

Martini
Autore di Sapori

gruppo martini



Bilancio di sostenibilità
2024



Gruppo Martini
**Bilancio di
sostenibilità**
2024

Sommario

Lettera agli Stakeholder	05
Premessa al Report di Sostenibilità.....	06
1. Profilo dell'organizzazione	08
Chi siamo.....	09
Martini... più di 100 anni di storia	12
Le principali tappe	14
I valori aziendali del Gruppo.....	16
Gli Stakeholder	18
2. Le performance di sostenibilità	20
Il questionario Synesgy	21
Lo Score Synesgy	22
SDGs: obiettivi ONU di sviluppo sostenibile.....	27
3. Governance e condotta aziendale	30
Governance.....	31
Condotta aziendale.....	37
4. Ambiente	40
Contrasto al cambiamento climatico.....	41
Tutela delle risorse ambientali.....	47
5. People	54
Condizioni di lavoro	55
Tutela e benessere dei dipendenti.....	57
6. Network e Territorio	60
Rapporti con il territorio.....	61
I progetti per il futuro	66
Fornitori e pratiche di approvvigionamento	68
Nota metodologica	70



A group of nine people, five men and four women, are posed for a photograph in front of a large, light-colored industrial-style building. They are dressed in professional business attire, including suits, blazers, and dresses. The building behind them features a large, prominent sign for Martini. The sign consists of a red, rounded rectangular background with the word "Martini" written in a stylized, orange-outlined font. Below the brand name, the tagline "Autore di Sapori" is written in a smaller, white, cursive font. The scene is set outdoors with lush green trees and shrubs framing the building. The sky is bright and clear.

Martini
Autore di Sapori

Lettera agli Stakeholder

Il Presidente
Antonio Montanari

Gentili Stakeholder,

viviamo una fase storica caratterizzata da profondi cambiamenti economici, sociali e ambientali, che stanno trasformando il modo di produrre, di consumare e di creare valore.

In questo contesto, per il Gruppo Martini la sostenibilità rappresenta non un semplice adempimento, ma un elemento strutturale della nostra visione industriale e del nostro modo di fare impresa.

Operiamo lungo una filiera agroalimentare complessa, che va dalla coltivazione dei campi fino ai prodotti che raggiungono le tavole dei consumatori. Essere consapevoli di questo ruolo significa assumersi una responsabilità

ampia, che riguarda la qualità dei prodotti, la tutela delle persone, il rispetto dell'ambiente e il contributo allo sviluppo dei territori in cui siamo presenti.

La nostra crescita, costruita nel tempo con coerenza e determinazione, è il risultato di una visione chiara, di investimenti mirati e, soprattutto, del valore delle nostre Persone. Competenze, etica professionale, passione e senso di appartenenza costituiscono da sempre il DNA del Gruppo Martini e rappresentano il motore principale del nostro percorso di miglioramento continuo.

La nostra transizione verso modelli sempre più sostenibili richiede un percorso graduale,

fatto di scelte concrete, di ascolto e di capacità di mettersi in discussione. Affrontiamo questo cammino con realismo e trasparenza, riconoscendo le aree di miglioramento e trasformando le sfide in opportunità di innovazione e crescita per l'intera filiera.

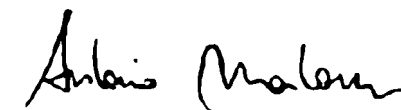
Questo Bilancio di Sostenibilità racconta un percorso in evoluzione, fatto di scelte strategiche e di responsabilità condivise. È uno strumento di dialogo aperto e trasparente con tutti voi, che ci accompagnate quotidianamente: collaboratori, clienti, fornitori, istituzioni e comunità.

A tutti voi va il nostro ringraziamento per la fiducia e il con-

tributo che rendono possibile questo cammino.

Continueremo a lavorare con impegno e determinazione per costruire un futuro in cui crescita, qualità e sostenibilità procedano insieme, nel rispetto delle generazioni presenti e future.

Con stima,



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 **terzo 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. Il Report di Sostenibilità è stato redatto in compliance con gli standard di rendicontazione di sostenibilità VSME, i **Voluntary Sustainability Reporting Standards for non-listed SMEs**, pubblicati da EFRAG nel dicembre 2024. Un riferimento significativo è stato anche al questionario Synesgy compilato dalle singole aziende del Gruppo.

In particolare, il presente report è strutturato in diversi capitoli per presentare al meglio le proprie performance relative all'anno 2024 nei diversi ambiti:

- **Profilo dell'organizzazione**
- **Performance di sostenibilità**
- **Governance e condotta aziendale**
- **Ambiente**
- **People**
- **Network e territorio**





SOMMISOTTI
di Filetto di Pollo



10K 954 DK

CARRUCERIA
RETTECROCIARI
CESENA



Il profilo della organizzazione

Nel presente capitolo si descrive il profilo del Gruppo Martini, l'identità, la storia della filiera integrata e i valori che definiscono la rotta per la crescita.

Il capitolo ripercorre l'evoluzione del Gruppo, onorando la visione di Ezio Martini come "mercante", e presenta gli Highlights che sintetizzano la portata operativa e l'organico aggiornato al 2024.

Chi siamo

Martini è una realtà industriale e commerciale consolidata, il Gruppo opera prevalentemente sul mercato nazionale, ma l'azienda Martini Alimentare Srl si rivolge sia al mercato nazionale che estero. Tale azienda del Gruppo, in particolare, agisce come player centrale nella commercializzazione di carne (suino, pollo e coniglio) e prodotti stagionati.

La società occupa quote significative sia nel canale moderno (GDO - Grande Distribuzione Organizzata - e DO - Distribuzione Organizzata -), che nel canale di vendita tradizionale (dettaglianti e grossisti). Altri canali di interesse per i prodotti del Gruppo (in particolare quelli provenienti da C.A.F.A.R. Sac, Ma.Ge.Ma. Sac e Martini Stagionatura Srl, commercializzati tramite Martini Alimentare Srl) sono l'Industria Alimentare e la Ristorazione Collettiva.



Highlights 2024

Fatturato

1.124 mln €

Investimenti

45,9 mln €

Ebitda

76,6 mln €

Mangimifici

6

Stabilimenti di trasformazione

7

Allevamenti di Proprietà

13

Allevamenti in Soccida

+410

Addetti

2.634
(45,1% donne)

Addetti al controllo qualità

25

Analisi e controlli

+135.000

Le nostre Filiera Integrate

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

Le realtà del Gruppo Martini

Allevamenti Polli

+181 Soccide

Allevamenti Suini

+221 Soccide

“

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

”

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.

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), 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.”



Le principali tappe

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

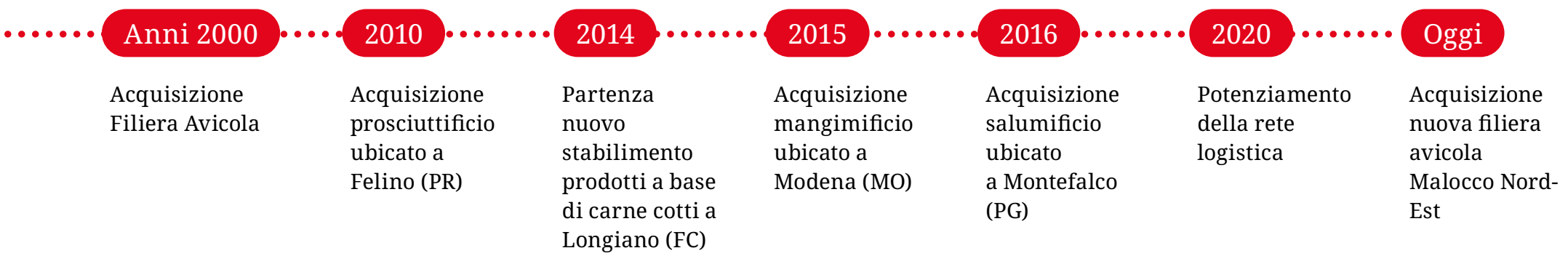
Secondo Mangimificio ubicato sul porto di Santa Giusta (OR) in Sardegna

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.



I valori aziendali del Gruppo

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.

Gli stakeholder

Gli stakeholder comprendono l'insieme dei soggetti, interni ed esterni all'organizzazione, che sono interessati dalle attività aziendali o che possono esercitare un'influenza significativa sulle scelte strategiche, sulle modalità operative e sul conseguimento degli obiettivi dell'impresa. Essi rappresentano interlocutori fondamentali con i quali l'azienda sviluppa relazioni continuative, finalizzate a cogliere esigenze, aspettative e dinamiche del contesto in cui opera, orientando in modo consapevole le proprie decisioni.

In un'ottica di sostenibilità, il Gruppo Martini attribuisce un ruolo centrale al coinvolgimento degli stakeholder, riconoscendone il contributo nella definizione delle priorità ambientali, sociali ed economiche a supporto dell'e-

voluzione del modello di business. In tale ambito, l'azienda ha individuato i principali gruppi di stakeholder rilevanti, tenendo conto delle caratteristiche delle attività svolte, della struttura dell'offerta e dei mercati di riferimento, anche a livello internazionale.

I principali stakeholder identificati sono i seguenti, ognuno dei quali è descritto con maggiori dettagli nella tabella di pagina successiva:

- **Company: investitori e soci**
- **Fornitori di beni e servizi**
- **Clienti (aziende)**
- **Autorità Competenti / Enti di controllo**
- **Dipendenti e rappresentanze sindacali**
- **Finanziatori, banche, etc.**
- **Comunità locale**



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 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	Resp. sito produttivo e Funzioni di Staff	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.

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 4 Società dell'ecosistema Martini, è fondamentale **monitorare l'allineamento ai valori della sostenibilità della supply chain**, che immancabilmente ne influenza gli impatti.

Per tale motivo le società del Gruppo hanno avviato un **percorso di mappatura-monitoraggio della filiera**, per conoscerne la maturità sotto il profilo ESG. Il processo si basa sul questionario Synesgy, sottoposto ai fornitori dell'azienda con la finalità di de-

lineare 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 performance di sostenibilità

Nel capitolo 2 si offre una panoramica obiettiva delle performance ESG del Gruppo Martini, risultato della metodologia Synesgy basata su standard internazionali. L'analisi presenta gli score ottenuti, evidenziando le aree di forza come la gestione di acqua, energia e rifiuti, e quelle da sviluppare, in particolare le certificazioni ambientali e l'asset sociale.

Il questionario Synesgy

Il questionario di CRIF/CRIBIS, associato alla piattaforma di ESG-View, traccia le attività delle Società, in base a standard di rendicontazione e parametri internazionali di sostenibilità, quali VSME, 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**.

I questionari ESG affrontano 5 aree specifiche, così denominate:

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

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

Fase 1:

Reperimento dei dati e delle informazioni necessarie alla compilazione del questionario certificato CRIF/CRIBIS:

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

Fase 2:

Elaborazione dei dati:

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

Fase 3:

Rappresentazione grafica dei punteggi:

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

Fase 4:

Correlazione dei fatti emersi dal questionario con Parametri internazionali:

Le risposte al questionario, trasformate in affermazioni, vengono riordinate ed assegnate ad Ambiti e Materialità² SASB3 (gli Ambiti sono Leadership e Governance, Ambiente, Capitale Umano, Capitale Sociale e Modello di Business e Innovazione.), e ai 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.

