

gruppo martini



Report di Sostenibilità

Anno 2022

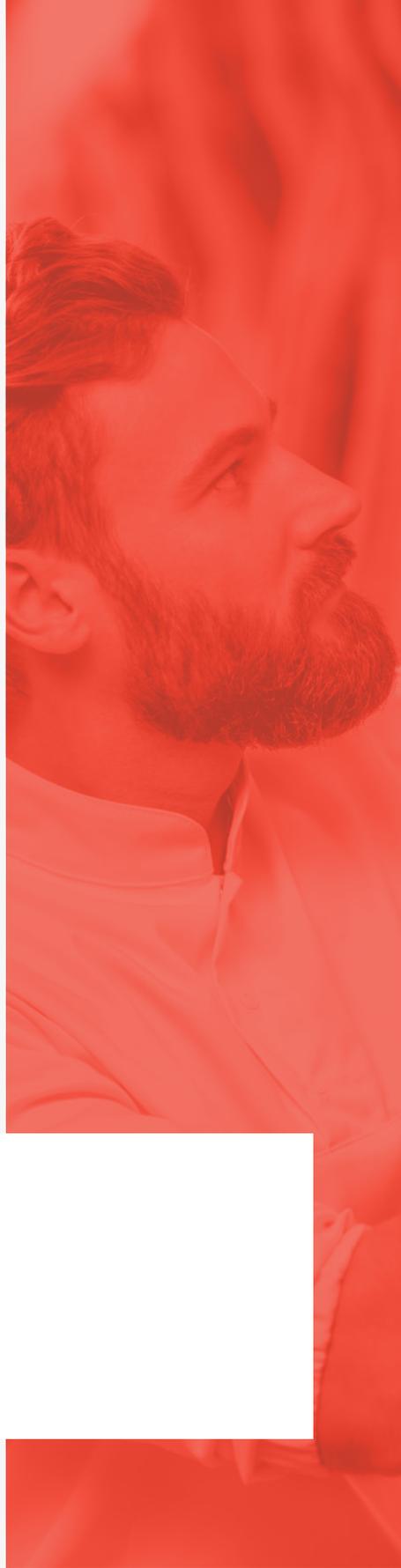


gruppo martini



Report di Sostenibilità

Anno 2022



Report di Sostenibilità 2022

Sommario

Lettera agli Stakeholder	p. 6
Più di 100 anni di storia	p. 8
La nostra storia	p. 10
Valori aziendali	p. 11
Martini oggi	p. 12
Premessa al Report di Sostenibilità	p. 16
Il punto di partenza	p. 19
Materiali e Metodi per la stesura del Report di Sostenibilità	p. 21
Analisi degli impatti ESG del Gruppo e Progetti futuri	p. 37
Leadership e Governance	p. 40
Ambiente	p. 50
Focus Energia: Impianto di trigenerazione	p. 60
Focus Acqua: Allacciamento al CER	p. 62
Focus Materiali: I sottoprodotti	p. 64
Capitale Umano	p. 66
Focus: Welfare del personale	p. 72
Focus: Salute e sicurezza dei dipendenti	p. 74
Focus: Formazione del Personale	p. 76
Capitale Sociale	p. 78
Focus: Comunicazione multicanale	p. 88
Modello di Business e Innovazione	p. 90
Focus: Ampliamento filiera	p. 93
Linee guida per il nostro futuro	p. 94
I nuovi progetti	p. 96
Coinvolgimento stakeholder	p. 104
Sostenibilità end to end: la mappatura della Filiera	p. 112
Informazioni di rendicontazione	p. 116
Indice dei GRI	p. 117



Lettera agli Stakeholder

GRI 2-22

Gentili Signori,

in occasione del primo report di sostenibilità del Gruppo Martini vorrei richiamare, in apertura, una celebre frase di Alexis Carrel, premio Nobel nel 1912.

Il medico e biologo francese così argomentava “...poca osservazione e molto ragionamento conducono all’errore; molta osservazione e poco ragionamento conducono alla verità”*.

L’esperienza di questi ultimi anni ci insegna come ciascuno di noi sia chiamato, tutti i giorni, a confrontarsi con circostanze e fenomeni culturali, economici e geopolitici completamente nuovi e di grande complessità. Ciò accade proprio a ciascuno, sia come singolo individuo che come parte di una comunità o aggregazione sociale; e ciò riguarda anche le imprese, per ciò che esse rappresentano nel mondo moderno, chiamando dunque in causa in prima persona l’imprenditore.

La globalizzazione, il Covid 19, le crisi finanziarie, la guerra in Ucraina, le alluvioni che hanno colpito la nostra terra sono circostanze che ci hanno toccato nel profondo, che ci hanno interrogato e rispetto alle quali abbiamo, prima di tutto, obbligo di comprensione.

Per questo la frase di Carrel, nel richiamare ad un approccio pragmatico e fortemente realista, mi sembra un’utile indicazione di metodo ancora oggi attuale soprattutto per chi, tra noi, fa impresa ed ha la responsabilità di guidare una comunità di persone in ambito lavorativo.

* Alexis Carrel “Riflessioni sulla condotta della vita”

Circa 105 anni fa il Gruppo Martini era ciò che, ai nostri giorni, verrebbe definita una start up, con un certo potenziale di sviluppo in ambito agroalimentare. Né più, né meno di tante altre start up che muovevano, allora, i propri primi passi in quel difficile periodo storico compreso tra due guerre mondiali e costellato da epidemie e crack finanziari.

Il contesto, quindi, non era troppo diverso da quello attuale e forse, al netto dei cambiamenti tecnologici e informatici, le condizioni per determinare il successo o l'insuccesso di un'impresa erano e sono più o meno le medesime. Nel 2016 Thomas Pearse Lyons, fondatore e presidente della multinazionale Alltech Inc., oggi scomparso, spronava molti colleghi sintetizzando così la sua esperienza di imprenditore.

“Guardate dove sono le difficoltà e gli ostacoli. Con i vostri occhi. Scrivete sempre ciò che avete in mente. La meta spesso non è chiara ma lo sono i primi tre passi. Allora bisogna farli decisi quei primi tre passi, per poi intravedere quelli successivi. Così nel tempo si chiarisce la meta, tre passi dopo tre passi”.

Anche in Martini dal 1918 ad oggi è stato così. Di tre passi in tre passi, fino ad arrivare ai giorni nostri. Ed ecco, allora, i nostri prossimi tre passi sotto forma di nuovi e attuali interrogativi.

Come risponderemo alla crescente e diversa domanda di prodotti alimentari più efficienti e sostenibili? Quali strumenti e risorse, quale creatività ci sarà chiesta per fronteggiare le sfide e il contesto di oggi? Come progettare il domani con coraggio e trasmettere a tutti i livelli una nuova cultura sociale, ambientale ed economica?

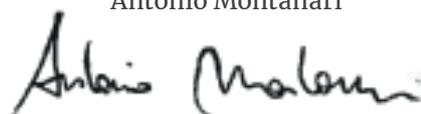
Dobbiamo essere consci che il Gruppo Martini avrà successo nella misura in cui saremo in grado di rispondere, “con molta osservazione”, a queste domande declinando insieme risposte efficaci, adeguate e proattive. Di tre passi in tre passi.

Per questo abbiamo deciso di redigere il nostro primo report di sostenibilità.

Perché tutti, sia nel nostro Gruppo che fuori da esso, sappiano chi siamo, come operiamo e perché vogliamo essere protagonisti di questo grande cambiamento.

Il Presidente

Antonio Montanari



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 nel 1919. 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.



DITTA MARTINI ENRICO - CESENA

GRANAGLIE

La Ma offre ve e prii pero siate delle ri qualità di grani da semina.

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.

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 Nostra 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 '80

Primi allevamenti suinicoli, avicoli e cunicoli di proprietà



Anni '30

La Famiglia Martini inizia a commercializzare granaglie e sementi



Anni '70

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



Anni '60

Primo Mangimificio ubicato a Longiano (FC) in Emilia Romagna



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.



Anni 2000

Acquisizione Filiera Avicola



Anni 2014

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



Anni 2010

acquisizione prosciuttificio ubicato a Felino (PR)



Anni 2015

acquisizione mangimificio ubicato a Modena (MO)



Anni 2016

acquisizione salumificio ubicato a Montefalco (PG)



Oggi

Acquisizione nuova filiera avicola Malocco Nord-Est



Anni 2020

Potenziamento della rete logistica

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.



Filiera

Ricerca 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).

