



Bilancio di Sostenibilità 2022



GranTerre è l'Italia più grande, delle grandi bontà.
GranTerre è la tradizione di domani.

Sommario

<i>Lettere agli Stakeholder</i>	2-3
1. Il Gruppo GranTerre	5
1.1 Chi siamo	7
<i>Le attività di business del Gruppo: Caseifici GranTerre e Salumifici GranTerre</i>	10
<i>I nostri valori</i>	14
1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business	15
<i>Il sistema di controllo interno e la gestione dei rischi</i>	16
<i>Internal Auditing</i>	16
<i>Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01</i>	17
1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile	19
1.4 Gli Stakeholder	24
1.5 I temi materiali	25
2. Valorizzazione delle nostre persone	33
2.1 Le nostre persone	35
2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori	41
2.3 Lo sviluppo delle competenze	44
2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti	48
3. Eccellenza e Qualità dei prodotti	57
3.1 Eccellenza dei prodotti	59
<i>I prodotti a marchio DOP & IGP</i>	60
3.2 L'approccio all'innovazione	62
<i>Ricette tradizionali e prodotti innovativi</i>	63
<i>Packaging innovativi e sempre più sostenibili</i>	74
3.3 Qualità e sicurezza alimentare	76
<i>Sistema qualità e sicurezza alimentare di Caseifici GranTerre</i>	77
<i>Sistema qualità e sicurezza alimentare di Salumifici GranTerre</i>	78
<i>Etichettatura e certificazioni di qualità</i>	79
4. Approvvigionamento responsabile e valorizzazione della filiera	83
4.1 Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura	85
4.2 Sviluppo e monitoraggio della filiera lattiero-casearia	88
5. Impatto positivo sui territori e sulle comunità	99
5.1 Attenzione e collaborazione con le comunità	104
<i>Lo sport sui territori</i>	107
<i>I progetti sociali per il sostegno alle persone in condizione di fragilità</i>	110
<i>I progetti che coinvolgono bambini e ragazzi</i>	113
5.2 Supporto allo sviluppo dei territori anche attraverso la valorizzazione dei prodotti	114
5.3 La rete sul territorio: Consorzi di tutela e Associazioni di categoria	118
6. Tutela dell'ambiente e delle sue risorse	123
6.1 Energia ed emissioni	125
<i>Energia</i>	125
<i>Emissioni</i>	128
6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua	131
6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti	133
6.4 Materiali per il packaging	136
6.5 Logistica e supply chain	139
Nota Metodologica	142
GRI Content Index	144

Lettera del Presidente

Il percorso di sostenibilità di GranTerre è frutto di una precisa volontà: far crescere il Gruppo coniugando la capacità industriale e il saper fare della tradizione con la sostenibilità ambientale, sociale ed economica tutelando l'ambiente e le risorse naturali, promuovendo una migliore qualità di vita e di lavoro delle persone, sostenendo le comunità e i territori di riferimento.

Le aziende che fanno parte di GranTerre hanno sempre sviluppato, a lato dell'attività economica, importanti progetti in ambito sociale e ambientale, contribuendo a generare impatti positivi sui territori e verso le comunità in cui operano, in coerenza con i valori cooperativi che sono alla base dell'agire del Gruppo. Con il suo Piano di Sostenibilità, definito nel framework dei principi e valori cooperativi e dell'Agenda 2030 ONU, GranTerre ha fissato nuovi ambiziosi traguardi che possono guidare la sua crescita e la sua affermazione, dando coerenza alle azioni fin qui realizzate e proseguendo in un'evoluzione strategica verso l'allineamento alle migliori pratiche di settore.

Oggi la sostenibilità, oltre a essere una risposta alle problematiche ambientali e sociali della nostra epoca, è diventata una scelta strategica per le imprese: è un elemento di differenziazione sul mercato e oggetto di importanti evoluzioni normative, è uno strumento per l'affermazione dei principi etici dichiarati, un canale di confronto con Soci e fornitori verso il miglioramento continuo. È anche un'opportunità per innovare processi e approcci, guidati dalla volontà di ridurre gli impatti negativi e accrescere quelli positivi, tanto sul fronte ambientale quanto su quello sociale, verso le nostre persone e le comunità in cui operiamo.

Consapevoli quindi delle sfide - ma anche delle opportunità - che si legano al fare impresa in maniera sostenibile, GranTerre ha scelto di fare della sostenibilità una leva di sviluppo strategico, che supporterà il percorso dell'azienda verso il 2030, integrandosi totalmente con il piano industriale. Un percorso intrapreso con convinzione, dotandoci in primis di una governance dedicata, assegnando la delega alla sostenibilità al Consigliere Andrea Benini, e mettendo in campo gli strumenti di pianificazione, monitoraggio e rendicontazione necessari per garantire l'efficacia delle azioni necessarie a raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi.

"Non smettere mai di dialogare, per raccontare storie sempre nuove, per immaginare un futuro più buono, sano ed integro con le persone, per le persone": in questa frase del brand manifesto GranTerre è racchiuso il nostro percorso di sostenibilità. Un percorso in cui capacità di dialogo, orientamento all'innovazione, centralità delle persone e una precisa idea di futuro - buono, sano ed integro - si mescolano per generare un valore che va oltre quello economico. Con il percorso che questo Bilancio di Sostenibilità inaugura, l'impegno che ci assumiamo è quello di essere trasparenti verso i nostri stakeholder: la redazione annuale del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo ci permetterà, nel tempo, di raccontare la visione, gli obiettivi e i progetti del Gruppo, con la possibilità di confrontare nel tempo i risultati che saranno raggiunti.

Milo Pacchioni
Presidente
GranTerre S.p.A.

Lettera dell'Amministratore Delegato

GranTerre ha una grande ambizione, quella di continuare a crescere per rafforzare la sua leadership nel mercato dei salumi e dei formaggi stagionati, in Italia e all'estero, valorizzando il capitale e il prodotto dei Soci e costruendo una identità di Gruppo capace di essere motore di innovazione e sviluppo.

Un' ambizione accompagnata dalla consapevolezza della responsabilità che una azienda leader come GranTerre ha verso le sue persone, verso i territori e le comunità, verso l'ambiente: creare valore sostenibile e condiviso, che possa generare al contempo sviluppo per l'azienda e impatti positivi verso i suoi stakeholder.

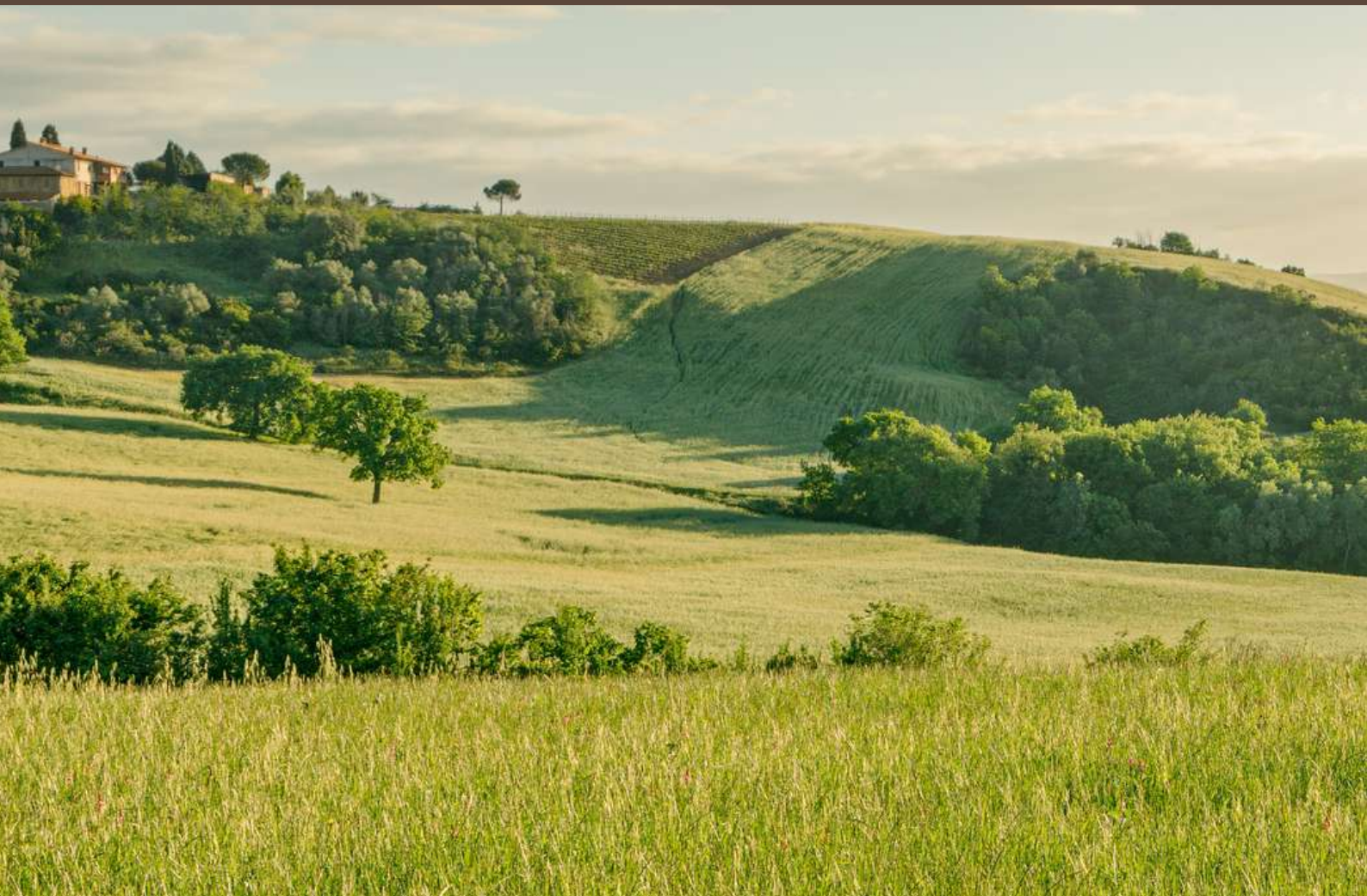
Con questa consapevolezza GranTerre ha inserito la sostenibilità tra i pilastri del Piano Industriale, valorizzandola come asset strategico per crescere, creare valore, diventare un grande e solido Gruppo internazionale. Abbiamo scelto di integrare la sostenibilità in maniera trasversale nel nostro modo di fare impresa, costruendo un percorso che si fonda sul ricco bagaglio di buone pratiche che le aziende del Gruppo nel tempo hanno sviluppato e su una responsabilizzazione diffusa rispetto agli ambiziosi obiettivi di sostenibilità che ci siamo dati.

Crediamo che il percorso di sostenibilità che abbiamo intrapreso, fondato su una solida governance e dotato di un preciso sistema di monitoraggio degli avanzamenti, potrà essere un elemento di forza per rispondere alle nuove normative europee – la CSRD e la Corporate Sustainability Due Diligence in primis – ma soprattutto per affrontare in maniera ancora più determinata le contingenze che lo scenario socio-politico, così come quello economico e ambientale ci pongono davanti: l'instabilità legata al conflitto in Ucraina, la crisi energetica e climatica, le criticità sociali e le ripercussioni sui consumi.

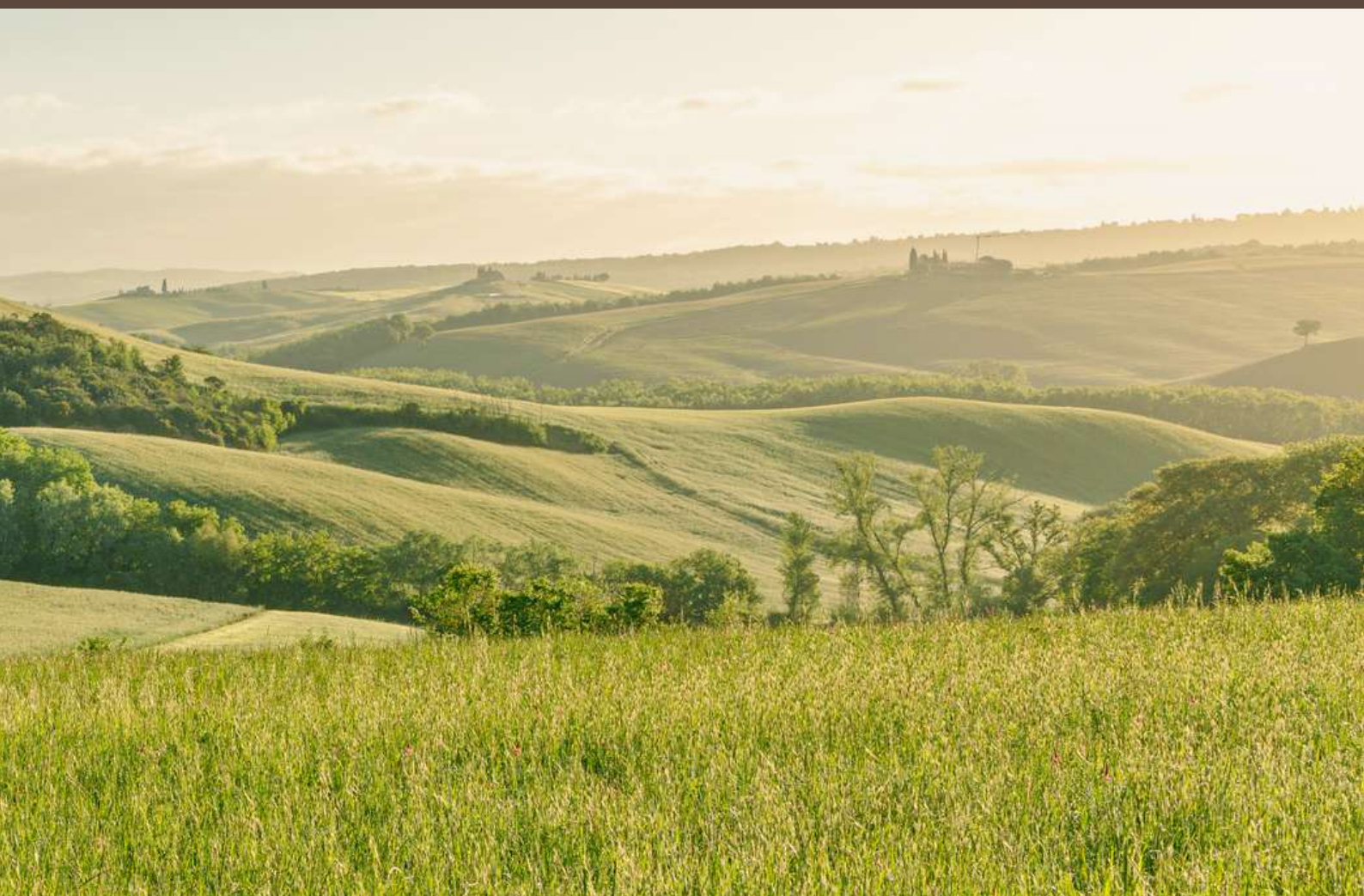
Stiamo affrontando queste criticità con scelte allo stesso tempo attente e coraggiose: importanti investimenti in efficientamento energetico ed energie rinnovabili, digitalizzazione, innovazione nei processi produttivi e nei nostri prodotti di eccellenza, per stare al passo con il mercato e con i bisogni dei consumatori. E in questo percorso siamo impegnati nel dare sempre maggiore attenzione alla valorizzazione dei Soci, al benessere delle nostre persone e al supporto dei territori di riferimento.

Il Bilancio di Sostenibilità è il racconto di questo percorso, di cui ci impegniamo a condividere anno dopo anno obiettivi e risultati che raggiungeremo portando avanti, con competenza e passione, il nostro lavoro.

Giuliano Carletti
Amministratore Delegato
GranTerre S.p.A.



1. Il Gruppo GranTerre



*Siamo nati dalla terra, un mosaico di terre,
di origini, di mestieri e saperi tutti italiani.*



1.1 Chi siamo

Fondato il 1° gennaio 2019, il Gruppo GranTerre (Bonterre fino al 31.12.2022) è una delle principali realtà italiane nella produzione e nella commercializzazione di salumi e formaggi stagionati.

GranTerre S.p.A. (di seguito anche GranTerre o Gruppo) nasce dall'aggregazione di due realtà storiche dell'agroalimentare italiano, Grandi Salumifici Italiani (oggi Salumifici GranTerre S.p.A.) e Parmareggio (oggi Caseifici GranTerre S.p.A.)¹, conferite rispettivamente da Unibon e Consorzio Granterre.

Unibon è partecipata da importanti società del sistema cooperativo impegnate nel sostenere finanziariamente lo sviluppo di progetti imprenditoriali sul territorio, mentre Consorzio Granterre rappresenta una delle più importanti organizzazioni di produttori della filiera lattiero-casearia nazionale con circa 700 aziende agricole socie.

Dal 1° gennaio 2021, attraverso l'integrazione con Caseifici GranTerre, al Gruppo fa capo anche la cooperativa veneta Agriform, leader nella produzione di formaggi duri regionali DOP (Grana Padano, Asiago, Piave, Montasio), che riunisce alcuni fra i più grandi caseifici cooperativi veneti. La sede legale di Gruppo GranTerre è a Modena.

Dal 1° Aprile 2022 Parmareggio ha assunto la denominazione Caseifici GranTerre, dando avvio al percorso di ridefinizione della identità corporate e di brand che si è concluso il 1° Gennaio 2023 con la modifica della denominazione sociale di Grandi Salumifici Italiani in Salumifici GranTerre e di Bonterre in GranTerre.

La valorizzazione dei prodotti della tradizione e la costante attenzione alla qualità sono i tratti distintivi delle aziende del Gruppo, che hanno permesso a GranTerre di acquisire una posizione di leadership nelle filiere del Parmigiano Reggiano, del Grana Padano e nella produzione dei salumi. Il forte legame con i territori del Gruppo – presente con i suoi stabilimenti in 5 Regioni italiane - si traduce nella produzione e commercializzazione, tra salumi e formaggi stagionati, di diversi prodotti con Denominazione di Origine Protetta (DOP) e Indicazione Geografica Protetta (IGP) per un volume complessivo di vendite pari a 176.000 tonnellate nel 2022 (170.000 nel 2021).

GranTerre è oggi tra i leader di mercato nei settori di riferimento a livello nazionale e in espansione sui mercati esteri, con oltre 70 Paesi raggiunti. La forza del Gruppo è rappresentata dai 2.247 tra dipendenti, lavoratori somministrati e collaboratori impegnati nei 18 stabilimenti italiani del Gruppo, nella base logistica e nelle quattro filiali commerciali estere.

Gli scopi del Gruppo

GranTerre opera per creare valore sostenibile per i Soci, valorizzandone il prodotto e i capitali. Con questo scopo, mira ad essere una realtà di rilevanza nazionale e internazionale, specializzata nelle eccellenze italiane dei salumi e dei formaggi stagionati, partner di riferimento per la distribuzione in Italia e all'estero e ambasciatore del cibo Made in Italy nel mondo.

Il Gruppo vuole crescere sui mercati in coerenza alle nuove tendenze di consumo e soddisfare il consumatore con prodotti di alta qualità, distintivi e innovativi, grazie anche alla notorietà e all'apprezzamento dei propri marchi.

GranTerre si impegna a coniugare la capacità industriale e il saper fare della tradizione con la sostenibilità ambientale, sociale ed economica garantendo una migliore qualità di vita e di lavoro delle persone e sostenendo le comunità e i territori di riferimento.

¹ Ai fini rappresentativi della narrazione, all'interno del presente documento si farà riferimento a Caseifici GranTerre, Salumifici GranTerre e GranTerre (O Gruppo GranTerre) anche con riferimento al 2022, anche se il processo di re-naming si è concluso il 1 Gennaio 2023.

SALUMI

FORMAGGI



Viene fondata a Reggio Emilia ACM (AMCLC) Cooperativa per la macellazione e lavorazione delle carni

1946



Nasce CIAM Cooperative Industrie Alimentari Modenesi, cooperativa di consumo dedita all'acquisto, macellazione e trasformazione di carne suina, e alla vendita di carne fresca e insaccati

1948



Dalla fusione di Ciam e Acm nasce **Unibon**, cooperativa specializzata nella lavorazione e distribuzione di carne suina

1991



Unibon stipula con Senfter (produttore privato di specialità altoatesine) un accordo di joint venture commerciale, creando **Italia Salumi Spa**

2001



Acquisizione del **Gruppo Gasser**, focalizzato sulla produzione di Speck e Wurstel

2004



Unibon e Senfter completano la joint venture, nasce **Grandi Salumifici Italiani**

2005



Acquisizione di **Fratelli Parmigiani** e del marchio **Giravolte** da Kraft Italia

2008



Acquisizione del **Gruppo Alimentare in Toscana**

2009



Acquisizione di **Alcisa**, storico brand bolognese delle mortadelle

2011



Unibon acquisisce il 100% di **Grandi Salumifici Italiani**

2018

1959

Nasce il **CCS Consorzio Caseifici Sociali**, con l'attività del burrificio; successivamente, nel 1966, CCS si allarga alla produzione e stagionatura del Parmigiano Reggiano



1991

Viene costituita **Unigrana spa** per la vendita all'ingrosso di Parmigiano Reggiano e burro in pani



1995

Nasce il **Consorzio Granterre**, che riunisce l'intera filiera lattiero-casearia del Parmigiano Reggiano



2004

Acquisizione di **Parmareggio**, azienda fortemente orientata all'innovazione e specializzata nella lavorazione del PR



2008

Acquisizione di **Parmissimo**, prestigiosa società operante nel mercato dei grattugiati



2019

Dall'aggregazione di **Grandi Salumifici Italiani** e **Parmareggio** nasce il Gruppo **Bonterre**

BONTERRE
Salumifici, Caseifici e Allevamenti

2021

Ingresso di **Agriform** nel Gruppo, attraverso l'integrazione con Parmareggio. Consolidamento della joint venture cooperativa **Unibon/Granterre**



2022

Parmareggio ha assunto la denominazione **Caseifici GranTerre**

2023



Grandi Salumifici Italiani ha assunto la denominazione **Salumifici GranTerre**. **Bonterre** ha assunto la denominazione **GranTerre**

Il nuovo company name: nasce GranTerre S.p.A.

Il Gruppo ha intrapreso nel 2021 un percorso di ridefinizione dell'identità corporate e di brand che ha portato gradualmente al cambio di denominazione verso GranTerre nel 2023. La scelta di valorizzare il nome GranTerre nasce dal fatto che esprime, per storia ed etimologia, un ricchissimo patrimonio di persone e di esperienze, di qualità, tradizioni e capacità di innovazione, di legami coi territori e le comunità.

GranTerre nasce per essere un vero e proprio company brand, ricco di valori, con l'obiettivo di diventare sinonimo di eccellenze gastronomiche italiane, unendo professionalità, capacità industriale, solidità, unicità e visione del futuro. Vuole essere brand federatore, in grado di affiancare ed esaltare le marche più note ai consumatori, sommando la propria forza alla loro, e di affiancare e nutrire di nuovi valori anche i brand specialistici più di nicchia, per far sì che siano conosciuti ed apprezzati da un pubblico sempre più ampio.

IL NUOVO MANIFESTO DEL GRUPPO

*Siamo nati dalla terra, un mosaico di terre, di origini, di mestieri e saperi tutti italiani.
Abbiamo costruito relazioni, dando voce alle persone, conquistando i loro cuori e palati.
Siamo nati per unire le migliori realtà delle eccellenze di salumi e formaggi,
espressione di territori vocati, frutto di competenze specifiche.
Siamo la forza dell'unione, tanti soci e un credo condiviso.
Siamo le terre del fare, quelle dei nostri allevatori e produttori, del lavoro operoso,
rispettoso della terra e delle generazioni di domani.
Oggi abbiamo un grande sogno. Innovare e rinnovare, varcare i confini di nuove terre,
fare della nostra specializzazione un volano al servizio di sempre nuovi bisogni.
Non smettere mai di dialogare, per raccontare storie sempre nuove, per immaginare un futuro
più buono, sano ed integro con le persone, per le persone.
GranTerre è l'Italia più grande, delle grandi bontà.*



Le attività di business del Gruppo: Caseifici GranTerre e Salumifici GranTerre



Al Gruppo GranTerre fanno capo Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre, aziende presenti sul mercato nazionale ed internazionale con marchi propri e come fornitori di prodotti private label.

Salumifici GranTerre è nata nel 2001 dalla partnership tra Unibon e Senfter, ed unisce l'esperienza produttiva nella lavorazione e produzione dei salumi, valorizzando le risorse ed i prodotti identificativi dei territori d'origine, Emilia-Romagna, Alto Adige, Toscana, Friuli. Diventata azienda di riferimento nel mondo dei salumi italiani, ad oggi si contraddistingue anche per la vasta offerta di secondi piatti pronti freschi ed è riconosciuta tra i maggiori player internazionali nel settore della salumeria di qualità.

Caseifici GranTerre è la più grande azienda italiana nel mondo dei formaggi DOP, che unisce due realtà - una emiliana e l'altra veneta - leader rispettivamente nel Parmigiano Reggiano DOP e nel Grana Padano DOP. Con il controllo completo della filiera delle due DOP, quattro stabilimenti produttivi e una gamma di prodotti presenti nella totalità della distribuzione moderna, è un riferimento per il consumatore nel mercato dei formaggi stagionati.

Sebbene il Gruppo sia di recente costituzione, le società che lo costituiscono si sono contraddistinte sul mercato delle eccellenze gastronomiche italiane nel corso degli anni, diventando punto di riferimento sia per i consumatori italiani sia per quelli esteri. Durante il primo anno di attività (2020), il Gruppo ha fatturato 1,077 miliardi di euro, arrivando a 1,304 miliardi di euro nel 2021 e a 1,466 miliardi di euro nel 2022 affermandosi tra i più importanti operatori dell'agroalimentare italiano.

Nello specifico, il fatturato relativo alla famiglia dei salumi rappresenta il 50,4% circa del fatturato del Gruppo (738,2 milioni di euro), mentre quello relativo alla famiglia dei formaggi (intendendo inclusi in tale categoria anche il burro e il siero) è circa il 48,3% del fatturato totale, pari a 707,7 milioni di euro. Gli altri ricavi rappresentano l'1,3% del fatturato totale, e sono relativi a vendite non caratteristiche che ammontano a circa 19,7 milioni.

All'interno della famiglia dei salumi, il segmento principale è rappresentato dal "libero servizio" (principalmente affettati), con ricavi di vendita pari a circa 404,6 milioni di euro e un'incidenza del 54,8% sul fatturato della famiglia salumi e del 27,6% sul fatturato del Gruppo. A seguire gli "stagionati" con un fatturato di circa 170,9 milioni di euro e un'incidenza del 11,7% sul totale del fatturato del Gruppo e i "cotti" con un fatturato di circa 152,6 milioni di euro e un'incidenza del 10,4% sul totale del fatturato del Gruppo.

All'interno della famiglia dei prodotti caseari, le vendite caratteristiche di formaggi si attestano a circa 603,3 milioni di euro, con un'incidenza dell'85,3% sul fatturato dei prodotti caseari e del 41,2% sul fatturato del Gruppo, di cui circa 476,3 milioni di euro relativi ai "confezionati" e circa 127 milioni di euro pari a "forme intere e blocchi". I ricavi di vendita del burro sono pari a circa 76,9 milioni di euro, mentre quelli del siero sono pari a circa 27,5 milioni.

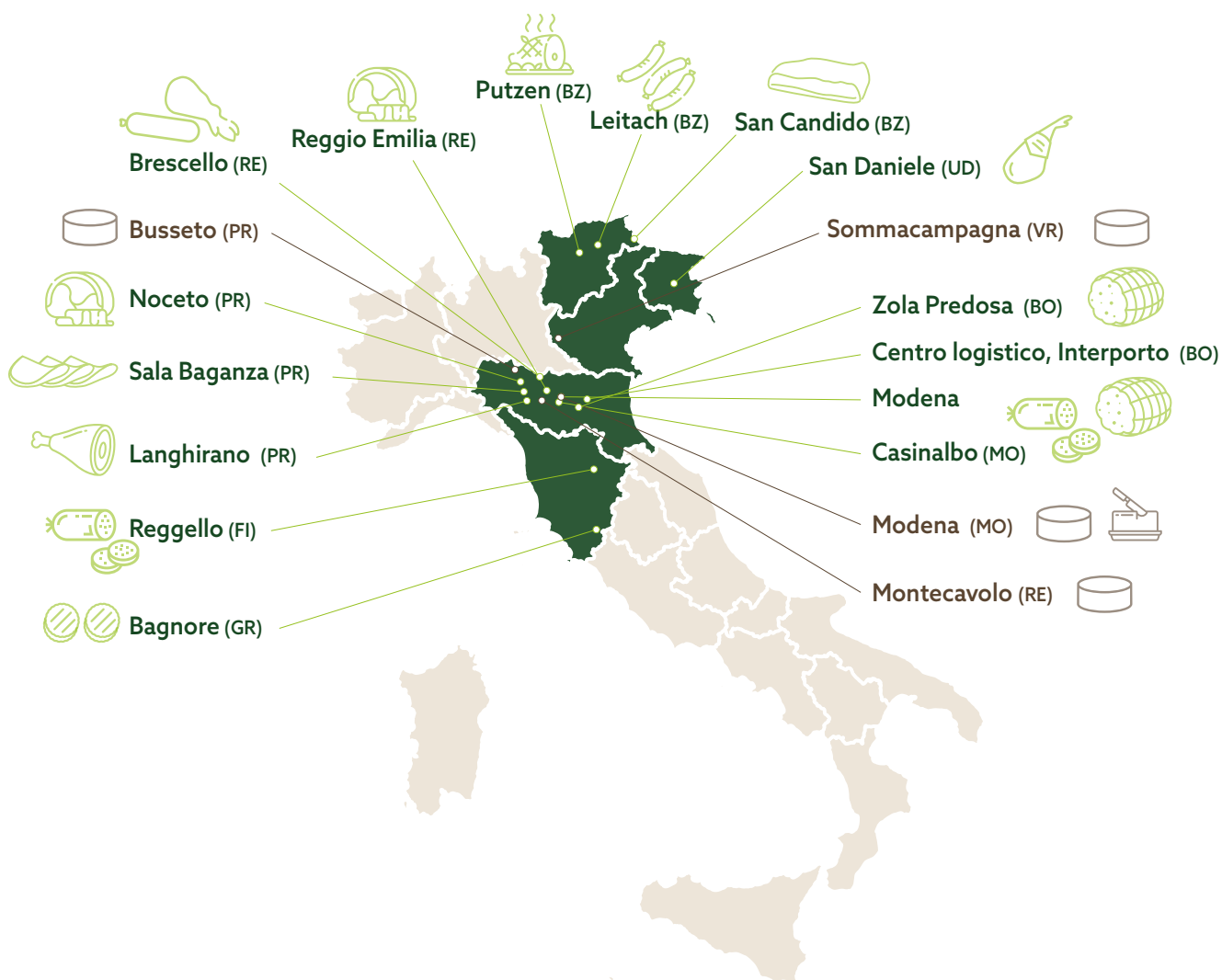
GranTerre mantiene il presidio dei principali mercati esteri tramite le sue quattro filiali commerciali e distributrici dei prodotti del Gruppo, situate in Germania (Senfter Casa Modena GmbH), Francia (GSI France), Austria (GSI Services GmbH) e Stati Uniti (BCA New York). Nel 2022 la quota di fatturato all'estero è stata pari a 405,3 milioni di euro, pari al 27,7% sul totale delle vendite (365 milioni nel 2021, 28% sul totale). Nelle relazioni commerciali con i clienti GDO, normale trade e della ristorazione, GranTerre si avvale di una consolidata rete commerciale di agenti, mentre i servizi logistici sono affidati a partner che garantiscono il massimo rispetto della qualità dei prodotti e un alto livello di servizio. Altri partner

commerciali rilevanti per GranTerre sono i fornitori di servizi conto lavoro, anch'essi rispondenti ad i più alti standard di qualità.

Il Gruppo GranTerre opera secondo i principi di affidabilità, credibilità e reputazione anche nella gestione dell'attività fiscale, in linea con i valori definiti all'interno del Codice Etico di Gruppo. Il pagamento delle imposte contribuisce al raggiungimento degli obiettivi di uno sviluppo economico e sociale sostenibile, per tale motivo il Gruppo pone attenzione al rispetto delle normative fiscali agendo con correttezza e responsabilità nelle giurisdizioni in cui è presente per assicurare il pagamento delle imposte dovute. Le informazioni relative alla rendicontazione fiscale del Gruppo si riferiscono alla reportistica per Paese, ovvero alla rendicontazione di dati finanziari, economici e correlati alle imposte di ciascuna giurisdizione fiscale in cui opera GranTerre. Il Gruppo, oltre che in Italia, opera in altri 4 Paesi, caratterizzati da una propria legislazione fiscale e tributaria e nel 2021, ha pagato imposte sul reddito aziendale per un totale di 15,35 milioni di euro².

I NUMERI

1,466 miliardi di euro di fatturato
di cui **738** milioni nei salumi
e **707** milioni nei formaggi, burro e siero



² Il Gruppo ha iniziato a raccogliere il dato a partire dall'anno 2021 e nel Bilancio di Sostenibilità 2022 viene riportato il solo dato relativo a tale anno poiché il dato per il 2022 non è ancora disponibile al momento della pubblicazione del documento.

I principali marchi del Gruppo GranTerre: una storia di valore e un futuro da scrivere



GranTerre è company brand, brand di prodotto e firma garante in grado di affiancare ed esaltare le marche più note ai consumatori, sommando la propria forza alla loro

Parmareggio

Marchio Leader di mercato del **Parmigiano Reggiano** (pezzi, bocconcini e grattugiati) e del **burro**. Grazie all'innovazione continua, Parmareggio è capace di crescere sui mercati in coerenza ai nuovi trend di consumo e ad un'efficace comunicazione sui valori della marca.

**AGRIFORM**

Agriform produce, stagiona, confeziona e commercializza **Grana Padano e formaggi tipici prevalentemente del territorio veneto** con una gamma completa a denominazione d'origine: **Asiago, Piave, Montasio e altre specialità regionali**.

TRADIZIONE

Brand con alle spalle una storia importante, a volte secolare. Espressione sincera dei sapori e dei saperi della tradizione agroalimentare italiana.

TERRITORIALITÀ

Emiliano-romagnola, veneta, altoatesina, toscana, friulana. Diverse sfaccettature dell'Italia. Tutte riflesso di uno specifico *genius loci*, sinonimo di specializzazione e guida del proprio operato.

RELAZIONE

Brand che hanno saputo ascoltare e dialogare, conquistare la fiducia e l'apprezzamento dei propri pubblici.



È il Brand, veicolo di qualità ed affidabilità nel tempo, **simbolo della cultura gastronomica** del territorio a cui si unisce uno spirito di innovazione. Trasversale a tutte le categorie del Libero Servizio, esprime l'unicità dei prodotti realizzati dai Maestri nei **Salumi**.



Da oltre 150 anni esprime tutto il saper fare ed il saper vivere della sua terra d'origine, l'Alto Adige. La cura nella produzione si traduce in una leadership incontrastata nel banco taglio **speck** e si estende al Libero Servizio con **affettati, wurstel e precotti**.



Un marchio bolognese storico e prestigioso che, attraverso le sue ricette fortemente legate alla tradizione con tagli scelti e di alta qualità, ha reso la propria **mortadella** un prestigioso riferimento di mercato.

SAPER FARE

Arti antiche tramandate da generazioni. La lavorazione del latte e dei salumi raccontano la storia rurale dell'Italia, la maestria artigianale di un tempo. È un sapere "mobile" che attinge dal passato e si rinnova nel presente.

INNOVAZIONE

Un DNA improntato alla scoperta del nuovo, alla sperimentazione, alla capacità di trasformare bisogni e desideri in prodotti sempre nuovi e differenziati.

SPECIALIZZAZIONE

Non un insieme generico di eccellenze gastronomiche locali, ma un'unione di brand specialistici con alle spalle una solida cultura territoriale e un'esperienza produttiva tramandata da generazioni.

I nostri Valori

Lo sviluppo del Gruppo è mosso dalla volontà dei Soci di raggiungere gli scopi aziendali, nella consapevolezza della responsabilità che l'attività d'impresa ha nei confronti della società nel suo complesso, dei lavoratori, dei consumatori, dei territori di insediamento e dell'ambiente. GranTerre è frutto di un ambizioso progetto del movimento cooperativo, in cui vengono messi a valore una storia importante di filiera cooperativa, il saper fare industriale e ambiziosi obiettivi di sviluppo e innovazione. Proprio grazie alle sue radici, nelle attività del Gruppo e nelle relazioni con tutti gli stakeholder è evidente il riferimento ai valori della cooperazione, e il percorso di integrazione strategica della sostenibilità che il Gruppo ha intrapreso si fonda chiaramente su questa base valoriale, con l'obiettivo di rendere ancora maggiore l'impatto generato. GranTerre promuove e condivide con tutti i suoi collaboratori l'attenzione per la tutela della salute e della sicurezza delle persone nei luoghi di lavoro, la soddisfazione del consumatore e la cura della qualità del prodotto, la sostenibilità nella filiera, il radicamento sui territori e l'impegno verso le comunità, la reputazione ed il senso di appartenenza.

GRUPPO GRANTERRE: UN PROGETTO FONDATAI SUI VALORI DELLA COOPERAZIONE

"Le cooperative si fondano sui valori dell'auto-aiuto, dell'autoresponsabilità, della democrazia, dell'uguaglianza, dell'equità e solidarietà. Fedeli allo spirito dei propri padri fondatori, i soci delle cooperative credono nei valori etici dell'onestà, della trasparenza, della responsabilità sociale e dell'attenzione verso gli altri."

Dichiarazione di identità cooperativa, Alleanza Internazionale delle Cooperative, 1995

I VALORI DELLA COOPERAZIONE



• L'**auto-aiuto** allude alla convinzione che le persone possono sviluppare le proprie abilità, conoscenze e comprensione attraverso un'azione cooperativa. Questo valore presuppone che le persone abbiano la volontà e la capacità di migliorare la loro condizione attraverso un'azione congiunta, che può essere più potente dello sforzo individuale.



• La **responsabilità** indica che i soci si assumono la responsabilità delle loro cooperative e implicitamente sono responsabili verso sé stessi.



• La **democrazia** offre un sistema attraverso il quale i soci hanno il diritto di partecipare, di essere informati, di essere ascoltati e di essere coinvolti nelle decisioni.

• L'**uguaglianza** è strettamente collegata al miglior utilizzo delle risorse della società e capace di favorire la mutualità, la comprensione e la solidarietà.



• L'**equità** si riferisce alla giustizia nel modo in cui le persone vengono trattate. Nel contesto cooperativo l'allocatione delle risorse e delle opportunità promuove risultati equi basati sulla partecipazione e sul controllo democratico dei soci sulla loro cooperativa.



• La **solidarietà** nasce dal presupposto che l'unione fa la forza, che molte persone che lavorano insieme per soddisfare i propri bisogni personali (auto-aiuto) e quelli del gruppo (mutualità) possono produrre maggiori benefici per l'individuo rispetto al lavoro individuale.



I VALORI ETICI DEI SOCI



• L'**onestà** è il primo dei quattro valori etici. I soci delle cooperative promuovono relazioni oneste tra loro e con i clienti e i fornitori lungo la catena del valore.



• L'apertura è caratterizzata da un'enfasi sulla **trasparenza** e la collaborazione.

• La **responsabilità sociale** si riferisce alla responsabilità della cooperativa di contribuire al benessere della società e dell'ambiente riducendo gli impatti negativi su di essi.



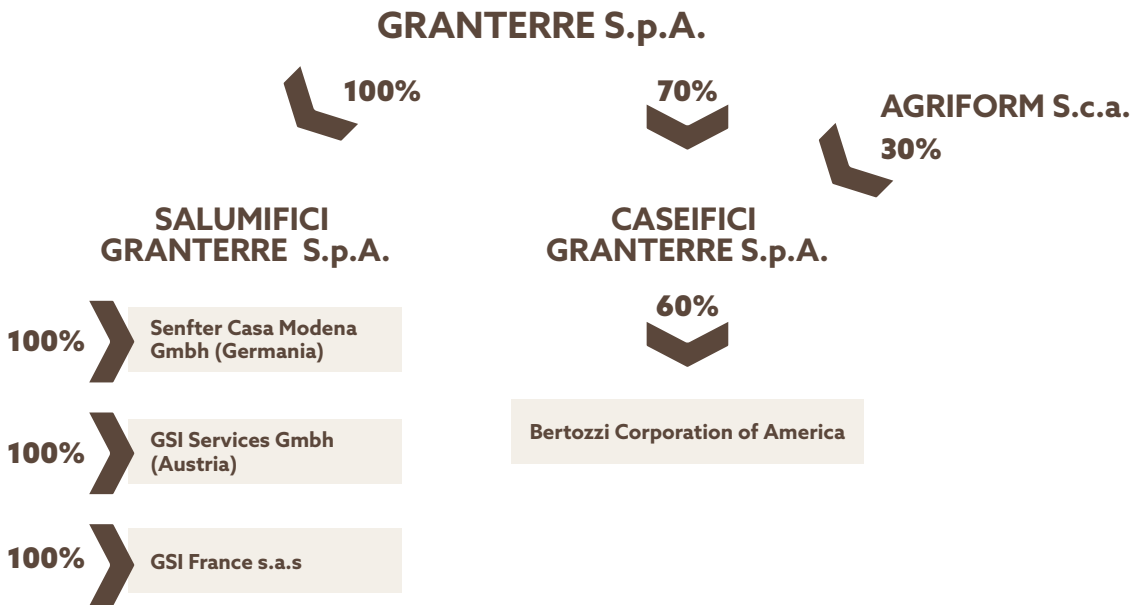
• La **cura degli altri** riflette la tolleranza dei cooperatori verso gli altri e la preoccupazione per la loro comunità.



1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business

La struttura del Gruppo e il modello di corporate governance

GranTerre è la capogruppo e detiene il 100% di Salumifici GranTerre e il 70% di Caseifici GranTerre.³



Consiglio di Amministrazione in carica	
Nome e Cognome	Incarico
Milo Pacchioni	Presidente
Ivano Chezzi	Vicepresidente
Giuliano Carletti	Amministratore Delegato
Marco Bulgarelli	Consigliere
Enrico Manni	Consigliere
Kristian Minelli	Consigliere
Carlo Zini	Consigliere
Massimo Scacchetti	Consigliere
Dora Iacobelli	Consigliere
Andrea Silingardi	Consigliere
Andrea Benini	Consigliere Delegato
Ettore Rocchi	Consigliere Delegato

³ La società italiana RE-NEW Holding S.r.l. e le sue controllate sono state escluse dal perimetro del Bilancio di Sostenibilità, poiché si tratta di società costituite per coordinare operazioni finanziarie di Gruppo, non rilevanti dal punto di vista degli indici di sostenibilità.

L'attività di direzione del Gruppo si declina attraverso il sistema tradizionale di amministrazione e controllo e, pertanto, periodicamente vengono convocati e riuniti il Consiglio di Amministrazione, l'Assemblea dei Soci e il Collegio Sindacale. Nominato nel mese di Maggio 2021 e in carica per tre anni, il Consiglio di Amministrazione di Gruppo GranTerre è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società. Composto in totale da 12 membri, il Consiglio ha una componente maschile preponderante (11 uomini, 1 donna). Il 25% dei componenti risulta appartenere alla fascia d'età tra i 30 ed i 50 anni, mentre la restante parte supera i 50 anni. La composizione del Consiglio di Amministrazione non solo riflette la compagine societaria ma accoglie competenze e professionalità specifiche nell'ambito delle dinamiche del settore agroalimentare, della relazione con territori e comunità, della sostenibilità, delle pari opportunità, della finanza e delle assicurazioni, della formazione, della comunicazione e dell'area legale. È stata assegnata una specifica delega alla sostenibilità in seno al Consiglio, con l'obiettivo di dare solidità e valore strategico al percorso di sostenibilità del Gruppo. Nel rispetto dei massimi criteri di trasparenza, annualmente i membri del Consiglio di Amministrazione comunicano all'azienda gli incarichi ricoperti, ed il MOG 231 prevede obbligo di adeguata e tempestiva informazione da parte degli amministratori in merito ad eventuali situazioni di interesse, per conto proprio o di terzi, in operazioni della Società. L'Assemblea dei Soci è competente a deliberare, in sede ordinaria e straordinaria, sulle materie alla stessa riservate dalla Legge e dallo Statuto. Il Collegio sindacale nominato dalla società è composto da tre membri effettivi.

Il sistema di controllo interno e la gestione dei rischi

GranTerre e le Società del Gruppo puntano a soddisfare i consumatori con prodotti innovativi, intercettando la domanda, perennemente mutevole, di un mercato altamente competitivo, svolgendo il proprio business con integrità, trasparenza e legalità, nel rispetto della normativa vigente. Il Gruppo e le aziende che ne fanno parte condannano lo svolgimento di attività che non siano improntate ad assoluta trasparenza o che possano essere assimilate ad atti di corruzione o indebita interferenza negli affari, e adottano pratiche gestionali volte a contrastare la corruzione, attiva o passiva, o comportamenti collusivi di qualsiasi natura e forma nell'ambito dei rapporti con i propri stakeholder. Sono inoltre predisposti adeguati assetti organizzativi per la prevenzione delle situazioni di crisi. Il consigliere delegato alla sostenibilità ha anche la delega ad internal auditing e questo favorisce un confronto costante tra le due funzioni.

Internal Auditing

Nel 2021 è stata avviata la Funzione Internal Audit di Gruppo, con la finalità di verificare che i processi di gestione del rischio, di controllo e di governance di GranTerre, così come designati ed implementati dal management, siano adeguati e attuati in modo appropriato, verificando in particolare:

- il raggiungimento dei risultati attesi attraverso l'attuazione dei processi di controllo e governance;
- l'efficacia del processo di identificazione, valutazione, gestione e controllo dei rischi;
- il rispetto delle policy, delle procedure e degli altri regolamenti aziendali nello svolgimento dei processi e delle attività aziendali;
- l'adeguata informazione e formazione al personale che svolge o presidia i processi aziendali circa la normativa applicabile, e lo svolgimento di adeguati controlli che ne garantiscano la conformità.

