



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2025



IL MANIFESTO GRANTERRE

*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.

GUARDA
IL VIDEO



INDICE DEI CONTENUTI

Lettera del Presidente	4
Lettera dell'Amministratore Delegato	5
Gruppo GranTerre: i numeri 2025	6

IL GRUPPO GRANTERRE: IDENTITÀ, BUSINESS E VALORI

1.1 Il Gruppo GranTerre	8
1.1.1 La storia di GranTerre	9
1.1.2 Le attività di business, i mercati, i brand	13
1.2 La strategia di sostenibilità	21
1.2.1 Il piano di sostenibilità	22
1.2.2 I temi materiali	24

L'AMBIENTE

2.1 Energia e cambiamento climatico	32
2.1.1 Energia	32
2.1.2 Emissioni climalteranti	35
2.1.3 Adattamento ai cambiamenti climatici	37
2.1.4 Emissioni inquinanti	37
2.2 Acqua	38
2.3 Biodiversità ed ecosistemi	40
2.4 Uso delle risorse ed economia circolare	44
2.4.1 Riciclo e smaltimento dei rifiuti	44
2.4.2 Materiali e innovazione nel packaging	47
2.5 Gestione della catena di distribuzione: pianificazione, logistica e customer service	53
2.5.1 I progetti della Direzione Supply Chain con impatto sulla sostenibilità	55

LE NOSTRE PERSONE

3.1 Le nostre persone	59
3.1.1 L'occupazione generata	59
3.1.2 I contratti e le relazioni sindacali	62
3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti	64
3.2.1 La tutela delle diversità, delle pari opportunità e del benessere sul lavoro	64
3.2.2 La formazione e lo sviluppo professionale	69
3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori	75

I TERRITORI E LE COMUNITÀ

4.1	Il valore economico generato e distribuito	81
4.2	La strategia di responsabilità sociale d'impresa	83
4.2.1	Le donazioni di prodotto: supporto alle comunità e lotta allo spreco alimentare	85
4.2.2	Le iniziative di rsi sui territori: salute, sport e solidarietà	88
4.2.3	Comunità e territori: tradizioni, memoria e cultura da valorizzare	92

ECCELLENZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI

5.1	L'eccellenza dei prodotti	98
5.2	Qualità e sicurezza alimentare	106
5.3	L'approccio all'innovazione	109
5.3.1	Le attività di ricerca & sviluppo	110

LA FILIERA LATTIERO - CASEARIA E LA CATENA DI FORNITURA

6.1	Presidio e gestione della catena di fornitura	120
6.2	La filiera lattiero-casearia GranTerre	123
6.3	Benessere animale	132

LA GOVERNANCE

7.1	La governance	134
7.1.1	La struttura societaria e il modello di corporate governance	134
7.1.2	Il sistema di controllo interno e la gestione dei rischi	136
7.1.3	Il modello di organizzazione, gestione e controllo ex. D.Lgs. 231/01	137
7.2	La condotta aziendale	138
7.2.1	L'approccio alla fiscalità	138
7.2.2	Pratiche di business trasparenti	139
7.3	Il dialogo con gli stakeholder	141
7.3.1	La comunicazione social e i programmi fedeltà per i consumatori	143
7.3.2	I canali di comunicazione interna	144
7.3.3	La rete sul territorio: consorzi di tutela e associazioni di categoria	145

APPENDICE

Nota metodologica	163
GRI content index	166

Cari Stakeholder,

quello passato è stato un anno in cui le relazioni, la fiducia e il senso di appartenenza che ci legano come Gruppo hanno mostrato ancora una volta tutta la loro forza. GranTerre è una comunità viva, fatta di mani che lavorano, di saperi che si tramandano, di soci che credono nel valore della cooperazione. Una comunità capace di crescere restando fedele ai propri principi, ma anche di aprirsi con coraggio al futuro. È questa combinazione - radici solide e sguardo ampio - che dà senso allo sviluppo del nostro Gruppo e che ci sostiene mentre affrontiamo nuove sfide e nuove opportunità, anno dopo anno.

Il sentirci parte di una storia comune ci ha permesso di avanzare con passo sicuro anche nei momenti di maggiore incertezza per l'azienda e tutto il settore. I nostri valori fondativi - la responsabilità, il rispetto per il lavoro e per le persone, per le filiere e per i territori che ci ospitano - continuano a orientare il nostro modo di essere impresa e a darci la direzione lungo il percorso di crescita.

Nel contesto attuale, la sostenibilità è oggetto di dibattito a causa delle crescenti tensioni politiche ed economiche e in diversi Paesi, imprese e istituzioni stanno ricalibrando o attenuando la visibilità dei propri impegni. Nonostante questo scenario, il nostro Gruppo prosegue con determinazione nel proprio percorso strategico, convinto che la sostenibilità resti una leva fondamentale per creare valore nel lungo periodo e consolidare la fiducia delle persone che ogni giorno scelgono GranTerre.

Guardare avanti significa coltivare ciò che ci rende un Gruppo coeso, ma anche avere il coraggio di rinnovare strumenti, modelli e competenze affinché GranTerre possa continuare a evolvere in modo armonico. Significa far dialogare la ricchezza delle tradizioni con l'attenzione alle risorse naturali da cui tutto nasce; valorizzare il contributo di chi ogni giorno lavora con dedizione e, allo stesso tempo, investire nella qualità delle relazioni, nella sicurezza e nel benessere della nostra comunità aziendale.

Proseguendo lungo questa direzione, ci stiamo preparando a rendicontare secondo la nuova direttiva europea CSRD - *Corporate Sustainability Reporting Directive* - che richiederà ancora maggiore rigore nella comunicazione delle performance di sostenibilità. L'obbligo di rendicontazione ricadrà sul Consorzio Granterre, che redige il bilancio consolidato, mentre GranTerre S.p.A. continuerà a pubblicare volontariamente il proprio bilancio di sostenibilità, a testimonianza di un impegno che non nasce da imposizioni normative, ma da una scelta consapevole.

Il nostro sviluppo si fonda su scelte consapevoli, sulla trasparenza e sulla capacità di guardare oltre l'immediato. Per garantire continuità a questo cammino, il Consiglio di Amministrazione ha confermato la delega alla sostenibilità al consigliere Andrea Benini, che presidia il percorso intrapreso dal Gruppo con una visione attenta e coerente, contribuendo a dare solidità e direzione agli impegni che abbiamo assunto.

Guardando alla nostra storia ci accorgiamo di come non siano solo la dimensione o il risultato economico a guidare il nostro sviluppo: è fondamentale la nostra identità, l'impegno a crescere rimanendo fedeli a ciò che siamo, a quel modo di lavorare insieme che ha costruito nel tempo la nostra reputazione e la nostra affidabilità, ai principi cooperativi che ci ricordano che il successo non nasce mai da un singolo gesto, ma dalla forza di una comunità che si muove unita.

A tutte le persone che ci accompagnano in questo percorso - soci, collaboratori, produttori, partner, clienti - rivolgo un sincero ringraziamento. È anche grazie alla vostra fiducia che possiamo continuare a costruire, insieme, il futuro del nostro Gruppo.

Ivano Chezzi
Presidente di GranTerre S.p.A.

Cari Stakeholder,

il 2025 è stato un anno complesso e allo stesso tempo ricco di evoluzioni decisive che ha confermato quanto il nostro settore sia chiamato a muoversi in un contesto globale sempre più dinamico e imprevedibile. Gli eventi internazionali, le variazioni dei costi delle materie prime, le nuove regole dei mercati e l'evoluzione delle preferenze dei consumatori hanno reso necessario un approccio gestionale basato su agilità, capacità di adattamento e visione di lungo periodo. In questo scenario, GranTerre ha scelto ancora una volta di affrontare le sfide con responsabilità e determinazione, consolidando il proprio ruolo come protagonista nella filiera agroalimentare del Made in Italy.

La principale sfida del 2025 è stata *rendere semplice ciò che è complesso*. Ci siamo confrontati con cambiamenti repentini delle condizioni di mercato, con nuove pressioni competitive e con la necessità di operare con maggiore agilità, adottando modelli decisionali più orizzontali, delega responsabile e capacità di adattamento rapido. Tutto ciò senza perdere di vista il nostro obiettivo: continuare a crescere offrendo al mercato prodotti buoni, di qualità e sicuri, realizzati attraverso processi orientati alla tutela delle persone, alla riduzione degli impatti ambientali e alla valorizzazione delle comunità locali, sulla base di obiettivi e risultati misurabili.

Accanto alle sfide, il 2025 è stato anche un anno di risultati significativi. Abbiamo consolidato la nostra identità di gruppo capace di integrare tradizione e innovazione: investendo in efficienza energetica, tecnologia, qualità produttiva e rinnovamento dei nostri stabilimenti, contribuendo alla competitività della filiera anche in un contesto mutevole. Abbiamo continuato a sviluppare prodotti capaci di rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più attento alla qualità delle materie prime, alla sostenibilità del packaging e alla trasparenza dei processi. Abbiamo inoltre rafforzato la nostra presenza internazionale, confermando GranTerre come piattaforma che porta le eccellenze agroalimentari italiane sulle tavole di tutto il mondo e valorizza la ricchezza della nostra storia, delle competenze delle nostre persone e delle tradizioni gastronomiche italiane.

Le recenti acquisizioni, unite alla nostra struttura industriale, ci permettono di guardare avanti con fiducia e con un progetto di crescita di lungo periodo, fondato su solidità, visione e radicamento nelle filiere produttive. Un progetto che ha al centro le nostre persone: passione, positività, determinazione e condivisione sono i valori che guidano il nostro modo di lavorare, e che trovano espressione nel contributo quotidiano di chi opera nei caseifici, nei salumifici, negli uffici, nella logistica e nelle nostre reti commerciali.

Il futuro ci chiede efficienza, agilità, responsabilità e una visione ampia. Continueremo a investire in sostenibilità ambientale e sociale, nella digitalizzazione, nelle competenze, nel rafforzamento delle filiere e nella trasparenza dei nostri processi.

Il percorso intrapreso è chiaro, condiviso e orientato al lungo periodo e lo porteremo avanti con la forza delle nostre persone, delle nostre radici cooperative e della nostra passione per l'eccellenza.

Maurizio Moscatelli
Amministratore Delegato di GranTerre S.p.A.

GRUPPO GRANTERRE: I NUMERI 2025¹



IL BUSINESS E LA GOVERNANCE

1,87
miliardi
fatturato
consolidato

584
milioni
fatturato
estero

188.000
tonnellate
di prodotto
vendute

23
tra stabilimenti
produttivi
e base logistica

11 DOP e 7 IGP
tra salumi
e formaggi duri

6
filiali
commerciali
estero

38 caseifici
e **1.930**
aziende agricole
nella filiera
lattiero-casearia

L'IMPATTO SOCIALE

3.290
occupati

235
tonnellate
di prodotti donati
a scopo benefico
a una rete di 19
organizzazioni,
empori e mense
solidali sui territori



L'IMPATTO AMBIENTALE

4,19 GJ
di energia
consumata per ton
di produzione
(-0,4% rispetto al 2024)

-10,4%
TON CO₂e
emissioni scope
1-2 per ton
di produzione

40%
del fabbisogno
energetico (termico
ed elettrico)
autoprodotta
da cogenerazione,
fotovoltaico
e geotermia

¹ I dati relativi a "Business e Governance" e agli occupati della presente infografica si riferiscono al perimetro consolidato comprensivo delle nuove entities GranTerre S.p.A. al 31.12.2025 come dettagliato in nota metodologica.



IL GRUPPO GRANTERRE: IDENTITÀ, BUSINESS E VALORI

1.1 IL GRUPPO GRANTERRE

Il Gruppo GranTerre (di seguito GranTerre o il Gruppo) rappresenta una delle principali realtà italiane nella produzione e commercializzazione di salumi e formaggi stagionati con un paniere di 11 DOP e 7 IGP e conta 23 stabilimenti in Italia e USA e sei filiali commerciali in Europa e USA, un fatturato consolidato di 1,87 miliardi di euro nel 2025 (1,67 nel 2024) e oltre 3200 persone occupate¹.

GranTerre nasce nel 2019 da un ambizioso progetto del movimento cooperativo che ha portato Consorzio Granterre e Unibon a siglare una partnership finalizzata all'aggregazione di due storiche aziende dell'agroalimentare italiano: Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre.

Oggi GranTerre detiene una posizione di leadership nelle filiere del Parmigiano Reggiano, del Grana Padano e nella produzione di salumi, sia sul mercato italiano sia a livello internazionale, tramite brand propri e prodotti a marchio del distributore.

¹ I dati relativi a fatturato, occupati e stabilimenti riportati nel presente capitolo si riferiscono al perimetro consolidato GranTerre S.p.A. al 31.12.2025 comprensivo delle nuove entities come dettagliato in nota metodologica.



CONSORZIO GRANTERRE E UNIBON: LA FORZA COOPERATIVA ALLA BASE DEL MODELLO GRANTERRE

Consorzio Granterre rappresenta il cuore agricolo della filiera GranTerre e riunisce una delle organizzazioni di produttori più rilevanti in Italia nella produzione di Parmigiano Reggiano. Dal 2019 svolge un ruolo determinante nella definizione dell'attuale struttura del Gruppo e nella costruzione di un modello di integrazione di filiera fondato su qualità, radicamento territoriale e solidità cooperativa. Nel corso degli anni il Consorzio ha ampliato la propria rete stringendo alleanze strategiche con realtà cooperative di primo piano, come Agriform, la più importante cooperativa veneta dei formaggi duri DOP, e Cao Formaggi, partner nello sviluppo della filiera del Pecorino Romano DOP. Oggi rappresenta un sistema che coinvolge quasi duemila soci produttori, contribuendo alla continuità del tessuto agricolo e alla valorizzazione delle produzioni casearie nazionali.

Accanto al Consorzio opera Unibon S.p.A., società finanziaria del movimento cooperativo, di cui fanno parte importanti realtà modenesi e nazionali. Unibon supporta le iniziative imprenditoriali del territorio e lo sviluppo delle filiere cooperative, investendo direttamente nel capitale delle imprese o sottoscrivendo strumenti finanziari dedicati. Nel tempo Unibon ha accompagnato la crescita del Gruppo GranTerre sostenendo l'aggregazione tra Grandi Salumifici Italiani e Parmareggio e partecipando alle principali operazioni di M&A che hanno portato alla definizione dell'attuale configurazione societaria e industriale.

Grazie alla sinergia tra Consorzio Granterre e Unibon, il Gruppo ha consolidato un modello distintivo nel panorama agroalimentare italiano, capace di sostenere una filiera integrata e competitiva e di promuovere un percorso di sviluppo orientato al rafforzamento della presenza sui mercati.

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 promuovendo una migliore qualità di vita e di lavoro delle persone e sostenendo le comunità e i territori di riferimento.

1.1.1 LA STORIA DI GRANTERRE

La storia di GranTerre è un percorso identitario che intreccia tradizione, cooperazione e innovazione. Pur essendo nata nel 2019, l'azienda affonda le proprie radici nel secondo dopoguerra, un periodo in cui l'Emilia-Romagna vide la nascita e lo sviluppo delle cooperative di macellazione e dei caseifici sociali. Queste realtà, create da comunità di uomini e donne determinate a ricostruire e valorizzare il territorio, hanno costituito nel tempo un modello imprenditoriale fondato sulla solidarietà e sulla crescita condivisa. Nel corso dei decenni, queste cooperative hanno saputo evolvere e unirsi per affrontare le trasformazioni economiche e tecnologiche, dando vita a realtà consolidate come Grandi Salumifici Italiani e Parmareggio, oggi Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre. È dall'unione di queste eccellenze e da una visione imprenditoriale che ha sempre guardato al futuro con ambizione che ha preso forma GranTerre, con l'obiettivo di affermarsi come leader nel panorama agroalimentare italiano mantenendo salde le proprie origini, valorizzando la qualità delle materie prime, la competenza artigianale e il legame con i territori di produzione.



LA STORIA DEL GRUPPO GRANTERRE

1946



VIENE FONDATA
A REGGIO EMILIA ACM

COOPERATIVA
PER LA MACELLAZIONE
E LAVORAZIONE
DELLE CARNI

1948



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

1959



NASCE IL CCS,
CONSORZIO CASEIFICI
SOCIALI

SUCCESSIVAMENTE,
NEL 1966 L'ATTIVITÀ
DEL BURRIFICIO
SI ALLARGA ALLA
PRODUZIONE
E STAGIONATURA
DEL PARMIGIANO
REGGIANO



1995

NASCE IL CONSORZIO
GRANTERRE

CHE RIUNISCE
L'INTERA FILIERA
LATTIERO-CASEARIA
DEL PARMIGIANO
REGGIANO



2001

UNIBON STIPULA
CON SENFTER

UN ACCORDO
DI JOINT VENTURE
COMMERCIALE, CREANDO
ITALIA SALUMI

2004

ACQUISIZIONE
DI PARMAREGGIO

AZIENDA SPECIALIZZATA
NELLA LAVORAZIONE
DEL PARMIGIANO
REGGIANO

Parmareggio



2019

DALL'AGGREGAZIONE
DI GRANDI SALUMIFICI
ITALIANI E PARMAREGGIO
NASCE IL GRUPPO
BONTERRE



2021

INGRESSO DI AGRIFORM
NEL GRUPPO
ATTRaverso
L'INTEGRAZIONE
CON PARMAREGGIO

CONSOLIDAMENTO
DELLA JOINT VENTURE
COOPERATIVA
UNIBON/CONSORZIO
GRANTERRE

1980



INIZIA LA STORIA
DI AGRIFORM

CON LA STAGIONATURA E LA
VENDITA DEL GRANA PADANO
NEI MAGAZZINI
DI SOMMACAMPAGNA
(VERONA) CHE PORTERÀ
NEL 1989, SU INIZIATIVA
DI 9 CASEIFICI, ALLA NASCITA
DELLA COOPERATIVA

1991



Una Bontà di Origine Controllata

DALLA FUSIONE
DI CIAM E ACM
NASCE UNIBON

COOPERATIVA
SPECIALIZZATA
NELLA LAVORAZIONE
E DISTRIBUZIONE
DI CARNE SUINA

1991



NASCE UNIGRANA

CHE DIVENTA
IL TRAIT-D'UNION
TRA PRODUZIONE
E MERCATO
PER VENDERE
ALL'INGROSSO
IL PARMIGIANO
REGGIANO E IL BURRO
IN PANONI,
DIRETTAMENTE ALLE
AZIENDE ALIMENTARI

2005

Grandi Salumifici Italiani®

UNIBON E SENFTER
COMPLETANO LA JOINT
VENTURE, NASCE
GRANDI SALUMIFICI ITALIANI

2008



ACQUISIZIONE
DI PARMISSIMO

MARCHIO OPERANTE
NEL MERCATO
GRATTUGIATI

2011



ACQUISIZIONE
DI ALCISA
STORICO BRAND
BOLOGNESE
DELLE MORTADELLE

2023



SI CONCLUDE
IL PROCESSO
DI RE-NAMING
E NASCE GRANTERRE

2024



CON UN PROCESSO
DI INTERNALIZZAZIONE
NASCE GRANTERRE
LOGISTICA

2025



PARMACOTTO ENTRA
NELLA GRANDE FAMIGLIA
GRANTERRE,
RAFFORZANDO
LA SUA VOCAZIONE
ALL'ECCELLENZA LEGATA
A TERRITORIO, SAPER FARE
E INNOVAZIONE

I VALORI DI GRANTERRE

Le radici cooperative dell'azienda si riflettono nel suo modo di fare impresa e nel rapporto con gli stakeholder, costituendo la base del percorso di integrazione strategica della sostenibilità nel Gruppo: l'impegno è quello di trasformare principi e valori cooperativi in azioni concrete e risultati misurabili. Nel Bilancio di Sostenibilità è possibile ritrovare questi valori espressi nelle performance, nelle attività, nelle iniziative e negli approcci adottati dal Gruppo. All'inizio dei vari capitoli e paragrafi del documento vengono inoltre richiamati i valori cooperativi di riferimento e le aree specifiche di impegno del Gruppo².

² In appendice è disponibile la matrice che evidenzia la correlazione tra i valori della cooperazione e i temi materiali GranTerre.

I VALORI COOPERATIVI

I valori etici dei soci



ONESTÀ

I soci delle cooperative promuovono relazioni oneste tra loro e con i clienti e i fornitori lungo la catena del valore.



TRASPARENZA

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



RESPONSABILITÀ SOCIALE

Si riferisce alla responsabilità della cooperativa di contribuire al benessere della società e dell'ambiente riducendo gli impatti negativi su di essi.



CURA DEGLI ALTRI

Riflette la tolleranza dei cooperatori verso gli altri e la preoccupazione per la loro comunità.

I valori della cooperazione



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.



RESPONSABILITÀ

Indica che i soci si assumono la responsabilità delle loro cooperative e implicitamente sono responsabili verso sé stessi.



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.



UGUAGLIANZA

È strettamente collegata al miglior utilizzo delle risorse della società e capace di favorire la mutualità, la comprensione e la solidarietà.



EQUITÀ

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



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.

Fonte: Alleanza Cooperativa Internazionale, Dichiarazione di Indentità e Carta dei Valori e Principi (1995)

1.1.2 LE ATTIVITÀ DI BUSINESS, I MERCATI, I BRAND

Nel corso degli anni Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre si sono contraddistinte sul mercato delle eccellenze gastronomiche italiane nel mondo dei salumi e dei formaggi duri, diventando punto di riferimento sul mercato nazionale ed internazionale con marchi propri e come fornitori di prodotti a marchio del distributore. Da ottobre 2024 al Gruppo GranTerre fa capo anche Logistica GranTerre, azienda nata da un progetto di internalizzazione nella base logistica del Gruppo, mentre nel 2025 è stata finalizzata un'importante operazione di integrazione di Salumifici GranTerre con Parmacotto, una delle aziende più note della salumeria italiana.



Salumifici GranTerre è riconosciuta come uno dei maggiori player internazionali nel settore della salumeria di qualità e rappresenta l'eccellenza produttiva nella lavorazione di salumi valorizzando le risorse ed i prodotti identificativi dei territori d'origine: Emilia-Romagna, Alto Adige, Toscana, Friuli. Grazie all'integrazione con Parmacotto, la presenza e la rilevanza di Salumifici GranTerre sul mercato si è ulteriormente rafforzata, con espansione esponenziale in tutti i mercati dove le due società sono già presenti (Stati Uniti e principali mercati europei) e approccio a nuovi.



Caseifici GranTerre è la più grande azienda italiana nel mondo dei formaggi DOP, che unisce due realtà - Consorzio Granterre e Agriform, 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, tre stabilimenti produttivi e una gamma di prodotti presenti nella totalità della distribuzione moderna, è un riferimento nel mercato dei formaggi stagionati e del burro.



Logistica GranTerre è nata a settembre 2024 per la gestione dei servizi di stoccaggio e movimentazione dei prodotti nella base logistica di Interporto (BO) a favore delle società del Gruppo GranTerre. La società è frutto di un progetto di internalizzazione di circa 250 persone precedentemente occupate nel magazzino attraverso un appalto, cui sono stati affiancati 30 dipendenti provenienti dal ramo d'azienda per la gestione informatica della movimentazione delle merci.



