



gruppo martini





Indice **Report**



Lettera agli Stakeholder	5
Martini... più di 100 anni di storia	7
I valori aziendali	10
Profilo dell'organizzazione	12
Nota metodologica	14
Stakeholder Engagement	17
SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile	19
Leadership e Governance	21
Ambiente	25
People	30
Network e Territorio	33
Modello di Business e Innovazione	35
Sostenibilità end to end: la mappatura della Filiera	36
Action Plan	37
Indice dei GRI	39



Martini SpA - Report di Sostenibilità **2023**





Lettera agli Stakeholder

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

Sergio Marchionne

Gentili Stakeholder,



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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


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

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

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

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



 Il Presidente
Antonio Montanari

100 anni
di storia



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



Ezio Martini - "Storia di un Mercante"

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

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

La Valigia

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

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



100 anni di storia...

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

La storia del **Gruppo Martini**

100 anni
di storia



Anni '20



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

Anni '30



La Famiglia Martini inizia a commercializzare granaglie e sementi

Anni '60



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

Anni '70



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

Anni '80



Primi allevamenti suinicoli, avicoli e cunicoli di proprietà



Anni '90



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

Anno 2000



Acquisizione Filiera Avicola

Anno 2010



Acquisizione prosciuttificio ubicato a Felino (PR)

Anno 2014



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

Anno 2015



Acquisizione mangimificio ubicato a Modena (MO)

Anno 2016



Acquisizione salumificio ubicato a Montefalco (PG)

Anno 2020



Potenziamento della rete logistica

Anno 2022



Acquisizione nuova filiera avicola Malocco Nord-Est



I valori aziendali

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

♥ Vision

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

♥ Mission

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

Consumatori

Soddisfare i bisogni e garantire la salute.

Efficacia

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

Efficienza

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



I valori aziendali

Filiera

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

Sostenibilità

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

Benessere Animale

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

Spirito di Gruppo

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

Persone

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

Trasparenza

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





Profilo dell'organizzazione

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

Martini SpA è una realtà industriale e commerciale, la sua attività è finalizzata principalmente alla produzione di mangimi 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 destinati ai propri allevamenti e a quelli legati alla Martini con contratti di soccida ma anche al libero mercato. Un'attività di tutto rilievo è anche quella relativa al trading di materie prime acquistate, su scala mondiale, non solo per la produzione di mangimi ma anche per poi rivenderle al miglior offerente come tali.

Negli anni '90 la lunga esperienza nel settore ha portato ad intraprendere l'attività di allevamento per le specie di suino, pollo e coniglio, tramite allevamenti di proprietà o come partner di realtà già presenti sul territorio.

Ad oggi, la Martini Spa è costituita dalle seguenti unità locali di proprietà:

- Longiano, Via Emilia 2614 (FC) - Mangimificio
- Genola, Via Della Ferrovia 11 (CN) - Mangimificio
- Modena, Stradello Aggazzotti 100 (MO) - Mangimificio
- Oristano, Località Cirras Santa Giusta (OR) - Mangimificio
- San Salvatore Telesino, Via Corte Nocera (BN) - Mangimificio
- Frazione Gerbo Fossano (CN) - Allevamento Avicolo
- Via Busca Centallo (CN) - Allevamento Avicolo
- Pecorile, Vezzano Sul Crostolo (RE) - Allevamento Suinicolo
- Via Viazza Vecchia 18 Bagnacavallo (RA) - Allevamento Suinicolo
- Località Bronzo Sassocorvaro Auditore (PU) - Allevamento Avicolo
- Pesaro, Via Della Blilla, Frazione Ginestreto (PU) - Allevamento Suinicolo
- Località Volpolano Todi, Frazione Di Asproli (PG) - Allevamento Suinicolo
- Località Poggio Morello Sant'omero (TE) - Allevamento Suinicolo
- Contrada Selva Di Sotto San Salvatore Telesino (BN) - Allevamento Suinicolo
- Argenta, Strada Della Pozza 2, Frazione Santa Maria Codifiume (FE) - Allevamento Cunicolo
- Via Cussino 14/A Genola (CN) - Incubatoio



Profilo dell'organizzazione

Il costante sviluppo nel campo della genetica conferma la grande attenzione del Gruppo verso la più delicata e importante fase dell'allevamento.