Nel corso del 2022 la funzione Internal Audit ha svolto un Risk Assessment finalizzato all'impostazione del Piano di audit e un Risk Assessment ex D. Lgs 231/01, utilizzato come riferimento per l'aggiornamento dei Modelli di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 delle Società del Gruppo. Il progetto è stato svolto garantendo un approccio metodologico orientato all'integrazione delle attività di Risk Assessment, definizione dei Piani di Audit e la futura esecuzione degli Audit con riferimento alla Gestione dei rischi normativi e dei rischi strategici, reputazionali, di sostenibilità, operativi, finanziari e di reporting.

A partire dal secondo semestre 2022, sono state implementate le attività di controllo previste dal piano di audit, sfruttando al meglio le sinergie che nascono dall'approccio integrato tra le proprie attività di controllo di Internal audit e quelle dell'Organismo di Vigilanza.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/01

Al fine di assicurare una governance trasparente, il Gruppo si è dotato, per entrambe le sue società (Casseifici GranTerre e Salumifici GranTerre) del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG), ex D.Lgs. 231/01. Tale modello supporta l'azienda nell'individuare le procedure operative da implementare allo scopo di prevenire l'accadimento di illeciti e reati. L'adozione del MOG è una scelta di responsabilità volontaria del Gruppo, che sottolinea la determinazione ad operare eticamente, contemplando presidi di controllo relativamente a reati ambientali e sociali, tra cui il mancato rispetto dei diritti umani e lo svolgimento di atti di corruzione attiva e passiva. Inoltre, il Modello previene i conflitti di interesse interni all'azienda, attraverso l'obbligo di adeguata e tempestiva informazione da parte degli amministratori in merito ad eventuali situazioni di interesse, per conto proprio o di terzi, in operazioni della Società. Per mantenere aggiornato il Modello, viene periodicamente svolta la valutazione dei rischi, propedeutica all'implementazione di adeguate misure di mitigazione degli stessi. Inoltre, è presente per ogni società del Gruppo un Organo di Vigilanza che, nominato dal Consiglio di Amministrazione, sovrintende la corretta applicazione del MOG ex D.Lgs. 231/01. Ogni comportamento contrario a quanto prescritto dal Modello può essere segnalato all'indirizzo di posta elettronica organismodivigilanza@granterre.it. Per garantire la totale riservatezza, evitare qualsiasi forma di ritorsione e contribuire alla piena applicazione della Legge n. 179/2017 (cosiddetta, Whistleblowing), sono disponibili nel Codice Etico i riferimenti dei membri dell'Organismo di Vigilanza.

Nel 2022 tutto il personale impiegato negli uffici è stato coinvolto in un percorso di formazione dedicato al Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001. La formazione ha permesso di approfondire la ratio dell'adozione del MOG ex D.Lgs 231/01 e il perché della sua centralità nello sviluppo della sostenibilità aziendale, con un focus particolare su esempi concreti. Nel corso della formazione sono stati approfonditi anche gli strumenti per il corretto funzionamento del Modello, con riferimento a flussi informativi e whistleblowing.

Per gli anni 2021 e 2022 non sono stati riscontrati casi di corruzione né discriminazione e non si sono verificate non conformità con leggi e normative in materia ambientale e socio-economica.

Rating di legalità: per le aziende del Gruppo GranTerre il punteggio massimo

Il rating di legalità è un indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità, attribuito dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) alle aziende che ne fanno richiesta, rinnovabile ogni due anni. È stato introdotto nel 2012, ed è finalizzato alla promozione e all'introduzione di principi di comportamento etico in ambito aziendale, tramite l'assegnazione di un "riconoscimento" - da una a tre stelle - indicativo del rispetto della legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta e, più in generale, del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business. All'attribuzione del rating l'ordinamento ricollega vantaggi in sede di concessione di finanziamenti pubblici e agevolazioni per l'accesso al credito bancario. Entrambe le Società del Gruppo hanno ottenuto il punteggio massimo dal rating di legalità dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.





Il Codice Etico

A supporto e integrazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001, il Gruppo ha redatto un Codice Etico, al fine di assicurare una governance trasparente. Il Codice Etico, sottoposto ad aggiornamento nel 2022, consiste nella carta dei valori e dei principi che guidano ogni giorno il Gruppo nella sua attività di "fare impresa". Elementi fondamentali esplicitati nel documento sono la mission, i valori aziendali e i criteri di condotta, sia specifici che generali. Attraverso il Codice Etico il Gruppo si propone come attore propositivo e all'avanguardia del settore per quanto concerne l'impiego di nuove tecnologie utili a ridurre l'impatto ambientale proveniente dalle proprie attività. Questo avviene attraverso strutturati modelli di gestione per il monitoraggio e tramite l'ottenimento di certificazioni ambientali. Inoltre, il Gruppo non può prescindere dall'operare nel pieno rispetto dei diritti legati alla dignità della vita umana. Il Codice Etico è l'architrave su cui poggia il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, ma la sua portata è più ampia e mira a garantire che tutte le attività siano sviluppate nel pieno rispetto degli aspetti ambientali e socio-economici.

Il Gruppo conduce le proprie attività di business, nel massimo rispetto della legge e del suo Codice Etico. Inoltre, il Gruppo non si fa rappresentare, nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, da un consulente o da un soggetto terzo quando si possono creare conflitti di interesse.

Il modello 231 ed Il Codice Etico sono sottoposti ad approvazione del CdA e disponibili per consultazione nel sito internet del Gruppo.

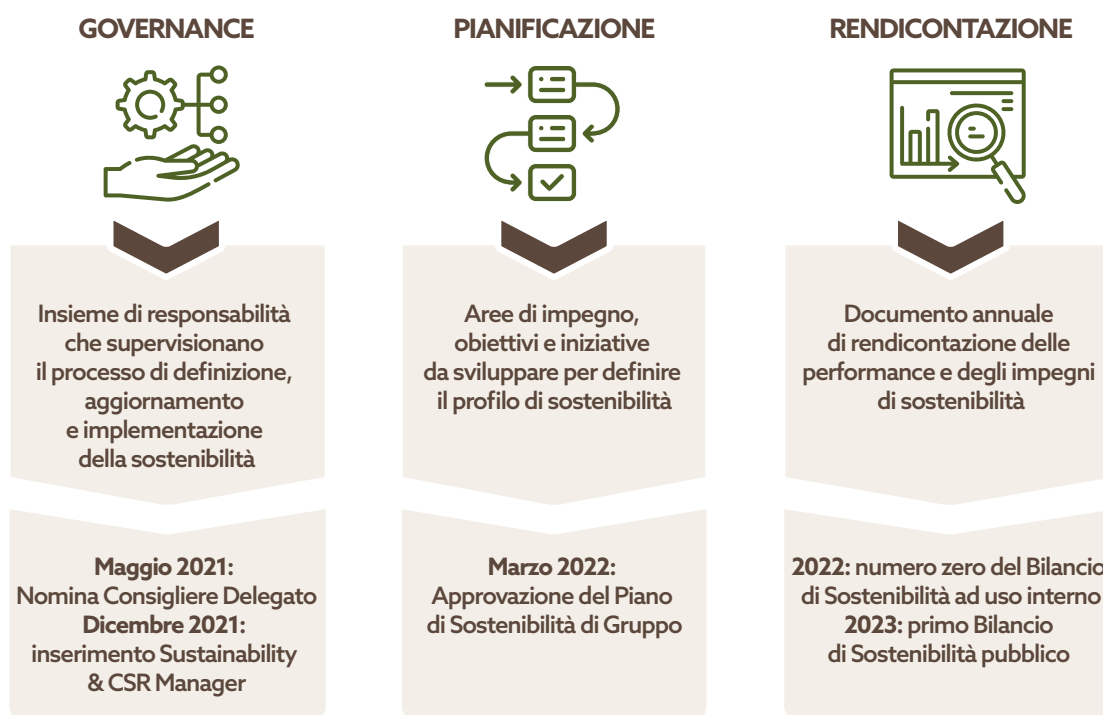


Scarica il Codice Etico

1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile

GranTerre ha intrapreso un percorso di integrazione strategica della sostenibilità nella gestione aziendale fondato su una solida governance, la definizione di obiettivi e indicatori monitorabili, e l'impegno a rendicontare agli stakeholder gli impegni e i risultati nel tempo.

La struttura e le tappe del percorso di sostenibilità di GranTerre



Nel 2021, con l'elezione del nuovo Consiglio di Amministrazione e la nomina di un Consigliere delegato alla sostenibilità, GranTerre ha intrapreso un percorso di integrazione strategica della sostenibilità nella gestione aziendale.

A Settembre 2021 il percorso di sostenibilità ha preso formalmente avvio con una induction al CdA, per un allineamento delle conoscenze e la definizione di obiettivi e tempi condivisi.

A Dicembre 2021 è stata nominata la figura del Sustainability & CSR Manager, con l'obiettivo di avere in azienda specifiche competenze manageriali utili a definire e governare il percorso di sostenibilità intrapreso. Dal 2022 la CSR & Sustainability manager partecipa alla direzione aziendale e ai product development meeting.

A Marzo 2022 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Piano di Sostenibilità di Gruppo. Il Piano di Sostenibilità è integrato nel Piano industriale con l'obiettivo coniugare crescita aziendale, solidità finanziaria e sostenibilità, generando valore nel lungo periodo.

Nel 2022 GranTerre ha redatto un numero zero del Bilancio di Sostenibilità relativo al 2021, non reso pubblico, ma condiviso internamente in ottica di formazione e sensibilizzazione verso la rilevanza del percorso intrapreso.

L'avanzamento del Piano di Sostenibilità viene monitorato all'interno del processo di monitoraggio del Piano Industriale e il CdA viene periodicamente informato dal Consigliere Delegato sugli sviluppi delle diverse progettualità.

Il Piano di Sostenibilità del Gruppo GranTerre

La struttura e il percorso di definizione degli obiettivi

Il Piano di Sostenibilità di GranTerre si struttura in sei pilastri, identificando 20 ambiti di impegno, 33 obiettivi e relativi KPI di monitoraggio e 92 iniziative da implementare per il loro raggiungimento. Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 ONU e i principi e valori cooperativi costituiscono il framework di riferimento per lo sviluppo del piano e di tutto percorso di sostenibilità del Gruppo, unitamente al quadro europeo e internazionale di riferimento per le politiche sul clima (in particolare Accordi di Parigi ed EU Green Deal).

Il Piano è stato sviluppato sulla base di una analisi approfondita del contesto esterno - con riferimento particolare a normative, megatrend e trend di settore - cui è seguito un confronto diretto e proattivo con tutte le direzioni aziendali per definire le priorità rispetto allo specifico contesto aziendale e garantire fin dall'inizio un reale coinvolgimento interno a tutti i livelli, sia in ottica progettuale che di sensibilizzazione verso l'importanza del percorso. A supporto è stato organizzato nel mese di ottobre 2022 un incontro di formazione e informazione dedicato al Piano di Sostenibilità e al numero zero del bilancio di Sostenibilità, al quale hanno partecipato - oltre a quadri e dirigenti - anche i membri del Consiglio di Amministrazione.

Il Piano è stato inoltre sottoposto ad approvazione del CdA ed è disponibile per consultazione nel sito internet del Gruppo.



Guarda la sezione Sostenibilità del sito GranTerre

Il contributo di GranTerre
all'AGENDA 2030 ONU

6 pilastri



Valorizzazione
delle nostre
persone



Eccellenza e qualità
dei nostri **prodotti**



Approvvigionamento
responsabile e valorizzazione
della **filiera** lattiero-casearia



Impatto positivo
sui **territori**
e sulle **comunità**



Tutela dell'**ambiente**
e delle sue risorse



Governance
di sostenibilità

20
ambiti

33
obiettivi

92
iniziative

Il processo di implementazione e il monitoraggio dell'avanzamento

Per ciascun obiettivo ed iniziativa del Piano di Sostenibilità è stato definito un livello di priorità sulla base di specifici criteri discussi con le diverse Direzioni aziendali. Il processo di implementazione è stato definito e avviato di conseguenza attraverso l'attivazione di specifici gruppi di lavoro con il coinvolgimento dei referenti delle Direzioni aziendali sulle diverse progettualità.

Il presidio dell'avanzamento del Piano di Sostenibilità è previsto all'interno del processo di monitoraggio del Piano Industriale di Gruppo, di cui la sostenibilità è uno dei pilastri.

PILASTRO DI PIANO	OBIETTIVO GENERALE	INIZIATIVA PRIORITARIA	AVANZAMENTO 2022	ATTIVITÀ 2023	Per approfondire
VALORIZZAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE	Ridurre gli infortuni e garantire le migliori condizioni di lavoro	PROGETTO INFORTUNI ZERO	Realizzazione analisi preliminare	Definizione progetto e avvio progetto pilota	Capitolo 2
	Incrementare l'offerta formativa per i dipendenti	ACCADEMIA GRANTERRE	Inserimento in organico di un Responsabile formazione & sviluppo di Gruppo Definizione del progetto "I Germogli del nostro futuro"	Avvio progetto "I Germogli del nostro futuro" Definizione e sviluppo del piano di formazione di Gruppo nell'ambito delle attività dell'Accademia GranTerre	
	Sviluppare una strategia per valorizzare la diversità e garantire un ambiente di lavoro inclusivo	ANALISI DIVERSITY & INCLUSION	Definizione del percorso di analisi	Realizzazione analisi diversity & inclusion	
ECCELLENZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI	Migliorare le ricette dei nostri prodotti di eccellenza rispondendo ai bisogni dei consumatori	R&S SUI PRODOTTI	Oltre 1300 campionature per nuove ricette e nuovi prodotti Sviluppo nuovi progetti per lancio nel 2023 e 2024	Monitoraggio campionature Lancio nuovi prodotti	Capitolo 3
APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA LATTIERO-CASEARIA	Aumentare il presidio e il monitoraggio continuo della sostenibilità nelle pratiche di approvvigionamento lungo la catena di fornitura	QUALIFICA ESG DEI FORNITORI	Analisi preliminare e definizione del progetto	Qualifica ESG di un campione di 100 fornitori strategici	Capitolo 4
	Avviare collaborazioni con i partner strategici all'interno della filiera lattiero-casearia	MANIFESTO DI FILIERA	Costituzione di un tavolo di filiera dedicato alla sostenibilità Analisi dello stato dell'arte della sostenibilità nella filiera	Definizione di specifici obiettivi di sostenibilità di filiera condivisi	

PILASTRO DI PIANO	OBIETTIVO GENERALE	INIZIATIVA PRIORITARIA	AVANZAMENTO 2022	ATTIVITÀ 2023	Per approfondire
IMPATTO POSITIVO SUI TERRITORI E LE COMUNITÀ	Coinvolgere le comunità locali e apportare un contributo positivo ai territori attraverso una strategia strutturata	MODELLO DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA DI GRUPPO	Definizione della Procedura di RSI di Gruppo	Implementazione della procedura, anche con progettualità dedicate sui territori	Capitolo 5
		ANALISI DEGLI IMPATTI SOCIALI ED ECONOMICI SUI TERRITORI E LE COMUNITÀ	Analisi preliminare sul modello di analisi di riferimento	Analisi degli impatti generati con donazioni di prodotto ad onlus	
TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE SUE RISORSE	Riduzione degli impatti ambientali	MONITORAGGIO COMPLETO EMISSIONI SCOPE 1-2-3 E DEFINIZIONE DELLA STRATEGIA CLIMATICA GRANTERRE	Definizione del progetto e degli obiettivi specifici	Monitoraggio completo delle emissioni scope 1-2-3 e definizione della strategia climatica di Gruppo	Capitolo 6
		R&S SU NUOVI PACKAGING CON MINORE IMPATTO AMBIENTALE	Inserimento di specifici criteri di sostenibilità nella procedura di Gruppo per lo sviluppo di nuovi packaging	Sviluppo del percorso di miglioramento in termini di sostenibilità dei packaging (in particolare: riduzione spessori e quota di materiali riciclati e riciclabili)	
	Adottare soluzioni alternative per un packaging sostenibile che preservi la salubrità dei prodotti	ANALISI LIFE CYCLE ASSESSMENT (LCA) COMPARATIVA DI DIVERSE SOLUZIONI DI PACKAGING	Realizzazione dell'analisi LCA comparativa su tre tipologie di packaging	Utilizzo dei risultati dell'analisi LCA nel processo di sviluppo di nuovi packaging	
GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ	Comunicare ai propri stakeholder i risultati e gli impegni di sostenibilità del Gruppo	BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	Numero zero del Bilancio di Sostenibilità, ad uso interno	Pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità	Capitolo 1
		COMUNICAZIONE ESTERNA SULLA SOSTENIBILITÀ	Presentazione dell'avvio del percorso di sostenibilità agli stakeholder con iniziative mirate di comunicazione	Pubblicazione della sezione "sostenibilità" sul nuovo sito internet GranTerre Attività di diffusione mirate del Bilancio di Sostenibilità	
	Promuovere e consolidare le buone pratiche interne	COMUNICAZIONE INTERNA	Analisi dello stato dell'arte	Definizione del progetto di comunicazione interna dedicato alla sostenibilità	Capitolo 2

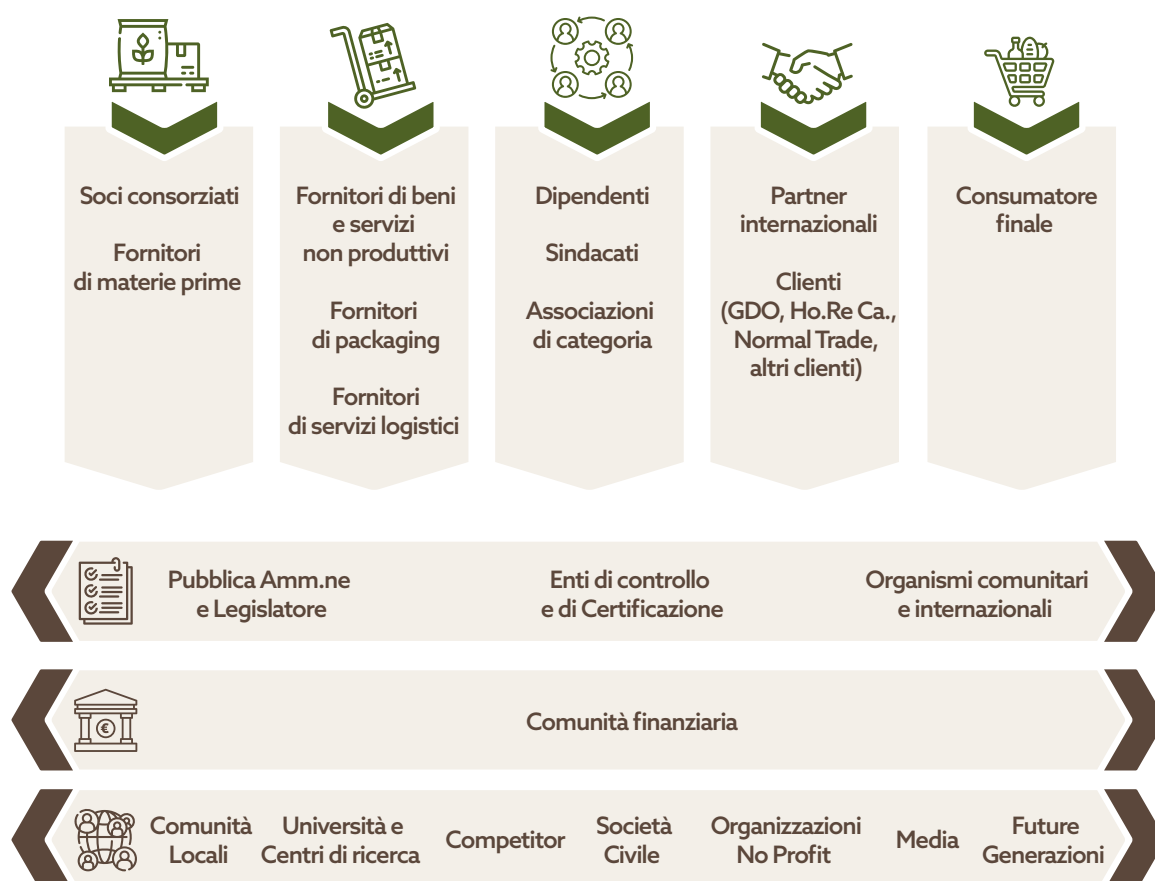
1.4 Gli Stakeholder

GranTerre crede in una gestione aziendale orientata al bilanciamento degli interessi legittimi dei propri stakeholder e della collettività in cui opera. Il Gruppo interagisce con una vasta pluralità di interlocutori considerandone i bisogni e le aspettative, sia nella formulazione delle proprie strategie sia nello svolgimento delle attività, ponendo grande attenzione alle istanze che gli vengono segnalate e alle necessità dei territori in cui è presente.

GranTerre ha realizzato una mappatura dei suoi principali stakeholder, analizzando l'intera catena del valore sulla base dei criteri di influenza e dipendenza dal Gruppo. La mappatura degli stakeholder - tappa iniziale del percorso di sostenibilità - è stata effettuata attraverso lo studio approfondito delle tendenze di settore e della catena del valore del Gruppo, con il coinvolgimento dell'Alta Direzione e del Consiglio di Amministrazione. L'operazione di mappatura è stata infine sottoposta ad un processo di validazione interna da parte del management aziendale.

Il lavoro di mappatura effettuato si pone in ottica di valorizzazione di tutti i cluster di interlocutori interni ed esterni al fine di poter intercettare ed elaborare le loro istanze e i fabbisogni informativi sull'operato del Gruppo.

Gli stakeholder e la catena del valore di GranTerre



1.5 I temi materiali

L'analisi di materialità è il processo utilizzato dal Gruppo GranTerre per individuare le informazioni da riportare all'interno del Bilancio di Sostenibilità, al fine di rendere chiara la rilevanza che hanno gli impatti generati dalle attività e dalle relazioni commerciali del Gruppo.

Secondo il GRI Standards la definizione dei temi materiali è strettamente correlata all'identificazione degli impatti che il Gruppo ha o può avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi gli impatti sui diritti umani.

Per l'identificazione e la prioritizzazione degli impatti il Gruppo ha considerato e analizzato tutte le fasi della sua catena del valore e ha strutturato il processo secondo quattro diverse fasi:

1) Comprensione del contesto in cui opera il Gruppo

In questa fase sono state svolte le analisi di seguito elencate:

- a) Analisi degli standard di settore: revisione dei principali documenti di sostenibilità pubblicati dalle organizzazioni internazionali o da organizzazioni di settore in materia di sostenibilità;
- b) Analisi di benchmark: confronto della documentazione pubblica disponibile di aziende comparabili (Bilanci di Sostenibilità e siti internet);
- c) Analisi dei media: studio degli articoli disponibili al pubblico relativi a settori rilevanti per la sostenibilità al fine di identificare l'impatto dell'opinione pubblica e dei media.

Inoltre, al fine di avere una maggiore comprensione del contesto in cui opera il Gruppo, sono state attivate forme di ascolto e dialogo con gli stakeholder sia interni che esterni. In particolare, per quanto riguarda gli stakeholder esterni, è stato coinvolto un campione rappresentativo di clienti, rappresentanti della comunità finanziaria, sindacati, istituzioni locali, rappresentanti delle comunità locali, fornitori.

2) Identificazioni degli impatti effettivi e potenziali

In questa fase, tenendo in considerazione le analisi effettuate precedentemente, sono stati mappati gli impatti attuali, ovvero gli impatti che si stanno attualmente verificando o si sono verificati nel tempo, e gli impatti potenziali, ovvero quelli che potrebbero verificarsi in futuro.

3) Valutazione della significatività e della rilevanza degli impatti

Tutti gli impatti sono stati analizzati attraverso un processo di valutazione del grado di significatività sviluppato in linea con i criteri indicati dallo Standard GRI. Inoltre, questa fase ha permesso di considerare e valutare tutte le specificità e peculiarità di GranTerre, oltre che del settore in cui opera.

4) Prioritizzazione degli impatti più significativi per la rendicontazione

Nella quarta fase, è stata stabilita la priorità degli impatti più significativi attraverso il coinvolgimento dell'Alta Direzione, della funzione sostenibilità e del Consigliere delegato alla Sostenibilità: le competenze specifiche sui diversi temi analizzati e la conoscenza specifica delle attività del Gruppo e della sua catena del valore ha permesso di determinare gli impatti effettivamente rilevanti, e collegare tali impatti ai temi materiali presentati nel presente documento.

A fine processo, l'elenco dei temi materiali, integrato con le valutazioni di impatto, è stato esaminato e approvato dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo.

Nella tabella seguente sono riportati i risultati del processo di identificazione dei temi emersi come materiali a seguito dell'identificazione e aggregazione degli impatti rilevanti. Tali temi sono corredati da una descrizione e associati alle relative Disclosures GRI:

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE	GRI
VALORIZZAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE	Salute e Sicurezza dei lavoratori	Le attività del Gruppo sono articolate e complesse e possono esporre i lavoratori a diverse tipologie di rischi, infortuni e/o malattie professionali. Per questo il Gruppo si impegna a promuovere e diffondere pratiche e strategie volte a garantire un luogo di lavoro sicuro ed attento alla salute dei dipendenti e dei lavoratori esterni. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.4	GRI 403 - SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 403-9 Infortuni sul lavoro 403-10 Malattie professionali
	Formazione e sviluppo professionale	Per GranTerre la formazione è una leva strategica funzionale a coniugare la volontà di portare avanti tradizioni, che assicurano la qualità e la genuinità dei prodotti, e accompagnare i lavoratori nell'affrontare le sfide poste dalla continua innovazione tecnologica e dalle evoluzioni dei processi produttivi. La capacità di attrarre nuovi talenti e avviare programmi di formazione volti ad accrescere le competenze e valorizzare le attitudini personali è importante al fine di tutelare non solo il business, ma anche la salute e sicurezza dei lavoratori, la loro soddisfazione e la massima qualità dei prodotti. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.3	GRI 404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE 404-1 Ore di formazione medie annua per dipendente
	Diversità e pari opportunità	Le condizioni, la localizzazione geografica, le competenze necessarie e le tipologie di lavoro associate al settore agroalimentare nel suo complesso potrebbero costituire una barriera all'ingresso, ostacolare la mobilità, nonché la tutela della diversità tra i dipendenti. Per questo il Gruppo si impegna a valorizzare le diversità interne all'azienda promuovendo l'uguaglianza di genere e le pari opportunità. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.2	GRI 405 - DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti 405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini GRI 406 - NON DISCRIMINAZIONE 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate
	Iniziative a supporto dei dipendenti	Il Gruppo si impegna ad avere un tasso di turnover adeguato e ad attrarre nuovi talenti promuovendo la conciliazione tra vita privata e vita lavorativa, cercando di fornire ai dipendenti un ambiente di lavoro propenso all'ascolto, al confronto e al dialogo. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.1	GRI 401 - OCCUPAZIONE 401-1 Nuove assunzioni e turnover 401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE	GRI
ECCELLENZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI	Qualità, sicurezza ed eccellenza dei prodotti	Il settore agroalimentare ha grandi responsabilità in termini di sicurezza alimentare. Per questo, il Gruppo si impegna affinché la qualità e la sicurezza dei prodotti siano adeguatamente presidiate e gestite, al fine prevenire rischi per la salute e sicurezza dei consumatori. Al contempo, con le sue eccellenze contribuisce alla valorizzazione dei prodotti di qualità e del Made in Italy nel mondo. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 3.3	GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi 416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi GRI 417 - MARKETING ED ETICHETTATURA 417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi
	Innovazione di prodotto e processo	Il Gruppo si impegna da sempre sui temi legati all'innovazione di prodotto e processo per garantire i più alti standard qualitativi e rispondere alle esigenze anche nutrizionali di alcune categorie di consumatori. Inoltre, sono tenuti in considerazione i fattori in grado di diminuire i possibili impatti ambientali. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 3.1	Extra GRI
APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA LATTIERO-CASEARIA	Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura e nella filiera	L'attenzione verso pratiche di approvvigionamento responsabile e la sostenibilità nella filiera consentono la diffusione delle migliori pratiche a livello ambientale e sociale, e la creazione di valore sui territori. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 4.1	GRI 204 - PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali GRI 308 - VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali GRI 414 - VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali
IMPATTO POSITIVO SUI TERRITORI E SULLE COMUNITÀ	Supporto allo sviluppo del territorio anche attraverso la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP	Le eccellenze GranTerre sono fortemente legate ai territori. Per questo il Gruppo si impegna a promuovere attività di sviluppo dei territori e supporto alle comunità in cui è presente con i suoi stabilimenti, anche attraverso la valorizzazione delle eccellenze gastronomiche DOP e IGP. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al capitolo 5	GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICHE 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito
	Attenzione e collaborazione verso le comunità	Il Gruppo ha l'obiettivo di contribuire allo sviluppo economico e sociale dei territori in cui opera, avviando collaborazioni e attività di coinvolgimento delle comunità locali e delle sue istituzioni al fine di generare un impatto positivo. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 5.1	Extra GRI

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE	GRI
TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE SUE RISORSE	Energia ed Emissioni	La catena del valore dell'industria agroalimentare comprende varie fasi, dalla produzione delle materie prime fino ai trasporti, passando per i processi industriali. Tutte queste fasi sono caratterizzate da un importante consumo energetico, che il Gruppo intende monitorare ed efficientare con adeguati investimenti, con l'obiettivo ultimo di conciliare sviluppo del business e impatto ambientale, con particolare attenzione alle emissioni. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 6.1	GRI 302 – ENERGIA 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione 302-3 Intensità energetica GRI 305 – EMISSIONI 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) 305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) 305-4 Intensità delle emissioni di GHG
	Emissioni inquinanti	Durante i processi di produzione del Gruppo, in particolare durante i trattamenti di affumicatura e asciugatura per la produzione di salumi, si verifica il rilascio in atmosfera di emissioni inquinanti. Per questo GranTerre si impegna a monitorare e controllare tali emissioni per la salvaguardia dell'ambiente. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 6.1	GRI 305 – EMISSIONI 305-7 Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni significative
	Packaging	L'imballaggio utilizzato per gli alimenti ha un ruolo centrale in termini di qualità e impatto ambientale. I volumi, la tipologia di materiali e il fine vita, possono generare impatti ambientali negativi. Per questo motivo GranTerre si dedica ad esplorare nuove soluzioni e nuovi materiali per packaging con minore impatto ambientale, che preservino le qualità, la salubrità e la sicurezza dei prodotti. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 6.4	Extra GRI
	Riciclo e smaltimento dei rifiuti	Per il settore agroalimentare il tema dei rifiuti è particolarmente rilevante per gli impatti che genera e per le molteplici opportunità in termini di sostenibilità, legate a pratiche di recupero e circolarità. Per questo il Gruppo pone particolare attenzione alla corretta gestione dei rifiuti e si pone l'obiettivo di considerare l'innovazione nei materiali e soluzioni orientate all'economia circolare per ridurre gli impatti generati. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 6.3	GRI 306 – RIFIUTI 306-3 Rifiuti prodotti 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento 306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento
	Prelievo, consumo, scarico di acqua	Le attività di GranTerre, sia nella filiera di approvvigionamento che durante la fase di lavorazione richiedono un utilizzo della risorsa idrica, in particolare nelle attività di raffreddamento degli impianti, lavaggio e sanificazione degli ambienti. Il Gruppo si impegna a gestire consapevolmente la risorsa idrica ed esplorare soluzioni mirate a efficientare il suo impiego nei processi produttivi. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 6.2	GRI 303 – ACQUA E SCARICHI IDRICI 303-3 Prelievo idrico 303-4 Scarico di acqua 303-5 Consumo di acqua

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE	GRI
GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ	Creazione e distribuzione di valore agli stakeholder	Il Gruppo contribuisce allo sviluppo economico e sociale del territorio, favorendo l'occupazione e generando benessere per la comunità locale. La responsabilità sociale e i principi cooperativi a cui si ispira guidano il Gruppo nella partecipazione attiva sui territori, la valorizzazione delle comunità e la distribuzione di valore ai propri stakeholder. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 1.3	GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICHE GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito GRI 207 - IMPOSTE GRI 207-4 Country-by-country reporting
	Etica ed anticorruzione	Il Gruppo si impegna a svolgere il proprio business con integrità, trasparenza e legalità, nel rispetto della normativa vigente, adottando pratiche gestionali volte a contrastare casi di corruzione lungo tutta la catena del valore, nella salvaguardia della buona condotta. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 1.2	GRI 205 - ANTICORRUZIONE GRI 205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione GRI 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese
	Diritti umani e dei lavoratori	Le attività lungo la catena del valore del Gruppo sono articolate e complesse e prevedono un numero importante di fornitori ed attività. Il Gruppo si impegna ad assicurare ai propri collaboratori, sia interni che esterni, condizioni di lavoro basate sul rispetto dei diritti umani fondamentali, delle Convenzioni internazionali e delle leggi vigenti. Per maggiori informazioni si faccia riferimento ai paragrafi 1.2 e 4.1	GRI 406 - NON-DISCRIMINAZIONE 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate GRI 408- LAVORO MINORILE 408-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro minorile GRI 409- LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO 409-1 Attività e fornitori a rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio

Gruppo GranTerre: quando sostenibilità e valori cooperativi si fondono

GranTerre ha forti radici cooperative, che si riflettono nel modo di fare impresa: l'attenzione per le persone, la valorizzazione della filiera, il presidio su trasparenza e qualità, la cura per l'ambiente, il territorio e le comunità di riferimento. Nel Bilancio di Sostenibilità è possibile ritrovare i valori della cooperazione (pag. 14) declinati nelle performance, nelle attività, nelle iniziative, negli approcci adottati dal Gruppo.

La matrice di seguito evidenzia la correlazione tra i valori della cooperazione e i temi. In apertura dei diversi capitoli e paragrafi del Bilancio di Sostenibilità sono citati i valori cooperativi di riferimento, gli SDGs per i quali GranTerre genera un impatto positivo, e gli ambiti specifici di impegno del Gruppo.

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	VALORI COOPERATIVI	SDGs
VALORIZZAZIONE DELLE NOSTRE PERSONE	Salute e Sicurezza dei lavoratori	  	  
	Diversità e pari opportunità		
	Formazione e sviluppo professionale		
	Iniziative a supporto dei dipendenti		
ECCELLENZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI	Qualità, sicurezza ed eccellenza dei prodotti	 	  
	Innovazione di prodotto e processo		
APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA LATTIERO - CASEARIA	Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura e nella filiera	     	  
IMPATTO POSITIVO SUI TERRITORI E SULLE COMUNITÀ	Attenzione e collaborazione verso le comunità	  	    
	Supporto allo sviluppo dei territori anche attraverso la valorizzazione dei prodotti DOP e IGP		
TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE SUE RISORSE	Energia ed Emissioni	  	   
	Riciclo e smaltimento dei rifiuti		
	Packaging		
	Emissioni inquinanti		
	Prelievo, consumo, scarico di acqua		
GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ	Diritti umani e dei lavoratori	  	
	Etica ed anticorruzione		
	Creazione e distribuzione di valore agli stakeholder		

Appendice

RENDICONTAZIONE FISCALE PER AREA GEOGRAFICA, 2021

	Totale	Italia	Austria	Francia	Germania	USA
Numero dipendenti ⁴	1.805	1.784	3	3	15	-
Ricavi ottenuti da vendite a terze parti [€]	1.318.653.439,14	1.212.105.553,07	7.028.932,44	29.237.335,95	61.936.283,23	8.345.334,45
Ricavi ottenuti da operazioni infragruppo con altre giurisdizioni fiscali [€]	132.065.255,00	130.961.279,00	466.620,00	153.744,00	483.612,00	0,00
Utile/perdita al lordo di imposte [€]	37.709.069,25	36.660.012,04	160.919,81	388.175,75	701.670,54	-201.708,89
Imposte pagate sul reddito aziendale secondo il criterio di cassa [€]	15.353.359,43	15.023.034,00	10.115,00	137.586,00	180.722,00	1.902,43

⁴ Il dato del numero totale di dipendenti non coincide nè con quello riportato sulla Relazione sulla gestione dell'anno 2021, nè con quello riportato nel Bilancio di Sostenibilità al capitolo 2, poiché sono stati considerati criteri differenti per il conteggio.



2. Valorizzazione delle nostre persone



*Abbiamo costruito relazioni,
dando voce alle persone,
conquistando i loro cuori e palati.*

AREE D'IMPEGNO



Tuteliamo la **salute e la sicurezza** durante l'attività lavorativa.

Incoraggiamo la **crescita professionale**, l'inclusione e la **diversità** dei nostri collaboratori.

Valorizziamo le nostre persone anche supportando l'**equilibrio vita-lavoro**.

VALORI COOPERATIVI



Auto-aiuto



Uguaglianza



Equità

Il successo di GranTerre si fonda anche sul contributo delle donne e degli uomini che lavorano nelle Società del Gruppo: su questa consapevolezza si basa il forte impegno che l'azienda pone nella valorizzazione dei dipendenti, supportandoli nel percorso di sviluppo professionale e nella salvaguardia della salute e della sicurezza per garantire un luogo di lavoro sano, sicuro e stimolante e un'organizzazione in grado di rispondere alle continue sollecitazioni del mercato.

All'interno del Codice Etico, sono riportati i principi ed i valori che ispirano il Gruppo nelle attività di tutti i giorni, nel pieno rispetto verso la persona, al fine di assicurarne l'integrità fisica e morale. GranTerre si impegna a garantire ai propri dipendenti e ai collaboratori esterni un luogo di lavoro sicuro e libero da ogni forma di discriminazione, prevaricazione o molestia. Per sottolineare il proprio impegno, il Gruppo lavora costantemente alla definizione di nuovi meccanismi di potenziamento delle procedure interne, già molto efficaci.

Inoltre, il Gruppo, insieme a ciascuna delle sue Società, si impegna a promuovere la parità di genere, assicurando un equo trattamento durante la fase di selezione e per tutto il percorso lavorativo. Per tutti i dipendenti sono riconosciuti e valorizzati i meriti e le competenze professionali. Nel pieno rispetto della normativa, GranTerre garantisce l'assunzione con regolare contratto di lavoro e la libertà di associazione, incoraggiando un clima di costante confronto e dialogo con tutti i dipendenti.

CONTRASTO ALLE MOLESTIE SUL LAVORO: GLI SPORTELLI NEGLI STABILIMENTI DI MODENA, REGGIO EMILIA E BRESCELLO

La tutela delle lavoratrici e dei lavoratori è una priorità per il Gruppo e un pilastro fondamentale del Piano di Sostenibilità. Nel 2022 Salumifici GranTerre ha avviato un percorso di potenziamento delle procedure anti-molestie che prevede l'apertura di sportelli dedicati negli stabilimenti di Modena, Reggio Emilia e Brescello.

Lo sportello anti - molestie di Modena

Con un accordo sindacale siglato ad aprile 2022 tra la direzione aziendale, le Organizzazioni Sindacali e le Rsu è stato potenziato lo sportello anti-molestie nello stabilimento di Modena di Salumifici GranTerre. Lo sportello, previsto nell'integrativo aziendale allo scopo di prevenire e contrastare molestie e violenze nel luogo di lavoro, era già attivo in azienda con una gestione interna. Con il nuovo accordo lo sportello è stato affidato ad un soggetto esterno, il Gruppo Donne e Giustizia, che può contribuire con la sua esperienza e con competenze specifiche a renderlo uno strumento concreto di sostegno alle lavoratrici e ai lavoratori dello stabilimento. L'attività di counselling del Gruppo Donne e Giustizia si svolge attraverso segnalazioni telefoniche o per e-mail, a cui possono seguire eventuali appuntamenti presso la sede dell'Associazione. Il Gruppo Donne e Giustizia mette a disposizione avvocatesse di varie discipline e psicologhe, e attraverso lo sportello si possono fare segnalazioni su molestie sessuali, ma anche disagio lavorativo e familiare, mobbing e straining sul lavoro, e si può affrontare il tema della genitorialità consapevole.

Gli sportelli di Reggio Emilia e Brescello

Sulla scia dell'esperienza di Modena, nel mese di dicembre 2022 è stato siglato l'accordo per l'attivazione dello sportello a partire dal 2023 anche negli stabilimenti di Reggio Emilia e Brescello, attraverso una partnership con l'Associazione Nondasola.

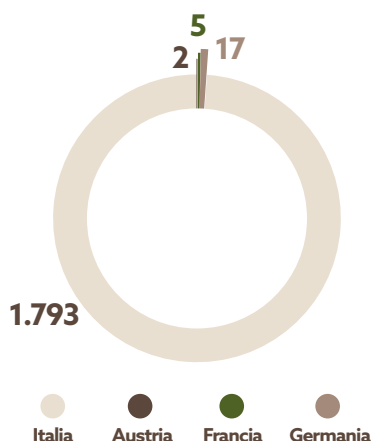
2.1 Le nostre persone

Le persone rappresentano una risorsa strategica per il successo dell'intero Gruppo. Con questa consapevolezza GranTerre se ne prende cura, impegnandosi nel creare un ambiente lavorativo positivo, in cui ogni dipendente possa avere la possibilità di esprimere i propri talenti e sentirsi stimolato a fare sempre meglio.

Il Gruppo GranTerre nel 2022 conta un totale di 1.817¹ dipendenti, di cui 1.793 nelle società italiane, registrando una lieve decrescita del 3,1% rispetto al 2021. Nel 2022 hanno inoltre collaborato con le società italiane del Gruppo GranTerre 10 lavoratori autonomi e 416 lavoratori somministrati, in aumento del 3,5% rispetto all'anno precedente. Al 31 dicembre 2022 sono attivi 4 tirocini che proseguiranno nel 2023². La dinamica occupazionale evidenzia la fase di ricambio generazionale che le aziende del Gruppo stanno vivendo, con molte uscite per pensionamento e graduale stabilizzazione di nuove risorse. Al tempo stesso, le aziende del Gruppo risentono delle carenze nella disponibilità di personale che tutto il settore agroalimentare sta affrontando.

La maggior parte delle persone di GranTerre (98,7%) è impiegato nei 18 siti produttivi e nella base logistica distribuiti nelle regioni italiane, mentre 24 dipendenti si trovano in Austria, Francia e Germania alle dipendenze delle società estere del Gruppo.

Dipendenti per area geografica, 2022



LE PERSONE DI GRANTERRE IN NUMERI

2.247 persone di cui **1.817** dipendenti, **416** lavoratori somministrati, **10** collaboratori, **4** tirocinanti

60% uomini

Tra i nuovi assunti **26,4%** under 30 e **38,8%** donne

14% dei lavoratori ha origine straniera

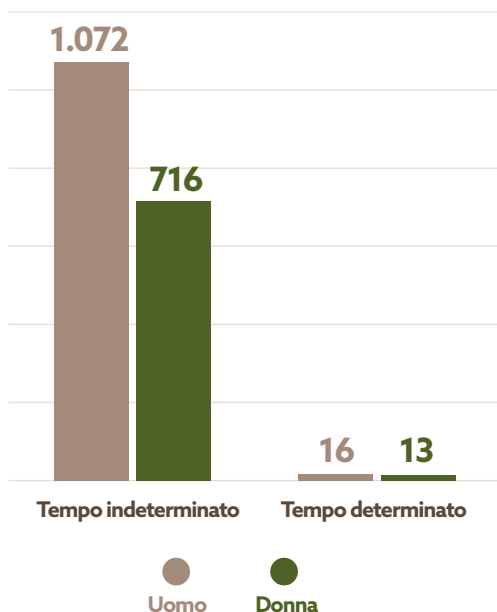
oltre **15.400** ore di formazione tra obbligatoria e volontaria

¹ Il dato del numero totale di dipendenti non coincide con quello riportato sulla Relazione sulla gestione dell'anno 2022 poiché sono stati considerati criteri differenti. L'analisi della popolazione aziendale è fatta sui dipendenti assunti.

² Il dettaglio dei dati riportati nel presente capitolo è riportato in appendice.

La componente maschile all'interno del Gruppo si attesta al 59,9% del totale dei dipendenti. La presenza femminile riflette quindi l'andamento del settore in cui opera il Gruppo. GranTerre si impegna a promuovere stabilità occupazionale nei territori in cui opera: il 98,4% dei dipendenti è assunto con contratto a tempo indeterminato, pari a 1.788 persone. Per andare incontro alle necessità dei propri dipendenti, il Gruppo offre la possibilità di aderire a formule di lavoro part-time: nel corso del 2022, hanno usufruito di questa modalità 76 dipendenti, 66 dei quali donne. Rispetto al dato 2021, le persone che hanno optato per il part-time sono diminuite di 3 unità.

Dipendenti per tipo di contratto e genere, 2022



Per contribuire allo sviluppo dei territori in cui opera, GranTerre si impegna ad assumere personale locale nei suoi stabilimenti e offrire loro un percorso di crescita professionale in un ambiente positivo ed attento alle condizioni di lavoro. All'interno del Codice Etico, il Gruppo afferma di non tollerare favoritismi e nepotismi, sia in fase di assunzione che durante gli sviluppi di carriera: la selezione del personale e la crescita all'interno dell'azienda sono infatti, nella prassi, guidati da meritocrazia e competenze professionali.

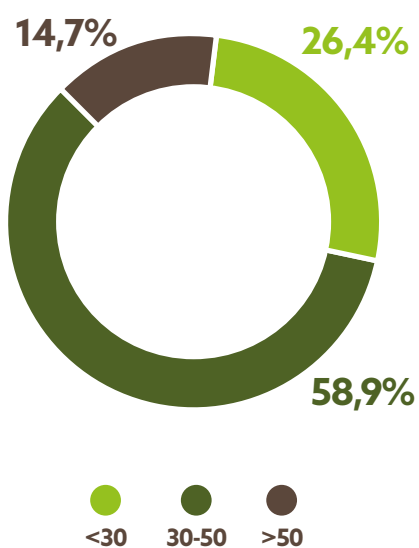
Tra i dipendenti le assunzioni sono diminuite rispetto al 2021 (129 nel 2022 e 164 nel 2021), registrando però una significativa quota di assunzioni di personale di genere femminile, pari al 38,8%, a testimonianza del fatto che il Gruppo valorizza le competenze e la professionalità, assicurando equità di trattamento a tutti i candidati. La maggior parte del personale assunto rientra nella fascia tra i 30 e i 50 anni (58,9%), seguita dalla fascia di età inferiore ai 30 anni (26,4%) e per la restante parte da coloro che hanno superato i 50 anni d'età.