L'ACCORDO TRA GRANTERRE E PARMACOTTO

L'accordo tra GranTerre e Parmacotto - siglato nel 2024 e perfezionato nel 2025 - prevede il conferimento in Salumifici GranTerre dell'intera partecipazione in Parmacotto S.p.A. e rappresenta una tappa strategica nel percorso di crescita del Gruppo. L'integrazione tra le due realtà rafforza la capacità di sviluppo nei mercati in cui entrambe sono già presenti, come Stati Uniti e principali Paesi dell'Unione Europea, e apre nuove opportunità di espansione futura. Oltre alla dimensione industriale e commerciale, l'aggregazione favorisce una visione più integrata delle filiere, dei territori e delle responsabilità sociali condivise. Tale sinergia crea le condizioni per sviluppare progettualità comuni su efficienza energetica, innovazione di prodotto, qualità e sicurezza alimentare, ampliando al contempo l'impegno del Gruppo verso un modello di crescita sostenibile e orientata al lungo periodo.

Tutto il gusto GranTerre «Formaggi e salumi: l'eccellenza italiana»

Moscattelli, ad del Gruppo che unisce tradizione e innovazione
«Non produciamo nulla fuori confine: questa scelta è la nostra forza»
Il mercato estero genera 600 milioni di giro d'affari dagli Usa all'Europa

di Sofia Nardi

GranTerre è uno dei principali gruppi italiani nel settore agroalimentare, con un focus strategico sulla produzione e commercializzazione di salumi tradizionali e formaggi stagionati DOP/IGP di eccellenza, tra cui Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Asiago e molti altri prodotti del patrimonio gastronomico nazionale. Nata dall'integrazione di realtà storiche del settore, l'azienda unisce tradizione e dimensione industriale, con un forte legame con i produttori locali e una presenza sempre più rilevante sui mercati internazionali.

Maurizio Moscattelli, amministratore delegato del Gruppo, GranTerre nasce dall'integrazione di realtà storiche del settore agroalimentare. Guardando indietro, quali sono stati i passaggi chiave che hanno definito l'identità e la crescita del gruppo?

«La storia di GranTerre è un viaggio affascinante che unisce tradizione e innovazione nel mondo dei salumi e dei formaggi. Siamo nati nel 2019, ma le nostre radici affondano molto più indietro, nel secondo dopoguerra, quando in Emilia-Romagna fiorivano le cooperative di macellazione e i caseifici sociali, realtà create da uomini e donne che volevano ricostruire e valorizzare il territorio dopo la guerra. Negli anni, queste piccole cooperative si sono unite per affrontare le sfide economiche e tecnologiche del tempo, dando

«**I turisti che scoprono i nostri prodotti e gli chef nostrani all'estero sono i migliori ambasciatori**

vita a realtà come Grandi Salumifici Italiani e Parmareggio. GranTerre ha preso forma dalla fusione di queste eccellenze, con un occhio sempre attento alla qualità dei prodotti e al legame con la terra. Attraverso marchi come Parmareggio, Parmacotto, Senter e Agniform, siamo diventati il gruppo leader nel settore alimentare, producendo salumi e formaggi che raccontano storie di territorio e passione».

Qual è oggi il vostro fatturato?
«Il comparto 'formaggi' si attesta sui 900 milioni, mentre con i salumi abbiamo registrato 1 miliardo di fatturato nel 2025. Complessivamente sfioriamo i 2 miliardi: una cifra in crescita di oltre 100 milioni rispetto all'anno precedente».

Che ruolo gioca il mercato estero in questo panorama?

«Fondamentale: dobbiamo all'estero circa 600 milioni di fatturato. Attualmente copriamo Stati Uniti, Francia, Germania, Austria e Svizzera con presenze dirette. Va detto che anche il mercato nazionale è in crescita, soprattutto grazie al comparto formaggi, agli snack e ai piatti pronti, incluse le vaschette di affettati e i grattugiati».

Un trend in linea con le nuove abitudini dei consumatori.
«Questo avviene anche a degli ambasciatori d'eccezione che solo da un lato i turisti che scoprono

«Sì: il tempo trascorso in cucina è tendenzialmente sempre meno e i consumatori apprezzano la presenza nei supermercati di prodotti già pronti realizzati con materie prime di qualità».

I dazi imposti dagli Usa stanno pesando molto sull'export?

«I dazi hanno certamente creato instabilità, anche a causa della conseguente svalutazione del dollaro. Proprio per rispondere a questo nuovo ostacolo, abbiamo investito su fabbriche di affettamento localizzate negli Stati Uniti. GranTerre, va detto, ha però le sue radici in Italia e non produce nulla all'estero. Questa scelta è parte della sua forza ed è quello che ci consente di non subire troppo il contraccolpo dei dazi».

Intende dire che l'attrattiva della qualità 'made in Italy' resta comunque un plus per i consumatori dei mercati esteri?

«Questo avviene anche a degli ambasciatori d'eccezione che solo da un lato i turisti che scoprono

«**Puntiamo a raggiungere 12 miliardi di fatturato entro il 2027 e ad aprire filiali in UK**



Maurizio Moscattelli, amministratore delegato del gruppo GranTerre

no i prodotti italiani e poi li ricercano anche a casa loro, e dall'altro gli chef italiani all'estero, che portano nei Paesi dove lavorano la vera cultura della cucina italiana, imprescindibile dalla materia prima».

Il tema della sostenibilità aziendale è sempre più cruciale. Quali sono le vostre politiche in merito?

«Ci muoviamo seguendo alcuni punti cardine. Per quanto riguarda l'ambiente, siamo molto consapevoli del fatto che la produzione di GranTerre è molto energivora e per questo l'attenzione è alta: il 40% del fabbisogno energetico è autoprodotta e abbiamo ridotto dell'11% il consumo idrico».

Ma la sostenibilità ambientale non è l'unico tema: c'è anche quella lavorativa-sociale.

«Contiamo 3.300 persone impiegate nei nostri stabilimenti e questo ci impone di pensare alla qualità del loro tempo lavorativo. In quest'ottica puntiamo all'obiettivo ambizioso 'infortuni zero' e promuoviamo piani di welfare aziendale attenti ai lavoratori. Per quanto riguarda, poi, il nostro legame con i territori, oltre 320 tonnellate dei nostri prodotti nell'ultimo anno sono stati donati a realtà locali a scopo benefico».

Guardando al futuro, quali sono i prossimi obiettivi ai quali puntate?
«Il primo riguarda il fatturato: vogliamo raggiungere i 12 miliardi entro il 2027, come da piano triennale, e possiamo dire di essere perfettamente in linea. Per quanto riguarda il mercato estero, invece, l'obiettivo è quello di consolidare la nostra presenza nel mercato UK tramite l'apertura di filiali in loco: ci stiamo già lavorando».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

GRANTERRE AI PRIMI POSTI NELLA TOP 500 AZIENDE MODENESI

GranTerre ha conquistato posizioni di prestigio nella Top 500 delle aziende modenesi: quarto posto per Salumifici GranTerre e quinto posto per Caseifici GranTerre. Top 500 è la classifica che ogni anno analizza le prime 500 imprese della provincia sulla base del fatturato, utilizzando i bilanci dell'esercizio 2024. La graduatoria è realizzata grazie alla collaborazione tra PwC Italia, Università di Modena e Reggio Emilia, Il Resto del Carlino e Confindustria Emilia, con l'obiettivo di offrire una fotografia accurata dell'economia locale. Il risultato conferma la solidità e il ruolo centrale di GranTerre nel tessuto economico modenese.

I temi in primo piano

LAVORATORI AL CENTRO



Obiettivo 'infortuni zero'

Con oltre 3.300 addetti

Con oltre 3.300 persone impiegate negli stabilimenti il Gruppo punta all'obiettivo 'infortuni zero' e ha piani di welfare aziendale

SOSTENIBILITÀ



Limitare l'impatto

Il 40% del fabbisogno autoprodotta

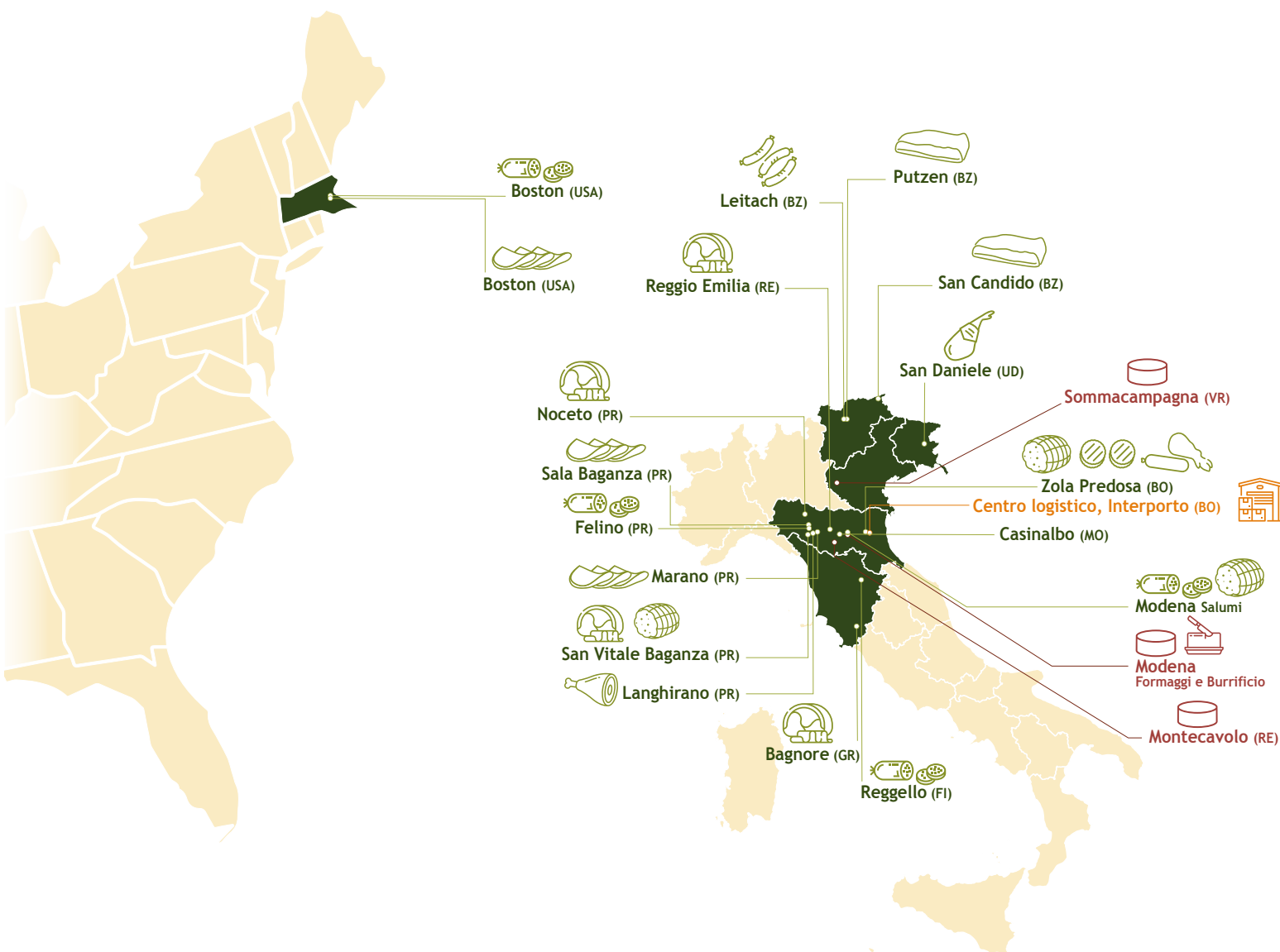
«Siamo consapevoli che la nostra produzione è molto energivora e per questo l'attenzione è alta: il 40% del fabbisogno è autoprodotta»

SVILUPPO STRATEGICO NEL MERCATO SPAGNOLO: LA PARTNERSHIP CON HISPANO ITALIANA DE CHARCUTERÍA

Nel 2025 il Gruppo GranTerre ha rafforzato il proprio percorso di crescita attraverso un accordo strategico che prevede l'ingresso al 40% nel capitale della società spagnola Hispano Italiana de Charcutería, realtà di riferimento nella distribuzione di eccellenze alimentari italiane in Italia e in Spagna. L'operazione, annunciata il 3 settembre 2025, consolida la presenza del Gruppo nel mercato iberico e favorisce lo sviluppo di una distribuzione locale di prodotti di alta qualità fortemente legati alla tradizione e al saper fare italiano. L'integrazione delle competenze dei due Gruppi consente di rafforzare le filiere distributive di formaggi e salumi, promuovendo modelli di crescita basati su prossimità, valorizzazione dei territori e relazioni imprenditoriali orientate alla diffusione dei valori del Made in Italy nel mondo, in coerenza con gli obiettivi di sviluppo del Gruppo GranTerre.

La sede legale del Gruppo GranTerre si trova a Modena.

GLI STABILIMENTI DEL GRUPPO GRANTERRE



Gli stabilimenti e le filiali commerciali GranTerre

Gli stabilimenti GranTerre sono 23, di cui 2 negli Stati Uniti. In Italia il Gruppo ha 20 stabilimenti in cinque regioni: 3 stabilimenti di Caseifici GranTerre, 14 di Salumifici GranTerre, 3 in Italia e due negli USA del ramo Parmacotto. Il Gruppo ha inoltre una base logistica centralizzata.

GranTerre diversifica in modo strategico le produzioni all'interno dei propri stabilimenti, anche valorizzando la complementarità tra le filiere dei salumi e quelle dei formaggi stagionati. Le diverse specializzazioni produttive - eredità dell'aggregazione tra Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre e ulteriormente rafforzate dall'integrazione con Parmacotto - generano una forte sinergia industriale, che consente al Gruppo di ottimizzare competenze, tecnologie e capacità produttive su più siti, migliorando efficienza, qualità e capacità di rispondere ai mercati nazionali e internazionali.

A supporto del presidio dei principali mercati esteri GranTerre ha sei filiali commerciali situate in Europa e negli Stati Uniti: Germania (Granterre Deutschland GmbH), Francia (Granterre France SAS), Austria (GSI Services GmbH), Stati Uniti (BCA New York e Parmacotto USA), Svizzera (Parmacotto Suisse).

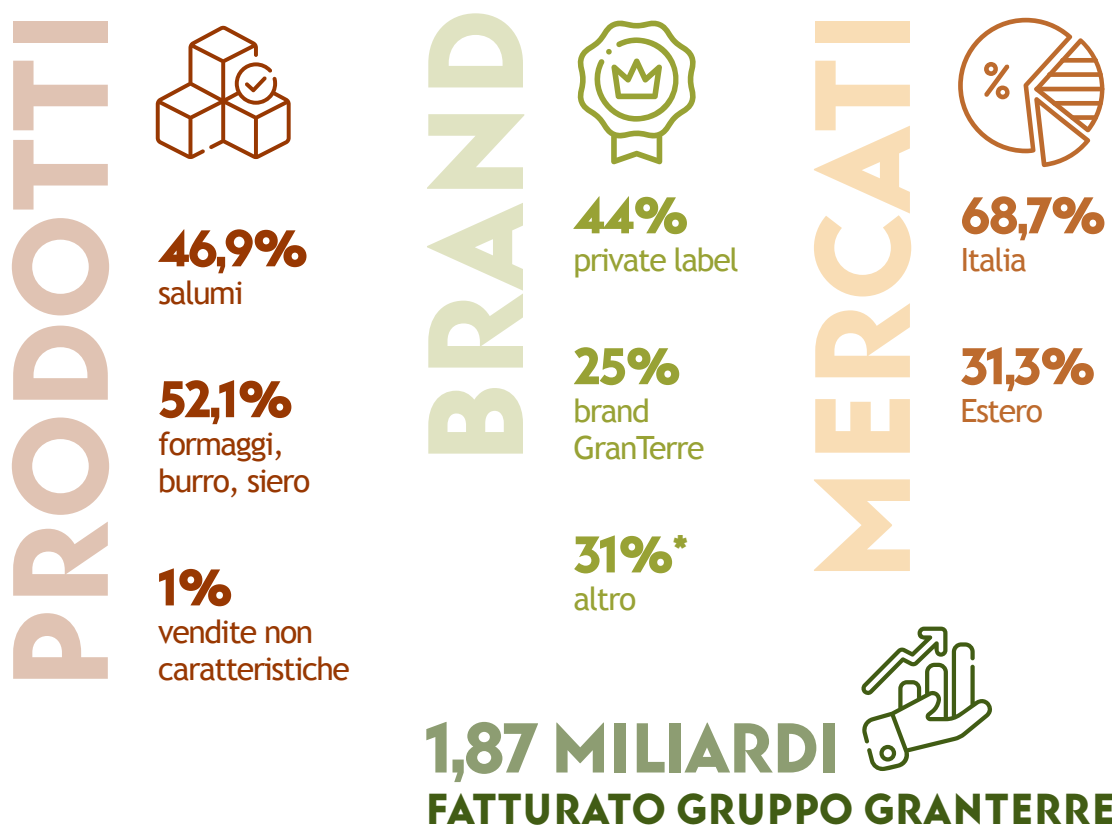
Nelle relazioni commerciali con i clienti della grande distribuzione, del canale normale trade e della ristorazione, GranTerre si avvale inoltre di una consolidata rete commerciale di agenti.

Il fatturato consolidato: verso l'obiettivo dei 2 miliardi

Nel perseguire una crescita solida e responsabile, GranTerre ha definito nel piano strategico 2025 - 2027 l'obiettivo di raggiungere 2 miliardi di euro di ricavi. L'obiettivo è in linea con la strategia di consolidamento del posizionamento competitivo e di valorizzazione delle eccellenze agroalimentari italiane in Italia e nel mondo. Tale traguardo rappresenta un impegno concreto verso uno sviluppo capace di generare valore per il sistema cooperativo, per i territori e per l'intera filiera produttiva.

La composizione del fatturato del Gruppo GranTerre evidenzia l'equilibrio del modello di business lungo tre dimensioni chiave: la ripartizione del portafoglio prodotti, il ruolo dei marchi GranTerre e delle private label e la distribuzione geografica delle vendite. La solidità della struttura commerciale del Gruppo si fonda su categorie complementari, su un mix di brand capace di valorizzare l'eccellenza produttiva e su una presenza di mercato che integra radicamento in Italia e sviluppo internazionale.

IL FATTURATO 2025: RIPARTIZIONE PER PRODOTTI, BRAND E MERCATI



* La voce "altro" comprende il fatturato riferito a marchi minori, lavorazioni conto terzi, personalizzazioni e prodotti diversi da quelli inclusi nelle categorie private label e brand, secondo una classificazione definita dall'incrocio tra tipologia di servizio e marca.

GRANTERRE AZIENDA BEST AI BTOB AWARD DI MODENA

Nel 2025 Granterre è stata insignita del titolo di “Azienda BEST” ai BtoB Awards Modena, un riconoscimento che valorizza le imprese che meglio interpretano i principi di innovazione, sostenibilità, internazionalizzazione e rappresentatività del Made in Italy. La premiazione, svoltasi il 3 dicembre presso il Palazzo Ducale di Modena alla presenza delle principali realtà imprenditoriali del territorio, ha visto GranTerre distinguersi sia nella categoria “Grande Impresa” sia come vincitrice assoluta dell’edizione, grazie alla combinazione tra voto popolare e giudizio della giuria istituzionale. Il premio, ritirato dal Presidente del Consorzio Granterre Enrico Manni, conferma la solidità del percorso di crescita intrapreso e la capacità del Gruppo di valorizzare, in Italia e nel mondo, l’eccellenza dei salumi e dei formaggi italiani, grazie al contributo quotidiano delle proprie persone.



COMUNICATO STAMPA

GRANTERRE È L’AZIENDA BEST DI BTOB AWARDS MODENA 2025

La prima edizione del premio dedicato agli imprenditori si è tenuta al Palazzo Ducale di Modena, alla presenza dell’eccellenza dell’imprenditoria del territorio

Modena, 3 dicembre 2025 – Specializzata nella produzione di eccellenze enogastronomiche italiane, Granterre si è distinta tra le imprese nominate ai BtoB Awards Modena per essere stata la più votata non solo nella categoria Grande Impresa, ma per essersi aggiudicata il titolo di **BEST 2025** nella prima edizione dei **BTOB AWARDS MODENA**, il premio dedicato alle eccellenze imprenditoriali modenesi.

A ritirare il premio è stato **ENRICO MANNI**, presidente della controllante Consorzio Granterre: «Siamo onorati di ricevere questo riconoscimento che testimonia la bontà del percorso fatto in questi anni, anche in termini di acquisizione di brand di grande tradizione e assoluto valore. Siamo fortemente impegnati ad aumentare la nostra quota di export, con il desiderio di essere riconosciuti tra le bandiere del migliore Made in Italy gastronomico nel mondo. Da oggi abbiamo un motivo in più per proseguire nel nostro impegno, ovvero confermare nei fatti la fiducia che ci è stata dimostrata».



GRAZIE A



GranTerre e i suoi marchi consumer

Negli ultimi anni il Gruppo ha avviato un percorso significativo di ridefinizione della propria identità corporate e di brand: un cammino iniziato nel 2021 e culminato, nel gennaio 2023, con la nascita del brand GranTerre. Un nome che racchiude, per storia ed etimologia, un patrimonio ricchissimo di persone, esperienze, competenze, qualità, tradizioni e legami profondi con i territori e le comunità. GranTerre nasce come company brand solido e valoriale, con l'obiettivo di affermarsi nel mercato alimentare come polo delle eccellenze gastronomiche italiane, unendo saper fare, capacità industriale, affidabilità, spirito innovativo e visione orientata al futuro.



Nel 2025, a rafforzare ulteriormente il posizionamento consumer del Gruppo, è entrato nel portafoglio il marchio Parmacotto: un brand pienamente coerente con i valori di GranTerre, caratterizzato da un forte legame con il territorio, da un saper fare riconosciuto e da un'elevata notorietà. Parmacotto si affianca così a Parmareggio, Agriform e Senfter, contribuendo a sottolineare ancora di più l'identità primaria di GranTerre: un'identità fondata sul radicamento territoriale, sulla valorizzazione del saper fare artigianale e sull'expertise consolidata nel tempo. A completare l'identità valoriale del Gruppo intervengono i brand Liberamente e Teneroni, capaci di interpretare i trend contemporanei e di offrire soluzioni orientate al benessere e all'innovazione.

Questa doppia anima - tradizione e innovazione - permette all'azienda di custodire le proprie radici senza perdere di vista le esigenze dei consumatori, sempre più attenti alla qualità, ma anche ai valori e all'esperienza che i prodotti sono in grado di trasmettere.

In questo modo GranTerre si propone come un punto di riferimento per chi cerca autenticità e competenza, ma anche per chi desidera innovazione e proposte gastronomiche capaci di migliorare la quotidianità. Giorno dopo giorno, GranTerre si consolida come il polo delle eccellenze gastronomiche italiane: il tagliere delle grandi bontà.

I VALORI DEI BRAND GRANTERRE

	
SPECIALIZZAZIONE	TERRITORIALITÀ
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.	Emiliano-romagnola, veneta, altoatesina, toscana, friulana. Diverse sfaccettature dell'Italia tutte riflesse di uno specifico genius loci, sinonimo di specializzazione e guida del proprio operato.
SAPER FARE	INNOVAZIONE
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 che attinge dal passato e si rinnova nel presente.	Un DNA improntato alla scoperta del nuovo, alla sperimentazione, alla capacità di trasformare bisogni e desideri in prodotti sempre nuovi e differenziati.