 **984**
Mln €
Fatturato

 **48,761**
Mln €
Investimenti

 **47,109**
Mln €
Ebitda

 **6**
Mangimifici

 **7**
Stabilimenti di
trasformazione

 **13**
Allevamenti
di Proprietà

 **+ 370**
Allevamenti
in Soccida

 **2.322**
Addetti
(4,6% donne)

 **25**
Addetti al
controllo qualità

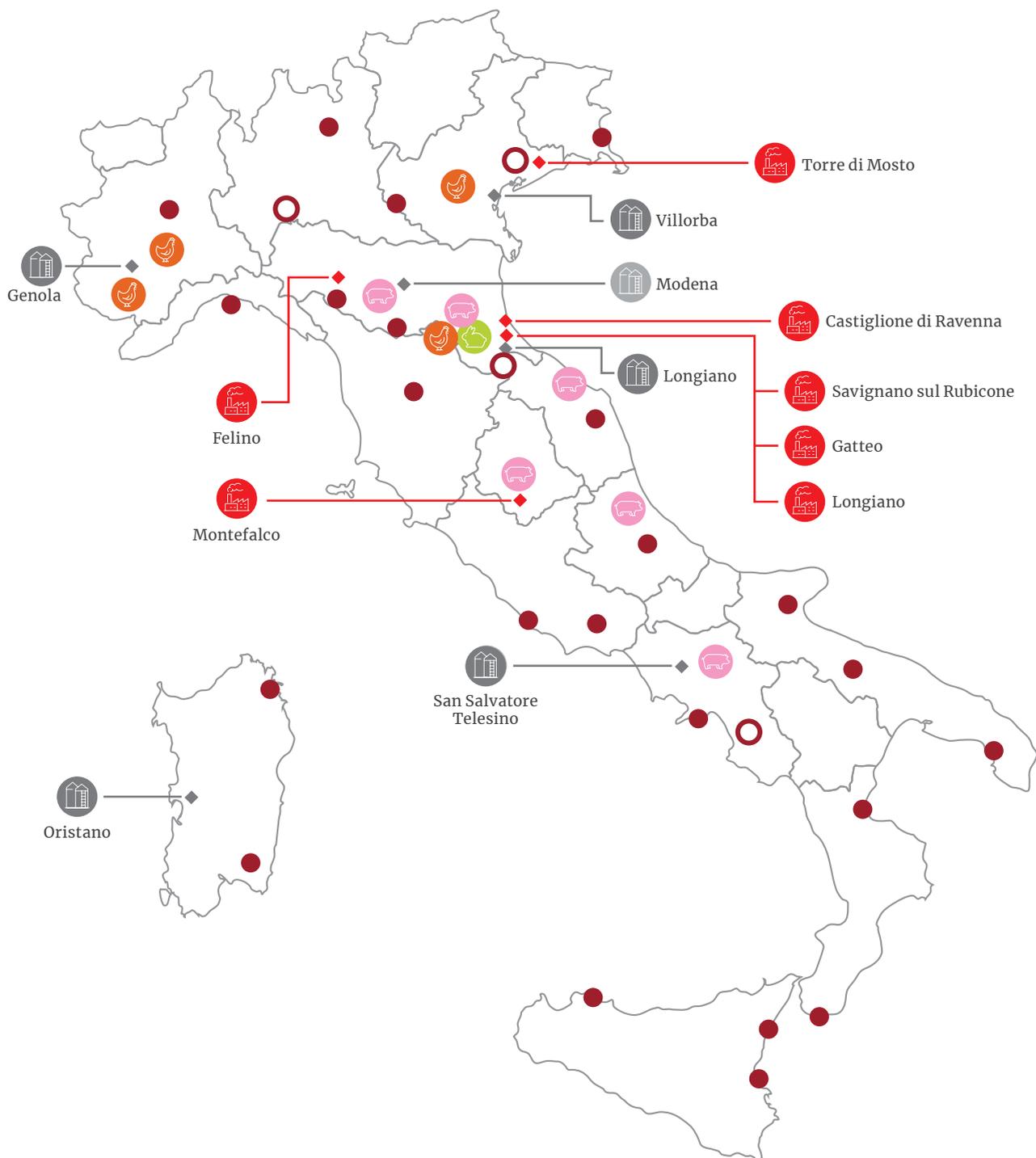
 **+135.000**
Analisi e
controlli

Le nostre Filiere 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



Piattaforma 1° Livello

Piattaforma 2° Livello

Mangimifici

Stabilimenti di Trasformazione

Allevamenti Polli + 151 Soccide

Allevamenti Suini + 219 Soccide

Allevamenti Conigli

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 creditori 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 deve essere 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



UNI EN ISO 9001:2015

Sistema gestione di qualità per produzione gritz per birrifici

UNI EN ISO 22005

Rintracciabilità di filiera

UNI EN ISO 14001:2015

Sistema gestione ambientale



FFSC2200

Sicurezza alimentare



IFS 7

Food Version



Disciplinare Unaitalia

DTP 035

Filiera suino controllata

DTP 042

Mangimi privi di grassi e farine animali aggiunte

DTP 030

Mangimi privi di organismi geneticamente modificati.

DTP 126

Filiera pollo controllata

DTP 109

Filiera suino antibiotic free



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.

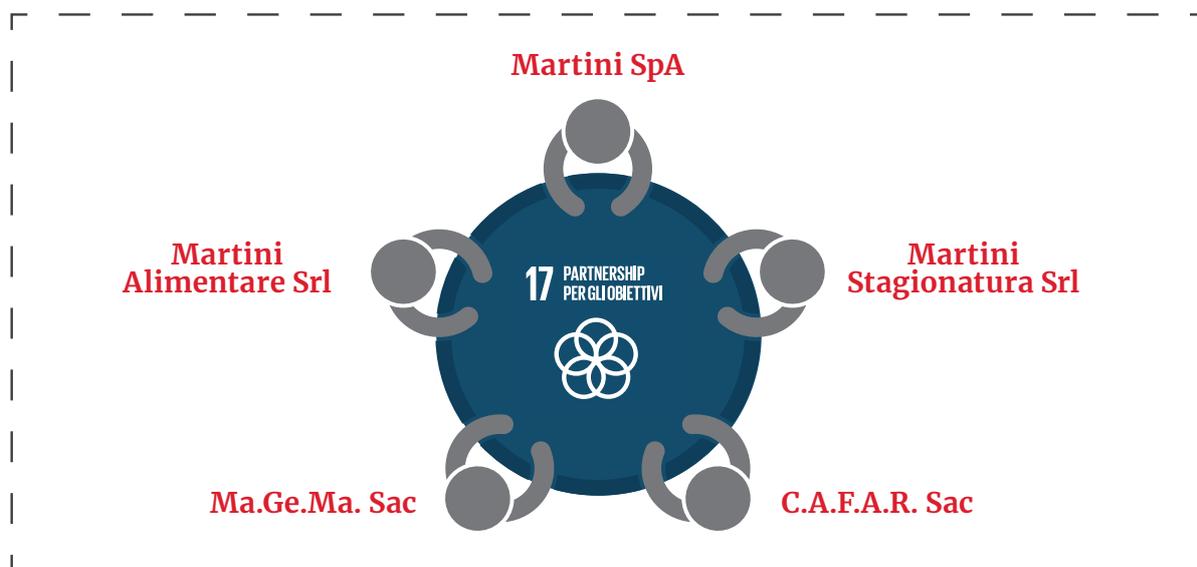
Il Gruppo si avvale di laboratori, centri di ricerca e strutture produttive, per la selezione e l'allevamento delle specie di suino, di pollo e coniglio, includendo anche le fasi di macellazione e trasformazione: dal taglio alla preparazione di specialità pronte da cuocere o da far rinvenire, in pochi 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 primo Report di Sostenibilità attraverso un percorso che è partito dalle singole società per l'analisi dello stato dell'arte in ottica ESG, (Environment, 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.

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.lli Martini & C. - SpA







Il punto di partenza

- **Materiali e metodi per la stesura del Report di Sostenibilità**
- **Analisi degli impatti ESG del Gruppo:**
 - Leadership e Governance
 - Ambiente
 - Persone
 - Territorio
 - Modello di Business e Innovazione

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/CRIBIS¹:**

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 GRI⁴, 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.

¹ CRIF/CRIBIS è un'Azienda globale, specializzata in sistemi di informazioni creditizie e di business information, analytics, servizi di outsourcing e processing, nonché avanzate soluzioni in ambito digitale per lo sviluppo del business e l'open banking. Opera su 4 continenti - Europa, Asia, America e Africa (www.crif.it).

² La Materialità indica la rilevanza di un certo tema per una determinata Azienda. Per analisi di Materialità si intende il processo volto ad analizzare e comprendere con chiarezza, quali, tra tutti i temi relativi all'ambiente, al capitale umano, al capitale sociale, all'innovazione e governance Aziendale che possono incidere sulla sostenibilità, sono rilevanti per l'Azienda.

³ SASB - Sustainability Accounting Standard Board: Organizzazione internazionale per la definizione di una serie di standard per la divulgazione da parte delle aziende di informazioni sulla sostenibilità.

⁴ GRI: Parametri di rendicontazione universali della sostenibilità, che permettono alle Organizzazioni di misurare in maniera univoca, uniforme e comparabile il loro impatto.

⁵ Obiettivi Onu di Sviluppo Sostenibile (SDGs): 17 parametri che testimoniano la concordanza di azioni svolte dalle Aziende con obiettivi internazionali di sviluppo sostenibile.

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

- 5) Coerenza con SDGs per i progetti futuri



Raccolta dati su piattaforma

Il questionario di CRIF/CRIBIS, associato alla piattaforma di ESG-View⁶, 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.

BUSINESS	ENVIRONMENTAL	SOCIAL	GOVERNANCE	SETTORE
<ul style="list-style-type: none"> • Strategia di sostenibilità • Gestione dei Rischi ESG • Importanza R&S • Informativa di prodotti/servizi 	<ul style="list-style-type: none"> • Cambiamento Climatico • Efficienza Idrica, Energetica • CO2 • Economia Circolare 	<ul style="list-style-type: none"> • Parità di Genere • Salute e Sicurezza • Diritti Umani, condizioni di lavoro • Libertà di Associazione • Rapporti con gli Stakeholder 	<ul style="list-style-type: none"> • Etica del Business • Trasparenza di Governo • Indipendenza del Board • Compensi Management • Compliance 	<p>La piattaforma prevede 35 questionari settoriali per far sì che l'azienda possa rispondere a domande inerenti il suo settore specifico di appartenenza</p>

Perché è stato importante per le Società del Gruppo compilare il questionario Synesgy?

- ✓ Permette all'azienda di creare un circolo virtuoso con i principali clienti, fornitori e tutti gli stakeholder
- ✓ Si appoggia su di una piattaforma che permette la raccolta dei dati in pochi istanti
- ✓ È un questionario utilizzabile in tutti i circuiti bancari riconosciuti, poiché basato su criteri di misurazione internazionali (GRI-SDGs)
- ✓ Viene realizzato da CRIF, player riconosciuto a livello internazionale

⁶ ESG-View è una piattaforma che affianca le aziende passo passo nel viaggio della sostenibilità, per tenere traccia delle attività in ambito ESG in ottica di rendicontazione e comunicazione.

La piattaforma ESG • View

I fatti così emersi dal questionario vengono archiviati e ordinati all'interno di una piattaforma che permette all'azienda di tenere traccia dei propri comportamenti virtuosi in ambito ESG, al fine della loro rendicontazione e comunicazione agli Stakeholder.



La compliance alla base del Report di sostenibilità

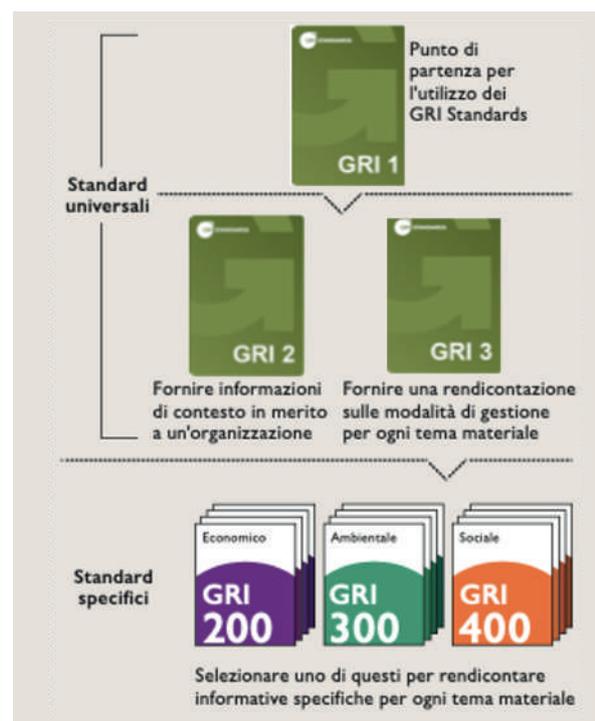
• Gli Standard del Global Reporting Initiative (GRI)

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 fanno 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.