Il dato relativo alle cessazioni è in aumento rispetto all'anno precedente. La maggior parte del personale in uscita ha età superiore ai 50 anni (48,6% sul numero totale dei dipendenti usciti), il 39,5% rientra nella fascia d'età tra i 30 e i 50, mentre l'11,9% ha meno di 30 anni. In linea con la distribuzione geografica della forza lavoro, la maggior parte del turnover in entrata ed in uscita dal Gruppo è avvenuta in Italia.

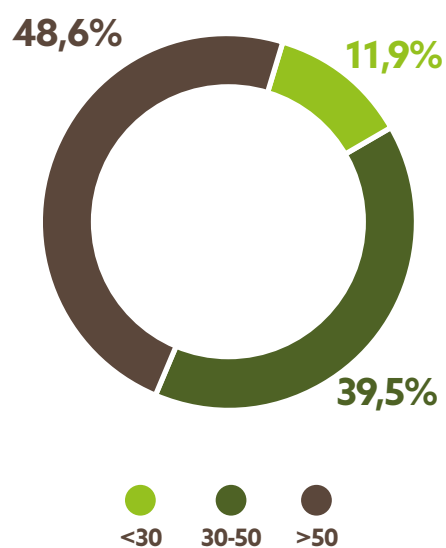
Assunzioni per area geografica e genere						
Assunzioni per area geografica e genere	2020		2021		2022	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Italia	50	30	86	74	76	50
Austria	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	2	0
Germania	1	2	3	1	1	0
Totale	51	32	89	75	79	50

Cessazioni per area geografica e genere						
Cessazioni per area geografica e genere	2020		2021		2022	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Italia	75	48	95	66	117	67
Austria	0	0	1	0	1	0
Francia	0	0	0	0	0	0
Germania	0	0	0	3	0	0
Totale	75	48	96	69	118	67

Assunzioni per fascia d'età, 2022



Cessazioni per fascia d'età, 2022



I CONTRATTI E LE RELAZIONI SINDACALI

Nella gestione dei rapporti di lavoro il Gruppo promuove dialogo costante con i principali sindacati dei lavoratori, con l'obiettivo di ascoltare e accogliere spunti di miglioramento per i propri dipendenti. I lavoratori somministrati, così come gli addetti delle società appaltatrici che operano soprattutto nella sede logistica, sono accolti, valorizzati e messi in condizione di lavorare in un ambiente sicuro al pari dei dipendenti assunti. Il Gruppo fa riferimento, per le società italiane, ai contratti collettivi nazionali (CCNL) dell'Industria alimentare e CCNL Dirigenti cooperativi, mentre per le società estere applica i rispettivi contratti nazionali (ad esempio, in GSI France si applica la Convention Collective Industries de Charcuterie). Inoltre, al fine di andare incontro alla diversa composizione dell'organico e alle peculiarità dei territori in cui si trovano gli stabilimenti, il Gruppo ha in essere 8 diversi contratti integrativi che, in prospettiva, punta ad armonizzare ed allineare – nei limiti del possibile – proseguendo il percorso di unificazione alla base del progetto GranTerre. Nel 2022, tutti i dipendenti del Gruppo sono coperti da accordi di contrattazione collettiva.

CASEIFICI GRANTERRE: STABILITÀ E GARANZIE ANCHE PER I LAVORATORI DEGLI APPALTI

Nel 2022 sono state gettate le basi per due importanti iniziative che operativamente saranno implementate nel 2023.

Dal 1° gennaio 2023 la manodopera impiegata tramite contratto di appalto nel centro di confezionamento dello stabilimento di Sommacampagna verrà assunta a tempo indeterminato da Caseifici GranTerre. Grazie a questo progetto di internalizzazione, programmato da subito dopo l'ingresso di Agriform, 108 persone possono entrare stabilmente nell'organico aziendale, a beneficio della stabilità dell'assetto organizzativo e con un forte impatto positivo sul territorio.

Sempre ad inizio 2023 entrerà in vigore un accordo che riguarda i lavoratori impiegati nell'appalto che Caseifici GranTerre ha affidato alla cooperativa Coopservice nello stabilimento di Modena: ai circa 40 addetti, dipendenti dell'azienda appaltatrice impiegati nello stabilimento GranTerre sarà applicato il CCNL dell'industria alimentare.

Welfare

GranTerre si impegna costantemente ad accogliere le esigenze dei propri collaboratori cercando, ad esempio, di garantire un bilanciamento tra lavoro e vita privata. Questo si traduce nella possibilità di usufruire dello smartworking o del part-time, secondo dei criteri che possono garantire il benessere delle persone senza compromettere la continuità lavorativa. Inoltre, sebbene siano presenti integrativi differenti per le società del Gruppo, l'offerta di iniziative avviate a supporto dei dipendenti è varia ed ancorata alle specificità territoriali e alle diverse tipologie di produzione presenti nei vari stabilimenti: alla totalità dei lavoratori sono offerti fondi previdenziali integrativi (ad esempio il Fondo Alifond) e assicurazioni sanitarie (ad esempio, il fondo FASA previsto dal CCNL, gestito attraverso Unisalute). Alcuni integrativi offrono ai dipendenti che diventano genitori un'integrazione retributiva per il primo mese di congedo oppure un supporto per i costi delle rette scolastiche. Sono anche offerti buoni welfare che i dipendenti possono scegliere come destinare in base alle proprie necessità. Infine, per andare incontro alle esigenze dei dipendenti, i principali stabilimenti, offrono anche un servizio mensa.



Vicinanza, ascolto e dialogo: i punti di forza della relazione con i dipendenti sui territori

Per GranTerre la valorizzazione, il coinvolgimento e l'ascolto attivo dei dipendenti sono centrali nella gestione aziendale. Sono molti, durante l'anno, i momenti di scambio e confronto che la direzione aziendale organizza per dialogare con i dipendenti, tenerli aggiornati sulle dinamiche aziendali e riconoscere la giusta attenzione al lavoro di tutti per il successo dell'impresa.

Celebrazione delle anzianità di servizio raggiunte dai dipendenti

Ogni anno, seguendo una tradizione che affonda le radici nella storia di Senfter, negli stabilimenti di San Candido, di Chiusa e Putzen vengono celebrati i dipendenti che raggiungono importanti traguardi di anzianità di servizio, o che raggiungono il pensionamento.

Gli incontri di aggiornamento annuale della direzione con i dirigenti e i responsabili aziendali

Al fine di coinvolgere e allineare tutti i dipendenti rispetto ai piani di sviluppo del Gruppo vengono organizzati, con cadenza annuale, momenti di coinvolgimento di tutti i dirigenti e i responsabili aziendali.. Un'occasione di confronto e di ascolto reciproco, utile anche a "fare squadra" tra dipendenti di territori diversi che non hanno modo di incontrarsi frequentemente.

Presentazione del Bilancio di Sostenibilità in azienda

Nel 2022 il numero zero del Bilancio di Sostenibilità è stato presentato a dirigenti e responsabili aziendali, favorendo anche un momento di dibattito e confronto con tavole rotonde tematiche sulle diverse priorità di sostenibilità.

Gli incontri della Filiera

Il 26 agosto 2022 si è ripetuto l'ormai tradizionale incontro dei Soci di Agriform in Malga, sull'Altopiano di Asiago cui per il secondo anno hanno partecipato anche i colleghi di GranTerre. L'incontro ha coinvolto Soci e invitati in un momento di festa conviviale e di confronto.

Il contest di Natale: TANTI AUGURI... A CHI TANTI COLLEGHI HA!

In occasione delle festività natalizie 2022 il Gruppo ha organizzato un contest rivolto ai dipendenti, invitandoli a unirsi in gruppi e preparare un video di auguri per i colleghi: un modo per farsi conoscere e conoscere le tante persone sui territori, in vista della nascita di GranTerre. Dopo la raccolta dei video, a tutti i colleghi è stato chiesto di votare il preferito così da decretare, insieme ad una giuria interna, i vincitori dei premi conviviali messi in palio.



Il contest è stato molto apprezzato: hanno partecipato 330 persone da 16 stabilimenti realizzando 36 video, e 890 colleghi hanno votato il loro video preferito. I vincitori sono stati proclamati durante i brindisi di Natale che da sempre l'azienda organizza negli stabilimenti, alla presenza dell'Amministratore Delegato e di rappresentanti dell'alta direzione.

1° gruppo classificato LA BANDA DEI BABBI NATALE Modena Salumifici



3° gruppo classificato I PARSÛT DÓLZ Langhirano



2° gruppo classificato DAG A DRE Montecavolo

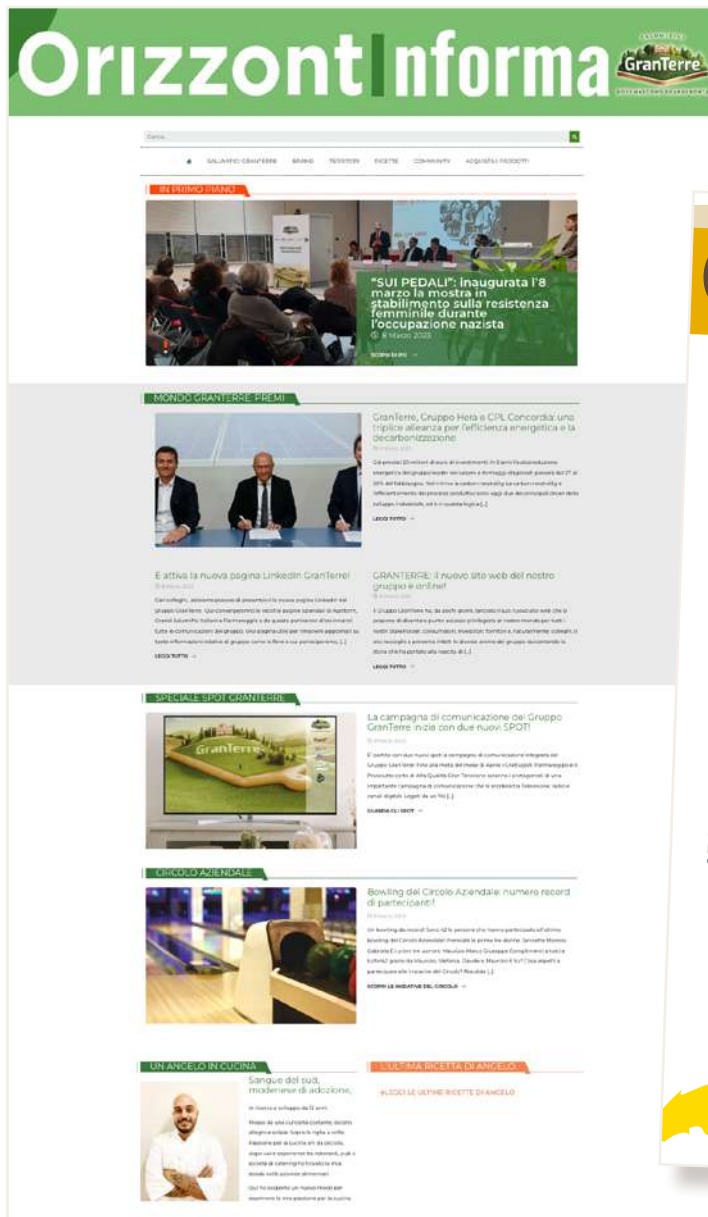


Premio della Giuria TOPI PER CASO Gruppo Stock Manager



La comunicazione interna

Al fine di coinvolgere e tenere aggiornati tutti i dipendenti sulle attività svolte dal Gruppo, GranTerre pubblica periodicamente, sia sulla intranet aziendale che in appositi documenti cartacei, le iniziative e i progetti portati avanti nel corso dell'anno. Per i dipendenti di Caseifici GranTerre viene pubblicato trimestralmente in forma cartacea "GranTerre InForma" mentre per Salumifici GranTerre viene pubblicata la newsletter mensile "OrizzontInforma" sul portale aziendale dedicato. Nel corso del 2022 è stato avviato un percorso di analisi delle attività di comunicazione interna, in vista di un aggiornamento delle dinamiche e degli strumenti che dal 2023 accompagnerà il percorso di consolidamento della "casa comune" GranTerre.



2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori

Avere cura delle proprie persone significa rispettare, includere e valorizzare ogni individuo, indipendentemente da età, genere, abilità, religione, etnia e nazionalità. La diversità, infatti, consente di aggiungere ricchezza in termini di visione, idee e punti di vista, permettendo di migliorare costantemente la capacità di rispondere alle complessità organizzative e alle richieste del mercato.

Il tema della valorizzazione delle diversità in azienda è centrale per GranTerre, che riconosce come le peculiarità ed i tratti distintivi di ogni dipendente siano asset importanti per accompagnare lo sviluppo del Gruppo. In quest'ottica, GranTerre si impegna a garantire pratiche di ascolto attivo a tutta la popolazione aziendale, al fine di raccogliere il punto di vista e le diverse esigenze delle persone del Gruppo.

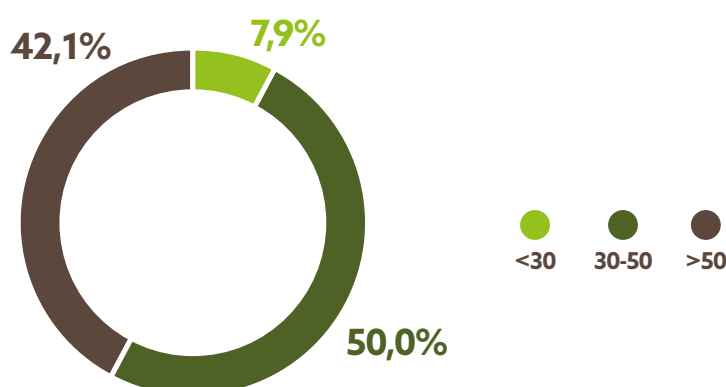
Dipendenti per qualifica e genere									
Dipendenti per qualifica e genere	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	3	19	22	5	23	28	5	27	32
Quadri	27	63	90	27	63	90	23	63	86
Impiegati	185	116	301	199	133	332	208	140	348
Operai	498	870	1.368	516	907	1.423	493	858	1.351
Totale	713	1.068	1.781	747	1.126	1.873	729	1.088	1.817

Il Gruppo presenta una componente maschile superiore rispetto al numero di dipendenti donne, che nel 2022 ha raggiunto 40,1% dei dipendenti totali in lieve aumento rispetto al 2021.

Non si sono verificati casi di discriminazione nel triennio di riferimento.

Il 7,9% dei dipendenti ha età inferiore ai 30 anni, mentre la restante popolazione aziendale è pressoché equamente distribuita tra la fascia d'età compresa tra i 30 e 50 anni e quella oltre i 50 anni con un lieve sbilanciamento verso la fascia 30-50 (50%). Tale composizione sottolinea l'importanza del "saper fare" presente all'interno dell'azienda che, con l'acquisizione dei nuovi talenti, viene tramandata di generazione in generazione. Infatti, i lavoratori esperti hanno il compito di tramandare ai neoassunti - unitamente ai percorsi di formazione specifica - le tecniche, le modalità di lavorazione e conservazione tipiche del mestiere, che contraddistinguono GranTerre e l'eccellenza dei suoi prodotti. L'obiettivo è quello di accompagnare i colleghi verso la piena comprensione del contesto aziendale, sostenendo la loro crescita personale e professionale con contenuti formativi basati sugli effettivi bisogni, favorendo l'engagement interno e l'integrazione tra le diverse funzioni.

Dipendenti per fascia d'età, 2022

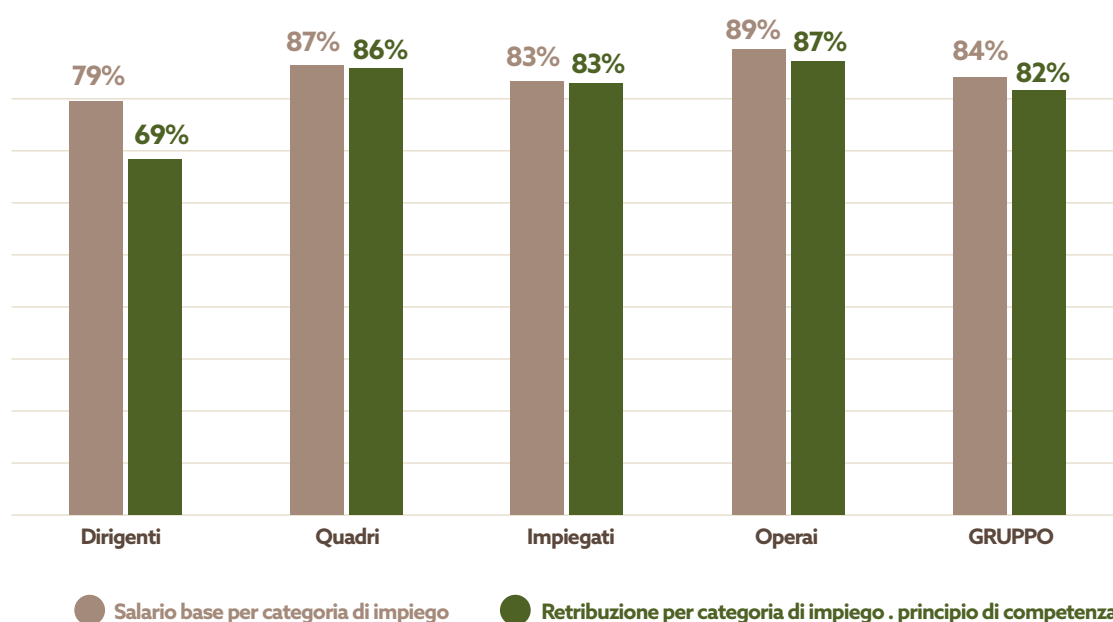


Il sistema di remunerazione di GranTerre contribuisce al perseguimento della strategia aziendale volta ad attrarre e motivare risorse professionali qualificate, nonché incentivarne la permanenza in azienda.

Ai fini del calcolo del rapporto tra la remunerazione totale annua più elevata all'interno del Gruppo e il salario mediano dei dipendenti, sono state considerate sia le componenti remunerative fisse che le componenti variabili della retribuzione lorda erogate nell'anno di riferimento. Nel 2022 il rapporto tra i valori citati risulta essere pari a 15, mentre nel 2021 risultava essere pari a 11³.

La parità di condizioni, la non-discriminazione, la meritocrazia e la trasparenza sono i principi che guidano il sistema di gestione e remunerazione dei dipendenti. I criteri di rewarding sono dettati esclusivamente dalle performance individuali, dal merito e dalle competenze professionali. Nel 2022, il rapporto dello stipendio base e della retribuzione delle donne rispetto agli uomini per ciascuna categoria di dipendenti di Gruppo, secondo il principio della competenza, è pari rispettivamente a 84% e 82%⁴.

Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini, 2022



L'azienda presenta un'ampia diversità culturale: la percentuale media di lavoratori stranieri nelle due aziende del Gruppo è pari al 14%⁵. Le principali nazioni di origine dei dipendenti sono Albania, Romania, Ucraina, Pakistan, Marocco e Tunisia. Al fine di accrescere l'integrazione delle minoranze all'interno dell'azienda, GranTerre fornisce – per le situazioni particolari che lo richiedono - kit di accoglienza dedicati e organizza corsi di italiano.

Nel 2022, 85 persone appartenenti a categorie protette hanno avuto un rapporto lavorativo con le società italiane di GranTerre. Ai fini dell'ottemperanza agli obblighi occupazionali il Gruppo ha in essere convenzioni con le agenzie regionali competenti.

³ Il differenziale tra i due anni è dovuto alla liquidazione nel 2022 di un premio triennale di competenza 2019-2021.

Il rapporto fra l'aumento percentuale tra il 2022 e il 2021 della remunerazione totale annua più elevata all'interno dell'organizzazione rispetto all'aumento percentuale tra il 2022 e il 2021 della retribuzione mediana di tutti gli altri dipendenti risulta essere pari a - 8,6.

⁴ L'analisi tiene in considerazione la retribuzione globale di competenza dell'anno oggetto di analisi. In appendice il dettaglio dell'analisi. La differenza del rapporto secondo il criterio cassa e competenza nella categoria dirigenti è conseguente all'assunzione nel 2022 di dirigenti donna che hanno maturato una quota di variabile nell'anno, che verrà corrisposta nel 2023.

⁵ I lavoratori nati all'estero sono l'11% in Caseifici GranTerre e il 17% in Salumifici GranTerre.

LA REGIONE EMILIA-ROMAGNA PREMIA INDUCTION PLUS DI SALUMIFICI GRANTERRE

In GranTerre lo sviluppo delle competenze e la valorizzazione delle persone sono da sempre al centro dell'attenzione, come dimostra il Premio Youz – generazioni di idee assegnato a Salumifici GranTerre dalla Regione Emilia-Romagna nell'ambito del Premio Innovatori Responsabili: un premio dedicato alle iniziative aziendali che prevedono percorsi di sviluppo professionale dei giovani, in grado di accelerarne i percorsi di carriera. Ad essere premiato è stato "Induction Plus", uno dei percorsi di sviluppo professionale promosso dall'Accademia di Formazione GranTerre che, nell'edizione del 2022, ha visto il coinvolgimento di 7 giovani colleghi, di età compresa tra i 27 e i 34 anni, e si è concluso a dicembre.

Induction Plus, giunto alla terza edizione, dura circa un anno e prevede l'iniziale mappatura delle competenze, in modo da rendere le persone consapevoli dei propri punti di forza e aree di miglioramento, ed è poi strutturato in due step di formazione: uno di tipo esperienziale con visite e affiancamenti in varie funzioni aziendali (R&D, controllo di gestione, produzione, commerciale, supply e store) e l'altro frontale di aula con pillole formative basate sui bisogni emersi.



2.3 Lo sviluppo delle competenze⁶

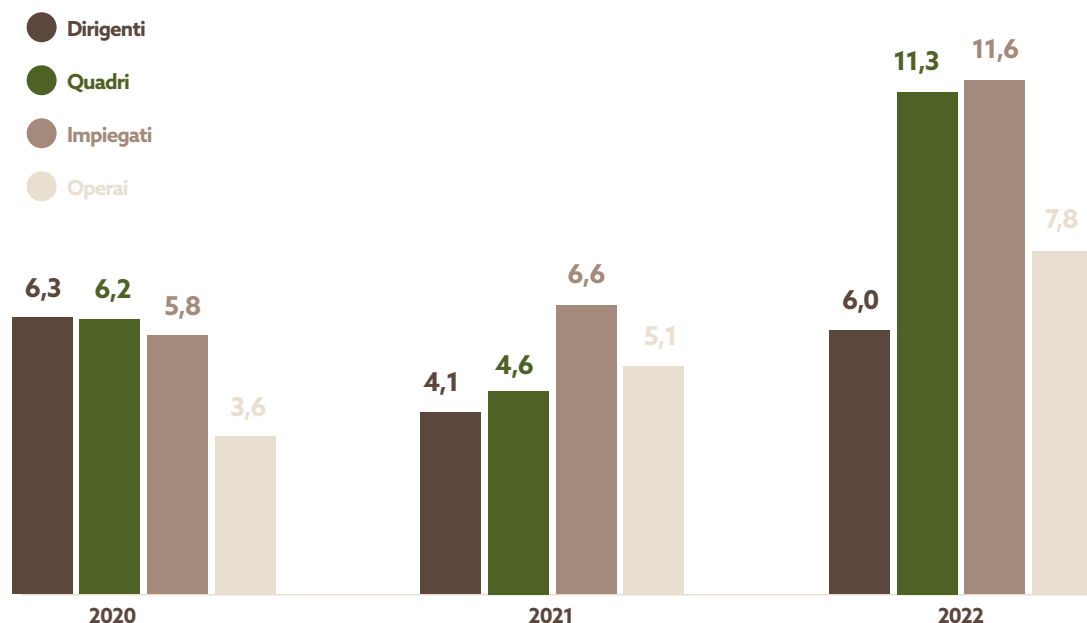
L'eccellenza dei prodotti di GranTerre è frutto della maestria delle persone del Gruppo. In quest'ottica la formazione ha un ruolo chiave nel coniugare la volontà di portare avanti tradizioni, che assicurano la qualità e la genuinità dei prodotti, con il supportare le nostre persone ad affrontare le sfide poste dalla continua innovazione tecnologica ed evoluzioni dei processi produttivi.

La valorizzazione del merito e delle competenze interne è al centro dei progetti formativi portati avanti da Salumifici e Caseifici GranTerre. Nel 2022 il Gruppo ha ripreso le attività rimaste sospese a causa della pandemia, focalizzando la propria attenzione su attività che potessero ricreare e rinforzare relazioni interfunzionali, inevitabilmente allentate con i rapporti a distanza. Nel 2022, le società italiane del Gruppo hanno erogato oltre 15.400 ore di corsi di formazione, sia volontaria che obbligatoria, registrando un aumento di circa il 56,5% rispetto all'anno precedente. Rispetto al 2021, la media delle ore di formazione pro-capite è passata da 5,3 ore a 8,6 ore. In particolare, la categoria professionale maggiormente coinvolta nelle attività formative è stata quella degli impiegati (11,6 ore), seguita dai quadri (11,3 ore), dagli operai (7,8 ore) e dai dirigenti (6 ore). In generale, le ore di formazione media dei dipendenti maschi sono superiori rispetto a quelle erogate alle colleghe di genere femminile.

In termini assoluti, Digital transformation, Innovazione e Soft skills sono stati tra i temi prioritari su cui si è incentrata la formazione aziendale del 2022.

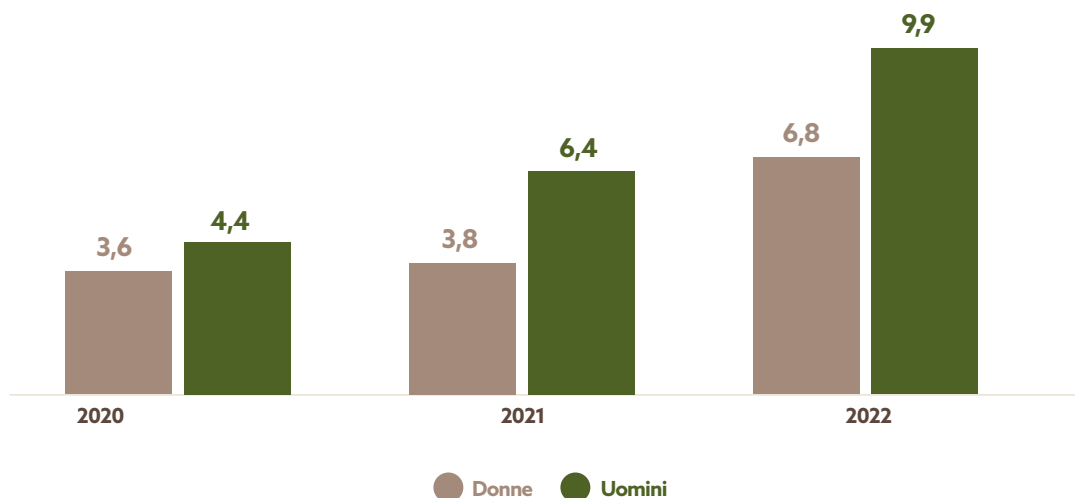
Attualmente sono presenti sistemi di valutazione delle performance individuali legate al sistema di MBO per alcune categorie professionali, mentre sono in essere sistemi di valutazione delle performance di area/reparto che coinvolgono tutto il personale aziendale. L'avanzamento del Piano di Sostenibilità è stato inserito, in coerenza con il piano industriale 2022-2024, tra gli obiettivi di lungo periodo per le figure apicali.

Ore di formazione media per qualifica



⁶ Il perimetro dei dati riguardanti la formazione comprende solamente le società italiane del Gruppo

Ore di formazione media per genere



Nel corso del 2022, con l'obiettivo di potenziare l'integrazione tra le funzioni di Gruppo, sono state promosse attività formative e corsi trasversali che hanno coinvolto contemporaneamente persone che lavorano in Caseifici e in Salumifici GranTerre. È stato proposto un programma di formazione di 24 ore indirizzato al personale che lavora nelle funzioni Marketing con focus sugli aspetti legati alla comunicazione digitale ed è stato portato avanti un progetto pilota in outdoor, che ha coinvolto il Team Supply Chain, con la finalità di consolidare e migliorare l'integrazione tra colleghi che provengono dalle due organizzazioni.

Nei mesi di ottobre e novembre 2022, tutto il personale impiegato negli uffici è stato coinvolto nella formazione sul Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. n. 231/2001 e sul corretto funzionamento del Modello stesso, con focus su flussi informativi e Whistleblowing. La formazione è stata erogata in modalità mista (in presenza in una delle sale riunione dell'azienda oppure in webinar tramite Teams) ed in contemporanea per entrambe le imprese. Tali temi saranno ripresi nel corso del 2023 coinvolgendo i colleghi che operano negli stabilimenti di produzione.



La formazione tecnico - professionale

Leadership Industriale

Ha coinvolto tutti i 35 capi reparto degli stabilimenti con il fine di generare un confronto su temi quali leadership, comunicazione efficace e gestione dei conflitti. Da sottolineare, la consapevolezza delle persone coinvolte riguardo l'importanza di lavorare su argomenti comuni, seppur provenendo da luoghi lontani e culturalmente distanti. Il percorso è stato successivamente calato sulle seconde linee di stabilimento di alcuni plant (nel corso dei prossimi anni coinvolgerà sempre più persone), in modo da essere maggiormente efficace.

Formazione Tecnica per Manutentori

Percorso trasversale a più stabilimenti, ha coinvolto e riunito contemporaneamente 40 persone tra tecnici ed alcuni responsabili di linea presso i laboratori di un fornitore esterno con la finalità di accrescere e aggiornare competenze specialistiche di manutenzione e prevenzione di fermi macchina e linea.

Formazione tecnica sull'utilizzo di Excel

Attraverso l'affiancamento di un consulente esperto a colleghi di varie funzioni (con una modalità di training on the job su file o attività specifiche), si è lavorato sul consolidamento delle competenze con formazione ad hoc.

Formazione su tecnologia 4.0

In ottica di continuo sviluppo e innovazione tecnologica degli impianti e dei macchinari della produzione, negli ultimi anni il Gruppo ha investito sulla tecnologia 4.0 e periodicamente sono state organizzate attività formative indirizzate ad accrescere le c.d. "competenze 4.0" degli operatori. Le attività di formazione sono state finalizzate sia all'acquisizione di competenze e conoscenze rispetto alle suddette tecnologie, sia al loro consolidamento.

FORMAZIONE CONGIUNTA PER SELL IN E SELL OUT CASEIFICI GRANTERRE

Nel mese di settembre 2022, presso lo Stabilimento di Sommacampagna, si è tenuta un'importante giornata di formazione a supporto della nostra forza vendita e degli store specialist attivi sul territorio nazionale, con particolare focus sui prodotti della gamma Agriform. L'incontro si è rivelato un'importante occasione di dialogo tra sell in e sell out nell'ottica di una sempre più attiva collaborazione tra i principali protagonisti dello sviluppo e della promozione dei prodotti di Caseifici GranTerre e un'occasione di crescita conoscitiva di indubbio valore.



I PROGETTI DELL'ACCADEMIA GRANTERRE

Dal 2023 l'obiettivo dell'Accademia GranTerre sarà sempre più quello di focalizzare l'attenzione su proposte formative e su percorsi di sviluppo trasversali al Gruppo con l'obiettivo fondamentale di sviluppare, nel tempo, un senso concreto di appartenenza e unione, di collaborazione nonché di reciprocità e supportare le diverse professionalità interne anche in base alle fasce di età.

Durante il 2023 verrà avviato il progetto *I Germogli del nostro Futuro*, dedicato a giovani neo-laureati di alto potenziale. Il progetto prevede la possibilità di effettuare una Job Rotation di processo grazie alla quale poter fare esperienza in tre funzioni aziendali differenti, ma interconnesse tra loro in un'ottica di continuità strategica in modo da formare dall'interno le professionalità di cui GranTerre avrà bisogno nel prossimo futuro.

GRANTERRE ALL'UNIVERSITÀ

GranTerre ha rapporti attivi con numerose università e centri di formazione manageriale di rilievo nazionale, dove i manager del Gruppo intervengono per presentare il caso aziendale GranTerre, le specificità delle aziende del Gruppo, e ragionare su sfide e opportunità del settore agroalimentare.

In particolare, nel 2022 la Direzione Marketing Caseifici GranTerre ha presentato il caso Parmareggio in due corsi dell'Università di Verona e Vicenza: Marketing Communication della Laurea Magistrale in Marketing e Comunicazione d'Impresa di Verona ed Economia e Innovazione aziendale di Vicenza. Il caso Parmareggio è stato presentato anche in corsi post laurea, in particolare al Master Post Laurea di RCS Academy "Food & Beverage management: innovazione e sostenibilità" e nei percorsi di specializzazione Bologna Business School su Made in Italy, retail management e food&wine.

La Direzione export Salumifici GranTerre è intervenuta al corso di Laurea Magistrale in "International Management" dell'università di Modena. La lezione era inserita nel progetto "Meet the Managers", finalizzato a creare un ponte tra le realtà produttive locali e gli studenti del corso, provenienti da tutto il mondo. I Manager GranTerre hanno raccontato agli studenti le opportunità, ma anche le complessità, legate al mondo Export, in particolare delle nostre eccellenze Made in Italy.

La direzione HR, con l'avvio del progetto I Germogli del nostro futuro, ha inoltre avviato un percorso articolato di presentazione di GranTerre in molti corsi universitari, con l'obiettivo di coinvolgere giovani ad alto potenziale nel percorso di selezione.



Lean production: l'importanza della formazione e del coinvolgimento delle persone



Dal 2019 Salumifici GranTerre ha introdotto in alcuni stabilimenti la Lean Production⁷. Un aspetto molto importante dell'approccio Lean è il coinvolgimento delle persone, oltre alla loro formazione continua.

La Lean Production prevede infatti uno specifico percorso di formazione per i dipendenti coinvolti e dei momenti di confronto e aggiornamento giornalieri. Le riunioni giornaliere, della durata di 15 minuti, servono ad analizzare la performance complessiva e ad individuare,

per ogni eventuale problema, un'azione correttiva o di miglioramento, un responsabile e una data di scadenza. Questo permette ai dipendenti di lavorare meglio, avendo chiari obiettivi e responsabilità, con benefici anche per il clima relazionale.

"Attraverso questo nuovo modello ho maggiore consapevolezza di quello che avviene e capisco meglio anche le problematiche dei miei colleghi"

"Siamo tutti coinvolti, posso organizzare il mio lavoro in modo più efficace"

⁷ Per approfondimenti relativi alla Lean Production in azienda si rimanda al Capitolo 6

2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti⁸

L'attenzione del Gruppo è orientata alla creazione di un luogo di lavoro in cui i dipendenti abbiano la possibilità di svolgere le proprie mansioni ed attività in sicurezza. Proprio per questo, GranTerre sta ulteriormente rafforzando i sistemi di gestione sulla salute e sicurezza sul lavoro in ottica di miglioramento continuo, con politiche ad hoc e training mirati per tutti i dipendenti per incrementare la consapevolezza e la sensibilità sul tema.

Entrambe le aziende del Gruppo sono dotate di una Politica sulla Sicurezza, il cui obiettivo è quello di comunicare a tutti i lavoratori degli stabilimenti - dipendenti del Gruppo o lavoratori esterni - l'impegno dell'Azienda a creare un ambiente di lavoro sicuro, costruendo una cultura della sicurezza sul lavoro e puntando al miglioramento continuo.

LA CERTIFICAZIONE ISO 45001:2018 PER LA SALUTE E LA SICUREZZA SUL LAVORO

Valorizzando l'esperienza di Caseifici GranTerre – che da anni ha certificato gli stabilimenti ex Parmareggio – e con l'obiettivo di allineare le pratiche, le procedure e i sistemi interni, GranTerre ha avviato il percorso per la graduale estensione a tutti gli stabilimenti della certificazione UNI ISO 45001:2018 "Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro", che attesta la presenza di uno specifico sistema di gestione per la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro. Al 31 dicembre 2022 risultano certificati o prossimi alla certificazione 13 siti, e si prevede entro il 2023 di completare la certificazione di tutti gli stabilimenti.

Periodicamente, per ogni stabilimento, viene aggiornato il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) per identificare i principali rischi, potenziali e non, presenti nel sito, che potrebbero essere fonte di infortunio.

Come previsto dalla norma, le attività di valutazione dei rischi e l'identificazione delle misure di prevenzione e protezione sono in carico agli Addetti e ai Responsabili del Servizio di Prevenzione e Protezione (ASPP e RSPP), e gli esiti vengono periodicamente riportati e condivisi con i Dirigenti Delegati e il Datore di Lavoro.

Nel caso in cui si verifichi un incidente, viene condotta, con la collaborazione di Preposti e Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) una dettagliata investigazione, al fine di identificare le cause di radice che hanno portato all'incidente e le relative azioni di miglioramento da adottare sui processi interni. Risulta inoltre estremamente preziosa la collaborazione dei dipendenti e dei lavoratori esterni che, tramite apposite segnalazioni, possono evidenziare situazioni di pericolo o fornire spunti di miglioramento al sistema di gestione.

Il Gruppo si avvale della collaborazione di Medici Competenti che svolgono la sorveglianza sanitaria come richiesto dalla normativa.

Con il supporto di enti esterni, ogni anno, GranTerre eroga per i propri dipendenti delle società italiane corsi di formazione per incrementare la consapevolezza dei lavoratori sui rischi, diffondere buone pratiche ed informare sul corretto utilizzo delle attrezzature di lavoro. Nel 2022, sono state erogate 12.037 ore di formazione in ambito salute e sicurezza, delle quali circa due terzi vengono erogate ai dipendenti e circa un terzo ai lavoratori somministrati⁹.

Allo stesso modo, GranTerre si impegna ad identificare, mitigare e ridurre gli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro anche nelle relazioni commerciali con soggetti terzi che operano nelle sedi aziendali. Le principali azioni svolte riguardano la corretta mappatura dei rischi insieme ai gestori che operano

⁸ Il perimetro dei dati riguardanti salute e sicurezza comprendono solamente le società italiane del Gruppo.

⁹ Il dato sulla formazione Salute & Sicurezza ai somministrati è dettagliato per Salumifici Granterre per l'intero triennio. Per Caseifici GranTerre il dato è disponibile dal 2022 e non è disponibile scorporato dal totale della formazione per gli stabilimenti di Busseto e Sommacampagna.

all'interno delle aree produttive. Insieme all'ufficio legale sono stati creati dei Documenti Unici di Valutazione del Rischio (DUVRI) dettagliati per gestire correttamente i cantieri di tutte le aree produttive.

Nel 2022, sono stati registrati 82 incidenti tra i dipendenti delle aziende italiane del Gruppo, solamente due dei quali identificati come infortuni con gravi conseguenze, cioè con un periodo di ripresa superiore ai 6 mesi. Il dato relativo ai lavoratori esterni è pari a 42 infortuni, di cui nessuno con gravi conseguenze. Si nota che il numero di infortuni, rispetto al 2021, è in diminuzione (-22 infortuni totali) sia per i dipendenti (-15) che per i non dipendenti (-7)¹⁰.

In generale, le principali tipologie di infortuni riscontrate sono tagli, urti e schiacciamenti. Per il 2022 si riscontrano 5 casi di malattie professionali¹¹ registrabili tra i dipendenti del Gruppo e nessun caso tra i lavoratori esterni. Le malattie professionali sono legate principalmente a sovraccarico biomeccanico e quindi a rischi legati alla movimentazione dei carichi e ai movimenti ripetitivi.

INFORTUNI E INDICI D'INFORTUNIO

Infortuni sul lavoro e malattie professionali dipendenti

Dipendenti	UdM	2020	2021	2022
Infortuni sul lavoro registrabili	n.	94	97	82
<i>di cui in itinere (solo il trasporto è stato organizzato dall'azienda)</i>	n.	-	-	1
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	n.	1	2	2
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-
Ore lavorate	h	2.821.561	2.795.605	2.691.127
Indice di frequenza	-	33,31	34,70	30,47
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	0,35	0,72	0,74
Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro	-	-	-	-
Casi di malattie professionali registrabili ¹¹	n.	5	1	5
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-

Infortuni sul lavoro e malattie professionali - Lavoratori esterni ed interinali

Lavoratori esterni ed interinali	UdM	2020	2021	2022
Infortuni sul lavoro registrabili	n.	49	49	42
<i>di cui in itinere (solo il trasporto è stato organizzato dall'azienda)</i>	n.	8	3	-
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	n.	-	1	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-
Ore lavorate	h	685.279	772.674	956.510,10
Indice di frequenza	-	71,50	63,42	43,91
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	1,29	-
Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro	-	-	-	-
Casi di malattie professionali registrabili ¹¹	n.	-	1	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-

¹⁰ Il numero degli infortuni esclude gli infortuni di primo soccorso e gli infortuni in itinere qualora il trasporto non sia stato organizzato da GranTerre. L'indice di Frequenza è calcolato come il Numero di infortuni/ore lavorate*1.000.000. Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze è calcolato come il numero di infortuni con gravi conseguenze/ore lavorate*1.000.000. Il tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro è calcolato come il numero di decessi da infortunio sul lavoro/ore lavorate*1.000.000.

¹¹ Le malattie professionali conteggiate sono quelle riconosciute dall'INAIL e non quelle ancora "in corso", ovvero in attesa di giudizio.

GRANTERRE PROMUOVE LA SALUTE: il supporto alla campagna di screening oncologici della AUSL di Modena

Con l'obiettivo di accrescere e diffondere una cultura della salute e della prevenzione, negli anni il Gruppo ha svolto periodiche attività di sensibilizzazione, anche incentivando i lavoratori a prendere parte a screening e attività volontarie volte a prevenire, ad esempio, arresti cardiaci e melanomi.

Gruppo GranTerre ha supportato nel 2022 la campagna di screening oncologici della AUSL di Modena. In occasione del mese di ottobre, il mese della



prevenzione, sono state affisse nelle bacheche degli stabilimenti e degli uffici di Modena le locandine di presentazione degli screening per la prevenzione del tumore alla mammella, al colon retto e al collo dell'utero, invitando i dipendenti ad approfittare dell'opportunità.

Nell'ambito del percorso di sostenibilità del Gruppo, oltre a perseguire il miglioramento continuo della Salute & Sicurezza sul lavoro, l'obiettivo è quello di promuovere, nel tempo, partnership per la salute e la prevenzione con le aziende sanitarie di tutti i territori di riferimento per le aziende del Gruppo.



Appendice

Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

Dipendenti per qualifica e genere	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	3	19	22	5	23	28	5	27	32
Quadri	27	63	90	27	63	90	23	63	86
Impiegati	185	116	301	199	133	332	208	140	348
Operai	498	870	1.368	516	907	1.423	493	858	1.351
Totale	713	1.068	1.781	747	1.126	1.873	729	1.088	1.817

Dipendenti per qualifica e genere (%)	2020			2021			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	13,6%	86,4%	1,2%	17,9%	82,1%	1,5%	15,6%	84,4%	1,8%
Quadri	30,0%	70,0%	5,1%	30,0%	70,0%	4,8%	26,7%	73,3%	4,7%
Impiegati	61,5%	38,5%	16,9%	59,9%	40,1%	17,7%	59,8%	40,2%	19,2%
Operai	36,4%	63,6%	76,8%	36,3%	63,7%	76,0%	36,5%	63,5%	74,4%
Totale	40,0%	60,0%	100,0%	39,9%	60,1%	100,0%	40,1%	59,9%	100,0%

Dipendenti per qualifica e gruppo di età	2020				2021				2022			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale
Dirigenti	0	7	15	22	0	7	21	28	0	10	22	32
Quadri	0	34	56	90	0	29	61	90	0	29	57	86
Impiegati	25	176	100	301	35	186	111	332	42	212	94	348
Operai	72	635	661	1.368	84	647	692	1.423	101	658	592	1.351
Totale	97	852	832	1.781	119	869	885	1.873	143	909	765	1.817

Dipendenti per qualifica e gruppo di età (%)	2020				2021				2022			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	Totale
Dirigenti	0,0%	31,8%	68,2%	1,2%	0,0%	25,0%	75,0%	1,5%	0,0%	31,3%	68,8%	1,8%
Quadri	0,0%	37,8%	62,2%	5,1%	0,0%	32,2%	67,8%	4,8%	0,0%	33,7%	66,3%	4,7%
Impiegati	8,3%	58,5%	33,2%	16,9%	10,5%	56,0%	33,4%	17,7%	12,1%	60,9%	27,0%	19,2%
Operai	5,3%	46,4%	48,3%	76,8%	5,9%	45,5%	48,6%	76,0%	7,5%	48,7%	43,8%	74,4%
Totale	5,4%	47,8%	46,7%	100,0%	6,4%	46,4%	47,2%	100,0%	7,9%	50,0%	42,1%	100,0%

Informazioni sui dipendenti per tipo di contratto

Dipendenti per tipo di contratto	2020										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Full-time	1.045	632	3	1	0	3	8	7	1.056	643	1.699
Part-time	12	70	0	0	0	0	0	0	12	70	82
Totale	1.057	702	3	1	0	3	8	7	1.068	713	1.781
	2021										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Full-time	1.101	671	2	1	0	3	11	5	1.114	680	1.794
Part-time	12	67	0	0	0	0	0	0	12	67	79
Totale	1.113	738	2	1	0	3	11	5	1.126	747	1.873
	2022										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Full-time	1.062	655	1	1	3	2	12	5	1.078	663	1.741
Part-time	10	66	0	0	0	0	0	0	10	66	76
Totale	1.072	721	1	1	3	2	12	5	1.088	729	1.817

Informazioni sui dipendenti per tipologia di contratto

Dipendenti per tipo di contratto	2020										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Tempo indeterminato	1.046	697	3	1	0	3	8	7	1.057	708	1.765
Tempo determinato	11	5	0	0	0	0	0	0	11	5	16
Non-guaranteed hours employees / Contratti intermittenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	1.057	702	3	1	0	3	8	7	1.068	713	1.781
Totale in FTE (Full Time Equivalent)	1.729										
	2021										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Tempo indeterminato	1.077	727	2	1	0	3	11	5	1.090	736	1.826
Tempo determinato	34	8	0	0	0	0	0	0	34	8	42
Non-guaranteed hours employees / Contratti intermittenti	2	3	0	0	0	0	0	0	2	3	5
Totale	1.113	738	2	1	0	3	11	5	1.126	747	1.873
Totale in FTE (Full Time Equivalent)	1.873										
	2022										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Tempo indeterminato	1.057	708	1	1	2	2	12	5	1.072	716	1.788
Tempo determinato	15	13	0	0	1	0	0	0	16	13	29
Non-guaranteed hours employees / Contratti intermittenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totale	1.072	721	1	1	3	2	12	5	1.088	729	1.817
Totale in FTE (Full Time Equivalent)	1.791										

Nuove assunzioni

Assunzioni	2020					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	50	0	0	1	51	4,8%
Donna	30	0	0	2	32	4,5%
Totale	80	0	0	3	83	4,7%
<30	31	0	0	2	33	34,0%
30 - 50	41	0	0	1	42	5,0%
>50	8	0	0	0	8	1,0%
Totale	80	0	0	3	83	4,7%
	2021					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	86	0	0	3	89	7,9%
Donna	74	0	0	1	75	10,1%
Totale	160	0	0	4	164	8,8%
<30	60	0	0	1	61	51,3%
30 - 50	78	0	0	0	78	9,0%
>50	22	0	0	3	25	2,8%
Totale	160	0	0	4	164	8,8%
	2022					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	76	0	2	1	79	7,3%
Donna	50	0	0	0	50	6,9%
Totale	126	0	2	1	129	7,1%
<30	33	0	1	0	34	33,7%
30 - 50	76	0	0	0	76	9,0%
>50	17	0	1	1	19	2,2%
Totale	126	0	2	1	129	7,1%

Turnover

Cessazioni	2020					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	75	0	0	0	75	7,0%
Donna	48	0	0	0	48	6,7%
Totale	123	0	0	0	123	6,9%
<30	18	0	0	0	18	18,6%
30 - 50	31	0	0	0	31	3,7%
>50	74	0	0	0	74	8,9%
Totale	123	0	0	0	123	6,9%
	2021					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	95	1	0	0	96	8,5%
Donna	66	0	0	3	69	9,2%
Totale	160	1	0	3	165	8,8%
<30	28	0	0	2	30	25,2%
30 - 50	46	1	0	1	48	5,5%
>50	87	0	0	0	87	9,8%
Totale	160	1	0	3	165	8,8%
	2022					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	117	1	0	0	118	10,8%
Donna	67	0	0	0	67	9,2%
Totale	160	1	0	0	185	10,2%
<30	22	0	0	0	22	21,8%
30 - 50	73	0	0	0	73	8,6%
>50	89	1	0	0	90	10,3%
Totale	160	1	0	0	185	10,2%

Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

Salario base per qualifica	2021	2022
	%	%
Dirigenti	77%	79%
Quadri	88%	87%
Impiegati	82%	83%
Operai	89%	89%
GRUPPO	85%	84%
Retribuzione per qualifica - principio di cassa	2021	2022
	%	%
Dirigenti	71%	59%
Quadri	88%	85%
Impiegati	80%	84%
Operai	86%	88%
GRUPPO	82%	81%
Retribuzione per qualifica - principio di competenza	2021	2022
	%	%
Dirigenti	72%	69%
Quadri	87%	86%
Impiegati	81%	83%
Operai	86%	87%
GRUPPO	82%	82%

Ore medie di formazione per qualifica (Italia)

Ore medie di formazione per qualifica	2020		2021		2022	
	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie
Dirigenti	131	6,3	111	4,1	179	6,0
Quadri	503	6,2	374	4,6	885	11,3
Impiegati	1.698	5,8	2.107	6,6	3.892	11,6
Operai	4.865	3,6	7.295	5,1	10.521	7,8
Totale	7.197	4,1	9.887	5,3	15.477	8,6

Ore medie di formazione per genere (Italia)

Ore medie di formazione per genere	2020		2021		2022	
	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie
Donne	2.514	3,6	2.788	3,8	4.895	6,8
Uomini	4.684	4,4	7.099	6,4	10.582	9,9
Totale	7.197	4,1	9.887	5,3	15.477	8,6



3. Eccellenza e qualità dei prodotti



*Oggi abbiamo un grande sogno.
Innovare e rinnovare, varcare i confini di nuove terre,
fare della nostra specializzazione
un volano al servizio di sempre nuovi bisogni.*

AREE D'IMPEGNO



Sviluppiamo e innoviamo le nostre eccellenze con nuove formulazioni per rispondere ai bisogni dei consumatori.