La catena del valore di GranTerre

GranTerre ha svolto un primo esercizio di rappresentazione della catena del valore del Gruppo, delineando un'unica struttura complessiva che mette però in evidenza le specificità delle business unit Caseifici GranTerre e Salumifici GranTerre, oltre al ruolo del socio di maggioranza Consorzio Granterre. Nell'infografica dedicata vengono inoltre evidenziate, attraverso due icone, le fasi in cui si concentra il maggiore impatto su diritti umani e ambiente, insieme agli stakeholder coinvolti.

LA CATENA DEL VALORE DI GRANTERRE E GLI STAKEHOLDER COINVOLTI

UPSTREAM



DIRECT



DOWNSTREAM



STAKEHOLDER COINVOLTI

UPSTREAM

Soci consorziati
Fornitori di materie prime
Fornitori di servizi logistici
Fornitori di beni e servizi non produttivi
Fornitori di packaging

DIRECT

Dipendenti

DOWNSTREAM

Clienti (GDO, Ho.Re.Ca., Normal Trade, altri clienti)
Partner internazionali
Consumatore finale

ALTRI STAKEHOLDER COINVOLTI TRASVERSALMENTE LUNGO LA CATENA DEL VALORE



Società civile
Comunità locali
Pubblica amministrazione e legislatore
Organismi comunitari e internazionali
Comunità finanziaria
Enti di controllo e di Certificazione
Sindacati

Associazioni di categoria
Università e Centri di ricerca
Organizzazioni No profit
Competitor
Media
Future generazioni e pianeta

1.2 LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

La strategia di sostenibilità di GranTerre si sviluppa attraverso un modello strutturato che integra responsabilità chiare, una pianificazione definita e adeguati sistemi di rendicontazione. Questo approccio consente al Gruppo di orientare le scelte, definire obiettivi concreti e monitorare in modo trasparente i risultati raggiunti nel tempo. Un processo che consolida la gestione della sostenibilità come parte integrante delle attività aziendali e supporta lo sviluppo di una visione coerente e di lungo periodo.

L'approccio alla sostenibilità

LA STRUTTURA E LE TAPPE DEL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ GRANTERRE

GOVERNANCE



Insieme di responsabilità che supervisionano il processo di definizione, aggiornamento e implementazione della sostenibilità



Nomina Consigliere Delegato
Inserimento Sustainability & CSR Manager

PIANIFICAZIONE



Aree di impegno, obiettivi e iniziative da sviluppare per definire il profilo di sostenibilità



Piano di Sostenibilità 2030 con aggiornamento triennale

RENDICONTAZIONE



Rendicontazione annuale delle performance e degli impegni di sostenibilità



Bilancio di Sostenibilità dal 2022

GranTerre ha avviato il percorso di integrazione strategica della sostenibilità nella gestione aziendale nel 2021, con la nomina di un Consigliere Delegato alla sostenibilità, incarico rinnovato nel 2024. Nello stesso anno è stata introdotta la figura del Sustainability & CSR Manager a livello di Gruppo, con l'obiettivo di dotare l'organizzazione di competenze manageriali dedicate alla definizione, al coordinamento e allo sviluppo del percorso di sostenibilità. Il Sustainability & CSR Manager partecipa alla direzione aziendale e al gruppo di lavoro sull'innovazione di prodotto insieme alle direzioni R&S e Marketing.

Per dare la necessaria solidità al percorso, nel marzo 2022 il Consiglio di Amministrazione ha approvato il Piano di Sostenibilità 2030 di Gruppo, pienamente integrato nel Piano Industriale. L'integrazione tra Piano Industriale e Piano di Sostenibilità permette - nella visione di GranTerre - di coniugare al meglio crescita, solidità finanziaria e sostenibilità, generando valore nel lungo periodo. Nel 2024, a conclusione dei primi tre anni, il Piano di Sostenibilità è stato aggiornato e il nuovo ciclo di lavoro per il triennio 2025-2027 è ora in fase di implementazione.

L'impegno sul fronte del reporting è iniziato con l'avvio del percorso: nel 2022 GranTerre ha realizzato un "numero zero" del Bilancio di Sostenibilità, destinato alla sola diffusione interna, con finalità di formazione e sensibilizzazione. A partire dall'edizione 2023, il Bilancio di Sostenibilità viene invece pubblicato annualmente ed è accompagnato da attività di comunicazione verso l'esterno, tramite stampa e canali digitali.

Il percorso di definizione e consolidamento della governance, degli strumenti e delle pratiche di sostenibilità avviato nel 2021 rappresenta oggi la base con cui GranTerre si sta preparando per garantire la piena conformità ai requisiti della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). La Direttiva prevede obblighi di rendicontazione più estesi e standardizzati a livello europeo e il Gruppo rientrerà nell'ambito di applicazione a partire dall'esercizio 2027. L'adempimento degli obblighi CSRD sarà in capo al Consorzio Granterre, soggetto che consolida GranTerre S.p.A. e che sarà pertanto responsabile della predisposizione dell'informativa di sostenibilità a livello consolidato ai sensi della Direttiva.

IL PERCORSO AVVIATO E LE TAPPE FUTURE



2021

Nomina Consigliere Delegato alla sostenibilità
Inserimento CSR & Sustainability Manager



2022

Adozione Piano di Sostenibilità e avvio implementazione progetti 2022-2024
Avvio del percorso di reporting di sostenibilità annuale volontario

2024

Aggiornamento Piano di Sostenibilità
e avvio implementazione progetti 2025-2027



2028

Rendicontazione CSRD sull'anno fiscale 2027

1.2.1 IL PIANO DI SOSTENIBILITÀ

Il Piano di Sostenibilità di GranTerre è stato definito nel 2022 con un orizzonte al 2030, prevedendo un monitoraggio annuale e una revisione triennale, così da assicurare l'aggiornamento continuo degli obiettivi rispetto ai cambiamenti interni - societari e organizzativi - ed esterni, come evoluzioni normative, trend di settore e dinamiche di mercato, oltre alle sollecitazioni degli stakeholder. A valle del processo di aggiornamento compiuto nel 2024, è attualmente in corso l'implementazione del percorso 2025-2027, che guiderà lo sviluppo del Gruppo e accompagnerà l'allineamento progressivo ai futuri requisiti normativi europei in materia di sostenibilità.

Il contributo di GranTerre
all'AGENDA 2030 ONU

6 PILASTRI DI SOSTENIBILITÀ



Valorizzazione
delle nostre
persone



Eccellenza e qualità
dei nostri prodotti



Approvvigionamento
responsabile e valorizzazione
della filiera lattiero-casearia



Creazione di valore
per i territori
e le comunità



Gestione delle risorse
ambientali e mitigazione
degli impatti delle nostre attività



Governance
di sostenibilità

21 AMBITI DI IMPEGNO

36 OBIETTIVI

91 INIZIATIVE

Il presidio dell'avanzamento del Piano di Sostenibilità è inserito all'interno del processo di monitoraggio del Piano Industriale di Gruppo, nel quale la sostenibilità rappresenta uno dei pilastri.

Per ciascun obiettivo e iniziativa del Piano di Sostenibilità è stato attribuito un livello di priorità, definito sulla base di criteri condivisi con le diverse Direzioni aziendali. L'implementazione - già avviata - procede attraverso gruppi di lavoro dedicati ai singoli progetti, con il coinvolgimento dei referenti delle Direzioni interessate e il coordinamento della funzione CSR & Sustainability. All'interno del Piano sono inoltre stati individuati, per ciascun pilastro, alcuni progetti particolarmente significativi per il percorso di sostenibilità di GranTerre. A queste iniziative sarà attribuita una priorità specifica nel processo di attuazione, con la definizione di target dedicati

PROGETTI STRATEGICI E OBIETTIVI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ 2025-2027

PROGETTO STRATEGICO	OBIETTIVO/ ATTIVITÀ	AVANZAMENTO
  INFORTUNI ZERO il nostro impegno per promuovere la cultura della sicurezza e prevenire incidenti e infortuni sul lavoro	Riduzione del 20% dell'indice di frequenza e del 10% dell'indice gravità degli infortuni su base annua	 50%
  VALORE ALLE PERSONE il nostro impegno per accompagnare la crescita delle nostre persone, valorizzare i talenti di ciascuno e il benessere in azienda	Consolidamento delle ore medie di formazione (baseline 2023)	 100%
  TERRITORI AL CENTRO il nostro impegno per generare impatto positivo nei nostri territori e verso le comunità che li abitano	Estensione della rete di empori, mense e organizzazioni beneficiarie di donazioni di prodotto a tutti i territori in cui sono presenti gli stabilimenti GranTerre Definizione di un modello di misurazione degli impatti sul territorio	 50%
  DIALOGO E COINVOLGIMENTO il nostro impegno nel confronto con gli stakeholder e per la massima trasparenza nella rendicontazione del nostro percorso di sostenibilità	Definizione e implementazione di una strategia di stakeholder engagement strutturata	 50%
  PRODOTTI BUONI, DI QUALITÀ E SICURI il nostro impegno per garantire la massima qualità e bontà delle eccellenze GranTerre, lavorando su ricette meno elaborate possibile, miglioramento della shelf life e riduzione degli sprechi alimentari	Miglioramento continuo delle ricette al fine di ridurre i contenuti di sale, additivi e conservanti garantendo la qualità del prodotto nel rispetto dei suoi sapori, della normativa, dei disciplinari	 75%
  MENO PLASTICA il nostro impegno per ridurre l'utilizzo di plastica nei packaging	Sviluppo dei progetti di riduzione spessori, aumento riciclabilità e quota di riciclato	 75%
  MENO EMISSIONI il nostro impegno nella lotta al cambiamento climatico	Definizione del piano di transizione climatica	 50%
  FILIERA E CATENA DI FORNITURA il nostro impegno per valorizzare la sostenibilità lungo la nostra filiera lattiero-casearia e promuovere cultura e obiettivi di sostenibilità tra tutti i fornitori	Definizione e implementazione di una procedura di due diligence per la sostenibilità	 50%

1.2.2 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.

Nel rispetto dei *GRI Standards*, la definizione dei temi materiali avviene attraverso l'analisi di materialità, processo finalizzato all'identificazione degli impatti che il Gruppo ha o può avere sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compresi gli impatti sui diritti umani.

Nel 2025 il Gruppo GranTerre ha provveduto a riesaminare i temi materiali individuati nell'anno precedente, al fine di tenere conto di possibili cambiamenti negli impatti, come richiesto dallo standard *GRI 3: Material Topics* e considerando, al contempo, lo standard settoriale *GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022*, il quale suggerisce possibili informazioni rilevanti per le aziende appartenenti ad uno stesso settore. Più nello specifico, i risultati dell'analisi 2024 sono stati discussi con gli stakeholder rilevanti e con alcuni esperti del mondo agroalimentare: il risultato del loro coinvolgimento ha confermato gli impatti rilevanti del Gruppo.

A livello metodologico, il processo sviluppato da GranTerre al fine di identificare gli impatti di sostenibilità rilevanti per il Gruppo lungo la sua intera catena del valore si articola in quattro step, come di seguito presentato:

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;
- d) Analisi della documentazione interna: sono stati prese in considerazione fonti come il Codice Etico e il Piano di Sostenibilità del Gruppo.

2) Identificazione degli impatti

A partire dalle analisi effettuate, sono stati mappati gli impatti positivi e negativi, i quali possono essere effettivi, ovvero quelli che si stanno attualmente verificando o si sono verificati nel tempo, o potenziali, che potrebbero verificarsi in futuro. In questo step è stato coinvolto un campione di stakeholder, il quale ha contribuito ad individuare ulteriori impatti ritenuti rilevanti per il business del Gruppo, non mappati dalla consultazione della sola documentazione.

3) Valutazione della significatività e della rilevanza degli impatti

Per valutare gli impatti identificati, è stato attribuito ad ognuno di essi un livello di significatività, nel rispetto dei 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. Come per lo step precedente, gli stakeholder coinvolti hanno fornito degli elementi di analisi che sono stati compresi nella valutazione generale della significatività degli impatti.

4) Prioritizzazione degli impatti più significativi per la rendicontazione

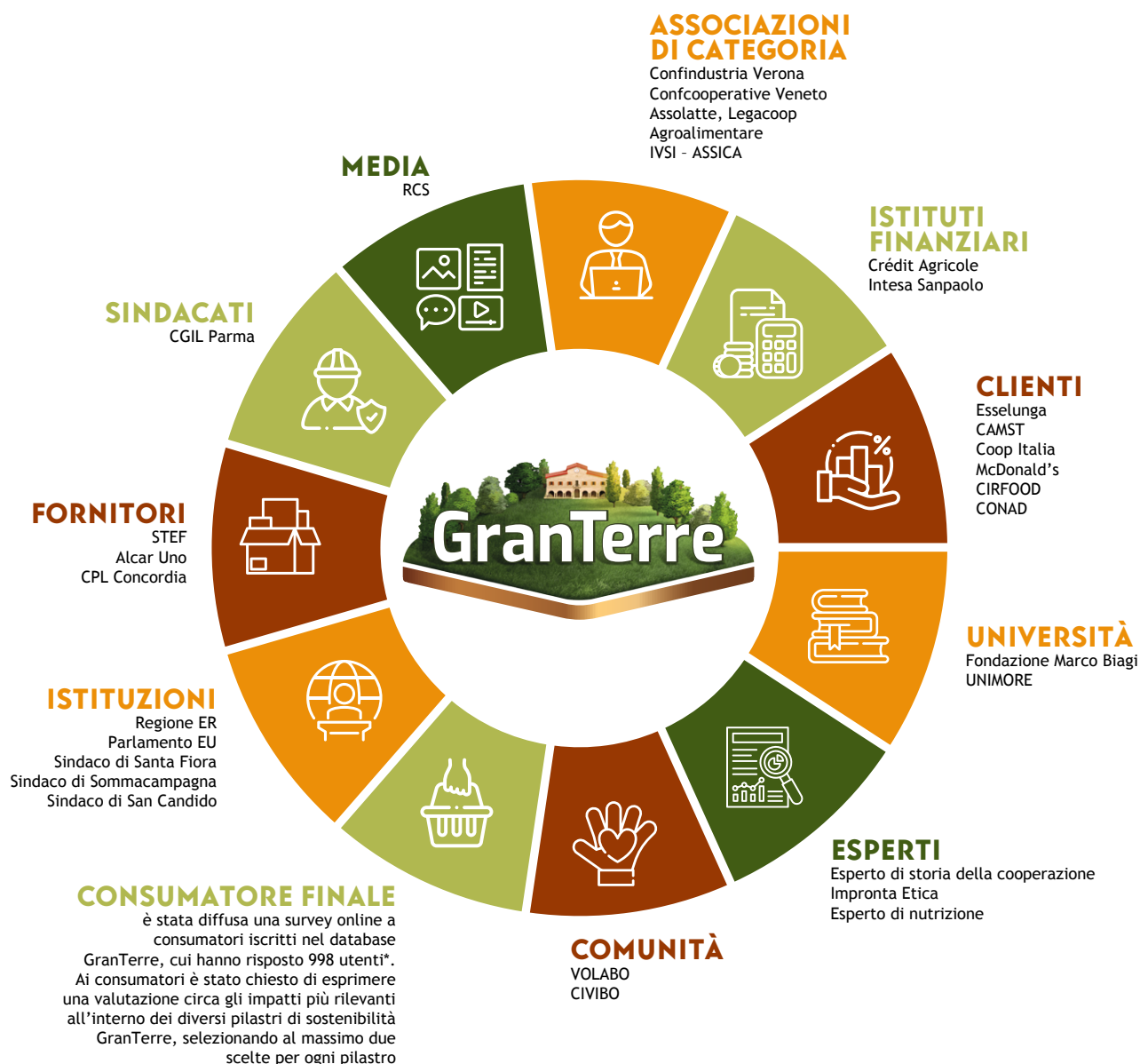
Nel quarto step è stata stabilita la priorità degli impatti più significativi attraverso il coinvolgimento, oltre che degli stakeholder esterni, anche dell'Alta Direzione, della funzione CSR & Sostenibilità e del Consigliere delegato alla Sostenibilità: le competenze peculiari di ognuno di tali organi sui diversi temi analizzati e la conoscenza approfondita delle attività del Gruppo e della sua catena del valore hanno permesso di determinare il livello di priorità degli impatti rilevanti e di classificare questi ultimi nei temi materiali, elencati nella tabella di pagina 26.

IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER PER L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Nell'ambito del percorso di sostenibilità, GranTerre ha sviluppato pratiche interne per il coinvolgimento degli stakeholder nell'analisi di materialità. Infatti, per il quarto anno, il Gruppo ha organizzato delle iniziative di coinvolgimento mirato di alcuni portatori di interesse particolarmente rilevanti, invitando questi ultimi a degli incontri con il Consigliere Delegato alla sostenibilità e la CSR & Sustainability Manager.

Nel 2025 il processo di coinvolgimento è stato rafforzato secondo una logica incrementale e di continuità, riattivando quindi i contatti con gli stakeholder già coinvolti in passato e coinvolgendone di nuovi. Nel percorso 2025 sono stati coinvolti 30 stakeholder, tra cui esperti nel campo della sostenibilità e della nutrizione ed educazione alimentare. Inoltre, come negli anni precedenti, è stata condivisa una survey online rivolta ai consumatori iscritti al programma fedeltà GranTerre per raccogliere le loro valutazioni sugli impatti di sostenibilità più rilevanti.

GLI STAKEHOLDER COINVOLTI NEL PROCESSO DI DEFINIZIONE DEI TEMI MATERIALI



* La survey è stata inviata al database degli iscritti ai concorsi GranTerre, in cui sono registrati 78.408 consumatori

Le valutazioni raccolte nel confronto con gli stakeholder sono state tenute in considerazione del processo di definizione dei temi materiali. L'elenco dei temi materiali, integrato con le valutazioni di impatto, è stato esaminato e approvato dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo GranTerre.²

² Il CdA di GranTerre S.p.A. ha validato l'analisi di Materialità in data 25 febbraio 2026.

Nella tabella seguente sono presentati i temi materiali e il loro legame con i sei pilastri di sostenibilità di GranTerre. Per ulteriori dettagli, si rimanda alla tabella presente in Appendice.

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE
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 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori.
	Diversità e inclusione, crescita professionale e benessere dei dipendenti	GranTerre si impegna nel costruire e nel mantenere un ambiente lavorativo sano e stimolante per i suoi dipendenti. Il Gruppo si impegna a valorizzare la diversità interna, promuovendo l'uguaglianza di genere e le pari opportunità, per tutelare la mobilità dei dipendenti. Inoltre, si propone di mantenere un tasso di turnover adeguato e attrarre nuovi talenti, favorendo un equilibrio tra vita privata e lavorativa e creando un ambiente di lavoro aperto al dialogo e al confronto. La formazione, in quest'ottica, è considerata una leva strategica per 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 dall'innovazione tecnologica e di processo, tutelando così sia il business, che il benessere e la soddisfazione dei dipendenti. Per maggiori informazioni si faccia riferimento ai paragrafi 3.1 Le nostre persone e 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti.
	Diritti umani dei lavoratori	Le attività lungo la catena del valore del Gruppo sono articolate e complesse e prevedono un numero importante di fornitori ed attività. GranTerre 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 3.1 Le nostre persone e 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti e 7.2 La condotta aziendale
ECCELLENZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI	Eccellenza e qualità dei prodotti per la soddisfazione e la sicurezza di clienti e consumatori finali	Il settore agroalimentare ha una grande responsabilità nella sicurezza alimentare e il Gruppo si impegna a garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti per prevenire rischi per la salute dei consumatori. Il Gruppo si dedica all'innovazione di prodotto e processo per mantenere elevati standard qualitativi e soddisfare le esigenze nutrizionali di diverse categorie di consumatori. Inoltre presta particolare attenzione alla comunicazione di informazioni corrette per promuovere la consapevolezza tra i consumatori. Con le sue eccellenze, GranTerre contribuisce alla valorizzazione del Made in Italy nel mondo. Per maggiori informazioni si faccia riferimento ai paragrafi 5.1 Eccellenza dei prodotti, 5.2 Qualità e sicurezza alimentare e 5.3 L'approccio all'innovazione.
APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA LATTIERO-CASEARIA	Gestione della catena di fornitura e della filiera	L'attenzione verso l'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. Fornire, inoltre, informazioni sulla tracciabilità dei prodotti consente di supportare la trasparenza nei confronti degli stakeholder. Per maggiori informazioni si faccia riferimento ai paragrafi 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura e 6.2 Sviluppo e monitoraggio della filiera lattiero-casearia.
	Benessere animale	GranTerre considera il rispetto dei criteri di benessere animale definiti dalle normative di riferimento una componente del sistema integrato di produzione. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 6.3 Benessere animale.

IMPATTO POSITIVO SUI TERRITORI E SULLE COMUNITÀ	Sviluppo dei territori	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 DOP e IGP. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 4.2 La strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa
	Creazione e distribuzione di valore verso la comunità e gli stakeholder	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. Inoltre, il Gruppo, tutela i soci della filiera cooperativa e attraverso le loro attività promuove e cerca di sostenere la crescita e il benessere dei territori, anche periferici, in cui sono presenti i caseifici e le loro filiere. Il Gruppo pone l'attenzione verso le tematiche della riduzione dello spreco alimentare e dell'accessibilità al cibo. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 4.1 Il valore economico generato e distribuito
TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE SUE RISORSE	Energia e cambiamento climatico	La catena del valore dell'industria agroalimentare comprende varie fasi, dalla produzione delle materie prime fino ai trasporti, passando per i processi industriali. Tutti gli step sono caratterizzati 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 di gas a effetto serra. Inoltre, poiché i cambiamenti climatici stanno acquisendo maggiore rilevanza in termini di conseguenze sugli asset e sulle scelte di consumo delle persone, GranTerre, per assicurare continuità di business, presta attenzione a monitorare i rischi climatici più rilevanti. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.1 Energia e cambiamento climatico.
	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 maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.1.3 Emissioni inquinanti.
	Uso delle risorse ed economia circolare	Il packaging primario e secondario 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. Inoltre, il Gruppo pone particolare attenzione alla corretta gestione dei rifiuti, propendendo quando possibile per recupero e circolarità, 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 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare.
	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 2.2 Acqua.
	Biodiversità ed ecosistemi	La biodiversità ha un ruolo importante in generale per l'equilibrio degli ecosistemi e, nel settore di GranTerre, nel favorire la sicurezza alimentare. Il Gruppo si impegna a presidiare le questioni correlate alla biodiversità con sempre maggiore attenzione nello sviluppo del suo percorso di sostenibilità. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 2.3 Biodiversità ed ecosistemi.
GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ	Pratiche di business	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. Inoltre, promuove, nel rispetto dei suoi valori, il corretto comportamento nei mercati, per garantire una concorrenza leale e favorire l'efficienza del sistema economico. Per maggiori informazioni si faccia riferimento al paragrafo 7.2 La condotta aziendale.

