard GRI prevedono che il Bilancio di Sostenibilità contenga informazioni relative agli aspetti che sono ritenuti materiali e che riflettono gli impatti per l'organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che sono in grado di influenzare in modo significativo le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

F.Ili Martini & C. - SpA - SDG 17: **Partnership per gli obiettivi**





Il punto di partenza

Materiali e metodi per la stesura del Report di Sostenibilità

Assessment e metodologia

Per comprendere a pieno il percorso che ha portato alla redazione del presente Report di Sostenibilità, si elencano le fasi metodologiche che saranno sviluppate con maggiore dettaglio nei capitoli seguenti. In essi ritroveremo inoltre specifiche sulla terminologia utilizzata.

→ **- Fase 1: Reperimento dei dati e delle informazioni necessarie alla compilazione del questionario certificato CRIF/CRIBIS:**

Le domande di ogni questionario sono raggruppate in 5 categorie: Business, Environmental, Social, Governance e Settore;

→ **- Fase 2: Elaborazione dei dati:**

Le risposte date nei questionari, hanno determinato punteggi, sulla base di algoritmi certificati;

→ **- Fase 3: Rappresentazione grafica dei punteggi:**

Ai fini di una migliore lettura dei dati e comparazione degli stessi, tali punteggi sono stati rappresentati graficamente e con l'ausilio di colori;

→ **- Fase 4: Correlazione dei fatti emersi dal questionario con Parametri internazionali:**

Le risposte al questionario, trasformate in affermazioni, vengono riordinate ed assegnate ad Ambiti e Materialità² SASB3 (gli Ambiti sono Leadership e Governance, Ambiente, Capitale Umano, Capitale Sociale e Modello di Business e Innovazione.), e ai GRI, per una loro corretta collocazione all'interno del Report di Sostenibilità.

→ **- Fase 5: Coerenza con Obiettivi Onu di Sviluppo Sostenibile (SDGs5):**

Sulla base dei risultati ottenuti dal Report di Sostenibilità, l'Azienda ha individuato dei progetti futuri, andando a valutarne la loro coerenza con gli Obiettivi di sviluppo sostenibili.



Il flusso dal Questionario al **Report di Sostenibilità**

→ **Questionario Crif/Cribis**

1. Reperimento dati e informazioni per la compilazione del questionario certificato CRIF/CRIBIS
2. Elaborazione dei dati
3. Rappresentazione grafica dei punteggi

→ **Report di Sostenibilità**

- 4A. Estrazione delle risposte del questionario e loro trasformazione in affermazioni
- 4B. Assegnazione ad ogni risposta di Ambito, Materialità e GRI.

→ **Goal dell'Agenda 2030**

- 1) Coerenza con SDGs per i progetti futuri

Raccolta dati **su piattaforma**

Il questionario di CRIF/CRIBIS, associato alla piattaforma di ESG-View, traccia le attività delle Società, in base ai parametri internazionali GRI e SASB, per la definizione dei temi materiali.

Il questionario consta di due gruppi-serie di domande, una parte core, uguale per tutte le aziende, ed una parte settoriale, associata al codice Ateco, e permette di far emergere e mappare le azioni virtuose delle Società, offrendo uno score di compliance ESG, basato sugli standard internazionali GRI.

I questionari ESG affrontano 5 aree specifiche, così denominate:

- **Business**
- **Environmental**
- **Social**
- **Governance**
- **Settore**

Per ognuna si riportano le sottosezioni coi contenuti specifici del questionario ed i relativi GRI.



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

- **Permette 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)**
- **Si appoggia su di una piattaforma che permette la raccolta dei dati in pochi istanti**
- **Viene realizzato da CRIF, player riconosciuto a livello internazionale**

La piattaforma **ESG-VIEW**

→ **Gli Standard del Global Reporting Initiative (GRI)**

La Global Reporting Initiative (GRI) è stata presentata a un pubblico più ampio durante il vertice mondiale per lo sviluppo sostenibile del 2000. Gli Standard GRI sono i più diffusi e affidabili standard di rendicontazione per la reportistica sulla sostenibilità.

"Il 75% delle 250 più grandi aziende nel mondo della sostenibilità fa riferimento ai GRI."

Fornendo un linguaggio universale per il reporting di sostenibilità, aiuta le aziende a confrontare i loro progressi e comunicare i loro sforzi in modo efficace.

Questo è importante non solo per le grandi aziende, ma anche per quelle medie e piccole che devono trovare un modo per definire un percorso di sostenibilità.

Gli standard GRI sono costituiti dagli standard universali (GRI serie 1, 2 e 3) e da tre standard specifici per l'ambito economico, ambientale e sociale (GRI serie 200, 300 e 400), cui si sono aggiunti gli standard di settore. Si tratta di parametri di rendicontazione della sostenibilità, che permettono alle organizzazioni di misurare in maniera univoca, uniforme e comparabile, il loro impatto sotto il profilo ambientale, sociale ed economico, e di renderlo pubblico in un formato comprensibile anche ai non esperti del settore.



<https://www.globalreporting.org>

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



La piattaforma

ESG-VIEW

→ Sustainability Accounting Standards Board (2022)

Insieme ai GRI, SASB è uno dei quadri più importanti per il reporting di sostenibilità: alla fine del 2020 SASB e GRI hanno annunciato una collaborazione, volta a creare maggiore trasparenza e fiducia tra le società di reporting.

“L'uso da parte della SASB del termine “sostenibilità” si riferisce alle attività Aziendali che mantengono o migliorano la capacità dell'Azienda di creare valore nel lungo termine.”

Lo standard SASB identifica le questioni ambientali, sociali e di governance più rilevanti per le prestazioni finanziarie in 77 settori. Investitori in tutto il mondo oggi riconoscono questi modelli come una componente fondamentale della divulgazione ESG di una società. L'approccio SASB identifica cinque dimensioni o ambiti (Ambiente, Capitale Sociale, Capitale Umano, Modello di Business e Innovazione, Leadership & Governance) e le declina per rilevanza in 77 sottosectori in base a 26 variabili (le materialità). Il punto di Partenza per la rendicontazione è una Lista di “materialità” che serve ad individuare ed evidenziare gli ambiti di azione in cui l'Azienda si sta concentrando.



<https://www.globalreporting.org>





→ **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.

Il percorso di consapevolezza avviato ha portato all'evidenziazione di un percorso virtuoso da parte delle Società del Gruppo Martini, testimoniato dalla concordanza delle sue azioni con 9 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite.

Il Gruppo ha realizzato azioni in linea con i seguenti SDGs delle Nazioni Unite:

- SDG n.2: Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare e promuovere un'agricoltura sostenibile,
- SDG n.3: Salute e benessere per tutti e per tutte le età,
- SDG n.5: Uguaglianza di genere,
- SDG n.7: Accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni,
- SDG n. 8: Lavoro dignitoso e crescita economica,
- SDG n.9: Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione,
- SDG n.12: Modelli sostenibili di produzione e di consumo,
- SDG n.15: Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre,
- SDG n.17: Partnership per gli obiettivi.



La piattaforma **ESG-VIEW**

→ Gli output del questionario

Gli score di Synesgy delle società del Gruppo Martini

Lo score ESG è elaborato sulla base delle informazioni fornite dalle diverse Società del Gruppo nella fase di compilazione dei questionari.

Lo score ESG rappresenta la valutazione del livello di adeguatezza ai fattori ESG (Environmental, Social e Governance) di ognuna delle Società ed è suddiviso in 5 classi:

1. Classe A Ottimo livello di sostenibilità,
2. Classe B Buon livello di sostenibilità,
3. Classe C Livello soddisfacente di sostenibilità,
4. Classe D Livello sufficiente di sostenibilità,
5. Classe E Livello vulnerabile di sostenibilità.

Così come per i questionari, anche la struttura degli score è suddivisa sulle 4 categorie:

- Business
- Environmental
- Social
- Governance

Tali aree sono inoltre sintetizzate in uno score unico "Overall score" che le riassume ed è dedicato ad una valutazione complessiva delle singole Società.

La rappresentazione grafica dei punteggi tiene conto anche delle singole aree tematiche, che compongono le 4 categorie, al fine di poter essere più incisivi nella definizione dei piani di miglioramento.

In linea generale, come si evincerà di seguito, le Aziende del Gruppo si collocano mediamente con un punteggio intermedio, quale "Classe C".



→ Considerazioni Generali in relazione ai punteggi ottenuti

Di seguito si riportano alcuni commenti al fine di una migliore comprensione degli score ottenuti.

Environmental Score

Da quanto emerge dalla rilevazione dei dati uno tra i maggiori punti di forza del Gruppo è l'area "Environmental - acqua, energia e rifiuti": infatti, negli ultimi anni il Gruppo ha prestato particolare attenzione al rilevamento dei propri consumi, individuando piani di azione volti a ridurli il più possibile. Dovrà tuttavia prestare, nel prossimo futuro, maggiore attenzione alle possibilità di certificazione dei propri processi e prodotti, con particolare riferimento alla qualifica dei fornitori energetici, favorendo così un approvvigionamento da fonte rinnovabile rispetto a quelli da fonte fossile.

Social Score

Altra tematica importante, emersa dagli score ESG, ricade nell'ammodernamento delle modalità di comunicazione con i propri stakeholder e con il territorio. La redazione del Report di Sostenibilità rappresenta un primo passo per la creazione di una linea di connessione e comunicazione univoca verso tutti i portatori di interesse. Molti progetti sono stati messi in campo in ambito comunicazione, con particolare riferimento al sito Aziendale e all'individuazione di gruppi di lavoro, con competenze diversificate, per creare connessioni con gli stakeholder.

Altra area tematica, su cui vogliamo porre la nostra attenzione, è quella del personale. Per interpretare correttamente tale dato, occorre premettere che diverse Società del Gruppo, in particolare le cooperative C.A.F.A.R. e Ma.Ge.Ma., applicano contratti a tempo determinato, tipici delle realtà agricole che prevedono, a fine anno, il termine del rapporto di lavoro e l'automatica riassunzione all'inizio dell'anno successivo. Ciò comporta uno "score" peggiore sebbene il rapporto di lavoro abbia una garanzia di continuità del tutto simile al contratto a tempo indeterminato.

Un altro elemento da tenere in considerazione per una corretta interpretazione del punteggio ottenuto dall'area tematica del personale, è il fatto che alcune mansioni sono prevalentemente svolte da personale maschile, in quanto attività molto pesanti dal punto di vista fisico. Pensiamo ad esempio a mansioni previste all'interno del prosciuttificio di Martini Stagionatura, oppure alla movimentazione e al carico degli animali negli allevamenti di Martini Spa, etc..

Non vi è quindi una discriminazione di genere all'origine, bensì una condizione oggettiva legata alle mansioni svolte. La presenza di mansioni disagiate condotte in prevalenza da personale maschile è inoltre la causa della differenziazione in termini retributivi fra personale maschile e femminile che comporta un abbassamento dello "score".



La piattaforma

ESG-VIEW

Business - Governance - Environmental Score

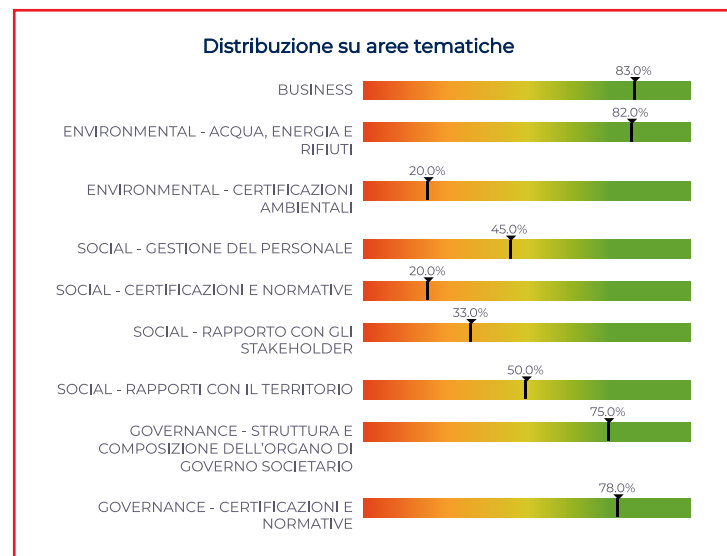
L'adozione di nuove certificazioni in ambito Ambientale, Sociale ed Economico, o l'estensione ad altri siti di quelle già in essere, favorirà la gestione delle tematiche ESG con una ancor più capillare definizione dei ruoli, delle responsabilità e delle metodologie.

Le certificazioni saranno anche strumenti di confronto con i competitor oltre che con fornitori e clienti per approcciarsi in modo univoco e standardizzato ai temi Aziendali, con particolare attenzione a quelli ESG.



Gli score delle singole Società

Martini SpA

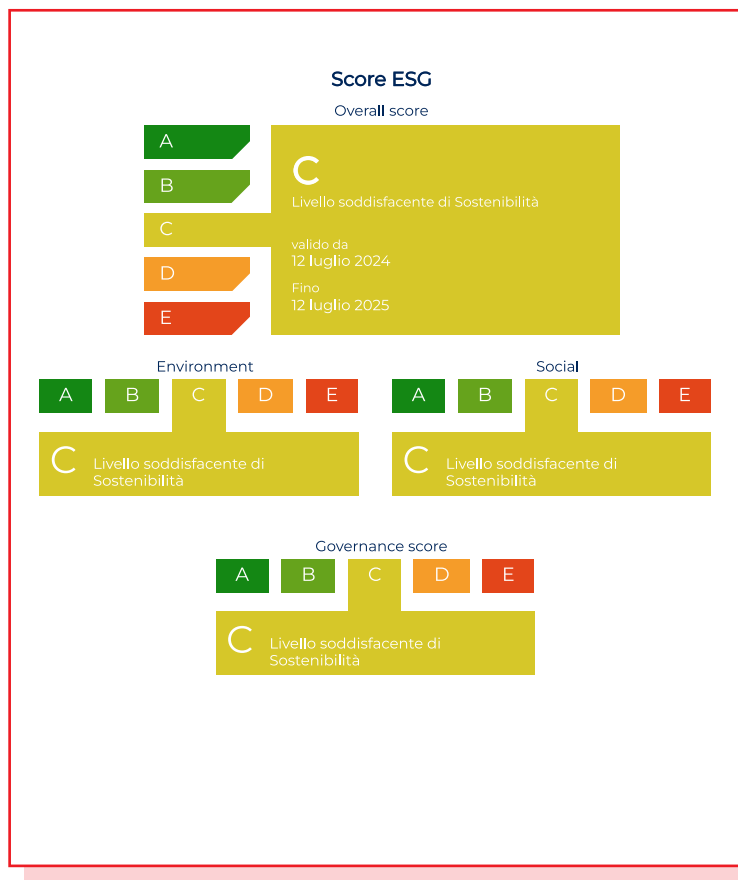


Per le aree di maggiore interesse, i valori più alti sono stati ottenuti nell'area "Business" e "Environmental - acqua, energia e rifiuti" rispettivamente con 83% e 82%; i valori più bassi, invece, sono stati raggiunti dall'area "Environmental- certificazioni ambientali" e "Social-certificazioni e normative" con un valore del 20%.