Assicuriamo i più **elevati standard di qualità e tracciabilità** per garantire la **massima sicurezza** dei nostri prodotti.

VALORI COOPERATIVI



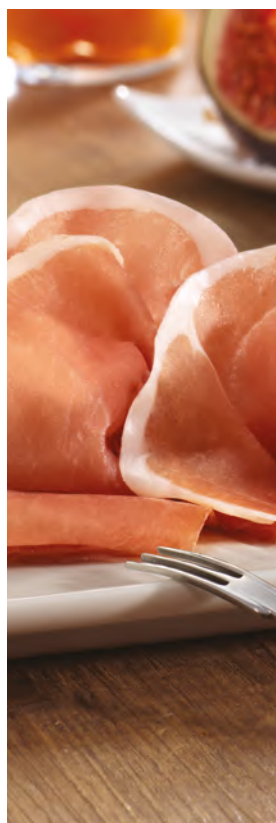
Trasparenza



Responsabilità sociale

GranTerre porta sulle tavole dei consumatori prodotti buoni, di qualità e sicuri. Sono prodotti che esprimono l'eccellenza del patrimonio gastronomico italiano, in loro si tramandano le conoscenze maturate negli anni e le tecniche di produzione tipiche dei luoghi d'origine, ma raccontano anche una storia di ricerca e innovazione.

Al fine di assicurare ai consumatori i più alti standard di qualità, il Gruppo è operativo su più fronti: ottimizzazione e controllo dei processi produttivi esistenti, miglioramento continuo in ottica di sicurezza, qualità e tracciabilità dei prodotti offerti sul mercato, ricerca e sviluppo sui prodotti e sulle ricette per rispondere con le migliori soluzioni alle sempre nuove esigenze dei consumatori. A testimonianza e garanzia del proprio impegno, GranTerre ha numerose certificazioni di prodotto e di processo in ambito qualità e sicurezza alimentare.



3.1 Eccellenza dei prodotti

Materie prime di qualità, tecniche di lavorazione affinate nel tempo, ricette capaci di coniugare tradizione e innovazione sono le basi su cui GranTerre ha costruito il suo successo sul mercato come leader nella produzione di eccellenze nei salumi e nei formaggi.

Per GranTerre proporre sul mercato una gamma di prodotti ampia, di qualità e rispondente alle nuove esigenze di consumo è un impegno ed una responsabilità verso i consumatori, che si traduce in una costante attenzione al miglioramento e all'innovazione, nel rispetto delle ricette della tradizione. La Direzione Ricerca & Sviluppo (R&S) è quotidianamente impegnata nello sviluppo di nuovi prodotti e nel miglioramento delle ricette per dare risposta alle diverse e nuove esigenze dei consumatori.

Inoltre, allo scopo di semplificare ed efficientare l'intero processo e puntare a mantenere gli alti standard di qualità di GranTerre, sono stati introdotti negli stabilimenti i principi della Lean Production per l'ottimizzazione dell'intero sistema produttivo¹.

L'approccio del Gruppo



La costante ricerca di equilibrio tra tradizione e innovazione trova espressione nell'ampia offerta di prodotti del Gruppo, che soddisfa una vasta platea di consumatori e di occasioni di consumo. Infatti, alla produzione di salumi e formaggi DOP ed IGP, GranTerre affianca una costante attenzione allo sviluppo di nuovi prodotti, con l'obiettivo di rendere accessibili sul mercato prodotti nutrienti e di qualità ad una ampia platea di persone.

Nel corso degli anni, le varie acquisizioni del Gruppo unite alle competenze e al know-how interno ma anche alla capacità di collaborazione lungo la filiera hanno consentito di sviluppare ed estendere sempre di più la linea di prodotti GranTerre: dalle merende per i più piccoli alle proposte per gli sportivi, dagli snack ai piatti pronti, passando per i salumi a ridotto contenuto di sale e grassi.

¹ Per approfondimenti relativi alla Lean Production in azienda si rimanda al Capitolo 6

I PRODOTTI A MARCHIO DOP & IGP

GranTerre porta le eccellenze della tradizione sulle tavole italiane e di tutto il mondo



I marchi di qualità DOP e IGP per i prodotti agroalimentari vengono attribuiti dall'Unione Europea con l'intento di tutelare l'origine geografica dei prodotti e, allo stesso tempo, di proteggere l'ambiente e i metodi di lavorazione tradizionali. Riconosciuti ed apprezzati dai consumatori, premiano i prodotti agroalimentari i cui luoghi di produzione o fasi del processo produttivo rientrano in una determinata area geografica, utilizzando materie prime e processi previsti dai disciplinari, la cui applicazione viene verificata da enti esterni a garanzia di un prodotto sicuro, trasparente e di alta qualità. Le filiere DOP e IGP svolgeranno un ruolo sempre più importante nell'economia, essendo in linea con le politiche europee green e giocando un importante ruolo sociale per il mantenimento e la diffusione della cultura locale. Inoltre, poiché per definizione, non sono delocalizzabili, garantiscono crescita, sviluppo ed occupazione nel territorio.

GranTerre è leader nel mercato delle eccellenze dei salumi e dei formaggi duri, avendo tra i suoi prodotti 9 DOP e 6 IGP² di produzione propria o dei propri Soci, che esporta in tutto il Mondo valorizzando il Made in Italy e contribuendo al contrasto dell'italian sounding con i suoi prodotti di qualità.

I PRODOTTI DEL GRUPPO

PRODOTTI A MARCHIO DOP



PRODOTTI A MARCHIO IGP



² I marchi IGP sono 5, ma rappresentano 6 prodotti: Zampone e Cotechino Modena IGP sono infatti rappresentati dallo stesso marchio.

Salumi e formaggi nella dieta mediterranea: il nostro contributo ad una alimentazione equilibrata

Il Gruppo GranTerre produce salumi e formaggi di qualità, che sono parte fondamentale di un'alimentazione variegata ed equilibrata come quella rappresentata dalla Dieta Mediterranea.

La caratteristica principale della Dieta Mediterranea è infatti la presenza di tutti gli alimenti, senza nessuna esclusione, che la rendono la più varia tra le diete e soprattutto la più completa e bilanciata dal punto di vista nutrizionale. Nessun alimento può essere consumato "a volontà", e la Dieta Mediterranea in questo senso rappresenta la sintesi perfetta di cibi diversi ed in equilibrio tra loro: gli alimenti di origine animale sono ben rappresentati e anche i salumi e i formaggi ricoprono un ruolo preciso nella piramide alimentare della Dieta Mediterranea.

Alla base della piramide troviamo frutta e ortaggi, che occupano il posto più ampio della dieta, con ben 35 porzioni a settimana.

A salire troviamo i cereali come pane, pasta, riso, che con le loro 33 porzioni a settimana forniscono soprattutto carboidrati complessi, cioè l'energia indispensabile per tutti i processi vitali. Proseguendo verso l'alto della piramide troviamo i condimenti e i grassi, come l'olio extravergine d'oliva, che è il simbolo per eccellenza della Dieta Mediterranea.

A seguire troviamo latte e formaggi, con 18 porzioni a settimana, e infine, in cima alla piramide, abbiamo gli alimenti ricchi di proteine: legumi, carni bianche, pesce e molluschi con 3 porzioni a settimana ognuno, uova 2 volte a settimana, carne rossa 2 volte e salumi una volta, per un totale di 14 porzioni dal lunedì alla domenica.

Gli alimenti di origine animale vanno quindi a completare questo regime alimentare rendendolo ben equilibrato, grazie all'armoniosa sinergia tra proteine animali di alta qualità ed elementi vegetali.

Fonte: www.carnisostenibili.it



3.2 L'approccio all'innovazione

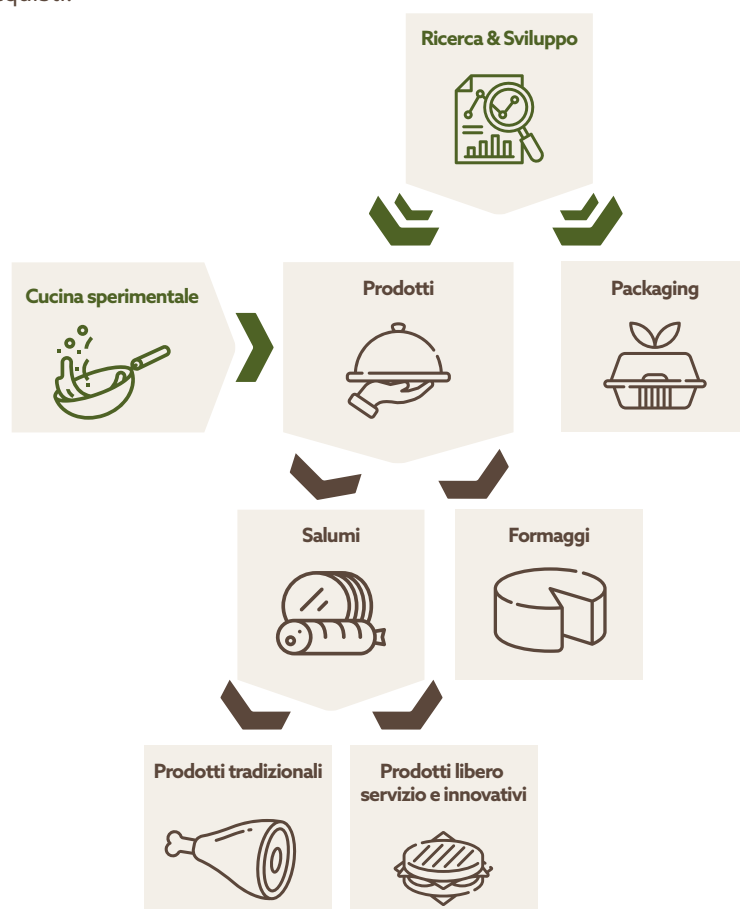
Ricerca ed innovazione sono fondamentali per lo sviluppo di ogni prodotto del Gruppo, in quanto assicurano il rispetto delle tradizioni implementando nuovi metodi produttivi e ideando nuove ricette o modalità di consumo, per rendere i prodotti più sicuri e più buoni e per rispondere al meglio alle esigenze dei clienti e dei consumatori.

Punto di riferimento affidabile per la GDO, la clientela Ho.Re.Ca. e per i consumatori al dettaglio, il Gruppo investe risorse in maniera continuativa sull'innovazione di prodotto. Nel corso degli anni, GranTerre ha sviluppato partnership con una comunità di fornitori e collaboratori altamente specializzati, con cui vengono studiate, progettate, realizzate e testate soluzioni all'avanguardia, al fine di proporre prodotti innovativi sul mercato. Inoltre, il Gruppo si occupa di sviluppare linee di prodotto private label per rispondere alle richieste dei clienti della grande distribuzione.

L'attenzione per la ricerca e lo sviluppo applicata a nuovi prodotti e nuove soluzioni di packaging è un tratto distintivo di entrambe le società del Gruppo. La Direzione Ricerca & Sviluppo (R&S) di Gruppo si compone di 13 persone che lavorano a tempo pieno sull'innovazione e lo sviluppo di nuovi prodotti, nuove ricette e soluzioni innovative per il packaging. Una squadra solida e cresciuta negli anni con due risorse che fanno riferimento sia a R&S sia al dipartimento Qualità e che garantiscono la massima collaborazione tra i reparti³.

La Direzione Ricerca & Sviluppo di Gruppo è organizzata in due aree di competenza, salumi e formaggi, che agiscono in maniera sinergica con la Direzione Qualità. Per quanto concerne Salumifici GranTerre, la R&S sui prodotti si divide in un'area dedicata ai prodotti tradizionali e una dedicata ai prodotti a libero servizio e innovativi. La cucina sperimentale interna è al servizio dei processi di R&S.

Fa inoltre capo alla Direzione R&S l'area dedicata al packaging, trasversale al Gruppo, che lavora in sinergia con qualità e acquisti.



³ Il numero totale di persone nel Gruppo GranTerre dedicate alla ricerca e sviluppo sono 14 Full Time Equivalent (FTE).

Ad oggi, le attività sinergiche tra Ricerca & Sviluppo e Qualità vengono convogliate verso quattro linee direttrici: ottimizzazione dei prodotti, innovazione di processo, prodotti innovativi e innovazione del packaging.



OTTIMIZZAZIONE DEI PRODOTTI	L'impegno del Gruppo nella ricerca di soluzioni capaci di offrire prodotti con migliori ricette nel rispetto delle tradizioni e secondo elevati standard di qualità
INNOVAZIONE DI PROCESSO	L'innovazione di processo è un'innovazione tecnologica che ha per oggetto il processo produttivo o metodi di produzione, che permette di ottenere prodotti di qualità e sicuri, con una riduzione dei costi produttivi unitari e un aumento della produttività
INNOVAZIONE DI PRODOTTO	L'impegno del Gruppo nella ricerca e nel lancio sul mercato di prodotti innovativi, capaci di rispondere al meglio alle nuove tendenze e a nuove e più specifiche esigenze dei consumatori, allargando sempre più l'offerta del Gruppo
INNOVAZIONE NEL PACKAGING	Ricerca, sviluppo e innovazione tecnologica e del design caratterizzano la ricerca del Gruppo sul packaging primario (di vendita), il packaging secondario (multiplo) e il packaging terziario (per il trasporto)

Ricette tradizionali e prodotti innovativi

Le attività di R&S sui prodotti dei brand del Gruppo si concretizzano a seguito di analisi sulle preferenze del consumatore, la cui soddisfazione rappresenta da sempre una priorità per il Gruppo, mentre sui prodotti private label lo stimolo per l'innovazione delle referenze arriva dai clienti, con cui le aziende del Gruppo collaborano in maniera sinergica e proattiva. Particolare attenzione è posta anche nello sviluppo di gamme di prodotto dedicate ai mercati esteri: l'obiettivo è quello di esportare il saper fare e la qualità del Made in Italy avvicinando il più possibile i nostri prodotti alle diverse esigenze di consumo in ambito internazionale, per rispondere agli stimoli dei nostri clienti e consumatori.

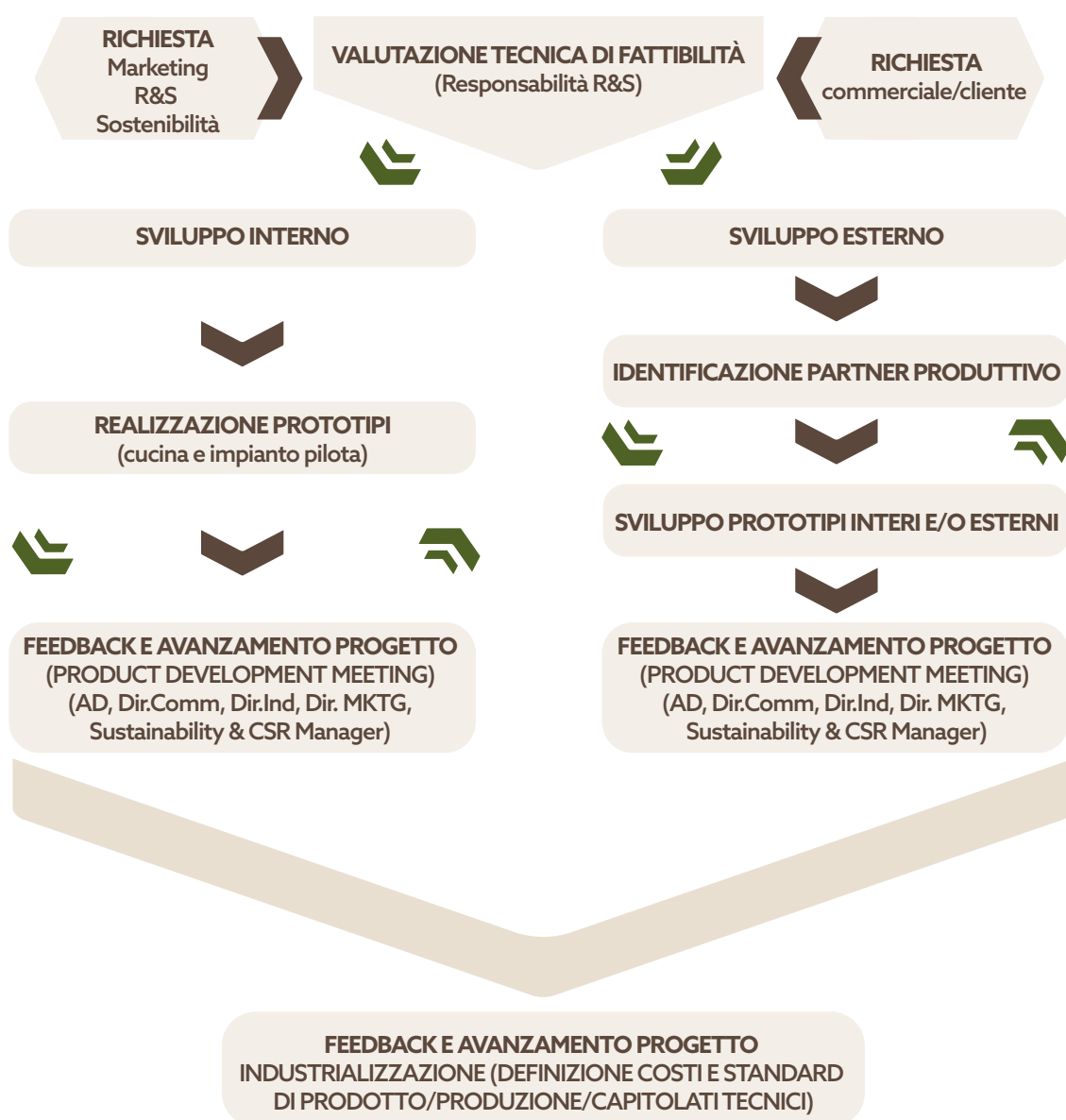
Nel caso dei brand del Gruppo, i prototipi vengono sviluppati nella cucina sperimentale interna o attraverso dei test pilota in produzione o in partnership con fornitori, e vengono poi valutati attraverso i Product Development Meeting: un gruppo di lavoro in cui la Direzione R&S si confronta e discute le proposte con i rappresentanti apicali delle Direzioni commerciale, industriale, marketing, alla presenza anche dell'Amministratore Delegato. Dal 2022 il Consigliere Delegato alla sostenibilità e la CSR & Sustainability manager partecipano ai lavori contribuendo ad integrare le priorità di sostenibilità nelle scelte di innovazione nei prodotti del Gruppo.

L'ATTIVITÀ R&S SUI PRODOTTI

GranTerre pone da sempre attenzione alle esigenze dei consumatori e a rispondere in maniera proattiva ed efficace alle esigenze del mercato, e per tale motivo, ogni anno vengono portate avanti attività di ricerca e sviluppo sui prodotti. In particolare, nel corso del 2022:

- sono stati aperti 144 progetti di prodotto (96 Salumifici GranTerre, 48 Caseifici GranTerre)
- sono state effettuate 1.409 campionature di nuovi prodotti/ricette (1.298 Salumifici GranTerre, 111 Caseifici GranTerre)

Il processo per lo sviluppo di nuovi prodotti



Collaborazioni con Università, Centri di Ricerca ed Istituti

Nel corso degli anni, la R&S di Gruppo ha avviato numerose collaborazioni con Università, Centri di ricerca ed Istituti del territorio. In particolare, nel 2022 sono state avviate iniziative con l'Università di Bologna, l'Università degli Studi di Parma, l'Università di Modena e Reggio Emilia e l'Università di Piacenza relativamente alla sicurezza alimentare e al miglioramento e studio della shelf-life dei salumi e sull'eliminazione dei conservanti nei salumi stagionati.

GranTerre ha avviato anche collaborazioni attive con l'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia-Romagna "Bruno Ubertini" e con la Stazione Sperimentale dell'Industria e delle Conserve di Parma (SSICA) sui test e le validazioni di processo e di prodotto in relazione ai prodotti senza nitriti.

Il Gruppo intrattiene continui rapporti e tavoli di confronto con il CONAI, il Consorzio Nazionale Imballaggi, sull'ambito dell'etichettatura e della valutazione di riciclabilità dei packaging. A supporto dell'impegno per lo sviluppo di packaging sostenibili, GranTerre è socio dell'Istituto Italiano di Imballaggio. Nell'ambito del miglioramento della riciclabilità dei packaging, la R&S si confronta e richiede analisi di supporto a laboratori specifici di analisi dei materiali.

LE COLLABORAZIONI DEL GRUPPO



UNIMORE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA



UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore



ISTITUTO ZOOPROFILATTICO SPERIMENTALE
DELLA LOMBARDIA E DELL'EMILIA ROMAGNA
"BRUNO UBERTINI"
ENTE SANITARIO DI DIRITTO PUBBLICO



SSICA
STAZIONE SPERIMENTALE PER L'INDUSTRIA DELLE CONSERVE ALIMENTARI - FONDAZIONE DI RICERCA



CONAI
CONSORZIO NAZIONALE IMBALLAGGI

Caseifici GranTerre: qualità e innovazione con i marchi Parmareggio e Agriform

Da anni Caseifici GranTerre ha fondato la propria strategia su fattori quali l'innovazione, la distintività, l'eccellenza dei propri prodotti. Con l'ingresso di Agriform nel 2021 Caseifici GranTerre è diventata un polo di riferimento nel mercato dei formaggi stagionati, sia in Italia che all'estero, grazie all'unicità delle filiere, la forza delle reti commerciali, nonché la comune e forte base cooperativa.





IL PROGETTO PARMAREGGIO

Il Progetto Parmareggio, iniziato nel 2006 con il preciso intento di creare una marca nel mondo indifferenziato del Parmigiano Reggiano, ha portato Caseifici GranTerre ad essere un riferimento per il consumatore nel mercato del Parmigiano Reggiano e la prima azienda del settore ad avere comunicato i valori della propria marca attraverso una campagna televisiva, con i Topolini Parmareggio. La capacità di innovazione che in questi anni ha permesso all'azienda di sviluppare una gamma di prodotti che possono rispondere alle esigenze del consumatore ed a nuove occasioni di consumo del Parmigiano Reggiano, ha portato Parmareggio ad evolversi ulteriormente. Con il tempo Parmareggio è diventato uno specialista multiprodotto, estendendosi in categorie affini e in prodotti "a base di Parmigiano Reggiano", come dimostra il successo de L'ABC della Merenda: la prima merenda completa ed equilibrata studiata per garantire ai ragazzi il corretto apporto di vitamine, carboidrati, proteine e grassi, e la giusta quantità di energia e nutrienti necessaria per sostenere le attività di studio, gioco e sport, in modo naturale e senza appesantire.

La strategia di Parmareggio si sviluppa oggi nei seguenti segmenti:

- Il Parmigiano Reggiano come condimento: grattugiato
- Il Parmigiano Reggiano utilizzato come alimento: pezzi, snack e merende
- Il Parmigiano Reggiano utilizzato come base per la creazione di nuovi prodotti: freschi, formaggini e fettine
- Prodotti derivanti dalle materie prime provenienti dai caseifici emiliani, selezionate e garantite da Parmareggio: burro e mascarpone



AGRIFORM E LA NUOVA GAMMA PER LA DISTRIBUZIONE ITALIANA

Nel 2021, in seguito all'integrazione con Parmareggio, Agriform è diventato un marchio di Caseifici GranTerre, che ha avviato un percorso di valorizzazione dedicato. A inizio 2022 è stata presentata una nuova proposta dedicata alla Grande Distribuzione italiana, un'offerta di prodotti a marchio Agriform e Oro del Tempo: 17 referenze di Grana Padano DOP e 4 specialità DOP venete in tanti formati diversi, studiate per soddisfare ogni esigenza di gusto e di qualità.

Protagonista di queste proposte è il Grana Padano DOP, grazie a una selezione di articoli in grado di presidiare le stagionature più importanti, nei formati più adatti alle tendenze attuali i pack sono pensati per una clientela in cerca di praticità e funzionalità. L'offerta di Grana Padano include eccellenze come il brand QUOTA 1000, riservato al Grana Padano DOP proveniente da selezionati caseifici della Lessinia posti a circa 1.000 metri di altezza: la biodiversità dei pascoli della Lessinia si ritrova nel latte di altissima qualità che viene lavorato da mani esperte secondo rituali che si tramandano da generazioni.

Le referenze che rappresentano il vertice della qualità di gamma sono contrassegnate dal brand Oro del Tempo. Nel Grana Padano questo pregio è garantito dalla rigorosa selezione interna effettuata sulle migliori forme con stagionatura oltre 20 mesi che il Consorzio marchia come Riserva.

A completare la gamma troviamo infine l'Asiago e il Piave, due specialità DOP venete fortemente rappresentative del territorio in cui i marchi Agriform e Oro del Tempo affondano le proprie radici. L'Asiago DOP Fresco, originario dell'omonimo altopiano delle Alpi Venete, è un formaggio da tavola dal sapore delicato e gradevole con un piacevole aroma di latte fresco. Il Piave DOP, prodotto in provincia di Belluno, con latte locale di alta qualità, senza coloranti e conservanti, è invece un formaggio dal sapore dolce e ricco, che acquista personalità con l'avanzare della stagionatura.



NUOVO LANCIO 2022: SNACK&VAI AD ALTO CONTENUTO PROTEICO

In linea con i trend attuali e per rispondere alle esigenze del moderno consumatore, a settembre 2022 GranTerre ha lanciato un nuovo kit della gamma Snack&Vai: Snack&Vai ad alto contenuto proteico, appositamente studiato da Caseifici GranTerre in collaborazione con l'esperto in nutrizione Dott. Giorgio Donegani, per rispondere al fabbisogno energetico e proteico giornaliero sia di un adulto medio che di uno sportivo. Lo Snack&Vai ad alto contenuto proteico si compone di uno Snack di Parmigiano Reggiano da 17g, 100% naturale, che unisce bontà e naturalezza ad un'elevata digeribilità e valore nutritivo, e di una barretta di bresaola da 25g, che racchiude tutto il gusto della tradizione in un innovativo e pratico formato. Lo Snack&Vai ad alto contenuto proteico è senza zuccheri, senza lattosio e senza glutine, fonte di calcio e zinco e ricco in fosforina: è una promessa di gusto e benessere garantita da due grandi brand, Parmareggio e Liberamente Casa Modena.

Anche lo Snack&Vai ad alto contenuto proteico, come il resto della gamma, è realizzato in carta certificata FSC® a sostegno della gestione responsabile delle foreste.



SALUMIFICI GRANTERRE: INNOVAZIONE, TRADIZIONE E QUALITÀ

Negli anni Salumifici GranTerre ha lanciato sul mercato molti prodotti innovativi che – nel caso dei Teneroni - hanno dato vita a veri e propri nuovi segmenti. Con i prodotti Liberamente Casa Modena invece, Salumifici GranTerre sperimenta sempre nuove ricette per rispondere alle esigenze dei consumatori più attenti ad una dieta povera di grassi e sale.

TENERONI CASA MODENA: QUALITÀ, GUSTO E BILANCIAMENTO NUTRIZIONALE

I Teneroni sono stati lanciati sul mercato nel 1998 e sono nel tempo diventati un'icona italiana dei secondi piatti pronti freschi. Oggi Teneroni è leader di mercato nella categoria dei piatti pronti freschi con una quota del 18,2%⁴, mentre nella segmentazione della base prosciutto cotto raggiunge la quota del 70%. Nel corso degli anni Teneroni si è costruito un'identità solida e rassicurante, che ha trasformato l'Originale hamburger di prosciutto cotto riconosciuto tutt'oggi come unico, in una gamma con elevate potenzialità di diversificazione. Mostrano importante crescita le referenze più recenti che completano la gamma come l'hamburger al vitello e al Parmigiano Reggiano Parmareggio che valorizzano la nostra offerta e aiutano le oltre 2,5 milioni di famiglie⁵ che consumano Teneroni a diversificare il pasto nella settimana.



La semplicità del prodotto, il contenuto del servizio offerto e l'esperienza di Teneroni hanno favorito l'allargamento del target anche verso i più piccoli con una referenza dedicata: i Teneroni Baby. Per tutto il 2022 è stata mantenuta una nuova licenza molto apprezzata dai piccoli consumatori, Masha&Orso, prima licenza a target prescolare sul mercato.

Il 2022 è stato un anno importante in termini di investimento sull'innovazione di prodotto del brand Teneroni, che ha impegnato le direzioni marketing e R&S sull'ideazione di nuovi concetti di prodotto. La strategia del brand tracciata vede

la costruzione di un family brand con un'identità e un

appeal allargato a tutta la famiglia, da qui l'esigenza di sviluppare prodotti nuovi – sul mercato dal 2023 - che possano generare nuove occasioni di consumo e in linea ai nuovi trend di mercato.

Sempre nell'area delle occasioni di consumo, completano l'offerta Teneroni le Merende con 4 referenze che coprono i principali segmenti sui salumi: la referenza core con dischetti al prosciutto cotto i crostini all'olio d'oliva e il frullato 100% frutta alla pesca e la linea dei panini farciti, con la brioche con salame gran Magro il panino al latte con prosciutto cotto e formaggio e la baguette crudo e formaggio sempre completi di bevanda.

La linea Teneroni pone un focus anche sulla sostenibilità del packaging: da alcuni anni la confezione di Hamburger Teneroni prevede una vaschetta realizzata con il 44% di plastica riciclata, e una pellicola superiore proveniente solo da fonti certificate FSC® e riciclabile nella carta. Nelle merende Teneroni, l'astuccio è in cartoncino riciclabile e con il 90% di carta riciclata.

4 dati NielsenIQ at dicembre 2022

5 dati consumer GFK aprile 2022



LIBERAMENTE: L'INNOVAZIONE CASA MODENA AL SERVIZIO DI GUSTO E BENESSERE

LiberaMente Casa Modena nasce nel 2013 con l'obiettivo di offrire salumi buoni e gustosi come quelli della tradizione, ma con un ridotto quantitativo di grassi e, in alcuni casi, anche di sale.

La linea oggi si compone di sei referenze a libero servizio, quattro al banco taglio e una tipologia di Snack & Vai LiberaMente con salame Gran Magro. All'interno della gamma degli affettati in vaschetta i top sellers sono il prosciutto cotto di Alta Qualità magro con solo il 2% di grassi, il tacchino arrosto con solo l'1% di grassi e il -25% di sale e la mortadella di pollo, prima referenza nel segmento della mortadella, con il -60% di grassi.

Nel 2022 GranTerre ha lavorato per rendere la linea LiberaMente ancora più vicina ai bisogni dei consumatori valorizzando e allargando i benefici del brand attraverso l'inserimento di nuovi claim: fonte naturale di proteine, zinco, selenio e vitamine B6.



LiberaMente Casa Modena è anche fortemente caratterizzato da una comunicazione attenta ad accompagnare i consumatori verso stili di vita ed alimentazione corretti ed equilibrati. Sul sito dedicato il consumatore può trovare una sezione "Lifestyle" in cui vengono presentati semplici ma importanti consigli per vivere e mangiare meglio, nonché accedere alla sezione LiberaMente attivi, dove sono disponibili video e podcast a tema sport e alimentazione.

Un altro punto di forza del brand è l'attenzione all'ambiente. Negli anni è stato portato avanti un importante lavoro di Ricerca e Sviluppo Packaging per migliorare l'impatto che le confezioni hanno sull'ambiente⁶.

Grazie all'attenzione sia sul prodotto che sul pack, LiberaMente oggi può vantare un parco famiglie trattanti di 3,6 milioni, in costante sviluppo⁷.

⁶ Per approfondimenti sugli impatti ambientali del packaging si rimanda al capitolo 6.

⁷ Fonte: GfK consumer panel, Marzo 2022



PREMIO FOOD

Anche nel 2022 il brand Parmareggio ha conquistato il prestigioso premio Miglior Prodotto Food nella categoria Snack & Aperitivo con L'ABC della merenda con Dischetti al Formaggio, consegnato durante la cerimonia di premiazione che si è svolta a marzo all'interno dell'evento Food Match 2022.

PREMI FORMAGGI&CONSUMI AWARDS

Il 4 maggio 2022, in occasione di Cibus, si è svolta la cerimonia di premiazione della 13° edizione del Formaggi & Consumi Awards, i premi dell'eccellenza assegnati dal retail alle aziende del settore che si sono distinte nell'ideazione e realizzazione di attività di marketing e comunicazione. I riconoscimenti sono stati attribuiti da una giuria qualificata composta da buyer di GD e DO, normal trade e operatori del settore alimentare. Caseifici GranTerre con il brand Parmareggio ha ricevuto nel 2022 tre importanti riconoscimenti:

- Miglior Spot TV, con lo spot dei Topolini dedicato alle Eccellenze Parmareggio (Parmigiano Reggiano 30 Mesi, 40 Mesi, Vacche Rosse, Vacche Brune, Parmigiano di Montagna e Bio), programmato a ottobre 2021 su Rai, Mediaset, Sky, Discovery e tutte le principali reti del digitale terrestre.
- Miglior Materiale POP, dedicato alla promozione "Premiatissimo Te" che ha coinvolto le gamme L'ABC della merenda Parmareggio e Teneroni La Merenda di Casa Modena.
- Miglior Iniziativa Charity, con la Valigetta di Parmigiano Reggiano 22 mesi Parmareggio da 850 grammi realizzata per il Natale 2021, dedicata ad una attività benefica, con 1€ donato alla Fondazione Ronald McDonald e al Progetto a sostegno della costruzione della Family Room di Careggi (Firenze).



BRANDS AWARD NEW ENTRY 2022

Il Grana Padano Dop Stick Oro del Tempo, che racchiude in una confezione pratica e innovativa uno stick senza crosta di Grana Padano Dop Riserva stagionato oltre 20 mesi da 125 gr, ha ottenuto lo speciale riconoscimento New Entry di Brands Award, riservato ai prodotti lanciati nei punti vendita della Distribuzione Organizzata da gennaio a maggio 2022. Il Brand Award New Entry è finalizzato a dare visibilità alle novità di prodotto presenti sul mercato della GDO e riconosce il lavoro svolto per coniugare l'eccellenza casearia con le dinamiche della GDO, proponendo prodotti innovativi che sappiano rispondere alle esigenze di un target vasto e diversificato.



IL DIAMOND TASTE AWARD

Il Piave DOP Oro del Tempo è stato premiato da una giuria composta da oltre 200 chef e sommelier - tra cui chef stellati Michelin, Meilleur Ouvrier de France e chef per Presidenti e famiglie Reali - con il prestigioso Diamond Taste Award. Il premio viene conferito da International Taste Institute ai prodotti che ricevono il Superior Taste Award con la valutazione massima di tre stelle per sette volte in dieci anni.

WORLD CHEESE AWARDS

World Cheese Awards, la più importante competizione internazionale dedicata ai formaggi, si è tenuta il 2 novembre 2022 a Newport, in Galles. Questo evento, in grado di riunire produttori, rivenditori, acquirenti ed esperti gastronomi di tutto il mondo, ha visto la partecipazione di oltre 4.000 formaggi da 42 Paesi, selezionati da una giuria composta da professionisti del settore. Nell'edizione 2022 i formaggi DOP candidati da Caseifici GranTerre hanno conquistato 12 medaglie. Il Parmigiano Reggiano si è riconfermato il formaggio più premiato della competizione e i soci della filiera di Caseifici GranTerre, che hanno partecipato con la Nazionale del Parmigiano Reggiano, si sono aggiudicati ben 10 delle 93 medaglie consegnate per questa DOP. Anche la linea Agriform ha ottenuto importanti riconoscimenti: il Piave Vecchio Selezione Oro del socio Lattebusche ha ricevuto la medaglia Gold, e l'Asiago Dop Fresco Riserva del socio Latterie Vicentine, si è aggiudicato una medaglia Silver e una Bronze.



Packaging innovativi e sempre più sostenibili⁸

Ispirandosi ai principi dell'eco-design, le direttrici su cui la Ricerca & Sviluppo di Gruppo si muove per migliorare il packaging dei prodotti sono focalizzate sulla riduzione degli spessori, l'aumento della quota di riciclato, la riciclabilità, le informazioni ai consumatori sul corretto smaltimento.

Il packaging rappresenta per il settore agroalimentare una delle questioni più complesse: le confezioni devono essere in grado non solo di contenere i prodotti, ma anche di mantenere inalterate le caratteristiche organolettiche, la freschezza ed il colore, proteggendolo dall'atmosfera esterna e dai raggi UV, per tutta la loro shelf-life sino alla data di scadenza. Per garantire il massimo livello delle caratteristiche organolettiche durante tutta la vita commerciale dei prodotti, il Gruppo lavora quotidianamente negli uffici R&S e in partnership con i fornitori di materiali di imballaggio per lo studio di nuove soluzioni sempre più sostenibili dal punto di vista ambientale e capaci di garantire le migliori performance di qualità e sicurezza alimentare oltre che la bontà dei prodotti.

PACKAGING GRANTERRE: UN APPROCCIO BASATO SU INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ



R&S SUL PACKAGING: I NUMERI



22 progetti di innovazione sul packaging avviati nel 2022



Oltre **600** referenze di packaging in plastica e **49** referenze in cartone **migliorate** in ottica di sostenibilità tra il 2020 e il 2022



80% dei cartoni acquistati nel 2022 raggiungono l'obiettivo fissato sulla quota di riciclato pari al **70%**

⁸ Per l'approfondimento degli impatti ambientali legati ai materiali per il packaging si rimanda al Capitolo 6

La sostenibilità tra i criteri nella nuova procedura di sviluppo packaging

Nel 2022 è stata definita la nuova procedura per lo sviluppo e la validazione dei packaging primari e secondari usati per tutti i prodotti del Gruppo. La nuova procedura specifica che i nuovi packaging vengono progettati tenendo conto degli obiettivi di sostenibilità sul packaging definiti nel Piano di Sostenibilità del Gruppo. In particolare, la procedura definisce alcune leve di sostenibilità del packaging da analizzare e valutare in fase di sviluppo con riferimento a: riduzione del contenuto di plastica, semplificazione della struttura del materiale, eliminazione di una o più componenti della struttura del multistrato, quantità di riciclato nella struttura, maggiore riciclabilità del materiale, compostabilità, utilizzo di materia prima di origine rinnovabile. L'analisi si basa anche sui possibili interventi sulla forma del packaging, in ottica di eco-design, e sulla valutazione dell'impatto ambientale del packaging⁹.

CONAI premia il packaging sostenibile di GranTerre

GranTerre ha ottenuto anche nel 2022, come nei due anni precedenti, un riconoscimento nell'ambito del "Bando CONAI per l'eco-design degli imballaggi 2022", che premia le soluzioni di packaging più innovative e ecosostenibili immesse sul mercato. GranTerre ha visto premiati due progetti: l'incarto compostabile del Burro Parmareggio e il nuovo cartone espositore pezzo unico pretagliato¹⁰.



Coop4food: GranTerre tra i partecipanti al programma cooperativo di open innovation per lo sviluppo sostenibile

Nel 2022 GranTerre ha partecipato con due suoi rappresentanti al percorso Coop4Food 2030, il primo programma di open innovation per lo sviluppo sostenibile della filiera cooperativa agroalimentare, promosso da Coopfond in collaborazione con Legacoop Agroalimentare, Legacoop Produzione e Servizi, ANCC e AlmaVico, il Centro Universitario per la Formazione e la Promozione dell'Impresa Cooperativa.

Dopo le attività di formazione in aula e on line previste dal corso in Food Innovation Management a cura della Business School dell'Università di Bologna, i rappresentanti delle 15 imprese della filiera cooperativa agroalimentare coinvolte nel percorso hanno partecipato ad un Bootcamp al Paideia Campus di Pollica, nel Cilento. Il Bootcamp, organizzato in collaborazione con il Future Food Institute, ha previsto tre giornate di lavoro con l'obiettivo di esplorare modelli di sviluppo sostenibile, incentivare la cooperazione tra le cooperative che hanno aderito al programma e supportare le progettualità di open innovation proposte dai partecipanti al corso.



⁹ Per approfondimenti sugli impatti ambientali del packaging si rimanda al capitolo 6

¹⁰ Per approfondimenti sui due progetti si rimanda al capitolo 6

3.3 Qualità e sicurezza alimentare

Assicurare i più elevati standard di qualità e sicurezza alimentare ai clienti e ai consumatori finali è tra le priorità del Gruppo, impegnato nel garantire un prodotto eccellente, che si contraddistingue sul mercato per gusto e qualità

Per garantire adeguati standard di qualità e sicurezza alimentare il Gruppo ha implementato un articolato e complesso sistema di controllo qualità in tutti gli stabilimenti, presidiati dagli uffici Controllo Qualità delle due aziende del Gruppo. I controlli prevedono:

- audit sui fornitori;
- controlli e verifiche sull'intero processo produttivo;
- analisi di laboratorio su materie prime, processo produttivo e prodotto finito.

Il Gruppo investe importanti risorse per lo svolgimento dei controlli, con l'intento di fornire un prodotto sicuro e di qualità, oltre che buono e accessibile a tutti. Inoltre, in aggiunta ai controlli interni e agli audit su fornitori e conferenti, le aziende del Gruppo sono sottoposte a numerosi audit da parte di clienti ed enti certificatori.

A testimonianza della trasparenza, dell'impegno e della qualità dell'offerta, il Gruppo possiede per le due società, i 18 stabilimenti e la base logistica numerose certificazioni volontarie di prodotto e processo relative alla sicurezza alimentare e alla qualità¹¹.

	Controlli sui fornitori	Controlli interni	Controlli DOP-IGP	Altri controlli esterni
Caseifici GranTerre	7	1268	1208	87
Salumifici GranTerre	50	1620	1029	801

Nel 2022 circa 9 milioni di controlli a garanzia del consumatore tra controlli su prodotti, verifiche sugli ambienti di lavoro, controlli analitici su materie prime e prodotti finiti e controlli in accettazione materie prime e materiali sussidiari



¹¹ In appendice del presente capitolo è disponibile il dettaglio di tutte le certificazioni di prodotto e processo in possesso del Gruppo e dei diversi stabilimenti



Sistema qualità e sicurezza alimentare di Caseifici GranTerre

Caseifici GranTerre svolge periodiche attività di audit presso i caseifici che conferiscono al Gruppo, mentre la qualità delle forme ricevute è per la maggior parte certificata dai Consorzi delle DOP, che autenticano le proprietà organolettiche e le caratteristiche tipiche di un prodotto di origine protetta. Inoltre, sono verificate anche le attività di carico e scarico delle forme al fine di garantire l'integrità dell'aspetto merceologico. Ulteriori analisi vengono svolte sulle proprietà organolettiche per definire se il prodotto è idoneo alla lavorazione, oltre a controlli eseguiti durante le fasi di lavorazione e semi-lavorazione delle forme. I controlli svolti sono riepilogati in un codice a barre riportato sul prodotto, come le condizioni igienico sanitarie del mezzo di trasporto utilizzato per il conferimento delle forme.