Lo Score Synergy

Lo score ESG è elaborato sulla base delle informazioni fornite dalle diverse Società del Gruppo nella fase di compilazione dei questionari. Esso rappresenta la valutazione del livello di adeguatezza ai fattori ESG (Environmental, Social e Governance) di ognuna delle Società ed è suddiviso in 5 classi:

- **Classe A** Ottimo livello di sostenibilità;
- **Classe B** Buon livello di sostenibilità;
- **Classe C** Livello soddisfacente di sostenibilità;
- **Classe D** Livello sufficiente di sostenibilità;
- **Classe E** Livello vulnerabile di sostenibilità.

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

- **Business** - Score
- **Environmental** - Score
- **Social** - Score
- **Governance** - Score

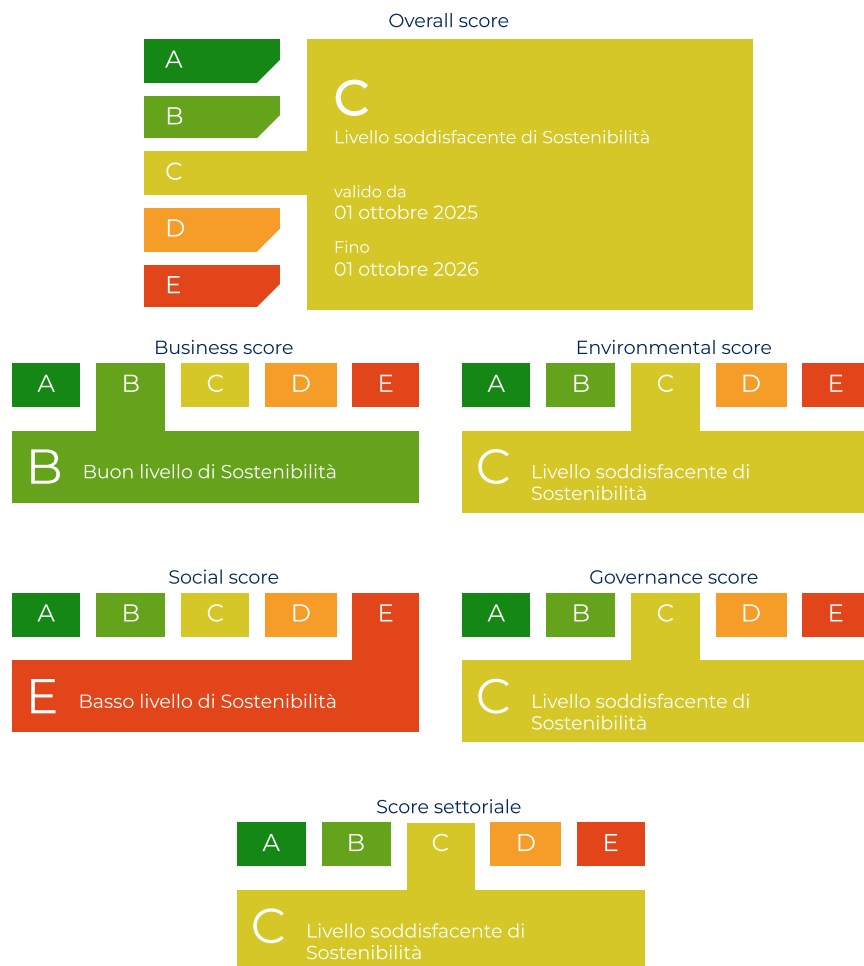
Tali aree sono inoltre **sintetizzate in uno score unico “Overall score”** che le riassume ed è dedicato ad una valutazione complessiva delle singole Società. La rappresentazione grafica dei punteggi, inoltre, tiene conto anche delle singole aree tematiche, che compongono le 4 categorie, al fine di poter essere più incisivi nella definizione dei piani di miglioramento.

Di seguito, sono presentati gli score delle 5 società del Gruppo Martini; in particolare, nella tabella si mostra il trend rispetto alle performance dello scorso anno.

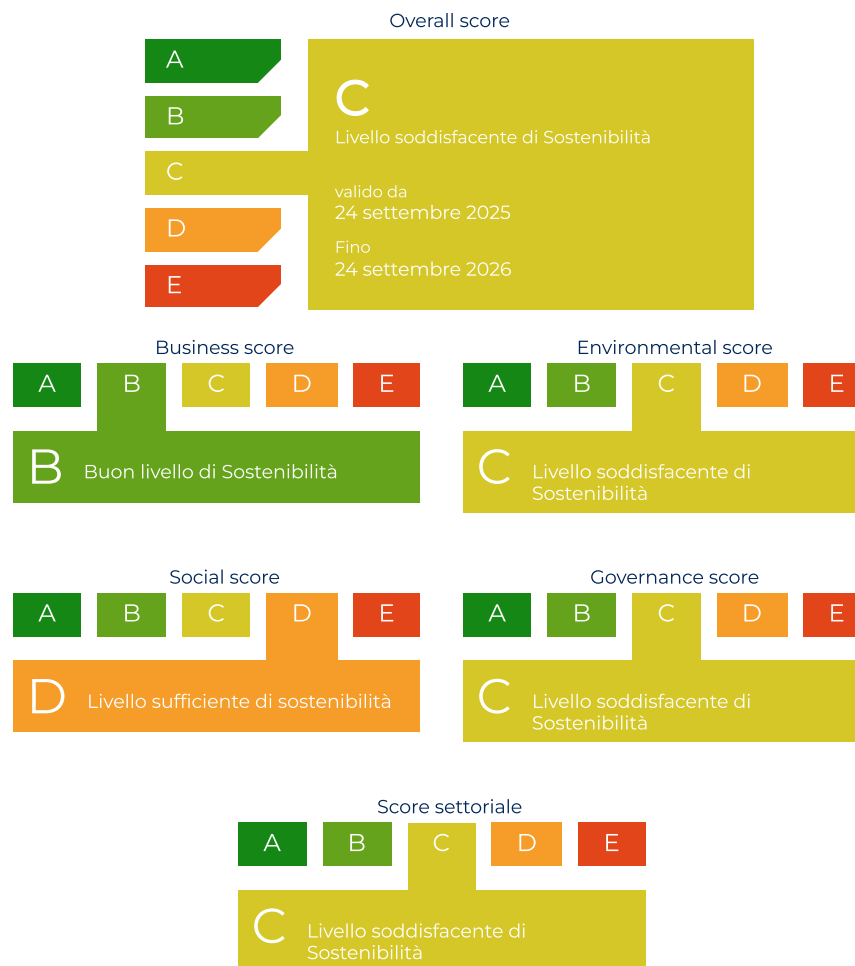


Gli Score delle varie società

C.A.F.A.R.

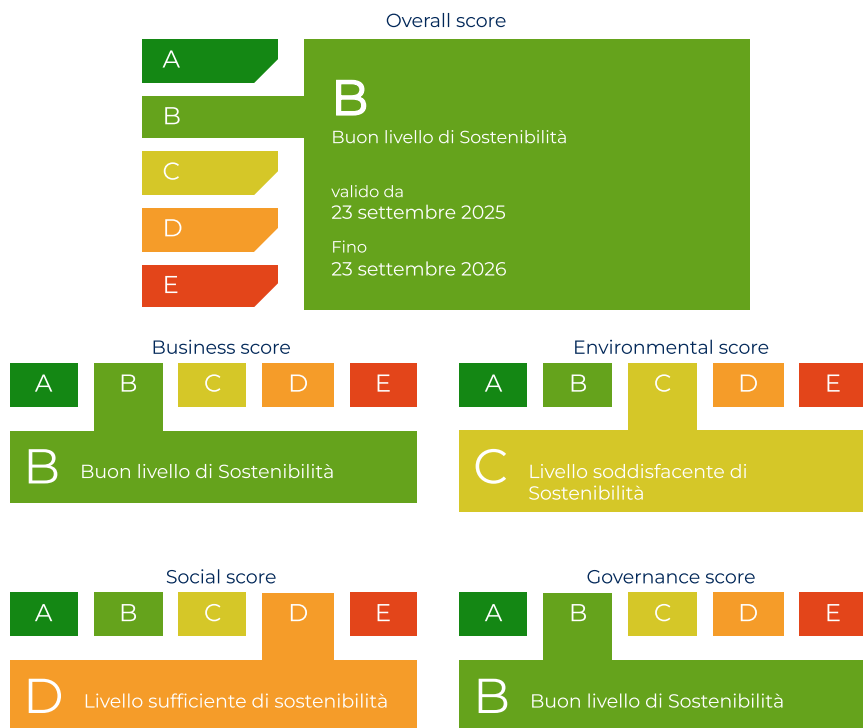


Ma.Ge.Ma.