Per il comparto del suino il Centro Seme "Biogene", a Montecastello di Vibio, rappresenta una realtà unica in Europa per dimensioni e tecnologie; il Centro permette di controllare ed utilizzare le migliori razze disponibili per ottenere suini performanti per il mercato italiano.

Il Centro Genetica Martini a Santa Maria Codifiume (Ferrara), invece, interamente dedicato alla ricerca sul coniglio, è tra le realtà più all'avanguardia in ambito internazionale, grazie a un'equipe di esperti e di strutture di grande spessore scientifico.

Tutto questo si traduce in elevati standard qualitativi e nello sviluppo di prodotti attraverso tecniche e sistemi innovativi, per rispondere alle continue sfide del mercato moderno.

Oggi l'Azienda dà vita a una filiera integrata per le tre specie.

Gli animali allevati dalla Martini Spa vengono venduti agli stabilimenti di macellazione e trasformazione C.A.F.A.R. Sac e Ma.Ge.Ma. Sac.

Tutte le unità locali rispettano il D. Lgs.152/2006, o altre autorizzazioni specifiche in materia ambientale, rilasciate dall'autorità competente (AIA, AUA, etc..).

A tal seguito rispetta tutte le condizioni da seguire nell'esercizio dell'impianto al fine di contribuire a raggiungere un determinato livello di protezione dell'ambiente.

La presente rendicontazione prende in oggetto tutte le sedi della Martini Spa, sopra elencate.

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

"La sostenibilità è un valore sul quale investire per crescere insieme." (Martini Spa)



Nota metodologica

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

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

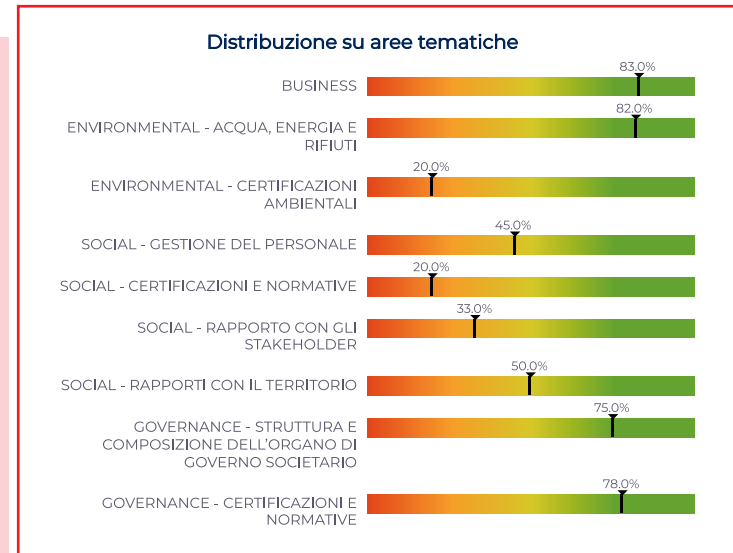
- ✔ GRI Sustainability Reporting Standards
- ✔ Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
- ✔ ISAE3000 - International Auditing and Assurance Standard Board

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

La presente dichiarazione è pubblicata sul sito di Martini Spa, all'indirizzo www.martinialimentare.com. È possibile richiedere informazioni alla mail martinispa@legalmail.it.