CASEIFICI GRANTERRE

oltre 1.280 controlli ufficiali nel 2022



1.208 controlli
nel progetto sorveglianza DOP
tra audit durante le produzioni (1100)
e prelievi di sorveglianza durante le produzioni (108)



oltre **15 ispezioni e prelievi ufficiali**
presso gli stabilimenti



27 ispezioni relative a
normativa volontaria e clienti



45 prelievi ufficiali sul mercato



Sistema qualità e sicurezza alimentare di Salumifici GranTerre

Salumifici GranTerre svolge numerose analisi sulle materie prime che verranno lavorate durante il processo produttivo per verificare i requisiti richiesti ai fornitori. Per lo svolgimento delle analisi, l'azienda si avvale anche di un laboratorio interno accreditato UNI CEI EN ISO/IEC 17025-2017.

L'azienda è dotata di sale di affettamento di ultima generazione con accesso limitato e ricircolo forzato di aria superfiltrata in sovra pressione tra cui 12 linee dedicate ai salumi cotti in classe 100 - ISO 5, chiamate "camere bianche", in cui viene ridotta al minimo la contaminazione ambientale. Queste misure creano le condizioni ambientali necessarie per mantenere intatte le caratteristiche organolettiche dei cibi confezionati, ottenendo così una maggiore conservabilità.

SALUMIFICI GRANTERRE:
oltre 1600 controlli ufficiali nel 2022



1.029 controlli
nel progetto sorveglianza DOP-IGP
tra audit durante le produzioni (circa 800)
e prelievi di sorveglianza durante le produzioni (oltre 200)



oltre **460 ispezioni e prelievi ufficiali**
presso gli stabilimenti



209 ispezioni relative a
normativa volontaria e clienti



132 prelievi ufficiali sul mercato

Etichettatura e certificazioni di qualità

La chiara informazione al consumatore è una delle priorità di GranTerre, che si impegna a comunicare tutte le informazioni utili relative al prodotto attraverso un'etichettatura chiara, trasparente ed esaustiva per tutti i suoi prodotti a marchio, collaborando con i clienti per le informazioni relative ai prodotti private label. Nel rispetto delle normative vigenti, nelle confezioni dei prodotti del Gruppo, quando richiesto per legge e/o dal cliente, si trovano informazioni relative alla tracciabilità, all'origine delle materie prime, ai valori nutrizionali e agli ingredienti, con particolare riferimento agli allergeni. L'attenzione alla chiarezza delle etichette è di fondamentale importanza per il Gruppo, che da sempre è impegnato nel garantire la massima trasparenza ai consumatori.

L'etichetta è lo strumento attraverso cui il Gruppo comunica con trasparenza il proprio impegno per la qualità, accompagnando il consumatore in una scelta completa e consapevole. Per garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti del Gruppo, sono stati effettuati controlli su oltre 2.200 categorie di prodotto nel 2021 e 2.888 nel 2022, che hanno rilevato l'assenza di non conformità. Per il biennio 2020-2021, il Gruppo non ha registrato nessuna non conformità con le normative e/o i codici di auto-regolamentazione riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi, mentre nel 2022 è stato riscontrato un solo caso di non conformità rilevato su segnalazione dei consumatori. Infatti, la rilevazione della presenza di un corpo estraneo all'interno di un prodotto, a cui sono seguiti una serie di controlli su dei controcampioni, ha fatto sì che si provvedesse al richiamo dell'intero lotto, senza conseguenze per i consumatori. Nel triennio 2020-2022, il 100% dei prodotti del Gruppo soddisfa i requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi ed è stato riscontrato un solo caso di non conformità con le normative, legato al prodotto ritirato sopra citato. Nel triennio considerato, il Gruppo non ha registrato casi di non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di marketing, tra cui pubblicità, promozione e sponsorizzazioni.

Le certificazioni di cui Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre sono in possesso evidenziano la costante attenzione verso le tematiche di qualità e sicurezza. Le certificazioni BRC e IFS sono ottenute a livello di Gruppo. Inoltre, Caseifici GranTerre ha ottenuto la certificazione ISO 22000:2018 in due dei quattro stabilimenti. Gli stabilimenti di Caseifici GranTerre hanno la certificazione di prodotto "Biologico" mentre la base logistica di Interporto (BO) ha la certificazione per "Prodotto Biologico in transito".



LE CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ E SICUREZZA DEL GRUPPO¹²

Certificazioni qualità e sicurezza alimentare



BRC

Grade: AA

È una delle certificazioni riconosciute dal Global Food Safety Initiative (GFSI), e certifica che i prodotti del brand sono prodotti in accord con gli standard di qualità e in compliance con dei requisiti minimi.

International Features Standard Food

Grade: Higher Level

È una delle certificazioni riconosciute dal Global Food Safety Initiative (GFSI), e certifica la sicurezza e la qualità dei prodotti alimentari e dei processi di produzione.

Food Safety Management

È uno standard applicato su base volontaria dagli operatori del settore alimentare. Lo standard è basato sui principi dell'HACCP definiti dal Codex Alimentarius, ed è allineato con i precedenti ISO 9000 e ISO 14000.

¹² In appendice del presente capitolo è disponibile il dettaglio di tutte le certificazioni di prodotto e processo in possesso del Gruppo e dei diversi stabilimenti

APPENDICE: LE CERTIFICAZIONI DI GRANTERRE

	Sito	BRC	IFS FOOD	IFS LOGISTIC	FSSC 22000	ISO 22000	QS	USDA	FDA	NATO	PRODOTTO BIOLOGICO	ISO 45001	ISO 14001	ISO 17025
Caseifici GranTerre	BUSSETO	X	X					X			X	X		
	SOMMACAMPAGNA		X		X			X			X	X		
	MODENA	X	X			X		X			X	X	X	
	MONTECAVOLO	X	X			X		X	X			X	X	
Salumifici GranTerre	MODENA	X	X				X			X		X	X	
	SAN CANDIDO	X	X				X	X		X		X	X	
	BAGNORE	X	X									X		
	NOCETO	X	X				X			X		X	X	
	REGGIO EMILIA	X	X				X			X			X	
	CHIUUSA - PUTZEN	X	X				X					X	X	
	LANGHIRANO	X	X					X		X		X	X	
	REGGELLO	X	X				X			X			X	
	BRESCELLO	X	X										X	
	CHIUUSA - LEITACH	X	X				X			X		X	X	
	SAN DANIELE	X	X					X					X	
	ZOLA PREDOSA	X	X					X					X	
	SALA BAGANZA	X	X					X		X			X	
	INTERPORTO			X			X				X	X	X	
	LABORATORIO ANALISI MODENA													X



4. Approvvigionamento responsabile e valorizzazione della filiera



Siamo la forza dell'unione, tanti soci e un credo condiviso.

Siamo le terre del fare, quelle dei nostri allevatori e produttori, del lavoro operoso, rispettoso della terra e delle generazioni di domani.

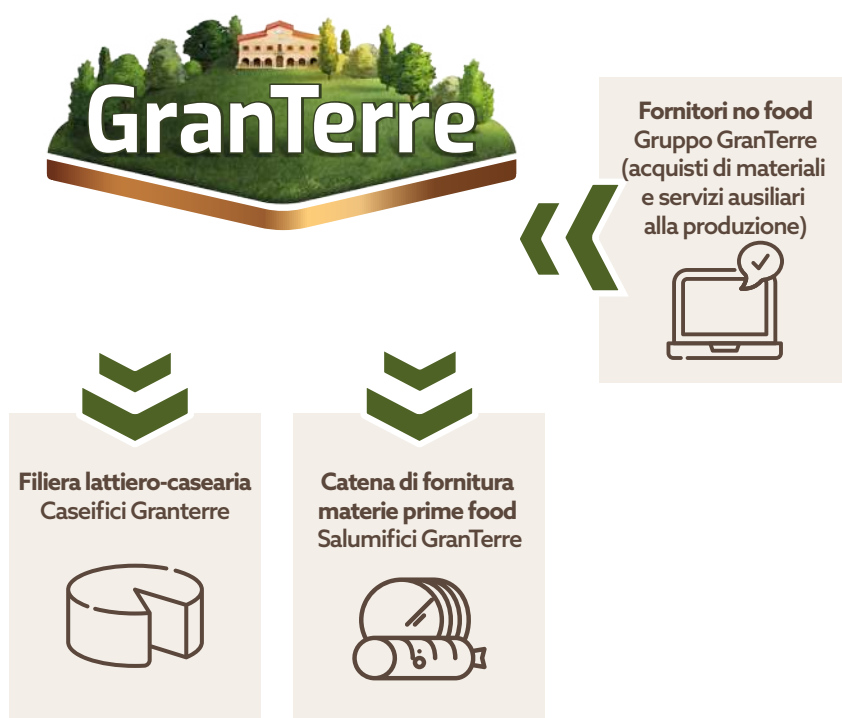


Promuoviamo l'adozione di **comportamenti responsabili** nelle pratiche di approvvigionamento.

Sosteniamo lo **sviluppo della nostra filiera lattiero-casearia** valorizzando gli aspetti connessi alla sostenibilità.

Una delle specificità di GranTerre è la filiera lattiero-casearia, che per il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano è completa dal pascolo alla tavola. La catena di fornitura dei salumi, dei piatti pronti e delle merende è molto articolata e complessa, caratterizzata, al tempo stesso, da relazioni forti e strutturate con fornitori storici e nuove collaborazioni orientate all'innovazione di prodotto e processo. Nella vasta gamma di prodotti DOP e IGP, sia tra i formaggi che tra i salumi, il Gruppo racconta la sua attenzione per materie prime di qualità, tutela di metodi di produzione tradizionali, valorizzazione dei territori.

Il parco fornitori di GranTerre è distinto tra fornitori di materie prime food e fornitori di materiali sussidiari e servizi: dai primi vengono acquistate materie prime e semilavorati per la produzione, i secondi forniscono materiali e servizi ausiliari allo svolgimento delle attività di business quali, ad esempio, materiali per il packaging, servizi logistici, tecnologia, attrezzature professionali e tecniche. La filiera lattiero-casearia di Caseifici GranTerre e la catena di fornitura di materie prime food di Salumifici GranTerre sono diverse nella composizione e nella gestione per la loro parte legata alle materie prime food, mentre gli acquisti dei materiali sussidiari e dei servizi sono gestiti centralmente a livello di Gruppo.





4.1 Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura

Come affermato nel Codice Etico di Gruppo, la collaborazione con fornitori qualificati per il miglioramento continuo nello sviluppo e nella garanzia di qualità dei prodotti sono obiettivi prioritari.

Nello specifico, GranTerre richiede ai propri fornitori il rispetto dell'eticità, della correttezza commerciale e della legalità e si impegna a favorire la massima diffusione del Codice Etico verso tutti gli stakeholder, fornitori compresi.

Alla base della scelta dei fornitori e dell'acquisto di beni e servizi vi sono valutazioni preliminari obiettive sulla professionalità, onorabilità, competitività, qualità, correttezza, reputazione, sulle competenze e sul prezzo, eseguite dalle funzioni aziendali di ciascuna Società del Gruppo.

57 audit sul campo a fornitori nel 2022



Per garantire il rispetto degli standard richiesti viene svolta periodica attività di monitoraggio delle prestazioni e del mantenimento dei requisiti di qualificazione: nel 2022 sono stati 57 gli audit sul campo a fornitori delle aziende del Gruppo (50 da Salumifici GranTerre, 7 da Caseifici GranTerre, che ha un numero molto più limitato di fornitori esterni alla filiera). Inoltre, i processi di acquisto sono fondati su comportamenti precontrattuali e contrattuali di reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione e sono improntati alla ricerca del massimo valore per il Gruppo e i suoi clienti e alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore. Con questo obiettivo GranTerre si impegna a diffondere il Codice Etico verso tutti i suoi fornitori e ad inserire nei contratti di acquisto clausole finalizzate a prevenire la commissione, anche tentata, dei comportamenti sanzionati dal disposto del D.Lgs n. 231/2001.

Nel caso in cui il fornitore, durante lo svolgimento delle proprie attività, adotti comportamenti non in linea con i principi generali del Codice Etico, il Gruppo è legittimato a prendere opportuni provvedimenti fino a precludere eventuali altre occasioni di collaborazione. I fornitori del Gruppo devono altresì assicurare condizioni di lavoro basate sul rispetto dei diritti umani fondamentali, delle convenzioni internazionali e delle leggi vigenti per i propri dipendenti. In particolare, come specificato nel Codice Etico:

- è assolutamente vietato e considerato inaccettabile l'utilizzo del lavoro minorile e l'età dei lavoratori addetti alla produzione non può essere inferiore all'età minima legale ammessa in ciascun Paese;
- lo sfruttamento del lavoro, l'utilizzo di lavoro forzato, di abusi fisici o psichici o di punizioni corporali sono considerati assolutamente inaccettabili e comporteranno l'interruzione immediata di ogni e qualsivoglia rapporto tra il fornitore e il Gruppo;
- la retribuzione e i benefici dei lavoratori utilizzati dai fornitori devono essere conformi alle normative locali, alle leggi e allineati a quanto previsto dalle convenzioni internazionali in materia;
- i fornitori devono garantire che ogni forma di produzione sia effettuata mediante processi di lavorazione che tutelino la salute dei lavoratori in modo appropriato e adeguato ai processi produttivi realizzati.

GranTerre, nel suo percorso di integrazione strategica della sostenibilità, mira a focalizzare sempre di più le proprie scelte di acquisto verso fornitori responsabili con i quali poter sviluppare programmi di miglioramento in ottica ambientale e sociale. Per approfondire la conoscenza del parco fornitori, il Gruppo intraprenderà nel 2023 un percorso di qualifica di un campione di fornitori strategici secondo criteri ESG, reputazionali e legati all'affidabilità economico-finanziaria: questo percorso di qualifica, unitamente alle attività di auditing già presenti, sarà di supporto anche alla valutazione e mitigazione dei rischi lungo la catena di fornitura.

OBIETTIVO 2023

qualifica ESG di un campione di 100 fornitori strategici

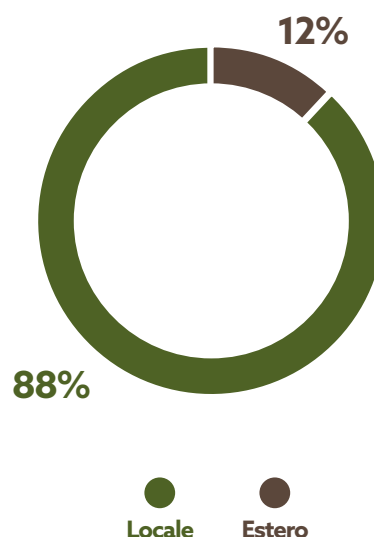
Salumifici GranTerre: partnership con Coop all'insegna della filiera del benessere animale

Salumifici GranTerre è uno dei partner di riferimento di Coop, una delle più importanti realtà della GDO italiana, per la gestione di una specifica filiera suina destinata alla produzione di salumi che si caratterizza per l'attenzione particolare al benessere animale e alla biosicurezza degli allevamenti, aspetti fondamentali correlati anche alla riduzione e razionalizzazione nell'uso di antibiotici e al non utilizzo degli stessi dopo la fase di svezzamento dei suini (certificazione DTP 145 rilasciata da CSQA a Coop Italia). Sono per questo definiti specifici disciplinari di allevamento, con standard di benessere animale a volte superiori a quelli previsti dalle normative di riferimento.

Nel 2022, la base fornitori conta 3.209 realtà. Considerando gli acquisti complessivi effettuati dalle società del Gruppo nel 2022, in Italia e nel resto del mondo, emerge come l'88% della spesa sia stata destinata a fornitori locali¹. A livello di area geografica, per l'Italia l'ammontare è stato pari all'88%, mentre per le società estere del Gruppo il valore del procurato locale si attesta al 99% della spesa totale verso i fornitori². Tali valori risultano in linea rispetto al 2021.

Con riferimento alla fornitura di materia prima per le produzioni di Salumifici GranTerre, nel 2022 gli acquisti sono stati per circa il 22% di carne nazionale, per il 78% di origine UE e lo 0,1% extra UE, in linea con l'anno precedente.

Proporzione di spesa vs fornitori locali/esteri (%), 2022



Spesa sui fornitori (€/000)

	2020			2021			2022		
Totale spesa fornitori effettuate dalle sedi di:	Locale	Estero	Totale	Locale	Estero	Totale	Locale	Estero	Totale
Italia	776.612	106.556	883.168	715.068	97.631	812.699	740.667	100.433	841.100
Sedi estere (Francia, Germania, Austria)	1.268	753	2.021	2.200	19	2.219	2.200	17	2.217
Totale	777.880	107.309	885.189	717.268	97.650	814.918	742.868	100.449	843.317

¹ Il fornitore è considerato locale quando ha sede fiscale nello stesso Paese dell'azienda che compie l'acquisto. Per Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre sono quindi considerati fornitori locali quelli aventi partita iva italiana.

² Il dato delle sedi estere non influisce in maniera significativa sulla percentuale complessiva a causa dei minori volumi commerciali.

Eccellenze del territorio: qualità, sostenibilità e tradizione

CRUDO DI PARMA

FILIERA NAZIONALE E ZERO CONSERVANTI PER IL PROSCIUTTO DOLCE



Il Prosciutto di Parma conta su circa 150 produttori concentrati nella parte est della provincia di Parma, in particolare nella zona di Langhirano, dove anche Salumifici GranTerre produce il Prosciutto Crudo di Parma DOP. Le fasi di allevamento e ingrasso degli animali sono regolate e garantite dal Consorzio di tutela. Per il Prosciutto di Parma viene utilizzato un maiale nato e allevato in 10 regioni del Centro-Nord Italia, esclusivamente di razza Large White Landrace e Duroc, alimentato con cibi di qualità (granoturco, orzo, siero derivato dalla produzione del Parmigiano), di oltre 9 mesi d'età e pesante mediamente 160 Kg. Solo in presenza di questi requisiti, certificati dalla documentazione e dal tatuaggio apposto dall'allevatore, può essere introdotto nel circuito del Parma. È un prodotto completamente naturale, per la cui produzione non si utilizzano né conservanti, né additivi di alcun genere. La salatura è accompagnata da un breve periodo di riposo in celle frigorifere e seguita dal cospargimento di un grasso pregiato, che prende il nome di sugna, ricavata dal maiale. Questo garantisce una lenta asciugatura, che permette di stagionare la coscia per lungo tempo (minimo 12 mesi), aggiungendo poco sale: per questo viene chiamato "prosciutto dolce", per la bassa quantità di sale durante la lavorazione.

SPECK ALTO ADIGE IGP

PRESERVIAMO LA SOSTENIBILITÀ E L'ECCELLENZA DEL TERRITORIO

Salumifici GranTerre oggi è il più grande produttore di speck dell'Alto Adige IGP, con il marchio Senfter, nato in Val Pusteria, a San Candido, dove ancora oggi vengono prodotti speck di altissima qualità con la stessa cura e la stessa dedizione di quasi due secoli fa, seguendo antiche tecniche di lavorazione delle carni e le tradizioni del territorio, secondo un preciso disciplinare. Numerosi fattori concorrono a far diventare lo speck una vera specialità: dall'alimentazione dei suini, alla macellazione e stagionatura della carne. Per lo Speck Alto Adige IGP vengono utilizzate soltanto cosce suine magre, sode e provenienti da allevamenti consoni alla specie. Le cosce vengono selezionate in base a rigorosi criteri di qualità e tagliate secondo metodi tradizionali. Anche le condizioni di trasporto della carne utilizzata come materia prima devono rispettare un rigoroso regolamento. Per la produzione di Speck Alto Adige IGP la lavorazione avviene esclusivamente a partire da cosce suine che sono state macellate in conformità con i controlli previsti: solo così si garantiscono gli elevati standard di qualità della produzione e il sapore specifico dello Speck Alto Adige. Le cosce vengono marchiate con un timbro indelebile che riporta la data d'inizio della produzione, che è il punto di riferimento per successivi controlli e come prova della stagionatura. Inoltre, la marchiatura consente al consumatore finale la tracciabilità del prodotto e assicura che lo Speck Alto Adige IGP sia di alta qualità e che la produzione sia stata controllata severamente. Proprio per garantire la qualità e l'autenticità dello Speck Alto Adige, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige - in cui Salumifici GranTerre siede tra i membri del consiglio direttivo - ha sviluppato in collaborazione con l'Istituto indipendente IFCQ Certificazioni (Istituto Friulano Controllo Qualità), un sistema di controlli che verifica il rispetto di tutti i criteri di qualità in ogni fase della lavorazione dello speck: dalla selezione della carne, fino al prodotto finito.

Nel 2022 Salumifici GranTerre ha partecipato attivamente al percorso per il primo Bilancio di Sostenibilità del Consorzio Speck Alto Adige IGP.





4.2 Sviluppo e monitoraggio della filiera lattiero-casearia

GranTerre pone grande enfasi e massima attenzione alla valorizzazione della sua filiera lattiero-casearia, unica nel suo genere, grande patrimonio di qualità al servizio del consumatore ed enorme ricchezza per i territori di origine.

Caseifici GranTerre è la più grande azienda italiana nel mondo dei formaggi DOP, frutto dell'integrazione nel 2021 tra Parmareggio e Agriform, l'una emiliana e l'altra veneta, leader rispettivamente nel Parmigiano Reggiano DOP e nel Grana Padano DOP: delle oltre 9 milioni di forme di Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP prodotte nel 2022, circa l'8% sono del Gruppo GranTerre (circa 300 mila forme di Grana Padano e 472 mila forme di Parmigiano Reggiano).

Nel suo complesso, la filiera cooperativa lattiero-casearia di Caseifici GranTerre, associa alcuni tra i più importanti caseifici emiliani e veneti e oltre 1300 aziende agricole che fanno capo ai caseifici di Consorzio Granterre e Agriform. Caseifici GranTerre è l'anima industriale e commerciale della filiera: con i suoi quattro stabilimenti stagiona, trasforma e confeziona i formaggi, il burro e il siero per la successiva commercializzazione nei mercati nazionali ed esteri.

Le filiere GranTerre del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano hanno specificità differenti, ma sono accomunate dalla stessa visione e missione: valorizzare l'apporto dei Soci e garantire la qualità massima del prodotto, nel rispetto dei territori di origine e delle persone che contribuiscono lungo tutto il processo.

Il contesto agricolo vive una fase di profondo cambiamento, in cui le imprese agricole sono chiamate a confrontarsi con processi di sviluppo, crescita e ammodernamento che richiedono nuove competenze, strumenti, tecnologie e soprattutto una visione di sistema, necessaria per stare al passo con le evoluzioni del mercato e dei consumi e rispondere con efficacia alle sfide che si determinano. In questo contesto, l'essere parte di una filiera cooperativa è elemento di vantaggio competitivo per i benefici che ne derivano dal punto di vista economico ma anche sociale: una relazione di fiducia e valorizzazione reciproca lega tutti gli attori della filiera, dagli allevamenti agli stabilimenti di trasformazione passando per i caseifici, anello centrale del processo. La storia della filiera del Consorzio Granterre, tra i più significativi esempi di filiera cooperativa agricola a livello nazionale, dimostra come la cooperazione possa essere un'opportunità per le aziende agricole non solo per organizzarsi tra loro, ma anche per aumentare collettivamente le loro opportunità e risorse. È inoltre esempio e stimolo per la democrazia, come dimostra la capacità di promuovere la partecipazione, il rispetto delle regole e l'aggregazione dei soci attorno a dei valori comuni: il rapporto di filiera è basato sulla collaborazione e sulla crescita sinergica in un processo orientato alla massima valorizzazione dell'apporto dei Soci, che si impegnano a conferire un prodotto di altissima qualità.

LE PAROLE CHIAVE DELLA FILIERA GRANTERRE

- Valorizzazione dei soci
- Democrazia e solidarietà
- Massima qualità
- Impatto sociale ed economico positivo sui territori



Una cooperativa è un'associazione di donne e di uomini che si uniscono per formare un'impresa in proprietà e controllata in modo democratico, in cui produrre profitto è solo una parte della storia. Le cooperative mettono le persone prima del profitto. Aiutano anche i loro soci a realizzare le loro aspirazioni condivise, di tipo sociale, culturale ed economico. Una cooperativa è un'impresa sociale che promuove la pace e la democrazia.

FAO – “Le cooperative agricole muovono il mondo”, 2012



LA FILIERA DEL PARMIGIANO REGGIANO E DEL GRANA PADANO GRANTERRE: QUALITÀ E SICUREZZA GARANTITE DAL PASCOLO ALLO SCAFFALE

PRODUZIONE



Pascoli e allevamenti



Allevatori selezionati
e Contratto di conferimento



Caseifici



Prelievi di campioni
ufficiali da enti esterni



Perizia Consorzi DOP

STAGIONATURA, CONFEZIONAMENTO E COMMERCIALIZZAZIONE



Stagionatura



Controllo Qualità
e sistema di monitoraggio



Ricerca & Sviluppo



Prelievi in azienda
da enti esterni



Confezionamento
dei diversi formati



Controlli sulla
conformità di prodotto



Prelievi presso i punti
vendita da enti esterni

PARMIGIANO REGGIANO DOP E GRANA PADANO DOP QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ GARANTITE LUNGO TUTTA LA FILIERA

Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP sono due eccellenze della produzione casearia Made in Italy, di recente riconosciute tra i migliori formaggi al Mondo³. Entrambi seguono un rigido disciplinare di produzione, che tutela e promuove il territorio di origine del latte e delle bovine da latte, la filiera di produzione dal pascolo al confezionamento, il saper fare caseario.

Il Parmigiano Reggiano DOP è prodotto esclusivamente nelle province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna a sinistra del fiume Reno e Mantova a destra del fiume Po: qui si concentrano gli allevamenti in cui le bovine vengono alimentate con foraggi prodotti in quest'area. L'alimentazione degli animali è curata nel rispetto di un regolamento che impedisce l'uso di foraggi insilati, alimenti fermentati e farine di origine animale. I costanti controlli sul latte avviato alla trasformazione hanno l'obiettivo di mantenere alta la qualità e le particolari caratteristiche che consentono al Parmigiano di essere un prodotto del tutto naturale, privo di additivi o conservanti. Il Consorzio Parmigiano Reggiano ha avviato nel 2021 un progetto triennale orientato al miglioramento del benessere animale per aumentare la qualità della vita delle bovine che contribuiscono alla produzione lattiero-casearia, incentivando e responsabilizzando gli agricoltori. Hanno partecipato al progetto il 58% degli allevamenti che rappresentano il 72,5% del latte lavorato per produrre la DOP Parmigiano Reggiano e 200 caseifici su un totale di 305, tra cui molti attori della filiera Caseifici GranTerre. Le valutazioni delle aziende sono state fatte su base volontaria per promuovere un cambiamento nella cultura e nella sensibilità del benessere animale. Otto veterinari sono stati reclutati dal Consorzio, a seguito di una formazione intensiva sui protocolli e sui requisiti di benessere animale da parte del Centro di Referenza Nazionale per il Benessere Animale (CReNBA), il gruppo che conduce un censimento di tutte le aziende agricole coinvolte nella filiera, giudicando le loro prestazioni attraverso visite periodiche in loco. Da un punto di vista zootecnico, gli esiti del censimento permettono di affermare che nella filiera del Parmigiano Reggiano è in corso un significativo percorso di miglioramento del benessere animale. Tenendo presente che il punteggio CReNBA va da 1 a 100 e che 60 rappresenta la sufficienza, nel 2021 gli allevamenti del Parmigiano Reggiano hanno ottenuto un punteggio medio pari a 74,02 contro un 67,2 del 2018, registrando una crescita pari a 6,4 punti⁴.

Il Consorzio Grana Padano DOP pone grande attenzione alla qualità della produzione e alle modalità con le quali si opera quotidianamente per offrire tale qualità, garantendo al consumatore un prodotto sano e genuino. La qualità si ottiene investendo costantemente impegno e risorse nella ricerca e nell'applicazione di azioni che rispettino le norme vigenti in materia, e che valorizzino ogni aspetto delle fasi produttive, dal campo, dalla stalla al caseificio, fino alla stagionatura ed al confezionamento. Il foraggio destinato agli animali, ai sensi del disciplinare di produzione, deve provenire per il 75% della loro sostanza secca dalla zona di produzione del Grana Padano DOP, quindi in aree del Nord Italia dove, come per tutto il territorio nazionale, sono noti i divieti alle colture OGM, come il mais e la soia. L'Assemblea di tutti i soci del Consorzio Tutela Grana Padano, il 21 Aprile 2017 e con impegno confermato anche nelle successive Assemblee 2018 e 2019 ha deliberato di introdurre nel Disciplinare un dispositivo che imponga e misuri il benessere animale in modo oggettivo e definito, individuando criteri finalizzati alla cura, allo stato di salute, alla libertà di movimento, all'accesso al cibo, all'acqua e alla possibilità di pascolo. Tramite i caseifici trasformatori il Consorzio ha richiesto che ogni conferente latte sia sottoposto alla valutazione del Benessere Animale e Biosicurezza secondo la procedura messa a punto dal Crenba dell'Ist. Zooprofilattico Sperimentale della Lombardia e dell'Emilia-Romagna oggi divenuto parte di ClassyFarm.

3 Nella classifica dei 50 migliori formaggi al Mondo, pubblicata da Taste Atlas a Febbraio 2023, il Parmigiano Reggiano è al primo posto, il Grana Padano al quarto.

4 Fonte: Consorzio Parmigiano Reggiano, dati riferiti al 2021 (alla data di chiusura del presente documento non sono ancora disponibili i dati 2022).



PIAVE, ASIAGO E MONTASIO TERRITORIO E QUALITÀ NEI FORMAGGI VENETI DOP

PIAVE DOP

Il Piave DOP è un formaggio duro, a pasta cotta, che si contraddistingue per il suo sapore dolce ed intenso, dall'aroma pieno che ricorda erbe e fiori alpini. È prodotto in provincia di Belluno solo con latte fresco bellunese, sale e caglio: materie prime di qualità superiore per un formaggio ricco di calcio e naturalmente privo di glutine. Il Piave, le cui prime produzioni risalgono agli anni '60, ha ottenuto il riconoscimento DOP dal 2010. Il latte utilizzato viene prodotto, almeno per l'80%, da razze bovine tipiche della zona di produzione con modalità di allevamento che seguono i criteri tradizionali.



ASIAGO DOP

L'Asiago DOP si produce in una zona geografica delimitata: a Vicenza, a Trento e in una parte della provincia di Padova e di Treviso. Per ogni tipologia di Asiago DOP viene scelto il miglior latte fresco della zona di origine, lavorato a poche ore dalla raccolta con la sola aggiunta di caglio e sale. L'Asiago DOP è l'unica denominazione di origine con due tipologie di prodotto che hanno differenti lavorazioni: Asiago DOP Fresco, prodotto con latte intero, dal sapore dolce e delicato e Asiago DOP Stagionato, con latte parzialmente scremato, dal sapore più deciso.



MONTASIO DOP

Il Montasio DOP è un formaggio a pasta dura e cotta, prodotto esclusivamente con latte vaccino. A seconda del periodo di stagionatura si distingue in quattro tipologie: Fresco, Mezzano, Stagionato e Stravecchio. La zona di produzione del Montasio DOP comprende l'intero territorio della regione Friuli-Venezia Giulia, delle province di Belluno e Treviso e parte di quelle di Padova e Venezia, nella regione Veneto. Il Montasio DOP ha un alto valore nutritivo e una composizione equilibrata di acqua, lipidi e proteine, e già a 60 giorni è naturalmente privo di lattosio, grazie al suo tipico metodo di lavorazione.





DEL PARMIGIANO REGGIANO

I Soci cooperatori del Consorzio Granterre, che al 31 dicembre 2022 hanno conferito prodotti alla cooperativa, sono 28, di cui 13 conferenti formaggio, panne e siero e 15 conferenti solo panne. Vi sono inoltre altri 5 Soci cooperatori che nel 2022 non hanno conferito, per cui in totale i Soci cooperatori sono 35. A questi si aggiungono 35 Soci sovventori.

Tra i 13 soci conferenti formaggio (di cui 11 sono Soci ordinari e 2 speciali) 12 conferiscono prodotti freschi ed uno conferisce Parmigiano Reggiano stagionato.

Nel 2022 sono state conferite dai 13 Soci 472.000 forme di Parmigiano Reggiano, pari a circa il 12% della produzione totale del Consorzio Parmigiano Reggiano, oltre a circa 2.900 tonnellate di panne e 242.000 tonnellate di siero.

Il numero totale dei caseifici afferenti ai Soci è 26, collocati nei territori delle province di Modena, Reggio Emilia, Bologna, Parma. In particolare, 17 sono situati in pianura e 9 si trovano in montagna, e tra questi:

- tre producono Parmigiano Reggiano da Agricoltura Biologica;
- uno produce Parmigiano Reggiano NOP (National Organic Program);
- uno produce Parmigiano Reggiano "no OGM" che attesta l'assenza o una ridotta quantità di materie prime geneticamente modificate e Halal;
- uno produce Parmigiano Reggiano marchiato dal Consorzio "Vacche Rosse".

La base sociale dei principali caseifici soci del Consorzio Granterre per il 2022 conta 665 soci, di cui 378 conferenti latte, 56 conferenti foraggio e cereali e 231 sovventori, per un totale di 676 aziende agricole coinvolte.

DEL GRANA PADANO E DEI FORMAGGI DOP VENETI



Grazie al ramo Agriform, Caseifici GranTerre associa nella sua filiera alcuni tra i più importanti caseifici del Nord-Est Italia e della provincia di Piacenza e oltre 600 aziende agricole. I formaggi conferiti dai 5 Soci sono prodotti con il latte del territorio di origine, raccolto da migliaia di allevatori a loro volta soci dei caseifici.

Vengono prodotti quattro formaggi DOP: Grana Padano, Piave, Asiago, Montasio.

La filiera del Grana Padano del Gruppo GranTerre, sul mercato con il marchio Agriform, ha prodotto circa 300.000 forme nel 2022, pari a quasi il 6% del totale della produzione.

LA FILIERA LATTIERO-CASEARIA DI GRANTERRE

1289 allevatori
e aziende agricole

37 Caseifici di 17 Soci

5 Formaggi dop

4 Stabilimenti
di stagionatura
e confezionamento





GRANA PADANO DOP



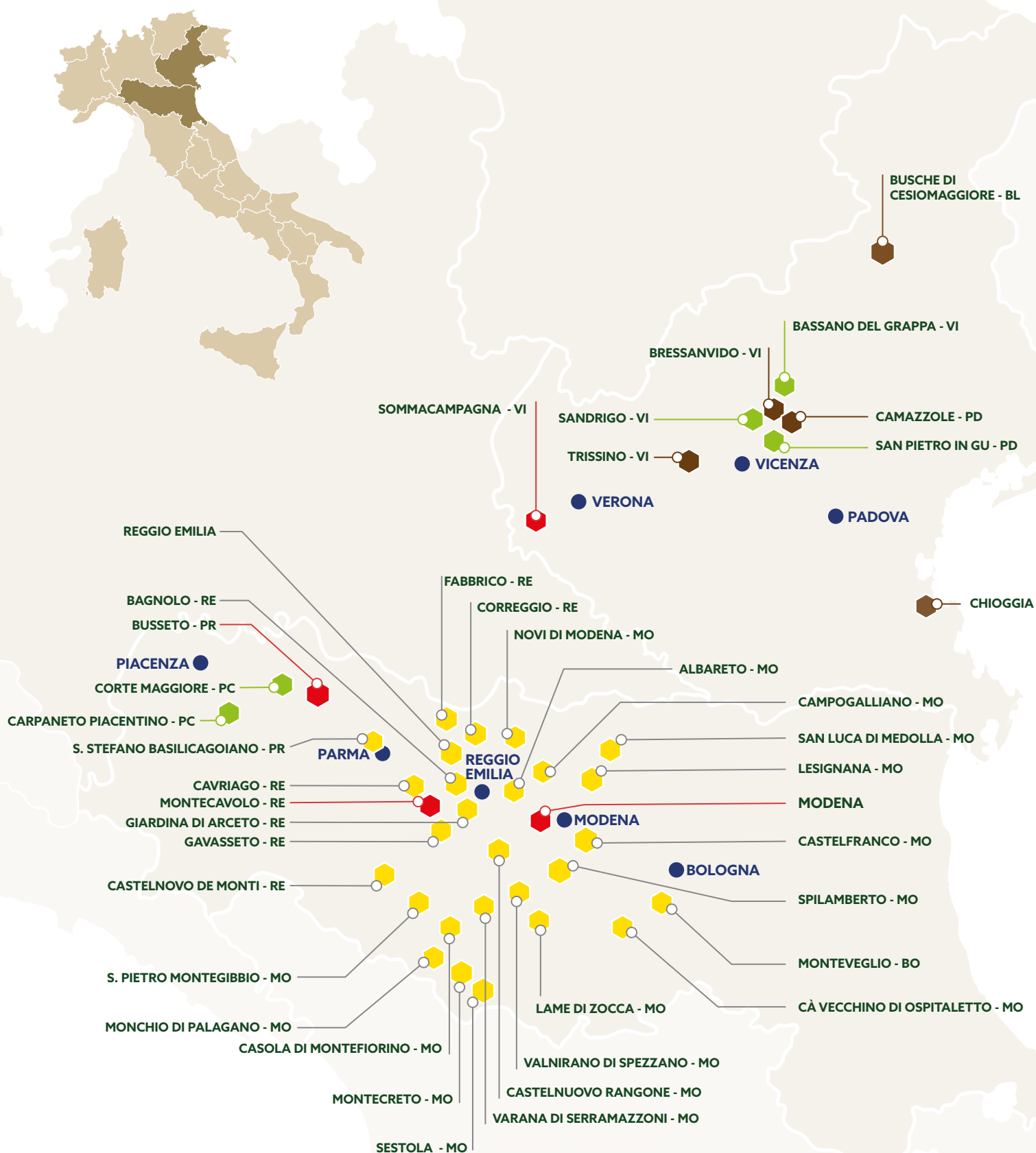
ALTRI FORMAGGI DOP



PARMIGIANO REGGIANO DOP



STABILIMENTI CASEIFICI GRANTERRE



IL VALORE GENERATO DALLA FILIERA DEI FORMAGGI DOP DEL GRUPPO GRANTERRE

MASSIMA VALORIZZAZIONE DEL CONTRIBUTO DEI SOCI

La sostenibilità della filiera passa anche dalla giusta remunerazione del prodotto dei Soci, attraverso meccanismi di definizione del prezzo che garantiscono ai produttori condizioni di maggior favore all'interno di una relazione democratica, solidale, di fiducia e garanzia di affidabilità reciproca, legata anche alla stabilità dei conferimenti nel tempo.

Le commissioni di conferimento del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano

Per la determinazione del prezzo di conferimento del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano sono costituite due apposite Commissioni che hanno appunto il compito di determinare i prezzi e le modalità di conferimento dei due prodotti conferiti dai Soci. Alle due Commissioni partecipano direttamente rappresentanti dei caseifici e si riuniscono ogni due mesi per determinare, in base all'andamento di mercato delle compravendite avvenute, il prezzo di acconto (Prezzo Base) del formaggio marchiato scelto. Il prezzo individuato deve essere condiviso da tutte le parti rappresentate nella Commissione di conferimento formaggio. La Commissione individua i tempi di riferimento per la pesatura, il ritiro ed il pagamento, per ogni bimestre di produzione. Il prezzo base finale è collegato a meccanismi premiali basati sulla qualità del prodotto conferito. In virtù della relazione cooperativa ai Soci vengono destinati annualmente dividendi e ristorno sui conferimenti, aggiuntivi rispetto ai valori di mercato già liquidati in corso d'anno.

SUPPORTO ALLA CRESCITA E ALLO SVILUPPO DI SOCI E CONFERENTI E DI TUTTI GLI ATTORI COINVOLTI

La relazione di filiera genera meccanismi positivi di confronto, collaborazione e crescita tra i consorzi, i caseifici e gli allevatori. Vengono messi a disposizione strumenti specifici e occasioni di formazione e accrescimento delle competenze a favore dei caseifici, specie i più piccoli, e - a cascata - delle aziende agricole.

Consorzio Granterre: operazione di confirming a favore dei Soci

Nella relazione di filiera, vi è forte attenzione al supporto dei fabbisogni dei Soci e della loro crescita. Con questa finalità, Consorzio Granterre ha ottenuto nel 2022 40 milioni di euro da Banca Intesa con un'operazione di confirming, strumento che consente di anticipare, lungo la filiera del Parmigiano Reggiano, la liquidità ottenuta dalle vendite del formaggio. Grazie a questo plafond, Consorzio Granterre può offrire un supporto consistente a tutte le aziende agroalimentari della filiera, in un momento congiunturale particolarmente delicato in termini di reperimento delle materie prime e di elevati costi energetici.

GARANZIA DI QUALITÀ DELLA MATERIA PRIMA E MIGLIORAMENTO CONTINUO

La garanzia di qualità della materia prima è l'impegno alla base della relazione di filiera. Il sistema di controlli e supporto a caseifici ed allevatori organizzato e presidiato da Caseifici GranTerre è orientato ad accompagnare gli attori della filiera verso prestazioni sempre migliori.

Qualità e supporto alla crescita dei Soci lungo la filiera del Parmigiano Reggiano

A seguito della perizia del Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano e sua presa visione (percentuali, sottocategorie, lotti, ecc.), Caseifici GranTerre e Consorzio Granterre determinano, insieme al caseificio, le modalità ed i tempi di espertizzazione (raggiatura ed organizzazione logistica). Il caseificio provvederà alla separazione del formaggio da sbiancare e da rigare ed eventuali correzioni, eseguirà la pulizia/raschiatura del prodotto, in preparazione della perizia dei tecnici di Consorzio Granterre e Caseifici GranTerre, con l'esclusione del prodotto che non sarà oggetto del conferimento (uso negozio, consegna al Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano o a società collegata, ecc.). I tecnici eseguiranno l'espertizzazione con i raggi X del prodotto (progetto "valutazione raggi"), individuando categorie di sottosculto da penalizzare con percentuali, definite dalla Commissione di Conferimento ogni bimestre, sul valore dello sculto. Inoltre, anche grazie alla collaborazione strutturata con un laboratorio analisi specializzato, Artest, i caseifici vengono supportati nel processo di monitoraggio della qualità e della sicurezza dei processi di produzione: questo tipo di affiancamento permette, soprattutto ai caseifici più piccoli, di usufruire di strumenti di analisi che altrimenti non sarebbero accessibili, ma fondamentali per una lavorazione che aspira alla massima qualità possibile.

PROGETTO "LAVORAZIONE"

Il progetto si basa su una "valutazione di lavorazione" che viene gestita in collaborazione con il laboratorio Artest, il quale si occupa di verificare i parametri di standardizzazione dei caseifici. Si tratta di controllare 46 indicatori, il cui rispetto permette di ottenere i migliori risultati possibili sia nella trasformazione del latte, sia nel prodotto finito, partendo dal conferimento del latte nel caseificio e finendo con la stagionatura, fornendo in questo modo un supporto tecnico ai casari. In questo modo è possibile analizzare tutta la filiera produttiva delle forme di Parmigiano Reggiano ed ottenere l'andamento di ogni caseificio, seguendo la percentuale di Non Conformità rilevate.

Un valore basso di percentuale di Non Conformità indica un caseificio che ha lavorato più correttamente, secondo gli standard prefissati, viceversa un valore alto significa che il caseificio si è allontanato dai valori di controllo e dai parametri di riferimento.

PROGETTO "VALUTAZIONE RAGGI"

Il progetto "valutazione raggi" consiste in una tecnica innovativa che permette di identificare in modo preciso il contenuto della forma di Parmigiano Reggiano con un metodo del tutto non invasivo. È infatti possibile ottenere una fotografia interna che evidenzia i possibili difetti interiori. In particolare, attraverso questa tecnica è possibile prevedere la classificazione qualitativa della forma in diverse categorie. Con questo progetto è quindi possibile monitorare le forme di Parmigiano Reggiano, individuando periodicamente o complessivamente la qualità delle forme, il numero di forme con difetti e il numero di correzioni.

CONTRIBUTO ALLO SVILUPPO SOCIO – ECONOMICO DEI TERRITORI

La filiera di Caseifici GranTerre si estende su un'area vasta, che comprende anche territori periferici e montani, in cui la presenza di un caseificio o un'azienda agricola ha un significato importante per il tessuto socio-economico. L'agricoltura praticata in queste aree continua a svolgere un ruolo insostituibile a livello economico, sociale e ambientale: permette di contrastare l'abbandono del territorio, di valorizzare il paesaggio e di conservare il patrimonio di identità e tradizioni locali, genera lavoro buono, integrazione e benessere per le comunità. La filiera cooperativa genera valore per la comunità in particolar modo quando si colloca in territori marginalizzati, perché contribuisce a dare risposta a problemi collettivi: questi elementi permettono infatti di riconoscere in maniera più caratterizzante la "funzione sociale e comunitaria" della cooperativa. Nel caso dei caseifici e delle aziende agricole della filiera lattiero-casearia del Gruppo GranTerre, in molti casi presenti in territori periferici, è evidente il ruolo che negli anni hanno avuto nel costruire un tessuto sociale solido e dinamico, generando ricchezza - non solo economica - e mantenendo vivi territori destinati altrimenti allo spopolamento. Nello specifico, i dati del Consorzio Parmigiano Reggiano mostrano come il Parmigiano Reggiano sia il più importante prodotto DOP ottenuto in montagna: nel 2021 oltre il 20% della produzione totale della DOP si è concentrata negli oltre 87 caseifici di montagna sparsi tra le province di Parma, Reggio Emilia, Modena e Bologna, con 915 gli allevatori coinvolti, per una produzione annuale di 4,35 milioni di quintali di latte. Un'attività preziosissima dal punto di vista sociale per mantenere attiva la dorsale appenninica tra Bologna e Parma grazie al lavoro nelle foraggere e in caseificio⁵.