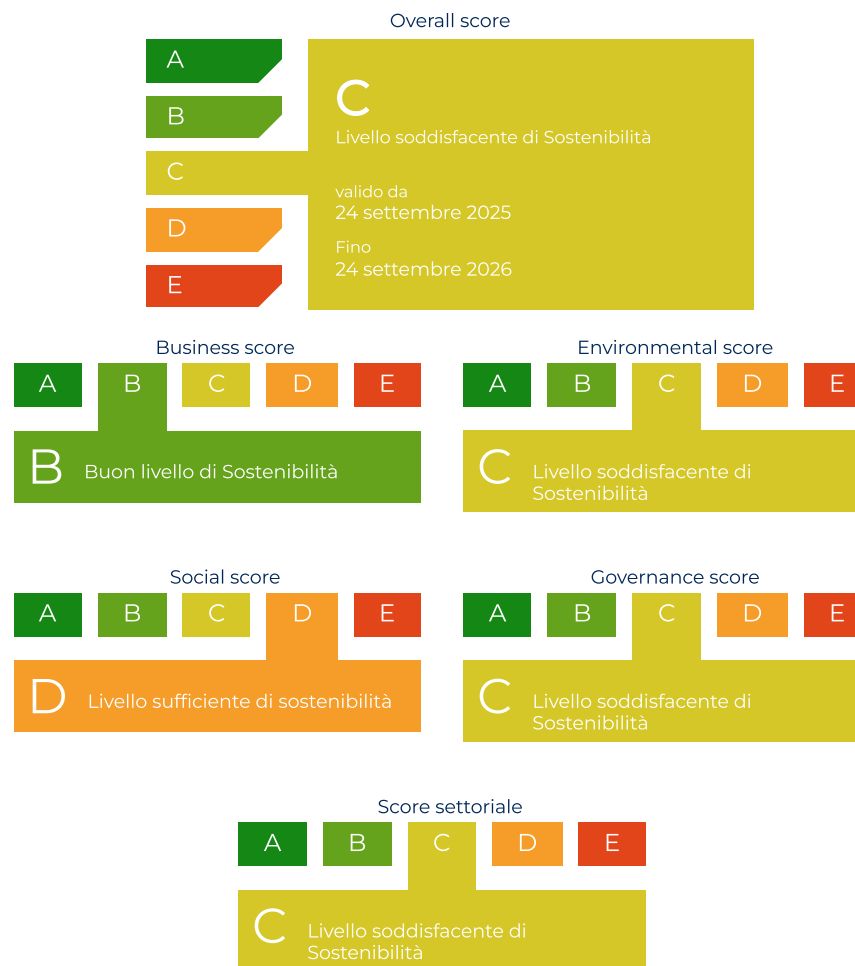


Gli Score delle varie società

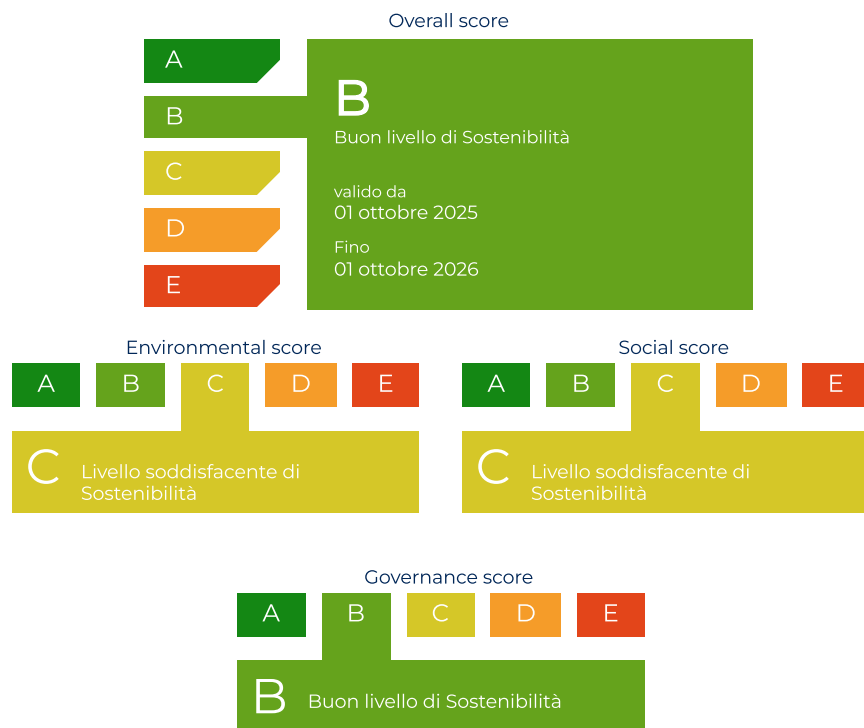
Martini SpA



Martini Alimentare



Martini Stagionatura



Considerazioni Generali in relazione ai punteggi ottenuti

In linea generale, le aziende del Gruppo si collocano mediamente con un punteggio intermedio, identificato come “Classe C” (Livello soddisfacente di sostenibilità) o “Classe B” (Buon livello di sostenibilità).

Environmental Score

L’area ambientale presenta sia i maggiori punti di forza che le maggiori aree di potenziale sviluppo:

- **Punti di Forza:** L’area tematica “**Environmental – Acqua, energia e rifiuti**” è uno dei maggiori punti di forza per il Gruppo. Questo risultato deriva dalla particolare attenzione posta dal Gruppo nel rilevare i propri consumi e nell’individuare piani d’azione volti a ridurli il più possibile.

- **Aree di Miglioramento:** I valori più bassi nell’ambito ambientale sono stati raggiunti nell’area “**Environmental – Certificazioni Ambientali**”. Per migliorare in quest’area, l’Action Plan di Synesgy consiglia l’adozione di certificazioni come ISO 50001 (sui sistemi di gestione dell’energia) e l’utilizzo di strumenti di valutazione dell’impatto ambientale come Life Cycle Assessment (LCA) o Carbon Footprint. È inoltre necessario prestare maggiore attenzione alla qualifica dei fornitori energetici, favorendo l’approvvigionamento da fonte rinnovabile.

Social Score

L’asset Social è l’aspetto sul quale la maggior parte delle Società del Gruppo dovrà progressivamente migliorare.

- **Punti Critici:** I valori più bassi si registrano nell’area tematica “**Social – Certificazioni e normative**” (spesso al

20% per tutte le società) e in “Social – Rapporti con il territorio” (20% per C.A.F.A.R.).

- Fattori Contestuali per il Basso Punteggio: È cruciale interpretare il basso *score* sociale tenendo conto che:
 - **Le cooperative** (C.A.F.A.R. e Ma.Ge.Ma.) **utilizzano contratti a tempo determinato tipici del settore agricolo** (risoluzione e riassunzione annuale), che penalizzano lo *score* pur garantendo continuità lavorativa;
 - La presenza di **mansioni fisicamente pesanti** (es. prosciuttificio o movimentazione animali) svolte prevalentemente da personale maschile determina una differenziazione retributiva che abbassa lo *score*, sebbene non vi sia discriminazione di genere all’origine.
 - **Azioni Prioritarie:** L’Action Plan raccomanda l’adozione di linee guida sulla sicurezza e salute dei lavoratori (ISO 45001) e sulla responsabilità

sociale d’impresa (ISO 26000). Inoltre, viene suggerita la valutazione di includere una persona preposta al *welfare* in azienda.

Governance e Business Score

Questi due assi tendono a presentare *score* elevati.

- **Punti di Forza:** L’area “Business” raggiunge costantemente l’83% in quasi tutte le società. Martini SpA è risultata più virtuosa rispetto al campione di riferimento nel tema di Governance.
- **Aree di Sviluppo:** Nonostante gli *score* siano nella media del settore, le raccomandazioni si concentrano sul rafforzamento dei presidi interni:
 - È consigliato implementare una Funzione di Risk Management o predisporre una funzione aziendale dedicata ai controlli interni (es. Internal Audit o Compliance);
 - È cruciale considerare formalmente gli impatti so-

cio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali, oltre a quelli normativamente previsti;

- Viene raccomandata l’adozione di certificazioni a supporto della governance, come ISO 9001 (Qualità) e ISO 37001 (Prevenzione della Corruzione);
- Per alcune società (es. C.A.F.A.R. e Ma.Ge.Ma. e Martini Alimentare) è consigliato aumentare la presenza femminile negli organi di governo societari.



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

Il Gruppo Martini e gli SDGs

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:



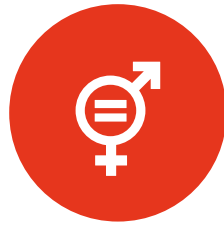
2. Sconfiggere la fame

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



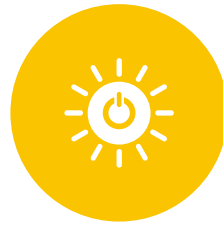
3. Salute e Benessere

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 resilienti, industrializzazione sostenibile e innovazione.



12. Consumo e produzione responsabili

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.



15. Vita sulla terra

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, gestire sostenibilmente le foreste, contrastare la desertificazione, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno, e fermare la perdita di diversità biologica.

A close-up photograph of a hand holding a row of six small, light-colored wooden figures. The hand is positioned at the top, with fingers slightly curled, as if supporting or guiding the figures. The figures are arranged in a slightly curved line, and their reflection is visible on the surface they are resting on. The background is a soft, out-of-focus light blue and white.

Governance e condotta aziendale

Di seguito sono illustrati i pilastri della governance del Gruppo Martini: il Codice Etico, adottato formalmente dal 2020 in tutte le società, e l'adozione del Modello 231 con l'istituzione dell'Organismo di Vigilanza.

Tali strumenti assicurano la massima correttezza operativa, la valutazione dei rischi e la conformità normativa nell'ambito di gestione.

Inoltre, si descrive l'anagrafica delle varie società.

Governance

Il Gruppo F.lli Martini & C. – SpA costituisce una solida realtà industriale e commerciale che gestisce l'intera filiera agro-alimentare integrata. La struttura si articola in cinque società principali con ruoli complementari:

Martini SpA

è l'entità principale che guida la macroarea mangimistica-zootecnica, occupandosi della produzione di mangimi e gestendo numerosi allevamenti (suinicoli, avicoli e cunicoli);

C.A.F.A.R. Sac

(Società Agricola Cooperativa fra Allevatori Romagnoli) è una cooperativa di allevatori agricoli che gestisce la macellazione, la lavorazione e la trasformazione delle carni avicole in prodotti freschi e surgelati, operando su due siti produttivi a Gatteo e Longiano;

Ma.Ge.Ma. Sac

(Società Agricola Cooperativa) è un'altra cooperativa di allevatori agricoli che svolge attività di lavorazione e macellazione;

Martini Stagionatura Srl

è l'unità specializzata nella lavorazione, stagionatura e confezionamento del prosciutto crudo stagionato (DOP/IGP), operando presso l'unico sito di Felino (PR);

Martini Alimentare Srl

è il player commerciale centrale del Gruppo, responsabile della commercializzazione sul mercato prevalentemente nazionale ed estero di carni (suino, pollo, coniglio) e prodotti stagionati, forniti principalmente dalle cooperative e dalla Stagionatura.

Informazioni anagrafiche

Come richiesto dallo standard europeo di rendicontazione VSME si fornisce una mappatura anagrafica della società in esame, comprendente tutti i siti di proprietà o in affitto.

Anagrafica società del Gruppo Martini

Società	Forma giuridica	Cod.Ateco 2007	Totale Attivo (2024)	Fatturato (2024)	Totale dipendenti
C.A.F.A.R. SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA FRA ALLEVATORI ROMAGNOLI	Società cooperativa	10.12.00	51.116.537 €	242.987.775 €	1.403
MA.GE.MA. SOCIETA' AGRICOLA COOPERATIVA	Società cooperativa	10.11.00	37.393.166 €	244.270.334 €	747
MARTINI STAGIONATURA SRL	Società a responsabilità limitata	10.13.00	3.582.434 €	1.859.198 €	8
MARTINI S.P.A.	Società per azioni	01.46.00	307.718.511 €	512.056.565 €	375
MARTINI ALIMENTARE S.R.L.	Società a responsabilità limitata	10.11.00	143.087.363 €	560.652.824 €	101