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

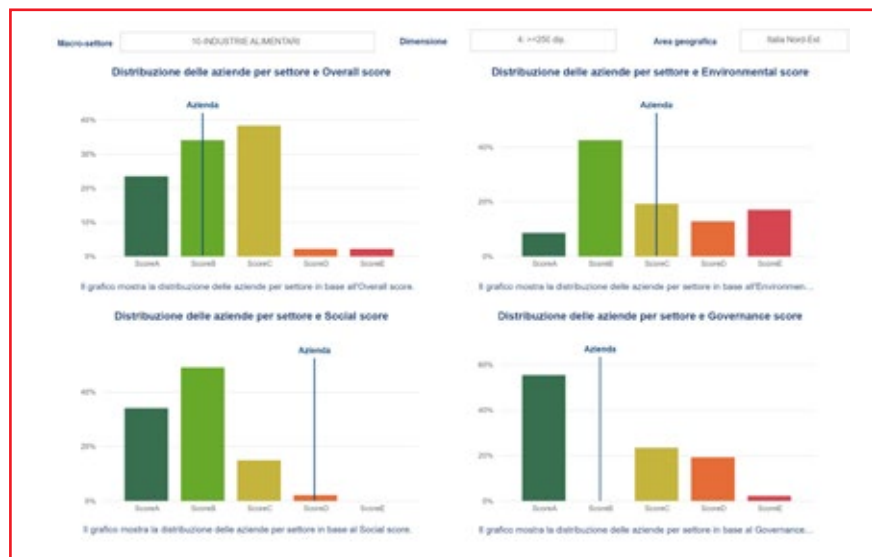
Nota metodologica



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



Nota **metodologica** - Statistiche Benchmark



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

Il quadro restituito da Synesgy posiziona la Società rispetto ad un campione di aziende che appartiene al macrosettore delle industrie alimentari nella zona Italia Centro con un numero di dipendenti uguale o superiore alle 250 unità. La collocazione di Martini SpA è generalmente migliore rispetto alle altre aziende (score per settore e overall), il tema di Governance è quello in cui risulta più virtuosa rispetto al campione, sul tema ambientale (Environmental) è nella media, mentre sull'asset Social la Società dovrà progressivamente migliorare - visto il miglior piazzamento dei competitor.

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

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



L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

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

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

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

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

Stakeholder Engagement - L'obiettivo dello Stakeholder Engagement

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

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



SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile

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

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

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

Environmental

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

Social

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

Governance

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





SDGs: obiettivi ONU di **sviluppo sostenibile**

Martini Spa e gli SDGs

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

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



2 - Sconfiggere la fame

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



3 - Salute e Benessere

Assicurare la salute e il benessere per tutti.



5 - Parità di genere

Raggiungere l'uguaglianza di genere e responsabilizzare tutte le donne e le ragazze



7 - Energia pulita e accessibile

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



8 - Lavoro dignitoso e crescita economica

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



9 - Imprese, innovazione e infrastrutture

Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione.



12 - Consumo e produzione responsabili

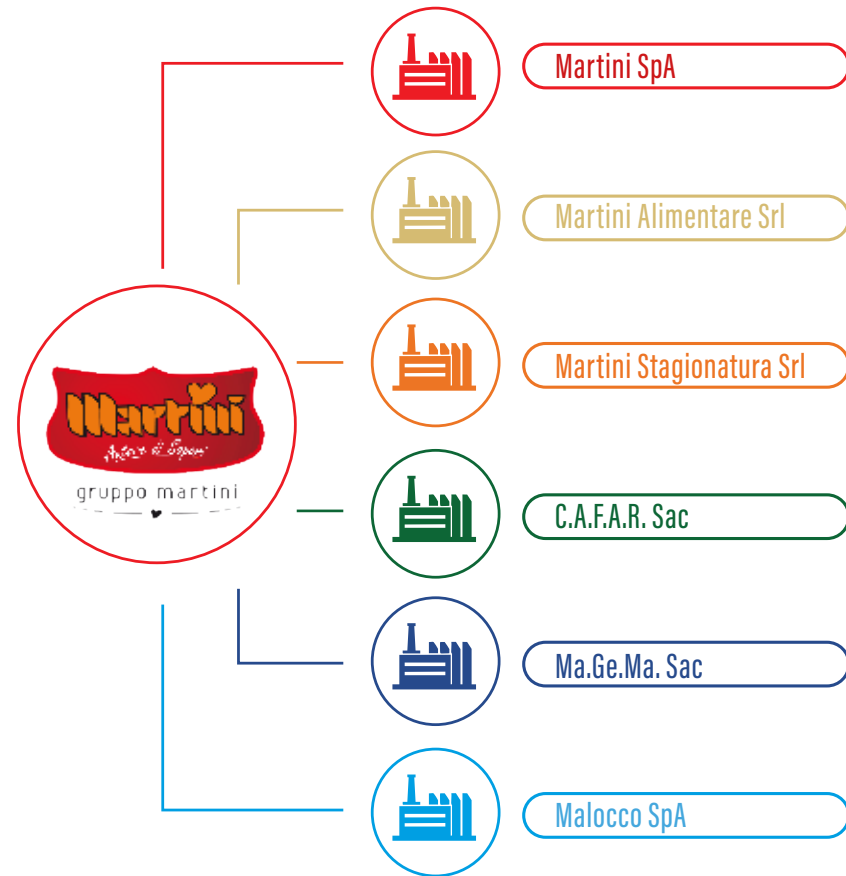
Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