L'analisi dello stato dell'arte della sostenibilità nella filiera

Nell'ambito del percorso di sostenibilità della filiera avviato in seno al Piano di Sostenibilità, è stata realizzata nel 2022 un'analisi dello stato dell'arte della sostenibilità della filiera, da cui sono emersi interessanti dati relativi all'impatto sociale generato sui territori⁶:

- 750 dipendenti diretti, di cui: 77% uomini, 17% under 30, 23% extracomunitari
- Oltre 1250 occupati indiretti nelle quasi 1000 aziende agricole conferenti
- 14 tra tirocini e apprendistato attivati nel 2021 e 7 assunzioni da tirocinio o apprendistato tra il 2019 e il 2021
- Il 31% dichiara di avere almeno un'iniziativa di welfare aziendale
- Oltre 120 mila euro nel 2021 tra donazioni di prodotto e sponsorizzazioni sportive sui territori
- Quasi un terzo dei Soci dichiara di aver attivato collaborazioni sui territori per progetti di riqualificazione ambientale o culturali

⁵ Fonte: Consorzio Parmigiano Reggiano

⁶ Hanno partecipato all'analisi 13 Soci della filiera GranTerre, con riferimento a 20 caseifici. Anno di riferimento 2021.

“

Le cooperative non sono un'idea nuova, ma sono più che mai importanti per far fronte alle sfide e alle opportunità che ci aspettano nei prossimi decenni. [...] Sono numerose le cooperative che, in tutto il mondo, hanno dimostrato la loro capacità di creare posti di lavoro di qualità a sostegno dello sviluppo sostenibile. Così facendo, le cooperative contribuiscono a realizzare l'Obiettivo 8 sul lavoro dignitoso per lo sviluppo sostenibile, poiché la sussistenza di milioni di persone in tutto il mondo dipende dalle cooperative. Queste ultime possono anche contribuire alla realizzazione di altri obiettivi dell'Agenda 2030, in particolare quelli relativi alla riduzione della povertà, alla lotta contro la fame, all'uguaglianza di genere, e alla pace e alla giustizia. Da diversi decenni le cooperative offrono un modello economico capace di resistere alle crisi. Un modello democratico ed economicamente sostenibile in tutti i settori di attività.

*Guy Ryder, DG Organizzazione Internazionale del Lavoro
Dichiarazione in occasione della Giornata Mondiale delle
Cooperative 2015*

”



5. Impatto positivo sui territori e sulle comunità



Siamo nati per unire le migliori realtà delle eccellenze di salumi e formaggi, espressione di territori vocati, frutto di competenze specifiche.



Diamo supporto e collaboriamo con le comunità locali di riferimento.

Creiamo sviluppo nei territori in cui operiamo, valorizzandoli anche attraverso i prodotti DOP e IGP che produciamo.

VALORI COOPERATIVI



Solidarietà



Responsabilità sociale



Cura degli altri

GranTerre ha forti radici nei territori in cui opera, e grazie alle sue attività d'impresa e a precise scelte di investimento e responsabilità sociale contribuisce a generare valore per le comunità che li abitano.

Alla base del progetto GranTerre vi è un ambizioso progetto di valorizzazione del settore agroalimentare italiano, voluto e sostenuto dal movimento cooperativo, che ha portato alla nascita di un Gruppo orgoglioso della sua matrice cooperativa e del suo legame col territorio di origine, specializzato nelle eccellenze italiane dei salumi e dei formaggi stagionati, in grado di coniugare la comprovata capacità industriale con elevati standard di sostenibilità e di responsabilità sociale.

Il valore generato dal Gruppo e distribuito agli stakeholder evidenzia l'impatto positivo che l'attività delle imprese di GranTerre è capace di generare per l'economia e il tessuto sociale: un impatto generato direttamente su dipendenti, fornitori e pubblica amministrazione e indirettamente attraverso il valore distribuito agli azionisti, che a loro volta – per le loro attività caratteristiche – lo investono in progetti ad alto impatto economico e sociale e di promozione del movimento cooperativo.

Valore economico generato e distribuito, migliaia di euro

MIGLIAIA DI EURO	2022	2021	2020
Valore economico generato	1.483.841	1.318.310	1.084.912
Valore economico distribuito	1.464.732	1.286.317	1.008.890
<i>Costi operativi</i>	1.302.961	1.119.839	878.679
<i>Valore distribuito ai dipendenti</i>	117.880	114.947	108.449
<i>Valore distribuito ai finanziatori</i>	12.061	10.263	10.936
<i>Valore distribuito alla Pubblica Amministrazione</i>	7.681	8.028	9.347
<i>Valore distribuibile agli azionisti</i>	21.841	31.005	-
<i>Valore distribuito alla comunità</i>	2.308	2.235	1.479
Valore economico trattenuto	19.108	31.993	76.023

Il valore generato dal Gruppo è stato pari a 1,48 miliardi di euro. Il valore trattenuto nell'impresa è di 19,1 milioni di euro, ed è costituito principalmente da ammortamenti, accantonamenti e rimanenze.

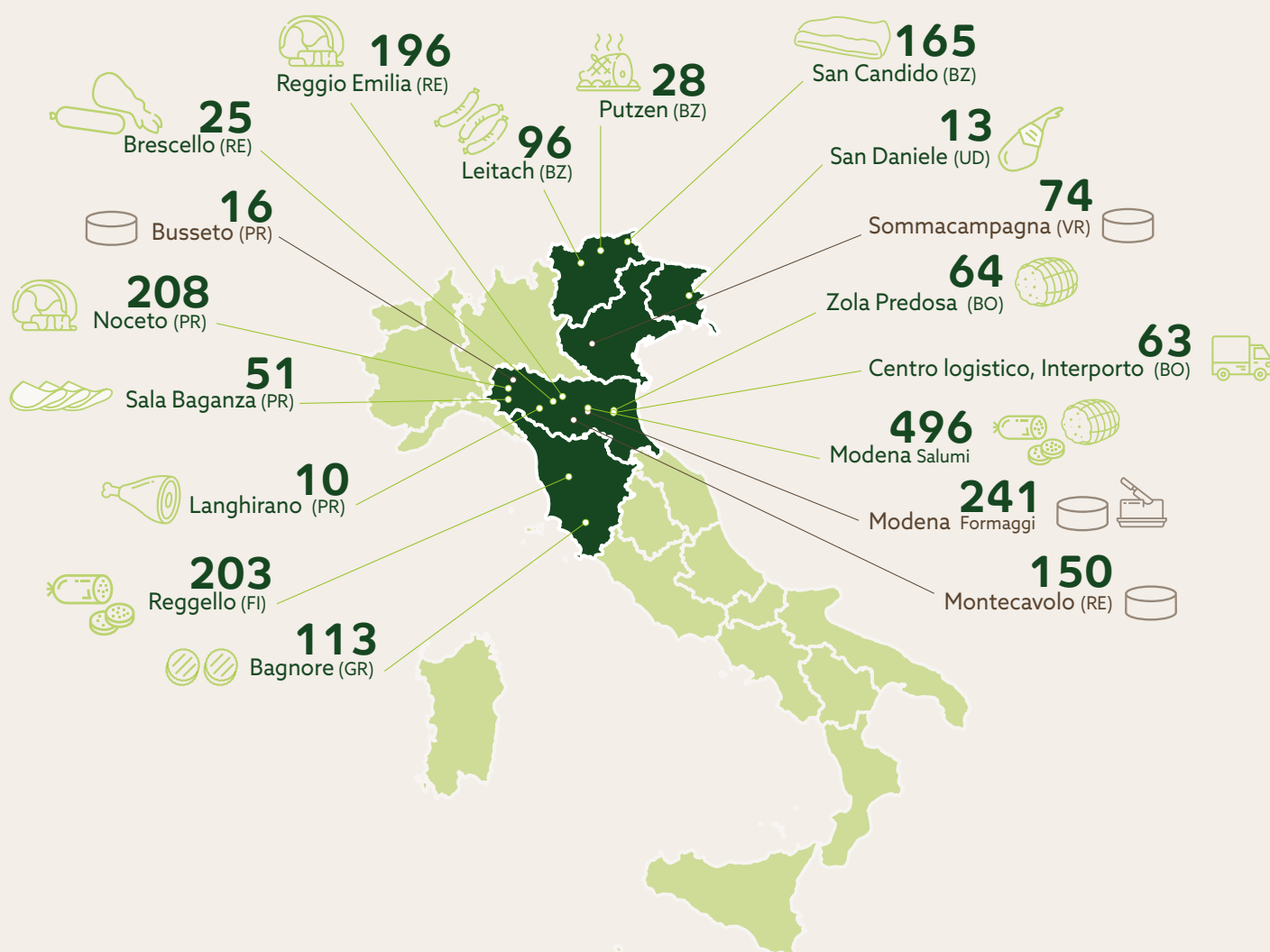
Il valore distribuito ammonta invece a 1,46 miliardi di euro ed è suddiviso tra i seguenti stakeholder:

- la quota prevalente, 1,3 miliardi di euro, è rappresentata dai costi operativi sostenuti per l'acquisto di materie prime dalla filiera e dai fornitori, oltre che per i servizi necessari alla produzione e per la gestione complessiva delle attività delle aziende del Gruppo;
- ai dipendenti circa 118 milioni di euro principalmente per salari, stipendi, TFR, oneri sociali;
- circa 7,7 milioni di euro sono stati corrisposti all'erario ed agli altri Enti locali per imposte dirette e indirette;
- 12 milioni di euro ai finanziatori, principalmente a titolo di interessi, commissioni e oneri finanziari;
- circa 2,3 milioni di euro in favore della comunità sotto forma di donazioni, liberalità esterne e sponsorizzazioni (con e senza ritorno di immagine).¹
- 21,8 milioni di euro sotto forma di utile distribuibile agli azionisti, Unibon e Consorzio Granterre.

¹ Il valore distribuito in favore della comunità è riferibile alle donazioni, liberalità esterne e sponsorizzazioni, effettuate dalle sole società italiane; tale limitazione è da considerarsi trascurabile rispetto al consolidato di Gruppo.

GRANTERRE: OCCUPAZIONE E INVESTIMENTI SUI TERRITORI

Il Gruppo è presente con i suoi 18 stabilimenti e la base logistica in cinque Regioni italiane. In questi territori genera valore anche grazie ai posti di lavoro che nel tempo ha creato: circa 1820 dipendenti e 400 somministrati cui vengono distribuiti circa 118 milioni di euro per salari, stipendi, TFR, oneri sociali. Nel percorso di sviluppo del Piano Strategico del Gruppo, saranno molti gli investimenti anche negli stabilimenti per adeguarli agli obiettivi di crescita fissati.

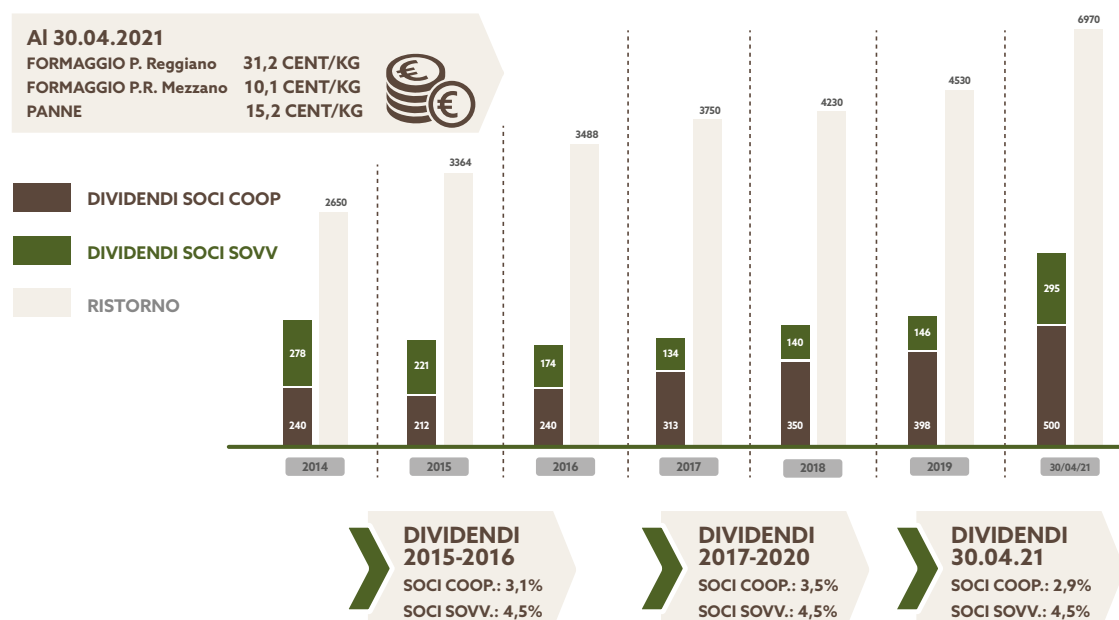


IL MODELLO GRANTERRE: L'IMPATTO ECONOMICO E SOCIALE INDIRETTO

Il Gruppo GranTerre è partecipato e controllato congiuntamente da Unibon S.p.A. e da Consorzio Granterre S.c.a., che hanno conferito nella Holding il 100% del capitale sociale rispettivamente di Grandi Salumifici Italiani e di Parmareggio (oggi Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre). A seguito del conferimento del ramo di azienda da parte di Agriform, il 30% di Caseifici GranTerre è posseduto dal Consorzio Agriform s.c.a. Per le loro attività caratteristiche e per la natura cooperativa che li accomuna, entrambi i soci reinvestono il valore generato dalla loro partecipazione societaria a beneficio dell'economia e – indirettamente – del tessuto sociale nazionale. Il riconoscimento e il successo sul mercato di GranTerre premia la scelta di costruire una filiera cooperativa in cima alla quale prevale lo scambio mutualistico. Nel progetto alla base di GranTerre ciascun Socio ha infatti il proprio ruolo nel generare valore: Consorzio Granterre valorizza la sua capacità di gestione industriale e il radicamento nel territorio, mentre i soci finanziari di Unibon (Sofinco, Cooperare e Coopfond) attraverso GranTerre valorizzano il loro ruolo di finanza di servizio, ancillare alle strategie industriali delle cooperative, affermando un approccio al private equity cooperativo efficace e sostenibile (tanto nei meccanismi alla base delle scelte di investimento, quanto negli impatti generati).

CONSORZIO GRANTERRE: IL VALORE DISTRIBUITO LUNGO LA FILIERA COOPERATIVA

Il Consorzio Granterre redistribuisce ai caseifici e indirettamente alle aziende agricole i dividendi che riceve da GranTerre, generando un impatto positivo a cascata lungo tutta la filiera cooperativa. L'andamento nel tempo dei dividendi e dei ristorni ai Soci evidenzia come, al successo economico raggiunto sul mercato, sia direttamente collegata la sempre maggiore redistribuzione di valore ai Caseifici soci e lungo la filiera. Nel 2022 i soci di Consorzio GranTerre sono stati premiati con 6,97 mln di euro di ristorni e 0,79 mln di dividendi relativi all'esercizio chiuso il 30.04.2021¹, che vanno a sommarsi al prezzo di conferimento definito nell'apposita Commissione².



¹ Alla data di chiusura del presente documento non è ancora disponibile l'aggiornamento relativo all'esercizio 2022.

² Per approfondimenti si rimanda al Capitolo 4.

UNIBON: COOPERARE PER CRESCERE

Unibon è la holding industriale con la quale per oltre un decennio la cooperazione della provincia di Modena, Coopfond e Cooperare hanno gestito la joint venture con la famiglia Senfter del gruppo Grandi Salumifici Italiani, fino alla scelta di acquistare le quote Senfter e dare quindi vita con la partecipazione del Consorzio Granterre, al Gruppo Bonterre (oggi GranTerre). I soci finanziari di Unibon - Sofinco, Cooperare e Coopfond - per le loro attività caratteristiche, reinvestono i dividendi provenienti dalle attività di GranTerre in progetti funzionali all'affermazione, alla crescita e allo sviluppo del movimento cooperativo su tutto il territorio nazionale, secondo rigidi criteri di investimento ispirati dai principi e dai valori cooperativi e di finanza etica.

FINANZA COOPERATIVA: I FATTORI ESG AL CENTRO DELLE SCELTE DI INVESTIMENTO DI COOPFOND

Coopfond è il fondo mutualistico per la promozione cooperativa di Legacoop, finanziatore di GranTerre attraverso la sua partecipazione in Unibon.

Coopfond agisce al fine di promuovere, rafforzare ed estendere la presenza cooperativa all'interno del sistema economico nazionale, intervenendo con finanziamenti, contributi a fondo perduto, partecipazioni temporanee, bandi per la nascita di nuove imprese cooperative.

Diversamente dalle società per azioni di tipo tradizionale, l'attività di Coopfond viene realizzata senza fini di lucro: infatti, gli eventuali utili di esercizio, determinati sia dall'attività caratteristica che dalla gestione finanziaria, devono essere utilizzati per il conseguimento dell'oggetto sociale e in nessun caso possono essere distribuiti ai soci.

Gli aspetti ambientali, sociali e di governance da anni indirizzano le decisioni d'investimento di Coopfond. La valutazione del rischio finanziario non è l'unica valutazione che viene effettuata in fase di istruttoria da parte della struttura tecnica del Fondo che, infatti, dal 2016 si è dotata di uno strumento di misurazione per la valutazione del merito sociale, ambientale e di governance degli interventi (i cosiddetti fattori ESG), basato su elementi qualitativi. Il Fondo ha introdotto e testato nel 2022 un nuovo strumento, il Rating di Sostenibilità, che esprime con un indicatore di sintesi un giudizio sul livello di contributo dell'intervento alla sostenibilità del Fondo e agli SDGs, tale da poter supportare gli Amministratori nelle decisioni di investimento del Fondo.

5.1 Attenzione e collaborazione con le comunità

Il rapporto con i territori e con le comunità che lo abitano è un valore fondamentale per GranTerre. Le aziende del Gruppo sostengono iniziative di sviluppo per i territori stessi e per le comunità, impegnandosi nel generare valore sociale, oltre che economico.

La scelta di valorizzare GranTerre, denominazione già presente all'interno del Gruppo, nasce dal fatto che esprime, per storia ed etimologia, un ricchissimo patrimonio di persone ed esperienze, di qualità, tradizioni e capacità di innovazione, di legami con i territori e le comunità.

La responsabilità sociale e i principi cooperativi guidano GranTerre nelle attività di confronto con le comunità locali, nel sostegno a iniziative di carattere sportivo e culturale e nei contatti con il mondo dell'associazionismo locale. Tratto distintivo del Gruppo è l'impegno a creare, mantenere e costantemente rinsaldare uno spontaneo senso di appartenenza e di reciproco riconoscimento con le comunità in cui opera, al fine di creare un valore sociale che vada oltre il semplice rapporto economico.

Nel corso degli anni, GranTerre ha supportato le comunità locali, con donazioni di prodotti, erogazioni liberali e sponsorizzazioni. Soprattutto in occasione di eventi di promozione di prodotti e territori, il Gruppo attiva rapporti di partnership con Enti locali e Pubblica Amministrazione, organizzazioni non profit e altre aziende dei territori di riferimento. Inoltre, Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre promuovono iniziative e attività di supporto ad enti impegnati in attività di ricerca scientifica e prevenzione in ambito salute & benessere. Le sponsorizzazioni sono principalmente legate alla promozione dello sport sui diversi territori di riferimento, rivolte sia a società di rilievo nazionale che a realtà più piccole sui territori. Tutte le iniziative di supporto ai territori e alle comunità avvengono all'insegna della massima trasparenza e disponibilità, in modo da non compromettere l'integrità e la reputazione delle parti.

Nel 2022 è stata formalizzata una specifica procedura di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI), con l'obiettivo di rendere l'attenzione verso territori e comunità ancora più strategica, valorizzando il contributo di GranTerre attraverso la definizione di un modello di RSI intenzionale, a supporto della fase di selezione delle iniziative/progetti da sostenere e per il monitoraggio degli impatti raggiunti. Inoltre, la Procedura supporta l'obiettivo di perseguire il rispetto delle normative vigenti in materia di donazioni, erogazioni liberali e sponsorizzazioni e la ragionevole prevenzione delle ipotesi di reato previste dal D. Lgs. 231/2001 e dei fenomeni corruttivi.

NEL 2022

Donazioni di prodotto per circa **2,1** milioni di euro

Oltre **193.000** euro tra sponsorizzazioni ed erogazioni liberali

La responsabilità sociale d'impresa per GranTerre

Il 19 settembre 2022 il Consiglio di Amministrazione ha approvato la "Procedura di Responsabilità Sociale d'Impresa" del Gruppo.

La responsabilità sociale d'impresa (RSI) comprende tutte le attività realizzate dall'impresa per affrontare in maniera attiva problematiche d'impatto sociale ed etico verso tutti gli stakeholder. Per GranTerre la RSI è uno strumento per raggiungere gli obiettivi previsti dal Piano di Sostenibilità con riferimento particolare al pilastro «Impatto positivo su territori e comunità» e si declina principalmente nelle attività di donazione di prodotti, erogazioni liberali, sponsorizzazioni oltre che in possibili progetti speciali sui territori.

La Procedura di RSI descrive i principi di riferimento, lo scopo, l'ambito di applicazione e la tipologia di contributi, i criteri di selezione dei progetti/iniziative, le tipologie di beneficiari, la governance e la modalità operativa di implementazione.

Gli scopi della RSI per GranTerre

Mettere in pratica i principi etici di riferimento



Affermare i principi etici del Gruppo afferenti alla sfera sociale, declinandoli in azioni concrete.

Qualificare l'operato del gruppo



Qualificare ulteriormente l'operato dell'azienda e affermarne la reputazione costruita nel tempo, maturata attraverso l'adozione di comportamenti corretti, coerenti e improntati alla reciproca soddisfazione con gli stakeholder, sia sul mercato che sui territori e nelle comunità.

Rafforzare la relazione con gli stakeholder



Valorizzare le relazioni con gli stakeholder esterni, in particolare le comunità e le istituzioni locali, il terzo settore, le future generazioni.

Coinvolgere soci e dipendenti



Coinvolgere i dipendenti e i Soci consorziati valorizzando la loro conoscenza delle comunità e dei territori di riferimento per massimizzare gli impatti prodotti.

Gli ambiti di attenzione: salute, sport, disuguaglianze e povertà

Gli ambiti di attenzione per i progetti di RSI di GranTerre sono collegati alle priorità di sostenibilità definite dal Piano di Sostenibilità, ai valori cooperativi e ai principi espressi nel Codice Etico che guidano l'azienda. Le priorità di sostenibilità sono inoltre inserite all'interno della riflessione sul contributo verso il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 ONU.

In particolare, sono ambiti di particolare attenzione che guidano la selezione dei progetti/iniziative di RSI da sostenere:



SALUTE, BENESSERE E RICERCA SCIENTIFICA

Supporto a progetti dedicati alla dieta sana ed equilibrata e allo sport, con particolare focus su bambini e giovani, nonché ad organizzazioni e centri di ricerca impegnati in iniziative di ricerca e prevenzione oltre che di sostegno a malati.



RIDUZIONE DELLE DISUGUAGLIANZE E LOTTA CONTRO LA POVERTÀ

Progetti finalizzati al supporto a categorie fragili dal punto di vista economico e sociale.



CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI E INCLUSIVE

Progetti finalizzati al supporto alle comunità nei territori di riferimento, e valorizzazione dei territori di origine dei prodotti DOP e IGP del Gruppo.

I beneficiari: enti riconosciuti e senza finalità di lucro

La Procedura prevede che i beneficiari siano enti riconosciuti e senza finalità di lucro, dotati di procedure, anche contabili, che consentano un agevole accertamento della coerenza fra gli scopi enunciati e quelli concretamente perseguiti.

La governance: il Comitato RSI

La Procedura RSI definisce la governance del processo, prevedendo la costituzione di un Comitato RSI cui partecipano CSR&Sustainability Manager, Consigliere Delegato alla sostenibilità, AD, Responsabili Marketing, Direttore HR, referenti della segreteria di direzione. Annualmente, il Consiglio di Amministrazione approva il budget e definisce le linee strategiche della RSI di Gruppo.

La qualifica dei beneficiari e il monitoraggio degli impatti generati

La procedura prevede che per le richieste di donazione di prodotto, erogazione liberale e sponsorizzazione vengano compilati dalle organizzazioni richiedenti specifici moduli. I beneficiari si impegnano successivamente a rendicontare l'esito delle iniziative che il Gruppo ha sostenuto. L'obiettivo, per GranTerre, è quello di monitorare gli impatti generati dalle iniziative di RSI.

I progetti speciali

La strategia di RSI GranTerre pone molta attenzione ai territori e alle comunità che li abitano. Per questo nell'ambito della Procedura è prevista la realizzazione di progetti speciali di RSI sui territori, che possano essere occasioni di confronto con dipendenti, istituzioni locali, comunità, mondo dell'associazionismo locale.

Nel 2022 GranTerre ha lavorato alla definizione del primo progetto speciale di RSI: una mostra che nel 2023 verrà installata nello stabilimento Salumifici GranTerre di Modena per raccontare un episodio di resistenza civile femminile, avvenuto proprio nello stabilimento sul finire della Seconda guerra mondiale.

GranTerre supporta lo sport per il suo valore sociale e per l'impatto positivo per la salute. Da sempre, con continuità, le aziende del Gruppo sono partner e sponsor di squadre sportive dei territori di riferimento, soprattutto di basket, pallavolo, hockey e sci. Per GranTerre sostenere lo sport è un modo per affermare l'importanza di uno stile di vita salutare, ma anche l'occasione per valorizzarne l'impatto sociale, soprattutto tra i giovani, per questo anche durante gli anni della pandemia l'azienda ha continuato a sostenere con convinzione le società sportive, sia quelle di rilevanza nazionale, sia le realtà più piccole sui territori.



GRANTERRE SOSTIENE LO SPORT



MODENA VOLLEY

Nel 2022 Caseifici GranTerre, con il brand Parmareggio, ha rinnovato la partnership con Modena Volley, squadra di A1 maschile di Modena: una collaborazione lunga 12 anni nel rispetto dei valori comuni, dello sport e del divertimento.



PALLACANESTRO REGGIANA

Per il dodicesimo anno consecutivo Caseifici GranTerre, con il brand Parmareggio, ha rinnovato la partnership con Pallacanestro Reggiana, società che rappresenta l'eccellenza in questo sport a livello nazionale e internazionale.



HOCKEY CLUB VAL PUSTERIA

Salumifici GranTerre, con il marchio Senfter, supporta diversi enti e organizzazioni sportive in Alto Adige, tra cui in particolare i Lupi dell'Hockey Club Val Pusteria. Il sostegno è rivolto anche ad altre organizzazioni che promuovono gli sport invernali, tra cui - per citarne alcuni - la Scuola di Sci di Baranci a San Candido, la scuola di sci di Sesto, il Centro Agonistico Tre Cime Dolomiti, l'Associazione Dilettantistica degli Sport Invernali di San Candido, e molte altre ancora.



L'atletica a Modena

Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre sostengono con i brand Casa Modena e Parmareggio le attività della A.S. La Fratellanza 1874, storica realtà del territorio, una delle più importanti società sportive a livello nazionale.

Caseifici GranTerre al Meeting del Custoza 2022

Si è svolto l'8 maggio 2022 il Meeting del Custoza 2022, organizzato dal Gruppo Marciatori Agriform di Sommacampagna. Protagonista storica dell'evento è la Marciarena, arrivata alla sua 44° edizione. Istituita il 19 giugno del 1977, la manifestazione ha l'obiettivo di promuovere la conoscenza della storia, dell'ambiente e dei prodotti del territorio veronese, attraverso la pratica dello sport, a diretto contatto con la natura. La corsa I Campioni del Domani è, invece, dedicata ai più piccoli. Giunta alla 14° edizione, ha visto competere bambini e ragazzi fino ai 13 anni in gare da 100, 300, 500 metri. I partecipanti si sono sfidati su percorsi che hanno toccato alcuni dei luoghi che hanno fatto la storia di Verona e sono stati premiati, a termine gara, con i prodotti Agriform e Parmareggio.

La Corrimutina di Modena

Il 6 novembre 2022 le strade del centro storico di Modena sono state invase dai 6000 sportivi partecipanti alla CorriMutina. Giunta alla sua 43° edizione, la classica podistica ludico-motoria non competitiva è dedicata allo sport di base e alle scuole. Dopo due anni di stop forzato, la manifestazione è tornata ad essere una giornata di festa che promuove stili di vita sani, con un occhio di riguardo rivolto ai giovani e ai bambini, alle scuole, alle associazioni sportive, alla comunità tutta. Parmareggio è stata al fianco degli sportivi fornendo L'ABC della merenda nei pacchi gara.

Lo sport a Caselle

Prosegue la sponsorizzazione agli eventi della Polisportiva Caselle. La polisportiva Caselle, costituita nel 1977, ha lo scopo di promuovere, praticare, organizzare attività sportive dilettantistiche e attività ricreative in genere, intese come momento di educazione fisica e di formazione della persona. Tra i numerosi eventi organizzati sul territorio dall'associazione, gli appuntamenti più attesi sono sicuramente la "Medaglia d'Oro Fiera di Sommacampagna", giunta alla 70esima edizione, e il 27esimo "Gran Premio San Luigi". Due gare ciclistiche amatoriali che percorrono le strade di campagna veronesi e che, nel mese di agosto, uniscono sportivi e appassionati. GranTerre è stata presente con i prodotti a marchio Agriform tra i premi ai vincitori.

Summer Camp e L'ABC della Merenda

Per sostenere l'importanza di una sana e corretta alimentazione, L'ABC della merenda è stato distribuito ai bambini e ai ragazzi durante le attività dei campi estivi organizzati dalle società sportive con cui il Gruppo collabora: Modena Volley, La Fratellanza Modena, Atletica Reggio Emilia, Denik Camp.

Junior Conad Cup

Per il quarto anno consecutivo, Caseifici GranTerre ha rinnovato la partnership per l'11° edizione della Conad Cup. Alla stagione ottobre 2022 - giugno 2023 parteciperanno ben 80 squadre Categoria Pulcini 2012 delle province di Parma, Reggio Emilia, Piacenza, Cremona, Mantova, Bergamo e Brescia, Lecco, Lodi per un totale di oltre 1.500 bimbi di 10 anni coinvolti nel progetto. Sulla divisa e sulla felpa per i piccoli calciatori sarà presente il logo Parmareggio, L'ABC della merenda sarà omaggiata alle cerimonie di consegna felpe nei vari punti vendita Conad.

Torneo pallavolo giovanile KVL 2022

Caseifici GranTerre ha sostenuto con gli snack di Parmigiano Reggiano Parmareggio il Torneo di Pallavolo Giovanile KVL, patrocinato dalla Regione Emilia-Romagna, dal Comune di Modena e dalla Federazione Italiana Pallavolo. Ventotto squadre partecipanti, arrivate da tutta Italia e composte da ragazzi under 13, 15 e 17 anni, distribuite su numerose palestre della città e desiderose di trascorrere una giornata all'insegna di sport e socialità, organizzata dalla Polisportiva Villa d'Oro di Modena.

LE PRINCIPALI SPONSORIZZAZIONI SPORTIVE NEL 2022



I PROGETTI SOCIALI PER IL SOSTEGNO ALLE PERSONE IN CONDIZIONE DI FRAGILITÀ

GranTerre promuove iniziative e progetti a supporto delle comunità locali e delle persone in difficoltà: anche nel 2022, le aziende del Gruppo hanno scelto di collaborare con diverse associazioni attive su scala nazionale o sui territori di riferimento. In continuità con gli anni passati, il Gruppo ha dato un contributo economico o con donazione di prodotti a numerosi enti benefici ed ONLUS impegnati nel supporto a persone fragili.

LE DONAZIONI DI PRODOTTO AD EMPORI SOLIDALI E ONLUS: RIDURRE LO SPRECO ALIMENTARE SOSTENENDO PROGETTI SOCIALI

Per GranTerre l'impegno nella riduzione di scarti e sprechi alimentari è di primaria importanza. Le aziende del Gruppo da tempo hanno approcciato un percorso per la gestione efficiente della produzione e delle vendite per ridurre al minimo le eccedenze, un percorso che proseguirà ancora in ottica di miglioramento continuo. Le aziende del Gruppo si adoperano per limitare al massimo lo spreco di prodotti, ed è per questo che sono attive da diversi anni collaborazioni con organizzazioni non profit che recuperano beni alimentari per supportare persone e famiglie in difficoltà. Nel 2022 sono state donate circa 390 tonnellate di prodotti: tra i beneficiari vi sono Fondazione Banco Alimentare Emilia-Romagna e Fondazione Exodus, che raccolgono prodotti alimentari e li mettono a disposizione di una rete di organizzazioni sul territorio emiliano-romagnolo e veneto, principalmente. Nello specifico, i prodotti donati a Banco Alimentare Emilia-Romagna hanno contribuito a sostenere l'attività 639 associazioni, raggiungendo circa 110.600 persone in difficoltà³.

Solida e duratura è anche la collaborazione con l'Emporio Sociale Portobello di Modena, inaugurato nel 2013 e coordinato dall'Associazione Porta Aperta: è un progetto di comunità, un supermercato speciale, dove possono fare la spesa famiglie in temporanea difficoltà economica, selezionate dai servizi sociali del Comune di Modena, utilizzando un budget di punti associati al codice fiscale. Il progetto coinvolge numerose associazioni del territorio, il Comune di Modena e diverse aziende locali e nazionali, tra cui Caseifici GranTerre e Salumifici GranTerre. Da quando è nato, nel 2013, Portobello ha raggiunto più di 1800 famiglie e oltre 6500 persone⁴.

Nel 2022, nell'ambito del percorso di implementazione della nuova Procedura di RSI, GranTerre ha formalizzato nuove collaborazioni (attive dal 2023) sui territori di Modena e Bologna con EKO, Emporio Solidale delle Terre dei Castelli, gestito dall'associazione EKONVOI, e le Cucine Popolari, progettate e attivate dall'Organizzazione di volontariato Civibo, un luogo dove le persone più in difficoltà possono non solo avere un pasto caldo ma anche la possibilità di scambi sociali.



³ Fonte: Fondazione Banco Alimentare Emilia-Romagna

⁴ Fonte: Emporio Portobello

NATALE GRANTERRE: SUPPORTO E SOLIDARIETÀ A TANTE REALTÀ BENEFICHE DAL GRUPPO E ATTRAVERSO I BRAND

Il contributo di solidarietà GranTerre in occasione del Natale

Ogni anno, in occasione del Natale, GranTerre dona a cinque associazioni dei territori di riferimento un contributo di solidarietà, inserendo i loro loghi nei messaggi di auguri agli stakeholder così da favorire anche la diffusione della conoscenza sulle loro attività. Nel 2022 hanno ricevuto il sostegno di GranTerre:

FAI- Fondo Ambiente Italiano, delegazione Emilia-Romagna, organizzazione impegnata nel tutelare e promuovere il patrimonio di storia, arte e natura italiano, mettendolo a disposizione delle persone;

ANGSA - delegazione di Bologna, associazione nazionale creata per difendere i diritti delle persone con autismo e delle loro famiglie, migliorando la qualità della loro vita. Nel comune di Zola Predosa è stato avviato il progetto "Zola Città Blu" per rendere scuole ed esercizi commerciali adatti ad accogliere i bambini affetti da autismo nel migliore dei modi;

CROCE VERDE di REGGIO EMILIA, svolge fondamentali servizi di emergenza-urgenza in convenzione con il 118 Reggione Soccorso;

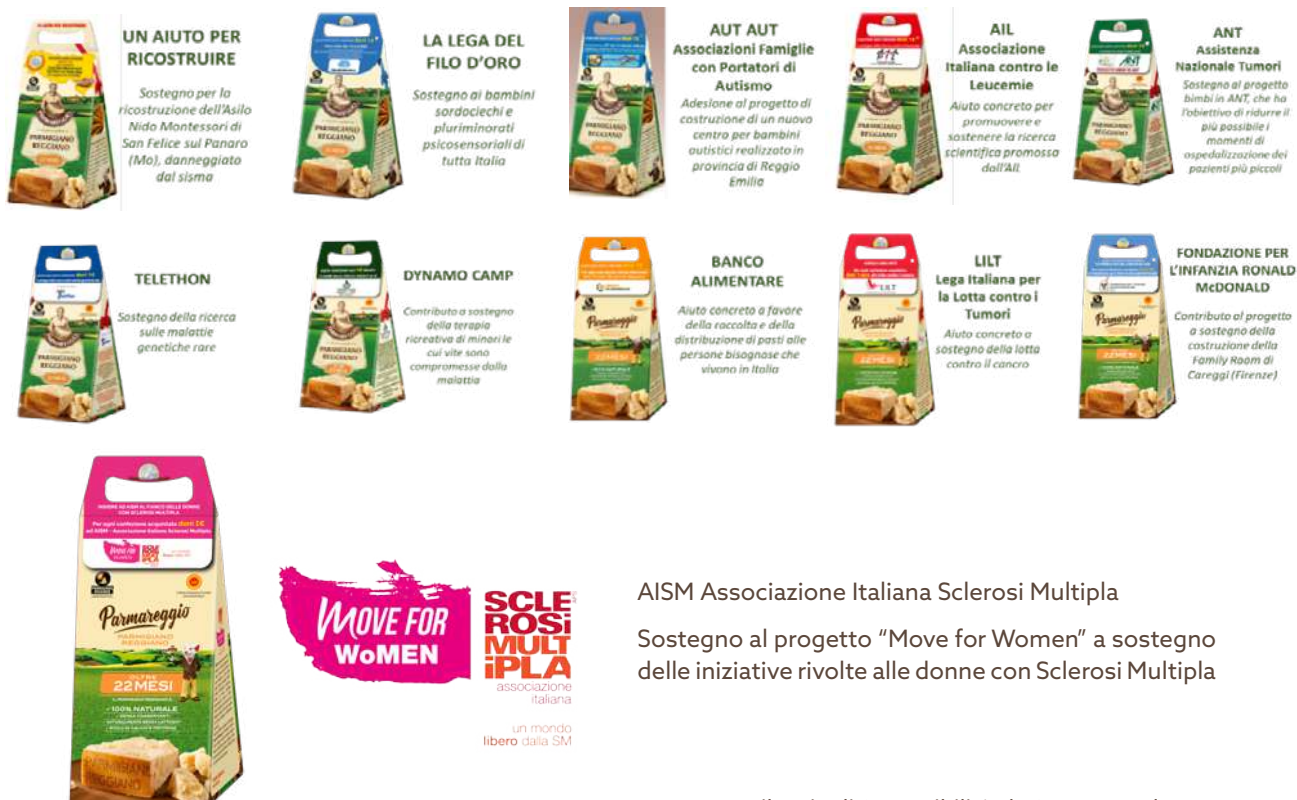
DEBRA Südtirol è un'associazione di volontariato fondata dalle persone affette da Epidermolisi bollosa e dai loro familiari. Aiuta i pazienti a raggiungere una propria autonomia e offre solidarietà e sostegno, ma anche aiuti molto concreti per migliorare la qualità della vita dei pazienti;

ACISJF Protezione della Giovane, Verona, offre un servizio di accoglienza, di ascolto e un appoggio materiale e morale alle donne sole e in difficoltà, offrendo loro ospitalità in strutture adeguate.



Natale solidale Parmareggio: dal 2012 al 2022 raccolti e donati oltre 95.000 euro

Dal 2012, Caseifici GranTerre sostiene organizzazioni non profit in occasione della campagna "Natale Solidale": per ogni valigetta di Parmigiano Reggiano 22 mesi Parmareggio da 850g venduta, l'azienda ha donato 1€ all'associazione partner. In totale, sono stati donati oltre 95 mila euro tra il 2012 e il 2022.



I prodotti GranTerre nel “Paniere delle Eccellenze” ANT Modena

Il Paniere delle Eccellenze ANT è un “contenitore di Eccellenze” ideato per promuovere, nel periodo natalizio, i prodotti enogastronomici ed agroalimentari del territorio, mettendo in rete aziende, istituzioni e stakeholder con lo scopo di condividere il valore di “qualità della vita” attraverso la storia, la passione e la cultura per la buona alimentazione e quindi per il bene comune, insieme ad ANT, eccellenza dell’ospedalizzazione domiciliare oncologica nazionale. Le aziende del Gruppo partecipano all’iniziativa sin dal suo lancio, contribuendo con una donazione di prodotti Casa Modena e Parmareggio.



LE ORGANIZZAZIONI CHE PROMUOVONO RICERCA SCIENTIFICA E SOSTEGNO ALLE DISABILITÀ

Salute e ricerca scientifica sono particolarmente importanti nelle politiche di RSI di GranTerre. Sono molte le iniziative a supporto di realtà non profit che promuovono ricerca scientifica o progetti di accompagnamento e sostegno alle disabilità e alle malattie croniche, con particolare attenzione ai bambini.

Due chiacchiere e un sorriso ODV: Parmareggio al Free Camping

Nel 2022 Caseifici GranTerre ha rinnovato, per il secondo anno consecutivo, la speciale collaborazione con Due Chiacchiere e un Sorriso ODV, associazione con sede a Riva del Garda che dal 2013 unisce famiglie di persone neuro-diverse per creare momenti di benessere per genitori e figli. A luglio è stata inviata una fornitura di formaggio alla mensa del Free Camping, campeggio inclusivo che ha visto coinvolti i ragazzi con disturbi dello spettro autistico, seguiti dall’associazione e i loro coetanei neurotipici.



Dynamo Camp: i prodotti GranTerre ai camp estivi

Dynamo Camp, associazione operativa dall'estate 2007, è l'unica struttura italiana di Terapia Ricreativa, un camp concepito per bambini affetti da patologie gravi e croniche principalmente oncoematologiche, neurologiche e diabete. GranTerre ha inviato prodotti da utilizzare nelle mense di Dynamo Camp durante i camp estivi.



Race for the cure: squadra GranTerre alla manifestazione di Bologna

La Race For The Cure, organizzata da Komen Italia, è la più grande manifestazione per la lotta ai tumori del seno in Italia e nel mondo che si svolge sotto l'Alto Patronato del Presidente della Repubblica in 6 città italiane. Grazie a questa manifestazione è stato possibile negli ultimi 22 anni dare avvio in tutta Italia ad oltre 1000 nuovi progetti di ricerca, prevenzione e sostegno alle donne che vivono l'esperienza di un tumore al seno. GranTerre era presente alla tappa di Bologna con 60 iscritti tra dipendenti, familiari e amici e con i prodotti donati all'organizzazione, utilizzati come omaggio ai partecipanti.



ANT: donate 60 gift card di un concorso a premi concluso

Oltre alla partecipazione alle iniziative di Natale, GranTerre ha supportato nel 2022 ANT Modena anche attraverso la donazione di 60 gift card da 50 euro ciascuna relative ad un concorso a premi concluso, il cui regolamento prevedeva che fosse ANT a ricevere eventuali premi non riscossi o non vinti.

AIMS: Salumifici GranTerre ha ospitato Gardensia e La Mela di AISM contro la sclerosi multipla

Da diversi anni, grazie ad un dipendente volontario dell'Associazione, lo stabilimento di Modena di Salumifici GranTerre ospita AISM in occasione delle due campagne più importanti: Gardensia e La Mela di AISM. Da questa vicinanza è nata la partnership tra AISM e Parmareggio per il Natale Solidale.



I PROGETTI CHE COINVOLGONO BAMBINI E RAGAZZI

La procedura di RSI GranTerre vede tra le sue finalità anche quella di contribuire a creare città e comunità più sostenibili e inclusive. Perseguendo questo obiettivo, l'azienda ha contribuito con i suoi prodotti a molte iniziative promosse da diverse istituzioni sui territori, che hanno visto il coinvolgimento di bambini e ragazzi in attività culturali e di educazione civica.

Edustratombola

L'ABC della Merenda Parmareggio è stato offerto agli oltre 1.200 alunni di 60 classi di terza, quarta e quinta elementare che hanno partecipato a dicembre 2022 alla decima edizione di Edustratombola, l'iniziativa sulla sicurezza stradale promossa dalla Polizia Locale del Comune di Reggio Emilia in collaborazione con l'Ufficio Educazione Fisica dell'Ufficio Scolastico Regionale, ambito di Reggio Emilia.

Passamano per San Luca

Anche nel 2022 GranTerre ha sostenuto donando mortadelle Alcisa all'iniziativa "Passamano per San Luca", promossa nell'ambito della Festa della Storia dall'Università di Bologna: gli studenti delle scuole di Bologna e provincia, di ogni ordine e grado, rievocano la lunga catena umana che nel 1677 permise di trasportare sul Colle della Guardia i materiali per la costruzione del grande portico e della basilica di San Luca.

Pompieropoli con i vigili del fuoco

I prodotti Parmareggio, Agriform e Casa Modena sono stati donati ai Vigili del Fuoco di Verona e Bologna per accompagnare le attività dedicate ai bambini.

5.2 Supporto allo sviluppo dei territori anche attraverso la valorizzazione dei prodotti

GranTerre sente un forte senso di appartenenza ai territori che hanno visto crescere le aziende del Gruppo e i loro brand nel corso degli anni. Distribuendo i propri prodotti in tutto il mondo, GranTerre punta a valorizzare, promuovere e contribuire allo sviluppo dei territori e delle tradizioni che danno origine alle sue eccellenze gastronomiche.

GranTerre è fortemente ancorata al territorio, o meglio, ai territori: Emilia-Romagna, Alto Adige, Toscana, Veneto, Friuli. Le aziende del Gruppo raccontano una storia di collaborazione, di aggregazione, di sinergia che ha portato il Gruppo ad essere uno dei più importanti attori sul mercato italiano, capace però anche di affermarsi all'estero, raccontando la sua storia italiana.

Generare valore per il territorio: la storia dello stabilimento sul Monte Amiata

Lo stabilimento Salumifici GranTerre di Bagnore di Santa Fiora è situato nel cuore della Toscana, in provincia di Grosseto, alle pendici del Monte Amiata. Bagnore è una frazione di Santa Fiora, Comune di circa 2500 abitanti immerso nel verde in un'area con un'alta vocazione turistica, ma con poche realtà industriali, tra cui si distingue GranTerre, che occupa più di 100 persone e che negli anni ha fatto importanti investimenti.

Salumifici GranTerre ha assunto il controllo dello stabilimento nel 1997, ma la produzione di cotti e wurstel era iniziata nel 1983, con una rete commerciale distribuita su tutto il territorio nazionale. Nel 1987 la società venne posta in Liquidazione Coatta Amministrativa, e nel mese di giugno dello stesso anno la Società Cooperativa "Amiata Alimentari" (con soci di maggioranza CIAM di Modena e ACM di Reggio Emilia) ottenne dai Commissari Liquidatori la gestione dello stabilimento riprendendo l'attività produttiva e riassumendo inizialmente circa 50 dipendenti. La società ha gestito l'attività per circa 10 anni fino a dicembre 1997 anno in cui è stata incorporata per fusione in Unibon, ed entrata quindi nell'universo GranTerre.