L'aggiornamento dell'analisi di materialità realizzato nel 2025 non ha determinato variazioni negli impatti materiali e nei temi materiali rispetto all'anno precedente. Tra i temi identificati, quelli che risultano con valutazioni più elevate in termini di rilevanza sono:

- Energia e cambiamento climatico;
- Emissioni inquinanti;
- Acqua;
- Uso delle risorse ed economia circolare;
- Salute e sicurezza dei lavoratori.

Si specifica inoltre che, a seguito del confronto con gli stakeholder, sono emerse alcune tematiche non valutate materiali per l'anno di rendicontazione in esame, ma che risultano di interesse per il Gruppo. In particolare:

- Benessere umano;
- Cyber security e gestione dei dati, con particolare attenzione all'AI.

Rispetto a queste tematiche, per le quali sono rendicontate alcune informazioni e indicatori nel presente documento, GranTerre prevede un percorso di ulteriore approfondimento e valutazione della rilevanza in vista del prossimo aggiornamento dell'analisi di materialità.



L'AMBIENTE

Aree d'impegno

Promuoviamo iniziative volte alla riduzione degli impatti ambientali associati alle nostre attività.

Adottiamo approcci ispirati ai principi dell'economia circolare per favorire la riduzione di scarti e sprechi.

Temi materiali



Energia e cambiamento climatico



Emissioni inquinanti



Acqua



Biodiversità ed ecosistemi



Uso delle risorse ed economia circolare

Valori cooperativi



TRASPARENZA



RESPONSABILITÀ
SOCIALE



CURA DEGLI ALTRI

SDGs



Il percorso di GranTerre verso una gestione ambientale sempre più avanzata si concentra in modo specifico sulla riduzione degli impatti legati all'uso di energia e acqua, alla produzione di rifiuti e alle emissioni climalteranti. GranTerre adotta diverse linee d'azione integrate: da un lato il Gruppo monitora con continuità gli impatti ambientali legati alle proprie attività; dall'altro l'azienda interviene su questi ambiti attraverso un costante impegno per il miglioramento dei propri processi e l'adozione di soluzioni tecnologiche e organizzative capaci di migliorare l'efficienza e contenere gli effetti ambientali delle attività produttive¹.

Un asse centrale del percorso è il Sistema di Gestione Ambientale, la cui evoluzione è considerata una priorità aziendale. Tutti gli stabilimenti del Gruppo hanno la certificazione UNI EN ISO 14001 (dal 2021 ad eccezione di uno stabilimento che ha ottenuto la certificazione nel 2025) e questa uniformità favorisce anche l'individuazione di buone pratiche da diffondere tra lavoratori e fornitori, con l'obiettivo di promuovere una cultura ambientale condivisa, come richiesto dall'aggiornamento della norma.

A partire dal 2019, l'adozione dei principi della Lean Production ha permesso di migliorare la gestione dei processi produttivi, con benefici legati all'ottimizzazione delle linee e alla riduzione degli scarti generati.

Parallelamente, nel 2021 GranTerre ha avviato il monitoraggio sistematico delle emissioni Scope 1 e Scope 2 e, nel 2023, ha realizzato il primo esercizio di rilevazione delle emissioni Scope 3. Questo impegno rappresenta la base per l'elaborazione di una strategia climatica di medio-lungo termine, come previsto dal Piano di Sostenibilità 2025-2027.

L'insieme di queste iniziative - dal miglioramento dei processi al monitoraggio delle emissioni, fino al consolidamento del sistema certificato - risponde all'impegno di GranTerre di ridurre progressivamente gli impatti generati e di adottare soluzioni sempre più efficienti dal punto di vista energetico, idrico e ambientale in generale.

¹ Tutti i contenuti presentati nel presente capitolo sono riferiti al perimetro del Gruppo ad esclusione delle nuove entities entrate nel corso del 2025 e di eventuali altre esclusioni, per maggiori dettagli si rimanda alla nota metodologica.

LA POLITICA INTEGRATA PER LA SALUTE, LA SICUREZZA E L'AMBIENTE

La Politica Integrata per la Salute, la Sicurezza e l'Ambiente rappresenta il quadro di riferimento attraverso cui GranTerre orienta in modo uniforme le proprie attività alla tutela delle persone e alla protezione dell'ambiente. L'approccio integra sostenibilità e sviluppo industriale, con l'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali, promuovere un ambiente di lavoro sicuro e consolidare una cultura aziendale orientata alla prevenzione. Attraverso il miglioramento continuo, la conformità ai requisiti normativi e l'adozione delle migliori pratiche disponibili, il Gruppo si impegna a creare valore sostenibile, assicurando che la sicurezza, la salute e la tutela dell'ambiente siano elementi centrali e condivisi nella propria cultura aziendale.

LA POLITICA INTEGRATA PER LA SALUTE, LA SICUREZZA E L'AMBIENTE: CONTENUTI E APPROCCIO

CONTENUTI



TUTELA DI SALUTE E SICUREZZA

Perseguire l'obiettivo "infortuni zero", rafforzando standard, formazione e cultura della prevenzione



RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Monitorare emissioni, diminuire rifiuti e consumi energetici, definire una strategia climatica e progettare prodotti in ottica del ciclo di vita



INNOVAZIONE SOSTENIBILE NEI PROCESSI E NEL PACKAGING

Ottimizzare la produzione con principi Lean, ridurre scarti e ricercare soluzioni di packaging più sostenibili garantendo qualità e sicurezza alimentare



APPROCCIO



GESTIONE RESPONSABILE E CONFORME

Assicurare il rispetto puntuale degli obblighi normativi e mettere a disposizione risorse adeguate per l'attuazione della politica.



COINVOLGIMENTO E TRASPARENZA

Potenziare partecipazione e consultazione dei lavoratori e mantenere un dialogo aperto e collaborativo con Istituzioni e Autorità.



SCOPRI LA POLITICA
SUL SITO GRANTERRE



2.1 ENERGIA E CAMBIAMENTO CLIMATICO

GranTerre monitora costantemente i propri consumi energetici e le relative emissioni, con l'obiettivo di proseguire nel percorso di miglioramento continuo dei processi aziendali, introducendo gradualmente soluzioni che ottimizzano l'uso delle risorse e possano portare alla riduzione degli impatti operativi nel medio-lungo periodo.

Negli ultimi anni il Gruppo ha intrapreso un percorso per contenere il proprio impatto ambientale, intervenendo in particolare sulla gestione dell'energia. Le iniziative avviate combinano investimenti significativi negli impianti con partnership esterne e progetti di lungo respiro dedicati all'efficienza e all'autoproduzione. Il monitoraggio puntuale dei consumi e la valutazione delle performance energetiche costituiscono la base per orientare scelte consapevoli e ottimizzare l'utilizzo dell'energia in tutte le aree aziendali. Su questi elementi si fondano anche le strategie del Piano Industriale, che punta a rafforzare l'efficienza dei consumi e ad ampliare l'impiego di fonti rinnovabili e sistemi di autoproduzione.

L'IMPATTO AMBIENTALE DELLA PRODUZIONE²

	2023	2024	2025	Variazione 2025-2024
Intensità energetica (GJ/ton produzione)	4,25	4,20	4,19	-0,4%
Intensità emissiva (ton CO ₂ Scope 1+2 LB/ton produzione)	0,29	0,31	0,27	-10,4%
Intensità emissiva (ton CO ₂ Scope 1+2 MB/ton produzione)	0,38	0,40	0,35	-10,7%
Indice di efficienza (GJ/Fatturato) ³	0,55	0,52	0,47	-10,5%

2.1.1 ENERGIA

Nel 2025 il Gruppo ha destinato circa 1,9 milioni di euro di investimenti a interventi negli stabilimenti, adottando un metodo di analisi strutturato su tre dimensioni: valutazione energetica, monitoraggio continuo e ricerca di soluzioni migliorative.

La valutazione energetica, svolta attraverso diagnosi specifiche sugli edifici e sui loro sistemi, permette di individuare possibili aree di riduzione dei consumi e di rilevare eventuali anomalie. Successivamente, la fase di monitoraggio consente di verificare gli effetti delle misure di efficientamento tramite l'osservazione degli indicatori di performance. Infine, nella fase dedicata al miglioramento, vengono considerate e confrontate le tecnologie più avanzate disponibili sul mercato per identificare gli interventi più efficaci.

GranTerre elabora periodicamente un Programma Ambientale per tutti gli stabilimenti produttivi, utile a valutare le performance raggiunte e assegnare un budget dedicato al miglioramento nelle linee produttive con riferimento particolare agli indici di consumo energetico e idrico. Negli ultimi anni il Gruppo ha realizzato numerosi interventi mirati, tra cui l'installazione di caldaie ad alta efficienza, il rinnovo dei sistemi di refrigerazione e l'adozione di soluzioni per il recupero del calore. In particolare, nel 2025, grazie alle iniziative di efficienza energetica, sono stati risparmiati oltre 3.500 MWh di energia elettrica su base annua. Gli interventi hanno riguardato principalmente la sostituzione dei piani luci di stabilimenti con moderni sistemi a LED, il revamping dei motori e dei compressori delle centrali frigorifere, il potenziamento dell'impianto fotovoltaico di Sommacampagna, che ha raggiunto una potenza di picco di 1.350 kW.

Nel 2025, l'energia consumata dagli stabilimenti produttivi del Gruppo risulta essere stata pari a 875.675,42 GJ, sostanzialmente in linea con l'anno precedente. L'energia elettrica e il gas naturale sono i vettori energetici principalmente utilizzati, in particolare per la cottura e la pastorizzazione dei vari prodotti. Rapportando i GJ consumati ai volumi della produzione si evidenzia nel 2025 una diminuzione dello 0,4% rispetto al 2024, proseguendo il trend positivo degli anni precedenti (l'indice passa dal 4,37 del 2022 al 4,19 del 2025). Con riferimento all'indice di efficienza che rapporta i GJ consumati sul fatturato annuo (migliaia di euro), nel 2025 si registra un trend migliorativo: per ogni migliaio di euro fatturato vengono consumati 0,47 GJ (0,52 nel 2024).

² Gli indici sono calcolati utilizzando i volumi di produzione che si riferiscono a: prime produzioni, affettamento, cubettatura e confezionamento.

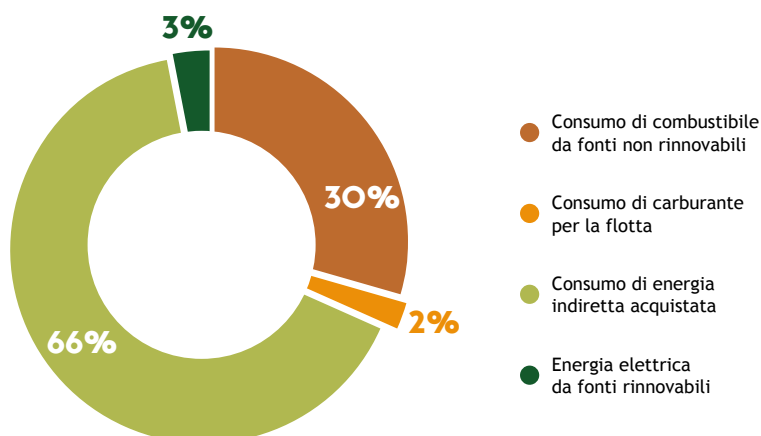
³ Il fatturato è espresso in migliaia di euro.

Le fonti rinnovabili – come geotermia e fotovoltaico – nel 2025 hanno rappresentato il 2,8% dell’energia elettrica e termica complessiva utilizzata, un valore leggermente inferiore rispetto all’anno precedente (3,6%) principalmente a causa del minore utilizzo dell’impianto geotermico nello stabilimento di Amiata, per il fermo di alcune linee produttive per ristrutturazione.

GRI 302-1, 3 ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

Consumo, acquisto e produzione di energia		Unità di misura	2023	2024	2025
Totale energia da fonti non rinnovabili		GJ	835.965,12	843.566,28	851.396,25
Consumo di combustibile da fonti non rinnovabili		GJ	267.898,42	262.069,34	255.010,16
Diesel		GJ	-	2.795,16	3.387,46
GPL		GJ	-	-	-
Gas naturale		GJ	267.898,42	259.274,18	251.622,70
Consumo di carburante per la flotta		GJ	14.379,31	14.594,64	15.066,95
Consumo di carburante per la flotta tradizionale	Diesel	GJ	13.911,53	13.762,43	13.734,56
	Benzina	GJ	325,24	695,38	1.102,07
	Diesel Premium	GJ	140,28	134,11	184,45
	Benzina 100%	GJ	1,43	-	-
	Gas Naturale (GNC)	GJ	0,82	2,72	3,90
	Biodiesel	GJ	-	12,98	41,97
Consumo di energia indiretta acquistata		GJ	553.687,40	566.902,29	581.319,14
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	GJ	343.447,21	341.583,13	330.585,93
	di cui da cogeneratore	GJ	97.314,02	104.306,12	121.228,45
Energia termica (non utilizzata per teleriscaldamento)	di cui da caldaia	GJ	34.710,24	38.561,40	36.787,40
	di cui da cogeneratore	GJ	78.215,93	82.451,65	92.717,36
Energia elettrica da fonti rinnovabili		GJ	33.628,80	31.551,54	24.279,17
Geotermico		GJ	27.724,68	26.265,60	18.366,12
Solare Fotovoltaico	prodotta	GJ	5.904,12	5.285,94	5.913,05
	auto-consumata	GJ	5.904,12	5.285,94	5.913,05
Totale energia consumata		GJ	869.593,92	875.117,82	875.675,42
Intensità energetica		GJ/ton	4,25	4,20	4,19
Indice efficienza (GJ/Fatturato in migliaia di euro)		GJ/euro	0,55	0,52	0,47

CONSUMO DI ENERGIA PER FONTE, 2025



IL PERCORSO DI EFFICIENTAMENTO ENERGETICO E DECARBONIZZAZIONE DEI SITI PRODUTTIVI GRANTERRE: LA PARTNERSHIP CON HERA E CPL CONCORDIA

Nel 2023 GranTerre ha avviato un importante piano di efficientamento energetico fondato su una partnership strategica con il Gruppo Hera e CPL Concordia, che affiancano l'azienda nella progettazione, realizzazione e gestione di sistemi energetici efficienti. L'accordo nasce con l'obiettivo di introdurre soluzioni tecnologiche avanzate in grado di migliorare l'efficienza dei processi produttivi e incrementare progressivamente l'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili e ad alto rendimento. Il piano prevede 20 milioni di euro di investimenti per raggiungere l'obiettivo di portare l'autoproduzione energetica dal 27% al 50% entro il 2030.

Nel 2025 sono stati avviati tre nuovi impianti, due fotovoltaici e uno di cogenerazione, che vanno ad aggiungersi ai 4 di cogenerazione, 7 fotovoltaici e 1 geotermico già operativi, permettendo così a GranTerre di raggiungere un livello di autoproduzione del 40% del fabbisogno energetico complessivo degli stabilimenti. Si tratta di un importante traguardo intermedio all'interno di un percorso più ampio. La partnership tra Hera, CPL Concordia e GranTerre rappresenta un esempio di integrazione virtuosa tra imprese del territorio, finalizzata a coniugare sostenibilità ambientale, continuità operativa e innovazione tecnologica. Il percorso in atto rafforza l'impegno di GranTerre verso la progressiva riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività e la costruzione di un modello industriale più efficiente e orientato al futuro.

I nuovi impianti avviati nel 2025:

- Impianto fotovoltaico presso lo stabilimento di Caseifici GranTerre di Montecavolo (RE), da 223 kW_p, produce 258 MWh/anno di energia elettrica, pari all'8,1% del fabbisogno.
- Impianto di cogenerazione presso lo stabilimento di Salumifici GranTerre di Zola Predosa (BO), da 1.067 kW_e, produce 10,8 GWh/anno di energia elettrica, 3,9 GWh/anno di vapore e 2,1 GWh/anno di acqua calda e copre fino al 74% del fabbisogno elettrico.
- Impianto fotovoltaico presso lo stabilimento di Caseifici GranTerre di Sommacampagna (VR), con una potenza nominale di 1.245 kW_p, produce 1.373 MWh/anno, coprendo circa il 20% del fabbisogno energetico del sito.

Progetti in corso di realizzazione e interventi in fase di studio:

- In fase di realizzazione, presso lo stabilimento Salumifici GranTerre di Chiusa (BZ), un nuovo impianto di cogenerazione da 850 kW_e, destinato a soddisfare fino all'82% del fabbisogno elettrico.
- In fase di studio di fattibilità ulteriori nove impianti di autoproduzione: quattro fotovoltaici e cinque di cogenerazione, distribuiti in diversi stabilimenti del Gruppo.

IMPIANTI DI PRODUZIONE DI ENERGIA ELETTRICA E TERMICA ATTIVI, 2025



GUARDA IL VIDEO
SUL PROGETTO



2.1.2 EMISSIONI CLIMALTERANTI

Il monitoraggio delle emissioni e la definizione di una strategia climatica rappresentano una delle attuali priorità di GranTerre, che con l'aggiornamento del Piano di Sostenibilità 2025-2027 ha formalizzato l'impegno nella definizione di un piano di transizione.

Dal 2021 GranTerre misura le proprie emissioni di Scope 1 e Scope 2 seguendo le linee guida del GHG Protocol. Le emissioni dirette di gas a effetto serra (Scope 1) comprendono quelle generate direttamente dall'organizzazione, in particolare dai processi di combustione legati alle attività produttive e dall'utilizzo della flotta aziendale. Le emissioni indirette (Scope 2) riguardano invece i gas a effetto serra associati al consumo di energia elettrica acquistata.

Nel 2025 le emissioni Scope 1 e Scope 2 Location Based sono diminuite sia in termini assoluti (-10%) che in rapporto alla produzione: l'indice di intensità emissiva – calcolato rapportando le emissioni complessive Scope 1 e Scope 2 Location Based alle tonnellate di prodotto – presenta una riduzione del 10,4%⁴.

Nel dettaglio, l'impatto emissivo complessivo del Gruppo è stato - nel 2025 - pari a 57.284,51 tonnellate di CO₂ equivalente considerando le emissioni di Scope 1 e Scope 2 (Location Based). La quota prevalente, pari al 71% del totale, deriva dalle emissioni indirette associate all'acquisto di energia termica ed elettrica, che ammontano a 40.703,10 tCO₂e. Le emissioni dirette di Scope 1, pari a 16.581,41 tCO₂e, rappresentano invece il 28,95% del totale; di queste, una quota pari all'87,79% è riconducibile all'impiego di gas naturale sia nei processi produttivi sia nel riscaldamento degli ambienti.

GAS REFRIGERANTI: IL PERCORSO DI SOSTITUZIONE CONTINUA

A febbraio 2024 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea il Regolamento (UE) 2024/573 sui gas fluorurati a effetto serra, che persegue l'obiettivo di eliminare progressivamente l'utilizzo dei gas fluorurati aventi impatto climalterante incentivando l'utilizzo di gas refrigeranti naturali e a basso impatto climatico. GranTerre ha avviato un importante progetto di adeguamento alla nuova normativa che prevede la sostituzione degli F-Gas con soluzioni a basso impatto emissivo entro il 2029, soluzioni già adottate negli stabilimenti di recente ristrutturazione. I dati 2025 mostrano una riduzione del 79% dell'impatto emissivo legato ai gas refrigeranti rispetto all'anno precedente.

⁴ Con riferimento alle emissioni Scope 2 Market Based il trend è lo stesso: -10,3% in termini assoluti e -10,7% in rapporto alla produzione.

GRI 305-1, 2, 4 EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1) E INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)

Emissioni di gas a effetto serra		Unità di misura	2023	2024	2025
Totale emissioni GHG Scope 1		tCO ₂ e	19.013,58	19.780,78	16.581,41
Diesel		tCO ₂ e	-	197,25	244,23
GPL		tCO ₂ e	-	-	-
Gas naturale		tCO ₂ e	15.079,07	15.109,98	14.557,15
Gas Refrigeranti		tCO ₂ e	2.908,16	3.445,91	703,08
Consumo di carburante per la flotta	Diesel	tCO ₂ e	982,01	971,21	990,23
	Benzina	tCO ₂ e	21,14	44,89	70,97
	Diesel Premium	tCO ₂ e	10,44	9,99	13,74
	AdBlue	tCO ₂ e	1,27	1,39	1,75
	Benzina 100%	tCO ₂ e	11,48	-	-
	Gas Naturale (GNC)	tCO ₂ e	0,02	0,15	0,22
	Biodiesel	tCO ₂ e	-	0,07	0,04
Totale emissioni GHG Scope 2 (Location Based)		tCO ₂ e	39.560,38	43.834,08	40.703,10
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	tCO ₂ e	24.483,75	27.793,42	23.063,67
	di cui da cogeneratore	tCO ₂ e	6.848,18	7.339,09	8.532,29
Consumo di energia termica	di cui da caldaia	tCO ₂ e	1.954,10	2.170,58	2.071,33
	di cui da cogeneratore	tCO ₂ e	5.504,21	5.801,39	6.525,63
	da geotermico	tCO ₂ e	770,13	729,60	510,17
Totale emissioni GHG Scope 2 (Market Based)		tCO ₂ e	58.658,59	63.510,05	58.124,66
Consumo di energia elettrica	di cui acquistata da rete	tCO ₂ e	43.581,96	47.469,39	40.485,24
	di cui da cogeneratore	tCO ₂ e	6.848,18	7.339,09	8.532,29
Consumo di energia termica	di cui da caldaia	tCO ₂ e	1.954,10	2.170,58	2.071,33
	di cui da cogeneratore	tCO ₂ e	5.504,21	5.801,39	6.525,63
	da geotermico	tCO ₂ e	770,13	729,60	510,17
Totale emissioni GHG (Scope 1 + Scope 2 Location Based)		tCO ₂ e	58.573,97	63.614,86	57.284,51
Totale emissioni GHG (Scope 1 + Scope 2 Market Based)		tCO ₂ e	77.672,17	83.290,83	74.706,07
Intensità emissiva (ton CO ₂ Scope 1+2 LB/ton produzione primaria)		tCO ₂ e	0,29	0,31	0,27
Intensità emissiva (ton CO ₂ Scope 1+2 MB/ton produzione primaria)		tCO ₂ e	0,38	0,40	0,36
Emissioni Biogeniche Scope 1		tCO ₂ e	55,94	78,15	74,66

I PIANI DI SPOSTAMENTO CASA-LAVORO E IL MOBILITY MANAGEMENT AZIENDALE

Nel 2025 sei stabilimenti del Gruppo sono rientrati nel perimetro della normativa sul mobility manager aziendale e sulla redazione dei Piani di Spostamento Casa-Lavoro (PSCL). Ai cinque siti già coinvolti negli anni precedenti – i due stabilimenti di Modena, gli stabilimenti Salumifici GranTerre di Reggio Emilia e Reggello e la base logistica – si è infatti aggiunto lo stabilimento di Zola Predosa, portando il totale a sei. Il mobility manager GranTerre è stato nominato nel 2023 ed è stata avviata una collaborazione con una società specializzata per il supporto tecnico all'analisi preliminare e alla redazione dei PSCL, aggiornati annualmente. La struttura dei PSCL segue quanto previsto dalla normativa e comprende:

- l'analisi dei servizi di mobilità presenti sul territorio e delle caratteristiche di ciascun stabilimento;
- i risultati delle survey dedicate ai dipendenti del singolo sito (provenienza, modalità di spostamento, fabbisogni);
- una serie di linee d'azione che l'azienda definisce per favorire la mobilità sostenibile, calibrate sul contesto specifico (es. confronto con il trasporto pubblico locale per aumentare la frequenza delle corse, valutazione di progetti di bike to work o car pooling, ecc.).