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

Leadership e Governance

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

Governance



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



La composizione degli Organi di Governo della Società Martini SpA

Organo di Governo	Martini SpA
	Socio Unico F.lli Martini & C. SpA
Presidente CdA	Antonio Montanari
Vice presidente CdA	Filippo Martini
Consiglieri	Gloria Martini Alessandra Biondi
Collegio Sindacale	Riccardo Pieri Presidente Luciano Mattarelli Angela Arcozzi
Società di Revisione	PWC
Organismo di Vigilanza	Pier Simone Ghislieri Riccardo Pieri Francesco Stofa

La funzione degli Organi di Governo



Assemblea Soci

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



Consiglio di Amministrazione

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



Collegio Sindacale

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



Società di Revisione

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



Organismo di Vigilanza

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



La funzione degli **Organi di Governo**

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

L'organo di governo societario è rappresentato da un Consiglio di Amministrazione. L'organo di governo è formato da 3 a 5 persone. Il CdA ha fino a 3 membri indipendenti. La presenza di donne all'interno dell'organo di governo è tra il 33% ed il 50%.

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

È presente una società di revisione, la PRICEWATERHOUSECOOPER SPA.

La società fa parte di associazioni di categoria. L'associazione di categoria della quale fa parte è Confindustria Forlì-Cesena, Assafrica & Mediterraneo, Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, Assoavi, Ager, IBC, A.C.C.S., ASIC, Associazione scientifica avicoltura, Associazione granaria emiliana e CO.DI.MA.

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

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

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

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

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

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

L'azienda ha identificato una figura professionale specifica in merito al benessere animale (es. Responsabili del benessere animale).

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

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



Compliance **normativa**

*GRI 2-23, GRI 2-25, GRI 307, GRI 416-1, GRI 417-1, GRI 419

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

La società presenta certificazioni di terze parti riconosciute a livello nazionale o internazionale relativamente alla qualità dei propri prodotti/servizi.

La società ha ottenuto delle certificazioni riconosciute a livello nazionale e/o internazionale per i propri prodotti o processi. La società ha ottenuto delle certificazioni riconosciute a livello nazionale e/o internazionale per i propri prodotti o processi come lo Standard IFS (International Food Standard).

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

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

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

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

Martini ha formalizzato a partire dal 2020 il proprio Codice Etico, nel quale dichiara pubblicamente i principi generali e le regole comportamentali cui viene riconosciuto valore etico positivo. Esso rappresenta la "carta dei diritti e dei doveri fondamentali" attraverso la quale la Martini SpA chiarisce le proprie responsabilità etiche e sociali verso i diversi portatori di interessi interni ed esterni (soci, dirigenti, dipendenti, fornitori, istituzioni, clienti etc.), ricercando forme di bilanciamento e/o punti di equilibrio tra i molteplici interessi e legittime pretese avanzate da portatori di interesse.

Con il Codice Etico, la Martini SpA rende esplicito un sistema di valori e di regole di condotta per il raggiungimento della missione dell'Azienda che, quando condiviso, funge da collante, rafforza l'identità all'interno e la trasmette all'esterno.



Ambiente

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

Gestione degli **impatti ambientali**

Martini SpA 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.

L'Azienda ha inoltre 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.

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



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



Consumi **energetici** *GRI 302-1, GRI 302-4

Il consumo energetico per l'azienda, associato alle forme di razionalizzazione, rappresenta un parametro fondamentale per descrivere l'impatto che questa ha non solo in termini di efficienza, ma anche di ricadute sull'ambiente.

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

25.539 kWh.

I consumi di energia elettrica sono fortemente correlabili alle emissioni di CO2, nonché ai costi, per questo, negli ultimi anni (2018-2023) la Società si è fortemente impegnata nell'efficientamento energetico svolgendo diversi interventi, di miglioramento presso i propri siti produttivi, sia in termini di nuove tecnologie sia in miglioramento dei processi stessi, investendo oltre 850.000 €; a seguito di tali efficientamenti ci si aspetta una riduzione dei consumi energetici pari a 4%.

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

Trend - Valore dell'investimento in efficientamento (€)

2022: 800 mila €

2023: 850 mila €

Δ% 2023-2022: + 6,3%

Tra gli interventi di miglioramento Martini SpA si è impegnata nella formazione del proprio personale addetto portando grande attenzione sui processi più energivori, parallelamente ha individuato metodi per la produzione di energia meno impattanti per l'ambiente come la cogenerazione. Gli impianti di cogenerazione permettono la produzione combinata di energia elettrica ed energia termica partendo da un'unica fonte di energia primaria, nel caso della Martini, il gas metano.