La forte sinergia con il territorio che caratterizza le aziende del Gruppo trova manifestazione anche nel sostegno a iniziative territoriali che mirano a valorizzare i prodotti DOP e IGP del Gruppo: GranTerre diffonde in Italia e nel Mondo la conoscenza delle eccellenze gastronomiche italiane raccontando la storia delle ricette, il saper fare dei dipendenti e delle dipendenti, le tradizioni locali, riconosciute a livello mondiale. L'importanza di valorizzare e sottolineare l'eccellenza del Made in Italy consente di accrescere il valore del prodotto stesso in quanto ne garantisce l'unicità e la qualità.

L'ANTICA FIERA DI SOMMACAMPAGNA

L'ultima settimana di agosto è stata inaugurata, come da tradizione, l'Antica Fiera di Sommacampagna: un appuntamento che ogni anno attira numerosi visitatori della pianura veronese lungo le vie del centro del paese. Nata come fiera agricola per la promozione di prodotti locali, la manifestazione si è evoluta nel corso degli anni, fino a diventare teatro di molteplici iniziative che coinvolgono grandi e bambini. Di particolare rilievo, i tipici stand enogastronomici con i prodotti del territorio, che hanno visto protagonista anche Dispensa di Sapori Agriform. Anche nel 2022, con il marchio Agriform, GranTerre ha sponsorizzato l'iniziativa.



MORTADELLA PLEASE: ALCISA MAIN SPONSOR DEL FESTIVAL INTERNAZIONALE DELLA MORTADELLA

Nel 2022 è tornato a Zola Predosa – dopo lo stop forzato causato dalla pandemia – il Festival Internazionale della Mortadella, Mortadella Please, giunto alla 14ma edizione. GranTerre, con il marchio Alcisa è main sponsor insieme a Felsineo dell'iniziativa promossa dal Comune di Zola Predosa e dalla Rete Pro Loco Colline tra Modena e Bologna.

Per tre giorni, dal 30 settembre al 2 ottobre, il centro cittadino di Zola Predosa, comune in cui ha sede lo stabilimento Alcisa di Salumifici GranTerre, ha accolto visitatori con degustazioni di ricette originali e tradizionali a base di Mortadella, spettacoli, occasioni di approfondimento e intrattenimento a tema per tutta la famiglia.

Grazie al coinvolgimento di tanti dipendenti dello stabilimento di Zola Predosa, molte persone sono state accolte nello stand della mortadella Alcisa in Piazza, e oltre 600 persone hanno visitato lo stabilimento.

Inoltre, in occasione della manifestazione, con il marchio Alcisa GranTerre sostenuto, attraverso la donazione di mortadelle per il sacco gara, una manifestazione podistica sul territorio di Zola Predosa.



Mortadella Please



PARMAREGGIO AL CORTEO MATILDICO DI QUATTRO CASTELLA

Dal 27 al 29 maggio si è svolta la 56° edizione del Corteo Matildico di Quattro Castella (RE), la manifestazione rievocativa di carattere storico, che si svolge con cadenza annuale a Quattro Castella, in provincia di Reggio Emilia, dove – nella frazione Montecavolo – ha sede uno degli stabilimenti Caseifici GranTerre. Anche l'edizione 2022 ha visto Parmareggio tra gli sponsor di questa importante iniziativa sul territorio Reggiano: il Corteo Storico Matildico trae il suo nome dalla sfilata finale di oltre 1000 comparse in costume d'epoca, lungo le vie di Quattro Castella. Lo spettacolo consiste nella rievocazione teatrale dell'episodio storico, con la figura di Matilde e quella dell'imperatore Enrico V interpretate comunemente da figure note dello spettacolo, della cultura e dello sport.

PARTECIPAZIONE A FIERE ED EVENTI

Per promuovere la passione, il saper fare e le tradizioni che caratterizzano e contraddistinguono i prodotti GranTerre sul mercato, il Gruppo e le sue aziende partecipano alle principali fiere di settore in tutto il mondo. Dopo il rallentamento dovuto alla pandemia, nel 2022 l'attività fieristica è tornata a pieno regime e il Gruppo ha avuto la possibilità di presentarsi unito e di ritrovare il contatto diretto con i clienti e con i distributori: ancora oggi, in piena era digitale, la partecipazione alle fiere di settore è uno strumento fondamentale per la promozione dei prodotti e un'occasione unica di networking.

Le fiere internazionali



MARCA - Bologna

Il 12 e 13 aprile si è svolta a Bologna la 18° edizione della principale fiera italiana dedicata alla marca commerciale, 900 aziende che hanno esposto i propri prodotti Private Label. GranTerre ha partecipato con un importante stand da 160 mq al centro del padiglione 29, il principale padiglione della fiera.



CIBUS - Parma

Dal 3 al 6 maggio 2022 si è svolto presso Fiere di Parma, CIBUS, il Salone Internazionale dell'Alimentazione e la più importante fiera dedicata all'agro-alimentare italiano. Il Gruppo ha avuto una presenza importante con un'isola totalmente dedicata all'azienda e ai suoi brand salumi e formaggi. GranTerre era presente con le sue buone pratiche nell'Innovation Hub, insieme alle altre aziende che hanno partecipato all'iniziativa Cibus4sustainability.



PLMA'S - Amsterdam

GranTerre ha partecipato anche alla fiera World of Private label (Il Mondo del Marchio del Distributore) organizzata dal PLMA, l'associazione mondiale dei produttori della marca privata, che si è svolta il 31 maggio - 1 giugno ad Amsterdam, dopo 3 anni di assenza a causa dell'emergenza sanitaria. Il Gruppo ha allestito uno stand comune nel quale sono stati esposti i prodotti realizzati con i marchi della distribuzione italiana e all'estero, nelle diverse categorie merceologiche.



SIAL - Parigi

Dal 15 al 19 ottobre è tornato il Salon International de l'Alimentation di Parigi. Un importante evento per il comparto agroalimentare. GranTerre ha partecipato con uno stand di 160 mq al centro del padiglione del lattiero-caseario, in una posizione estremamente vicina al padiglione delle carni. Negli innovation corner sono stati esposti i prodotti più innovativi selezionati da una giuria di esperti, tra cui la Ricotta e il Robiolino Parmareggio.



WINTER e SUMMER FANCY FOOD - Las Vegas, New York

Winter e Summer Fancy Food, sono un appuntamento immancabile per le aziende italiane che esportano negli Stati Uniti. All'edizione 2022 GranTerre ha partecipato con uno stand semplice ma dal sapore Made in Italy, con la forza vendite export e i colleghi della filiale americana Bertozzi Corporation of America.

Altri eventi

SALONE CARREFOUR - Milano

Il 21 e il 22 Settembre 2022 si è rinnovato l'appuntamento con il Salone Carrefour, un'importante occasione di incontro con uno dei player principali della Grande Distribuzione Italiana. Per l'occasione GranTerre ha sottolineato la forza dei suoi brand dando risalto, nello stand, ai valori del Gruppo: territorio, persone, innovazione ed eccellenza. L'assortimento presentato ha raccontato la storia delle aziende del Gruppo, dai prodotti della tradizione fino alle innovazioni. Inoltre, l'evento è stato l'occasione per presentare la nuova in-pack di Gruppo, la collection Gomminions che vede coinvolte le referenze L'ABC della merenda Parmareggio e Teneroni La Merenda Casa Modena.



CASEUS - Piazzola sul Brenta

Caseus è il concorso caseario che ogni anno ospita produttori e amanti del formaggio nella caratteristica cittadina di Piazzola sul Brenta, in provincia di Padova. La manifestazione, che nel 2022 ha visto l'affluenza record di oltre 80 mila persone, si è svolta l'1 e il 2 ottobre. Caseifici GranTerre ha partecipato a questa speciale edizione dell'iniziativa con la targa Oro del Tempo, dedicata al miglior Grana Padano Riserva, stagionato oltre 20 mesi, che ha visto come vincitore il socio Lattebusche. Ha inoltre contribuito alla sponsorizzazione dell'area di solidarietà dell'evento, che ha destinato il ricavato della vendita del formaggio alle associazioni Life inside Onlus, Fondazione Città della Speranza e Fondazione Lucia Guderzo.

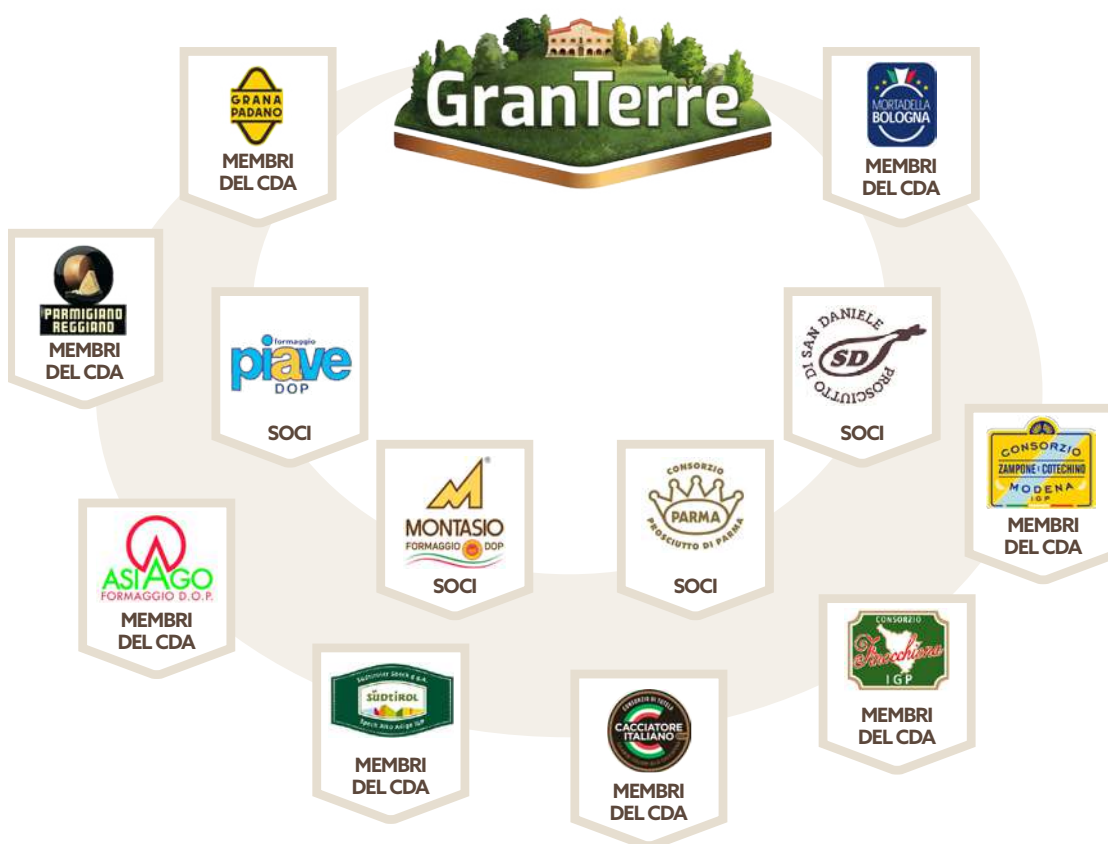


5.3 La rete sul territorio: Consorzi di tutela e Associazioni di categoria

Le aziende del Gruppo promuovono presenza, supporto e confronto con i territori e le comunità anche attraverso la partecipazione attiva a Consorzi di tutela dei prodotti DOP e IGP oltre che ad associazioni di categoria.

All'interno dei network cui partecipa, GranTerre si confronta rispetto alle sfide e alle opportunità del settore, instaura relazioni di partnership con altre aziende o interlocutori specializzati, e grazie al versamento delle quote associative contribuisce alla promozione dei prodotti e dei territori attraverso le iniziative dei diversi soggetti, Consorzi di tutela o associazioni di categoria, cui nel 2022 le aziende del Gruppo hanno versato quote associative per quasi 3 milioni di euro.

Il Gruppo è rappresentato direttamente o attraverso la partecipazione di Soci di Consorzio Granterre e Agriform nei seguenti Consorzi di Tutela:



In coerenza con la sua storia cooperativa, GranTerre e tutte le aziende del Gruppo aderiscono a Legacoop Nazionale e alle sue articolazioni territoriali e settoriali: Legacoop Estense e Legacoop Agroalimentare. Le aziende del Gruppo aderiscono anche alle associazioni del sistema confindustriale di settore: Assolatte e Assica.



GranTerre sostiene i giovani laureati con Legacoop Agroalimentare: il premio tesi di laurea “La filiera agroalimentare: tra tradizione e innovazione sostenibile”

GranTerre sostiene insieme a Riunite&Civ, Granarolo, Progeo e SanLidano il premio per tesi di laurea sull'innovazione sostenibile nella filiera agroalimentare promosso nel 2022 da Legacoop Agroalimentare e Ranstad Italia, per cui sono previsti 8 assegni da 2mila euro l'uno.

L'intento del premio è quello di stimolare la ricerca in ambito accademico sui temi legati all'agricoltura, all'agroalimentare e all'innovazione nelle attività della filiera, analizzata dal punto di vista degli impatti e delle determinanti di carattere ambientale, sociale, economico e giuridico.

I premi saranno assegnati nel 2023.

Premio tesi di laurea

**LA FILIERA AGROALIMENTARE:
tra tradizione e innovazione
sostenibile**

Promosso da:



**AMBIENTE
FUTURO**
Youth4Future

**legacoop
agroalimentare**

associazione nazionale
cooperative agroalimentari
per lo sviluppo rurale e costiero

randstad

In collaborazione con:

CANTINE
Riunite&Civ

GRANAROLO

ASSOCIATION COOPERATIVE
AGROALIMENTARI
GranTerre

**30
PROGEO**

SanLidano

Con il contributo di:

Coopfond

Fondo
Mutualistico
Leggenda

GranTerre insieme a Legacoop Estense per la rigenerazione urbana nella Giornata Internazionale delle Cooperative

Per celebrare la Giornata Internazionale delle Cooperative Legacoop Estense promuove la realizzazione di opere di street art nella provincia di Modena. Già nel 2021 GranTerre aveva sostenuto insieme ad altre cooperative la realizzazione di un'opera sulle mura della Polisportiva Gino Nasi, dedicata al tema della sostenibilità. Il sostegno al progetto è stato confermato anche nel 2022.

Nel 2022 la realizzazione riguarda un'opera murale dedicata al decennale del terremoto in Emilia, per ricordare un evento drammatico che ha però fatto emergere la solidarietà, la resilienza, il coraggio e la capacità di ricostruire delle cooperative e del territorio. L'opera d'arte urbana "Rinascere 2012-2022" dello street artist Filippo Tonni in arte Mozone è stata realizzata sulle mura della sede di CPL Concordia a Concordia sulla Secchia (MO)



International
Day of Cooperatives



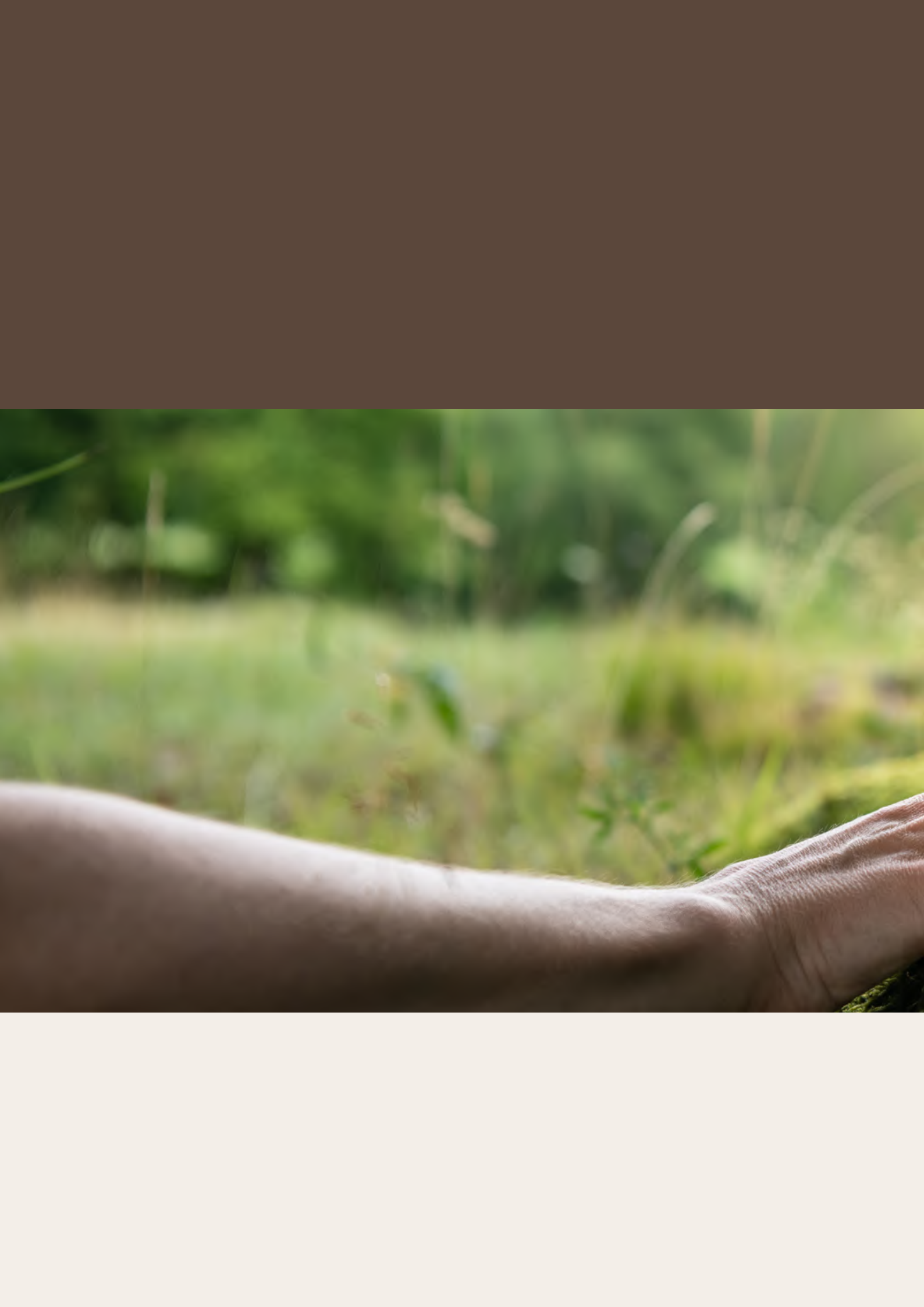
Coopstartup: a distanza di quattro anni, risultati positivi per il progetto cooperativo sostenuto da Salumifici GranTerre

GranTerre partecipa attivamente ai progetti e ai programmi che Legacoop e Coopfond propongono sui territori di riferimento del Gruppo.

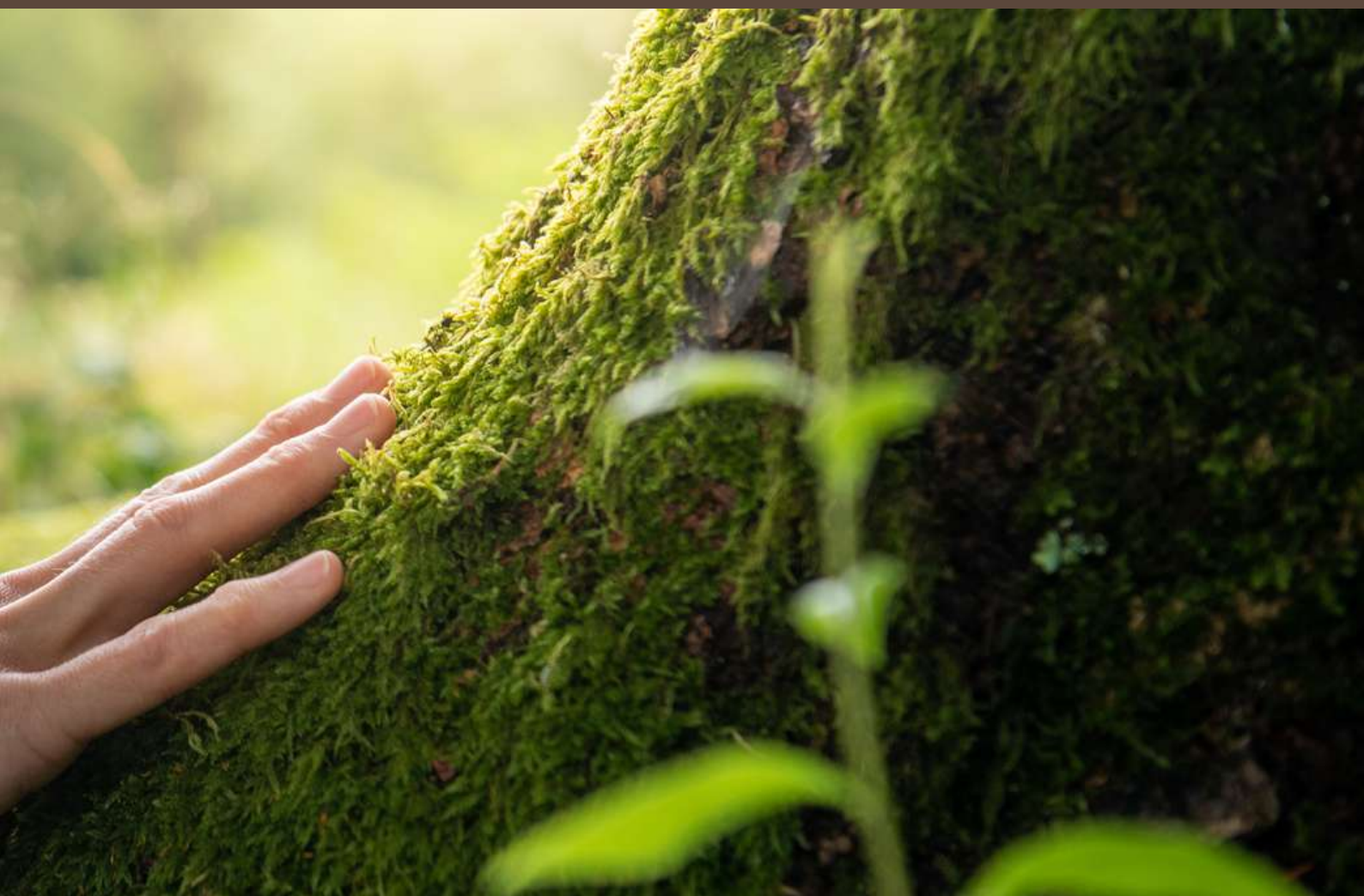
Nel 2019 Salumifici GranTerre ha aderito al progetto di Coopstartup Toscana, promosso da Coopfond: un programma di formazione, accompagnamento e accelerazione di una nuova impresa cooperativa orientata ad incentivare l'occupazione giovanile e lo sviluppo di idee innovative per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva.

A distanza di quattro anni, la Cooperativa di Comunità il Borgo, che Salumifici GranTerre decise di sostenere, è una realtà di successo, capace di valorizzare la comunità di Montelaterone (Amiata), creando reti e legami e responsabilizzando i giovani nella cura del bene comune, con attenzione alla sostenibilità ambientale e alle buone pratiche di integrazione sociale e di inclusione. I soci della cooperativa hanno aperto un Ostello, attraverso la ristrutturazione di uno stabile concesso dalla Curia nel centro del borgo, un ristorante che, per sottolinearne la funzione sociale, hanno chiamato "Mensa Pane, amore e fantasia" e sale di accoglienza multitasking per lo svolgimento di eventi e/o riunioni. Oltre all'investimento in strutture turistiche, la Cooperativa ha incentivato l'offerta di servizi sociali a disposizione degli abitanti con la creazione di un emporio per la comunità, bar, bottega della salute (attivazione carta sanitaria, prenotazioni visite, stampa referti etc...) e Servizio Mooney (Pagamenti bollette, ricariche telefoniche, ricariche cartine, F24, bollettini, etc..).





6. Tutela dell'ambiente e delle sue risorse



Non smettere mai di dialogare, per raccontare storie sempre nuove, per immaginare un futuro più buono, sano ed integro con le persone, per le persone.

AREE D'IMPEGNO



Ci impegniamo a ridurre gli **impatti ambientali generati** dalle nostre attività per unità di prodotto.

Adottiamo un **approccio volto alla progressiva diminuzione degli scarti e degli sprechi** ispirato ai principi dell'economia circolare.

Ricerchiamo nuove soluzioni per rendere il **packaging più sostenibile** garantendo qualità e sicurezza alimentare.

VALORI COOPERATIVI



Trasparenza



Responsabilità sociale



Cura degli altri

Il Gruppo lavora da tempo per il miglioramento continuo del proprio sistema di gestione ambientale, adottando processi, tecnologie e prassi utili a ridurre i consumi energetici e idrici e l'inquinamento generato dalle proprie attività, con l'intento di coniugare crescita del business e solidità finanziaria con la sostenibilità ambientale, oltre che sociale.

Nel 2021 GranTerre ha concluso l'iter per il rinnovo della certificazione ambientale di 16 siti industriali, e della base logistica, con una armonizzazione ed efficientamento del Sistema di Gestione Ambientale anche grazie all'identificazione di buone pratiche da diffondere tra dipendenti e fornitori. Tale approccio riveste un ruolo chiave per una consapevolezza ambientale condivisa, come richiesto dall'evoluzione della norma UNI EN ISO 14001.

Inoltre, da 4 anni, i processi produttivi vengono monitorati e gestiti con una filosofia aziendale ispirata ai principi della Lean Production, che permette anche di ottimizzare gli impatti ambientali collegati alla riduzione degli scarti lungo le linee di produzione.

L'impatto ambientale della produzione

	2021	2022	Variazione % 2022-2021
Intensità energetica (GJ/Ton produzione)	4,51	4,37	-3%
Intensità emissiva (Tons CO2 Scope 1+2 LB/Ton produzione)	0,321	0,298	-7,2%
Intensità idrica (m3 acqua consumata/Ton produzione)	1,59	1,59	0%
Intensità produzione rifiuti (Ton rifiuti prodotti/Ton produzione)	0,07	0,06	-14%

6.1 Energia ed emissioni

Nel corso degli ultimi anni il Gruppo si è impegnato nella riduzione dell'impatto ambientale attraverso una sistematica revisione e potenziamento delle attività di efficientamento, riducendo, anno dopo anno, i consumi energetici e le emissioni per unità di prodotto.

Energia

La misurazione ed il monitoraggio dei consumi energetici rappresentano elementi chiave per la ricerca di un uso sempre più contenuto ed intelligente dell'energia per tutte le attività del Gruppo e sono alla base delle scelte di investimento previste dal Piano Industriale sul fronte dell'efficientamento dei consumi e dell'energia rinnovabile. Nel 2022 sono stati fatti investimenti per circa 600.000 euro negli stabilimenti del Gruppo.

Gli interventi vengono analizzati attraverso un approccio integrato basato su tre aspetti principali:

- Assessment energetico (diagnosi energetiche), che prende in esame il sistema energetico dell'immobile, includendo tutti gli aspetti significativi dello stesso per esplorare le potenzialità di riduzione dei consumi e la riparazione di eventuali guasti;
- Fase di monitoraggio e verifica, volta ad analizzare l'impatto delle misure di efficientamento sugli indicatori di prestazione;
- Fase di miglioramento, attraverso una continua ricerca e valutazione delle migliori tecnologie a disposizione sul mercato.

Per tutti gli stabilimenti produttivi, GranTerre definisce periodicamente un Programma Ambientale che valuta i risultati ottenuti e prevede un budget specifico per il miglioramento degli indici di consumo delle linee produttive con riferimento ad energia, emissioni e consumi idrici.

Nel corso degli ultimi anni, sono stati portati avanti progetti quali l'installazione di caldaie ad alta efficienza, la sostituzione delle apparecchiature nei sistemi di refrigerazione e l'introduzione di sistemi di recupero dell'energia termica. Un altro fronte in cui il Gruppo è attivo è l'approvvigionamento da fonti energetiche rinnovabili, come geotermico e solare, che nel 2022 si è attestato attorno al 4% del totale dell'energia elettrica e termica utilizzata e rappresenta uno degli orizzonti progettuali per i prossimi anni. Inoltre, nel 2022 sono attivi sei progetti che permettono di conseguire Titoli di Efficienza Energetica (Certificati Bianchi).

L'impegno verso il miglioramento continuo sul fronte energia è stato supportato dall'inserimento nella struttura organizzativa di un Energy Manager a livello di Gruppo, che coordina una squadra di tecnici responsabili ambientali per i diversi siti in grado di svolgere controlli e attività di formazione, in modo da poter verificare e accrescere l'efficacia degli interventi compiuti.

Certificati bianchi: Parmareggio prima azienda in Italia ad ottenerli

Nel 2006 Unigrana, poi divenuta Parmareggio e oggi Caseifici GranTerre, è stata la prima azienda in Italia ad aver ottenuto i Titoli di Efficienza Energetica (Certificati Bianchi) nel settore industriale. Questo primo importante riconoscimento giunse a seguito di un progetto per il risparmio energetico, effettuato in collaborazione con HERA, per la ristrutturazione degli impianti tecnologici del burrificio coinvolti nelle fasi di produzione. Gli interventi comportarono una sensibile riduzione dei consumi di metano, energia elettrica ed acqua negli impianti del burrificio, dove, per la trasformazione della panna in burro, l'impresa registrava i maggiori consumi di energia.

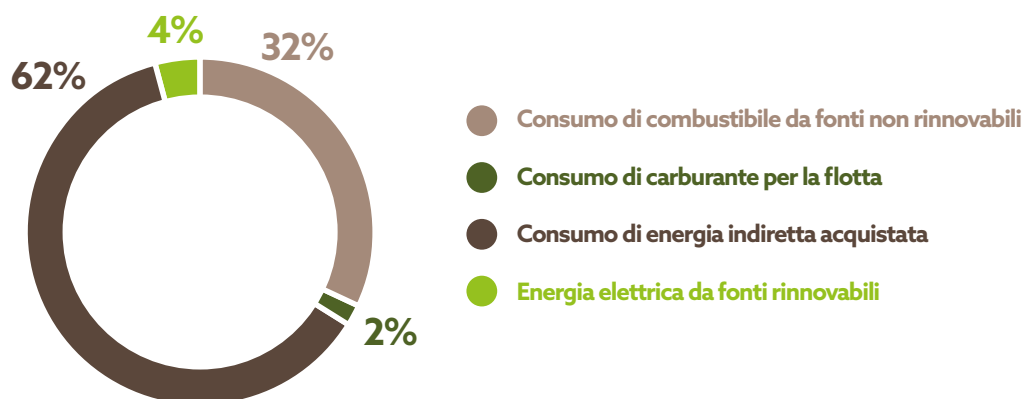
Da allora, tutti gli interventi realizzati negli stabilimenti di Modena e di Montecavolo di Quattro Castella (RE) sugli impianti utilizzatori di energia elettrica, gas e acqua sono stati pensati in un'ottica di miglioramento dell'efficienza e riduzione dei consumi. Un impegno proseguito nel tempo e che ha confermato il successo dell'intervento, nonché il riconoscimento di altri Certificati Bianchi.

Nel 2022, l'energia consumata dagli stabilimenti produttivi del Gruppo risulta essere stata pari a 885.573 GJ, evidenziando una riduzione dello 0,2% rispetto all'esercizio precedente. I vettori energetici principalmente utilizzati sono stati l'energia elettrica (51% del fabbisogno totale) e il gas naturale (32%), usati in particolare per la cottura e la pastorizzazione dei vari prodotti. Con riferimento all'indice di efficienza che rapporta i GJ consumati sul fatturato annuo, nel 2022 il Gruppo si è attestato al 0,604 GJ/€, ovvero per ogni euro fatturato vengono consumati 0,604 GJ, valore in diminuzione rispetto al rapporto del 2021 pari a circa 0,680 GJ/€. Anche rapportando i GJ consumati ai volumi della produzione si evidenzia una diminuzione nel 2022 rispetto al 2021, pari a circa il 3%: l'indice di intensità energetica (GJ/Ton produzione) scende infatti dal 4,51 del 2020 al 4,37 del 2022.

Energia consumata all'interno dell'organizzazione

Consumo, acquisto e produzione di energia		Unità di misura	2020	2021	2022
Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili		GJ	417.522	296.874	286.419
Diesel		GJ	40.345	10.214	2.018
GPL		GJ	39.730	0	0
Gas naturale		GJ	337.447	286.660	284.401
Consumo di carburante per la flotta		GJ	2.488	13.687	12.689
Consumo di carburante per la flotta tradizionale	Diesel	GJ	2.488	13.604	12.502
	Benzina	GJ	0	83	187
Consumo di energia indiretta acquistata		GJ	487.266	547.876	552.456
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	GJ	446.154	361.171	353.201
	di cui da cogeneratore	GJ	15.582	91.861	96.535
Energia termica (non utilizzata per teleriscaldamento)	di cui da caldaia	GJ	-	26.177	26.327
	di cui da cogeneratore	GJ	25.530	68.667	76.393
Energia elettrica da fonti rinnovabili		GJ	31.223	29.260	34.009
Geotermico		GJ	24.718	23.458	28.000
Solare Fotovoltaico	autoprodotta	GJ	6.505	5.899	6.008
	consumata	GJ	6.505	5.802	6.008
Totale energia consumata		GJ	938.499	887.697	885.573
Intensità energetica		GJ/ton	5,36	4,51	4,37

Consumo di energia per fonte, 2022



ALCUNI DEI PROGETTI DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO REALIZZATI O IN CORSO DI REALIZZAZIONE

Sistema di illuminazione a LED

Negli ultimi anni sono stati sviluppati progetti per la sostituzione dei sistemi di illuminazione in diversi stabilimenti del Gruppo. Nello specifico, sono stati sostituiti corpi illuminanti tradizionali con corpi a LED che, oltre che per la riduzione dei consumi, si caratterizzano per il minore impatto legato al fine vita, grazie all'assenza di metalli pericolosi come piombo e mercurio. Alcuni stabilimenti hanno già illuminazione completamente a LED, ed il Gruppo mira a implementare la progressiva sostituzione dell'intero sistema illuminante nei prossimi anni in tutte le sedi aziendali.

Sistemi di Cogenerazione

Il Gruppo ha deciso di puntare su sistemi di cogenerazione che permettano una produzione combinata di energia elettrica e termica, massimizzando l'utilizzo di gas metano per produrre energia elettrica ad alta efficienza, diminuendo le emissioni in atmosfera rispetto ad un acquisto separato dalla rete. Nel 2019 sono state completate le Diagnosi Energetiche sui siti di Modena, Reggio Emilia, San Candido, Amiata e Langhirano e avviate verifiche per la realizzazione di impianti di cogenerazione in diversi stabilimenti del Gruppo. Nel 2020 sono stati installati due cogeneratori presso gli stabilimenti Grandi Salumifici Italiani di Modena (Impianto da 2MWh) e di San Candido (1,5 MWh) alimentati a gas naturale liquefatto GNL: in particolare, dall'impianto di cogenerazione di San Candido vengono generati circa 500 MW frigoriferi dalla rigassificazione del GNL. Nel 2022 è stata completata la realizzazione di due impianti di cogenerazione presso gli stabilimenti di Langhirano e San Daniele, avviati nel 2023. Nel 2023 sarà realizzato un impianto di cogenerazione nello stabilimento di Zola Predosa.

Sistema Fotovoltaico

Lo studio di soluzioni funzionali ad aumentare l'efficienza energetica è divenuto prassi consolidata nella gestione dell'energia del Gruppo. Per rispondere al crescente fabbisogno energetico dovuto alla maggiore produttività senza aumentare l'impatto ambientale, sono stati installati - a partire dal 2008 - diversi impianti fotovoltaici: le ultime installazioni sono avvenute presso gli stabilimenti di Zola Predosa, Modena, Interporto, Sala Baganza. La potenza complessiva è di 1.674 kWp. Nel 2022 sono state attuate manutenzioni ordinarie e straordinarie funzionali a rendere gli impianti al massimo della loro efficienza. Nel 2023 saranno avviati i lavori per nuovi impianti fotovoltaici in due stabilimenti, che saranno messi in opera nel 2024.

Riduzione degli impatti del sistema di refrigerazione

Nello stabilimento Salumifici GranTerre di Modena è stato avviato nel 2022 lo sviluppo di un progetto ambizioso volto a limitare l'impatto del sistema di refrigerazione, in collaborazione con una importante società di data science, specializzata nello sviluppo di strumenti di gestione degli impianti mediante l'uso dell'intelligenza artificiale (AI e Machine Learning). Nel 2023 il progetto verrà completato, anche grazie ad investimenti a supporto dell'adeguamento dei sistemi di monitoraggio.

NUOVE STAMPANTI NEGLI UFFICI: MINORI COSTI ENERGETICI E RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE

Le direzioni Acquisti, Sistemi informativi e Risorse Umane hanno portato a compimento un progetto per ridurre gli impatti sull'ambiente di una delle attività tipiche degli uffici: le stampe.

Tra il 2021 e il 2022 tutte le stampanti degli uffici di Salumifici GranTerre sono state infatti sostituite con macchine ad alta efficienza energetica, con cartucce prodotte con materiali riciclati (e a loro volta riciclabili) e inchiostri che rispettano i più rigorosi criteri di qualità ecologica, contribuendo a garantire la salubrità degli ambienti. Alla scelta di macchine più performanti dal punto di vista ambientale, si è affiancata la volontà di favorire comportamenti virtuosi dei dipendenti impostando di default la stampa fronte/retro e in bianco/nero con una notevole riduzione dell'utilizzo di carta.

Emissioni

Il monitoraggio delle emissioni e la definizione di una strategia climatica è una delle priorità del Piano di Sostenibilità GranTerre. Nel 2022 è stato definito il perimetro e la timeline del progetto, che verrà implementato nel corso del 2023 con il calcolo e l'analisi delle emissioni Scope 1,2,3 e la successiva definizione di target di miglioramento, indicatori monitorabili nel tempo e uno specifico piano di azione.

Già dal 2021 GranTerre monitora le emissioni Scope 1 e 2 secondo il riferimento del GHG Protocol:

- Scope 1 - Emissioni dirette di gas a effetto serra: emissioni direttamente generate dall'organizzazione e derivanti dall'attività di combustione dei processi produttivi e dall'utilizzo dei mezzi di trasporto aziendali;
- Scope 2 - Emissioni indirette di gas a effetto serra: emissioni indirette dell'organizzazione derivanti dall'utilizzo di energia elettrica.

Nel corso del 2023, come previsto dal Piano di Sostenibilità, verrà intrapreso anche il calcolo delle emissioni Scope 3, che riguardano le altre emissioni indirette derivanti dalle attività a monte e a valle dell'organizzazione: le emissioni legate alle materie prime acquistate, ai rifiuti generati, agli spostamenti dei dipendenti, ai trasporti delle merci, per citare solo alcune categorie.

EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE (2022 vs 2021)

-4,4% emissioni Scope 1 e 2 Location Based

-7,2% intensità emissiva



Complessivamente, a livello di Gruppo sono state emesse nel 2022, 60.512 tCO₂eq (Scope 1 + Scope 2 Location Based¹): delle quali il 68,1% dovuto alle emissioni indirette provenienti dall'energia elettrica acquistata, pari a 41.187 tCO₂eq (Scope 2 Location Based). Le emissioni dirette (Scope 1) contribuiscono invece al 31,9% delle emissioni e sono pari a 19.324 tCO₂eq, in diminuzione del 36,2% rispetto al 2020, principalmente per la dismissione, nel 2021, dell'utilizzo di GPL e gasolio nel riscaldamento degli ambienti e nel ciclo produttivo. Rispetto al totale delle emissioni dirette Scope 1, l'82,6% è rappresentato dalle emissioni derivanti dall'utilizzo di gas naturale nel processo produttivo e per il riscaldamento degli ambienti.

¹ Le emissioni Scope 2 Location Based, considerano la quota parte di energia elettrica acquistata dalla rete, moltiplicata per un fattore emissivo che considera il mix energetico nazionale. Per le emissioni Scope 2 Market Based, invece, il fattore di emissione viene calcolato non contemplando la quota parte rinnovabile che alimenta il mix energetico nazionale. Infatti, escludendo la quota parte di energia elettrica coperta dalle Garanzie d'Origine, qualora acquistate dall'azienda, si possono evincere i comportamenti virtuosi delle organizzazioni.

Emissioni dirette di GHG (scope 1) e indirette di GHG da consumi energetici (scope 2)

Emissioni di gas a effetto serra		Unità di misura	2020	2021	2022
Totale emissioni GHG Scope 1		tCO2e	30.298	19.439	19.324
Diesel		tCO2e	2.969	662	144
GPL		tCO2e	2.606	-	-
Gas naturale		tCO2e	18.976	16.112	15.964
Gas refrigeranti		tCO2e	5.570	1.708	2.315
Consumo di carburante per la flotta	Diesel	tCO2e	177	951	890
	Benzina	tCO2e	-	6	12
Totale emissioni GHG Scope 2 (Location Based)		tCO2e	43.418	43.835	41.187
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	tCO2e	39.038	31.602	24.999
	di cui da cogeneratore	tCO2e	836	5.023	6.778
Consumo di energia termica	di cui da caldaia	tCO2e	-	1.423	1.479
	di cui da cogeneratore	tCO2e	1.381	3.734	5.364
	di cui da geotermico	tCO2e	2.163	2.053	2.567
Totale emissioni GHG Scope 2 (Market Based)		tCO2e	61.211	58.239	60.991
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	tCO2e	56.831	46.006	44.803
	di cui da cogeneratore	tCO2e	836	5.023	6.778
Consumo di energia termica	di cui da caldaia	tCO2e	-	1.423	1.479
	di cui da cogeneratore	tCO2e	1.381	3.734	5.364
	di cui da geotermico	tCO2e	2.163	2.053	2.567
Totale emissioni GHG (Scope 1 + Scope 2 Location Based)		tCO2e	73.716	63.274	60.512
Totale emissioni GHG (Scope 1 + Scope 2 Market Based)		tCO2e	91.509	77.678	80.315
Intensità emissiva (ton CO2 Scope 1+2 LB/ton produzione)		tCO2e	0,42	0,32	0,30

L'impegno del Gruppo è stato esteso anche all'approvvigionamento di energia da fonti rinnovabili, che hanno consentito di ridurre le emissioni totali (Scope 1 + Scope 2 Location Based) del 4,4% rispetto al 2021. Nel 2022 l'indice di intensità emissiva che rapporta le emissioni alla produzione (Ton CO2 Scope1+2 location based/Tonnellate di produzione) è diminuito del 7,2% rispetto all'anno precedente: 0,321 tonnellate di CO2e emesse per ogni tonnellata di prodotto nel 2021, contro 0,298 nel 2022.

Le emissioni inquinanti rilasciate in atmosfera sono principalmente costituite da materiale particolare dovuto a trattamenti di affumicatura e asciugatura per la produzione di salumi e formaggi. La presenza di ossido di azoto (NOx) e di Carbonio Organico (CO) è legata principalmente alle caldaie e a servizi di cogenerazione.

Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx), e altre emissioni significative in atmosfera

Emissioni inquinanti (t/anno)	2020	2021	2022
Ossidi di Azoto (Nox)	101,03	69,69	59,36
Particulate matter (PM)	0,65	3,11	0,24
Monossido di carbonio (CO)	3,33	12,94	10,57
Carbonio organico totale (COT)	1,85	3,86	2,18

Partnership per l'efficienza e la sostenibilità ambientale

Nel 2022 sono state gettate le basi di un importante progetto di partnership finalizzato al miglioramento dell'efficienza energetica e della resilienza dei processi produttivi del Gruppo, con il coinvolgimento di Gruppo HERA, una delle maggiori multiutility italiane e CPL Concordia, importante realtà cooperativa del territorio modenese specializzata nella progettazione, realizzazione, gestione e manutenzione di sistemi energetici. La partnership, avviata formalmente nel 2023, si pone l'obiettivo di imprimere una ulteriore forte accelerazione al percorso di sostenibilità ambientale del Gruppo, realizzando un numero significativo di impianti in grado di migliorare l'efficienza energetica e la resilienza dei processi produttivi, anche attraverso tecnologie di frontiera: impianti fotovoltaici senza consumo di suolo, impianti di cogenerazione e trigenerazione, tecnologie in grado di razionalizzare i consumi e garantire l'incremento dell'efficienza energetica nel contesto industriale e ipotesi progettuali più innovative, come la produzione e l'utilizzo di biometano, biogas ed idrogeno verde. In 5 anni si stima si possa aumentare l'energia proveniente da impianti di autoproduzione e da impianti ad alta efficienza per rispondere ad un fabbisogno del 50% del Gruppo GranTerre.

Investimenti per l'energia sostenibile: il caso dello stabilimento di Amiata

L'intero stabilimento di produzione Salumifici GranTerre di Bagnore di Santa Fiora, sul monte Amiata, utilizza esclusivamente energia termica da fonti rinnovabili che permettono di evitare in media la produzione di oltre 2.500 tonnellate di CO₂ all'anno.



Stabilimento di Bagnore, Santa Fiora (GR)

Foto di Daniele Badini

I PROGETTI GRANTERRE CO-FINANZIATI DAL PSR

Due progetti di Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre presentati nel 2022 sono stati ammessi a co-finanziamento nell'ambito del Programma di sviluppo rurale (PSR) dell'Emilia-Romagna: lo strumento di governo dello sviluppo del sistema agroalimentare regionale, finalizzato a supportare il comparto nell'affrontare le sfide legate alla sostenibilità delle pratiche agricole, il sostegno alle filiere produttive, la valorizzazione della tipicità delle colture e dei prodotti agricoli regionali, l'orientamento al consumatore.

I due progetti riguardano investimenti pari a circa 6 milioni di euro in innovazione tecnologica degli impianti in tre stabilimenti, capaci di generare impatto positivo a livello ambientale, sul fronte della qualità e anche rispetto al benessere lavorativo delle persone.

L'obiettivo dei progetti è quello di investire su nuove tecnologie per una maggiore efficienza del ciclo di trasformazione, anche con riferimento all'impatto ambientale, il miglioramento qualitativo dei prodotti DOP e IGP con vari accorgimenti tecnologici e l'ottenimento di livelli di tutela ambientale e sicurezza del lavoro superiori ai minimi indicati dalla normativa vigente: tutti gli investimenti sono finalizzati anche a preservare gli operatori da rischi di infortuni e malattie professionali, migliorando sensibilmente la salubrità e vivibilità degli ambienti di lavoro, oltre che la sicurezza nell'utilizzo delle nuove tecnologie che verranno introdotte.