I sei PSCL sono stati approvati dai Consigli di Amministrazione di Salumifici GranTerre e Caseifici GranTerre e trasmessi agli uffici competenti dei Comuni di riferimento. Nel corso del 2026 saranno analizzate e valutate le diverse azioni proposte nei Piani.

2.1.3 ADATTAMENTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Il settore agroalimentare si trova oggi in una posizione particolarmente esposta rispetto agli effetti dei cambiamenti climatici, poiché i suoi processi produttivi dipendono in modo diretto dalle condizioni ambientali, dalla stabilità degli ecosistemi e dalla disponibilità delle risorse naturali. L'aumento della variabilità climatica, le ondate di calore, la siccità e la frequenza crescente di eventi estremi influenzano in maniera trasversale coltivazioni, allevamenti e sistemi di trasformazione. All'interno di questo quadro più ampio, la filiera lattiero-casearia risulta tra le più sensibili, poiché le dinamiche climatiche incidono sia sulle pratiche agricole e foraggiere a monte, sia sul benessere animale e sulla qualità delle produzioni a valle. Comprendere questi fenomeni e monitorarne l'evoluzione rappresenta un passaggio essenziale per la qualità e la resilienza delle attività lungo tutta la catena del valore. Nel 2024 GranTerre ha concluso una prima valutazione dei rischi ESG includendo un focus specifico sui rischi climatici potenziali relativi agli stabilimenti aziendali. Il lavoro ha previsto la categorizzazione dei rischi in rischio fisico e di transizione, in coerenza con i riferimenti della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) e della Task Force on Climate Related Financial Disclosures (TCFD), e una valutazione della loro incidenza nei diversi territori regionali in cui il Gruppo è presente, con orizzonte temporale 2025-2035. Questo percorso analitico è stato successivamente integrato nell'aggiornamento del Piano di Sostenibilità 2025-2027, in cui è stata confermata l'importanza di un presidio periodico dei rischi ESG, con particolare attenzione a quelli legati ai cambiamenti climatici. L'approccio prevede il progressivo inserimento delle analisi climatiche all'interno del sistema di risk assessment aziendale e nelle valutazioni connesse alle certificazioni ambientali dei singoli stabilimenti, contribuendo a una lettura più strutturata dei rischi fisici e di transizione.

L'evoluzione di questo processo - basato su monitoraggio continuo e misurazione dell'efficacia delle azioni in atto - rappresenta un passaggio preliminare per garantire una maggiore consapevolezza degli impatti potenziali e costituirà la base per eventuali sviluppi futuri verso un piano di adattamento climatico.

2.1.4 EMISSIONI INQUINANTI

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 ossidi di azoto (NOx) e di carbonio organico (CO) è legata principalmente alle caldaie e a servizi di cogenerazione.

GRI 305-7: OSSIDI DI AZOTO (NOX), OSSIDI DI ZOLFO (SOX), E ALTRE EMISSIONI SIGNIFICATIVE IN ATMOSFERA, (T/ANNO)

Emissioni inquinanti (t/anno)	2023	2024	2025
Ossidi di Azoto (NOx)	48,68	56,47	77,20
Particolato (PM)	0,03	0,02	0,11
Monossido di carbonio (CO)	2,25	3,48	4,42
Carbonio organico totale (COT)	2,28	1,36	1,60

2.2 ACQUA

GranTerre adotta un attento monitoraggio dei consumi idrici e promuove la ricerca continua di soluzioni innovative volte a migliorare l'efficienza idrica nei propri processi produttivi.

Le attività legate al raffreddamento degli impianti, al lavaggio e alla sanificazione rappresentano le fasi maggiormente idroesigenti, per le quali il Gruppo investe in tecnologie e pratiche orientate alla riduzione dei consumi. Nel 2025 i prelievi idrici complessivi sono stati pari a 1.516.374 metri cubi (1.431.486 nel 2024), provenienti esclusivamente da acque dolci, caratterizzate da un contenuto di solidi disciolti inferiore a 1 grammo/litro.

La gestione dell'acqua avviene nel pieno rispetto della normativa vigente e secondo quanto previsto dalle specifiche autorizzazioni ambientali. La maggior parte dell'acqua utilizzata proviene da pozzi presenti all'interno degli stabilimenti (73,5%), viene potabilizzata e sottoposta a controlli periodici da parte di laboratori accreditati esterni; la restante parte è prelevata dalla rete pubblica e potabile all'origine (26,5%). In relazione alla distribuzione geografica degli stabilimenti, solo il 19,7% dei prelievi avviene in aree classificate a stress idrico significativo. Nel corso del 2025 gli scarichi idrici sono stati pari a 998.956 metri cubi, interamente costituiti da acqua dolce e conferiti prevalentemente a reti fognarie o impianti di depurazione esterni. Prima dello scarico, una quota significativa delle acque reflue è sottoposta a processi di degrassazione e depurazione tramite trattamenti fisico-chimici o biologici a fanghi attivi. I monitoraggi sugli scarichi vengono effettuati in continuo o con frequenza variabile, in conformità alle prescrizioni delle Autorizzazioni Uniche Ambientali.

I consumi idrici totali nel 2025 risultano pari a 517.417 m³. L'indice di intensità idrica (consumo di m³ di acqua per tonnellata di produzione) nel 2025 è pari a 2,47, in aumento rispetto al dato 2024 (2,29) ma comunque inferiore al 2023 (2,58).

GRI 303-3 PRELIEVO IDRICO PER FONTE, M³

	2023		2024		2025	
	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)	1.122.790	155.688	1.025.480	153.407	1.115.124	173.266
Terze parti (acquedotti)	391.906	114.724	406.006	132.209	401.250	125.219
Totale prelievo idrico	1.514.696	270.412	1.431.486	285.616	1.516.374	298.485

GRI 303-4 SCARICO IDRICO PER DESTINAZIONE, M³

	2023		2024		2025	
	Scarichi totali	Di cui aree da stress idrico	Scarichi totali	Di cui aree da stress idrico	Scarichi totali	Di cui aree da stress idrico
Scarico idrico verso acque superficiali	376.625	141.931	389.364	127.707	341.881,6	115.000
Scarico idrico verso acque di terzi	610.727	58.556	572.589,6	40.945	657.074,8	48.934
Scarico idrico totale	987.352	200.487	961.954	168.652	998.956,4	163.934

GRI 303-5 CONSUMI IDRICI, M³ 5

	2023		2024		2025	
	Tutte le aree	Di cui aree da stress idrico	Tutte le aree	Di cui aree da stress idrico	Tutte le aree	Di cui aree da stress idrico
Prelievo idrico totale	1.514.696	270.412	1.431.486	285.616	1.516.374	298.485
Scarico di acqua totale	987.352	200.487	961.954	168.652	998.956,4	163.934
Consumo totale di acqua	527.343	69.925	469.532	116.964	517.417,6	134.551
Intensità idrica (m ³ acqua consumata/ton produzione)	2,58	0,34	2,29	0,56	2,47	0,64

5 Il dato relativo agli scarichi idrici, nel caso in cui non sia disponibile una misurazione puntuale nel singolo sito, viene stimato sottraendo al totale dei prelievi di sito una quota percentuale pari all'80%, ritenuta rappresentativa del volume di acqua evaporata durante le attività produttive.

2.3 BIODIVERSITÀ ED ECOSISTEMI

La biodiversità rappresenta l'insieme delle specie viventi, degli ecosistemi e delle relazioni che li legano, un patrimonio essenziale per l'equilibrio naturale e sempre più centrale anche per il settore agroalimentare. Per questo, nell'aggiornamento del Piano di Sostenibilità 2025-2027, GranTerre ha introdotto un nuovo ambito dedicato alla costruzione di una strategia per la tutela della biodiversità. L'obiettivo è valutare in modo approfondito le aree in cui l'attività aziendale può generare impatti, positivi o negativi, sulla biodiversità, così da definire traguardi e iniziative mirate.

Il Gruppo ha effettuato un'analisi sui propri siti nel perimetro italiano per identificare quali di essi presentino impatti attuali o potenziali più significativi rispetto alla biodiversità, includendo la filiera di Caseifici GranTerre.

L'analisi si è basata sul tool ENCORE (Exploring Natural Capital Opportunities, Risks, and Exposure)⁶, il quale elenca gli impatti dei processi produttivi per attività economica sui servizi ecosistemici e sulle risorse di capitale naturale. Per ogni pressione che il tool identifica, viene proposto un punteggio di materialità basato su una scala qualitativa a cinque livelli: questa classificazione è stata usata come valutazione preliminare della rilevanza rispetto alla biodiversità sia delle proprie attività che della filiera di Caseifici GranTerre. Al fine di rendere il più rappresentativo possibile il punteggio di materialità rispetto ai siti di GranTerre, il punteggio medio ottenuto dal tool ENCORE è stato adattato alle realtà del Gruppo considerando da un lato la distanza dei siti dalle aree appartenenti alla rete Natura 2000⁷, considerata proxy della probabilità dell'impatto, e dall'altro lato l'estensione superficiale dei siti stessi, come proxy per la magnitudo dei potenziali impatti. In questo modo, si è ottenuto un punteggio di materialità specifico per ogni sito: sono stati considerati più significativi i siti con una rilevanza superiore al 60% del punteggio massimo. Dai risultati, appaiono come siti con impatto più significativo rispetto alla biodiversità gli stabilimenti di Modena Salumifici GranTerre, San Candido, Zola Predosa, San Daniele, Noceto.

Per quanto riguarda i prodotti della filiera lattiero-casearia di GranTerre, il punteggio medio di materialità ottenuto attraverso il tool ENCORE è stato assunto come riferimento per la valutazione del potenziale impatto sulla biodiversità. Poiché tale punteggio risulta superiore al 60%, l'intera filiera riconducibile al business Caseifici è stata considerata come associata a impatti potenzialmente più significativi.

All'interno di questa valutazione, il ruolo di presidio e tutela svolto dalla filiera si concretizza, da un lato, nella gestione attenta del territorio e dei campi agricoli da cui provengono i foraggi destinati all'alimentazione del bestiame; dall'altro, nella salvaguardia e nel recupero delle specie bovine che, nel corso del tempo, sono state preservate per garantirne la continuità e la diversità genetica. In questo modo la filiera contribuisce non solo alla qualità del prodotto, ma anche alla valorizzazione dell'ecosistema locale e delle sue risorse.

⁶ <https://encorenature.org/en/explore?tab=impacts>

⁷ Rete di aree destinate alla conservazione delle biodiversità nell'Unione Europea, relativa alla conservazione degli habitat naturali e seminaturali e della flora e della fauna selvatiche

GRI 101-5, SITI CON IMPATTI SULLA BIODIVERSITÀ

	Sito 1 Modena	Sito 2 San Candido	Sito 3 Zola Predosa	Sito 4 San Daniele	Sito 5 Noceto
Localizzazione	via Paganine 23 41100 Modena	Via Pizach, 11 - 39038 San candido -BZ-	via Roma 73, Zola Predosa (BO)	via E.Midena 26, S. Daniele del Friuli (UD)	via Gandiolo, 2/A 43015 Noceto -PR-
Dimensione (Ha)	4,18	2,09	2,06	1,80	1,07
Attività svolta	Produzione e uffici	Produzione e uffici	Produzione e uffici	Produzione	Produzione e uffici
SITI DIRETTI Il sito è all'interno o vicino ad un'area ecologicamente sensibile?	Vicino	Vicino	Vicino	Vicino	Vicino
Distanza (km)	3,37	0,93	2,76	2,55	0,37
Tipologia area ecologicamente sensibile	Importanza della biodiversità	Importanza della biodiversità	Importanza della biodiversità Rischio fisico idrico	Importanza della biodiversità Rischio fisico idrico	Importanza della biodiversità
SUPPLY CHAIN	Prodotto				
	Prodotti e servizi		Filiera caseifici		
	Paese		Italia		

Per l'indicatore "GRI 101-5 siti con impatti sulla biodiversità" sono stati considerati i cinque siti individuati nell'analisi illustrata in precedenza (GRI 101-4). Tutti i siti sono prossimi ad aree incluse nella rete Natura 2000, per cui sono stati considerati come vicini ad un'area ecologicamente sensibile. È stata inoltre condotta una valutazione quantitativa del rischio fisico idrico per i cinque siti tramite il tool Aqueduct del World Resources Institute (WRI), considerando i rischi idrici fisici e classificando come a rischio idrico i siti che presentano una valutazione Aqueduct pari a High o Very High. Parallelamente, attraverso un'analisi qualitativa, si è valutato che le aree ecologicamente sensibili prossime ai cinque siti esaminati non risultano rilevanti ai fini della fornitura di servizi ecosistemici, in quanto nelle rispettive localizzazioni non sono presenti popolazioni indigene interessate. Per i restanti criteri sono state effettuate prime valutazioni di natura qualitativa che, ad oggi, non hanno fatto emergere elementi sufficienti per consentire una valutazione completa.



IMPATTO SULLA BIODIVERSITÀ NELLE FILIERE DEL PARMIGIANO REGGIANO E DEL GRANA PADANO

Le filiere del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano rappresentano esempi di come un prodotto DOP possa generare benefici tangibili per la biodiversità, attraverso pratiche agricole e zootecniche che tutelano ecosistemi, risorse genetiche e paesaggi tradizionali.

Parmigiano Reggiano: un modello basato sulla biodiversità vegetale e paesaggistica

La produzione del Parmigiano Reggiano conserva un legame unico con i prati stabili polifiti, ecosistemi agricoli ad altissima biodiversità che non vengono arati o riseminati da decenni o secoli. In alcune zone essi ospitano più di 70 specie vegetali diverse, favorendo la presenza di insetti impollinatori, microrganismi e fauna selvatica, oltre a migliorare la ritenzione idrica, la fertilità del suolo e lo stoccaggio del carbonio. Il disciplinare impone l'utilizzo di foraggi locali non insilati, tutelando direttamente questi ecosistemi complessi e garantendo latte ricco di essenze aromatiche che determinano la distintività del prodotto. È stato evidenziato come le foraggere abbiano un ruolo nel preservare l'ecosistema, grazie a una pluralità di piante selvatiche che custodiscono 200 specie di insetti e mantengono la presenza di diverse specie di uccelli vari: uno studio LIPU⁸ (Lega italiana protezione uccelli) ha promosso infatti un confronto tra il territorio del comprensorio del Parmigiano Reggiano ed aree di pianura esterne ad esso da cui è emerso come l'erba medica e i prati stabili polifiti, largamente diffusi nelle zone di produzione di Parmigiano Reggiano, contribuiscano in modo determinante a tutelare specie di uccelli selvatici importanti dal punto di vista conservazionistico e in declino a livello europeo - classificate come Spec (Species of European Conservation Concern) - come Allodola, Pavoncella, Strillozzo e Falco cuculo.

L'importanza dei prati stabili per la filiera emerge chiaramente anche da pubblicazioni tecniche del Consorzio Parmigiano Reggiano, che ne evidenziano il ruolo nel garantire foraggi di qualità, nel mantenimento dell'identità territoriale e nel rafforzare la sostenibilità ambientale, sociale ed economica del comprensorio⁹.

Grana Padano: biodiversità microbica, sistemi agronomici diversificati e progetti di sostenibilità

La filiera del Grana Padano si distingue per l'attenzione alla biodiversità microbica, elemento centrale della tipicità del formaggio. Il progetto ECOMICROBIO¹⁰, promosso dal Consorzio del Grana Padano e dall'Università di Parma e avviato ad inizio 2026, ha l'obiettivo di caratterizzare, conservare e valorizzare il microbiota autoctono del Grana Padano, creando una collezione di ceppi e protocolli che preservano l'identità microbiologica del prodotto lungo tutta la filiera. Dal punto di vista agronomico, il Grana Padano valorizza un sistema foraggero diversificato, la cui gestione incide direttamente sulla salute del suolo e sugli equilibri ecologici. Le analisi condotte nel progetto Life DOP¹¹ mostrano come la qualità dei foraggi, l'efficienza degli allevamenti e le pratiche di gestione del suolo influenzino la sostenibilità complessiva e la conservazione degli agroecosistemi coinvolti. Il Consorzio Grana Padano promuove inoltre iniziative strutturate di sostenibilità — dall'agricoltura di precisione ai miglioramenti zootecnici — che contribuiscono alla conservazione della biodiversità e alla riduzione degli impatti ambientali lungo tutta la filiera¹².

⁸ Fonte: studio Lipu-BirdLife Italia effettuato con il contributo della Regione Emilia-Romagna, della Provincia di Modena, della Provincia di Parma e del Consorzio del formaggio Parmigiano Reggiano: www.lipu.it.

⁹ Per approfondimenti: [Alleva Web, Prati Stabili da valorizzare, febbraio 2024](#)

¹⁰ Per approfondimenti: [Lattiero-caseario: al via il progetto "ECOMICROBIO", per la tutela della biodiversità microbica del Grana Padano DOP | Università degli studi di Parma](#)

¹¹ Per approfondimenti: [Progetto life DOP](#)

¹² Per approfondimenti: [Sostenibilità Ambientale - Grana Padano](#)

OASI DELLA FINOCCHIONA IGP: TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ, VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO TOSCANO E PROMOZIONE DI UN MODELLO PRODUTTIVO SOSTENIBILE¹³

In qualità di socio del Consorzio di Tutela della Finocchiona IGP, GranTerre contribuisce allo sviluppo del Progetto Oasi della Finocchiona IGP, un'iniziativa innovativa che unisce tutela della biodiversità, valorizzazione del territorio toscano e promozione di un modello produttivo sostenibile. Il progetto, realizzato nel cuore delle colline toscane, nasce con l'obiettivo di proteggere gli impollinatori, favorire la rigenerazione degli ecosistemi agricoli e sostenere la produzione locale di semi e fiori di finocchio, ingredienti fondamentali nella caratterizzazione aromatica della Finocchiona IGP. L'Oasi integra componenti naturali e tecnologiche, configurandosi come un laboratorio a cielo aperto dedicato alla sostenibilità. Tra le principali azioni previste dal progetto si evidenziano l'installazione di alveari tecnologici Hive-Tech, dotati di sensori avanzati per monitorare lo stato di salute delle api e la qualità dell'ambiente circostante; la creazione di rifugi per impollinatori selvatici, fondamentali per l'equilibrio degli ecosistemi locali; la piantumazione di alberi e arbusti nettariiferi - tra cui tigli, ciliegi, meli, biancospini, prugnoli e rosmarino - con la finalità di fornire nutrimento e habitat alle diverse specie di insetti impollinatori; l'introduzione di coccinelle come alleate naturali nei campi di finocchio, contribuendo alla riduzione dei trattamenti fitosanitari.

Il progetto rappresenta un modello virtuoso di collaborazione tra imprese, agricoltori e realtà tecnologiche e costituisce un'importante piattaforma educativa: il Consorzio promuove attività di sensibilizzazione rivolte a scuole e cittadini, con l'obiettivo di diffondere una cultura della sostenibilità e di rafforzare il legame tra filiere agroalimentari e tutela ambientale.

SEGUI L'AVANZAMENTO DEL PROGETTO

L'Oasi della Finocchiona IGP | Piattaforma Ambientale



¹³ Per approfondimenti si rimanda al sito internet del Consorzio Finocchiona IGP: www.finocchionaigp.it.

2.4 USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

La gestione responsabile dei rifiuti è un elemento chiave per ridurre l'impatto ambientale delle attività aziendali. L'ottimizzazione dell'uso dei materiali di packaging, insieme a una corretta gestione dei rifiuti e allo sviluppo di soluzioni di packaging più efficienti e innovative sono gli ambiti di maggiore presidio progettuale.

2.4.1 RICICLO E SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Le società del Gruppo seguono una procedura interna dedicata agli aspetti normativi ambientali e di sicurezza, che stabilisce i criteri per valutare gli impatti ambientali, inclusi quelli legati alla gestione dei rifiuti.

Nel 2025 il Gruppo ha prodotto complessivamente 16.739 tonnellate di rifiuti, equivalenti a 0,08 tonnellate di rifiuti per tonnellata di prodotto (rispetto alle 0,07 del 2024). Le attività produttive generano prevalentemente rifiuti non pericolosi destinati al recupero o al riciclo, in particolare plastica poliaccoppiata sia pulita che non. La quota marginale di rifiuti pericolosi deriva principalmente dalle attività di manutenzione degli impianti. Tutti i rifiuti vengono trattati esternamente ai siti del Gruppo, nel pieno rispetto delle normative vigenti. Periodicamente viene effettuata una valutazione della corretta caratterizzazione dei rifiuti e dei relativi codici EER: nel 2025 non sono emersi nuovi codici.

Il 71,8 % dei rifiuti non pericolosi (rispetto al 66,4% nel 2024) viene avviato a riciclo, attività di preparazione al riutilizzo o ad altre forme di recupero. Alcune tipologie di sottoprodotti organici sono inoltre state destinate ad aziende specializzate che li trasformano in materie prime per la produzione di mangimi. Il restante 28,2% dei rifiuti non pericolosi è indirizzato a smaltimento, tra cui discarica, incenerimento con recupero energetico e altre operazioni di eliminazione. I sottoprodotti dell'industria alimentare, generati principalmente dalla trasformazione delle materie prime, sono caratterizzati da un'elevata biodegradabilità. Tra i rifiuti prodotti, i fanghi rappresentano la tipologia non pericolosa più rilevante in termini quantitativi nei cicli della carne e dei prodotti lattiero-caseari: derivano dai sistemi di depurazione delle acque e la loro valorizzazione costituisce oggi una sfida significativa per le aziende del settore. In un'ottica di economia circolare, pur essendo classificati come rifiuti, tali fanghi vengono conferiti a un'impresa specializzata che li utilizza per la produzione di biogas.