Gli score delle singole Società

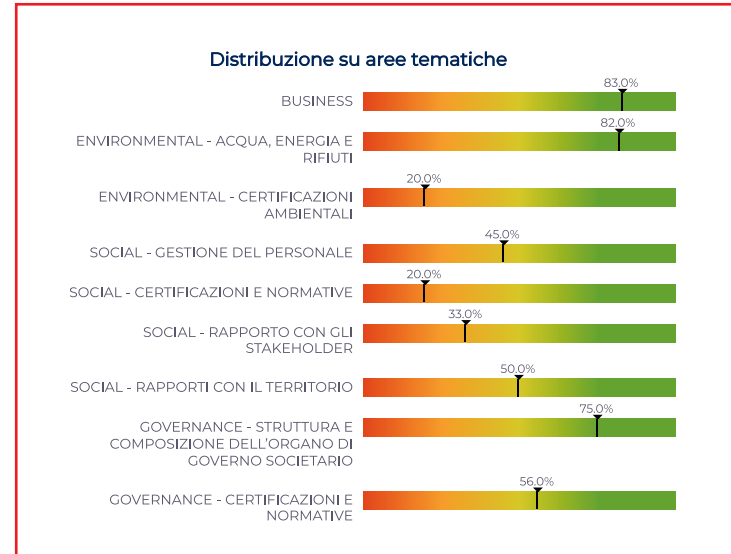
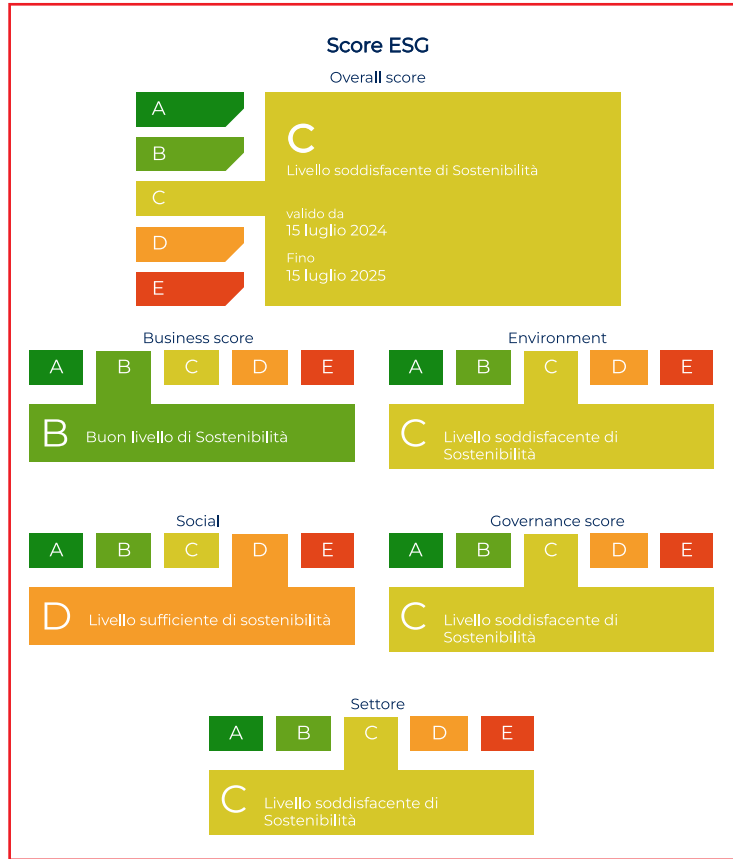
Martini Stagionatura Srl



Complessivamente l'Azienda Martini Stagionatura Srl presenta un livello soddisfacente di Sostenibilità, in particolare risulta essere tale (C) in tutte le componenti dello score, vale a dire quella Ambientale, Sociale e di Governance.

Gli score delle singole Società

Martini Alimentare srl

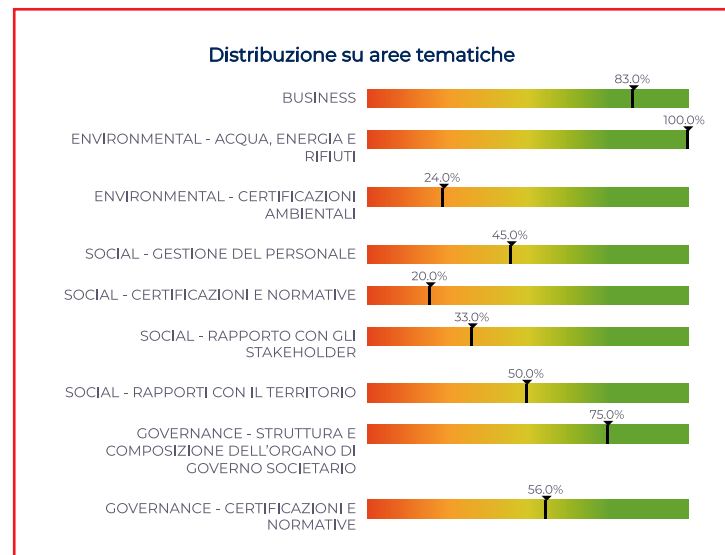
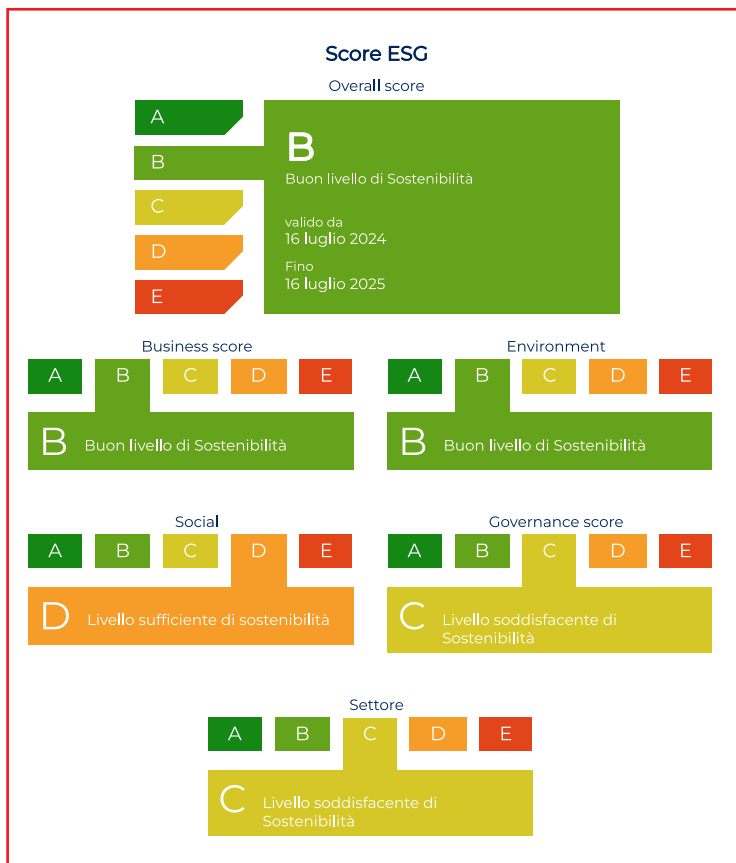


In tema di distribuzione di attività sulle aree tematiche, gli score più alti si evidenziano in "Business" e "Environmental - Acqua, energia e rifiuti" rispettivamente con 83% e 82%. I valori più bassi si registrano in "Environmental - certificazioni ambientali" ed in "Social - certificazioni e normative",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



Gli score delle singole Società

Ma.Ge.Ma. Sac

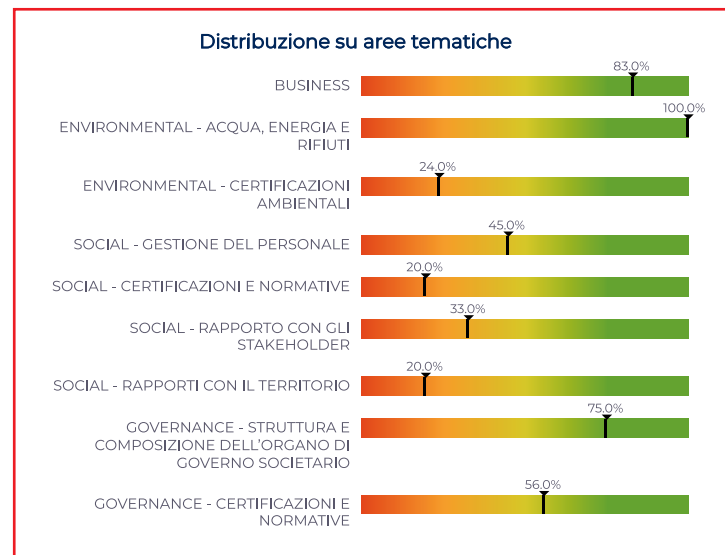
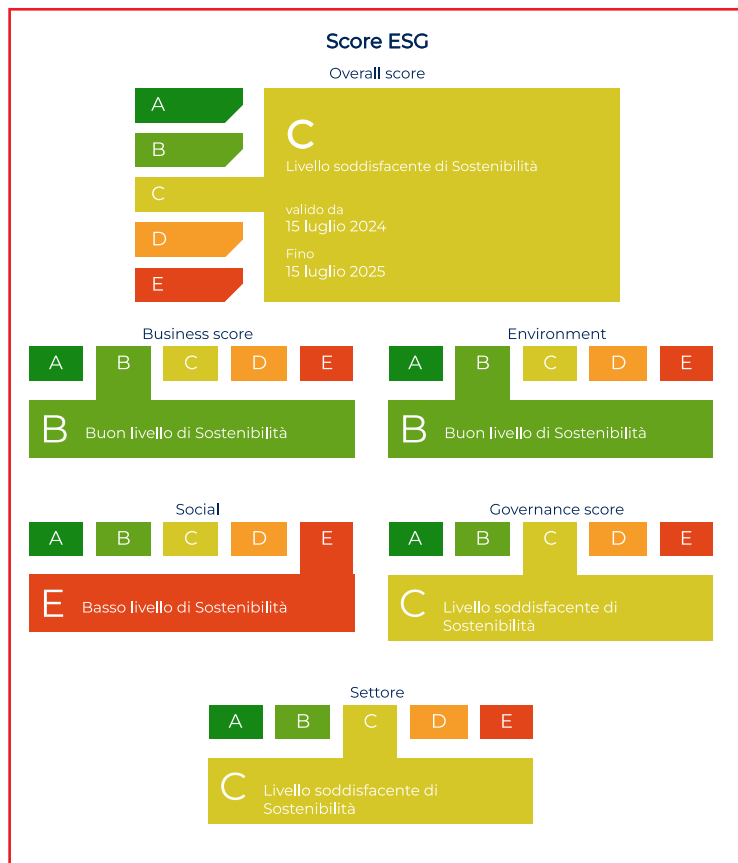


Analizzando le aree tematiche affrontate dal questionario, gli score più alti si evidenziano in "Environmental - Acqua, energia e rifiuti" (100%) ed in "Business" (83%). I valori più bassi si registrano in "Environmental - Certificazioni Ambientali" e "Social - certificazioni e normative", rispettivamente con il 24% e il 20%.



Gli score delle singole Società

C.A.F.A.R. Sac

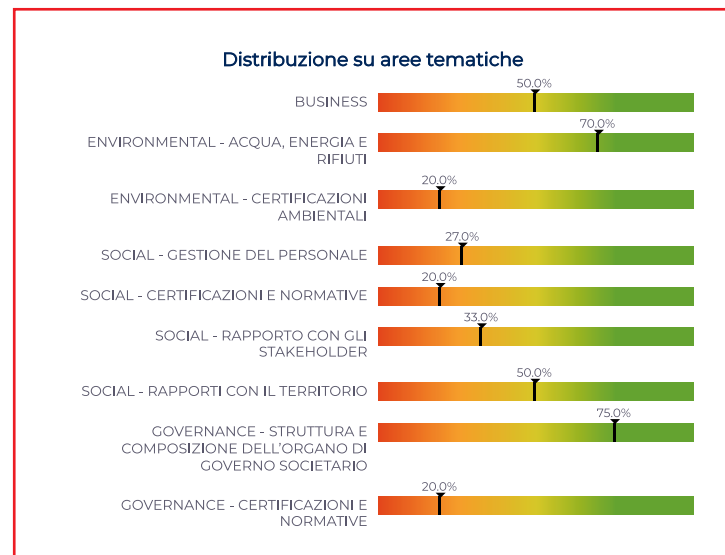
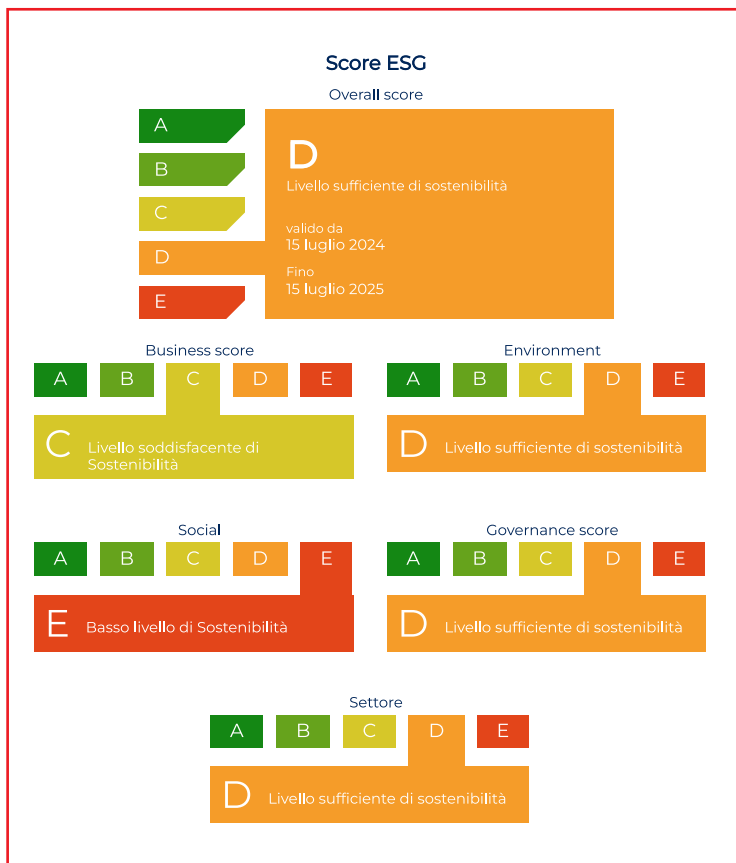


In tema di distribuzione su aree tematiche, gli score più alti si evidenziano in "Environmental - Acqua, energia e rifiuti" (100%) ed in "Business" (83%). I valori più bassi si registrano in "Social - certificazioni e normative" ed in "Social - Rapporti con il territorio", entrambi al 20%.