Ubicazione e geolocalizzazione dei siti

Siti	Indirizzo	Codice Postale	Città	Paese	Azienda Martini
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA L. PIRANDELLO 5/7	47030	GATTEO	Italia	C.A.F.A.R.
Sede operativa-stabilimento produttivo	VIA OLMADILLA 1290	47020	LONGIANO	Italia	C.A.F.A.R.
Sede operativa-stabilimento produttivo	VIA DEL BRALDO SN	47121	FORLI'	Italia	C.A.F.A.R.
Sede operativa-stabilimento produttivo	VIA CONFIN 94	30020	TORRE DI MOSTO	Italia	C.A.F.A.R.
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA BEVANO 3	48125	CASTIGLIONE DI RAVENNA	Italia	MA.GE.MA.
Sede operativa-stabilimento produttivo	VIA SAN VITO 380	47039	SAVIGNANO SUL RUBICONE	Italia	MA.GE.MA.
Sede legale	VIA BEVANO 3	48125	CASTIGLIONE DI RAVENNA	Italia	MARTINI STAGIONATURA SRL
Sede operativa-stabilimento produttivo	VIA CALESTANO 134/A	43035	FELINO	Italia	MARTINI STAGIONATURA SRL
Sede legale	VIA BEVANO 3	48125	CASTIGLIONE DI RAVENNA	Italia	MARTINI ALIMENTARE S.R.L.
Sede operativa-stabilimento produttivo	LOCALITA' MONTEPENNINO 65	06036	MONTEFALCO	Italia	MARTINI ALIMENTARE S.R.L.
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA EMILIA 2614	47020	LONGIANO	Italia	MARTINI S.P.A.
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA DELLA FERROVIA 11	12040	GENOLA	Italia	MARTINI S.P.A.
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA DELLA FERROVIA 14	12040	GENOLA	Italia	MARTINI S.P.A.
Sede legale-stabilimento produttivo	STRADELLO AGGAZZOTTI 100	41126	MODENA	Italia	MARTINI S.P.A.
Sede legale-stabilimento produttivo	LOCALITA' CIRRAS	09020	SANTA GIUSTA ORISTANO	Italia	MARTINI S.P.A.
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA CORTE NOCERA	82035	SAN SALVATORE TELESINO	Italia	MARTINI S.P.A.
Sede legale-stabilimento produttivo	VIA ANTONIO PACINOTTI 3	31020	VILLORBA	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	LOCALITA' VOLPOLANO	06059	TODI	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	VIA VIAZZA VECCHIA 18	48012	BAGNACAVALLO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	Via Villafalletto, s.n.c. - Reg. Boschetti	12044	CENTALLO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	FRAZIONE GERBO	12045	FOSSANO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	VIA DELLA BLILLA - LOC. GINESTRETO	61122	PESARO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	CONTRADA SELVA DI SOTTO	82035	SAN SALVATORE TELESINO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	LOCALITA' POGGIO MORELLO	64027	SANT'OMERO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	LOCALITA' BRONZO	61028	SASSOCORVARO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	LOC. BRANCA - VIA DEI GRANAI	06024	GUBBIO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	VOC. MACCI - LOC. FURIOSO	06057	MONTE CASTELLO DI VIBIO	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	DELLA POZZA -S. MARIA CODIFIUME	44011	ARGENTA	Italia	MARTINI S.P.A.
Unità locale - Allevamento	VIA CANOSSA 50	42030	VEZZANO SUL CROSTOLO	Italia	MARTINI S.P.A.

Gli Organi di Governo

La composizione degli Organi di Governo delle Società del Gruppo

Organi di Governo	GRUPPO MARTINI				
	Martini SpA	Martini Alimentare Srl	Martini Stagionatura Srl	C.A.F.A.R. Sac	Ma.Ge.Ma. Sac
Governo	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
Vicepresidente CdA	Filippo Martini	Nicola Martini	Nicola Martini	Giorgio Amedei	Gabriele Giattanasio
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 Massimiliano Mercuri Giorgio Gavelli
Società di Revisione	PWC	PWC		Reviprof SpA	Hermes SpA
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 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. Un'adeguata conoscenza degli impatti dell'organizzazione in ambito economico, ambientale e sociale ed una efficace gestione degli stessi sono strettamente correlati ad una struttura di governo chiara e ben definita nei ruoli e nelle responsabilità.

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

Salute e Sicurezza dei Lavoratori, Ambiente, Risorse Umane, Tecnica.

Esse, grazie alle loro specifiche competenze, tengono monitorati i processi produttivi, effettuano audit di conformità normativa e gestionale e sono punto di riferimento essenziale per l'individuazione di azioni correttive a fronte di eventuali problematiche che dovessero emergere. Queste funzioni, inoltre, partecipano attivamente a gruppi di lavoro che le vedono protagoniste fin dalle fasi iniziali nell'analisi dei progetti in ottica ESG, contribuendo ad individuare tutte le azioni necessarie per perseguire un miglioramento continuo.

La definizione di job description e di procure speciali, unite a procedure e regolamenti per

le attività dell'azienda, sono la garanzia di una gestione dei processi efficiente ed efficace.

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

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

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

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

Condotta aziendale

Il Codice Etico del Gruppo Martini

La base di riferimento per la condotta etica e professionale è il Codice Etico, un documento formalizzato a partire dal 2020 in tutte le società del Gruppo (Martini SpA, Martini Alimentare Srl, Martini Stagionatura Srl, C.A.F.A.R. Sac, Ma.Ge.Ma. Sac). Il Codice Etico funge da **“carta dei diritti e dei doveri fondamentali”**, attraverso il quale il Gruppo esplicita le proprie responsabilità etiche e sociali verso tutti i portatori di interesse (soci, dipendenti, fornitori, clienti, istituzioni). Rende esplicito un sistema di valori e di regole di condotta che, se condiviso, rafforza l'identità interna e la trasmette all'esterno. Il documento è inoltre rilevante in quanto tratta esplicitamente tematiche

relative alla sostenibilità, includendo aspetti di governance, sociali e ambientali.

Integrità Aziendale: Adozione del MOG 231/2001 e Organismo di Vigilanza

Per assicurare condizioni di massima correttezza nelle attività e a tutela dell'immagine aziendale, tutte le società del Gruppo Martini hanno adottato il “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo” (MOG) in conformità al Decreto Legislativo 8 giugno 2001 n. 231.

- Il MOG 231 si posiziona al livello più elevato della normativa interna e stabilisce principi e criteri che vincolano tutte le tematiche amministrative, organizzative, commerciali e di servizio;





- A seguito dell'adozione del MOG, il Gruppo ha istituito un Organismo di Vigilanza (OdV). L'OdV ha ampi e autonomi compiti e poteri di controllo sul rispetto del Modello;
- La sfida per l'OdV e il management aziendale è trasformare i requisiti normativi in opportunità di miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza del Sistema di Controllo Interno.

Compliance, Rischi e Performance

Il Gruppo si impegna a garantire la compliance normativa, assicurando che le operazioni siano conformi a parametri di performance o standard universalmente riconosciuti, fornendo garanzia agli stakeholder.

- Tutte le società hanno im-

plementato un **processo di valutazione degli impatti ambientali, sociali e di governance**. Inoltre, il Gruppo considera formalmente gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali;

- Nel corso del periodo di rendicontazione, tutte le società del Gruppo hanno riportato che non si sono verificati casi di non conformità con leggi, regolamenti o standard volontari relativi all'impatto sociale, ambientale e di governance aziendale;
- Le società sono incoraggiate, in base alle raccomandazioni Synesgy, a implementare una Funzione di Risk Management e/o predisporre una funzione aziendale dedicata ai Controlli Interni (come Internal Audit o Compliance).

Impegni Etici, Salute e Benessere Animale nella Filiera

Gli impegni politici del Gruppo Martini sono volti a una condotta responsabile, includendo il rispetto dei diritti umani.

- **Tutela dei Diritti Umani e Diversità:** Le attività produttive vedono la presenza di personale di diverse etnie. L'Azienda promuove una "cultura delle differenze" e garantisce premi e benefici esclusivamente in base all'esito delle attività svolte. Questo approccio è rafforzato da accordi sindacali specifici, come quelli che garantiscono il permesso di rientrare nel proprio Paese di origine e dalla propria famiglia, a intervalli definiti;

- **Benessere Animale e Farmaci:** Tutte le società si adoperano attivamente per ridurre il più possibile l'utilizzo di antibiotici e farmaci all'interno delle filiere zootecniche, come dimostra l'ottenimento della certificazione DTP 109 (rilasciata da CSQA) per la filiera suinicola;
- **Certificazioni Etiche di Filiera:** L'azienda organizza le proprie strutture nel rispetto del benessere animale, avvalendosi di personale tecnico e veterinario esperto. Tali aspetti sono certificati nella filiera avicola aderendo al Disciplinare UnaItalia. Martini Alimentare Srl collabora con la catena di fornitura per garantire i requisiti igienico sanitari secondo protocolli volontari e ha ottenuto la certificazione di Filiera controllata DTP 035.

Inoltre, si specifica che nel corso del 2024 non sono stati registrati casi di violazione delle norme in materia di anticorruzione e anti-concussione all'interno del Gruppo Martini.



A person wearing a bright yellow jacket is shown from the side, holding a black magnifying glass over a dense patch of green ferns. The scene is set in a forest with soft, natural lighting. The image is partially framed by a white circular graphic on the right side.

Ambiente

Il presente capitolo è dedicato alla gestione ambientale e vengono quantificati gli impatti relativi a consumi idrici, emissioni GHG e gestione di rifiuti e materiali, tutti monitorati attraverso indicatori quantitativi.

Il quadro complessivo mostra l'impegno del Gruppo Martini nel perseguire il proprio percorso di decarbonizzazione.

Contrasto al cambiamento climatico

Consumi energetici

Il consumo energetico per il Gruppo Martini, 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.

Nel 2024, i consumi energetici totali all'interno del Gruppo Martini risultano pari ad oltre 246.705 MWh, derivanti principalmente da fonti di energia non rinnovabili, come gas naturale e combustibile diesel. In particolare, i consumi energetici derivanti da fonti non rinnovabili risultano pari ad oltre 167.502 MWh.

Consumi energetici	
Totale consumi energetici [MWh]	2024
Totale di energia consumata all'interno dell'organizzazione	246.705,1
di cui da fonti rinnovabili	3.607,1
di cui da fonti non rinnovabili	167.502,6

I consumi energetici aziendali sono sostanzialmente di due tipologie, consumi di energia elettrica e di combustibile. All'interno della tabella seguente è riportato il dettaglio dei consumi energetici di combustibile derivante da più fonti. I consumi più consistenti nel 2024 riguardano quelli di gas naturale che ammontano ad **oltre 109.445 MWh**, mentre quelli di combustibile da parco auto aziendale, pari a circa

6.359 MWh, derivano esclusivamente da veicoli alimentati a diesel. Si menzionano anche i consumi relativi a GPL e gasolio per il riscaldamento rispettivamente pari a circa 2.689 e 1.237 MWh.



Dettaglio consumi energetici

Dettaglio consumi energetici [MWh]	2024
Totale di energia consumata all'interno dell'organizzazione	246.705,1
Energia elettrica consumata	78.055,3
Consumo di combustibile da parco auto aziendale	6.358,8
di cui benzina	-
di cui diesel	6.358,8
Consumo di combustibile da altre fonti	113.369,6
di cui gas naturale	109.443,5
di cui gas di petrolio liquefatto (GPL)	2.688,9
di cui gasolio per riscaldamento	1.237,2

Per quanto riguarda i consumi di energia elettrica, invece, si riporta il dettaglio nella tabella sottostante. La tipologia di energia elettrica principalmente consumata è quella acquistata, mentre la quota più residua è l'energia elettrica autoprodotta. **Il Gruppo Martini nel corso del 2024 ha visto un consumo di energia elettrica totale, complessivo di tutti i suoi siti,**

pari a circa 78.055 MWh, ovvero circa 7,5% in più rispetto all'anno precedente. La quota di energia elettrica acquistata risulta pari a circa 51.381 MWh, che corrisponde al 66% del totale, ed è quasi totalmente di fonte non rinnovabile. Per quanto riguarda l'energia autoprodotta essa risulta pari ad oltre 26.674 MWh, totalmente di fonte non rinnovabile.