<https://www.globalreporting.org>

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.

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

• Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

Insieme a 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 sottosettori 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.sasb.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.

Nella figura sopra sono stati evidenziati i 9 Goals raggiunti dal Gruppo.

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**
- **Enviromental**
- **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.

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

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".

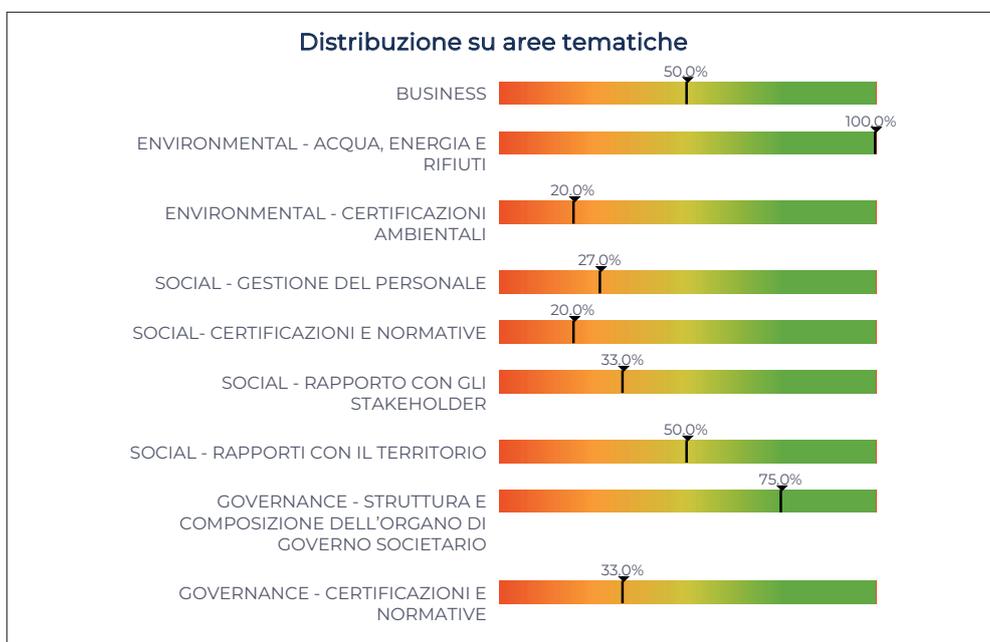
Business – Governance – Environmental Score

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.

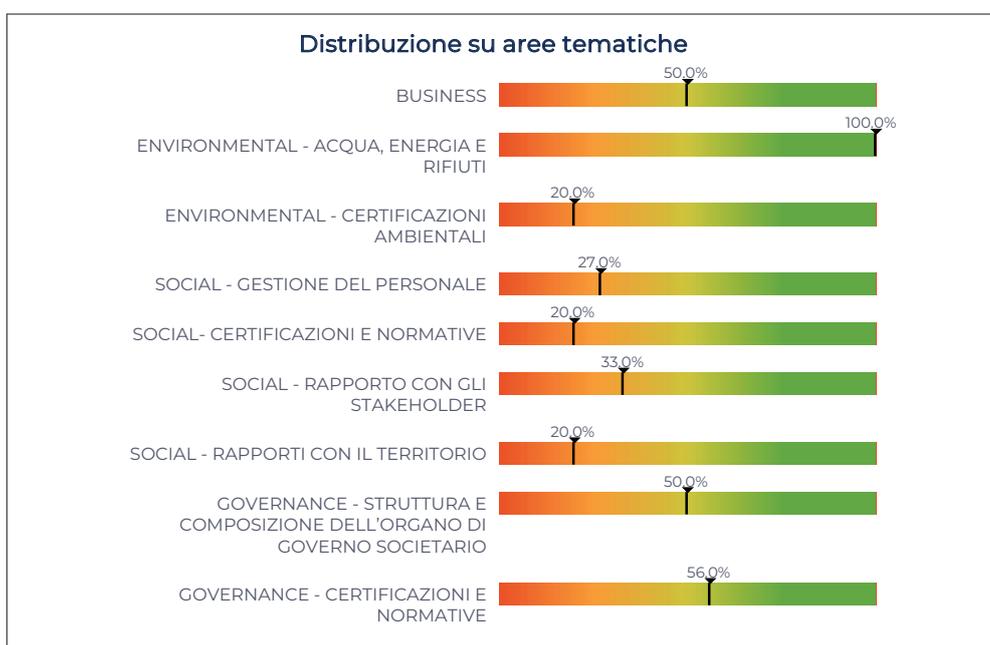
Gli Score delle singole Società

Martini SpA



Per le aree di maggiore interesse, i valori più alti sono stati ottenuti nell'area "Environmental – acqua, energia e rifiuti" con il 100% e nell'area "governance – struttura e composizione dell'organo di governo societario" con un valore del 75%; i valori più bassi sono stati raggiunti dall'area "Environmental-certificazioni ambientali" e "Social-certificazioni e normative" con un valore del 20%.

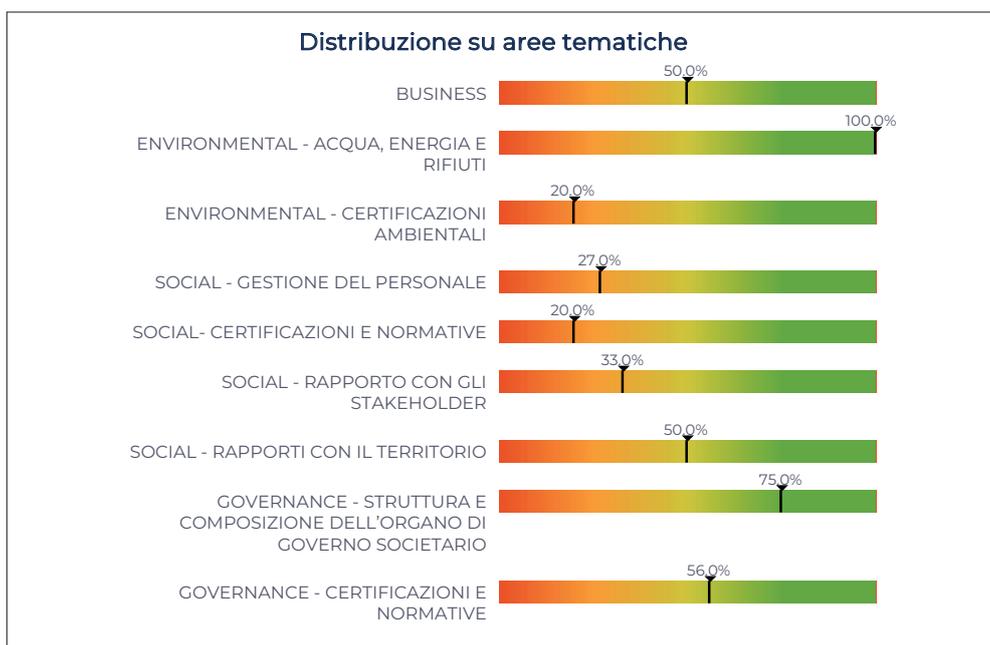
Martini Stagionatura Srl



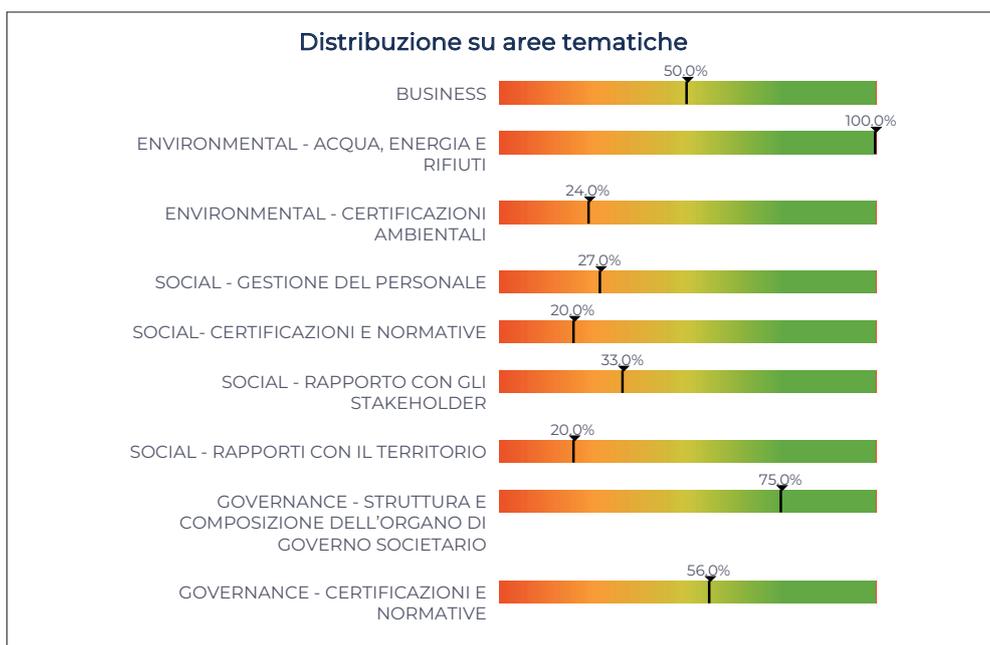
Per le aree di maggior interesse, il best score si registra in “Environmental – Acqua, energia e rifiuti” (100%) ed in “Governance – Certificazioni e normative” (56%).

Per contro, i valori più bassi sono stati raggiunti (20%) nelle aree tematiche “Environmental – certificazioni ambientali” e “Social – certificazioni e normative”.