Gli score delle singole Società

Malocco SpA



In tema di distribuzione su aree tematiche, gli score più alti si evidenziano in "Governance - Struttura e composizione dell'organo di governo societario" (75%) ed in "Environmental - Acqua, energia e rifiuti" (70%). I valori più bassi si registrano in "Environmental - Certificazioni ambientali" e "Social - Certificazioni e normative", entrambi al 20%.

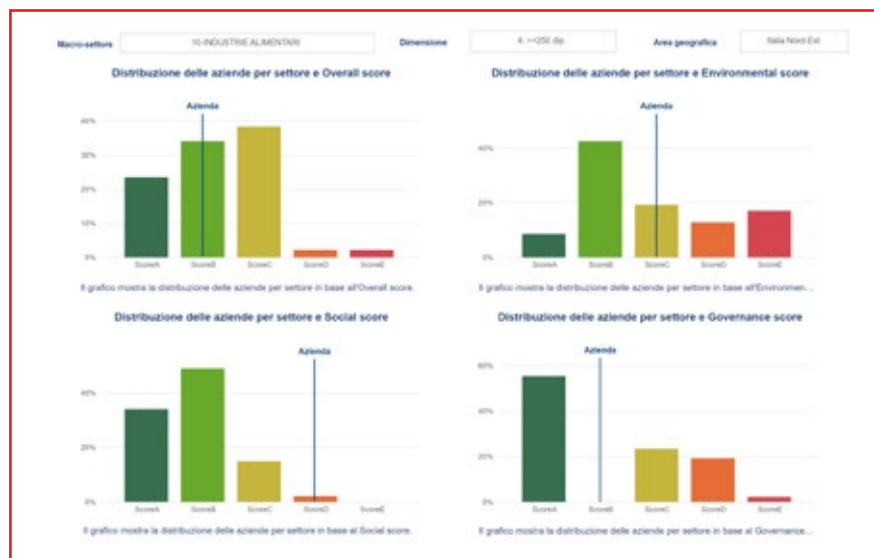


Il benchmark di Settore

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 le società del Gruppo rispetto ad un campione di aziende appartenente al macro-settore delle industrie alimentari nella zona Italia Centro con un minimo di 250 dipendenti.

La collocazione delle diverse società del Gruppo Martini è generalmente migliore rispetto al benchmark di settore (score per settore e overall); in particolare, il tema ambientale (Environmental) è quello in cui generalmente sono più virtuose rispetto al campione analizzato. Sul tema di Governance le imprese sono nella media, mentre il tema Social è un aspetto sul quale il Gruppo dovrà progressivamente migliorare sebbene questo aspetto sia comunque una tematica critica anche per i competitor.

Martini SpA

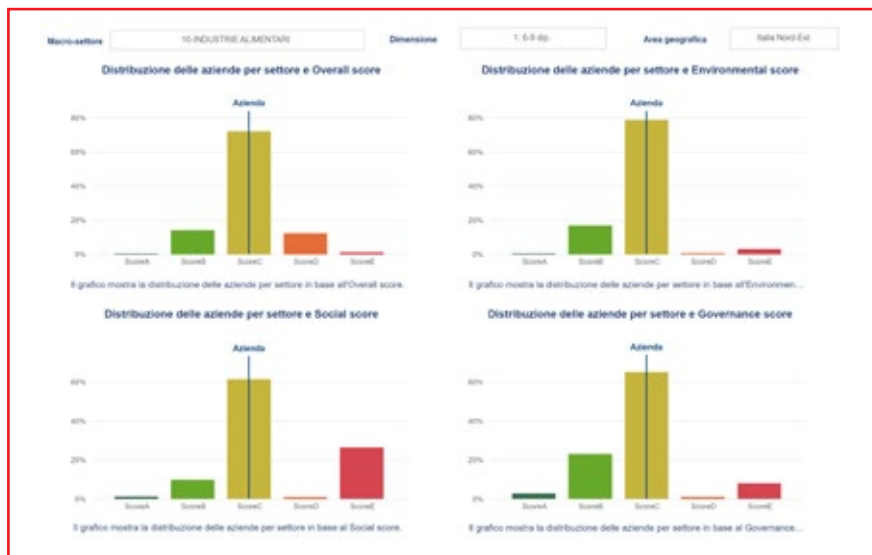


La collocazione di **Martini SpA** è generalmente migliore rispetto alle altre aziende (score per settore e overall), il tema di Governance è quello in cui risulta più virtuosa rispetto al campione, sul tema ambientale (Environmental) è nella media, mentre sull'asset Social la Società dovrà progressivamente migliorare - visto il miglior piazzamento dei competitor.



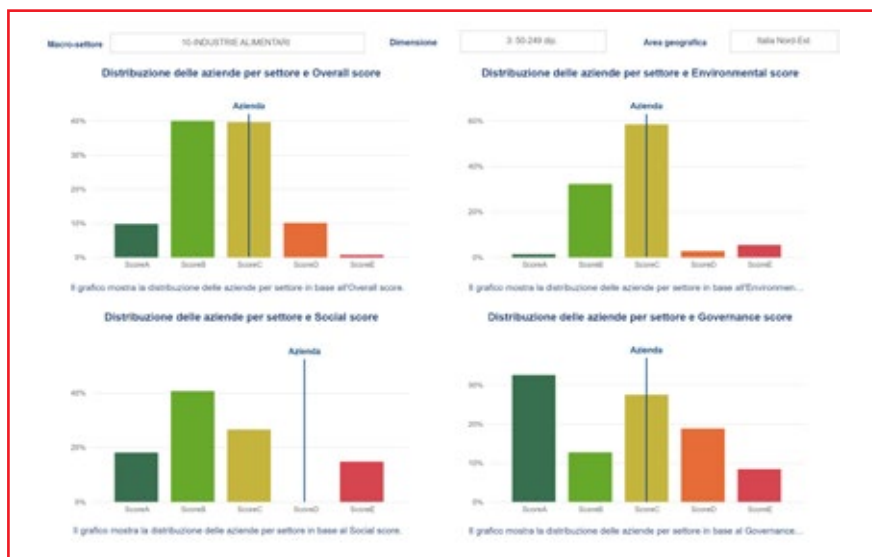
Il benchmark di Settore

Martini Stagionatura Srl



La collocazione di **Martini Stagionatura Srl** è esattamente nella media delle altre aziende considerate (score per settore e overall); vale la pena sottolineare la posizione lievemente migliore nell'asset Social nel quale ci sono più competitor che presentano uno score peggiore.

Martini Alimentare srl

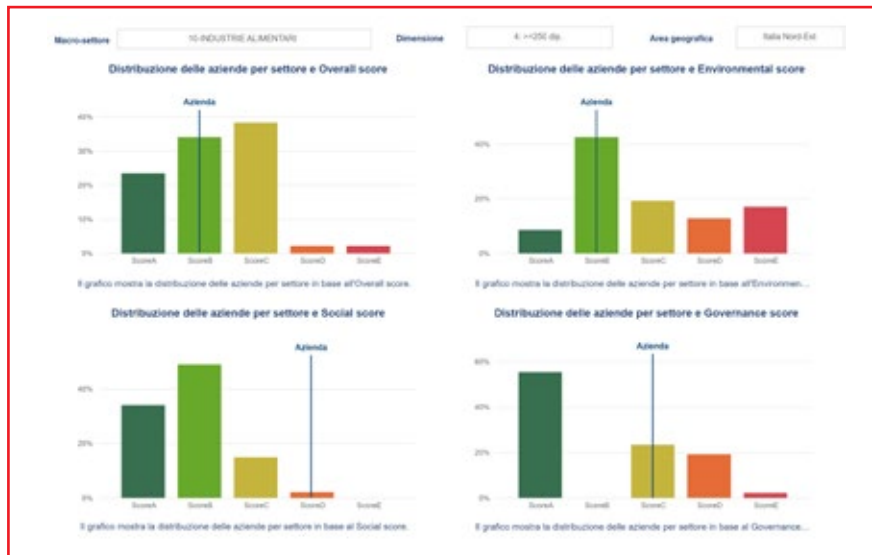


La collocazione di **Martini Alimentare Srl** è generalmente nella media delle altre aziende considerate (score per settore e overall), il tema ambientale (Environmental) e di Governance sono quelli che la vedono maggiormente in linea rispetto al campione analizzato, mentre l'asset Social è un aspetto sul quale la Società dovrà progressivamente migliorare - dato il miglior piazzamento dei competitors.



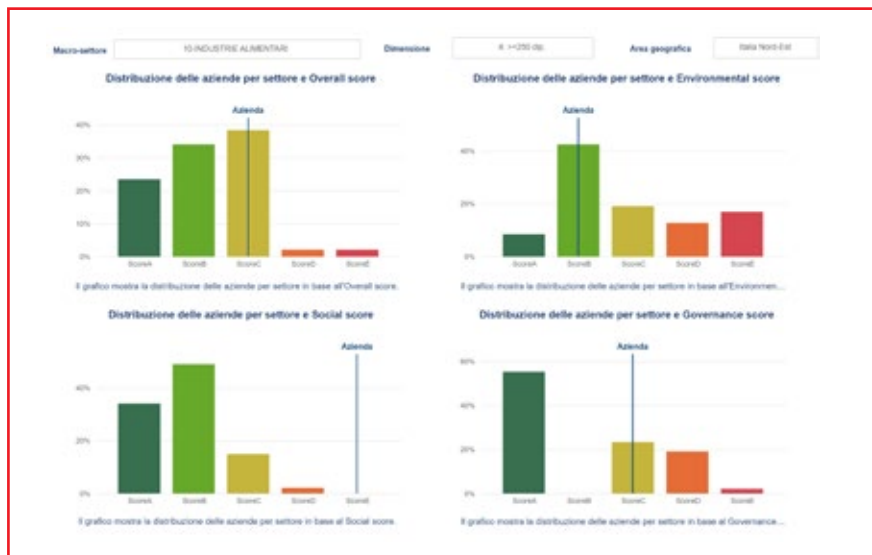
Il benchmark di Settore

Ma.Ge.Ma. Sac



La collocazione di **Ma.Ge.Ma. Sac** è generalmente migliore rispetto alle altre aziende considerate (score per settore e overall). Nel tema ambientale (Environmental) risulta più virtuosa rispetto al campione analizzato e in quello di Governance si trova nella media, mentre l'asset Social è un aspetto sul quale la Società dovrà progressivamente migliorare - dato anche il miglior piazzamento dei competitor.

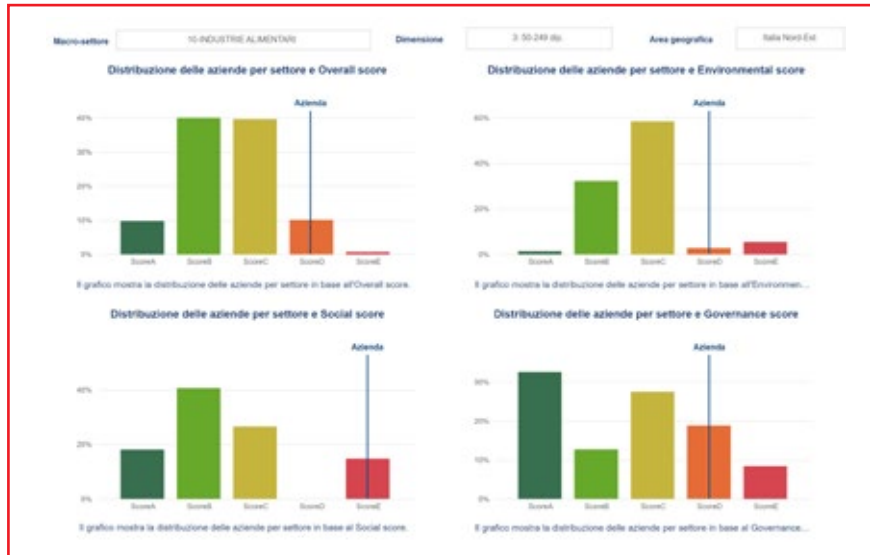
C.A.F.A.R. Sac



La collocazione di **C.A.F.A.R. Sac** è generalmente nella media delle altre aziende considerate (score per settore e overall). Nel tema ambientale (Environmental) risulta più virtuosa rispetto al campione analizzato e in quello di Governance si trova nella media, mentre l'asset Social è un aspetto sul quale la Società dovrà progressivamente migliorare - dato anche il miglior piazzamento dei competitor.

Il benchmark di Settore

Malocco SpA



La collocazione di **Malocco SpA** è generalmente inferiore alle altre aziende considerate (score per settore e overall). Nel tema ambientale (Environmental) e di Governance la distanza con i competitors risulta meno negativa, mentre l'asset Social è l'aspetto sul quale l'Azienda dovrà concentrare i maggiori sforzi.





Analisi degli impatti **ESG del Gruppo** e progetti futuri

Report degli impatti **ESG generali** del Gruppo

Tendendo in considerazione quanto già esplicitato al paragrafo “Materiali e metodi per la stesura del Report di Sostenibilità”, i risultati ottenuti dai questionari vengono di seguito associati agli Ambiti e Materialità SASB e ai rispettivi GRI.