Focus consumi di energia elettrica

Focus consumi di energia elettrica [MWh / %]	2024
Energia elettrica consumata	78.055,3
Energia elettrica autoprodotta	26.674,2
di cui da fonti rinnovabili	-
di cui da fonti non rinnovabili	26.674,2
Energia elettrica acquistata	51.381,1
di cui da fonti rinnovabili	3.607
di cui da fonti non rinnovabili	47.774,2

I consumi di energia elettrica sono fortemente correlabili alle emissioni di CO₂, nonché ai costi, per questo, negli ultimi anni (2018-2024) il Gruppo si è fortemente impegnata nell'efficiamento energetico svolgendo diversi interventi, di miglioramento presso i propri siti produttivi, sia in termini di nuove tecnologie sia in miglioramento

dei processi stessi, investendo **circa 5 Mln €**.

Trend - Valore dell'investimento in efficientamento (valori in euro e percentuali)

Anno	Valore investimento cumulato (Mln €)	Δ% rispetto anno precedente
2022	2,4	-
2023	4,0	+71,9%
2024	4,9	+20,0%

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

Tali impianti 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.



Emissioni

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 attraverso il calcolatore GHG

messo a disposizione da Synesgy. In particolare, si evidenziano i seguenti dati:

- Il totale delle emissioni di gas serra **SCOPE 1 (emissioni dirette)** è pari a **24.820 tCO₂eq.**
- Il totale delle emissioni di gas serra **SCOPE 2 (emissioni indirette, derivanti dalla generazione/ acquisto di elettricità)** è pari a **27.082 tCO₂eq.**

Emissioni GHG [tCO ₂ eq.]	
Totale emissioni GHG	2024
Totale delle emissioni GHG	51.901,4
di cui di Scope 1	24.819,8
di cui di Scope 2 location-based	27.081,7

Confrontando i dati con l'anno precedente, si evidenzia che a livello complessivo le emissioni

GHG sono **umentate del 48,5%** per il Gruppo Martini.

I mezzi aziendali dei quali è dotata la società sono:

- 4 mezzi Metano;
- 165 mezzi Diesel.

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





FOCUS EMISSIONI

Decarbonizzazione

Il Gruppo Martini sta intraprendendo un percorso di decarbonizzazione, a partire dal proprio sito alimentare di Gatteo per poi estenderlo a tutti gli altri siti produttivi.

Decarbonizzare il nostro sistema energetico ci consentirà di abbattere le emissioni di CO₂ entro il 2050 e ci metterà nella giusta traiettoria per poter contenere il surriscaldamento del Pianeta a fine secolo entro +1,5°C rispetto al 1870.

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

Il percorso si suddividerà su più fasi:

- **Fase 1 - Fase Preliminare:** Definizione dei target di riduzione delle emissioni di CO₂;
- **Fase 2 - Impronta di Carbonio:** Mappatura delle emissioni di CO₂eq nell’anno di riferimento e Modello di previsione rispetto all’anno target;
- **Fase 3 - Fase di Strategia:** Elenco delle azioni correttive più idonee e conformi e Mappatura della riduzione delle emissioni di CO₂eq grazie all’azione di possibili interventi correttivi;
- **Fase 4 - Percorso di Decarbonizzazione:** Presentazione del Percorso di Decarbonizzazione.

Inquinamento

Per quanto riguarda le richieste dell'indicatore B4 dello standard di rendicontazione utilizzato VSME, relativo al tema dell'inquinamento, nell'ottica di compliance normativa, si riporta di seguito il dettaglio della situazione del Gruppo Martini.

Tutti i siti locali rilevanti, appartenenti a società come C.A.F.A.R. Sac, Ma.Ge.Ma. Sac e Martini SpA, sono soggetti alla normativa I.P.P.C. (D.lgs. 152/2006) e sono **dotati di Autorizzazione Integrata Ambientale (AIA) o Autorizzazione Unica Ambientale (AUA)**, le quali definiscono le condizioni per la protezione ambientale.

Per quanto riguarda la comunicazione obbligatoria delle emissioni (Reg. n° 166/2006 - E-PRTR), si specifica che:

- Molti siti soggetti ad AIA/AUA, come Longiano (C.A.F.A.R.), Todi (Martini SpA), o Felino (Martini Stagionatura), non redigono la comunicazione E-PRTR per la maggior par-

te dei parametri inquinanti (aria, acqua, suolo) in quanto questi risultano al di sotto della soglia minima per l'obbligo di comunicazione;

- Per i siti di Gatteo (C.A.F.A.R.), Castiglione (Ma.Ge.Ma.), Ginestreto, Sassocorvaro, Genola, Longiano, Oristano e San Salvatore Telesino (Martini SpA), la comunicazione E-PRTR annuale è redatta, ma fa riferimento solo ai rifiuti (pericolosi e non) prodotti dal sito, poiché i restanti parametri sono sottosoglia;
- Un'eccezione notevole è il sito di **Bagnacavallo** (Martini SpA), che redige la comunicazione E-PRTR includendo le emissioni in atmosfera di NH₃ (Ammoniaca), oltre ai rifiuti;
- Infine, alcuni siti minori, come Gubbio e Monte Castello di Vibio (Martini SpA) o Monte Falco (Martini Alimentare), non sono soggetti ad AIA/AUA e non rientrano nelle soglie E-PRTR.



Tutela delle risorse ambientali

Gestione degli impatti ambientali

Le società del Gruppo monitorano lo stato delle proprie prestazioni ambientali, valutando le modificazioni (sia positive che negative) attraverso l'uso di indicatori quantitativi. L'obiettivo primario è identificare le strategie necessarie per evitare, mitigare o porre rimedio agli effetti negativi derivanti dalle attività operative.

A sostegno di tale impegno, diverse unità produttive e siti alimentari (quali Gatteo e Longiano) hanno implementato **sistemi di gestione ambientale certificati UNI EN ISO 14.001**. Il Gruppo considera inoltre gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali. La *compliance* ambientale è ga-

rantita dal rispetto di normative come il D. Lgs. 152/2006 (I.P.P.C.), con il possesso di Autorizzazioni Integrate Ambientali (AIA) o Autorizzazioni Uniche Ambientali (AUA) per i siti produttivi.

Un elemento centrale della gestione ambientale è **l'impegno a valorizzare gli "scarti" di lavorazione** (come piume, ossa, sangue e oli) prevenendo *ab-origine* la produzione di rifiuti. Questi sottoprodotti vengono trasformati per essere riutilizzati in cicli produttivi esistenti, in altre filiere (inclusa l'industria del *pet food*) o per la destinazione energetica. L'impegno include anche l'attenzione al *packaging*, ricercando o richiedendo ai fornitori l'uso di **materiale riciclato** per la riduzione dell'impatto ambientale lungo il ciclo di vita del prodotto.

Acqua e scarichi idrici

La gestione sostenibile delle risorse idriche è considerata di fondamentale importanza, essendo l'acqua un bene condito da preservare. Il Gruppo si impegna a monitorare e coinvolgere gli stakeholder per la razionalizzazione delle risorse idriche. A tal fine, come richiesto dallo standard VSME, il Gruppo rende noto il suo **prelievo idrico totale**, ossia la quantità di acqua prelevata entro i confini dell'organizzazione). L'azienda Martini Stagionatura opera in un'area soggetta a **stress o scarsità idrica**.

Il consumo idrico totale del Gruppo Martini nel 2024 è stato di **1.312.841 m³**, segnando un aumento del 3,5% rispetto ai consumi registrati nel 2023.

Trend – Consumi idrici (m3)

Anno	Consumo idrico (m3)	Δ% rispetto anno precedente
2023	1.268.781	-
2024	1.312.841	+3,5%

Questo aumento è in parte legato alle attività di lavorazione, che in aree come quella alimentare prevedono un maggiore consumo di acqua.

Tra le singole società del gruppo, nel 2024, è C.A.F.A.R. che ha registrato un consumo idrico maggiore (48%), dovuto principalmente alle prime fasi di lavorazione dell'area alimentare. Ad essa seguono Ma.Ge.Ma e Martini Spa rispettivamente con le quote di 29,5% e 17,9%, dove quest'ultima principalmente per l'abbigliamento degli animali, il lavaggio dei capannoni e la produzione di vapore per i mangimifici.

FOCUS ACQUA

Impianto depurazione biologico

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

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

Rifiuti

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

La gestione dei materiali e dei rifiuti nel Gruppo Martini è improntata al pensiero circolare.

L'obiettivo principale è valorizzare gli "scarti" di lavorazione (come piume, ossa, sangue, olio) per prevenire "ab origine" la produzione di rifiuti, trasformandoli in nuovi prodotti da reimpiegare nei cicli produttivi esistenti o in altre filiere, inclusa la destinazione energetica e l'industria del *pet food*.

Nel corso del 2024, in particolare, il totale dei rifiuti prodotti da parte delle aziende del Gruppo risulta pari a 35.471 ton, registrando una leggera riduzione del -0,6% rispetto al 2023.

Trend – Rifiuti prodotti (ton)

Anno	Rifiuti prodotti (ton)	Δ% rispetto anno precedente
2023	35.679,2	-
2024	35.470,6	-0,6%

Tipologia rifiuti generati 2024 (tonnellate)

Rifiuti generati [ton]

Totale rifiuti generati	35.470,6
Totale rifiuti non pericolosi	35.387,6
Rifiuti non pericolosi a riciclo/riutilizzo	24.929,0
Rifiuti non pericolosi a smaltimento	10.458,6
Totale rifiuti non pericolosi	83,1
Rifiuti pericolosi a riciclo/riutilizzo	24.929,0
Rifiuti pericolosi a smaltimento	46,6

Un dato significativo riguarda la destinazione dei rifiuti non pericolosi: **24.929,0 tonnellate** (circa il 70% del totale) sono state destinate a **riciclo/riutilizzo**, in linea con l'impegno verso l'economia circolare.

Di seguito si presenta anche il dettaglio delle principali tipologie di rifiuti generati nell'anno di rendicontazione, suddivisi per rifiuti pericolosi e non pericolosi.

Dettaglio rifiuti generati 2024 (tonnellate)

Totale rifiuti generati	35.470,6
Totale rifiuti non pericolosi	35.387,6
Fanghi prodotti dal trattamento in loco di effluenti	19.565,2
Scarti di tessuti animali	10.327,8
Fanghi prodotti dal trattamento in loco di effluenti – recupero	1.454,5
Imballaggi misti	1.007,2
Imballaggi in carta e cartone	768,4
Rifiuti animali non destinati al consumo umano (liquidi)	528,0
Altro	1.736,5
Totale rifiuti non pericolosi	83,1
Imballaggi contaminati – destinazione D15	24,3
Acque madri e soluzioni acquose contenenti sostanze pericolose	14,2
Filtri dell'olio contenenti sostanze pericolose — recupero	9,5
Altro	35,0

Tra i principali rifiuti generati, si evidenzia la componente dei **Fanghi prodotti dal trattamento in loco di effluenti**, che rappresenta la quota più consistente, pari a **19.565,2 tonnellate (55%)**.