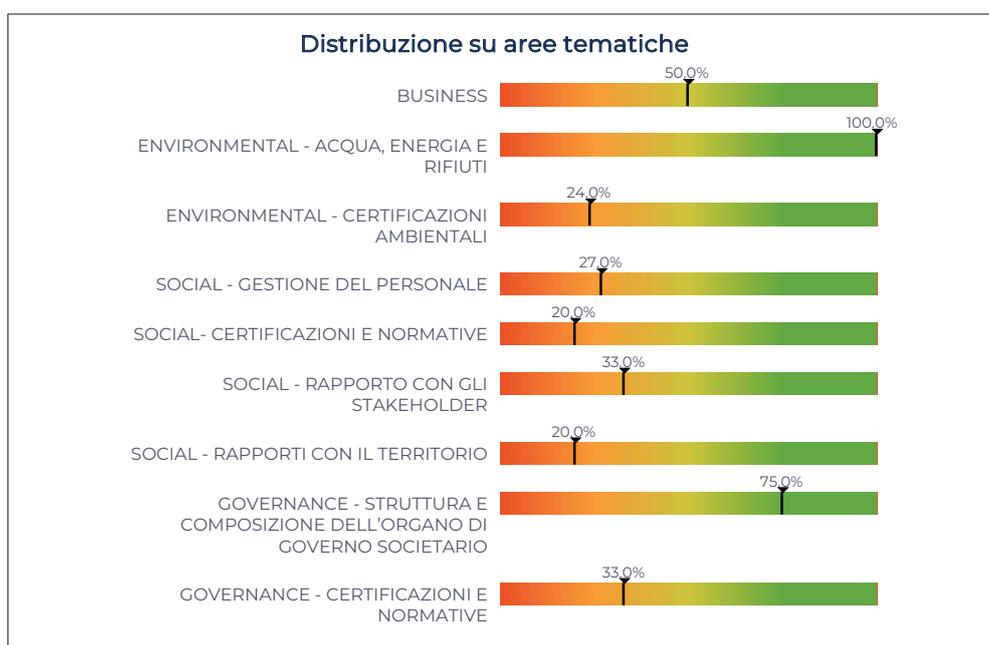
Martini Alimentare Srl



In tema di distribuzione di attività sulle aree tematiche, gli score più alti si evidenziano in “Environmental – Acqua, energia e rifiuti” (100%) ed in “Governance – Struttura e composizione dell’organo di governo societario” (75%). I valori più bassi si registrano in “Environmental – certificazioni ambientali” ed in “Social – certificazioni e normative”, entrambe al 20%.



Analizzando le aree tematiche affrontate dal questionario, gli score più alti si evidenziano in “Environmental – Acqua, energia e rifiuti” (100%) ed in “Governance – Struttura e composizione dell’organo di governo societario” (75%). I valori più bassi si registrano in “Social – certificazioni e normative” ed in “Social – Rapporti con il territorio”, entrambi al 20%.



In tema di distribuzione su aree tematiche, gli score più alti si evidenziano in “Environmental – Acqua, energia e rifiuti” (100%) ed in “Governance – Struttura e composizione dell’organo di governo societario” (75%). I valori più bassi si registrano in “Social – certificazioni e normative” ed in “Social – Rapporti con il territorio”, entrambi al 20%.

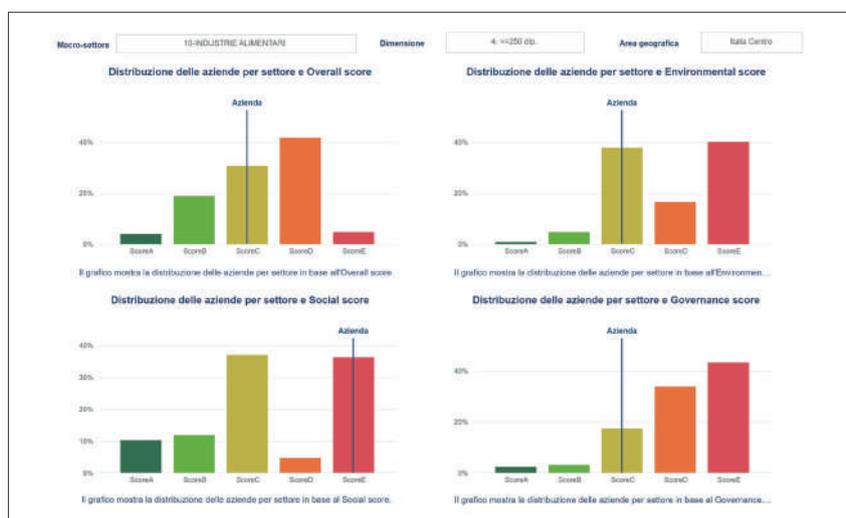
Il Benchmark di Settore

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.

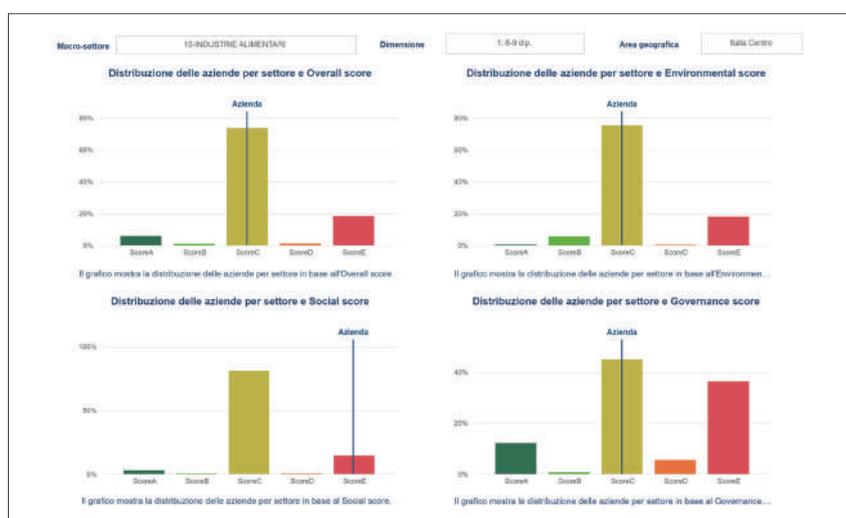
Il quadro di confronto restituito dal questionario Synesgy posiziona le società del Gruppo rispetto ad un campione di aziende appartenente al macro-settore delle industrie alimentari nella zona Italia Centro con un minimo di 250 dipendenti.

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) e di Governance sono quelli che le vedono generalmente più virtuose rispetto al campione analizzato, 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.

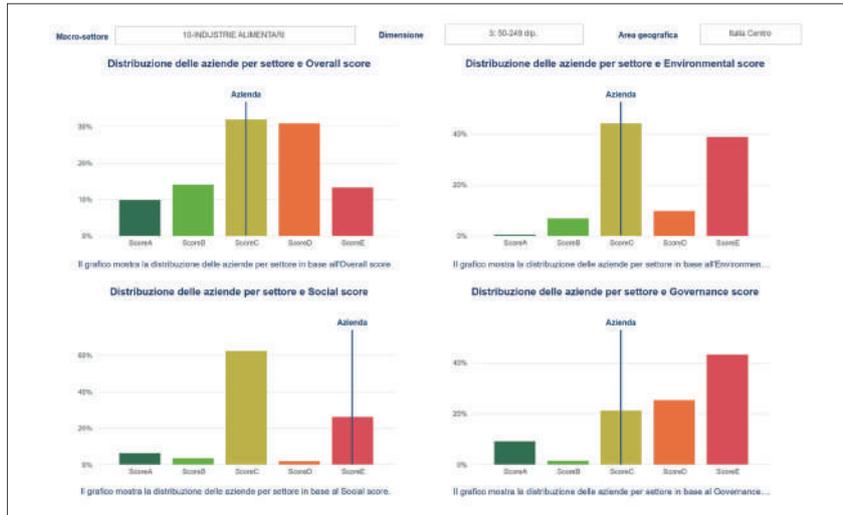
Martini SpA



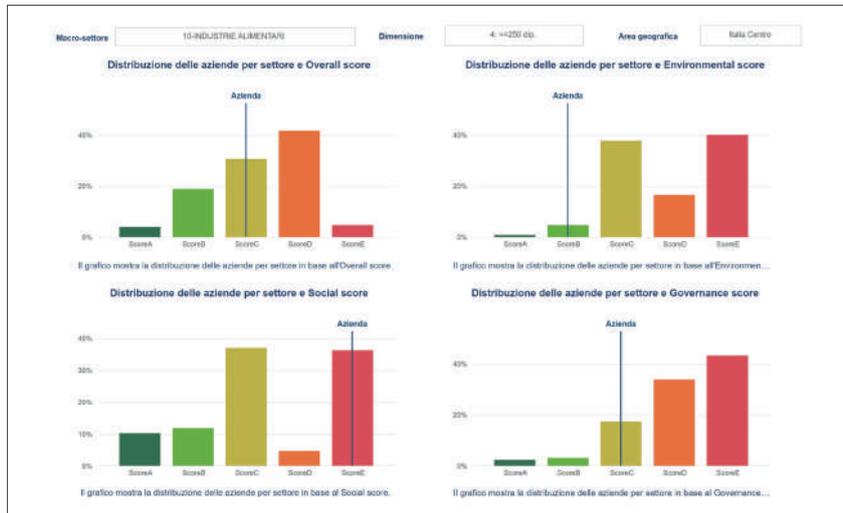
Martini Stagionatura Srl



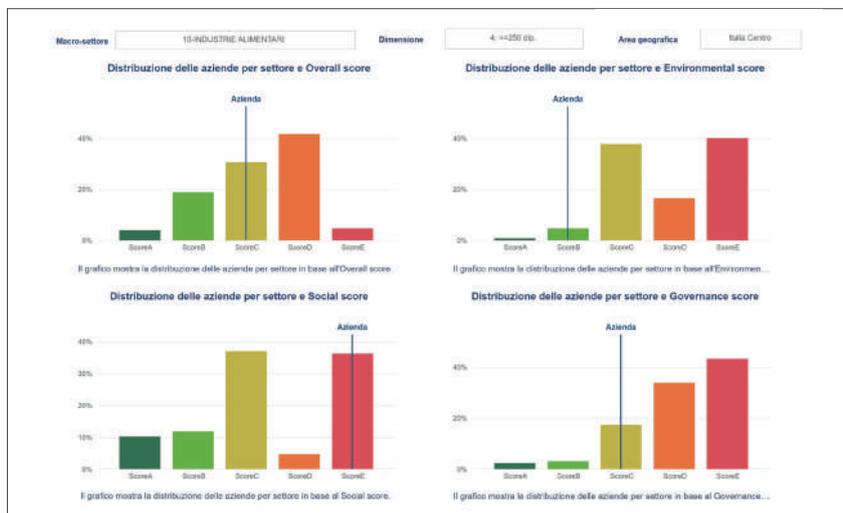
Martini Alimentare Srl



Ma.Ge.Ma. Sac



C.A.F.A.R. Sac



Il punto di partenza

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



Governance

*GRI 2-5 GRI 2-9 GRI 2-11 GRI 2-12 GRI 2-13 GRI 2-25



**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 delle Società del Gruppo

ORGANO DI GOVERNO	SOCIETÀ				
	Martini SpA	Martini Alimentare Srl	Martini Stagionatura Srl	C.A.F.A.R. Soc. Coop. Agricola	Ma.Ge.Ma. Soc. Coop. Agricola
	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	/	/
Presidente CdA	Antonio Montanari	Antonio Montanari	Antonio Montanari	Antonio Montanari	Umberto Re
Vice presidente CdA	Filippo Martini	Nicola Martini	Nicola Martini	Giorgio Amedei	Fabio 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
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
Società di Revisione	PWC	PWC		Reviprof spa	CROWE BOMPANI srl
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

Le funzioni 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 il compito di verificare la diffusione del modello in ambito aziendale, di analizzare i flussi informativi e di svolgere audit.