→ Gli ambiti all'interno dei quali ci muoviamo sono:

- Leadership e Governance
- Ambiente
- Capitale Umano
- Capitale Sociale
- Modello di Business e Innovazione

Di seguito la sintesi dei temi materiali associati allo standard GRI che accomunano le 5 società del Gruppo Martini.

Si specifica che il documento, nella parte che segue, è strutturato in capitoli, che rappresentano i 5 Ambiti SASB. Ogni capitolo è suddiviso in sottocapitoli che rappresentano le singole Materialità individuate per ciascun Ambito.

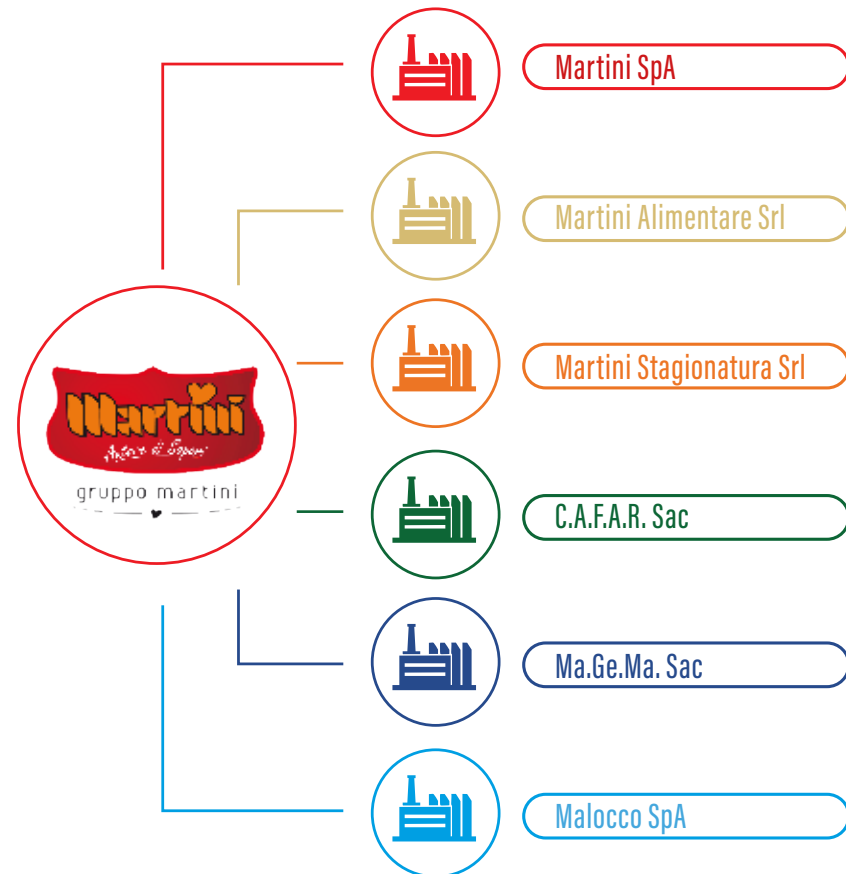
Sono stati altresì messi in evidenza i progetti che il Gruppo ha avviato nel corso dell'anno di rendicontazione, andando a sottolineare anche gli impatti che questi hanno generato sotto il profilo Ambientale, Sociale e di Governance.

Leadership e Governance

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

Governance

F.Ili Martini & C. - SpA - SDG 17: Partnership per gli obiettivi



*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 del Gruppo**

Organo di Governo	2023					
	Martini SpA	Martini Alimentare Srl	Martini Stagionatura Srl	C.A.F.A.R. Sac	Ma.Ge.Ma. Sac	Molocco SpA
	Socio Unico F.Ili Martini & C. SpA	Socio Unico F.Ili Martini & C. SpA	Socio 60% F.Ili Martini & C. SpA Socio 40% Martini Alimentare srl	/	/	Socio Unico Martini Alimentare Srl
Presidente CdA	Antonio Montanari	Antonio Montanari	Antonio Montanari	Antonio Montanari	Umberto Re	Antonio Montanari
Vice presidente CdA	Filippo Martini	Nicola Martini	Nicola Martini	Giorgio Amedei	Fabio Martini	Nicola Martini
Consiglieri	Gloria Martini Alessandra Biondi	Filippo Martini Alessandra Biondi	Filippo Martini Alessandra Biondi	Lucio Caselli Massimo Lilli Filippo Raggi	Gianluca Bighini Antonio Montanari Daniele Laghi	Filippo Martini Alessandra Biondi
Collegio Sindacale	Riccardo Pieri Presidente Luciano Mattarelli Angela Arcozzi	Luciano Mattarelli	/	Giorgio Gavelli Presidente Riccardo Pieri Luigi Dall'Oca	Luigi Dall'Oca Presidente Luciano Mattarelli Giorgio Gavelli	Riccardo Pieri - Presidente Arcozzi Angela Chiara Paganelli
Società di Revisione	PWC	PWC		Reviprof SpA	Hermes SpA	PWC
Organismo di Vigilanza	Pier Simone Ghislieri Riccardo Pieri Francesco Stolfa	Pier Simone Ghislieri Riccardo Pieri Francesco Stolfa	Pier Simone Ghislieri	Pier Simone Ghislieri Riccardo Pieri Francesco Stolfa	Pier Simone Ghislieri Riccardo Pieri Francesco Stolfa	/

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

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.

Una adeguata conoscenza degli impatti dell'organizzazione in ambito economico, ambientale e sociale ed una efficace gestione degli stessi sono strettamente correlati ad una struttura di governo chiara e ben definita nei ruoli e nelle responsabilità.

Il Gruppo Martini ha assegnato le risorse alle diverse funzioni Aziendali sulla base delle competenze specifiche di ciascuna di esse. Ha definito, quindi, i rapporti gerarchici tra le funzioni stesse, individuando quelle che operano trasversalmente a tutta la struttura produttiva, quali ad esempio: Assicurazione Qualità, Salute e Sicurezza dei Lavoratori, Ambiente, Risorse Umane, Tecnica.

Esse, grazie alle loro specifiche competenze, tengono monitorati i processi produttivi, effettuano audit di conformità normativa e gestionale e sono punto di riferimento essenziale per l'individuazione di azioni correttive a fronte di eventuali problematiche che dovessero emergere.

Queste funzioni, inoltre, partecipano attivamente a gruppi di lavoro che le vedono protagoniste fin dalle fasi iniziali nell'analisi dei progetti in ottica ESG, contribuendo ad individuare tutte le azioni necessarie per perseguire un miglioramento continuo.

La definizione di job description e di procure speciali, unite a procedure e regolamenti per le attività dell'Azienda, sono la garanzia di una gestione dei processi efficiente ed efficace.

L'organo di governo societario è rappresentato, per tutte le Società, da un Consiglio di Amministrazione, formato da 3 a 5 persone e 3 membri indipendenti.

La presenza di donne all'interno dell'organo di governo di Martini SpA è tra il 33% e il 50%, mentre nelle altre Società è generalmente inferiore al 33%.

Quanto alla media d'età dell'organo di governo, Martini SpA, Martini Alimentare Srl e Martini Stagionatura Srl si attestano sui 30-50 anni, mentre la leadership di C.A.F.A.R. Sac e Ma.Ge.Ma. Sac ha un'età media superiore ai 50 anni.

Le Aziende facenti parte del Gruppo Martini sono peraltro tutte parte di associazioni di categoria di settore e, salvo Martini SpA, aderiscono tutte a consorzi di tutela, confermando così il loro impegno a garantire prodotti di qualità grazie anche ai numerosi controlli interni.



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.

Per questo motivo l'Azienda ha ritenuto di individuare i propri fattori di rischio e dotarsi di strumenti strategici per affrontarli.

Per quanto riguarda i diritti umani vogliamo riportare alcuni esempi a supporto del loro rispetto.

Le attività produttive del Gruppo Martini sono svolte da personale di diverse etnie; ovvero da gruppi di individui che non solo mostrano una diversità in termini biologici e somatici, ma anche per aspetti culturali e linguistici. L'Azienda ha sempre cercato di diffondere a tutto campo una "cultura delle differenze" favorendo atteggiamenti e comportamenti non discriminatori, garantendo premi e benefici esclusivamente sulla base dell'esito delle attività svolte.

Tale approccio al lavoro portato avanti nel tempo mostra visibilmente i suoi risultati come, solo per citarne alcuni, la pacifica convivenza delle diverse etnie o ruoli di responsabilità occupati da personale di varie origini.

Per rendere ancor più solida questa visione Aziendale, è stato coinvolto direttamente anche il sindacato, siglando appositi accordi sindacali, come ad esempio quello che garantisce il permesso di rientrare nel proprio paese di origine e dalla propria famiglia, ad intervalli di tempo definiti.

L'Azienda, già da tempo, organizza le proprie strutture nel rispetto del benessere animale, coinvolgendo tutto il personale che opera a stretto contatto nelle fasi di allevamento degli stessi.

La possibilità di disporre di personale tecnico e veterinario esperto garantisce il pieno rispetto delle normative cogenti in materia di benessere animale; le quali coinvolgono le filiere sia per gli aspetti di benessere sanitario (antibiotic free) sia per gli aspetti ambientali (arricchimenti ambientali, lenta crescita, utilizzo di luce naturale, maggior disponibilità di spazio, etc..)

L'Azienda ha deciso di certificare questi aspetti, nella filiera suinicola con il DTP 109, rilasciato dall'ente CSQA, e nella filiera avicola aderendo al Disciplinare Unalitalia.

Martini intende perseguire questo percorso incrementando produzioni rispettose di questi standard dando origine a produzioni che rispondono alla sensibilità sempre maggiore dei consumatori moderni verso questi aspetti.



Etica **professionale**

*GRI 2-22, GRI 2-23, GRI 2-24, GRI 2-25, GRI 2-27

Un maggiore benessere degli animali è garanzia di una minore difettosità degli stessi, di una maggiore qualità del prodotto e di una riduzione dei costi, determinata principalmente dalla riduzione del consumo di antibiotici.

L'Azienda mostra particolare sensibilità verso l'antibiotico resistenza che oggi rappresenta un grave rischio a livello sanitario mondiale.

Vuole infatti essere parte attiva nella gestione dell'antibiotico resistenza, attraverso una riduzione della quantità di antibiotici utilizzati in ambito animale.

Martini promuove forme di allevamento che consentono di ottenere produzioni con minor uso di antibiotici, mettendo in primo piano il benessere dell'animale e l'applicazione, attenta e costante, delle misure di biosicurezza, privilegiando quindi la prevenzione delle patologie, rispetto alla terapia.

In tema di etica professionale, le Società considerano gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio Aziendali e gestiscono i rischi normativamente previsti.

Tutte le Aziende del Gruppo hanno formalizzato i propri impegni in tema di sostenibilità, per gestire gli impatti economici, sociali ed ambientali derivanti dalle proprie attività: in particolare hanno definito una strategia di sostenibilità integrata all'interno di quella industriale.

È stato, inoltre, sviluppato un codice di condotta interno, contenente principi e valori che le Società perseguono in ambito di benessere animale, identificando altresì una figura professionale specifica sul tema.

Tutte le Società del Gruppo sono infine allineate sull'agire attivamente per ridurre il più possibile l'utilizzo di antibiotici e farmaci all'interno delle filiere zootecniche.

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.

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



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.

In tema di qualità, le Società presentano certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale/internazionale proprio in merito ai propri prodotti e processi.

Martini Alimentare Srl commercializza prodotti ottenuti negli stabilimenti di Ma.Ge.Ma. Sac e C.A.F.A.R. Sac conformi allo standard IFS (International Food Standard) per garantire i requisiti richiesti dalla Grande Distribuzione.

A questo si aggiunge anche l'adesione parte di C.A.F.A.R. Sac al Disciplinare di etichettatura volontaria delle carni di pollame.

Martini Alimentare Srl, inoltre, collabora con la propria catena di fornitura per promuovere e garantire il benessere animale secondo protocolli e standard volontari riconosciuti a livello nazionale ed ha ottenuto anche la certificazione di Filiera controllata DTP 035.

Va altresì confermata la presenza di un codice etico interno a tutte le Società del Gruppo che tratta anche tematiche relative alla sostenibilità (incluso aspetti di governance, sociali ed ambientali).

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



Ambiente

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

Gestione degli **impatti ambientali**

Il Gruppo Martini 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.

A sostegno di ciò, ad oggi, le aziende del Gruppo hanno implementato sistemi di gestione ambientale che, in alcuni stabilimenti, sono stati certificati ISO 14001.

Il Gruppo ha identificato all'interno della propria struttura organizzativa delle funzioni dedicate al monitoraggio e controllo dei propri impatti, all'individuazione, in collaborazione con tutte le funzioni Aziendali, delle migliori tecniche da adottare per ridurre quanto più possibile i propri impatti.

La sensibilizzazione, la formazione e l'attenzione all'ambiente rientrano nella strategia e nei piani di sviluppo.



**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 dei prodotti stessi.

Il tema dei materiali riguarda in particolare le società Ma.Ge.Ma. Sac, C.A.F.A.R. Sac e Martini Alimentare Srl.

In merito al packaging, le tre aziende si avvalgono, quando possibile, di materiale riciclato o lo richiedono ai propri fornitori.

Nell'area della zootecnica, i materiali principalmente prodotti dall'Azienda nel corso del 2023 sono le deiezioni animali (feci e urine) comprensive delle lettiere usate, provenienti dagli allevamenti zootecnici, che vengono gestiti come materiale destinabile ad uso zootecnico, evitando la produzione di rifiuti.

Nella mangimistica una delle principali attività svolte nel rispetto dell'economia circolare delle materie prime, consiste nel creare rapporti di fornitura con altre Aziende alimentari, tra cui pastifici, di materiali, altrimenti inutilizzate, con caratteristiche nutrizionali adeguate, da inserire nelle proprie formulazioni mangimistiche.

Martini ritiene tali attività virtuose dal punto di vista della circolarità. Un'altra attività virtuosa consiste nella destinazione ad uso energetico di mangime che, per le sue caratteristiche, non può essere destinato ad uso zootecnico.