Tutte le sedi del Gruppo effettuano la **raccolta differenziata** di materiali come carta, plastica, vetro e materiale informatico, oltre ad altri materiali specifici come fanghi, ferro, legno, oli esausti, neon, rifiuti sanitari e sale.

Materiali

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.

L'analisi del flusso di massa dei materiali rilevanti utilizzati evidenzia l'enorme portata della filiera integrata del Gruppo, in particolare nel settore mangimistico e zootecnico. **Il Flusso di massa totale dei materiali rilevanti utilizzati nel 2024 ammonta a 893.231 tonnellate.** La maggior parte di questo volume è costituita da Materie prime (97%), con una quota minore rappresentata da Materie ausiliarie/additivi e reagenti (26.974 tonnellate).

Flusso di massa dei materiali rilevanti utilizzati (tonnellate)

Materiali rilevanti utilizzati [ton]	2024
Flusso di massa dei materiali rilevanti utilizzati	893.230,9
Materie prime	866.257
Materie ausiliari/additivi e reagenti	26.973,9

L'inventario dettagliato dei materiali riflette l'attività primaria della Martini SpA (produzione di mangimi) e delle cooperative di trasformazione (C.A.F.A.R. Sac e Ma.Ge.Ma. Sac). In particolare,

- **Input Primari (Mangimistica):** Le Granaglie sfuse sistemate in silos rappresentano l'input singolo più rilevante, con 776.583 tonnellate. Questo dato sottolinea l'attività principale del Gruppo, ovvero la produzione di mangimi per l'alimentazione animale. Gli Integratori (calcio, fosfati, vitamine, aminoacidi) totalizzano 24.133 ton e il Mangime stesso ammonta a 19.582 ton;

- **Input per Trasformazione Alimentare e Stagionatura:** Le materie prime direttamente destinate alla lavorazione includono Carne in ingresso, Grasso animale e Olio vegetale;
- **Materie Ausiliarie/Additivi:** Tra le materie ausiliarie, l'Urea costituisce la componente preponderante con 23.940 tonnellate.

Dettaglio dei materiali rilevanti utilizzati (tonnellate)

Materiali rilevanti utilizzati [ton]	
Flusso di massa dei materiali rilevanti utilizzati	893.230,9
Materie prime	866.257
Granaglie sfuse sistemate in silos	776.582,7
Integratori (calcio, fosfati, vitamine, aminoacidi ...)	24.133,4
Mangime	19.582,4
Imballaggi	11.016
Carne in ingresso	9.253,1
Grasso animale	7.753,2
Olio vegetale	5.685,5
Melasso	4.517,45
Altro	7.733,3
Materie ausiliari/additivi e reagenti	26.973,9
Urea	23.940
Spezie e additivi (olio e farine)	1.758,3
Sale marino	532,3
Altro	743,4

In linea con il “pensiero circolare” adottato dal Gruppo, le società si impegnano a **valorizzare gli “scarti” di lavorazione** (come piume, ossa, sangue e olio) per prevenirne la trasformazione in rifiuti. Questi sottoprodotti vengono recuperati:

- per essere impiegati in altri cicli produttivi, inclusa la destinazione energetica.
- per l’industria del **pet food**.
- attraverso l’utilizzo di **impianti di digestione anaerobica**.

Nel settore mangimistico, il principio di circolarità si applica creando rapporti di fornitura per l’impiego di materiali (ad esempio, da pastifici) che altrimenti sarebbero scarti, inserendoli nelle formulazioni mangimistiche. Il mangime non idoneo all’uso zootecnico viene destinato ad uso energetico per la produzione di biogas.

Il volume degli Imballaggi utilizzati dal Gruppo ammonta a 11.016 tonnellate nel 2024.

L’alto volume di granaglie sfuse

e la bassa percentuale di input riciclati indicano che il Gruppo opera in una catena del valore dominata dalle materie prime agricole (non riciclabili) e richiede uno sforzo continuo per massimizzare la circolarità nella gestione degli scarti di lavorazione e degli imballaggi.

FOCUS MATERIALI

Packaging

Martini pone in evidenza l'importanza di valorizzare gli "scarti". Il pensiero "circolare" è il pensiero del futuro.

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

In linea con quanto appena definito, la Martini Alimentare Srl ha intrapreso un percorso finalizzato all'impiego di vaschette in polistirolo espanso realizzate con materiale riciclato post consumo. Un progetto di ecodesign che ha portato a un risultato di straordinaria importanza in linea con le linee guida della green economy e nel rispetto delle nuove direttive europee in tema di riciclo e sostenibilità, ottenendo una materia prima seconda certificata «Plastica Seconda Vita» da impiegare nei propri processi di confezionamento del prodotto finito.

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





People

Il focus sul Capitale Umano esplora le condizioni di lavoro, fornendo una fotografia dell'organico in essere, dove si registra un incremento complessivo degli addetti rispetto all'anno precedente. Il capitolo, inoltre, esamina gli strumenti di welfare messi a disposizione ai propri dipendenti, i piani di formazione e i CCNL applicati, e mostra le performance in materia di salute e sicurezza.

Condizioni di lavoro

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. Focus dipendenti per genere e inquadramento contrattuale del Gruppo Martini

Focus dipendenti per genere e inquadramento contrattuale del Gruppo Martini

Tipologia inquadramento (inclusi stage e tirocini)	Numero di Dipendenti	
	Donne	Uomini
Dirigenti	2	20
Quadro	1	24
Impiegati	110	189
Operai	1.072	1.216
Consulenti/Autonomi	0	0
Totale	1.185	1.449

Il totale dei dipendenti del Gruppo Martini nel 2024 risulta essere pari a 2.634 dipendenti suddivisi per le varie società. In particolare, la società con il numero più elevato di dipendenti è C.A.F.A.R che raggruppa il 53% del totale.

Rispetto al 2023, si può constatare un **incremento del numero di dipendenti pari al 5,2%**.



Nella tabella che segue, distinta per Società, la distribuzione

dei dipendenti per tipologie di contratto.

Tipologie contrattuali, ore lavorate, posti di lavoro creati e CCNL

Tipologie indicatori	Martini SpA	Martini Alimentare Srl	Martini Stagionatura Srl	C.A.F.A.R. Sac	Ma.Ge.Ma. Sac
Età media dipendenti	Tra i 30 e i 50 anni	Tra i 30 e i 50 anni	/	Tra i 30 e i 50 anni	Tra i 30 e i 50 anni
% Contratti a tempo determinato	14%	3%	11%	85%	79%
% Contratti part-time	4%	4%	11%	2%	1%
% Stage/Tirocini	10%	0%	/	/	/
Ore lavorate	1.683	1.808	1.540	1.306	1.389
Posti di lavoro creati nell'anno	15	5	/	258	0
CCNL Applicato	Industria Alimentare (2019) Impiegati agricoli (2022) Operai agricoli e florovivaisti (2022) Dirigenti Industria (2019)	Industria Alimentare (2019) Dirigenti Industria (2019)	/	Cooperative e Consorzi Agricoli (2020)	Cooperative e Consorzi Agricoli (2020)

Dall'analisi dei dati emerge una struttura occupazionale diversificata tra le società del Gruppo, con un'età media compresa tra i 30 e i 50 anni, a conferma di un **equilibrio tra esperienza e rinnovo generazionale**. Come già evidenziato negli anni precedenti, C.A.F.A.R. e MA.GE.MA.

presentano percentuali elevate di contratti a tempo determinato (85% e 79%), in linea con la natura stagionale delle attività agricole, che richiede flessibilità organizzativa senza però configurare fenomeni di precarietà, grazie alla consueta riassunzione ciclica dei lavoratori.

Nelle società di carattere più industriale, le quote di contratti a termine e part-time si mantengono contenute, mentre la presenza di stage è rilevante principalmente in Martini SpA, dove costituisce un canale di inserimento professionale. L'incremento dei posti di lavoro è particolarmente

marcato in C.A.F.A.R., coerentemente con i picchi di attività stagionale. Tutte le società applicano CCNL coerenti con il proprio settore, garantendo tutele adeguate e copertura a tutti i dipendenti.

Tutela e benessere dei dipendenti

Strumenti di welfare

Il Gruppo Martini riconosce che la **stabilità del proprio organico**, sostenuta da politiche di *welfare* interne, costituisce un elemento fondante per garantire *performance* elevate in termini di produttività.

Per l'anno 2024, le società del Gruppo mettono a disposizione del proprio personale una serie di strumenti per la tutela e il benessere dei dipendenti:

- Tutte le aziende offrono **convenzioni con realtà del territorio**, includendo generalmente buoni carburante, buoni spesa o sconti;
- Quasi tutte le società erogano **Premi di produttività**;
- Per una vasta porzione del personale sono disponibili **Polizze RCA dipendenti**;

FOCUS DIPENDENTI

Valutazione delle Prestazioni – Performance Management

L'attuale strumento di Performance Management adottato dal Gruppo Martini (Performance Management System – PMS) è diventato per il Gruppo Martini la "spina dorsale" dei processi di sviluppo del personale, in quanto le valutazioni delle prestazioni e degli obiettivi rappresentano non solo un indicatore dell'andamento aziendale, ma anche la leva per la crescita professionale del personale e di conseguenza dell'intera organizzazione.

Nel 2024 il processo è stato esteso a tutti gli impiegati del Gruppo Martini e dei primi riporti delle cooperative

Compensation & Benefit

Grazie all'implementazione dei tool di Teamsystem nel 2024 abbiamo completato l'attività relativa alle politiche meritocratiche iniziata nel 2023 con l'introduzione del modulo di Compensation sul software di Teamsystem di Human Capital Management adottato dal Gruppo.

Inoltre, durante l'anno, grazie ad un approccio metodico teso al perseguimento di obiettivi aurei in tema di ottimizzazione di processi e di "continuous improvement", la tematica delle politiche retributive è stata centrale sia dal punto di vista di attraction e retention sia dal punto di vista di equità interna ed esterna.

La politica retributiva posta in essere è accentrata e questo

ha permesso l'attuazione per tutti i dipendenti delle medesime logiche standardizzate ed ha garantito modalità operative univoche che hanno permesso conseguentemente lo sviluppo di una politica retributiva caratterizzata da massima imparzialità ed equità per tutto il Gruppo.

Nel corso dell'anno un altro tema caratterizzante, che è stato posto al centro di numerose valutazioni, è il "welfare aziendale" in quanto argomento sempre più importante da approfondire ed attuare nelle sue varie multiforme. In particolare, è in corso un approfondimento nell'ambito del quale si stanno individuando alcune possibili opportunità di armonizzazione e di possibile implementazione con riflessi nel medio-lungo termine. L'analisi, e l'aggiornamento continuo delle possibilità in tema di welfare continuerà attivamente e si protrarrà per tutto il 2024, in ottica dipendente-centrica ed è orientata a generare risultati proficui, oltre a mirare all'ambizioso risultato di massima valorizzazione e soddisfazione delle risorse umane.