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%.

**Nel CdA di Martini SpA,
rappresentanza femminile
tra il 33% e il 50%.**



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

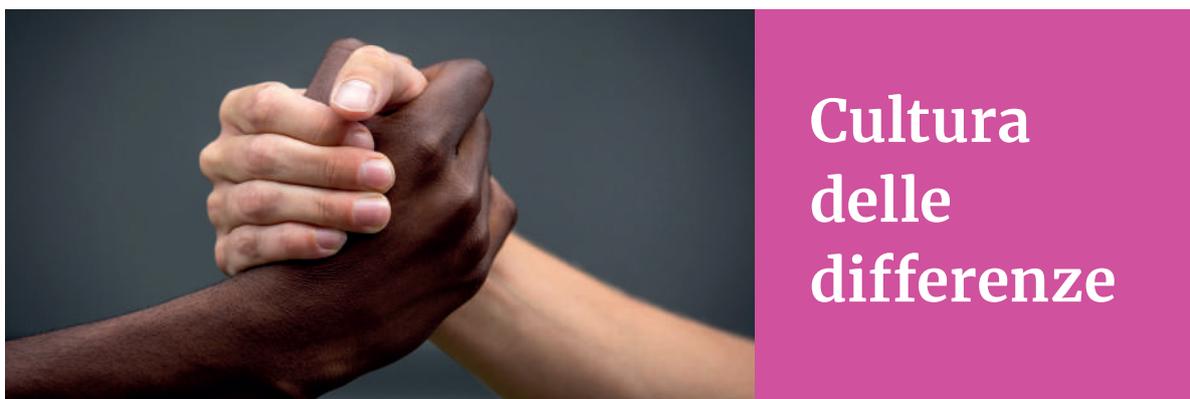
Gli impegni politici dell'organizzazione devono essere rivolti ad una condotta aziendale responsabile, incluso l'impegno a rispettare i diritti umani.

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

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

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 UnaItalia.

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.

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.



Tutte le Aziende del Gruppo allineate per ridurre l'uso di antibiotici e farmaci delle filiere zootecniche.

Compliance normativa

***GRI 2-23 GRI 2-25 GRI 204 GRI 307 GRI 308 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).



**Martini
Alimentare
Srl certificato
Filiera
controllata
DTP 035.**

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







Ambiente



Gestione degli impatti ambientali

*GRI 2-25 GRI 3-3 GRI 307

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 individuato 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 del prodotto stesso.

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 2022 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 componenti, altrimenti inutilizzate, con caratteristiche nutrizionali adeguate, da inserire nelle proprie formulazioni mangimistiche.

Martini ritiene tale 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 questo ha non solo in termini di efficienza, ma anche di ricadute sull'ambiente.

La Martini, nel corso del 2022, ha visto un consumo di energia elettrica, complessivo di tutti i suoi siti, pari a 63.772 MWh.

I maggiori consumi energetici per il gruppo sono sicuramente rappresentati dagli impianti per il raffreddamento e/o surgelazione dei prodotti 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

I consumi di energia elettrica sono fortemente correlabili alle emissioni di CO₂, nonché ai costi, per questo, negli ultimi anni (2018-2022) il Gruppo si è fortemente impegnato nell'efficientamento energetico svolgendo diversi interventi, di miglioramento presso i propri siti produttivi, sia in termini di nuove tecnologie sia di miglioramento dei processi stessi, investendo oltre 2,350 milioni di euro.



2,350
Mln Euro

**Investimento in
efficientamento energetico**

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

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.



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, sia aumentando il numero degli stessi come, ad esempio inserendo un nuovo coogeneratore, presso lo stabilimento alimentare di Longiano, di Castiglione di Ravenna e di Felino.

Acqua e scarichi idrici

*GRI 303-1 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 2022, ha visto un consumo di risorsa idrica, complessivo di tutti i suoi siti, pari a circa **24.000 m³**, legati principalmente all'abbeveraggio degli animali allevati, al lavaggio dei capannoni dove gli stessi alloggiavano 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.

L'area alimentare ha invece fatto registrare un consumo idrico pari a **796.265 m³**, le attività proprie dell'area alimentare 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.



820.265 m³

Consumo Idrico di tutte le Società del Gruppo

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.

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

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.



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 1.897,57 tCO₂ eq.

Il totale delle emissioni di gas serra SCOPE 2 (emissioni indirette, derivanti dalla generazione/acquisto di elettricità) è pari a 177.952,03 tCO₂eq.

I mezzi aziendali dei quali sono dotate le Società sono complessivamente:

- ✔ 11 mezzi a Metano
- ✔ 147 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

Nel corso dell'anno di rendicontazione l'area zoomangimistica ha registrato una produzione di rifiuti pari a 4.606 tonnellate, 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 19.207,16 tonnellate.



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 ENERGIA

Impianto di Trigenerazione

Il Progetto

Nell'ottica di migliorare l'efficienza energetica è in corso l'inserimento, presso lo stabilimento alimentare di Longiano, di un impianto di 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.

Gli obiettivi del progetto riguardano:

- 1) Migliorare l'efficienza energetica**
- 2) Recuperare l'energia termica dalla trasformazione termodinamica**
- 3) Rendere ancora più efficienti i processi industriali**

SDGs del progetto

Il Progetto è in linea con 3 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite, nell'ambito di Agenda 2030.



Standard SASB e GRI

Le materialità SASB permettono di identificare, gestire e riferire gli impatti ESG delle attività. Il GRI Standard fornisce i parametri per la rendicontazione di tali impatti.

 Materialità SASB di progetto	
Emissioni di gas serra	305-2, 305-5
Gestione dell'energia	302-1, 302-4
Gestione dell'acqua e delle acque reflue	303-1, 303-2
Resilienza del modello di business	2-25
Etica professionale	2-25, 307



FOCUS ACQUA Allacciamento al CER

Il Progetto

È in corso di realizzazione, presso lo stabilimento di Castiglione, il collegamento con il Canale Emiliano Romagnolo, così come già realizzato in passato per lo stabilimento C.A.F.A.R. di Gatteo.

Il progetto si colloca nel più ampio quadro di efficientamento, definito dal Gruppo, con l'obiettivo di limitare il prelievo di acqua da falda, contribuendo così a ridurre il fenomeno della subsidenza, che rappresenta una criticità per il territorio.

Con tale intervento, il Gruppo si propone di:

- 1) Eliminare il prelievo di acqua dalle falde**
- 2) Operare al fine di ridurre il fenomeno della subsidenza**
- 3) Contribuire al miglioramento dell'efficienza nell'utilizzo della risorsa idrica**

SDGs del progetto

Il Progetto è in linea con 4 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite, nell'ambito di Agenda 2030.



Standard SASB e GRI

Le materialità SASB permettono di identificare, gestire e riferire gli impatti ESG delle attività. Il GRI Standard fornisce i parametri per la rendicontazione di tali impatti.

 Materialità SASB di progetto	
Gestione dell'acqua e delle acque reflue	303-1, 303-2, 303-3
Impatti ambientali	304-1
Resilienza del modello di business	2-25
Etica professionale	2-25, 307



FOCUS MATERIALI I Sottoprodotti

Martini pone in evidenza l'importanza di valorizzare gli "scarti" di lavorazione (reflui, cascami, etc.). 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.

I sottoprodotti e gli "scarti" di lavorazione sono spesso un'enorme risorsa celata sotto le difficoltà ed il costo di smaltimento. Il percorso di miglioramento della valorizzazione dei sottoprodotti destinati all'industria del pet food è già in atto da tempo e continuerà con sistematicità, sia attraverso l'individuazione di nuovi sbocchi commerciali, sia attraverso la concretizzazione del piano di investimenti teso alla loro trasformazione interna all'azienda per aumentarne il valore. Abbiamo ancora enormi spazi di miglioramento, inoltre, orientando il loro impiego verso l'industria farmaceutica; studi e progetti sono in fase di realizzazione in tal senso.

I principali sottoprodotti dell'Azienda sono:

- Flottati
- SOA* sangue
- SOA* pelo
- SOA* budella e rifili di grass
- SOA* pane+cotolette
- SOA* polmoni
- mangime non commercializzato
- SOA* cervello.

**SOA – Sottoprodotti di origine animale non destinati al consumo umano.*

Gli obiettivi perseguiti da Martini sono:

- 1) Ridurre e valorizzare gli “scarti” di lavorazione
- 2) Incrementare le pratiche di economia circolare
- 3) Abbattere i costi di smaltimento

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.



Standard SASB e GRI

Le materialità SASB permettono di identificare, gestire e riferire gli impatti ESG delle attività. Il GRI Standard fornisce i parametri per la rendicontazione di tali impatti.

 Materialità SASB di progetto	
Gestione dei rifiuti e dei materiali pericolosi	306-1, 306-2, 306-3
Progettazione del prodotto e gestione del ciclo di vita	2-6, 204
Resilienza del modello di business	2-25
Etica professionale	2-25, 307





Capitale Umano



Occupazione

***GRI 2-7 GRI 2-25 GRI 2-30 GRI 3-3 GRI 401-1 GRI 401-2 GRI 403-1 GRI 403-2**

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	Donne	Uomini
Dirigenti	2	18
Quadri	-	23
Impiegati	97	172
Operai	972	1036



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

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

	Martini SpA	Martini Stagionatura Srl	Martini Alimentare Srl	C.A.F.A.R. Sac	Ma.Ge.Ma. Sac
Età media dipendenti	30-50 anni	>50 anni	30-50 anni	30-50 anni	30-50 anni
% Contratti a tempo determinato	15%	-	6%	92%	83%
% Contratti Part-time	4%	14%	7%	-	1%
% Stage/ Tirocini	2%	-	2%	-	-
Ore lavorate	1775	1774	1772	2068	2012
Posti di lavoro creati nell'anno	6	-	6	75	99
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)

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.