Sino ad ora, esso, veniva destinato come rifiuto fintanto che non è stata individuata la possibilità di utilizzarlo all'interno di impianti di digestione anaerobica come sottoprodotto per la produzione di biogas, in miscela con altre matrici organiche, in quanto costituito essenzialmente da sostanza organica utile per l'attività batterica alla base del ciclo produttivo del biogas.

La sinergia tra realtà produttive differenti consente di prevenire la produzione di rifiuto ab origine aderendo a pieno titolo ai principi dell'economia circolare.

Al termine del capitolo Ambiente, il focus dedicato ai sottoprodotti.

**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 Gruppo Martini, nel corso del 2023, ha visto un consumo di energia elettrica, complessivo di tutti i suoi siti, pari a

72.548 MWh.

I maggiori consumi energetici per il Gruppo sono sicuramente rappresentati dagli impianti per il raffreddamento e/o surgelazione delle aree di lavorazione e dalle celle di stoccaggio delle materie prime e dei prodotti finiti. L'aumento delle linee produttive e dell'area logistica vedrà nel prossimo futuro, numerose investimenti in termini di automazione che comporteranno conseguentemente un aumento dei consumi totali ma, grazie alla maggiore efficienza, si otterrà una riduzione dei consumi specifici

Maggior efficienza per ridurre i consumi.

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.

Trend - Valore dell'investimento in efficientamento (€)

2022: 2,350 mln €

2023: 4,040 mln €

Δ% 2023-2022: + 71,9%



Maggior efficienza **per ridurre i consumi.**

Tra gli interventi di efficientamento, Martini, ha individuato metodi per la produzione di energia meno impattanti per l'ambiente come la cogenerazione:

Gli impianti di cogenerazione permettono la produzione combinata di energia elettrica ed energia termica partendo da un'unica fonte di energia primaria, il gas metano.

Tra gli interventi di efficientamento, Martini, ha individuato metodi per la produzione di energia meno impattanti per l'ambiente come la cogenerazione:

Gli impianti di cogenerazione permettono la produzione combinata di energia elettrica ed energia termica partendo da un'unica fonte di energia primaria, nel caso della Martini, il gas metano. Un impianto di cogenerazione, dunque, fornisce sia elettricità che calore, garantendo una migliore resa energetica rispetto alle due produzioni separate e quindi riducendo il proprio impatto.

Ad oggi il Gruppo presenta ben tre impianti di cogenerazione, rispettivamente presso gli stabilimenti di trasformazione di Gatteo e Castiglione e presso il mangimificio di Longiano, i quali producono un quantitativo di energia elettrica e termica, ciascuna pari a 3.700 kW istantanei.

Il Gruppo si sta impegnando ad aumentare la propria efficienza energetica, sia migliorando le prestazioni dei propri cogeneratori già esistenti, presso i siti di Gatteo e Castiglione di Ravenna, sia aumentando il numero degli stessi come, ad esempio inserendo un nuovo coogeneratore, presso lo stabilimento alimentare di Longiano, Felino e presso il Mangimificio di Longiano.

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



Acqua e scarichi idrici

*GRI 303-2, GRI 303-3, GRI 303-5

La gestione in maniera sostenibile delle risorse idriche è di fondamentale importanza per l'impatto dell'organizzazione a tema ambientale, considerate come bene condiviso e da preservare.

L'area zoomangimistica del Gruppo, nel corso del 2023, ha visto un consumo di risorsa idrica pari a circa il 3% in rapporto all'insieme dei siti produttivi Aziendali, connesso principalmente all'abbeveraggio degli animali allevati, al lavaggio dei capannoni dove gli stessi alloggiano e alla produzione di vapore a scopo termico per quanto riguarda i mangimifici.

Le acque superficiali, di falda e acquedotto sono le principali fonti di approvvigionamento.

La maggioranza del consumo idrico (97%) è da attribuirsi all'area alimentare, in quanto le attività ad essa connesse prevedono un maggior consumo di acqua, legato principalmente alle prime fasi di lavorazione ed in particolare al lavaggio delle aree di lavoro, unito alla sanificazione delle stesse.

Consumo Idrico di tutte le Società del Gruppo: 1.279.217 m³.

Negli ultimi anni l'Azienda si è sensibilizzata molto sulla tutela della risorsa idrica, promuovendo innanzitutto la cultura del risparmio idrico e adottando tutte le tecniche possibili per il risparmio idrico. Sono ad esempio in corso l'installazione, sempre più capillare, di contatori per il monitoraggio dei consumi, al fine di individuare le eventuali aree più critiche, e poter intervenire in modo mirato con sistemi di risparmio; particolare attenzione è stata dedicata inoltre ai sistemi di lavaggio, allo scopo di renderli più efficienti rispetto al passato, ma con un minor consumo di acqua.

Laddove possibile, il Gruppo predilige l'utilizzo di acqua superficiale a quella di falda: già da anni, infatti, lo stabilimento alimentare di Gatteo attinge acqua dal Canale Emiliano Romagnolo, eliminando completamente il prelievo di acqua da falda, contribuendo così a limitare il fenomeno della subsidenza, il quale rappresenta in tale zona un problema tangibile.

Il Gruppo predilige l'utilizzo di acqua superficiale a quella di falda.

Per il Gruppo Martini ridurre l'approvvigionamento idrico e gravare meno sulle fonti idriche, significa adottare tecniche produttive richiedenti un minor consumo di acqua e recuperarne quanto più possibile: è per questo che sta implementando ambiziosi progetti di ultrafiltrazione delle acque di scarico per poterle riutilizzare e destinare, quando in eccesso, in acque superficiali, senza gravare sui depuratori comunali, destinati primariamente alle esigenze dei cittadini.

Al capitolo "I nuovi progetti" sono riportati gli interventi futuri che l'Azienda ha in programma per migliorare i propri impatti ambientali, mentre al termine di questo capitolo sono presenti i progetti già attivati nel corso dell'anno di rendicontazione.

**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.

Il Gruppo Martini si adopera affinché, presso i propri siti produttivi, gli impianti emissivi e i rispettivi sistemi di abbattimento, siano in perfetta efficienza, effettuando adeguata manutenzione e controlli analitici periodici. Il Gruppo ha inoltre, negli ultimi anni, rinnovato alcuni impianti di abbattimento delle emissioni adottando quelli più tecnologicamente avanzati, come ad esempio quello di recente installazione presso lo stabilimento alimentare di Longiano.

Le Società del Gruppo misurano le emissioni Aziendali relative all'inquinamento atmosferico. Il totale delle emissioni di gas serra SCOPE 1 (emissioni dirette) è pari a

2.523,16 tCO₂ eq.

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

31.750,04 tCO₂eq.

I mezzi Aziendali dei quali è dotata la società sono:



- 7 mezzi a Metano
- 160 mezzi Diesel

**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 corso dell'anno di rendicontazione l'area zoomangimistica ha registrato una produzione di rifiuti pari a circa il 20% del totale rifiuti prodotti, quali carta, plastica e rifiuti sanitari.

L'area alimentare presenta invece una tipologia di rifiuti più articolata rispetto alla zoomangimistica: tra i principali, si registrano il materiale proveniente dai sistemi di trattamento delle acque reflue, carta e plastica (imballaggi), residui di diverso tipo provenienti dalle attività di manutenzione interna e altri in minori quantitativi.

Di seguito si elencano le diverse tipologie di rifiuti conferiti:

- Carta;
- Plastica;
- Vetro;
- Materiale informatico;
- Altro materiale come neon, rifiuti sanitari, legno, olio esausto, fanghi e sale.

Il totale dei rifiuti prodotti nel corso dell'ultimo anno dall'area alimentare del Gruppo è pari a circa l'80% del totale.

Totale rifiuti prodotti dal Gruppo:

35.679,21 ton.

In questi anni, nei siti produttivi, ci si è adoperati per raggiungere alti livelli di raccolta differenziata dei rifiuti. Sebbene si intenda continuare in tal senso, tuttavia ci si concentrerà sulla raccolta differenziata negli uffici, affinché anch'essi possano raggiungere valori efficienti di differenziazione.

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



FOCUS

AMBIENTE

Focus Energia

Cogenerazione e Trigenerazione

La trigenerazione è un particolare campo dei sistemi di cogenerazione che, oltre a produrre energia elettrica e calore, consente di utilizzare l'energia termica recuperata dalla trasformazione termodinamica anche per produrre energia frigorifera, grazie ad assorbitori che sfruttano il calore per produrre acqua fredda e gelida. Essa rappresenta una soluzione ideale per il fabbisogno di energia elettrica, energia termica sotto forma di acqua calda o vapore e acqua refrigerata per il corretto funzionamento dei processi industriali.

L'Azienda sta ultimando l'inserimento, presso lo stabilimento alimentare di Longiano, di un impianto di trigenerazione, il progetto ha avuto inizio nella seconda metà del 2022.

Sempre nell'ottica di migliorare l'efficienza energetica l'Azienda ha in animo di sostituire l'impianto di cogenerazione già esistente presso il sito di Gatteo con uno più innovativo e performante e di aggiungerne di nuovi presso il prosciuttificio di Felino e il mangimificio di Longiano.

Focus Acqua

La realizzazione di un impianto di depurazione biologico di tipo MBR (Membrane Biological Reactor) per il trattamento delle acque reflue in uscita dall'impianto di flottazione esistente nei siti CAFAR di Gatteo e Longiano.

Il depuratore ha l'obiettivo di ridurre sensibilmente la concentrazione degli inquinanti presenti nel refluo proveniente dalle attività produttive, in modo che le acque depurate possano essere compatibili con i limiti per il loro riutilizzo per fini non potabili (acque di raffreddamento, lavaggio piazzali, irrigazione, ecc...).



SDGs del progetto

Il Progetto è in linea con 2 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite, nell'ambito di Agenda 2030.



GOAL 6 - Agenda 2030:

“Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie”

Il progetto è conforme al GOAL 6, stando a quanto riportato dal target 6.4. Entro il 2030, aumentare sostanzialmente l'efficienza idrica da utilizzare in tutti i settori e assicurare prelievi e fornitura di acqua dolce per affrontare la scarsità d'acqua e ridurre in modo sostanziale il numero delle persone che soffrono di scarsità d'acqua.



GOAL 12 - Agenda 2030:

“CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI”

Tale GOAL vuole garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo, in particolare al Target 12.2 si prevede di raggiungere, entro il 2030, la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali

L'Emilia-Romagna vuole migliorare la qualità e la disponibilità dell'acqua perché sia sicura, alla portata di tutti senza sprechi, inoltre, per tutelare e valorizzare la risorsa idrica sta migliorando lo stato degli ecosistemi, anche mediante la riduzione dei consumi e degli sprechi anche nel settore industriale.

La Regione Emilia-Romagna nel 2015, prima in Italia, si è dotata di una legge regionale per l'economia circolare, ponendosi obiettivi più ambiziosi di quelli fissati dall'Unione Europea per un'economia di recupero che permetta di “fare di più con ciò di cui già disponiamo”, riducendo il consumo di risorse e di capitale naturale e contribuendo a migliorare l'impronta ecologica del pianeta.



Standard **SASB e GRI**

Materialità SASB di progetto	GRI Associato
Acqua e Scarichi Idrici	303-2 (Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua) 303-4 (Scarico di acqua)

FOCUS **EMISSIONI**

Decarbonizzazione

Il Gruppo Martini sta intraprendendo un percorso di decarbonizzazione, a partire dal proprio sito alimentare di Gatteo per poi estenderlo a tutti gli altri siti produttivi. Decarbonizzare il nostro sistema energetico e ci metterà nella giusta traiettoria per poter contenere il surriscaldamento del Pianeta a fine secolo entro +1,5°C rispetto al 1870.

Il termine decarbonizzazione significa letteralmente riduzione del carbonio ed è una delle parole chiave delle linee guida di sviluppo dell'Azienda.

Il percorso si suddividerà su più fasi:

Fase 1 - Fase Preliminare

Risultato:

- ✓ Definizione dei target di riduzione delle emissioni di CO2

Fase 3 - Fase di Strategia

Risultato:

- ✓ Elenco delle azioni correttive più idonee e conformi
- ✓ Mappatura della riduzione delle emissioni di CO2eq grazie all'azione di possibili interventi correttivi

Fase 2 - Impronta di Carbonio

Risultato:

- ✓ Mappatura delle emissioni di CO2eq nell'anno di riferimento
- ✓ Modello di previsione rispetto all'anno target

Fase 4 - Percorso di Decarbonizzazione

Risultato:

- ✓ Presentazione del Percorso di Decarbonizzazione



FOCUS MATERIALI

Packaging

Martini pone in evidenza l'importanza di valorizzare gli "scarti".

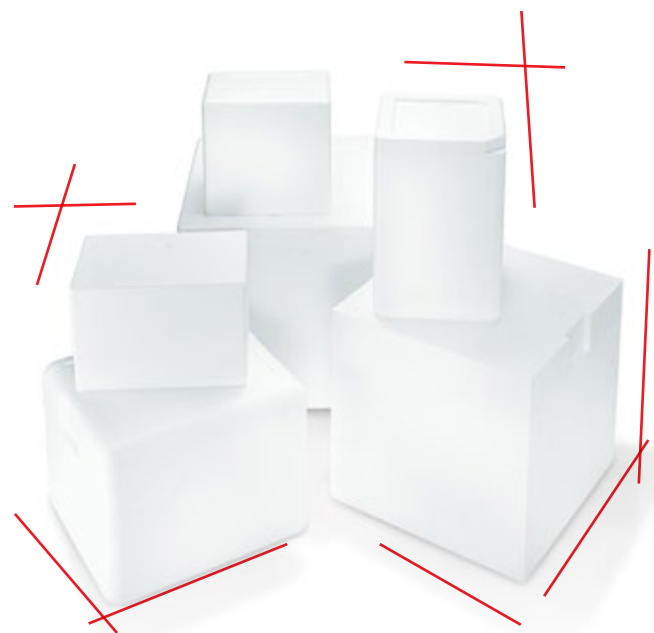
Il pensiero "circolare" è il pensiero del futuro.

La circolarità è rispetto della natura e delle sue risorse preziose, ma soprattutto è risparmio, innovazione, è tecnologia al servizio dell'ambiente e dello sviluppo sostenibile. In una parola, è responsabilità per le generazioni attuali e per quelle che verranno. Riteniamo pertanto essenziale prevenire "ab origine" la produzione di rifiuti, dando vita a nuovi prodotti che possono essere impiegati all'interno dei cicli produttivi esistenti oppure di altre filiere, inclusa la destinazione energetica.