GRI 306-3, 4, 5 TIPOLOGIA DI RIFIUTO E DESTINAZIONE (t)

Tipologia di rifiuto e destinazione (t)	2023	2024	2025
Totale rifiuti pericolosi	34,39	30,06	85,74
Di cui inviati alla preparazione per il riutilizzo	22,90	19,31	21,88
Di cui inviati al riciclaggio	0,10	0,04	0,03
Altre operazioni di recupero	3,31	0,28	0,20
Di cui inviati all'incenerimento (con recupero di energia)	5,49	5,97	5,81
Di cui inviati all'incenerimento (senza recupero di energia)	-	-	-
Di cui inviati in discarica	0,37	-	-
Altre operazioni di smaltimento	2,21	4,45	57,82
Totale rifiuti non pericolosi	12.944,95	14.835,07	16.654,07
Di cui inviati alla preparazione per il riutilizzo	3.518,04	3.335,89	7.150,70
Di cui inviati al riciclaggio	3.850,61	6.057,63	4.576,14
Altre operazioni di recupero	349,16	461,40	234,27
Di cui inviati all'incenerimento (con recupero di energia)	2.209,48	2.215,65	2.118,08
Di cui inviati all'incenerimento (senza recupero di energia)	-	-	-
Di cui inviati in discarica	0,60	-	-
Altre operazioni di smaltimento	3.017,07	2.764,50	2.574,88
Totale rifiuti	12.979,34	14.865,12	16.739,81
Intensità produzione rifiuti (Ton rifiuti prodotti / Ton produzione)	0,06	0,07	0,08

IL BIOGAS OTTENUTO DAI FANGHI DI LAVORAZIONE: PROSEGUE LA COLLABORAZIONE CON CAVIRO PER LA PRODUZIONE DI BIOCOMBUSTIBILI

Nel 2025 le aziende del Gruppo hanno inviato a recupero 6.049 tonnellate di fanghi provenienti da cinque stabilimenti, rispetto alle 4.832 tonnellate del 2024. Sulla base dei dati forniti da Caviro Extra, tali fanghi hanno permesso di generare circa 231.257 Sm³ di biogas, un quantitativo che sarebbe sufficiente ad alimentare per un anno circa 240 automobili utilitarie (considerando un fabbisogno medio di 675 Sm³ per percorrere 11.200 km, dati Quattroruote). I fanghi derivanti dai processi di depurazione delle acque vengono avviati al recupero tramite un percorso di valorizzazione che ne consente la trasformazione in biometano presso l'impianto di Caviro Extra, attivo dal 2014. Negli impianti di Caviro Extra, i reflui sono sottoposti a digestione anaerobica: la componente organica si trasforma in biogas, che viene convertito in biometano attraverso un processo di upgrading. Il biometano viene quindi immesso nella rete di distribuzione e destinato all'autotrazione. Il processo di upgrading produce inoltre un flusso di CO₂ che viene recuperato, purificato e liquefatto per essere impiegato in diversi settori industriali. Una piccola parte del biogas viene invece utilizzata in un motore endotermico per la produzione di energia elettrica, poi immessa in rete dal gestore.

LO SVILUPPO DELLA LEAN PRODUCTION IN GRANTERRE: EFFICIENZA, COINVOLGIMENTO E MINORE IMPATTO AMBIENTALE

La Lean Production è un insieme di tecniche e strategie, integrate in un approccio sistemico, finalizzate all'eliminazione degli sprechi all'interno dei processi produttivi che si fonda sulla definizione di obiettivi chiari e sull'adozione di un sistema di monitoraggio efficace, necessario per valutare e attuare azioni correttive orientate al miglioramento continuo.

Nel percorso del Gruppo verso un modello produttivo sempre più sostenibile, l'efficienza dei processi, l'innovazione continua e la riduzione degli sprechi rappresentano elementi centrali della strategia industriale. L'adozione dei principi della Lean Production, perfettamente allineata alla visione aziendale, costituisce uno dei pilastri attraverso cui il Gruppo persegue una crescita responsabile e orientata al miglioramento continuo.

La Lean Production è stata introdotta in Salumifici GranTerre nel 2019 ed è stata gradualmente implementata in altri sei stabilimenti del Gruppo, con l'obiettivo di allargamento a tutto il perimetro aziendale nei prossimi anni.

LEAN PRODUCTION: IL PERCORSO DI SVILUPPO NEGLI STABILIMENTI SALUMIFICI E CASEIFICI GRANTERRE



L'implementazione della Lean Production è presidiata da un team dedicato nella sede centrale e nei singoli stabilimenti, con il compito di progettare e guidare il progetto. Il loro lavoro coniuga metodologie Lean, strumenti digitali avanzati e il coinvolgimento delle persone impiegate sulle linee, creando un approccio integrato che permette di ripensare i processi con un'ottica di efficienza, qualità e sostenibilità. Gli interventi spaziano dall'ottimizzazione dei layout e dei flussi operativi, fino all'utilizzo di tecniche strutturate di problem solving, essenziali per individuare tempestivamente le cause di eventuali inefficienze e per indirizzare le azioni correttive più efficaci.

Un ruolo fondamentale è svolto dalla digitalizzazione delle attività di monitoraggio: ogni linea produttiva è dotata di display che mostrano in tempo reale le performance, fornendo a operatori e responsabili una visione immediata e trasparente dell'andamento della produzione. Questo sistema consente di intervenire rapidamente in caso di scostamenti, riducendo perdite di tempo e ottimizzando l'impiego delle risorse.

Alla base del modello Lean adottato dal Gruppo c'è il coinvolgimento attivo delle persone, considerato un elemento imprescindibile per garantire risultati concreti e duraturi. Ogni giorno, per ciascuna linea produttiva coinvolta nel progetto, vengono svolte riunioni strutturate della durata di 15 minuti, nelle quali i team analizzano insieme la performance complessiva, individuano eventuali criticità e definiscono le azioni correttive. Ogni azione è accompagnata da un responsabile e da una scadenza chiara, promuovendo un senso di responsabilità diffuso e una gestione trasparente delle priorità operative. Questo approccio non solo migliora l'efficienza dei processi, ma favorisce un clima relazionale più positivo, basato su obiettivi condivisi, comunicazione aperta e partecipazione attiva.

Il monitoraggio costante dei processi attraverso indicatori industriali dedicati e sistemi avanzati di analisi rappresenta infine la base del nostro impegno per il miglioramento continuo. La capacità di misurare, comprendere e correggere in tempo reale gli scostamenti permette all'azienda di consolidare progressivamente le proprie performance e di generare valore in modo misurabile nel lungo periodo.

Grazie a questa combinazione di strategia, competenze, tecnologia e partecipazione, il nostro modello Lean diventa non solo uno strumento di ottimizzazione produttiva, ma un vero e proprio investimento culturale che rafforza la competitività del Gruppo e contribuisce alla costruzione di un approccio più efficiente e orientato anche a creare un ambiente di lavoro positivo e stimolante.

L'APPROCCIO LEAN IN GRANTERRE

STRATEGIA



ALLINEAMENTO ALLA STRATEGIA DI GRUPPO
Efficienza, livello di servizio, innovazione, riduzione sprechi, qualità, sicurezza sul lavoro

IMPLEMENTAZIONE



APPROCCIO INTEGRATO
Lean + Digitalizzazione + Formazione

APPLICAZIONE CONCRETA DI STRUMENTI LEAN
Layout ottimizzati, display

COINVOLGIMENTO DEL PERSONALE
Riunioni giornaliere, coinvolgimento di operatori, tecnici e ufficio Lean centrale

MONITORAGGIO



MONITORAGGIO COSTANTE CON KPI INDUSTRIALI
Analisi dei processi tramite sistemi e indicatori specifici

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

Il monitoraggio delle linee produttive in ottica Lean rappresenta un elemento centrale del percorso di miglioramento continuo. Per questo motivo GranTerre sta investendo nell'ottimizzazione del sistema informatico dedicato al calcolo degli indicatori di performance, con l'obiettivo di renderlo sempre più preciso, tempestivo ed efficace. Tra i parametri osservati con maggiore attenzione rientra la percentuale di scarti generati lungo la linea - che può comprendere materiali di packaging, prodotto o confezioni finite trasformate in rifiuto. Per ogni linea viene definito un target di riferimento, la cui misurazione costante permette di individuare scostamenti e intervenire prontamente con azioni correttive. Nel tempo, questo approccio ha consentito di conoscere con esattezza i volumi di scarto e di ridurli progressivamente grazie a interventi mirati. Inoltre, nell'implementazione del modello Lean, un ruolo fondamentale è ricoperto anche dagli standard di manutenzione, che vengono costantemente rivisti e ottimizzati per prevenire guasti, diminuire la generazione di scarti e migliorare l'organizzazione dei reparti, favorendo così un ambiente di lavoro più ordinato, funzionale e sicuro. Tra gli interventi implementati negli anni si possono citare, ad esempio, la definizione di nuovi intervalli per il cambio delle barre di saldatura - utile a prevenire eventuali perdite di sottovuoto - o lo sviluppo di soluzioni specifiche per migliorare l'allineamento del laminato in macchina, con effetti positivi sulla regolarità della messa in passo.

Caso studio: la riduzione degli scarti di laminato tra il 2020 e il 2025

Nelle 32 linee monitorate con approccio Lean, gli scarti nel confezionamento sono passati dal 9,2% del 2020 al 6,6% del 2025 con un conseguente risparmio di 416.738 mq di laminato¹⁴.

In termini di emissioni di CO₂e i 416.738 mq in meno di laminato hanno significato - tra il 2020 e il 2024 - la riduzione di circa 1,2 tonnellate di CO₂e grazie alla riduzione del numero di bobine trasportate¹⁵: la CO₂e risparmiata equivale al salvataggio di circa 60 alberi¹⁶.



2.4.2 MATERIALI E INNOVAZIONE NEL PACKAGING

Il packaging un elemento essenziale non solo per la presentazione dei prodotti, ma soprattutto per la loro protezione lungo l'intera shelf life. Gli imballaggi devono infatti preservare le caratteristiche sensoriali, mantenere freschezza e colore e schermare i prodotti dagli agenti esterni - inclusi ossigeno e raggi UV - fino alla data di consumo prevista. Per questo motivo l'innovazione nel packaging rappresenta per il Gruppo GranTerre un ambito strategico e costantemente presidiato.

L'azienda porta avanti da anni un percorso strutturato di sviluppo sostenibile degli imballaggi, basato su una costante attività di ricerca e sull'impegno condiviso con i fornitori di materiali per individuare soluzioni innovative e a ridotto impatto ambientale.

Dal 2022 è in vigore una procedura strutturata per la progettazione e la validazione dei packaging primari e secondari destinati a tutte le linee di prodotto che stabilisce che ogni nuovo imballaggio debba essere sviluppato in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità definiti nel Piano di Sostenibilità del Gruppo. Il documento identifica inoltre una serie di leve progettuali da valutare in fase di sviluppo, tra cui: la riduzione della plastica impiegata, la semplificazione delle strutture materiali, l'eliminazione di componenti superflue nei multistrati, l'incremento del contenuto riciclato, il miglioramento della riciclabilità complessiva, la possibilità di utilizzo di materiali compostabili e l'adozione di materie prime di origine rinnovabile. L'analisi progettuale considera anche interventi sulla geometria e sul design delle confezioni, seguendo i principi dell'eco-design, insieme alla valutazione integrata dei potenziali impatti ambientali del packaging lungo il suo ciclo di vita.

¹⁴ 1 mq di laminati risparmiati sono calcolati sulla base degli scarti generati dalla produzione dei codici attivi nel periodo 2020-2025.

¹⁵ Il dato è una stima. L'assunzione è la seguente: 416.738 mq di laminato corrispondono a 939 bobine, 173 pallet e 8 viaggi di un tir a pieno carico. Il dato è calcolato ipotizzando che un viaggio corrisponda al totale dei chilometri necessari per coprire il tragitto di andata e ritorno tra lo stabilimento e la base logistica di Interporto e che un TIR a pieno carico consumi 0,4 l di diesel al km e che il consumo di 1 l di diesel generi 2,5 kg di CO₂e (rif. BEIS).

¹⁶ Ipotizzando che risparmiare 20 Kg di CO₂ corrisponda a salvare un albero.

L'entrata in vigore del nuovo Regolamento europeo PPWR¹⁷ rappresenta un ulteriore stimolo all'innovazione. Le nuove disposizioni fissano requisiti e limiti precisi, orientando la progettazione verso imballaggi più sostenibili. In risposta a queste richieste normative - e alle aspettative dei clienti - GranTerre concentra oggi una parte rilevante delle proprie attività di R&S sull'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili, al fine di incrementare la circolarità degli imballaggi e ridurre l'impatto complessivo. Parallelamente, il Gruppo è impegnato da tempo nella riduzione degli spessori e nell'ottimizzazione delle strutture d'imballo, un ambito in cui sono già stati ottenuti risultati significativi e che continua a rappresentare una priorità per la diminuzione dell'utilizzo di materia prima senza comprometterne le performance. Accanto a questi progetti consolidati, GranTerre sta esplorando con crescente attenzione anche le opportunità offerte dai materiali rinnovabili, con particolare focus sui pack secondari.

GLI AMBITI DI R&S SUL PACKAGING

AMBITI PRIORITARI	Materiali riciclati Quote crescenti di materiali riciclati in sostituzione delle materie prime vergini	Materiali riciclabili Introduzione di materiali facilmente riciclabili, per incentivare i consumatori a differenziare e contribuire alla riduzione dell'utilizzo di materie prime e contenere le emissioni di CO ₂
AMBITI DI R&S CONTINUATIVI	Riduzione degli spessori R&S per ridurre l'utilizzo e lo spessore di plastica e carta negli imballi primari e secondari	Materiali rinnovabili Vengono esplorate soluzioni per l'utilizzo di carta e cartone da filiere controllate FSC® o PEFC per lo sviluppo di packaging con materie prime di origine rinnovabile

I NUMERI DELL'INNOVAZIONE NEL PACKAGING

8 progetti di innovazione sul packaging lavorati nel 2025

1396 **referenze migliorate** con riferimento al packaging primario (plastica) o secondario (cartone) tra il 2020 e il 2025, di cui 115 nel 2025

84% dei cartoni acquistati nel 2025 raggiungono l'obiettivo fissato sulla quota di riciclato pari al 70%

¹⁷ Il Regolamento (UE) 2025/40 - noto come *Packaging and Packaging Waste Regulation (PPWR)* - stabilisce un quadro armonizzato per la progettazione, la gestione e la riduzione degli imballaggi e dei rifiuti di imballaggio nell'UE, sostituendo la Direttiva 94/62/CE. Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea il 22 gennaio 2025, è entrato in vigore l'11 febbraio 2025 e sarà applicabile dal 12 agosto 2026.

BANDO CONAI PER L'ECODESIGN: 10 PROGETTI GRANTERRE PREMIATI

Il Gruppo GranTerre ha ottenuto - come negli anni precedenti - un riconoscimento nell'ambito del Bando CONAI per l'ecodesign 2025, volto a premiare le soluzioni di packaging più innovative.

Sono 10 i progetti premiati:

MORTADELLA BO IGP 100 g GranTerre

Ottimizzazione logistica e semplificazione materiale: riduzione spessore vaschetta e aumento % RPET

PROSCIUTTO CRUDO 100 g GranTerre

Ottimizzazione logistica e semplificazione materiale: riduzione spessore vaschetta e aumento % RPET

PROSCIUTTO CRUDO 80 g GranTerre

Risparmio materia prima e materia prima vergine: riduzione spessore spalmatura interfoglio da 75my a 65my

PROSCIUTTO CRUDO 500 g GranTerre

Miglioramento della riciclabilità e riduzione tara: passaggio da interfoglio PS 60my ad HDPE 65my

SALAME CON SEMI DI FINOCCHIO 80 g

Utilizzo materiale riciclato, risparmio materia prima e materia prima vergine: riduzione spessore vaschetta e aumento % RPET

ANTIPASTO CRUDO E PROVOLONE DOLCE

Utilizzo materiale riciclato, risparmio materia prima e materia prima vergine: riduzione spessore vaschetta e aumento % RPET

PROSCIUTTO CRUDO 140 g

Risparmio materia prima e materia prima vergine: Riduzione spessore vaschetta preformata

PARMIGIANO REGGIANO PARMISSIMO 22M 150 g

Miglioramento della riciclabilità: passaggio da film multistrato a monoPE flessibili

TENERONE 300 g

Ottimizzazione logistica e risparmio materia prima: passaggio da formato 2 vie a 3 vie

SNACK&VAI Parmigiano Reggiano DOP e Taralli

Miglioramento del livello di riciclabilità e della codifica del materiale: eliminazione plastic pack, riduzione della carta e della tara.



PER APPROFONDIRE:



GUARDA IL VIDEO



GRANTERRE PREMIATA CON IL BEST PACKAGING 2025 PER IL PROGETTO SNACK&VAI

Nel 2025 GranTerre è stata insignita del premio BEST PACKAGING, un riconoscimento dedicato alle soluzioni più innovative nel settore del packaging alimentare nell'ambito di un contest nazionale dedicato all'innovazione nel packaging, promosso dall'Istituto Italiano Imballaggio in collaborazione con IPACK-IMA e con il patrocinio di CONAI.

Il premio è stato conferito all'incarto *SNACK&VAI*, un progetto che coniuga funzionalità, attenzione all'esperienza del consumatore e impegno verso la sostenibilità.

Il progetto *SNACK&VAI* nasce dalla collaborazione tra GranTerre e Istituto Stampa, una partnership che ha integrato competenze industriali, know-how tecnico e creatività progettuale. Questo approccio congiunto ha permesso di sviluppare un packaging capace di rispondere alle esigenze dei consumatori contemporanei, garantendo praticità d'uso, sicurezza alimentare e una gestione più responsabile delle risorse. Il riconoscimento valorizza non solo la qualità del design, ma anche la capacità di offrire una soluzione che interpreta i nuovi stili di vita e promuove modalità di consumo on-the-go in linea con i principi di sostenibilità e semplificazione dell'esperienza. *SNACK&VAI* rappresenta infatti un'idea semplice ma innovativa: rendere le eccellenze gastronomiche GranTerre più accessibili e fruibili in ogni momento della giornata, attraverso un incarto progettato per ottimizzare funzionalità, conservabilità e impatto ambientale.



L'EVOLUZIONE DEL PACKAGING GRANTERRE: PIÙ RICICLO, PIÙ CIRCOLARITÀ, PIÙ INNOVAZIONE

Nel 2025 GranTerre ha proseguito il percorso verso un packaging sempre più sostenibile, introducendo soluzioni in plastica riciclata e monomateriale ad alta riciclabilità che anticipano gli obblighi normativi europei e rafforzano l'impegno dell'azienda verso l'economia circolare.

Grazie a una strategia strutturata e a un lavoro sinergico con i partner della filiera, oggi tutte le vaschette termoformate GranTerre contengono il 50% di PET riciclato post-consumo (PCR), un valore significativamente superiore rispetto alle soglie richieste dal nuovo Regolamento europeo sugli imballaggi e rifiuti da imballaggio (PPWR), che dal 2030 prevederà almeno il 30% di contenuto riciclato per gli imballaggi rigidi in PET.

Tray to Tray: la nuova frontiera della circolarità

Una quota crescente delle vaschette GranTerre contiene una percentuale di plastica riciclata da vassoio, con processo Tray to Tray: il processo che permette di ottenere materiale riciclato direttamente da vaschette alimentari post-consumo. Grazie a questo approccio si aumenta la disponibilità di PET di qualità food-grade, si valorizza un flusso di riciclo dedicato agli imballaggi alimentari, si sostiene l'innovazione dell'intera filiera (produttori di materiali, trasformatori, retailer e riciclatori) e si contribuisce in modo concreto agli obiettivi dell'economia circolare promossi dall'Unione Europea.

Monomateriali PET ad alta barriera e riciclabilità

Parallelamente all'incremento del contenuto riciclato, GranTerre ha avviato lo sviluppo di vaschette monomateriale PET ad alta barriera, che offrono:

- performance di protezione del prodotto equivalenti o superiori alle soluzioni multistrato tradizionali;
- una riciclabilità nettamente più elevata, in linea con i nuovi criteri di classificazione previsti da PPWR;
- una riduzione degli impatti lungo il ciclo di vita grazie alla semplificazione del materiale.

La combinazione di PET riciclato, processi Tray to Tray e soluzioni monomateriale ad alta barriera rappresenta oggi uno dei pilastri più evidenti del percorso di sostenibilità di GranTerre e un esempio concreto di come innovazione tecnica e visione strategica possano muoversi insieme.

MENO PLASTICA, PIÙ EFFICIENZA: IL NUOVO PACKAGING FORMSHRINK PER LO SPECK SENFTER

Nel 2025 GranTerre ha sviluppato un nuovo packaging per i tranci di speck Senfter, introducendo la tecnologia FormShrink, che combina elevate performance tecniche con una significativa riduzione dell'impatto ambientale. L'adozione dei nuovi film FormShrink, caratterizzati da spessori significativamente inferiori rispetto ai materiali multistrato tradizionali, consente di ridurre del 48% il peso del packaging primario in plastica. Questa riduzione è ottenuta grazie all'utilizzo di film ad elevata performance meccanica, che garantiscono resistenza e tenuta della confezione nonostante lo spessore ridotto. Oltre al beneficio ambientale diretto, la diminuzione dello spessore del materiale comporta anche una minore presenza di eccesso di film intorno al prodotto dopo la termoretrazione. Questa caratteristica apre la strada a una possibile ottimizzazione del riempimento dei cartoni, perché il pack finale risulta più compatto e meglio conformato al trancio di speck.

L'analisi dei materiali impiegati nel 2025 per il packaging conferma la prevalenza di carta e cartone, con un consumo pari a 14.227 tonnellate. La plastica rappresenta la seconda tipologia più utilizzata con 10.161 tonnellate, mentre l'impiego di alluminio e acciaio risulta marginale.

Con riferimento alla provenienza dei materiali, nel 2025 il 42,1% del totale utilizzato proviene da riciclo. In particolare, il contenuto riciclato raggiunge quasi il 60% per la carta (escluso materiale certificato FSC®) e il 24% per la plastica, confermando l'impegno dell'azienda nell'integrazione crescente di materie prime seconde e nella riduzione dell'impatto delle proprie soluzioni di imballaggio.

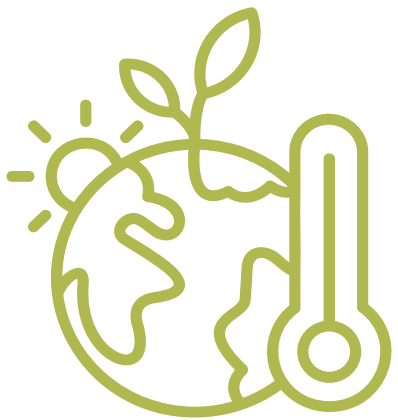
Per quanto riguarda gli affettati, tra il 2020 e il 2025 sono stati realizzati diversi interventi di riduzione degli spessori e delle tare delle vaschette che hanno coinvolto 794 referenze con un risparmio stimato di circa mille tonnellate di plastica confermando l'efficacia delle ottimizzazioni strutturali implementate sulle confezioni e il percorso di miglioramento continuo perseguito dall'azienda.

MATERIALI UTILIZZATI PER PESO (T) O VOLUME E PROVENIENTI DA RICICLO^{18 19}

	2023		2024		2025	
	Totale	di cui proveniente da riciclo	Totale	di cui proveniente da riciclo	Totale	di cui proveniente da riciclo
Carta e Cartone	14.164,51	7.726,82	13.924,13	7.736,36	14.227,49	7.883,44
di cui FSC	1.286,48	0,00	1.030,19	0,00	1.088,42	0,00
di cui NON FSC	12.878,03	7.726,82	12.893,93	7.736,36	13.139,07	7.883,44
Plastica	8.921,98	1.834,37	9.189,11	1.776,99	10.161,45	2.426,38
Alluminio	83,39	0,00	72,81	0,00	81,91	0,00
Acciaio	39,91	0,00	41,11	0,00	30,35	0
Totale	23.209,79	9.561,19	23.227,16	9.513,35	24.501,19	10.309,82

MATERIALI PER PACKAGING PROVENIENTI DA RICICLO (STIMA)²⁰

	2023	2024	2025
Carta e cartone	55%	56%	60%
Plastica	21%	19%	24%



18 Il dato relativo alla quota proveniente da riciclo con riferimento a carta e cartone è una stima, per la plastica sono stati fatti calcoli basati sulle schede tecniche dei materiali utilizzati.