Organization & Development

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

Salute e sicurezza

- In aggiunta, **Polizze vita/ infortuni** sono previste per i dipendenti di Martini SpA e Ma.Ge.Ma. Sac;
- Martini Alimentare Srl, in particolare, offre ai propri dipendenti **flessibilità oraria/ smart working**.

Si nota, inoltre, che a diverse società è stato consigliato, nell'ambito dell'Action Plan di Synesgy, di valutare l'opportunità di includere una **persona preposta al welfare** in azienda.

La gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro mostra un quadro diversificato all'interno del Gruppo Martini, evidenziando aree di efficienza e settori che richiedono maggiore attenzione nel triennio di rendicontazione. Le cooperative dell'area zootecnica e di trasformazione, C.A.F.A.R. Sac e Ma.Ge.Ma. Sac, hanno registrato un numero di infortuni occorsi nell'ultimo triennio superiore o uguale a 10 e, parallelamente, un impatto significativo in termini di gravità, con un totale di giorni persi per inabilità temporanea superiore o uguale a 50. Al contrario, Martini Alimentare Srl si distingue con un basso tasso di frequenza degli infortuni, risultando minore o uguale a 3 nell'ultimo triennio, nonostante anche questa società abbia riportato un totale di giorni persi per inabilità temporanea superiore o uguale a 50. La capofila, Martini SpA, si colloca in una fascia intermedia, con un

numero di infortuni compreso tra 4 e 9, e un impatto moderato in termini di gravità, con giorni persi dovuti a inabilità temporanea compresi tra 11 e 49. Complessivamente, mentre l'impegno verso la sicurezza è garantito **dall'applicazione di sistemi di gestione della sicurezza e salute** dei dipendenti e procedure interne aggiuntive ai Protocolli standard, il Gruppo nel suo insieme deve mantenere alta la vigilanza sulla frequenza degli infortuni, soprattutto nelle realtà cooperative, e continuare gli sforzi per mitigare la gravità degli incidenti che portano a giorni di inabilità prolungati. Tutte le società hanno in atto politiche aggiuntive per la garanzia della salute e sicurezza sul lavoro, spesso investendo in formazione e sensibilizzazione del personale. Nel corso del 2024, inoltre, non si sono verificati decessi in nessuna delle società del Gruppo.

In riferimento al periodo di rendicontazione, il Gruppo Martini dichiara che nel 2024 non si sono verificati casi di lavoro minorile, lavoro forzato, tratta di esseri umani o episodi di discriminazione all'interno della propria forza lavoro. Inoltre, il Gruppo non è a conoscenza di incidenti confermati relativi a tali violazioni che coinvolgano lavoratori nella catena del valore, comunità locali, consumatori o utenti finali.

Formazione

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.

Trend – Numero di ore di corsi di formazione totale e per dipendente

Società	Ore di formazione	Totale dipendenti	Ore medie formazione per dipendente
Martini SpA	6.704	375	17,9
Martini Alimentari Srl	12.180	101	120,6
Martini Stagionatura Srl	223	8	27,9
C.A.F.A.R. Sac	11.603	1.403	8,3
Ma.Ge.Ma. Sac	12.180	747	16,3
Totale ore di formazione	42.890	2.634	16,3

Il numero di ore dedicate a corsi di formazione nel corso dell'ultimo anno è pari a 42.890 che, considerando un totale dipendenti del gruppo pari a 2.633, si constata un totale an-

nuo di ore medie formazione per dipendente pari a 16,3.

Trend – Numero di ore di formazione erogate (ore e valori percentuali)

Anno	Valori (h)	Δ%
2023	28.809	-
2024	42.890	+48,9%

Confrontando i dati dell'anno precedente si nota un notevole incremento delle ore di formazione erogate, pari a circa il 50%. Le principali aree tematiche affrontate nei corsi di formazione in tutte le società del Gruppo includono:

- Salute e sicurezza sul lavoro;
- Ambientale;
- Alimentarista e sicurezza dell'igiene alimentare e sostenibilità (o Qualità e sicurezza alimentare).

• Martini SpA si focalizza anche su Sostenibilità e biosicurezza. Inoltre, il Gruppo **investe nello sviluppo e valorizzazione delle competenze tecniche** relative a processi sostenibili, tecnologie sostenibili e ricerca e sviluppo in ambito sostenibilità.



Network e Territorio

Il capitolo finale presenta un'analisi delle relazioni con gli stakeholder e il territorio, che include l'impegno nella comprensione della propria filiera di fornitura. Vengono, inoltre, descritte le iniziative attive a supporto delle comunità locali, come il sostegno a progetti di solidarietà e l'organizzazione di eventi sportivi e di recruiting con le università.

Rapporti con il territorio

Clientela

Il Gruppo Martini pone la massima rilevanza alla gestione degli impatti che i propri prodotti e servizi generano sulla salute e sicurezza dei clienti. **Questa attenzione si estende lungo l'intero ciclo di vita del prodotto o servizio:**

- Dallo sviluppo del concept del prodotto;
- Alla fase di ricerca e sviluppo ed eventuale successiva certificazione;
- Fino alla realizzazione, quindi alla fabbricazione e produzione;
- Nonché alle attività di marketing, fornitura, utilizzo e all'attenzione posta nel supporto post-vendita e nel ciclo di fine vita.

In questa logica, assumono particolare rilievo le iniziative intra-

prese dall'organizzazione per affrontare il tema della sicurezza durante l'intero ciclo di vita, inclusa la fondamentale privacy e sicurezza dei dati.

Il Gruppo opera prevalentemente sul mercato nazionale, anche se Martini Alimentare Srl si rivolge sia al mercato nazionale che estero. Tale azienda del Gruppo, in particolare, agisce come player centrale nella commercializzazione di carne (suino, pollo e coniglio) e prodotti stagionati. La società occupa quote significative sia nel canale moderno (GDO e DO), che nel canale di vendita tradizionale (dettaglianti e grossisti).

Altri canali di interesse per i prodotti del Gruppo (in particolare quelli provenienti da C.A.F.A.R.

Sac, Ma.Ge.Ma. Sac e Martini Stagionatura Srl, commercializzati tramite Martini Alimentare Srl) sono l'Industria Alimentare e la Ristorazione Collettiva.

L'offerta del Gruppo è modellata per **rispondere alle diverse scelte ed esigenze alimentari della clientela**. L'azienda mette a disposizione prodotti in linea con tali esigenze, includendo:

- Prodotti Halal.
- Prodotti senza glutine.
- Opzioni a basso contenuto di zuccheri e/o grassi.

Il Gruppo, inoltre, si impegna a **promuovere l'eccellenza in ogni fase della filiera**. Martini Alimentare Srl, in particolare, collabora strettamente con le realtà produttive per ottenere prestigiose certificazioni in am-

bito Qualità.

Esempi di prodotti qualificati e certificati lungo la filiera includono:

- **Prodotti di qualità certificata in generale;**
- **Prodotti DOP** (Denominazione di Origine Protetta) e **IGP** (Indicazione Geografica Protetta);
- **Il mangime prodotto da Martini SpA** destinato ad allevamenti indipendenti è considerato di elevata qualità e affidabilità, contribuendo a produzioni qualificate come il Parmigiano Reggiano o il **Prosciutto di Parma DOP;**
- La **Filiera cunicola** del Gruppo Martini è riconosciuta come un'eccellenza a livello europeo e internazionale.

La Vision del Gruppo è quella di essere il partner ideale dei clienti per competenza, innovazione ed affidabilità, condividendo i valori necessari a tradurre le esigenze dei consumatori.

La Mission, coerentemente, è adottare un approccio proattivo nell'individuare le necessità dei clienti, impegnandosi a rendere flessibili i processi produttivi e ad accrescere la qualità dei prodotti e del servizio.

Il Gruppo promuove attivamente forme di allevamento che consentono di ottenere produzioni con minor uso di antibiotici, mettendo in primo piano il benessere dell'animale e la prevenzione delle patologie, in linea con un impegno costante per il Benessere Animale.

Comunità locali

Il Gruppo Martini mantiene e rafforza il proprio atteggiamento di **profonda interazione e rispetto** nei confronti delle comunità e del territorio in cui opera. L'obiettivo è favorire l'integrazione della realtà produttiva con i residenti, consentendo alla collettività di diventare un attore attivo con capacità di condizionamento sulle scelte operative e di sviluppo dell'impresa.

L'impegno verso la comunità si è concretizzato in iniziative mirate, focalizzate principalmente sui temi della salute, della solidarietà sociale e della formazione, con un impatto economico indiretto positivo sul territorio. Nel corso dell'anno di rendicontazione, le società del Gruppo hanno sostenuto economicamente e

attivamente diverse iniziative locali.

Di seguito, le principali attività condotte nel 2024 e le iniziative continuative che il Gruppo segue nel corso degli anni:

- **Sostegno alla Ricerca e alla Salute:** Il Gruppo Martini ha rinnovato il proprio sostegno alla **“Maratona Alzheimer”** partecipando all'edizione **2024**, un evento che unisce sport, salute e impegno sociale. L'impegno del Gruppo a favore della ricerca sull'Alzheimer è una parte costante del sostegno alle fasce più deboli della comunità. Inoltre, è stato supportato il **“Progetto del cuore”** nella zona di Felino (PR), sede di Martini Sta-

gionatura Srl, che fornisce un servizio prezioso di **mobilità gratuita** per i cittadini più svantaggiati del territorio;

- **Contrasto allo Spreco Alimentare:** Il Gruppo ha mantenuto l'importante collaborazione che, ogni due o tre giorni, permette ai volontari di prelevare prodotti alimentari freschi, ma prossimi alla scadenza (come carne suina, di pollo e di coniglio), dai nostri stabilimenti. Questi alimenti, che altrimenti andrebbero sprecati, vengono distribuiti a **famiglie e persone in difficoltà**. Questa iniziativa rappresenta un gesto concreto verso la sostenibilità e la costruzione di un futuro più equo;

- **Formazione e Condivisione delle Conoscenze:** Nell'ottica di rafforzare la filiera e la comunicazione, le Società propongono attivamente **corsi di formazione rivolti agli allevatori** per favorire la comunicazione e la condivisione delle conoscenze in merito al **benessere animale**;

- **Collaborazione con Istituzioni Accademiche:** Nel corso del 2024, il Gruppo Martini ha partecipato all'**Università di Bologna** per un convegno focalizzato sul digitale e l'innovazione nel settore, con l'obiettivo di condividere l'impegno in materia di sicurezza, ambiente, qualità ed economia circolare. Il Gruppo intende

continuare a collaborare con le scuole e le università per promuovere la cultura della sicurezza e della sostenibilità tra i giovani.