In linea con quanto appena definito Martini Alimentare ha intrapreso un percorso finalizzato all'impiego di vaschette in polistirolo espanso realizzate con materiale riciclato post consumo.

Un progetto di ecodesign che ha portato a un risultato di straordinaria importanza in linea con le linee guida della green economy e nel rispetto delle nuove direttive europee in tema di riciclo e sostenibilità, ottenendo una materia prima seconda certificata «Plastica Seconda Vita» da impiegare nei propri processi di confezionamento del prodotto finito.

I dati LCA evidenziano un notevole miglioramento in termini di GWP (Global Warming Potential) superiore al 50 % per questa nuova tipologia di imballaggio, rispetto a quello realizzato con polimeri fossili.





Capitale umano

*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

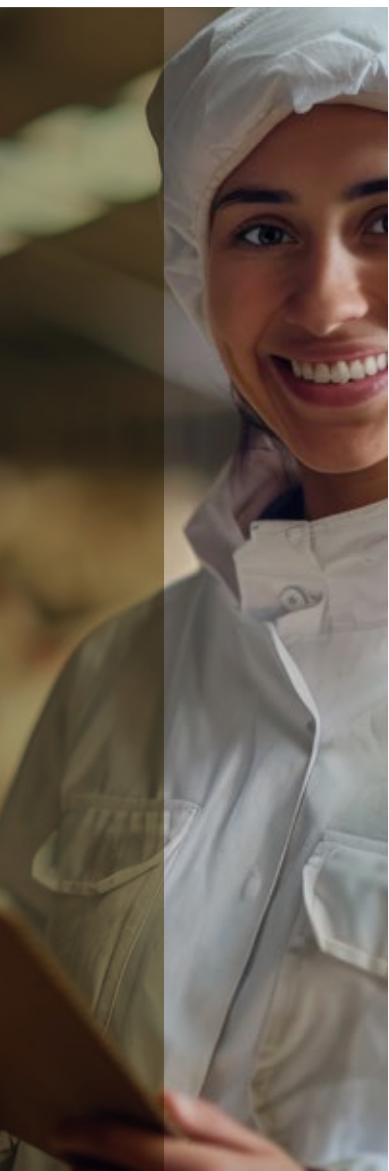
Occupazione

Fondamentale è comprendere l'approccio dell'organizzazione all'impiego di risorse e alla creazione di posti di lavoro: particolare attenzione viene prestata alle fasi di assunzione, selezione e fidelizzazione del personale, oltre alle 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.

Nelle seguenti tabelle, il quadro dipendenti del Gruppo

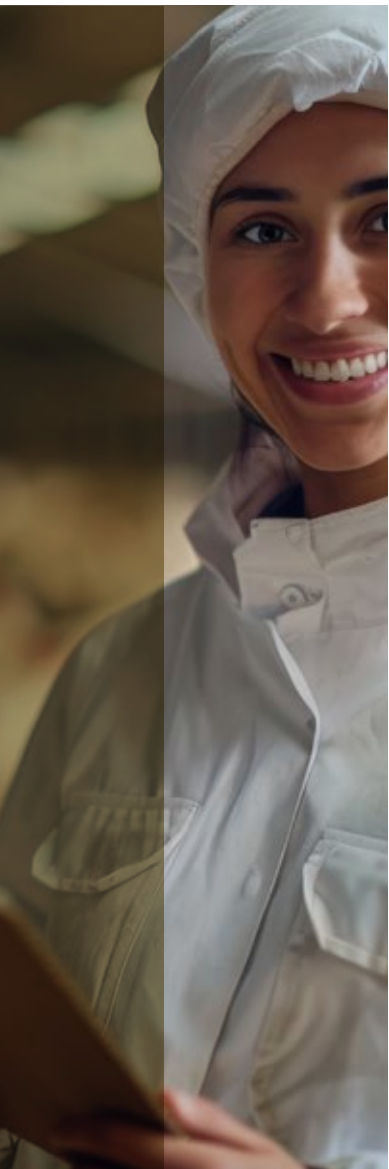
Dipendenti (inclusi stage e tirocini)	Numero Donne	Numero Uomini
Dirigenti	2	18
Quadro	0	24
Impiegati	106	189
Operai	1045	1113
Consulenti autonomi	0	1



Occupazione

Nella tabella che segue, distinta per Società, la distribuzione dei dipendenti per tipologie di contratto, anagrafica e Contratto collettivo applicato.

	Martini SpA	Martini Alimentare Srl	Martini Stagionatura Srl	C.A.F.A.R. Sac	Ma.Ge.Ma. Sac	Malocco SpA
Età media dipendenti	Tra i 30 e i 50 anni	Tra i 30 e i 50 anni	Tra i 30 e i 50 anni	Tra i 30 e i 50 anni	Tra i 30 e i 50 anni	Superiore ai 50 anni
% Contratti a tempo determinato	14%	2%	0%	92%	82%	1%
% Contratti part-time	4%	4%	11%	0%	1%	25%
% Stage/Tirocini	7%	17%	/	0%	0%	1%
Ore lavorate	1.686	1.681	1.540	1.848	1.890	1828
Posti di lavoro creati nell'anno	2	13	/	87	47	0
CCNL Applicato	Industria Alimentare (2019) Impiegati agricoli (2022) Operai agricoli e florovivaisti (2022) Dirigenti Industria (2019)	Industria Alimentare (2019)	Industria Alimentare (2019)	Cooperative e Consorzi Agricoli (2020)	Cooperative e Consorzi Agricoli (2020)	Industria Alimentare (2019)



Occupazione

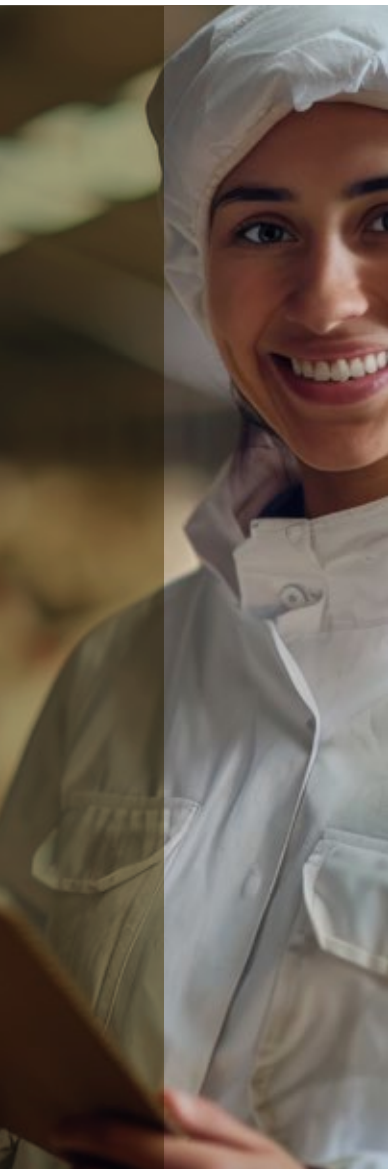
Dall'analisi dei dati riportati in tabella, si osserva in C.A.F.A.R. e MA.GE.MA. una percentuale elevata di contratti a tempo determinato: a commento di questo dato, si riporta a quanto già precedentemente sottolineato. Le cooperative agricole si caratterizzano per applicare contratti a tempo determinato, per far fronte alla necessità di modulare la forza lavoro in relazione della stagionalità, tipica dell'agricoltura. Non si può però parlare di precariato, dal momento che i contratti applicati nelle due cooperative prevedono, a fine anno, il termine del rapporto di lavoro e l'automatica riassunzione all'inizio dell'anno successivo.

Un'attenzione particolare da parte di tutte le Aziende del Gruppo Martini è rivolta alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro: sono infatti previste normative interne con indirizzi specifici in materia, rivolti esclusivamente ai dipendenti dell'Azienda e rafforzativi, intesi come politiche e procedure ad integrazione dei Protocolli standard, al fine di ridurre i rischi di interferenza, nonché per monitorare con attività di controllo e audit le performance dei dipendenti.

Trend - Salario base annuale medio (€)

△ % 2023-2022: + 5,2%

Società	Ore di formazione (h)
Martini SpA	3.613
Martini Alimentari Srl	950
Martini Stagionatura Srl	68
C.A.F.A.R. Sac	13.278
Ma.Ge.Ma. Sac	10.100
Malocco SpA	800
Totale ore di formazione	28.809



Trend - Numero di ore di formazione erogate

Δ% 2023-2022: + 13,3%

i principali temi ad oggi affrontati nel corso delle attività di formazione, hanno riguardato:

- Salute e sicurezza sul lavoro,
- Ambiente,
- Qualità e sicurezza alimentare.

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

FOCUS: Gestione e valorizzazione del personale

Il Gruppo Martini, in continuità con il proprio percorso di trasformazione, ha dato inizio ad una forte valorizzazione del personale, individuando nuovi talenti già avviati nel percorso professionale e di giovani risorse alla prima esperienza lavorativa quali neodiplomati e neolaureati.

La funzione HR, attraverso le politiche di gestione del personale messe in atto negli ultimi anni, è riuscita a dare una concreta risposta alle esigenze di sviluppo dell'Azienda. È stata posta una particolare attenzione al percorso di crescita delle persone, che ha portato alla loro fidelizzazione all'Azienda, assicurando la copertura dei ruoli richiesti.

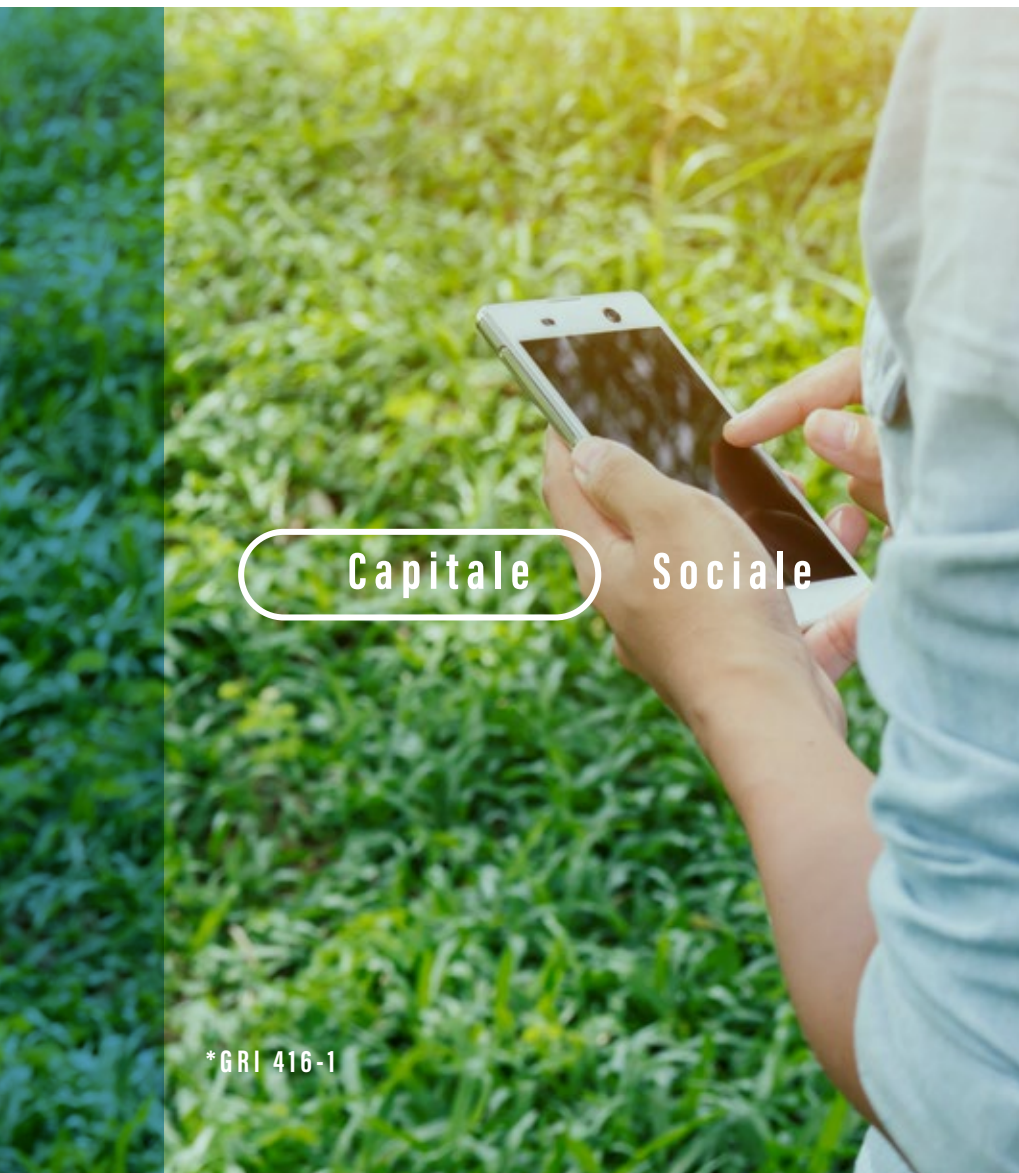
La ricerca del personale, più strutturata e digitale, ha agevolato il collegamento con le nuove e giovani risorse che hanno familiarità con strumenti tecnologici.

Compensation & Benefit

Nel corso dell'anno un altro tema su cui è stata particolare attenzione è il rafforzamento o l'implementazione di "welfare Aziendali" come strumento di valorizzazione e soddisfazione delle risorse.

Organization & Development

Oggi la funzione HR di sviluppo ed organizzazione si propone di migliorare le abilità, le conoscenze e le competenze delle risorse, al fine di contribuire alla crescita complessiva del Gruppo. Il Gruppo sta dunque lavorando parallelamente su progetti differenti, tutti finalizzati allo sviluppo delle risorse, grazie all'individuazione di azioni che permettono di porre al centro il capitale umano come asset prezioso del Gruppo, investendo quindi nel successo dell'organizzazione.