Formazione

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

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

Nella tabella che segue, le ore di formazione dedicate al personale dalle Società del Gruppo.

Società	Ore di formazione per società
Martini SpA	2.415
Martini Stagionatura SrL	12
Martini Alimentare SrL	300
C.A.F.A.R. Sac	13.133
Ma.Ge.Ma. Sac	9.568
Totale ore di formazione	25.428

I 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 Welfare del personale

Il Progetto

Una delle sfide che il Gruppo Martini intende portare avanti consiste nel riuscire a fidelizzare i lavoratori fin dall'inizio del loro rapporto con l'Azienda, come ad esempio:



Specializzazione della figura del tutor che segue la risorsa nel periodo di formazione e addestramento.



Creare un format anonimo di comunicazione, affinché il dipendente possa essere libero di esplicitare le criticità con cui si è dovuto confrontare nella propria attività lavorativa. Ciò potrà fornire all'Azienda un elevato numero di dati puntuali tali da poter mettere in atto azioni risolutive, evitando la perdita di risorse importanti



Rendere le aree di ristoro e gli spogliatoi sempre più confortevoli, al fine di rendere l'ambiente di lavoro più sano e piacevole.



Aumentare gli spazi dedicati alla sosta dei mezzi personali che permettono ai lavoratori di poter parcheggiare nei pressi dell'area lavorativa, evitando inutili stress.

L'obiettivo del Gruppo è quello di aumentare le politiche di welfare nei confronti del proprio personale, sin dal primo accesso dei dipendenti in Azienda, facendoli sentire sin da subito parte integrante del Gruppo.

SDGs del progetto

Il Progetto è in linea con 3 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite, nell'ambito di Agenda 2030.



Standard SASB e GRI

Le materialità SASB permettono di identificare, gestire e riferire gli impatti ESG delle attività. Il GRI Standard fornisce i parametri per la rendicontazione di tali impatti.

 Materialità SASB di progetto	
Pratiche di lavoro	2-7, 401-1
Salute e sicurezza dei dipendenti	403-1, 403-6
Coinvolgimento dei dipendenti, diversità e inclusione	403-4, 403-5, 404-2, 405
Etica professionale	2-25, 419



FOCUS

Salute e sicurezza dei dipendenti

Il Progetto

Il Gruppo pone una forte attenzione alla salute e sicurezza dei propri lavoratori, soprattutto in termini di prevenzione dei rischi, dedicando particolari risorse non solo in termini economici, ma anche di competenze e organizzazione del lavoro.

L'attenzione primaria viene dedicata alla **conoscenza del rischio**, ovvero all'acquisizione di competenze al proprio interno, grazie alla collaborazione di esperti. Da anni il Gruppo collabora, infatti, con Università ed Enti di Ricerca di livello nazionale ed internazionale (es. EPM International Ergonomics School di Milano). Ciò ha portato alla creazione di uno **staff esperto** con elevate competenze in tema di prevenzione dei rischi che verranno diffuse all'interno delle Aziende, nelle aree più interessate da questa problematica.

Acìò fa seguito l'impegno a trasmettere all'interno dell'organizzazione le competenze acquisite mediante una formazione costante, teorica e pratica.

I piani di formazione futuri vedranno come voci principali in materia di sicurezza:

- 1) Il rischio da sovraccarico biomeccanico degli arti superiori**
- 2) La movimentazione manuale dei carichi**
- 3) La responsabilizzazione dei ruoli chiave aziendali**

L'obiettivo è quello di permettere ai dipendenti di raggiungere **un'elevata consapevolezza in ambito sicurezza**.

La definizione chiara dei ruoli e delle relative responsabilità è indispensabile e favorisce la collaborazione stretta con gli RLS, il Medico Competente e le maestranze. Continuerà sempre più in modo capillare l'attività di **audit**, grazie alla supervisione costante da parte degli "specialisti in materia" che verificano, formano, sensibilizzano e supportano nell'individuazione delle migliori soluzioni tecniche e gestionali, i singoli siti delle Aziende del Gruppo.

Particolare attenzione sarà prestata **all'approccio integrato ai progetti di miglioramento**, per i quali, i risultati deriveranno da un confronto di più competenze, ovvero da un lavoro di gruppo che coinvolge tutte le funzioni interessate direttamente o indirettamente (es. Risorse Umane, Produzione, Tecnica e Sicurezza) per la definizione degli obiettivi da raggiungere, delle modalità di intervento e per la verifica dei risultati.

Questo ultimo aspetto, ovvero l'approccio integrato nell'affrontare il rischio, vedrà, ancor più rispetto ad oggi, un innalzamento delle competenze anche di quei ruoli ritenuti tradizionalmente e unicamente operativi.

SDGs del progetto

Il Progetto è in linea con 3 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite, nell'ambito di Agenda 2030.



Standard SASB e GRI

Le materialità SASB permettono di identificare, gestire e riferire gli impatti ESG delle attività. Il GRI Standard fornisce i parametri per la rendicontazione di tali impatti.

 Materialità SASB di progetto	 GRI
Salute e sicurezza dei dipendenti	403-1, 403-6
Coinvolgimento dei dipendenti, diversità e inclusione	403-4, 403-5, 404-2, 405
Etica professionale	2-25, 419



FOCUS

Formazione del personale

Il Progetto

Il Gruppo ritiene le proprie risorse un elemento chiave per lo sviluppo e la crescita aziendale.

Tra le principali aree di formazione che l'Azienda porterà avanti a tutti i livelli:

- Lo sviluppo del proprio stile di leadership
- L'apprendimento dei basic tool del management
- Il riconoscimento dei principali fenomeni della dinamica di team
- La comprensione dell'importanza di attivare un processo di sviluppo delle persone tramite il feedback continuo e la gestione per obiettivi
- La gestione dei processi di delega, motivazione e valutazione sapendo attribuire le giuste responsabilità e gli obiettivi più adeguati a ciascuno.

Siamo certi che questa attività porterà a benefici diretti e indiretti:

- Risultati di squadra migliori
- Rafforzamento del presidio manageriale
- Miglioramento del clima all'interno delle funzioni aziendali
- Aumento della motivazione
- Aumento del senso di appartenenza e della fidelizzazione
- Introduzione in azienda di pratiche di successo
- Potenziamento dell'employer branding e della corporate reputation
- Favorire la cultura dell'aggiornamento continuo.

SDGs del progetto

Il Progetto è in linea con 3 dei 17 parametri SDGs (Sustainable Development Goals) riconosciuti dalle Nazioni Unite, nell'ambito di Agenda 2030.



Standard SASB e GRI

Le materialità SASB permettono di identificare, gestire e riferire gli impatti ESG delle attività. Il GRI Standard fornisce i parametri per la rendicontazione di tali impatti.

 Materialità SASB di progetto	
Salute e sicurezza dei dipendenti	403-1, 403-6
Coinvolgimento dei dipendenti, diversità e inclusione	403-4, 403-5, 404-2, 405
Etica professionale	2-25, 419





Capitale Sociale



Rapporti con la clientela

***GRI 416-1**

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.

Ultimamente è stata creata una gamma di prodotti con garanzia di qualità e genuinità, sinonimo di nutrimento sano e ricco, identificato con marchio Ruspantino.



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

- ✔ No OGM
- ✔ Nati, allevati e macellati in Italia
- ✔ Benessere animale
- ✔ No antibiotici
- ✔ Lenta crescita in spazi più ampi
- ✔ No conservanti
- ✔ Allevato a terra
- ✔ Alimentazione controllata
- ✔ No olio di palma

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.

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.**



“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

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.

È proprio in questo ambito che, sempre di più, fa proprie le esigenze della collettività, sostenendo progetti locali verso i quali, soprattutto i più giovani e i più "fragili", hanno una forte aspettativa.

Le iniziative rientrano principalmente in due ambiti, strettamente interconnessi: lo sport e la salute.

Il Gruppo Martini, da anni, è promotore e sostenitore di diverse manifestazioni sportive, tra le quali:

"Diabete Marathon Walk and Run", che permette di continuare a garantire sostegno psicologico e momenti di condivisione per adulti e bambini con diabete.



"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.

"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.



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.

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



Il sostegno alla Scuola Calcio San Zaccaria è stato presente anche nel 2022, a supporto di questo sport, in un territorio in cui l'Azienda ha uno dei suoi principali stabilimenti.

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, in merito alle attività rivolte ai giovani disoccupati ed agli studenti, nell'arco del 2022, il Gruppo ha avviato collaborazioni con:

- **Itis Nullo Baldini Ravenna (Istituto tecnico industriale statale)**
 - Open Day - Progetto alternanza scuola lavoro
- **Istituto Tecnico Commerciale Renato Serra**
 - Progetto alternanza scuola lavoro
- **IPS Versari-Macrelli - Sede Centrale - Istituto Professionale Statale**
 - Progetto alternanza scuola lavoro
- **Università di Bologna - Dipartimento di Scienze e Tecnologie Agro-Alimentari**
 - Tirocinio Universitario - Supporto progetto tesi - Ricerca sviluppo
- **IRECOOP Emilia-Romagna - Percorso "IFTS "Tecnico dei sistemi integrati sicurezza, ambiente qualità, nei processi dell'agroindustria, esperto in economia circolare":**
 - Collaborazione progettuali su bandi europei di interesse comune e relativa attivazione in partnership
 - Analisi del fabbisogno formativo e delle competenze in linea con le esigenze del mercato del lavoro;
 - Progettazione di percorsi formativi innovativi;
 - Partecipazione ad eventuali Comitati Tecnici Scientifici, anche al fine di monitorare e anticipare i fabbisogni professionali e lavorativi;
 - Promozione degli interventi formativi e diffusione dei risultati
 - Accoglienza in stage o tirocinio a seconda dei progetti che verranno attivati
 - Accoglienza in visita guidata a seconda dei progetti attivati
 - Individuazione docenze specialistiche
 - Condivisione ed utilizzo dei laboratori citati in premessa, fornitura di materiali di supporto a scopo didattico e la sinergia sulle attività sopra descritte;
 - Valutazione dei profili dei candidati in uscita da percorsi formativi.