L'impianto di cogenerazione presente nel mangimificio di Longiano, dunque, fornisce sia elettricità che calore, garantendo una migliore resa energetica rispetto alle due produzioni separate.

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



Acqua e scarichi idrici

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

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

Martini SpA, nel corso del 2023, ha registrato un consumo idrico pari a 268.372 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 principali fonti di approvvigionamento idrico sono di falda e acquedotto. 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. 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.

L'acqua consumata in un anno da tutte le sedi aziendali è pari a 268.372 m3.

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



Emissioni

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

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

Martini SpA, si adoperava 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.

L'azienda misura le proprie emissioni per valutarne il relativo impatto, ma le ha stimate attraverso il calcolatore GHG messo a disposizione da Synesgy.

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

1.991 tCO₂eq.

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

13.864 tCO₂eq.

La percentuale di riduzione di GHG rispetto all'anno precedente è del 0%.

I mezzi aziendali dei quali è dotata la società sono:



- 3 mezzi Metano
- 108 mezzi Diesel

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



Rifiuti

*GRI 306-2, GRI 306-3

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

I rifiuti principalmente prodotti dalla Martini SpA nel corso del 2023 sono, negli allevamenti, il prodotto della pulizia dei capannoni adibiti allo stazionamento degli animali, seguo, per la parte dei mangimifici, rifiuti come plastica e legno (materiali di imballaggio).

Il totale dei rifiuti prodotto nel corso dell'ultimo anno dall'azienda è pari a

7.236 ton.

La società nelle sue sedi effettua la raccolta differenziata di:

- carta,
- plastica,
- vetro,
- materiale informatico.

L'azienda conferisce in differenziata altro materiale, come neon, rifiuti sanitari, ferro, acciaio, oli esausti, imballaggi sporchi, legno e fanghi. Le deiezioni degli animali (feci e urine) sono inquadrate come effluenti zootecnici e non rifiuti, essi sono destinati allo spandimento su terreni agricoli per il miglioramento delle loro caratteristiche.

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



People

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

Occupazione

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

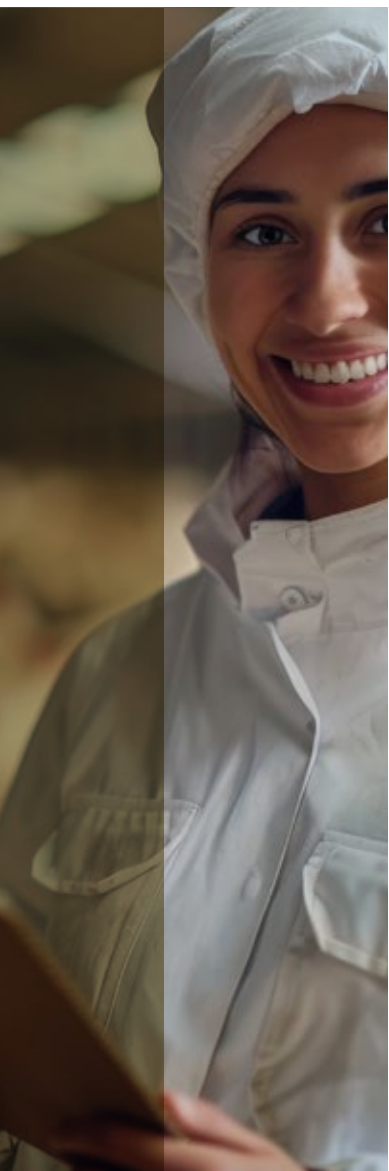
La stabilità del proprio organico dal punto di vista contrattuale, collegata a politiche di welfare interne, costituisce elemento fondante affinché l'organizzazione possa garantire performance elevate in tema di produttività.

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

La società svolge la propria attività, applicando un sistema per la gestione della sicurezza e salute dei propri dipendenti.

Dipendenti (inclusi stage e tirocini)	Numero Donne	Numero Uomini
Dirigenti	2	12
Quadro	0	12
Impiegati	63	106
Operai	24	140
Salario base annuale	37.181,50 €	43.487,36 €

La differenza percentuale di salario base annuale per categoria professionale più rappresentata tra uomini e donne è pari al 7%. La differenza è giustificata dall'assegnazione di mansioni differenti tra uomini e donne e dalle caratteristiche del lavoro svolto.