6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua

GranTerre si impegna a utilizzare in modo responsabile l'acqua nei processi produttivi. Questo impegno trova riscontro nelle costanti attività di monitoraggio e nella ricerca di soluzioni innovative capaci di limitarne l'uso nelle linee produttive, con attenzione particolare al raffreddamento degli impianti, al lavaggio e alla sanificazione degli ambienti.

Nel 2022 sono stati prelevati negli stabilimenti del Gruppo 1.585.082 metri cubi d'acqua. Tutti i prelievi provengono da acque dolci, ovvero con un totale di solidi disciolti inferiore a 1 grammo/litro.

Prelievo idrico per fonte (m³)

	2020		2021		2022	
	Prelievi totali	Di cui aree da stress idrico	Prelievi totali	Di cui aree da stress idrico	Prelievi totali	Di cui aree da stress idrico
Acque sotterranee (es. pozzi)	1.188.507	161.678	1.180.905	168.906	1.184.427	168.812
Terze parti (acquedotti)	393.861	82.650	397.264	87.015	400.655	89.530
Totale prelievo idrico	1.582.368	244.328	1.578.169	255.921	1.585.082	258.342

L'utilizzo della risorsa idrica da parte del Gruppo è gestito ed autorizzato secondo la normativa vigente. La maggior parte dell'acqua utilizzata ha origine da pozzi presenti nel perimetro dello stabilimento (74,7%), monitorata regolarmente con analisi di laboratori accreditati esterni, mentre la restante parte viene prelevata dalla rete pubblica (25,3%). In ragione della localizzazione degli impianti produttivi, la maggior parte dei prelievi non riguardano aree sottoposte a stress idrico rilevante (solo il 16,3% dei prelievi totali avviene da aree a stress idrico).

Nel 2022 gli scarichi sono risultati pari a 1.262.259 m³, sostanzialmente in linea con il 2021². Tutti gli scarichi riguardano l'acqua dolce e la destinazione di questi scarichi avviene perlopiù verso fognature ed impianti di depurazione. Prima dell'immissione, una parte rilevante degli scarichi viene sottoposta ad un processo di degrassazione e di depurazione tramite trattamento fisico-chimico o depurazione biologica a fanghi attivi. Coerentemente con quanto previsto dalle Autorizzazioni Ambientali (AUA), l'Azienda effettua monitoraggi degli scarichi che, con riferimento ai differenti parametri misurati, avvengono in continuo o con diversa periodicità.

Scarico idrico (m³)

	2020	2021	2022
Scarico idrico totale per destinazione	1.262.409	1.265.241	1.262.259
Scarico idrico verso acque superficiali	418.020	434.406	456.167
Scarico idrico verso acque di terzi	844.389	830.836	806.092

In virtù dei valori precedentemente considerati, i consumi idrici totali risultano dunque pari a 322.823 m³ nel 2021, in aumento del 3,2% rispetto ai consumi del 2020. L'indice di intensità idrica nel 2022 è in linea rispetto al dato del 2021. Infatti, nel 2022 per ogni tonnellata di produzione sono stati consumati 1,59 m³ di acqua, come nel 2021.

² Per gli stabilimenti di Modena e Reggio Emilia di Caseifici GranTerre sono disponibili i dati dei contatori, sia a livello di prelievo che di scarico e sono stati quindi considerati i dati reali. Per gli stabilimenti di Caseifici GranTerre di Busseto e Sommacampagna, considerati a partire dal 2021 in virtù del conferimento del ramo di azienda Agriform, si è stimato che lo scarico sia uguale al prelievo sia per il 2021 che per il 2022. Per tutti gli stabilimenti di Salumifici GranTerre gli scarichi sono stati stimati considerando l'80% del prelievo idrico per l'intero triennio, in modo tale da tenere in considerazione l'acqua evaporata, le piogge meteoriche, malfunzionamento dei contatori, ecc

Consumi idrici (m³)

Consumi idrici totali (m3)	2020	2021	2022
Prelievo idrico totale in tutte le aree	1.582.368	1.578.169	1.585.082
Scarico di acqua totale in tutte le aree	1.262.409	1.265.241	1.262.259
Consumo totale di acqua in tutte le aree	319.959	312.928	322.823
Intensità idrica (m3 acqua consumata/ton produzione)	1,83	1,59	1,59

L'impegno nella riduzione del consumo di acqua in produzione

Negli anni le aziende del Gruppo hanno promosso interventi di efficientamento dei processi ed investimenti per ridurre l'utilizzo di acqua nel processo produttivo:

Ottimizzazione delle torri evaporative di raffreddamento

L'ottimizzazione delle torri evaporative di raffreddamento consente una riduzione del consumo idrico, attraverso l'impiego di un sistema a circuito chiuso per l'acqua e di contatto con la temperatura esterna per il raffreddamento. Per rendere più efficiente il processo anche in termini di consumi, negli anni sono stati fatti interventi di manutenzione o sostituzione delle torri evaporative e sono inoltre stati fatti interventi di miglioramento della qualità delle acque di alimento con l'introduzione di impianti a osmosi.

Riduzione della pressione idraulica

Negli stabilimenti Caseifici GranTerre di Modena e Reggio Emilia è stata ridotta la pressione idraulica in rete da 5 a 3 bar. Quest'opera non tutela semplicemente l'impianto idraulico, ma permette anche una sensibile riduzione dei consumi.

Sistema di lavaggi in Clean In Place (CIP)

Presso il Burrificio è stato introdotto un sistema di pulizia in loco CIP, volto a garantire che le linee di produzione siano decontaminate da residui di lavorazione e da impurità di tipo organico e inorganico. Il tutto senza alcuna operazione di smontaggio e con livelli di controllo e monitoraggio che portano efficienza, riducendo costi, sprechi idrici e impatto ambientale.

Progetto Bioamp

Nello stabilimento di Modena è attivo il progetto Bioamp per ovviare ai problemi di odore degli scarichi del reparto pancette. Il progetto prevede il dosaggio, tramite apposito reattore, di batteri liofilizzati che degradano la componente organica dei reflui e sono in grado di prevenire l'insorgenza di reflui da tubature e pozzetti, abbattere i cattivi odori, ridurre interventi di manutenzione della rete fognaria, ridurre i livelli di sostanze organiche presenti nelle acque reflue. Lo stesso progetto è in fase di test dal 2021 nello stabilimento di Putzen.

STABILIMENTO DI NOCETO: ELIMINATA LA TORRE DI RAFFREDDAMENTO E RIDOTTI I CONSUMI IDRICI

Nel 2021 è stato installato un nuovo gruppo frigo presso lo stabilimento di Noceto che, oltre ad eliminare quota di f-gas con ammoniaca (Global Warming Potential-GWP=0), ha un sistema di condensazione del gas refrigerante mediante radiatore ad aria, che ha permesso di eliminare le torri evaporative che utilizzano acqua a perdere. Con questo intervento si è avuta una sostanziale riduzione di consumo idrico di stabilimento.

3 Il Clean In Place (CIP) è un sistema di pulizia automatico, incorporato nell'equipaggiamento da pulire, che realizza un ricircolo, a determinate pressioni e/o temperature, dei liquidi detergenti e delle soluzioni per il risciacquo

6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti

GranTerre lavora proattivamente per ridurre la produzione di rifiuti attraverso attività di prevenzione, riciclo e riutilizzo e per il corretto smaltimento di sostanze pericolose. Le aziende del Gruppo hanno una procedura interna relativa agli aspetti normativi su ambiente e sicurezza che definisce i criteri da adottare per eseguire la valutazione degli aspetti ambientali, anche con riferimento alla gestione dei rifiuti.

L'impegno a differenziare e smaltire correttamente i rifiuti è fondamentale al fine di promuovere il riutilizzo e il recupero dei materiali impiegati, ove possibile. Negli ultimi anni il Gruppo ha compiuto sforzi importanti al fine di sensibilizzare le persone che lavorano all'interno dell'azienda ad effettuare correttamente la raccolta differenziata dei rifiuti: è stato, ad esempio, distribuito del materiale informativo utile a formare dipendenti e collaboratori sulle corrette prassi di smaltimento. Ogni anno viene effettuata un'analisi di caratterizzazione dei rifiuti allo scopo di generare una classificazione dei codici CER più efficace: nel 2022 l'analisi ha evidenziato nuovi codici CER, legati a ritiri puntuali a seguito di lavori di pulizia delle aree tecniche sul sito di Modena Caseifici GranTerre.

Nel 2021 il totale dei rifiuti prodotti dal gruppo è stato pari a 12.599,57 tonnellate. Rispetto al 2021, la produzione di rifiuti – rapportata al volume della produzione – segna una diminuzione del 14,3% (0,07 tonnellate di rifiuti prodotte per tonnellata di produzione nel 2021 contro lo 0,06 del 2022). Dalle attività produttive si generano per lo più rifiuti non pericolosi non recuperabili di natura plastica poliaccoppiata sporca e/o pulita. La quota marginale di rifiuti pericolosi deriva dalle attività di manutenzione impiantistica.

Tipologia di rifiuto e destinazione (t)

	2020	2021	2022
Totale rifiuti pericolosi	32,70	34,06	27,70
Di cui inviati alla preparazione per il riutilizzo	22,36	20,34	17,88
Di cui inviati al riciclaggio	-	-	-
Altre operazioni di recupero	2,41	1,84	0,20
Di cui inviati all'incenerimento (con recupero di energia)	4,38	5,27	5,02
Di cui inviati all'incenerimento (senza recupero di energia)	-	-	-
Di cui inviati in discarica	-	-	-
Altre operazioni di smaltimento	3,56	6,61	4,60
Totale rifiuti non pericolosi	13.442,06	14.234,04	12.571,87
Di cui inviati alla preparazione per il riutilizzo	3.209,46	3.499,15	3.137,44
Di cui inviati al riciclaggio	1.432,25	1.628,77	3.560,00
Altre operazioni di recupero	2.412,50	2.756,34	204,34
Di cui inviati all'incenerimento (con recupero di energia)	2.346,63	2.567,73	2.260,07
Di cui inviati all'incenerimento (senza recupero di energia)	-	-	-
Di cui inviati in discarica	177,00	182,24	191,82
Altre operazioni di smaltimento	3.864,22	3.599,82	3.218,20
Totale rifiuti	13.474,76	14.268,10	12.599,57
Intensità produzione rifiuti (Ton rifiuti prodotti / Ton produzione)	0,08	0,07	0,06

Il 54,9% dei rifiuti non pericolosi viene destinato a riciclo, alla preparazione per il riutilizzo e ad altre operazioni di recupero: per alcune categorie di sottoprodotto organico sono stati avviati progetti di distribuzione presso aziende specializzate per la loro trasformazione in materie prime per la produzione di cibo per animali (mangime per pesci), contribuendo alla diminuzione degli sprechi. Il restante 45,1%

dei rifiuti viene destinato ad operazioni di smaltimento come l'invio in discarica, l'incenerimento con recupero energetico e ad altre operazioni di smaltimento.

I sottoprodotti dell'industria alimentare, provenienti principalmente dalla trasformazione di materie prime sono caratterizzate da un elevato grado di biodegradabilità. Tra i rifiuti prodotti, i fanghi rappresentano il principale rifiuto non pericoloso derivante dal ciclo produttivo della carne e dei prodotti lattiero-caseari e sono particolarmente rilevanti in termini quantitativi: questi derivano dai processi di depurazione delle acque e la loro valorizzazione rappresenta una sfida quanto mai attuale tra le organizzazioni che operano nel settore. In ottica di economia circolare, questi fanghi, pur essendo categorizzati come rifiuti, vengono conferiti ad un'azienda specializzata che li valorizza per la produzione di biogas.

DAI FANGHI DI DEPURAZIONE AL BIOGAS: LA COLLABORAZIONE CON CAVIRO PER LA PRODUZIONE DI BIOCOMBUSTIBILI

Dal 2014 i fanghi ottenuti dalle acque di depurazione non vengono più smaltiti ma recuperati attraverso un processo di valorizzazione e trasformazione in bio-metano nell'impianto di Caviro Extra.

Per l'industria alimentare questa rappresenta una delle soluzioni tecnologiche capaci di conciliare al meglio la sostenibilità ambientale con quella socioeconomica. Il refluo all'arrivo presso Caviro Extra viene sottoposto ad un processo di digestione anaerobica nel quale, in assenza di ossigeno, la sostanza organica viene trasformata in biogas, che viene trasformato in biometano attraverso un processo di upgrading e ceduto alla rete di distribuzione per poi essere destinato all'autotrazione. Dal processo di upgrading si genera anche un flusso di CO² che viene recuperata, purificata e liquefatta per destinarla a vari utilizzi industriali. Una quota minore di biogas è inviata ad un motore endotermico per la produzione di energia elettrica che viene immessa in rete e distribuita dal gestore.

Nel 2022 le aziende del Gruppo hanno conferito 2.422 tonnellate di fanghi da cinque stabilimenti. Secondo i dati forniti da Caviro Extra, i fanghi conferiti hanno contribuito a produrre circa 77.000 Sm³ di Biogas, che potrebbero far funzionare circa 163 autovetture utilitarie per un anno (sono necessari 675 Sm³ per una percorrenza media di 11200 km, fonte Quattroruote).⁴



SALE E SALAMOIA DEL PROSCIUTTO: IL PROGETTO CON I SOCI DEL CONSORZIO SAN DANIELE

Salumifici GranTerre partecipa, come Socio del Consorzio di Tutela San Daniele, al progetto per la realizzazione di un impianto per il trattamento e la lavorazione del sale di scarto e della salamoia, che sono i rifiuti più impattanti della lavorazione del Prosciutto. Il progetto mira a porre rimedio all'indisponibilità nel territorio regionale del Friuli di adeguati impianti per il trattamento di questi rifiuti con l'obiettivo di favorire processi di circolarità attraverso la preparazione del sale e della salamoia per il riutilizzo come "sale stradale" o per le concerie. Il progetto è stato approvato ma non ancora implementato operativamente.

⁴ Consumo pari a 675 Sm³ per anno, percorrenza media 11.200 km, fonte: Quattroruote

LEAN PRODUCTION: OTTIMIZZAZIONE, EFFICIENZA E MINORE IMPATTO AMBIENTALE

Nel 2019 in Salumifici GranTerre è stata introdotta la Lean Production, un insieme di tecniche e strategie, inserite all'interno di un approccio organico, che punta all'annullamento degli sprechi all'interno dei processi. Ad oggi la Lean Production è stata introdotta in cinque stabilimenti, con l'obiettivo di un allargamento a tutto il perimetro aziendale nei prossimi anni. L'approccio Lean prevede la definizione di progetti ad hoc di riduzione degli sprechi nella linea di produzione, attraverso il coinvolgimento del personale produttivo, l'adozione di specifiche tecniche di problem solving, e l'implementazione di strumenti software per monitorare i dati in tempo reale: ogni linea ha dei display che indicano in tempo reale la performance. La filosofia Lean prevede lo sviluppo di un benchmark interno continuo, necessario per allineare i risultati e migliorare continuamente le performance.

LEAN PRODUCTION: TARGET DEFINITI, MONITORAGGIO EFFICACE E MIGLIORAMENTO CONTINUO

La Lean Production prevede la definizione di specifici target e l'adozione di un monitoraggio efficace necessario per valutare azioni correttive in ottica di miglioramento continuo.

L'APPROCCIO LEAN PRODUCTION



RIDUZIONE DEGLI SCARTI: MINORE IMPATTO AMBIENTALE GRAZIE ALL'EFFICIENZA LEAN

Uno dei parametri monitorati dalla Lean Production è la percentuale di scarti generati nella linea di produzione (packaging, prodotto o confezioni finite che diventano rifiuto). Per ogni linea viene definito un target di riferimento che deve essere rispettato. Nel tempo, questo ha permesso di monitorare con esattezza i volumi di scarto apportando, dove necessario, azioni correttive.

Grazie all'approccio Lean vengono costantemente ottimizzati gli standard di manutenzione finalizzati a generazione di meno scarti. Nel 2022 ad esempio sono stati definiti nuovi intervalli di tempo per il cambio delle barre di saldatura per prevenire perdita di sottovuoto e ideate nuove soluzioni per l'allineamento del laminato in macchina per il miglioramento nella messa in passo.

Nelle 36 linee monitorate con approccio Lean, gli scarti sono passati dal 9,9% del 2020 al 7,8% del 2022 con un conseguente risparmio di 730.406 mq di laminato e 5.667.345 etichette.

6.4 Materiali per il packaging

GranTerre pone massima attenzione alla sostenibilità del packaging dei suoi prodotti. Il percorso, avviato già da diversi anni, prosegue nell'ottica del miglioramento continuo e si fonda su una costante attività di R&S e sulla collaborazione con partner strategici per l'identificazione di nuove soluzioni per ridurre gli spessori e aumentare le quote di materiali riciclati, riciclabili e rinnovabili.

Il Gruppo è stato particolarmente attivo negli anni nel ricercare soluzioni di packaging all'avanguardia, capaci di soddisfare le richieste dei propri consumatori e di tutti gli stakeholder: il Gruppo ha nominato un responsabile packaging di Gruppo impegnato - in stretta collaborazione con R&S e Acquisti no food - nello sviluppo di soluzioni di packaging sempre più performanti dal punto di vista della sicurezza alimentare e della sostenibilità.

Nello specifico, l'analisi e lo sviluppo di nuove soluzioni di packaging ruotano intorno a quattro campi d'azione principali per le riduzioni degli impatti ambientali:



Materiali utilizzati per packaging (t)

	2020	2021	2022
	Totale	Totale	Totale
Carta e Cartone	12.413,37	13.394,54	14.840,00
di cui FSC®	797,02	1.199,26	1.307,02
di cui NON FSC®	11.616,35	12.195,28	13.532,98
Plastica	9.250,12	9.046,66	10.331,28
Alluminio	90,88	90,14	82,66
Acciaio	57,56	67,25	31,08
Totale	21.811,92	22.598,59	25.285,03

Materiali per packaging provenienti da riciclo (stima)

	2020	2021	2022
Carta e cartone	47%	46%	55%
Plastica	19%	18%	23%

5 Per approfondimenti sull'innovazione applicata al packaging si rimanda al Capitolo 3.

6 FSC e PEFC sono certificazioni elaborate a livello internazionale sviluppate per garantire una corretta gestione del patrimonio boschivo, rivolte ad aziende operanti nel settore del legno e dei derivati.

L'analisi dei materiali consumati per il packaging evidenzia prevalenza di utilizzo di carta e cartone (14.840,00 tonnellate), con un aumento di circa il 10% della quota certificata FSC® nel 2022 rispetto al 2021 e quasi raddoppiata rispetto al 2020. La plastica utilizzata nel 2021 è stata pari a 10.331,28 tonnellate, mentre è residuale l'utilizzo di alluminio e acciaio. Si evidenzia, inoltre, che con riferimento al 2022 il 41,5% del materiale utilizzato proviene da materiale di riciclo ed in particolare, per la carta e per la plastica questa percentuale è pari, rispettivamente, a 55 % e 23%⁷.

Con riferimento agli affettati, nel 2022 il completamento del processo di riduzione degli spessori delle relative tare delle vaschette – considerando i volumi di produzione dell'anno- ha permesso di evitare il consumo di 27 tonnellate di plastica.

ANALISI COMPARATIVA DELL'IMPATTO AMBIENTALE DELLE VASCHEE DEGLI AFFETTATI

Nel 2022, con l'obiettivo di avere un monitoraggio puntuale degli impatti ambientali delle diverse tipologie di packaging utilizzate è stata svolta una analisi comparativa dell'impatto ambientale (LCA – Life Cycle Assessment) di tre diverse tipologie di vaschette utilizzate per il confezionamento degli affettati GranTerre:

- multistrato: la vaschetta è in materiale multistrato PET/PE⁸, la produzione può avvenire con una quota-parte di PET da riciclo (R-PET), 50% o 80%;
- monomateriale PET: la vaschetta è in monomateriale di PET, la produzione può avvenire con un 50% di PET da riciclo (R- PET)
- bottom carta: la vaschetta ha un bottom in carta e film plastico e il film è in materiale multistrato PET/PE. Il film plastico accoppiato con la carta può essere di 30 o 50 micron.

Lo studio, commissionato ad una società specializzata, ha analizzato nel dettaglio l'impatto dell'intero ciclo di vita delle tre tipologie di vaschette, fino allo smaltimento finale, ma anche i benefici del recupero dei materiali oltre i confini del sistema e l'incidenza dell'intera filiera includendo la produzione del prodotto confezionato. Il focus per l'analisi dell'impatto ambientale è stato su tre indicatori specifici:

- CARBON FOOTPRINT, includendo tutti i gas che hanno un contributo sul riscaldamento globale
- CONSUMO DI ACQUA, calcolando l'uso complessivo di acqua disponibile per il fabbisogno umano
- CONSUMO DELLE RISORSE ENERGETICHE, analizzando sia il consumo di energia sia le risorse utilizzate come feedstock dei materiali

Lo studio ha evidenziato il fatto che, in generale, il packaging incide per il 5% sull'impatto ambientale del prodotto. Sull'impatto del sistema di confezionamento, i materiali incidono per il 30% e le materie prime incidono invece per il 20%.

Complessivamente è stata rilevata una differenza di impatto ambientale minima tra le tre tipologie di vaschette. Lo studio ha però posto l'accento su due aspetti che GranTerre terrà particolarmente in considerazione nei progetti futuri. Innanzitutto, il fatto che la variabile da tenere in considerazione per future valutazioni è la riciclabilità dei materiali, considerando le possibili evoluzioni. In secondo luogo, viene evidenziata l'importanza della salvaguardia del prodotto per evitare lo spreco, funzione fondamentale del packaging cui ogni sviluppo nei materiali o nei processi dovrà porre massima attenzione.

⁷ La quota di materiale riciclato sul totale è stata stimata tenendo in considerazione i volumi di produzione e le tipologie di packaging utilizzate.

⁸ Il PET è una particolare materia plastica che per la sua duttilità è largamente destinato alla produzione di packaging.

INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ NEI PACKAGING GRANTERRE



Il costante lavoro di analisi, test e utilizzo di soluzioni innovative per il packaging ha portato, negli ultimi anni, a diversi progetti che riguardano sia i brand del Gruppo che le referenze private label

ECOPACK CASA MODENA IN CARTA FSC®

I vassoi degli affettati Casa Modena in Ecopack sono in carta riciclabile certificata FSC®, il marchio della gestione forestale responsabile, e consentono di risparmiare il 50% di plastica rispetto alle nostre vaschette tradizionali in plastica. Oggi, la gamma si compone di 4 referenze della tradizione italiana: il prosciutto cotto di Alta Qualità Gran Tenerone, il prosciutto crudo Gran Crù, la mortadella Gran Delizia e il Salame Gran Goloso.

LINEA TENERONI: PLASTICA RICICLATA E TOP IN CARTA

La vaschetta delle referenze della gamma Teneroni Hamburger è realizzata con il 44% di plastica riciclata e il materiale della pellicola superiore proviene solo da fonti certificate FSC® ed è riciclabile nella carta.



LIBERAMENTE: PLASTICA MONOMATERIALE E RECUPERO DELLA PLASTICA COSTIERA



Nel 2022, la linea LiberaMente è diventata ancora più sostenibile, con la conversione di tutte le vaschette in plastica monomateriale riciclabile. In questo modo LiberaMente allunga il ciclo di vita del pack e riduce al minimo sprechi e rifiuti, rientrando appieno nel circuito dell'economia circolare.

La vaschetta è composta per il 50% da plastica riciclata, di cui il 30% proviene dalla lavorazione di bottiglie e altri rifiuti plastici che i volontari di Keep Sea Blue raccolgono in modo sostenibile da aree costiere e corsi d'acqua prima che finiscano nel Mediterraneo.

Le plastiche recuperate vengono trasformate in packaging direttamente in Europa, riducendo al minimo le emissioni di anidride carbonica per il trasporto.

BURRO PARMAREGGIO: INCARTO COMPOSTABILE



Caseifici GranTerre ha sviluppato un incarto compostabile per il burro Parmareggio, che si prevede di estendere a diversi formati. L'incarto compostabile è stato sviluppato grazie alla partnership con diversi fornitori di materia prima, e sottoposto a certificazione di compostabilità da parte dell'ente TÜV. Il progetto è frutto di un percorso avviato nel 2020: R&S ha lavorato con i fornitori per creare un packaging completamente compostabile, quindi con carta, etichetta ed inchiostri compostabili e senza sigilli, che non potevano essere smaltiti nell'umido. Il progetto è stato premiato da Conai nell'ambito del "Bando per l'eco-design degli imballaggi" edizione 2022

PACKAGING SECONDARIO: L'ESPOSITORE UNICO PRETAGLIATO CASA MODENA

L'espositore è un pezzo unico in cartone ondulato, con una finestra frontale e dei pretagli che favoriscono lo strappo sul punto vendita consentendo la visibilità delle vaschette a scaffale. Rispetto alla soluzione precedente twin-box costituita da 2 pezzi incollati, il passaggio ad espositore unico ha consentito di ridurre il peso dell'imballaggio del 20%. La materia prima è proveniente da filiera FSC® e il contenuto di riciclato è del 76%. Altri vantaggi indiretti sono di natura logistica con l'aumento del 16% degli espositori contenuti sul pallet. L'intervento sulle dimensioni del cartone ha permesso di ottimizzare il pallet finale consentendo un aumento dei numeri di cartoni di prodotto finito destinato alla distribuzione. Il progetto è stato selezionato tra i finalisti del premio Best Packaging 2022 promosso da Istituto Italiano Imballaggio, in partnership con Conai e Ipack-Ima.

6.5 Logistica e supply chain

La Direzione Supply Chain di GranTerre gestisce il magazzino di Interporto (Bologna) e i processi logistici tra stabilimenti e verso i clienti e presidia i processi di demand e supply planning e customer service.

La Direzione supply chain Granterre: organizzazione e ambiti di presidio



Magazzino e logistica

Il sistema distributivo di GranTerre è sviluppato attraverso un hub logistico che gestisce l'intero processo, dallo stoccaggio della merce in magazzino fino alla consegna al cliente, e comprende: lo stoccaggio di prodotti finiti, materie sussidiarie e semilavorati, la gestione ordini (picking e allestimento ordini), le attività di "fine linea" che comprendono peso e peso-prezzatura.

Le attività legate alla logistica si concentrano in unico Centro Distributivo, situato nell'Interporto di Bologna. Una struttura tra le più moderne basi logistiche a temperatura controllata in Italia, con una superficie totale di 30.000 mq e oltre 38.000 posti pallet, di cui 35.100 refrigerati a 3,5°C, 900 a 10°C e 3.000 a temperatura ambiente (per materiali tecnici). All'interno dell'hub logistico le attività amministrative sono gestite direttamente dal personale del Gruppo, mentre le fasi di movimentazione e la preparazione della merce è affidata ad un'azienda specializzata attraverso un contratto di appalto, sottoposto a certificazione ai sensi del D.Lgs. 276/2003. Le fasi di pianificazione e gestione del trasporto sono gestite dal Gruppo, mentre la distribuzione è affidata a operatori logistici specializzati.



Demand & Supply Planning

L'area Demand & Supply Planning ha un focus sui processi aziendali, con l'obiettivo di creare la massima sinergia tra il Gruppo ed il mercato per pianificare al meglio la produzione, garantire la disponibilità dei prodotti, soddisfare le richieste dei clienti nei tempi e nelle quantità adatte, massimizzando l'efficienza e limitando gli sprechi.



Customer service

Per garantire una adeguata gestione delle fasi post-vendita, GranTerre ha predisposto un servizio Customer Service differenziato Italia-Estero per tutte le tipologie di clienti. Il servizio così strutturato permette di presidiare al meglio sia gli aspetti logistici che di reverse logistic, oltre che la gestione degli ordini.

I NUMERI DELLA BASE LOGISTICA GRANTERRE



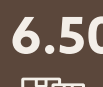
Scaffali a **7** Livelli

42 Dock House

2.000 Ordini / giorno



40.000.000 Colli picked /anno



6.500.000 Pezzi lavorazioni speciali /anno



2.000.000 Pallet IN-OUT / anno



50.000 Camion gestiti / anno



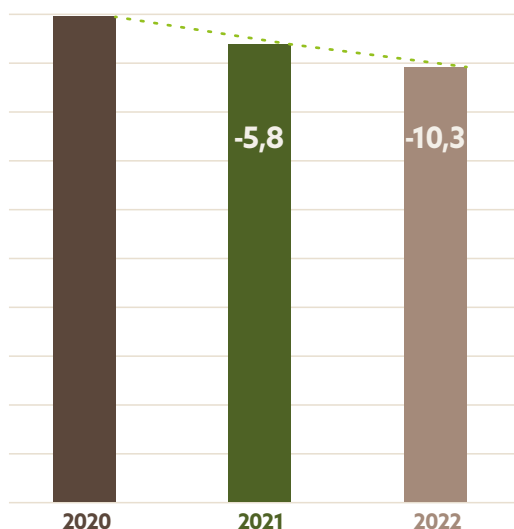
5.000 Referenze gestite / anno

L'EFFICIENTAMENTO DELLE TRATTE

Negli anni GranTerre ha lavorato per efficientare le tratte e ridurre i km percorsi sia nei trasferimenti tra stabilimenti che nelle consegne ai clienti.

Tra il 2022 e il 2020 si è registrato un risparmio del 10,3% di km percorsi sulle tratte nazionali a perimetro confrontabile (circa 148 mila km in meno percorsi).

La riduzione dei km percorsi (navettaggi e consegne)



LA SOSTENIBILITÀ NEI PROGETTI DELLA DIREZIONE SUPPLY CHAIN

GranTerre si impegna nel miglioramento continuo e nella riduzione degli impatti della Supply Chain attraverso diversi progetti sul fronte ambientale:

Logistica: *One truck Italia*

One truck Italia è un progetto nato con l'obiettivo di integrare il più possibile la distribuzione dei prodotti a marchio GranTerre andando a intervenire sul chilometraggio infralogistico percorso tra i 18 stabilimenti e sulle consegne ai clienti, con processi di integrazione capaci di portare benefici in termini di efficientamento dei processi distributivi. GranTerre mira ad estendere il progetto a consegne minori e, in prospettiva, verso l'estero.

Customer service: *gestione sostenibile di resi e respinti*

L'area Customer Service lavora da tempo all'efficientamento e alla sostenibilità dei resi e dei respinti da parte dei Clienti. Da un lato, il Customer Service GranTerre sta lavorando sulle note di consegna, affinché contengano tutte le informazioni utili al fornitore logistico per consegnare la merce nei modi e nei tempi definiti con il cliente. Dall'altro lato, sono allo studio possibili soluzioni per donare ad onlus o smaltire i prodotti resi e respinti non più commercializzabili direttamente presso il cliente. In questo modo si avrebbe una consistente riduzione dell'impatto ambientale dei trasporti.

Demand & Supply Planning: *ottimizzazione dei processi e riduzione degli sprechi*

GranTerre è un'azienda omni-channel, che svolge un servizio di distribuzione sia su canali tradizionali che su canali digitali interfacciandosi con clienti business e consumer. La continua ricerca del miglior livello di servizio, e lo sviluppo di una rete di distribuzione sostenibile hanno spinto GranTerre all'adozione di un software che utilizza l'intelligenza artificiale per il calcolo delle previsioni di vendita in modo tale da migliorare la fase di pianificazione e ottimizzare dei processi di stoccaggio, riducendo i periodi di permanenza ed obsolescenza della merce. Inoltre, sia Caseifici GranTerre che Salumifici GranTerre stanno lavorando per migliorare le sinergie nelle fasi di *sales and operation planning* al fine di garantire il coordinamento e l'allineamento tra tutte le funzioni aziendali che partecipano al ciclo attivo del prodotto.

Nota Metodologica

PRIMO BILANCIO ANNUALE DI SOSTENIBILITÀ DI GRANTERRE

Il presente documento rappresenta il primo Bilancio di Sostenibilità (di seguito anche "Bilancio") del Gruppo GranTerre (di seguito anche "il Gruppo" o "GranTerre") e contiene informazioni relative ai temi economici, ambientali e attinenti al personale, inclusi i diritti umani, con l'obiettivo di assicurare la comprensione delle attività svolte da GranTerre, del relativo andamento, dei risultati e dell'impatto prodotto dalle stesse in termini di sostenibilità.

Il Bilancio di Sostenibilità 2022 è approvato dal Consiglio di Amministrazione di GranTerre S.p.A. in data 19 Aprile 2023. .

PERIODO DI RIFERIMENTO

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenute in questo Bilancio si riferiscono alla performance per l'esercizio fiscale 2022 (dal 1° gennaio al 31 dicembre). Vengono, inoltre, forniti i raffronti con gli esercizi precedenti (2021 e 2020).

STANDARD DI REPORTING DI RIFERIMENTO

Il Bilancio di Sostenibilità è redatto secondo i "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito anche "GRI Standards" o "GRI"), che costituiscono lo standard attualmente più diffuso e riconosciuto a livello internazionale in materia di rendicontazione non finanziaria, in conformità alla versione 2021.

In particolare, secondo quanto previsto dallo standard, il Bilancio rendiconta le tematiche emerse dall'analisi di materialità, ovvero il processo attraverso il quale il Gruppo GranTerre ha definito i suoi temi materiali. Secondo il GRI, la definizione dei temi materiali è strettamente correlata all'identificazione degli impatti che il Gruppo ha o può avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi gli impatti sui diritti umani. Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo "1.5 I temi materiali", del capitolo 1 del presente Bilancio.

RACCOLTA DATI

La predisposizione del Bilancio di Sostenibilità si basa su un processo di reporting impostato partendo dal coinvolgimento delle funzioni aziendali responsabili degli ambiti rilevanti e dei dati oggetto della rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità, a cui è stato richiesto un contributo nell'individuazione e valutazione degli impatti, dei progetti e delle iniziative significative da riportare all'interno del documento, nonché nella fase di raccolta, analisi e consolidamento dei dati, al fine di verificare e validare tutte le informazioni riportate nel presente documento, ciascuno per la propria area di competenza.

I dati e le informazioni raccolte derivano dai sistemi informativi aziendali utilizzati per la gestione e la contabilità delle società del Gruppo e da un sistema di schede di raccolta dati, appositamente predisposte per soddisfare i requisiti dei GRI Standards. I dati sono stati elaborati mediante estrazioni e calcoli puntuali.

Eventuali dettagli in merito ai calcoli effettuati sono presenti all'interno del documento nei capitoli di pertinenza.

PRINCIPALI FATTORI DI CALCOLO

I fattori di conversione utilizzati per trasformare le differenti quantità energetiche in GJ sono tratti dal database Defra 2020, 2021 e 2022 (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs).

I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO² riportate nel Bilancio sono i seguenti:

- Emissioni dirette (Scope 1): fattori di emissione tratti dal database Defra 2020, 2021 e 2022 (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs), annualmente aggiornato;
- Emissioni indirette energetiche (Scope 2): per l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nelle sedi italiane sono stati utilizzati, rispettivamente per il metodo di calcolo Location-Based e per il metodo di calcolo Market-Based, i fattori di emissione ISPRA per consumi elettrici, costruiti a partire dai dati Terna e Enerdata, dell'ultima pubblicazione disponibile (ISPRA 2022, Dato 2020) e i fattori di conversione Residual Mix, pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB) dell'ultima pubblicazione disponibile 2022. Per i consumi di elettricità nelle sedi estere sono stati utilizzati rispettivamente: per il metodo Location-based, i valori ADAME 2020 per il sito Francese, e IEA 2022 per i siti in Germania e Austria; per il metodo Market-Based, i fattori di conversione Residual Mix, pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB) per Francia e Germania, ed un fattore residual mix calcolato a partire dai dati Australian Umweltbundesamt 2022 per il sito austriaco,
- Per quanto riguarda le emissioni derivanti dall'utilizzo dei vettori energetici generati dall'impianto di cogenerazione in concessione, sono stati utilizzati fattori di efficienza e di conversione da letteratura, elaborazione dei dati specifici del sito.

PERIMETRO DI REPORTING

Il Bilancio di Sostenibilità 2022 comprende i dati delle società consolidate integralmente dalla capogruppo GranTerre S.p.A. al 31 dicembre 2022 suddivise per Paese:

Perimetro Bilancio di sostenibilità 2022

ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	USA
GranTerre S.p.A.	GSI Services GmbH	GSI France S.A.S.	Senfter Casa Modena GmbH	Bertozzi Corporation of America
Caseifici Granterre S.p.A.				
Salumifici GranTerre S.p.A.				
RE-NEW Holding S.r.l. ¹				

PRINCIPALI LIMITAZIONI DI PERIMETRO

I dati relativi alla composizione del personale, al valore diretto economico generato e distribuito e al country-by-country reporting fanno riferimento all'intero perimetro di Gruppo. Per quanto riguarda il valore distribuito in favore della comunità, si segnala che l'importo è riferibile alle donazioni, liberalità esterne e sponsorizzazioni, effettuate dalle sole società italiane e tale limitazione è da considerarsi trascurabile rispetto al consolidato di Gruppo. Anche i dati relativi agli indicatori ambientali (energia, emissioni, rifiuti, prelievo e scarico idrico) sono limitati alle sole società italiane in considerazione della marginalità degli impatti ambientali delle sedi estere sul totale di Gruppo. Infine, per quanto riguarda la formazione e la salute e la sicurezza, anche in questo caso i dati fanno riferimento alle sole società italiane poiché non disponibili i dati delle società estere al momento della raccolta. Per le edizioni successive il Gruppo si impegnerà ad estendere il perimetro relativamente agli indicatori attinenti il valore diretto economico generato e distribuito e il personale.

Eventuali ulteriori limitazioni di perimetro sono opportunamente indicate all'interno del documento.

INFORMAZIONI E CONTATTI

Per informazioni e approfondimenti in merito alla strategia di sostenibilità del Gruppo GranTerre, nonché ai contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità, è possibile rivolgersi al seguente indirizzo: sostenibilita@granterre.it

¹ La società italiana "RE-NEW Holding S.r.l." e le sue controllate sono state escluse dal perimetro del Bilancio di Sostenibilità, poiché si tratta di società costituite per coordinare operazioni finanziarie di Gruppo, non rilevanti dal punto di vista degli indici di sostenibilità.

GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	GranTerre ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo 01.01.2022-31.12.2022
GRI 1 utilizzato	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Sector Standard GRI pertinenti	N/A

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE
			REQUISITO/ OMESSO/1	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
Informative Generali						
GRI 2 - Informative Generali - versione 2021	2-1 Dettagli organizzativi	1.1 Chi siamo p.7; Contatti e Indirizzi p. 143				
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica p.142				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica p.142				
	2-4 Revisione delle informazioni	-				Essendo il primo anno di reporting, non sono presenti restatement delle informazioni
	2-5 Assurance esterna	-				Il presente documento non è soggetto a revisione esterna
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1.1 Chi siamo p.7				
	2-7 Dipendenti	2.1 Le nostre persone p.35; Appendice pp.51-52				
	2-8 Lavoratori non dipendenti	2.1 Le nostre persone p.35				
	2-9 Struttura e composizione della governance	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15				
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15				Criteri e procedure riguardanti la nomina e la selezione del massimo organo di governo e dei suoi comitati sono previsti dallo Statuto.
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	-				Il Presidente del massimo organo di governo non è un alto dirigente dell'organizzazione
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15; 1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile p.19				

2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15; 1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile p.19				
2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile p.19 1.5 I temi materiali p.25				
2-15 Conflitti d'interesse	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business pp.17-18				
2-16 Comunicazione delle criticità	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15				Nessuna istanza è pervenuta al CdA nel 2022 attraverso i meccanismi di segnalazione
2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile p.19				
2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	-				Non sono presenti procedure di valutazione della performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone
2-19 Norme riguardanti le remunerazioni del business	-				Non è presente un regolamento riguardante le remunerazioni dei membri del massimo organo di governo e degli alti dirigenti
2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori p.42				
2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori p.42				
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholders pp.2-3				
2-23 Impegno in termini di policy	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business pp.15-18 1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile p.19				
2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business pp.15-18; 1.3 L'impegno e il contributo del Gruppo per la creazione di valore condiviso e per una crescita sostenibile p.19				

2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	3.3 Qualità e sicurezza alimentare p.76 2. Valorizzazione delle nostre persone pp.39,45				Le procedure e politiche presenti, volte a rimediare i principali impatti negativi, sono illustrate nei singoli capitoli relativi alla gestione degli impatti del Gruppo, indicati nella colonna "UBI-CAZIONE" della presente tabella
2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.17				
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.17				
2-28 Appartenenza ad associazioni	5.3 La rete sul territorio: Consorzi di tutela e Associazioni di categoria p.118				
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	1.4 Gli Stakeholder p.24				
2-30 Contratti collettivi	2.1 Le nostre persone p.35				

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE
			REQUISITO/ OMESSO/I	RAGIONE	SPIEGAZIONE	
Temi materiali						
GRI 3 - Temi materiali - ver- sione 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25				
	3-2 Elenco di temi materiali	1.5 I temi materiali pp.25-29				
Tema materiale: Creazione e distribuzione di valore agli stakeholder						
GRI 3 - Temi materiali - ver- sione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 5. Impatto positivo sui territori e sulle comu- nità p.100				
GRI 201: Performance economica	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	5. Impatto positivo sui territori e sulle comunità p.100				
GRI 207: Tasse	207-4 Reportistica per Paese	5. Impatto positivo sui territori e sulle comunità p.100				
Tema materiale: Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura e nella filiera						
GRI 3 - Temi materiali - ver- sione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 4.1 Moni- toraggio delle pratiche di sosteni- bilità nella catena di fornitura p.85				
GRI 204: Prassi di approvvigio- namento	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	4.1 Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura p.86				
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	-				Per il triennio 2020-2022 i nuovi fornitori del Gruppo non sono stati valutati se- condo criteri ambientali.
GRI 414: Valu- tazione sociale dei fornitori	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione at- traverso l'utilizzo di criteri sociali	-				Per il triennio 2020-2022 i nuovi fornitori del Gruppo non sono stati valutati secondo criteri sociali
Tema materiale: Etica ed anticorruzione						
GRI 3 - Temi materiali - ver- sione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali pp.25; 1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15				
GRI 205: anti- corruzione	205-3 Incidenti confermati di cor- ruzione e misure adottate	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15				
Tema materiale: Energia ed emissioni						
GRI 3 - Temi materiali - ver- sione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 6.1 Ener- gia ed emissioni pp. 125-126				
GRI 302: Energia	302-1 Energia consumata all'inter- no dell'organizzazione	6.1 Energia ed emissioni pp. 125- 126				
	302-3 Intensità energetica	6.1 Energia ed emissioni pp. 125- 126				
GRI 305: Emis- sioni	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scopo 1)	6.1 Energia ed emissioni pp. 125- 126				
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scopo 2)	6.1 Energia ed emissioni pp. 125- 126				
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	6.1 Energia ed emissioni pp. 125- 126				

Tema materiale: Prelievo, consumo, scarico d'acqua						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua pp.131-132				
GRI 303: Acqua ed effluenti	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua pp.131-132				
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua pp.131-132				
	303-3 Prelievo idrico	6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua pp.131-132				
	303-4 Scarico di acqua	6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua pp.131-132				
	303-5 Consumo di acqua	6.2 Prelievo, consumo e scarico di acqua pp.131-132				
Tema materiale: Emissioni inquinanti						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 6.1 Energia ed emissioni p.129				
GRI 305: Emissioni	305-7 Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni nell'aria rilevanti	6.1 Energia ed emissioni p.129				
Tema materiale: Riciclo e smaltimento dei rifiuti						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
GRI 306: Rifiuti	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali pp.25; 6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
	306-3 Rifiuti prodotti	6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
	306-4 Rifiuti non inviati a smaltimento	6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
	306-5 Rifiuti inviati a smaltimento	6.3 Riciclo e smaltimento dei rifiuti p.133				
Tema materiale: Iniziative a supporto dei dipendenti						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali pp.25; 2.1 Le nostre persone pp.35-40				
GRI 401: Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover	2.1 Le nostre persone pp.35-40; Appendice pp.53-54				
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	2.1 Le nostre persone pp.35-40				

Tema materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti pp.48-49				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403- 2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti p.48				
	403-9 Infortuni sul lavoro	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti pp.48-49				
	403-10 Malattie professionali	2.4 Salute e sicurezza dei dipendenti pp.48-49				
Tema materiale: Formazione e sviluppo personale						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali pp.25; 2.3 Lo sviluppo delle competenze pp.44-45				
GRI 404: Formazione e Istruzione	404-1 Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	2.3 Lo sviluppo delle competenze pp.44-45; Appendice p.55				
Tema materiale: Diversità e pari opportunità						
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori pp.41-42				
GRI 405: Diversità e Pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.15; 2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori p.41; Appendice pp.50-51				
	405-2 Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori p.42; Appendice p.55				

Tema materiale: Diritti umani e dei lavoratori						
GRI 3 - Temi materiali -versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.17; 2.2 Attenzione all'inclusione e alla valorizzazione della diversità dei nostri collaboratori p. 41				
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	1.2 Il modello organizzativo per una gestione etica del business p.17				
GRI 408: Lavoro minorile	408-1 Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile	4.1 Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura p.85				
GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio	409-1 Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	4.1 Monitoraggio delle pratiche di sostenibilità nella catena di fornitura p.85				
Tema materiale: Qualità, sicurezza ed eccellenza dei prodotti						
GRI 3 - Temi materiali -versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 3.3 Qualità e sicurezza alimentare pp.76-81				
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	3.3 Qualità e sicurezza alimentare p.79				
	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	3.3 Qualità e sicurezza alimentare p.79				
GRI 417: Marketing ed etichettatura	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	3.3 Qualità e sicurezza alimentare p.79				
	417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	3.3 Qualità e sicurezza alimentare p.79				
	417-3 Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing	3.3 Qualità e sicurezza alimentare p.79				

TEMA MATERIALE EXTRA GRI		
PACKAGING		
	INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	1.5 I temi materiali p.25; 6.4 Materiali per il packaging pp.136-137
KPI extra GRI	Quantità (t) di materiali utilizzati per il packaging	6.4 Materiali per il packaging p.136





www.granterre.it