Rapporti con la clientela

Il prodotto finito che deriva dagli stabilimenti di trasformazione viene commercializzato dalla Martini Alimentare srl, che è un importante player nella commercializzazione della carne di suino, pollo e coniglio oltre che dei 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, 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 si fa promotore delle richieste del Mercato, traducendole in prodotti ricchi di contenuti e di servizi per rispondere alle esigenze dei consumatori, sempre più attenti ad aspetti etici, oltre che alla qualità, salubrità e praticità nella conservazione, preparazione e consumo.

L'attenzione del consumatore moderno e la volontà di contribuire con la propria attività a migliorare la sostenibilità della produzione delle filiere zootecniche, ha stimolato l'Azienda, già da tempo, a segmentare la propria proposta commerciale con un ampio portafoglio prodotti che annovera confezioni retail in atmosfera protetta per migliorare la shelf-life, riducendo gli sprechi familiari, prodotti senza la presenza di allergeni, ottenuti da animali non trattati con antibiotici e con benessere elevato



Rapporti con la clientela

Il Piano di Innovazione che unisce strategie volte a rendere la filiera Martini maggiormente competitiva e resiliente grazie a una logica di sostenibilità applicata e mirata alla produzione suinicola. Per allinearsi agli obiettivi della strategia Farm to Fork nell'ottica di una "transizione green" del sistema di allevamento.

Attuato in collaborazione con l'Università di Bologna, il piano è volto a migliorare la salute e il benessere dei suini allevati in filiera ottimizzando l'utilizzo degli input produttivi per mitigare l'effetto della zootecnia intensiva sull'ambiente.

La strategia di sostenibilità riguarderà ogni aspetto della filiera fino alla commercializzazione e conservazione dell'alimento, prevedendo l'utilizzo di packaging che riducano lo spreco di alimento e utilizzino materiali compostabili.

L'attuazione del Piano si ripercuoterà sull'intero sistema produttivo che sarà più competitivo con conseguente abbassamento della pressione ambientale della suinicoltura.

Il piano prevede 5 azioni:

- Azione 1 - Arginina nella dieta
- Azione 2 - Comparazione additivi
- Azione 3 - Riduzione quota proteica
- Azione 4 - Effetti della soia
- Azione 5 - Packaging sostenibile

Il mondo zoomangimistico è invece rappresentato dalla Martini Spa sul Mercato.

Essa è una realtà industriale e commerciale, la sua attività è finalizzata principalmente alla produzione di prodotti destinati all'alimentazione animale; dal 1918 seleziona e miscela le migliori materie prime per comporre una vasta gamma di mangimi, ciascuno studiato per le esigenze di crescita e di sviluppo di moltissime specie animali: da reddito, da riproduzione, da competizione e da compagnia.

I mangimi sono principalmente destinati alle proprie filiere integrate che includono anche allevamenti legati con contratti di soccida, per garantire un'adeguata disponibilità di animali per la successiva macellazione e trasformazione dei prodotti alimentari.



Rapporti con la clientela

Oltre che all'autoconsumo interno alle filiere zootecniche, una rilevante produzione di mangime è destinata alla commercializzazione verso allevamenti indipendenti di diverse specie animali (pollo, suino, bovino, ovino, ovaiole e selvaggina).

Il mangime destinato al libero mercato è ritenuto un prodotto di elevata qualità ed affidabilità, per ottenere produzioni qualificate. A tal proposito, si ricorda la produzione di mangimi destinati all'alimentazione delle vacche da latte per la realizzazione del Parmigiano Reggiano, oppure ai suini destinati alla produzione del Prosciutto di Parma DOP.

Sebbene la conigliocultura italiana sia da tempo in forte contrazione e veda un lento declino, per Martini la propria Filiera cunicola continua a rappresentare un'eccellenza riconosciuta ed essere un punto di orgoglio come confermato dai riconoscimenti a livello, non solo italiano, ma anche europeo ed internazionale, dagli addetti al settore.

Elemento distintivo della nostra Filiera è quello di essere totalmente integrata, permettendo quindi di avere un controllo garantito e capillare su tutti i livelli della Filiera. I mangimi prodotti dai nostri mangimifici e destinati agli allevamenti cunicoli, sono una garanzia per gli aspetti nutrizionali e qualitativi.

Un altro elemento di eccellenza è rappresentato dal nostro centro genetico, situato a Santa Maria Codifiume, riconosciuto a livello mondiale. Agli animali vengono garantite condizioni di crescita nel pieno rispetto del benessere animale, grazie ad allevamenti caratterizzati da moderna tecnologia e strutture all'avanguardia.

La possibilità di allevare animali delle nostre linee genetiche assicura ancora di più la stretta relazione tra questi anelli della Filiera.

Le caratteristiche della nostra Filiera integrata assicurano:

- Alta affidabilità
- Buon presidio del territorio
- Sviluppo delle vendite in ogni canale, favorendo la maggior trasformazione ed innovazione di prodotto

Siamo orgogliosi della nostra linea del prodotto "Sano come sono" che include anche prodotti di coniglio.

"Sano come sono" è l'emblema di una scelta che punta tutto sul benessere animale a partire dalle linee genetiche provenienti dai centri di selezione Martini dove i conigli vengono accuratamente selezionati. La loro crescita si basa su un'alimentazione appositamente studiata con mangimi bilanciati che escludono l'utilizzo di OGM e composti da erba medica essiccata in campo (fieno), frumento, orzo e farina di girasole, coltivati da aziende agricole romagnole.

Vogliamo sottolineare la collaborazione con l'Azienda Valleuno del Gruppo Carli, per portare sul mercato prodotti di elevata qualità senza la necessità di trattare gli animali con antibiotici.



Comunità locali *GRI 413-1

Sin dai primi passi della propria storia, il Gruppo Martini ha sempre avuto un atteggiamento di profonda interazione – traslato ai giorni nostri parleremmo di “Engagement” – nei confronti delle comunità locali, per questo l’integrazione della Società con la comunità locale è un aspetto a cui il Gruppo Martini vuole prestare particolare attenzione.

L’Azienda è presente in alcuni territori da oltre cent’anni, con un rapporto di convivenza equilibrato e rispettoso, a testimonianza del suo interesse verso il circondario, attraverso azioni nel rispetto delle esigenze comuni.

Nell’ anno 2023, il Gruppo Martini è riuscito a promuovere e sviluppare diverse iniziative a favore delle comunità presenti nelle aree in cui si trova ad operare. Le iniziative rientrano principalmente in due ambiti, strettamente interconnessi: lo sport e la salute.

Tra queste meritano una specifica menzione alcuni interventi che hanno avuto un impatto positivo sulle comunità di riferimento:

- 1) Sponsorizzazione “Auser” per la manifestazione in attesa del natale denominata “Dicembre al Rio Parco” per favorire la partecipazione e l’integrazione fra diverse generazioni in un periodo di ambiente particolare;
- 2) Sponsorizzazione alla “Podistica Sammaurese” manifestazione sportiva che si è tenuta a san mauro Pascoli denominata “44° giro della Torre”
- 3) Sponsorizzazione per la camminata benefica intitolata “Gambettola dal cuore rosa”
- 4) Sponsorizzazione all’ associazione culturale castiglione “Umberto Foschi” per il progetto estivo “Estate a Palazzo Grossi”
- 5) Sponsorizzazione pro loco Longiano per tutti gli eventi estivi e invernali
- 6) Maratona Alzheimer: la grande marcia si svolge sui 15 km che uniscono lo stadio Manuzzi di Cesena al mare di Cesenatico. Martini, da anni, sostiene la Fondazione Maratona Alzheimer, la quale si basa su due obiettivi specifici:
 - comprendere le esigenze delle persone affette da demenza senile;
 - aumentare la consapevolezza della comunità su questa malattia divulgando la necessità di interventi di cura specifici.
- 7) Maratona di Ravenna: “Martini Good Morning Ravenna”: una gara ludico motoria non competitiva, finalizzata non solo alla salute personale, ma anche alla promozione di aspetti culturali: tutti i partecipanti alla 10 Km, infatti, con il proprio pettorale, entrano gratuitamente in 5 musei della zona
- 8) Diabetes Marathon Forlì: “Diabete Marathon Walk and Run”, che permette di continuare a garantire sostegno psicologico e momenti di condivisione per adulti e bambini con diabete



Altre iniziative supportate da anni dal Gruppo Martini sono

- Martini crede fortemente che il futuro metta radici nei cuori e nelle menti dei giovani, per questo ha scelto di supportare il progetto "Aiutaci a crescere, regalaci un libro" di Giunti Editore, donando, alle classi terze della scuola secondaria Pascoli di Gatteo e Gatteo Mare, il libro "Paolo Sono" di Alex Corlazzoli, edito da Giunti Editore.
- L'attenzione verso i territori in cui opera, porta Martini ad avere un'attenzione verso la Caritas Diocesana, della quale supporta l'impegno che mette nei numerosi progetti atti ad accogliere le persone in difficoltà, che vivono situazioni di disagio o marginalità.
- L'Azienda ha sempre accolto le sollecitazioni delle diverse associazioni e dei comuni per contribuire ad una solidarietà sociale che chiama tutti, sia come singoli individui che come Azienda, ad avere una parte in progetti virtuosi. Tra questi si ricorda il copioso contributo che Martini fornisce alle Cucine Popolari di Cesena, donando periodicamente prodotti carnei, a sostegno di una solidarietà e di un'inclusione che vanno a tavola insieme per sfamare chi ha bisogno di cibo e relazioni umane.
- Interessante come il Gruppo punti su iniziative rivolte al coinvolgimento della comunità: le Società, infatti, propongono ad esempio corsi di formazione rivolti agli allevatori al fine di favorire la comunicazione e la condivisione delle conoscenze in merito al benessere animale.

Inoltre, va sottolineato l'impegno costante del Gruppo al servizio del territorio.

Dal 2021, il Gruppo Martini sostiene attivamente la "Casa Famiglia Adonai" nella lotta allo spreco alimentare e nel sostegno alle fasce più deboli della nostra comunità.

Grazie a questa importante partnership, ogni due o tre giorni, presso i nostri stabilimenti, i volontari dell'associazione prelevano prodotti alimentari ancora freschi ma prossimi alla scadenza, come carne suina, di pollo e di coniglio. Questi alimenti, che altrimenti andrebbero sprecati, vengono poi distribuiti a famiglie e persone in difficoltà.

Un gesto concreto per un futuro più sostenibile. Questa iniziativa rappresenta un esempio tangibile dell'impegno del Gruppo Martini verso la comunità e la sostenibilità.

Riducendo lo spreco alimentare e garantendo un pasto sano a chi ne ha bisogno, contribuiamo a costruire un futuro più equo e sostenibile.

Un grazie va a tutti i collaboratori che, con il loro lavoro quotidiano, rendono possibile questa importante collaborazione.



FOCUS: Progetti di promozione e recruiting

Progetto "Giovani Manutentori"

Nell'anno 2023, in collaborazione con la società GIGroup, abbiamo progettato "L'Academy per i manutentori elettromeccanici". Si tratta di un percorso formativo, professionale creato per una grande realtà industriale e commerciale specializzata nella filiera agroalimentare, che darà l'opportunità di apprendere i principi della manutenzione degli impianti di produzione alimentare. Alla fine dei 12 mesi di formazione con la società GIGroup vi sarà la possibilità di un contratto di apprendistato con il Gruppo Martini della durata di 24 mesi.

Recruiting e employer branding

Nel corso del 2023 il Gruppo Martini ha intrapreso collaborazione e partnership con Scuole tecniche e Università, non solo sul territorio locale ma su tutto il territorio nazionale. L'obiettivo è attrarre giovani per finalità di recruiting e potenziamento della forza lavoro nelle nostre strutture sparse in Italia e di sede, ma anche per finalità legate alla crescita del tessuto lavorativo, avvicinando disoccupati ed inoccupati per creare così una crescita economica e sociale.

Il Gruppo Martini nel 2023 ha sviluppato progetti che hanno fornito a giovani studenti un Know-How tecnico e operativo agevolando così l'inserimento nel mondo del lavoro e in Azienda. Con questa finalità anche nel corso del 2023 sono stati organizzati tirocini e project work presso le scuole e presso le società del Gruppo inserendo così tirocinanti e personale in forza lavoro.

Scuole

Il servizio Recruiting insieme al Direttore ufficio tecnico hanno mantenuto e consolidato nel corso dell'anno 2023 rapporti con gli istituti tecnici per il reclutamento di giovani neodiplomati. Manager e Tecnici del Gruppo hanno contribuito alla realizzazione di attività formative in aula.

Il Gruppo promuove dei percorsi di tirocinio e di alternanza scuola-lavoro presso le scuole del territorio allo scopo di avvicinare i giovani studenti alla realtà lavorativa. Queste esperienze, che continueranno anche nel 2024 sono estese sia alle aree produttive sia ai servizi amministrativi e commerciali dell'Azienda. In questo modo si intende sia ridurre il divario tra il sistema scolastico e il mondo del lavoro, che favorire la conoscenza del Gruppo attraverso un'esperienza pratica, finalizzata al consolidamento di competenze acquisite sui banchi di scuola.

**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 finanziari *GRI 203-1

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 ed 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.

In tema di rapporti con il territorio, il Gruppo Martini, nel corso dell'anno, ha effettuato donazioni a vantaggio della comunità delle zone in cui opera: sono state elargite donazioni per un totale di

71.845 €


Queste donazioni continueranno anche nei prossimi anni.

Tra le donazioni si cita quella a beneficio dell'importante "Progetto del cuore" che permette ai cittadini più svantaggiati del territorio di usufruire di un prezioso servizio di mobilità gratuita. Il sostegno ai giovani nello sport, ed in particolare nel calcio, ha caratterizzato le scelte a favore del territorio attraverso donazioni economiche: tra queste, la donazione all'Associazione ASD Calcio del Duca Grama.

Particolare importanza riveste il rapporto di vicinanza che lega, da oltre 20 anni, il Gruppo Martini ed i pazienti oncologici, i medici e i ricercatori, attraverso il sostegno delle attività di ricerca e di assistenza alla persona portate avanti dall'Istituto Oncologico Romagnolo Coop. Sociale Onlus e l'Associazione Volontari e Amici dell'Istituto Oncologico Romagnolo OdV.

In particolare, nel corso del 2023 il Gruppo Martini ha elargito circa 71.845 € di donazioni all'Associazione Amici e Volontari dello IOR: le donazioni contribuiscono allo sviluppo del Prime Center, il Centro di Prevenzione, Riabilitazione e Integrazione in Medicina e al sostegno della Ricerca scientifica e in particolare degli studi sull'Immunoterapia presso l'IRST IRCCS di Meldola.