Trend - Salario base annuale medio (€)

Δ% 2023-2022: + 7%

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

La percentuale sul totale dei dipendenti con contratto:

- con contratto a tempo determinato è pari al 14%,
- con contratto part-time è pari al 4%.
- di stage/tirocini attivati nell'ultimo anno è pari al 7%.

L'azienda ha assunto, sul totale del personale, un 5% di dipendenti appartenenti alle categorie protette ex 68/99 o soggetti svantaggiati ex L.381/91.

Gli infortuni occorsi, sia nell'anno corrente che nei due anni precedenti, sono stati tra 4 e 9.

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

- nell'anno corrente e l'anno. 50 o più
- due anni fa, tra 11 e 49

Il numero medio complessivo di ore lavorate nel corso dell'ultimo anno sono state pari a 1.686.

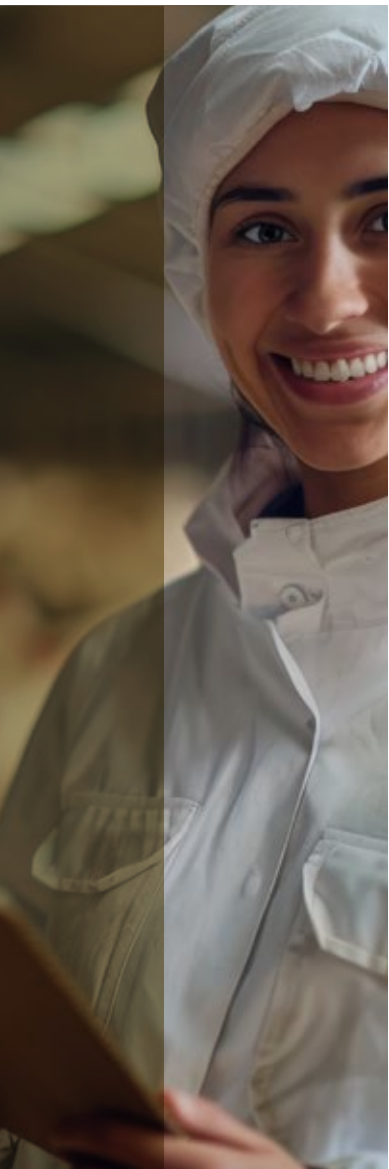
Si sono purtroppo registrati decessi in azienda nel corso degli ultimi 3 anni.

Nell'arco dell'ultimo anno, l'azienda ha creato 2 nuovi posti di lavoro.

L'azienda applica il CCNL Industria alimentare (2019), Impiegati agricoli (2022), Operai agricoli e florovivaisti (2022) e Dirigenti Industria (2019). Tutti i dipendenti sono coperti da tali CCNL.

L'azienda, in tema di welfare, mette a disposizione del proprio personale:

- premi di produttività,
- Polizze vita/infortuni,
- flessibilità oraria/smart working,
- convenzione con realtà del territorio.