19 I valori relativi al 2023 e 2024 sono stati aggiornati (restatement)

20 I valori relativi al 2023 e 2024 sono stati aggiornati (restatement)

2.5 GESTIONE DELLA CATENA DI DISTRIBUZIONE: PIANIFICAZIONE, LOGISTICA E CUSTOMER SERVICE

Le attività logistiche di GranTerre sono accentrate in un'unica base logistica che è ad oggi una delle piattaforme a temperatura controllata più moderne in Italia. Il magazzino è situato presso l'Interporto di Bologna, si estende su 30.000 m².

La Direzione Supply Chain GranTerre gestisce le attività amministrative della base logistica, i processi di demand e supply planning e il customer service. I servizi operativi di magazzino e logistica - internalizzati e pienamente operativi da settembre 2024 - sono affidati a Logistica GranTerre, pur rimanendo sotto la supervisione organizzativa della stessa Direzione Supply Chain. Il trasporto è invece svolto da operatori logistici specializzati.

L'ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ DELLA DIREZIONE SUPPLY CHAIN GRANTERRE



LA BASE LOGISTICA GRANTERRE: CARATTERISTICHE, ATTIVITÀ E PERFORMANCE

La base logistica di GranTerre, inaugurata nel 2013, è una delle più moderne e grandi basi logistiche a temperatura controllata in Italia, ha una superficie totale di 30.000 mq, con oltre 38.000 posti pallet di cui 35.100 refrigerati a 3,5°, 500 a temperatura 0°, 3.000 non a temperatura (per materiali tecnici), 900 a 10°.

LE ATTIVITÀ



Stoccaggio prodotti finiti, materie sussidiarie e semilavorati



Gestione ordini (picking e allestimento ordini)



Attività di fine linea e peso-prezzatura

I NUMERI 2025

Scaffali a **7** Livelli

42 Dock House

2.000 Ordini/giorno

38.000.000 Colli picked/anno

6.450.000 Pezzi di lavorazioni speciali/anno

2.000.000 Pallet IN-OUT anno

50.000 Camion gestiti anno

5.000 referenze gestite/anno

2.5.1 I PROGETTI DELLA DIREZIONE SUPPLY CHAIN CON IMPATTO SULLA SOSTENIBILITÀ

EFFICIENTAMENTO DELLE TRATTE E OTTIMIZZAZIONE DEI PROCESSI PER LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

La Direzione Supply Chain porta avanti diverse iniziative con ricadute positive sulla sostenibilità ambientale, focalizzate principalmente sull'efficientamento delle tratte di trasporto e sull'ottimizzazione dei processi per ridurre sprechi e inefficienze.

Ottimizzazione dei processi e riduzione degli sprechi con Demand & Supply Planning

Al fine di migliorare il livello di servizio e sviluppare una rete di distribuzione più sostenibile ed efficiente GranTerre ha adottato un software che utilizza l'intelligenza artificiale per il calcolo delle previsioni di vendita. Il progetto ha portato al miglioramento della fase di pianificazione e ottimizzazione 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 per garantire il coordinamento e l'allineamento tra tutte le funzioni aziendali che partecipano al ciclo attivo del prodotto.

Nel 2025, parallelamente all'implementazione del nuovo ERP SAP S/4 HANA, ha preso avvio anche un progetto finalizzato alla digitalizzazione e integrazione in un unico ambiente tutto il processo *Forecast to Stock*²¹: il progetto IBP (Integrated Business Planning). IBP, che vedrà il suo compimento non prima del 2027, prevede di utilizzare i dati di previsione vendita per alimentare un sistema di pianificazione di medio-lungo termine della produzione settimanale, che a sua volta alimenterà lo sviluppo del fabbisogno delle materie prime e dei materiali di confezionamento e lo scheduling di produzione giornaliera. Grazie a questa pianificazione gli stabilimenti avranno un supporto importante per le decisioni produttive con politiche di stock che massimizzano il livello di servizio e minimizzano gli sprechi di prodotto.

La riorganizzazione delle consegne con modalità diretta in Toscana e Umbria

Dopo una valutazione dei volumi e dei destinatari presenti in Toscana ed in Umbria, GranTerre ha sviluppato un progetto per la riorganizzazione di alcune consegne con modalità diretta, riducendo significativamente il passaggio nelle piattaforme distributive del fornitore di servizi logistici. La nuova organizzazione delle consegne permetterà di evitare 2,5 navette al giorno dalla base logistica di GranTerre al magazzino del fornitore, tratta di circa 30 km a/r. Si prevede una riduzione di 17.000 km/anno oltre ad un miglioramento del livello di servizio e un efficientamento economico. Il resto dei volumi manterrà la gestione attuale con maggiore saturazione, con l'obiettivo di ulteriori impatti positivi sulla riduzione dei km a vuoto.

One truck: l'efficientamento dei processi distributivi

One truck è un progetto sviluppato per integrare il più possibile la distribuzione dei prodotti a marchio GranTerre andando a intervenire sul chilometraggio infralogistico percorso tra gli stabilimenti e sulle consegne ai clienti, con l'obiettivo di ottenere benefici in termini di efficientamento dei processi distributivi. Ad oggi il progetto ha integrato circa il 92% dei volumi movimentati in Italia. Dal 2023 il progetto è stato attivato sulle tratte Spagna e Belgio, e sono in corso analisi e approfondimenti per sviluppi ulteriori.

Nel perimetro nazionale, dal 2020 al 2025 la riduzione complessiva di km percorsi dalla base logistica ai centri distributivi (dell'operatore logistico o dei clienti), trasporti alla base logistica e navetteggi tra stabilimenti è stata pari a circa 1,4 milioni di km, pari al 5,6% dei km risparmiati rispetto alla saturazione 2020. Nei trasporti primari verso l'estero gestiti da GranTerre invece, la riduzione tra il 2020 e il 2025 è stata pari a circa 1,1 milioni di km, pari al 12,4% dei km risparmiati rispetto alla saturazione 2020.

TRA IL 2020 E IL 2025

1,4 Milioni di km risparmiati (5,6%) SU TRATTE NAZIONALI

1,1 Milioni di km risparmiati (12,4%) SU TRATTE ESTERE

²¹ Il processo *Forecast to Stock* è un modello di gestione della Supply Chain in cui la produzione e l'approvvigionamento vengono pianificati sulla base di una previsione della domanda, anziché su ordini già ricevuti.

GRANTERRE TRA I SOTTOSCRITTORI DELLA CARTA METROPOLITANA DELLA LOGISTICA ETICA

GranTerre è tra i sottoscrittori - dal 2023 - della *Carta Metropolitana della Logistica Etica*, iniziativa promossa dalla Città Metropolitana e dal Comune di Bologna. Nel 2025 anche Logistica GranTerre ha sottoscritto la Carta, confermando l'impegno del Gruppo verso un modello di logistica responsabile, che pone al centro le persone, la qualità del lavoro e la sostenibilità ambientale. All'interno di questo percorso, Logistica GranTerre ricopre un ruolo strategico. La struttura logistica del Gruppo è infatti coinvolta in prima linea nell'attuazione concreta dei principi della Carta:

- **Sicurezza e tutela delle condizioni di lavoro:** implementazione di standard avanzati di protezione dei lavoratori nei magazzini e nei trasporti, con investimenti continui in tecnologie, attrezzature e formazione.
- **Qualità occupazionale e gestione etica delle commesse:** attenzione alla corretta applicazione dei contratti, alla stabilità occupazionale e alla trasparenza nei rapporti con i partner logistici.
- **Formazione preventiva e continua:** programmi dedicati per carrellisti, operatori di magazzino e personale di trasporto, con l'obiettivo di sviluppare competenze tecniche, digitali e di sicurezza.
- **Coesione sociale e integrazione territoriale:** valorizzazione del radicamento sul territorio, collaborazione con enti locali e iniziative per favorire inclusione e buona occupazione nelle comunità in cui opera.
- **Innovazione e digitalizzazione:** sviluppo di soluzioni logistiche avanzate per aumentare efficienza, tracciabilità e sicurezza, riducendo al contempo rischi e attività manuali ripetitive.
- **Sostenibilità ambientale:** ottimizzazione dei flussi logistici, uso di mezzi a minori emissioni, investimenti in impianti e processi orientati alla riduzione dell'impatto ambientale.
- **Investimenti strategici nel settore logistico:** modernizzazione continua delle piattaforme logistiche e delle infrastrutture dedicate alla distribuzione.

Grazie a questo impegno, Logistica GranTerre contribuisce in modo determinante al percorso del Gruppo verso una catena del valore sempre più sostenibile, innovativa e responsabile.



PER APPROFONDIRE:



LOGISTICA GRANTERRE: IL PROCESSO DI INTERNALIZZAZIONE

Nel 2025 si è ulteriormente strutturato e affinato il percorso di Logistica GranTerre, nata a ottobre 2024 con un processo di internalizzazione voluto dalla Capogruppo, che ha il controllo al 100%. A Logistica GranTerre è affidata la gestione dei servizi di stoccaggio e movimentazione dei prodotti nella base logistica di Interporto a favore delle società del Gruppo GranTerre. Con il progetto di internalizzazione Logistica GranTerre sono entrate nel Gruppo circa 300 persone in precedenza occupate nel magazzino attraverso un appalto.

II PROGETTO COMPLIANCE TRASPORTI

GranTerre sta sviluppando e implementando un sistema strutturato di audit sui fornitori di servizi di trasporto con l'obiettivo di rafforzare il presidio di legalità lungo la catena di fornitura, anche mediante l'ausilio di strumenti informatici automatizzati. Il sistema - che si formalizzerà nel 2026 - contribuisce a prevenire rischi operativi, reputazionali e sociali, promuovendo pratiche responsabili nel settore della logistica e del trasporto. Attraverso questo approccio, la Società rafforza il dialogo con i partner e sostiene un'evoluzione continua degli standard di filiera.

Alla base delle attività c'è un programma che consente di monitorare in modo periodico la conformità normativa, con particolare attenzione agli ambiti lavorativi, previdenziali e di sicurezza.

Il processo è basato poi su audit che prevedono criteri di valutazione uniformi e applicabili a livello di Gruppo, così da garantire il rispetto degli standard minimi. L'attività di verifica include controlli documentali e, ove opportuno, sopralluoghi, per accertare l'effettiva applicazione delle disposizioni di legge e delle policy aziendali. Un focus specifico è dedicato alle condizioni di impiego e alla tutela dei lavoratori occupati dai fornitori, anche nell'interesse dei dipendenti delle imprese appaltatrici e subappaltatrici.

Gli esiti degli audit alimentano piani di miglioramento con azioni correttive e tempistiche definite, monitorate nel tempo. La Società prevede meccanismi di escalation e rimedi contrattuali in caso di scostamenti significativi o reiterati rispetto ai requisiti di compliance.



**LE NOSTRE
PERSONE**

Aree d'impegno

Promuoviamo la tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro.

Favoriamo la crescita professionale, l'inclusione e la valorizzazione delle diversità.

Sosteniamo iniziative a supporto del benessere delle persone e dell'equilibrio tra vita privata e professionale.

Temi materiali



Salute e sicurezza dei lavoratori



Diversità & inclusione, crescita professionale e benessere dei dipendenti



Diritti umani dei lavoratori

Valori cooperativi



AUTO-AIUTO



UGUAGLIANZA



EQUITÀ

SDGs



Le persone che lavorano nel Gruppo sono un patrimonio di competenze, professionalità consolidate e capacità operative che definiscono il saper fare di GranTerre e ne alimentano l'evoluzione. Sono quindi un elemento strategico e un fattore distintivo alla base della qualità dei prodotti, della solidità organizzativa e della continuità aziendale, a loro è dedicata massima attenzione per creare un luogo di lavoro caratterizzato da stabilità, sicurezza e tutela.

La tutela della sicurezza sul lavoro costituisce un valore cardine e un principio che orienta processi, comportamenti e responsabilità diffuse, contribuendo alla costruzione di contesti produttivi attenti, consapevoli e orientati alla prevenzione e alla cultura della sicurezza sul lavoro.

La formazione continua sostiene la crescita professionale e l'aggiornamento delle competenze, garantendo alle persone strumenti adeguati ad affrontare le trasformazioni del settore e per valorizzare i propri talenti.

Il benessere delle persone e la qualità dell'ambiente di lavoro rappresentano elementi centrali nella gestione del capitale umano, insieme alla promozione della diversità e dell'inclusione, considerate componenti essenziali per favorire relazioni positive, collaborazione e pluralità di prospettive.

Con l'aggiornamento del Piano di Sostenibilità 2025-2027, GranTerre ha inserito tra i progetti strategici le iniziative volte a promuovere una cultura della sicurezza sempre più radicata, con l'obiettivo di ridurre infortuni e incidenti sul lavoro. Il Gruppo conferma inoltre il proprio impegno nel potenziamento dei percorsi di formazione e sviluppo delle persone. A supporto di tali obiettivi e delle progettualità future, sono state formalizzate nel 2025 policy dedicate alla parità di genere, alla valorizzazione della diversità e dell'inclusione, nonché alla tutela dei diritti umani.

3.1 LE NOSTRE PERSONE¹

GranTerre e le Società del Gruppo si impegnano a promuovere un ambiente aziendale fondato su una cultura organizzativa che valorizza diversità, equità, inclusione, crescita professionale e sicurezza sul lavoro. L'azienda è consapevole che un contesto positivo e sicuro, in cui ciascuno possa esprimere al meglio i propri talenti e sentirsi motivato a migliorarsi continuamente, rappresenta un elemento essenziale per il successo a lungo termine e per il benessere dei dipendenti. GranTerre si impegna inoltre a garantire a tutti i propri collaboratori, interni ed esterni, condizioni di lavoro che rispettino i diritti umani fondamentali, le Convenzioni internazionali e la normativa vigente.

LE PERSONE DEL GRUPPO GRANTERRE IN NUMERI (2025)

2.981
PERSONE*



2.265 dipendenti
704 lavoratori somministrati
9 collaboratori

57,5%
uomini



+3%
donne rispetto
al 2024



22%
di origine
straniera



**TRA I NUOVI
ASSUNTI**

39,6%
donne



28,8%
under 30



* In data 31.12.2025 risultano attivi anche 3 tirocini.

3.1.1 L'OCCUPAZIONE GENERATA

Nel 2025 il Gruppo GranTerre ha proseguito il suo percorso di crescita anche rafforzando la propria struttura organizzativa. Al 31 dicembre i dipendenti del Gruppo hanno raggiunto quota 2.265, di cui 2.240 impiegati nelle società italiane. Si tratta di un incremento complessivo dell'1,5% rispetto al 2024, anno in cui il personale contava 2.231 unità.

Accanto al personale dipendente, nel corso del 2025 hanno collaborato con le società italiane del Gruppo anche 9 lavoratori autonomi e 704 lavoratori somministrati, principalmente impegnati nelle attività produttive. Il ricorso alla somministrazione, cresciuto rispetto all'anno precedente, riflette la dinamicità dei volumi produttivi e la necessità di garantire continuità operativa nei periodi di maggiore intensità. Alla stessa data risultavano attivi 3 percorsi di tirocinio.

La quasi totalità delle persone di GranTerre - il 98,9 % - opera nei siti produttivi e nella base logistica distribuiti sul territorio italiano, a conferma del forte radicamento industriale del Gruppo. Il perimetro internazionale comprende invece 21 dipendenti impiegati in Austria, Francia e Germania, presso le società estere controllate.

La composizione della forza lavoro riflette le caratteristiche del settore agroalimentare in cui il Gruppo è attivo: la presenza femminile si attesta al 42,5%, in leggero aumento rispetto al 2024 (41,9%). L'elevata stabilità occupazionale rappresenta uno dei tratti distintivi del modello GranTerre: il 98,5% delle persone è infatti assunto con contratto a tempo indeterminato, una percentuale in linea rispetto all'anno precedente (98,7%) e indicativa dell'impegno a generare occupazione solida e di lungo periodo.

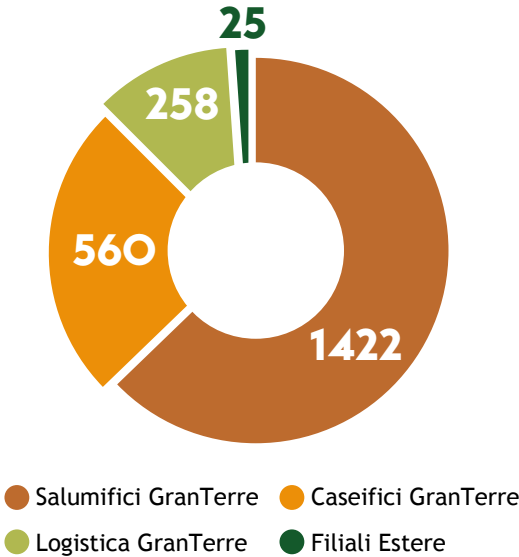
Per favorire l'equilibrio tra vita professionale e personale, il Gruppo mette a disposizione diverse modalità di flessibilità. Nel 2025 i dipendenti con contratto parttime sono stati il 3,7% del totale, in leggera diminuzione rispetto al 2024 (4,2%). Hanno usufruito di questa formula 84 persone, in larga parte donne (73).

Le assunzioni sono state 222, in diminuzione rispetto all'anno precedente, su cui aveva influito il processo di internalizzazione dei lavoratori della base logistica. Tra i nuovi assunti si evidenzia un'importante presenza femminile (il 39,6%

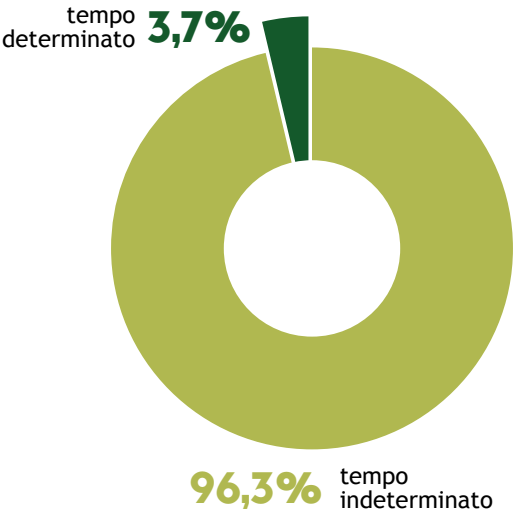
¹ Tutti i contenuti del presente capitolo sono riferiti al perimetro del Gruppo ad esclusione delle nuove entità entrate nel corso del 2025 e di eventuali altre esclusioni dettagliate in nota metodologica.

dei nuovi assunti è donna) e di giovani (il 28,8% ha meno di 30 anni). Con riferimento alle cessazioni dei rapporti di lavoro, i dati 2025 - in linea con l'anno precedente- mostrano che la maggior parte del personale in uscita ha età superiore ai 50 anni (49,5% sul numero totale dei dipendenti usciti), il 36,2% rientra nella fascia d'età tra i 30 e i 50, mentre il 14,4 % 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.

DIPENDENTI PER BUSINESS UNIT, 2025



DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO, 2025



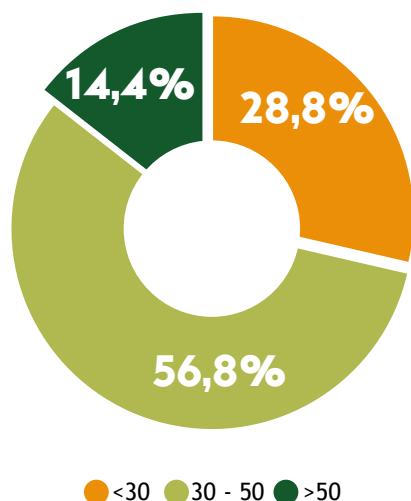
ASSUNZIONI PER AREA GEOGRAFICA E GENERE

	2023		2024		2025	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Italia	179	139	280	191	133	85
Austria	0	0	0	0	0	0
Francia	0	0	0	0	0	1
Germania	3	1	1	3	1	2
Totale	182	140	281	194	134	88

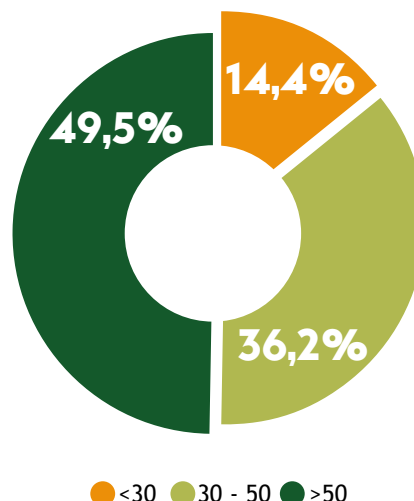
CESSAZIONI PER AREA GEOGRAFICA E GENERE

	2023		2024		2025	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Italia	111	47	139	78	125	60
Austria	0	0	0	0	0	0
Francia	1	0	0	0	0	0
Germania	1	2	3	1	2	1
Totale	113	49	142	79	127	61

ASSUNZIONI PER FASCIA D'ETÀ, 2025



CESSAZIONI PER FASCIA D'ETÀ, 2025

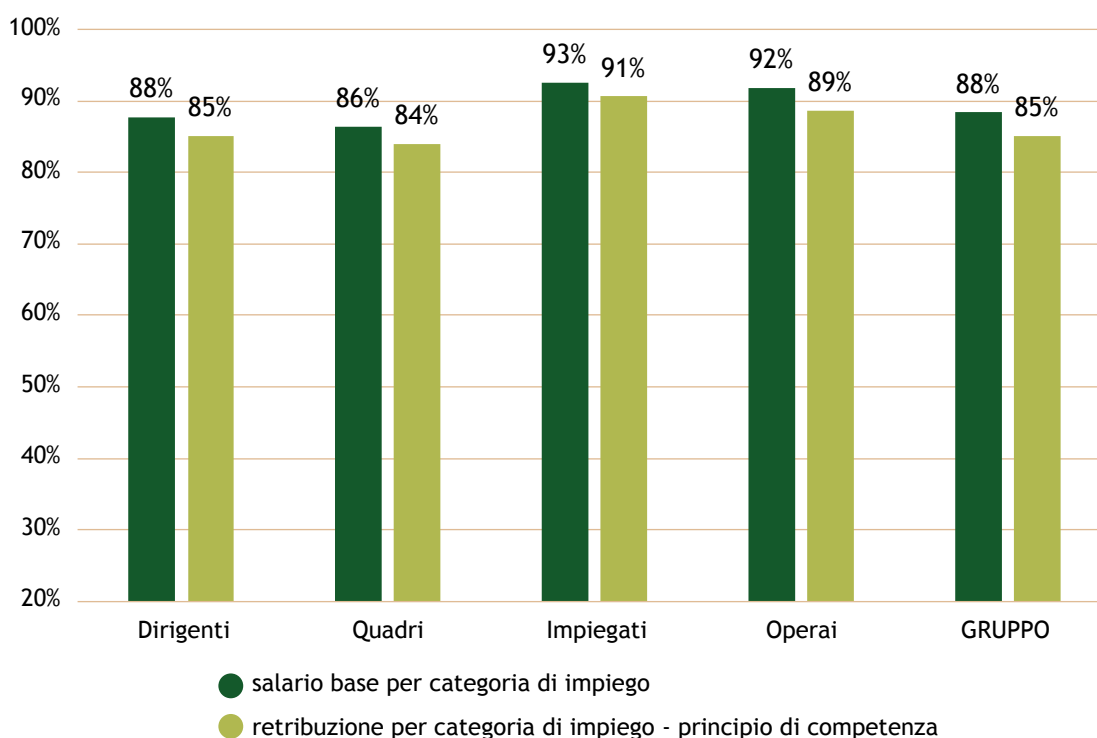


Il sistema di remunerazione prevede meccanismi in grado di valorizzare il merito, le competenze e i risultati individuali. Per il calcolo del rapporto tra la remunerazione annua totale più elevata nel Gruppo e il salario mediano dei dipendenti, sono state considerate tutte le componenti retributive - sia fisse sia variabili - erogate nel corso dell'anno di riferimento. Nel 2025 tale rapporto è pari a 10, come l'anno precedente².