**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 in ambito ESG, 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 di conformità 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.

Martini ha sviluppato un capillare sistema di rintracciabilità, lungo tutta la Filiera, a partire dalle materie prime fino al consumatore finale, includendo anche le fasi di trasporto.

Nel prossimo futuro l'Azienda incrementerà sempre di più il proprio sistema di "filiera digitale", volto al controllo e tracciamento dei propri prodotti in tutte le fasi di approvvigionamento e lavorazione.

Le analisi di controllo qualità dei prodotti, sono affidate a laboratori certificati UNI CEI EN ISO/IEC17025 (Requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura).

In merito poi ai fornitori di materie prime, il Gruppo svolge una particolare attività di monitoraggio, con particolare riferimento al grado di applicazione delle normative in tema di sicurezza alimentare.

Analogamente, anche per i mangimi vengono svolti capillari controlli per valutare il rispetto di tutte le normative vigenti in materia.

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



Linee guida per il nostro futuro

I nuovi progetti

Il Gruppo Martini, nell'individuare le linee guida strategiche per il prossimo futuro, ha messo a fuoco anche progetti aventi una rilevanza in tema ESG.

In merito ad essi, ha chiesto, anticipatamente, il parere dei propri stakeholder, in quanto ritiene che il successo di tali progetti debba essere valutato, non solo in termini tecnici, ma anche di soddisfazione di tutti i portatori di interesse.

Di seguito vengono esplicitati alcuni progetti che l'Azienda conta di poter realizzare nel prossimo futuro a fronte di condizioni strategiche favorevoli.

Le priorità del Gruppo Martini vanno nella direzione di ridurre l'impatto sull'acqua, nella riduzione delle emissioni e del consumo di energia, con un occhio di riguardo allo sviluppo ed al benessere del territorio circostante.

È altrettanto significativo l'impegno del Gruppo Martini verso il miglioramento delle condizioni di lavoro e della tutela delle persone.

Nuove linee di lavorazione

Nuove linee di processo per meglio rispondere alle richieste dei clienti e del mercato e al contempo creare nuovi posti di lavoro e garantire la propria posizione nel mercato. Nel rinnovo tecnologico previsto, si inserisce anche l'acquisto di strumentazione, che permette di individuare la carica microbica nei prodotti e poter così intervenire prontamente, per la tutela della salute delle persone e garantire standard qualitativi più alti.

Benessere Animale

Per innalzare, il livello di sostenibilità ambientale della produzione zootecnica, ma anche per garantire migliori condizioni di benessere degli animali, il Gruppo Martini ha proposto il Revamping di numerosi allevamenti, vale a dire l'ammodernamento delle tecnologie e delle strutture.



Investire nelle persone

L'ammmodernamento delle strutture, l'ampliamento delle linee di produzione rappresentano opportunità per investire sul territorio, creando nuove occasioni d'impiego per la crescita economica collettiva. Tra i progetti previsti vi sono anche quelli tesi al miglioramento delle condizioni di lavoro dei dipendenti

Lotta alle emissioni

In ambito di emissioni indirette del Gruppo, tra le più significative vi è sicuramente quella proveniente dalla logistica dei mezzi finalizzati al trasporto dei prodotti finiti e dei semilavorati presso le diverse celle di stoccaggio disperse sul territorio. La futura cella -20°, che l'Azienda intende realizzare, tra i numerosi vantaggi, permetterà di risparmiare molti viaggi, prima necessari, per stoccare i prodotti surgelati presso i magazzini esterni, andando così a diminuire sensibilmente le emissioni in atmosfera in termini di CO2. L'adozione di impianti moderni per migliorare la fase di surgelazione dei prodotti permetterà di ridurre l'impatto ambientale di questo processo, riducendo il consumo di energia, nonché le emissioni, garantendo standard qualitativi del prodotto ancora più alti.

Migliore illuminazione per tutelare l'ecosistema

Gli stabilimenti alimentari ed i mangimifici saranno oggetto di interventi di miglioramento dell'illuminazione diffusa, onde tutelare l'ecosistema circostante - flora e fauna - dal disturbo derivante dall'illuminazione stessa. I corpi illuminanti ad alto consumo verranno sostituiti con quelli a basso consumo, ed opportunamente direzionati

Energia sempre più green

Green richiama innanzitutto il concetto del rinnovabile: ecco perché Gruppo Martini ha attivato presso gli stabilimenti alimentari, i mangimifici e gli allevamenti, un percorso di promozione dell'utilizzo di fonti di energia rinnovabili. L'installazione di impianti fotovoltaici nelle proprie sedi consentirà di autoconsumare l'energia prodotta, e al contempo di abbattere le emissioni di gas serra in atmosfera.

Con l'assorbitore post cogeneratore, Martini, nel sito di Longiano, sarà in grado di trasformare e riutilizzare energia prima dispersa.

...ciò permetterà una drastica riduzione degli impatti ambientali, in termini di consumo di energia e di emissioni in atmosfera...

Nel percorso di ammodernamento, Martini ha previsto interventi presso alcuni magnifici, per il rinnovo dei sistemi e degli impianti: adottando le migliori tecnologie disponibili, si tenderà a ridurre ulteriormente gli impatti ambientali, in termini di consumo di energia e di emissioni in atmosfera.



Acqua come bene da tutelare

Per la tutela delle falde idriche, nel sito di Castiglione sarà dapprima effettuato un collegamento con il Canale Emiliano Romagnolo (CER) e poi sarà inserito un impianto di potabilizzazione di tali acque, con tecnologie di avanguardia per il trattamento e la filtrazione dell'acqua.

Sarà altresì potenziato il sistema di depurazione delle acque reflue, per migliorarne l'impatto, mediante l'utilizzo di tecnologie di ultima generazione.

È prevista un'attività di ammodernamento delle centrali idriche e termiche, che permette anche un monitoraggio dei consumi e delle attività svolte, al fine di poter intervenire tempestivamente in caso di anomalie che possano impattare sull'ambiente.

Analisi dei progetti secondo i parametri ESG: integrazione indicatori, report e survey

I progetti per il futuro delle Società del Gruppo Martini sono in linea con lo sviluppo globale e con gli obiettivi di sostenibilità ambientale, fissati dai parametri internazionali universalmente riconosciuti.

- SASB
- SDGs
- GRI Standards

Costruzione della Matrice Ambientale

Sono stati analizzati tutti i progetti di investimento proposti dalle Società del Gruppo Martini.

La MATRICE AMBIENTALE associa gli investimenti:

- agli obiettivi ambientali definiti dal Regolamento EU n. 852/2020.
- alle materialità SASB, (Sustainability Accounting Standards Board), che definiscono gli impatti ESG.
- ai GRI (Global Reporting Initiative) parametri che definiscono i criteri per la misurazione degli impatti dei singoli investimenti.
- agli SDGs, target stabiliti da Agenda 2030 ONU



Per la tutela delle falde idriche,

→ **Gli obiettivi ambientali definiti dal Regolamento EU n. 852/2020, in particolare:**

1. La mitigazione dei cambiamenti climatici
2. Contributo sostanziale all'adattamento ai cambiamenti climatici
3. L'uso sostenibile e la protezione delle acque e delle risorse marine
4. La transizione verso un'economia circolare
5. La prevenzione e la riduzione dell'inquinamento
6. La protezione e il ripristino della biodiversità e degli ecosistemi

→ **Le materialità SASB, (Sustainability Accounting Standards Board), che definiscono gli impatti ESG, in particolare:**

1. Emissioni di gas serra
2. Gestione dell'energia
3. Gestione dell'acqua e delle acque reflue
4. Gestione dei rifiuti e dei materiali pericolosi
5. Impatti ecologici
6. Pratiche di lavoro

→ **I GRI (Global Reporting Initiative), parametri che definiscono i criteri per la misurazione degli impatti dei singoli investimenti, in particolare:**

1. Serie 302 - Energia 2016
2. Serie 303 - Acqua e scarichi idrici 2018
3. Serie 304 - Biodiversità 2016
4. Serie 305 - Emissioni 2016
5. Serie 306 - Rifiuti 2020
6. Serie 401 - Occupazione 2016
8. SDG 12

→ **gli SDGs, target stabiliti da Agenda 2030 ONU, individuandone 10 come prioritari, in particolare:**

1. SDG 2
2. SDG 5
3. SDG 6
4. SDG 7
5. SDG 8
6. SDG 9
7. SDG 11
8. SDG 12
9. SDG 13
10. SDG 15



Coinvolgimento Stakeholder - Survey

*GRI 2-29

L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

L'analisi dei progetti in ottica ESG ci ha permesso, una volta individuati i temi materiali rilevanti, di porre in essere un'attività di Stakeholder Engagement mirata. Infatti, nel perseguire un modello di business sostenibile, è fondamentale, oltre al presidio e miglioramento degli impatti ambientali e sociali, aprire un canale di dialogo e confronto con i propri Stakeholder, questo nell'ottica di comprendere e valutare le aspettative dei portatori d'interesse rispetto alle priorità espresse dal Gruppo Martini.

Questo tipo di attività assume particolare rilievo nell'ottica della condivisione di un valore comune, orientato al miglioramento degli impatti, della qualità e dell'efficienza dei servizi Aziendali e, contestualmente, del benessere degli stakeholder che, direttamente o indirettamente, si rapportano alle Società.

I risultati dello stakeholder engagement sono finalizzati altresì a guidare l'attività di comunicazione del Gruppo e a orientare le strategie di sostenibilità dello stesso, definendo obiettivi di interesse comune

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.



Stakeholder Engagement - la survey

Il Gruppo Martini ha attivato un canale di ascolto nei confronti dei propri stakeholder, per coinvolgerli ed identificare la loro percezione rispetto alle attività proposte da Gruppo Martini, con particolare riferimento ai temi di sostenibilità rilevanti per le attività Aziendali, in ambito economico, sociale e ambientale.

I temi sottoposti agli stakeholder:

- Potabilizzatore delle acque del Canale Emiliano Romagnolo (CER)
- Potenziamento della depurazione delle acque
- Miglioramento delle Centrali idriche e termiche
- Miglioramento del controllo dei consumi idrici ed elettrici
- Lotta all'inquinamento luminoso
- Miglioramento dei sistemi di distribuzione dell'aria compressa
- Inserimento di impianto fotovoltaico
- Miglioramento della fase di surgelazione dei prodotti
- Ammodernamento di impianti e/o parti di impianto
- Assorbitore post Cogeneratore
- Nuove linee di lavorazione
- Revamping degli allevamenti

Sostenibilità verso il sistema: la mappatura della Filiera

Le società del Gruppo Martini perseguono attivamente gli aspetti della sostenibilità e concorrono, attraverso i progetti attivati, alla riduzione dei propri impatti in ambito ESG. Accanto all'impegno diretto delle 5 Società dell'ecosistema Martini, è fondamentale monitorare l'allineamento ai valori della sostenibilità della supply chain, che immancabilmente ne influenza gli impatti.

In linea con il GRI 2-6 "Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali", le società del Gruppo hanno 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

Nota metodologica

GRI 2-3, GRI 2-4, GRI 2-5

Le società del Gruppo Martini pubblicano 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**

Indice dei GRI

Dichiarazione d'uso / Le società del Gruppo Martini hanno 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	74
2-4	Riformulazione delle informazioni	Informazioni di rendicontazione	74
2-5	Assurance esterna	Informazioni di rendicontazione / Governance	74
2-7	Dipendenti	Occupazione	55
2-9	Struttura e composizione della governance	Governance	39
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Governance	39
2-12	Ruolo del più alto organo di governo nel presidio degli impatti	Governance	40
2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Governance	40
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Etica professionale / Lettera agli Stakeholder	41 / 5
2-23	Impegni politici	Etica professionale / Compliance normativa	41 / 43
2-24	Incorporamento degli impegni politici	Etica professionale	41
2-25	Processi volti a remediare agli impatti negativi	Governance / Etica professionale / Compliance normativa / Gestione / degli impatti ambientali / Occupazione	39 / 41 / 43 / 44 / 55
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Etica professionale	41
2-28	Associazione di appartenenza	Governance	39
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Coinvolgimento Stakeholder - Survey	73
2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Occupazione	55

GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
GRI 3	Material Topics		74
		Gestione degli impatti ambientali Occupazione	
GRI 203	Impatti economici diretti 2016		
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziari	74
GRI 204	Pratiche di approvvigionamento 2016		
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	74
GRI 301	Materiali 2016		
301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Materiali	55
301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	Materiali	39
GRI 302	Energia 2016		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici	39
302-4	Riduzione del consumo di energia	Consumi energetici	40
GRI 303	Acqua e scarichi idrici 2018		
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Acqua e scarichi idrici	40
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Acqua e scarichi idrici	41 / 5
303-3	Prelievo idrico	Acqua e scarichi idrici	41 / 43
303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	41
GRI 305	Emissioni 2016		
305-1	Emissioni dirette GHG	Emissioni	39 / 41 / 43 / 44 / 55
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	Emissioni	41
305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Emissioni	39
GRI 306	Rifiuti 2020		
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	73
306-3	Rifiuti prodotti	Rifiuti	55
GRI 307	Compliance ambientale 2016	Compliance normativa Gestione degli impatti ambientali	43 e 44
GRI 308	Valutazione ambientale dei fornitori 2016		
308-1	Nuovi fornitori valutati utilizzando criteri ambientali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	66

GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
GRI 403	Salute e sicurezza sul lavoro 2018		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Occupazione	55
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Occupazione	55
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Formazione	58
GRI 404	Formazione e istruzione 2016		
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Formazione	58
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Formazione	58
GRI 413	Comunità locali 2016		
413-1	Operazioni con il coinvolgimento della comunità locale, valutazioni degli impatti e programmi di sviluppo	Comunità locali	62
GRI 414	Valutazione sociale dei fornitori 2016		
414-1	Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	66
GRI 416	Salute e sicurezza dei clienti 2016		
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	43, 59 e 66
GRI 417	Marketing ed etichettatura 2016		
417-1	Requisiti in materia di informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	Compliance normativa	43
GRI 419	Compliance socio-economica 2016		
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Compliance normativa	43

Report di Sostenibilità

2023



gruppo martini



martiniGruppo.com