Formazione

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

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

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

3.613,

Trend - Numero di ore di formazione erogate

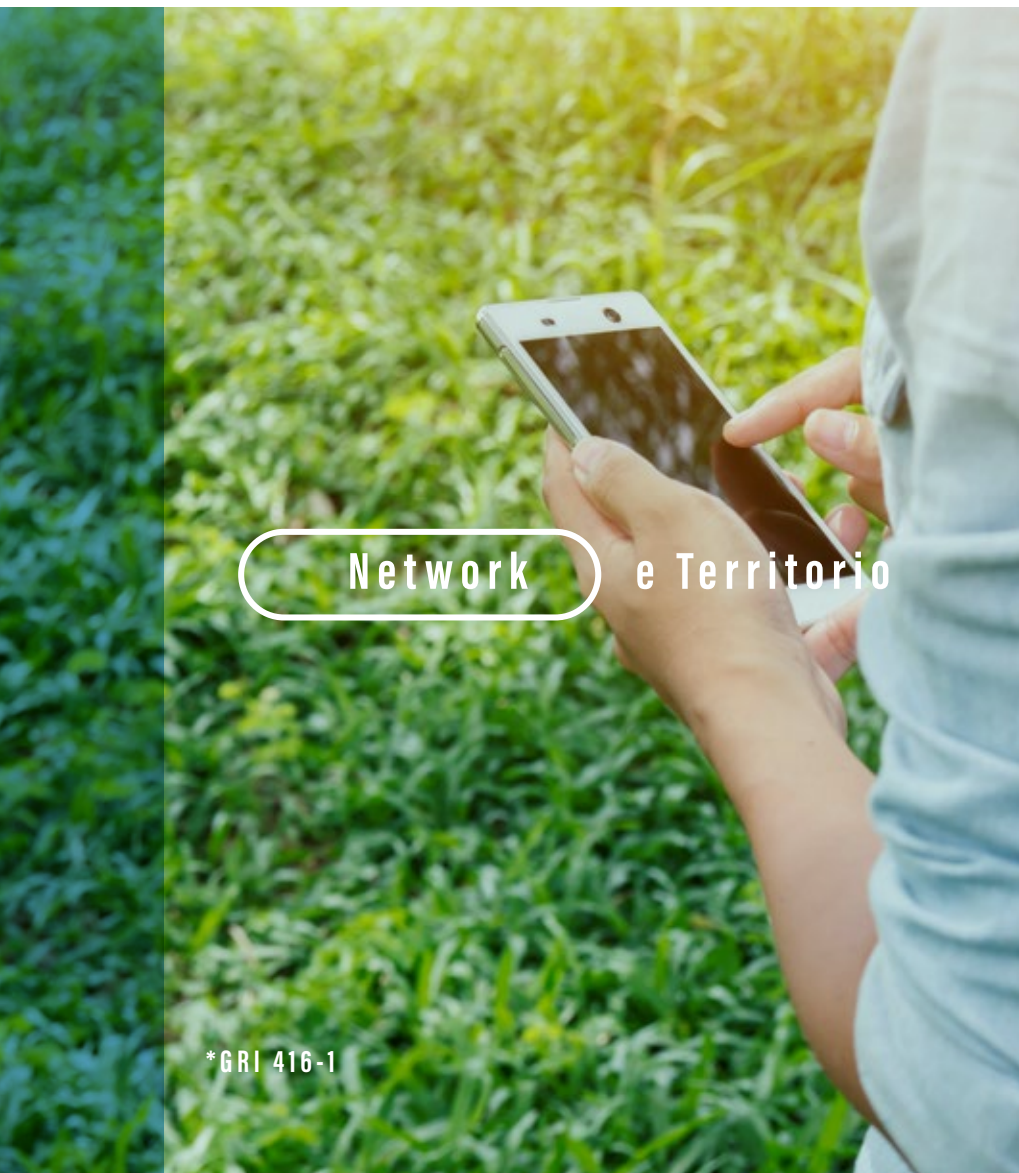
Δ% 2023-2022: + 49,6%

Le principali tematiche trattate sono:

- Salute e sicurezza sul lavoro;
- Ambientale;
- Sostenibilità e biosicurezza.

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

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



Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati *GRI 416-1

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.

Sono state effettuate donazioni/sponsorizzazioni/liberalità a vantaggio della comunità della zona in cui opera. Le donazioni/investimenti attuate in favore della comunità nell'ultimo anno ammontano a 32.495 €.

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



Rapporti con la clientela *GRI 413-1


L'integrazione della società con la comunità locale, mediante la realizzazione di interventi che aprono letteralmente le porte della realtà produttiva ai residenti, è certamente un punto forte ed in progressivo sviluppo per limitare/migliorare gli impatti che l'azienda ha sul territorio circostante.

Diventa fondamentale, infatti, in un'ottica di creazione di valore condiviso, il rapporto che l'azienda instaura con il territorio nel quale si iscrive la propria sede ed il proprio ambito di operatività, al fine di implementare quello scambio di aspettative, esperienze, suggerimenti che immancabilmente influenzano le strategie di crescita dell'impresa stessa e riducono/migliorano il proprio impatto sulla collettività.

Importante è quindi il rapporto che l'azienda instaura con le comunità locali, tale per cui la collettività non debba subire l'operatività di questa, ma ne diventi un attore vero e proprio con una forte capacità di condizionamento delle scelte operative e di sviluppo.