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 84.830€.

Queste donazioni continueranno anche nei prossimi anni.



84.830 €

Donazioni anno 2022

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

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 2022 il Gruppo Martini ha elargito circa 42.000€ 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.



Il Gruppo Martini ha contribuito al sostegno della Ricerca Scientifica sull'Immunoterapia: in particolare presso l'IRST IRCCS sono attivi diversi protocolli di ricerca, tra i quali il “Programma di Ricerca e Sviluppo di Terapie cellulari oncologiche ed onco-ematologiche”. Grazie al supporto alla ricerca, è stato possibile sviluppare nel corso del 2022 importanti applicazioni.

Il Gruppo Martini, con un importante accordo triennale, fa parte del gruppo dei partner fondatori del Prime Center, un team di aziende e donatori privati, particolarmente lungimiranti e proiettati nel futuro, capaci di cogliere l'impatto della struttura, sin dagli albori della fase progettuale. Lo IOR, ad oggi ha realizzato una struttura funzionante: il Prime Center nasce dalla riqualificazione, ristrutturazione e ampliamento dell'edificio posto a Cesena, in via San Cristoforo, 4200, già adibito a scuola elementare e in disuso da circa 20 anni. A maggio 2022 il centro ha aperto le porte al primo gruppo di pazienti e nei mesi successivi si è ampliata l'offerta fino a raggiungere la piena operatività: garantisce spazi funzionali con aule didattiche ed un grande open-space centrale, una cucina didattica, una sala dedicata alla musicoterapia e una palestra.



FOCUS

Comunicazione multicanale

La comunicazione per il Gruppo Martini è uno strumento per permettere agli stakeholder di interagire con i processi aziendali interni.

Vogliamo, nel prossimo futuro, integrare sempre di più i flussi comunicativi delle diverse aree dell'impresa, per riuscire ad indirizzarle in modo integrato verso i diversi target del futuro..

Il Gruppo Martini vuole dialogare in modo trasparente con i molteplici interlocutori (consumatori, dipendenti, clienti, cittadini, istituzioni, giornalisti, opinion maker, etc.). Uno degli interlocutori prevalenti sarà rappresentato dagli istituti scolastici per far conoscere il Gruppo alle giovani generazioni, che si rivolgono al mondo del lavoro.

Martini sta attivando una pagina del sito web, nella quale, ogni mese, inserire dei post per migliorare la conoscenza all'esterno del gruppo.

Allo stesso modo, per Martini risulta fondamentale stimolare la comunicazione interna all'azienda: per questa ragione, ha attivato una "pagina Intranet" accessibile a tutti i dipendenti, nella quale è possibile trovare i documenti utili al personale, le ultime news e gli eventi che riguardano le Società del Gruppo.

Gli obiettivi del progetto di comunicazione si muovono quindi in 4 direzioni:

- ✓ **Coinvolgere gli stakeholder mediante l'organizzazione di eventi;**
- ✓ **Rinnovare una pagina web per implementare la conoscenza all'esterno dell'Azienda;**
- ✓ **Coinvolgere gli Istituti scolastici per implementare i percorsi scuola-lavoro;**
- ✓ **Implementare la Intranet aziendale con sezioni dedicate ai dipendenti per un maggior coinvolgimento nei processi e nelle attività del Gruppo.**







Modello di Business e Innovazione



Fornitori e pratiche di approvvigionamento

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

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.*

FOCUS Ampliamento Filiera

A fine dell'anno 2022, il Gruppo Martini ha acquisito la Filiera Avicola Malocco, situata nel Nord-Est del territorio Nazionale.

Questa acquisizione, che rientra tra gli obiettivi strategici del Gruppo, consentirà di diversificare il proprio mercato e di aumentare le proprie quote.

Nell'anno in corso, quindi, sono concentrate molte risorse all'integrazione di questa Filiera all'interno di quella Martini, al fine di riuscire con maggior efficacia ad affrontare le turbolenze del mercato e ad essere un interlocutore strategico della clientela, ma soprattutto a migliorare fortemente la sostenibilità di filiera.

Le due realtà presentano un elevato grado di complementarità e, attraverso un efficace percorso di integrazione, sarà possibile sfruttare appieno i punti di forza dell'una e dell'altra.





Linee guida per il nostro futuro

- I nuovi progetti
- Coinvolgimento Stakeholder
- Sostenibilità end to end: la filiera

Linee guida per il nostro futuro

I nuovi progetti



gruppo martini



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 mangimifici, 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.



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.

Le priorità perseguite mediante i progetti dalle Società del **Gruppo Martini**, hanno preso in considerazione:

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

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



Linee guida per il nostro futuro

Coinvolgimento Stakeholder Survey

Predisposizione Survey

Somministrazione Survey

Risultati Survey



Coinvolgimento Stakeholder

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	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	CFP e WFP dei prodotti e piano miglioramento, progetti, diffusione strumenti valutazione sostenibilità.
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 Rappresentanze Sindacali, formazione	Accordi sindacali
Finanziatori, banche, etc.	Direzione amministrativa	Solidità e sostenibilità economica, finanziaria e patrimoniale.	Attività mirate a specifici progetti	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.	Incontri periodici, open day, sponsorizzazioni	Eventi, spazi aperti, iniziative aperte al pubblico.

STAKEHOLDERS



gruppo martini



Stakeholder Engagement: predisposizione della survey

Il Gruppo Martini ha individuato 14 temi materiali e ha attivato un primo canale di ascolto nei confronti dei propri stakeholder, in collaborazione con ESG-View per coinvolgerli ed identificare la loro percezione rispetto alle attività proposte da Gruppo Martini, con particolare riferimento ai 14 temi materiali individuati e su questi attivare una survey.

Di seguito si riportano alcuni esempi:

- › **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**

Somministrazione della Survey

La survey è stata somministrata dal 8/09/22 al 20/09/22, a 4 Cluster di Stakeholder selezionati:



Clienti



Dipendenti

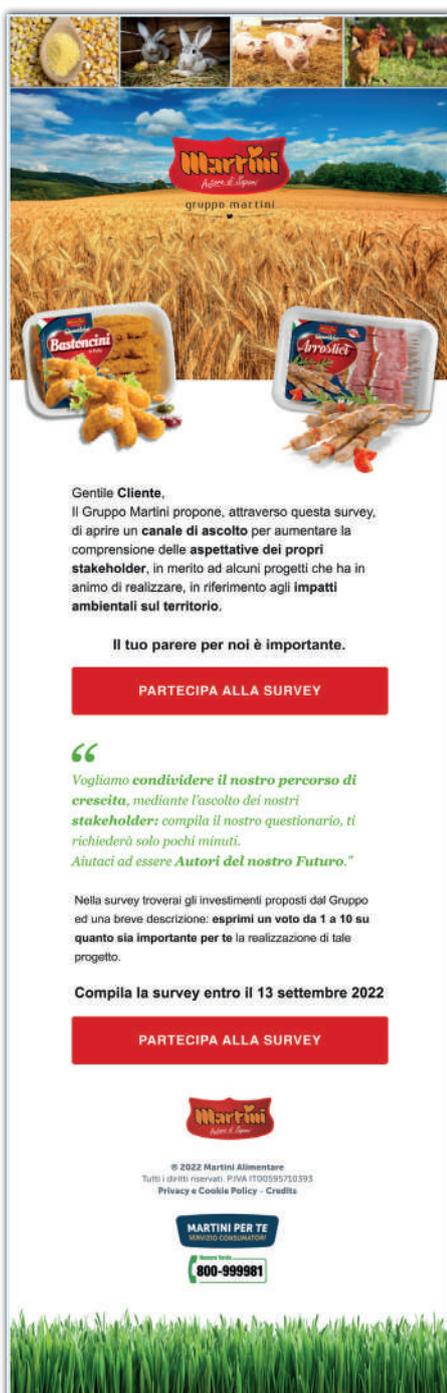


Istituzioni



Fornitori

per un totale di **468 stakeholder**, ai quali è stato chiesto di esprimere, con un voto da 1 a 10, la propria condivisione dell'investimento, **sottolineando l'impegno dell'azienda in ambito di sostenibilità** a ridurre il proprio impatto sull'ambiente, mediante tale intervento.



Gentile Cliente,
Il Gruppo Martini propone, attraverso questa survey, di aprire un **canale di ascolto** per aumentare la comprensione delle **aspettative dei propri stakeholder**, in merito ad alcuni progetti che ha in animo di realizzare, in riferimento agli **impatti ambientali sul territorio**.

Il tuo parere per noi è importante.

PARTECIPA ALLA SURVEY

“
Vogliamo **condividere il nostro percorso di crescita**, mediante l'ascolto dei nostri **stakeholder**: compila il nostro questionario, ti richiederà solo pochi minuti.
Aiutaci ad essere **Autori del nostro Futuro**.”

Nella survey troverai gli investimenti proposti dal Gruppo ed una breve descrizione: **esprimi un voto da 1 a 10 su quanto sia importante per te la realizzazione di tale progetto**.