Investimenti per il territorio

La dimensione economica della sostenibilità riguarda l'influenza dell'organizzazione sulle condizioni economiche degli stakeholder e sui sistemi economici locali, nazionali e globali. Gli impatti economici, diretti e indiretti, comprendono le variazioni nel potenziale produttivo e gli effetti generati dai flussi finanziari tra l'azienda e i suoi stakeholder, con ricadute sul benessere delle comunità e sullo sviluppo di lungo periodo.

Il Gruppo Martini integra la sostenibilità nella strategia industriale, considerando gli impatti socio-ambientali tra i propri rischi e orientando gli investimenti verso innovazione, qualità e tecnologie in linea con gli obiettivi di sviluppo sostenibile. Queste azioni generano un effetto moltiplicatore che beneficia la catena del valore e il territorio.

Parallelamente agli investimenti diretti nella filiera, il Gruppo

Martini **sostiene attivamente le comunità locali attraverso donazioni e iniziative**, realizzando interventi che favoriscono il coinvolgimento del territorio. Nel corso dell'anno di rendicontazione **2024**, è stata erogata la somma totale di donazioni, sponsorizzazioni e liberalità a vantaggio delle comunità nelle zone di operatività di **€ 107.430** che rappresentano un incremento rilevante rispetto all'anno precedente in molte delle singole realtà, pari al 49,5%.

Trend – Investimenti in favore delle comunità locali

Anno	Donazioni/investimenti (€)	Δ% rispetto anno precedente
2023	71.845	-
2024	107.430	+49,5%

I progetti per il futuro

In linea con la sua strategia di sviluppo sostenibile, il Gruppo Martini ha individuato progetti con rilevanza ESG da realizzare nel prossimo futuro (2025 e oltre), a fronte di condizioni strategiche favorevoli. Questi progetti sono focalizzati sulla **riduzione dell'impatto ambientale** (acqua, emissioni, energia) e sull'**innovazione del modello di business**.

Transizione Energetica e Decarbonizzazione

Il Gruppo Martini ha intrapreso un ambizioso percorso di decarbonizzazione, che mira a ridurre significativamente l'impronta di carbonio e a contenere l'impatto sul surriscaldamento del Pianeta. Questo percorso si articola in diverse fasi, tra cui:

- **Implementazione della Decarbonizzazione:** Il percorso ha avuto inizio con la mappatura delle emissioni di CO₂eq e l'individuazione di azioni correttive idonee;
- **Efficientamento degli Impianti (Cogenerazione):** L'Azienda ha in programma la sostituzione dell'impianto di cogenerazione esistente presso il sito di Gatteo con uno più innovativo e performante;

- **Nuove Installazioni:** Si prevede l'aggiunta di nuovi impianti di cogenerazione presso il prosciuttificio di Felino (Martini Stagionatura Srl) e il mangimificio di Longiano.

Gestione Sostenibile delle Risorse Idriche

Per migliorare la qualità e la disponibilità dell'acqua, risorsa condivisa e da preservare, il Gruppo prevede la realizzazione di importanti interventi strutturali:

- **Impianto MBR (Membrane Biological Reactor):** È prevista la realizzazione di un impianto di depurazione biologico di tipo MBR per il trattamento delle acque reflue in uscita dall'impianto di flottazione esistente presso i siti C.A.F.A.R. di Gatteo e Longiano.

Sviluppo del Modello di Business e Innovazione

- **Sviluppo della Filiera Digitale:** Nel prossimo futuro, l'Azienda incrementerà il proprio sistema di "filiera digitale", finalizzato al controllo e al tracciamento dei prodotti in tutte le fasi di approvvigionamento e lavorazione;
- **Innovazione Diagnostica (2024/2025):** Il Gruppo Martini ha avviato una startup nel settore diagnostico attraverso un progetto di economia circolare, valorizzando risorse che altrimenti sarebbero scarti. La presentazione ufficiale del nuovo prodotto è prevista a Medica 2024;
- **Investimenti in Benessere Animale:** È in programma il Revamping (ammodernamento)

mento delle tecnologie e delle strutture) di numerosi allevamenti per innalzare il livello di sostenibilità ambientale della produzione zootecnica e garantire migliori condizioni di benessere degli animali.

Rafforzamento della Governance e del Capitale Umano

Il Gruppo continuerà a investire nel personale attraverso l'ammodernamento delle strutture e l'ampliamento delle linee di produzione, creando nuove opportunità di impiego. Inoltre, in risposta alle aree di miglioramento identificate dai benchmark di settore (Synesgy), le società del Gruppo hanno l'opportunità di:

- **Rafforzamento dei Controlli Interni:** Implementare una

Funzione di Risk Management e predisporre una funzione aziendale dedicata ai controlli interni (come Internal Audit o Compliance);

- **Gestione Strategica dei Rischi:** Considerare formalmente gli impatti socio-ambientali tra i fattori di rischio aziendali;
- **Welfare e Risorse Umane:** Valutare l'opportunità di dotarsi di una persona preposta al welfare in azienda.



Fornitori e pratiche di approvvigionamento

Il Gruppo Martini considera la valorizzazione della catena di fornitura come un importante elemento e riconosce che gli impatti sociali, economici e ambientali dei fornitori si riflettono direttamente e indirettamente sulla catena del valore del Gruppo. Il Gruppo adotta un sistema per la valutazione dei fornitori che include criteri di sostenibilità (ambientali, sociali ed economici). L'obiettivo è delineare il grado di allineamento della supply chain ai temi della sostenibilità e abilitare l'implementazione di azioni correttive.

- **Strumento Synesgy:** Il processo di mappatura e monitoraggio della filiera si basa sul questionario Synesgy, sottoposto ai fornitori, per conoscerne la maturità sotto il profilo ESG;
- **Certificazioni Ambientali:** Ad esempio, Martini Stagionatura Srl considera il possesso di certificazioni ambientali tra i criteri di valutazione dei propri fornitori;
- **Monitoraggio e Mitigazione:** Le aziende monitorano il comportamento dei fornitori e definiscono strategie e azioni per limitare la portata degli impatti negativi.

Il Gruppo impiega metodologie rigorose per assicurare la qualità e la tracciabilità delle materie prime:

- **Filiera Digitale:** Le cooperati-

ve Ma.Ge.Ma. Sac e C.A.F.A.R. Sac hanno sviluppato un sistema di “filiera digitale” volto al controllo e tracciamento dei propri prodotti in tutte le fasi di approvvigionamento e lavorazione. La Martini Alimentare Srl, inoltre, dispone di strumenti di interfaccia con la filiera per ottimizzare la produzione in funzione della domanda;

- **Certificazioni Richieste:** Viene richiesto il possesso di certificazioni o qualifiche particolari ai fornitori di ingredienti aggiuntivi ai prodotti principali, in particolare gli standard IFS/BRC (International Food Standard/British Retail Consortium). Per i prodotti/processi in generale, Martini SpA ha ottenuto certificazioni riconosciute a livello

nazionale e/o internazionale come lo Standard IFS,

- **Monitoraggio Materie Prime:** Le società svolgono attività di monitoraggio presso i fornitori di materie prime per verificare il grado di applicazione delle normative di Sicurezza alimentare;
- **Analisi Esterne:** Le analisi di controllo qualità dei prodotti sono affidate a laboratori certificati UNI CEI EN ISO/IEC 17025 (Requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura).

L'attenzione alla sostenibilità nella filiera si estende anche all'approvvigionamento di materiali:

- **Materiale Riciclato:** Le società C.A.F.A.R. Sac e Ma.Ge. Ma. Sac si avvalgono di materiale riciclato o lo richiedono

ai propri fornitori in merito al packaging. Anche Martini Alimentare Srl ricerca sul mercato materiale riciclato o collabora con i propri fornitori per individuare materiali più sostenibili;

- **Benessere Animale:** Martini Alimentare Srl collabora con la propria catena di fornitura per promuovere e garantire il benessere animale secondo protocolli e standard volontari riconosciuti a livello nazionale e/o internazionale, come lo standard ISO 34700. Martini Alimentare ha inoltre ottenuto la certificazione di Filiera controllata DTP 035.



Nota metodologica

L'obiettivo del presente documento è fornire una rendicontazione trasparente e comparabile delle performance ambientali, sociali e di governance (ESG) dell'organizzazione, rispondendo alle richieste di trasparenza da parte di stakeholder.

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. Il Bilancio di Sostenibilità volontario del Gruppo Martini è stato redatto attraverso gli standard per il reporting di sostenibilità elaborati da EFRAG (*European Financial Reporting Advisory Group*) per le piccole e medie imprese (VSME – *Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed Small Medium Enterprises*).

Lo Standard VSME prevede due moduli per la redazione del bilancio. Martini ha deciso di ottemperare sia alle richieste del Modulo Base che del Modulo Completo. All'interno della tabella nella pagina successiva è

possibile consultare il dettaglio degli indicatori VSME rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità¹.

Il perimetro di riferimento per la redazione del presente Bilancio di Sostenibilità coincide con la Relazione Finanziaria 2024. Il periodo oggetto di rendicontazione va dal 01.01.2024 al 31.12.2024. Le informazioni rendicontate, salvo diversamente indicato nel testo, si riferiscono alle 5 società del Gruppo, vale a dire:

- Martini SpA
- Martini Alimentare Srl
- Martini Stagionatura Srl
- C.A.F.A.R. Sac
- Ma.Ge.Ma. Sac

Il Bilancio di Sostenibilità è stato revisionato e approvato dalle diverse funzioni aziendali che hanno contribuito alla redazione del documento.

Per maggiori informazioni in merito al Bilancio di Sostenibilità 2024 è possibile contattarci, inviando una mail a: **martinispa@legalmail.it**

¹ Si specifica che alcuni dati a livello di Gruppo sono stati rendicontati aggregando i dati a partire dal questionario Synesgy compilato dalle singole società.

Indicatori VSME

Modulo VSME	Pillar	N. Indicatore	Titolo indicatore	Pagina
Base	Governance	B1	Base per la preparazione	31-34
Base	Governance	B2	Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	45, 48, 52, 57, 60-65
Base	Ambiente	B3	Consumi energetici ed emissioni GHG	41-45
Base	Ambiente	B4	Inquinamento	46
Base	Ambiente	B6	Acqua	47-48
Base	Ambiente	B7	Utilizzo delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti	48-52
Base	Social	B8	Forza lavoro - Caratteristiche generali	55-57
Base	Social	B9	Forza lavoro - Salute e sicurezza	58
Base	Social	B10	Forza lavoro - Retribuzione, CCNL e formazione	56, 59
Base	Governance	B11	Violazione anticorruzione e anti-concussione	39
Completo	Governance	C1	Strategia: Modello di business e sostenibilità - Iniziative correlate	9, 11
Completo	Governance	C2	Descrizione delle pratiche, delle politiche e delle iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	45, 48, 52, 57, 60-65
Completo	Social	C5	Forza lavoro - Caratteristiche aggiuntive	34, 36
Completo	Social	C6	Informazioni aggiuntive sulla propria forza lavoro - Politiche e processi in materia di diritti umani	37-39
Completo	Social	C7	Gravi incidenti negativi in materia di diritti umani	58



gruppo martini