L'azienda propone corsi di formazione agli allevatori al fine di favorire la comunicazione e la condivisione delle conoscenze in merito al benessere animale

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



Modello di Business e **Innovazione**

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

Fornitori e pratiche di **approvvigionamento**

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

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

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

La società adotta un sistema per la valutazione dei fornitori.

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

Sostenibilità end to end: la mappatura della Filiera

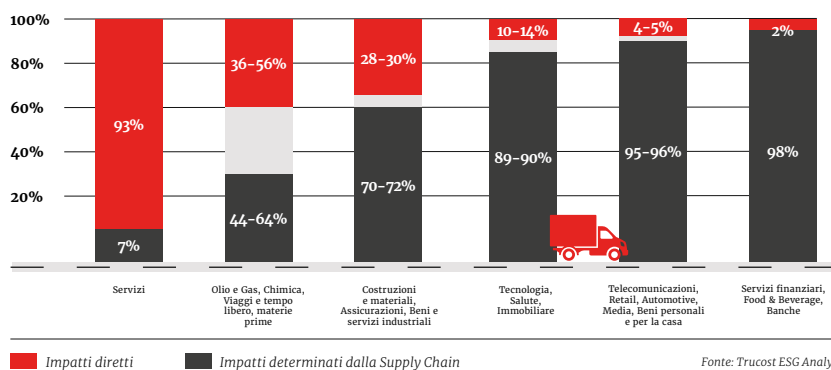
* GRI 204-1, GRI 308-1, GRI 414-1, GRI 416-1

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

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

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

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



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

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



Le azioni consigliate da **Synesgy**

Business e governance aziendale

- Considerare gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali, oltre a quelli normativamente previsti.
- Predisporre una funzione aziendale dedicata ai controlli interni (es. Internal Audit, Risk Management, Compliance).
- Implementare una Funzione di Risk Management per i controlli interni dell'azienda.

Acqua, energia e rifiuti

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

Certificazioni Ambientali

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



Gestione del personale, Certificazioni e Normative

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

Rapporto con gli Stakeholder e con il Territorio;

- Svolgere progetti nelle scuole o nella comunità su tematiche inerenti alla sostenibilità.
- Se pertinente al tipo di impresa, adottare policies per la gestione dei diritti umani e del lavoro minorile, forzato o obbligatorio.

Certificazioni normative

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

Indice dei GRI

Dichiarazione d'uso / **Martini SPA ha redatto i dati di riferimento ai GRI Standard per il periodo 01/01/2023 - 31/12/2023.**

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

GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
GRI 3	Material Topics		25 e 30
		Gestione degli impatti ambientali Occupazione	
GRI 203	Impatti economici diretti 2016		
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziari	203-1: 33
GRI 204	Pratiche di approvvigionamento 2016		
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	204-1: 35
GRI 301	Materiali 2016		
GRI 302	Energia 2016		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Consumi energetici	26
302-4	Riduzione del consumo di energia	Consumi energetici	26
GRI 303	Acqua e scarichi idrici 2018		
303-1	Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	Acqua e scarichi idrici	27
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Acqua e scarichi idrici	27
303-3	Prelievo idrico	Acqua e scarichi idrici	27
303-5	Consumo di acqua	Acqua e scarichi idrici	27
GRI 305	Emissioni 2016		
305-1	Emissioni dirette GHG	Emissioni	28
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici	Emissioni	28
305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	Emissioni	28
GRI 306	Rifiuti 2020		
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Rifiuti	29
306-3	Rifiuti prodotti	Rifiuti	29
GRI 307	Compliance ambientale 2016		
		Compliance normativa Gestione degli impatti ambientali	24 e 25
GRI 308	Valutazione ambientale dei fornitori 2016		
308-1	Nuovi fornitori valutati utilizzando criteri ambientali	Fornitori e pratiche di approvvigionamento	35

GRI Standard	Titolo del GRI	Capitolo/Paragrafo	Pagina
GRI 403	Salute e sicurezza sul lavoro 2018		
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Occupazione	30
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Occupazione	30
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Formazione	32
GRI 404	Formazione e istruzione 2016		
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	Formazione	32
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	Formazione	32
GRI 413	Comunità locali 2016		
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	35
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	24 / 34 / 35
GRI 417	Marketing ed etichettatura 2016		
417-1	Requisiti in materia di informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	Compliance normativa	24
GRI 419	Compliance socio-economica 2016		
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Compliance normativa	24

Report di Sostenibilità

2023



gruppo martini



martinigruppo.com