Compila la survey entro il 13 settembre 2022

PARTECIPA ALLA SURVEY


© 2022 Martini Alimentare
Tutti i diritti riservati. PIVA IT00295710193
Privacy e Cookie Policy - Credits

MARTINI PER TE
Numero Verde
800-999981

Redemption

18%



Scan Qr-Code

Survey

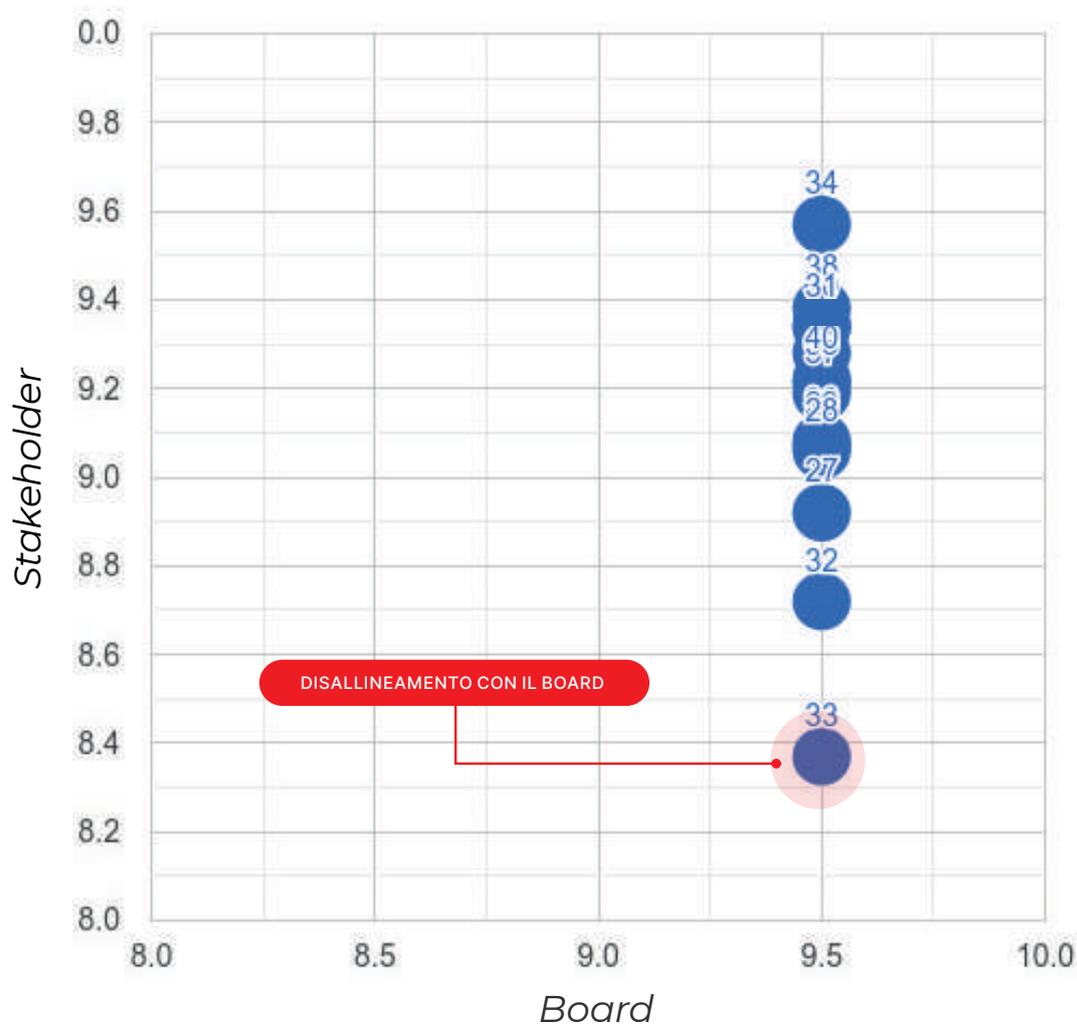
Risultati survey

Le mappe di materialità mettono in relazione i voti del Board (ascisse) e quelli medi degli Stakeholder (ordinate). Il confronto di valori permette alle Società del Gruppo di definire l'allineamento tra Board e Stakeholder, rispetto ai progetti proposti. I valori evidenziati in rosso rappresentano il disallineamento sui temi, da non considerarsi come mancata condivisione del progetto, ma piuttosto come necessità di un maggior coinvolgimento sull'argomento.

#	MATERIALITÀ	BOARD	STAKE HOLDER
27	Potabilizzatore delle acque del Canale Emiliano Romagnolo	9,5	9,0
28	Potenziamento della depurazione delle acque	9,5	9,2
30	Miglioramento delle Centrali idriche e termiche	9,5	9,4
31	Miglioramento del controllo dei consumi idrici ed elettrici	9,5	9,4
32	Lotta all'inquinamento luminoso	9,5	8,9
33	Miglioramento dei sistemi di distribuzione dell'aria	9,5	8,6
34	Inserimento di impianto fotovoltaico	9,5	9,6
35	Miglioramento della fase di surgelazione dei prodotti	9,5	9,3
36	Ammodernamento di impianti e/o parti di impianto	9,5	9,2
37	Assorbitore post Cogeneratore	9,5	9,3
38	Nuove linee di lavorazione	9,5	9,4
40	Revamping degli allevamenti	9,5	9,3

I voti dall'1 al 10 sono tutti molto alti a testimonianza della grande attenzione alle tematiche in generale.

Lo score generale degli stakeholder ha una media altissima, oltre il 9.



La costruzione delle matrici ha permesso di:

- Razionalizzare i temi che il Gruppo Martini vuole sviluppare attraverso gli investimenti in tema di misurazione dell'impatto,
- Evidenziare l'approccio dell'azienda ESG oriented,
- Rendere comprensibile a tutti gli stakeholder i progetti in ottica di engagement e condivisione,
- Verificare il loro allineamento, a livello di priorità, con gli Stakeholder coinvolti,
- Porre attenzione su aree di leggero disallineamento e gestire e programmare la comunicazione del Gruppo Martini nei prossimi anni,
- Porre le basi per realizzazione dello stakeholder engagement.

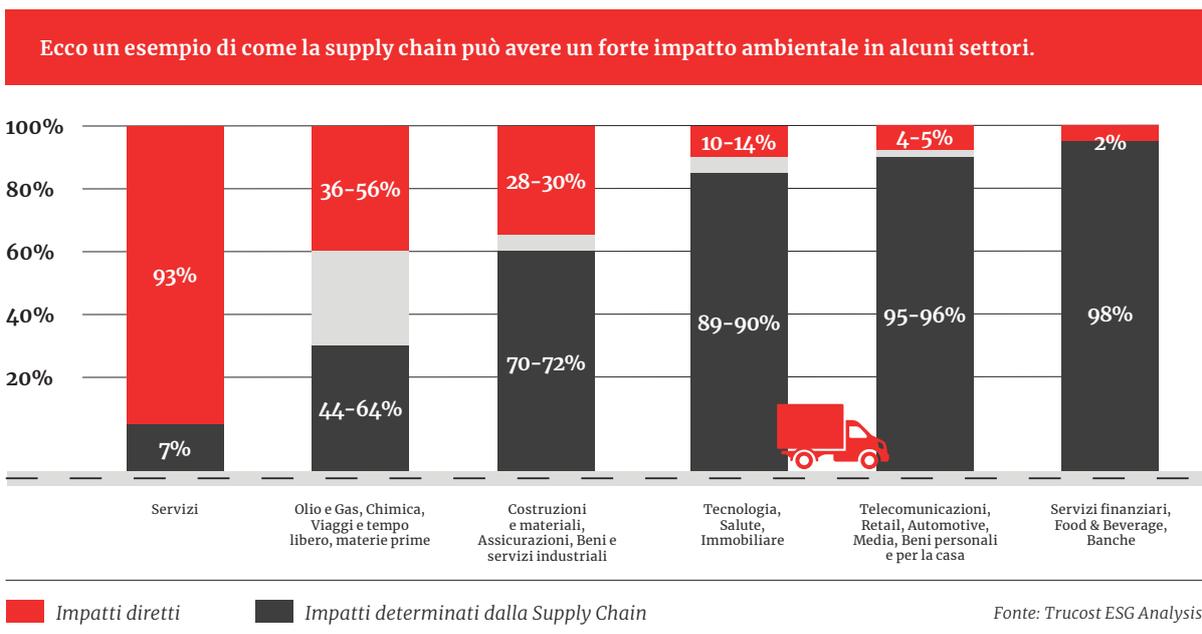
Linee guida per il nostro futuro

Sostenibilità end to end: la mappatura della Filiera



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 che compongono l'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 Martini avvieranno nel 2023 un percorso di mappatura-monitoraggio della filiera, per conoscerne la maturità sotto il profilo ESG.

Obiettivi di mappatura della filiera:



Grazie al questionario Synesgy che verrà comminato nei prossimi mesi ai fornitori del Gruppo, sarà possibile delineare il grado di allineamento della supply chain ai temi della sostenibilità, potendo al contempo porre in essere azioni correttive per migliorarne le performance in ottica ESG.

Informazioni di rendicontazione

GRI 2-3 • GRI 2-4 • GRI 2-5

Le Società del Gruppo Martini pubblicano i loro risultati relativamente alla **sostenibilità ambientale e sociale all'interno di un apposito report**, a partire dal 2022 e con cadenza annuale.

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 per il periodo 1/1/2022 – 31/12/2022.

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	116
	2-4	Riformulazione delle informazioni	Informazioni di rendicontazione	116
	2-5	Assurance esterna	Governance Informazioni di rendicontazione	42 116
	2-7	Dipendenti	Occupazione	68
	2-9	Struttura e composizione della governance	Governance Occupazione	42 68
	2-11	Nomina e selezione del più alto organo di governo	Governance	42
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nel presidio degli impatti	Governance	42
	2-13	Delega della responsabilità per la gestione degli impatti	Governance	42
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder Etica professionale	6 46
	2-23	Impegni politici	Etica professionale Compliance normativa	46 48

	2-24	Incorporamento degli impegni politici	Etica professionale	46
	2-25	Processi per rimediare a impatti negativi	Governance Etica professionale Compliance normativa Gestione degli impatti ambientali	42 46 48 52
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Etica professionale	46
	2-28	Associazione di appartenenza	Governance	42
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Stakeholder engagement	106
	2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Occupazione	68
GRI 3		Material Topics		
	3-3	Gestione dei temi materiali	Gestione degli impatti ambientali Occupazione	52 68
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	86
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016			Compliance normativa	48
	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	92

GRI 301: Materiali 2016	301-2	Materiali utilizzati per peso e volume	Materiali	53
	301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	Materiali	53
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici	54
	302-4	Riduzione del consumo di energia	Consumi energetici	54
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	56
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette GHG	Emissioni	58
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	Emissioni	58
	305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Emissioni	58
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	59
GRI 307: Compliance ambientale 2016			Gestione degli impatti ambientali	52
			Compliance normativa	48

GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016			Compliance normativa	48
	308-1	Nuovi fornitori valutati utilizzando criteri ambientali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	92
GRI 401: Occupazione 2016	401-1	Nuove assunzioni e turnover	Occupazione	68
	401-2	Benefit previsti per dipendenti a tempo pieno	Occupazione	68
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Occupazione	68
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Occupazione	68
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Formazione	70
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Formazione	70
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Formazione	70
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	Comunità locali	83
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	92

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	48 80 92
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1	Requisiti in materia di informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	Compliance normativa	48
GRI 419: Compliance socioeconomica 2016	419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Compliance normativa	48

Il report è stato realizzato
dal Gruppo Martini
in collaborazione con ESG-View





gruppo martini



Martini SpA

Via Emilia 2614

47020 Budrio di Longiano (FC) - Italy

Tel. 0547 50111

www.martinigruppo.com