I criteri di rewarding si basano esclusivamente su performance individuale, merito e competenze professionali. Parità di condizioni, non discriminazione, meritocrazia e trasparenza rappresentano i principi cardine del sistema di gestione e remunerazione delle persone.

Nel 2025, il rapporto tra lo stipendio base e la retribuzione complessiva delle donne rispetto agli uomini, per ciascuna categoria professionale del Gruppo e secondo il principio della competenza, risulta rispettivamente pari all'88% e all'85% (nel 2024: 85% e 82%)³.

RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI, 2025



² Il rapporto fra l'aumento percentuale tra il 2025 e il 2024 della remunerazione totale annua più elevata all'interno dell'organizzazione rispetto all'aumento percentuale tra il 2025 e il 2024 della retribuzione mediana di tutti gli altri dipendenti risulta essere pari a -1,05 (3,71 nel 2024).

³ L'analisi tiene in considerazione la retribuzione globale di competenza dell'anno oggetto di analisi. In appendice il dettaglio dell'analisi.

Trasformare una sfida in un'opportunità: progetto di talent attraction per lo stabilimento di San Candido (BZ)

Nel 2025 è stato sviluppato un progetto strutturato di talent attraction a supporto dello Stabilimento di San Candido (BZ), con l'obiettivo di rispondere in modo efficace alle esigenze occupazionali di un territorio caratterizzato da elevata specializzazione e limitata disponibilità di risorse. L'iniziativa si è basata su un'attenta analisi del mercato del lavoro, su processi di selezione mirata e su una comunicazione coerente e trasparente, capace di valorizzare i principi, i valori e la solidità del Gruppo GranTerre. Un ruolo determinante è stato svolto dalla collaborazione con una agenzia del lavoro specializzata, partner che ha contribuito a intercettare profili professionali qualificati anche al di fuori del bacino territoriale locale. Il progetto ha trovato un primo importante momento di realizzazione il 9 settembre 2025, con l'avvio del percorso di formazione iniziale presso la sede centrale di Modena, che ha accolto le nuove risorse selezionate e segnato l'inizio del loro percorso professionale all'interno del Gruppo. Questa iniziativa conferma l'impegno di GranTerre nel promuovere politiche di sviluppo del capitale umano, investendo in formazione, employer branding e attrattività aziendale come leve fondamentali per garantire continuità operativa, innovazione e crescita nel lungo periodo.

3.1.2 I CONTRATTI E LE RELAZIONI SINDACALI

Il sistema di relazioni industriali del Gruppo si fonda su un equilibrio tra contratti collettivi nazionali e diversi accordi territoriali di secondo livello, sviluppati in collaborazione con le organizzazioni sindacali dei territori. Questo modello consente una gestione positiva e costruttiva delle relazioni di lavoro, favorendo al tempo stesso la valorizzazione delle persone e il riconoscimento delle specificità dei diversi stabilimenti.

Tutti i dipendenti delle società italiane del Gruppo sono coperti da accordi di contrattazione collettiva: si applicano il CCNL dell'Industria Alimentare e il CCNL Dirigenti Cooperativi per Salumifici e Caseifici GranTerre, e il CCNL Logistica, Trasporto Merci e Spedizione per Logistica GranTerre. Per le società estere, trovavano applicazione la *Convention Collective Industries de Charcuterie* per Granterre France e il *Kollektivvertrag für Angestellte und Lehrlinge in Handelsbetrieben* per GSI Services. In Granterre Deutschland, invece, sono in vigore contratti individuali stipulati tra l'azienda e ciascun dipendente, ai sensi dei paragrafi 611 e seguenti del BGB (Codice civile tedesco).

Considerata la diversa composizione dell'organico e le specificità dei territori in cui operano gli stabilimenti, il Gruppo gestisce attualmente 8 contratti integrativi per le società italiane. L'obiettivo, nel medio periodo, è armonizzarli e allinearli il più possibile, in continuità con il percorso di unificazione avviato con il progetto GranTerre⁴.

Nel 2023 sono stati rinnovati per il triennio 2023-2025 due contratti integrativi di particolare rilievo, che coinvolgono una parte significativa della popolazione aziendale: il contratto integrativo relativo agli stabilimenti di Modena, Reggio Emilia, Amiata e Bologna Interporto per Salumifici GranTerre; il contratto integrativo di Caseifici GranTerre, relativo agli stabilimenti emiliani di Modena e Montecavolo. Nel 2025 è stato sottoscritto il contratto integrativo per lo stabilimento Caseifici GranTerre di Sommacampagna ed è stato avviato il percorso per il rinnovo degli integrativi prossimi alla scadenza.

Il Gruppo promuove un dialogo costante con le principali organizzazioni sindacali, con l'obiettivo di ascoltare e recepire proposte utili al miglioramento delle condizioni dei propri dipendenti. Al 31 dicembre 2025 risultava iscritto ad un sindacato il 47% della forza lavoro e, nel corso dell'anno, sono state registrate 10.336 ore di assemblee e permessi sindacali.

⁴ Per gli stabilimenti di Reggello, Chiusa, San Candido, Modena Salumifici e Caseifici, Bagnore, Reggio Emilia e Montecavolo, Sommacampagna e Bologna Interporto sono in essere contratti integrativi stipulati con le organizzazioni sindacali di riferimento dei territori. Per Noceto, Langhirano e Sala Baganza il riferimento è il Contratto collettivo provinciale di lavoro delle conserve animali siglato tra le aziende del settore operanti sul territorio e le organizzazioni sindacali di riferimento dei territori. Per i restanti stabilimenti, in assenza di contrattazione di secondo livello, il riferimento sono i contratti collettivi nazionali (CCNL) dell'Industria alimentare e CCNL Dirigenti cooperativi.

Gli integrativi GranTerre: un patto per welfare, diritti e qualità del lavoro

Sebbene i diversi integrativi presenti nelle società del Gruppo rispecchino specificità territoriali e produttive, l'offerta complessiva di iniziative a supporto dei dipendenti è ampia e articolata. Per favorire un migliore equilibrio tra vita privata e lavoro, l'azienda prevede la possibilità di utilizzare lo smart working o il parttime, applicati secondo criteri che garantiscono il benessere delle persone senza compromettere la continuità operativa. Tutti i lavoratori possono accedere ai fondi previdenziali integrativi (come il Fondo Alifond) e alle assicurazioni sanitarie (come il fondo FASA previsto dal CCNL Industria Alimentare o Sanilog per il CCNL Logistica, Trasporto Merci e Spedizione). Alcuni accordi prevedono inoltre integrazioni economiche per i neogenitori durante il primo mese di congedo o contributi per le rette scolastiche.

In molti integrativi GranTerre è previsto credito welfare, erogato tramite buoni o attraverso la possibilità di convertire parte del premio aziendale, beneficiando in alcuni casi di un'integrazione aggiuntiva del 10% da parte dell'azienda. Per agevolare ulteriormente i dipendenti, nei principali stabilimenti è attivo il servizio mensa e, per gli stabilimenti dove sono maggiori le criticità nel raggiungere la sede di lavoro (principalmente per assenza di mezzi pubblici), sono previsti dei riconoscimenti ai dipendenti nell'ambito di accordi territoriali con le istituzioni o aziendali.

Di seguito viene presentato un approfondimento sui due integrativi che coinvolgono una quota significativa della popolazione aziendale: il contratto di Salumifici GranTerre che riguarda gli stabilimenti di Modena, Reggio Emilia, Amiata e Bologna Interporto e il contratto integrativo di Caseifici GranTerre per gli stabilimenti emiliani di Modena e Montecavolo. I due integrativi siglati nel 2023 presentano numerosi elementi comuni, in particolare per quanto riguarda i benefici economici, la tutela dei diritti individuali e le misure a supporto della conciliazione vitalavoro e del benessere organizzativo.

In entrambi gli integrativi 2023-2025 di Caseifici GranTerre e Salumifici GranTerre viene potenziato il sistema di welfare e sostegno ai lavoratori: il Premio di risultato prevede un'integrazione del 10% per chi converte dal 20% al 40% in welfare sociale, viene confermato un credito welfare complessivo di 600 euro nel triennio, il contributo aziendale al fondo di previdenza complementare Alifond cresce fino all'1,60% (+0,1% rispetto a quanto prevede il CCNL Industria Alimentare) e vengono introdotte misure di conciliazione vita-lavoro come il part time verticale ciclico sperimentale e il lavoro agile fino a sei giorni al mese. Per tutti i lavoratori sono garantite quattro ore annue retribuite per visite mediche o esami specialistici, quattro giorni di permesso retribuito in caso di decesso del convivente e l'attivazione di una banca ore solidale, con integrazione aziendale del 10% sulle ore donate dai colleghi. Accanto a queste misure comuni, il contratto integrativo di Caseifici GranTerre prevede un incremento del Premio di risultato da 5.800 a 7.200 euro, aumenti delle maggiorazioni e indennità legate a disagio, notturno, straordinari, lavoro festivo, ore di flessibilità e l'introduzione dell'indennità di vestizione, oltre all'istituzione di uno sportello antimolestie gestito da un ente indipendente. Salumifici GranTerre, invece, porta il Premio di risultato da 7.800 a 8.700 euro e conferma il consolidamento biennale del 7% del premio in premio di produzione, prevede un aumento del 9% complessivo delle indennità collegate alle condizioni di lavoro, introduce un mansionario aziendale a supporto dei percorsi professionali e stabiliscono un compenso mensile di 700 euro per i tirocinanti, con accesso alla mensa aziendale.

3.2 DIVERSITÀ, CRESCITA PROFESSIONALE E BENESSERE DEI DIPENDENTI

La valorizzazione delle persone è un pilastro fondamentale della strategia di sviluppo e sostenibilità di GranTerre. Per il Gruppo, l'aggiornamento delle competenze rappresenta un motore fondamentale di innovazione e crescita e, per questo, vengono continuamente sviluppati percorsi di formazione e sviluppo professionale. Allo stesso tempo, viene posta grande attenzione al benessere delle persone, favorendo un ambiente positivo in cui siano garantite tutela della diversità, pari opportunità e una cultura orientata al benessere complessivo.

3.2.1 LA TUTELA DELLE DIVERSITÀ, DELLE PARI OPPORTUNITÀ E DEL BENESSERE SUL LAVORO

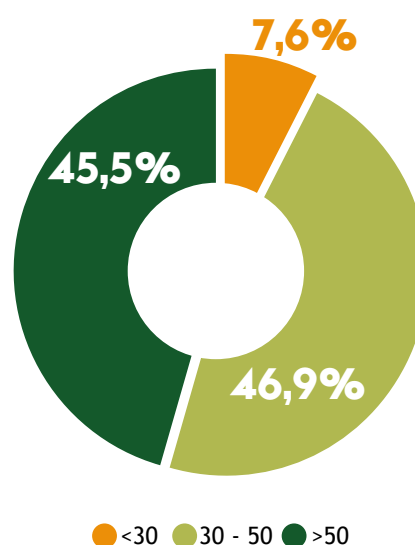
GranTerre riconosce la centralità delle persone e considera la tutela delle diversità, delle pari opportunità e del benessere sul lavoro un elemento imprescindibile del proprio percorso di sostenibilità. L'azienda promuove un ambiente inclusivo, capace di valorizzare le differenze culturali, generazionali, di genere e di competenze, consapevole che la pluralità di prospettive rappresenta un motore fondamentale di innovazione e crescita responsabile.

GranTerre si impegna a garantire condizioni eque e trasparenti per tutte le persone che lavorano nel Gruppo, promuovendo pari opportunità di accesso, sviluppo e riconoscimento professionale. L'azienda agisce per prevenire ogni forma di discriminazione e per alimentare una cultura organizzativa basata sul rispetto, sull'ascolto e sulla collaborazione.

DIPENDENTI PER QUALIFICA E GENERE, % 2025

	2025		
	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	17,6%	82,4%	1,5%
Quadri	25,6%	74,4%	4,0%
Impiegati	59,2%	40,8%	18,1%
Operai	39,9%	60,1%	76,5%
Totale	42,5%	57,5%	100,0%

DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ, % 2025



Tra gli occupati si conferma una presenza maschile prevalente, pur registrando nel 2025 una lieve crescita della componente femminile, che raggiunge il 42,5 % della popolazione aziendale rispetto al 41,9% del 2024. La forza lavoro presenta una distribuzione anagrafica equilibrata: il 7,6% dei dipendenti ha meno di 30 anni, mentre il resto si divide quasi equamente tra chi ha tra i 30 e i 50 anni (46,9%) e chi supera i 50 anni (45,5%). Questa composizione mette in luce il valore del "saper fare" che da sempre caratterizza l'azienda: un insieme di competenze tecniche, conoscenze artigianali e saperi tradizionali che rappresentano la base della qualità dei prodotti GranTerre. Questo patrimonio viene trasmesso in modo spontaneo dai professionisti più esperti alle nuove generazioni, affiancato da percorsi formativi dedicati. L'intento è accogliere ogni nuovo ingresso, accompagnandolo nella scoperta dell'ambiente aziendale e sostenendone l'evoluzione personale e professionale attraverso programmi costruiti sui reali bisogni, promuovendo partecipazione e collaborazione tra le diverse funzioni.

Il Gruppo si distingue anche per un'elevata diversità culturale: nel 2025 i lavoratori stranieri rappresentano il 22% del totale, in leggero aumento rispetto al 21% dell'anno precedente. Albania, Romania, Ucraina, Pakistan, Moldavia, Ghana sono tra le principali nazionalità presenti. Nello stesso anno, 81 persone appartenenti alle categorie protette hanno avuto un rapporto lavorativo con le società italiane del Gruppo, supportate da convenzioni attive con le agenzie regionali competenti per l'ottemperanza agli obblighi occupazionali.

Nel triennio di riferimento non sono stati rilevati casi di discriminazione, a conferma di un ambiente di lavoro inclusivo, orientato alla valorizzazione delle persone e delle loro specificità.

Dialogo e coinvolgimento: tanti progetti per la casa comune GranTerre

GranTerre promuove nel corso dell'anno molteplici momenti di dialogo e confronto tra la Direzione e le persone del Gruppo, con l'obiettivo di condividere risultati, priorità strategiche e valorizzare il contributo di ciascuno al successo dell'impresa. Tra le principali iniziative rientrano gli incontri annuali rivolti ai dirigenti e ai responsabili aziendali, pensati come spazi strutturati di ascolto e confronto. Queste occasioni favoriscono il coordinamento tra funzioni e territori diversi e contribuiscono a rafforzare il senso di appartenenza a un'unica realtà di Gruppo. Accanto agli appuntamenti istituzionali, si mantengono nel tempo le iniziative fortemente legate alla storia e alle tradizioni locali: ad esempio, negli stabilimenti di San Candido, Chiusa e Putzen, in continuità con la cultura aziendale di Senfter, vengono celebrati ogni anno i dipendenti che raggiungono importanti traguardi di anzianità lavorativa o che concludono il proprio percorso professionale con il pensionamento.

Un ruolo crescente nel rafforzamento delle relazioni interne è svolto anche da GranTerre Senza Frontiere, il contest aziendale avviato nel 2022, che si è progressivamente consolidato come momento di aggregazione e scambio tra persone provenienti da stabilimenti e territori differenti. Dal 2024 il Gruppo ha inoltre avviato Noi GranTerre, la nuova piattaforma digitale di comunicazione interna, attiva da febbraio 2025. Lo strumento consente di raggiungere in modo rapido e uniforme i dipendenti di tutti gli stabilimenti, garantendo l'accesso a informazioni e contenuti utili. Allo stesso tempo, rappresenta uno spazio dedicato alla valorizzazione delle persone, attraverso il racconto di esperienze, competenze e progetti che caratterizzano la vita del Gruppo.

I brindisi natalizi negli stabilimenti

In occasione delle festività natalizie, l'Alta Direzione incontra i dipendenti direttamente negli stabilimenti, creando un momento di prosimità, dialogo e condivisione. Dal 2024 questi incontri sono stati ulteriormente valorizzati, estendendo la partecipazione a tutta la popolazione aziendale degli stabilimenti e affiancando al momento conviviale un aggiornamento sulle direttrici strategiche del Gruppo, con particolare attenzione ai temi della sostenibilità.



GranTerre
SENZA FRONTIERE

GranTerre Senza Frontiere: connessioni e identità di Gruppo

GranTerre Senza Frontiere nasce con l'obiettivo di favorire la conoscenza reciproca tra le persone del Gruppo, superando le distanze geografiche e organizzative. Il contest coinvolge squadre trasversali provenienti da tutti gli stabilimenti e combina attività online e momenti in presenza, in un contesto informale e partecipativo. L'iniziativa contribuisce a rafforzare il senso di appartenenza e a stimolare lo scambio di esperienze e buone pratiche, offrendo anche l'opportunità di visitare realtà produttive diverse dalla propria.



GUARDA IL VIDEO



LA POLITICA GRANTERRE PER LA PARITÀ DI GENERE E LA TUTELA DELLE DIVERSITÀ, PER L'EQUITÀ E L'INCLUSIONE

La Politica aziendale per la parità di genere e la tutela delle diversità, per l'equità e l'inclusione rappresenta per GranTerre uno dei pilastri della propria strategia di sostenibilità e della cultura aziendale. La Politica - formalizzata nel 2025 - definisce in modo chiaro i principi, gli impegni e le azioni che l'azienda adotta per garantire un ambiente di lavoro equo, inclusivo e rispettoso delle diversità. La Politica si fonda sull'idea che la valorizzazione delle differenze - di genere, culturali, anagrafiche e personali - costituisca un fattore determinante per la crescita dell'organizzazione e per la creazione di valore condiviso. GranTerre riconosce che la promozione dell'equità e dell'inclusione non rappresenta soltanto un dovere etico, ma anche una leva strategica: ambienti inclusivi favoriscono il benessere delle persone, stimolano l'innovazione e rafforzano la capacità competitiva nel lungo periodo.

Attraverso questa Politica, l'azienda si impegna a prevenire ogni forma di discriminazione, a garantire pari opportunità in tutte le fasi del ciclo di vita professionale e a promuovere condizioni organizzative che supportino la piena partecipazione di tutte le persone. Particolare attenzione è dedicata alla riduzione dei divari di genere, alla valorizzazione delle competenze femminili e alla tutela della genitorialità e dell'equilibrio vita-lavoro.

La Politica definisce inoltre responsabilità precise e un sistema strutturato di monitoraggio, volto a verificare nel tempo l'efficacia delle azioni intraprese. Tale approccio consente all'azienda di misurare i progressi, individuare aree di miglioramento e sviluppare un percorso continuo verso una maggiore equità organizzativa.

Nel complesso, il documento si configura come uno strumento centrale per integrare i principi di inclusione e parità di genere all'interno della governance, dei processi HR e della cultura aziendale.

SCOPRI LA POLITICA



**POLITICA AZIENDALE
PER LA PARITÀ DI GENERE
E LA TUTELA DELLE DIVERSITÀ,
PER L'EQUITÀ E L'INCLUSIONE**

LA POLITICA AZIENDALE PER LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

GranTerre e le società del Gruppo considerano il rispetto dei diritti umani e dei diritti del lavoro un elemento imprescindibile del proprio modello di impresa: la Politica aziendale per la tutela dei diritti umani traduce in impegni concreti i valori etici e sociali che guidano quotidianamente le scelte del Gruppo.

La Politica si fonda sul principio del pieno rispetto della persona, intesa nella sua integrità fisica, morale e professionale. GranTerre promuove e valorizza le capacità, le competenze, l'impegno e la creatività delle persone, tutelando il lavoro e garantendo condizioni occupazionali e ambienti di lavoro sicuri, salubri e protetti. La tutela di salute e sicurezza, la dignità del lavoro e la promozione del benessere dei dipendenti sono considerate leve fondamentali per la creazione di valore sostenibile nel lungo periodo.

In coerenza con quanto previsto dal Codice Etico, la Politica afferma il rifiuto di ogni forma di discriminazione, molestia o abuso, e vieta esplicitamente il lavoro forzato e il lavoro minorile. GranTerre riconosce e tutela i diritti fondamentali dei lavoratori, inclusa la libertà di associazione e la contrattazione collettiva, promuovendo relazioni industriali improntate al dialogo, al rispetto reciproco e alla legalità.

La Politica richiama inoltre l'impegno del Gruppo ad operare secondo un sistema di valori basato su trasparenza, correttezza e responsabilità sociale, garantendo il rispetto delle normative vigenti e delle migliori pratiche internazionali. Sebbene il Gruppo operi prevalentemente in Italia, GranTerre si impegna a rispettare e diffondere attivamente i principali standard internazionali in materia di diritti umani, tra cui la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, le Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), le Convenzioni delle Nazioni Unite a tutela delle donne, dei minori, delle persone con disabilità e contro ogni forma di discriminazione, nonché i principi dell'Agenda 2030 e dei 17 Sustainable Development Goals.

L'ambito di applicazione della Politica comprende tutte le attività di GranTerre e delle società del Gruppo, estendendo i propri principi lungo l'intera catena del valore. In linea con il proprio Codice Etico, il Gruppo promuove il rispetto dei diritti umani anche da parte di fornitori, partner commerciali e stakeholder, incoraggiando comportamenti responsabili e richiedendo standard di condotta coerenti con i valori aziendali.

Attraverso questa Politica, GranTerre rafforza il proprio impegno a integrare i diritti umani nelle strategie ESG, nella governance e nei processi operativi, contribuendo allo sviluppo di un modello industriale sostenibile, inclusivo e rispettoso delle persone e delle comunità.

SCOPRI LA POLITICA



**POLITICA AZIENDALE
PER LA TUTELA
DEI DIRITTI UMANI**

GLI SPORTELLI ANTI-MOLESTIE

Gli sportelli antimolestie di GranTerre rappresentano un presidio fondamentale per promuovere un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e inclusivo, e sono oggi parte strutturale dell'impegno aziendale nella tutela delle persone. Dal 2022, anno di apertura del primo sportello presso lo stabilimento di Modena di Salumifici GranTerre, l'azienda ha avviato un percorso di potenziamento delle procedure di prevenzione e gestione delle molestie, arrivando a quattro sportelli attivi: Reggio Emilia nel 2023, Reggello e lo stabilimento di Modena di Caseifici GranTerre nel 2024. Tutti saranno rinnovati nel 2026. Il modello adottato si fonda sulla collaborazione con le organizzazioni sindacali e su partnership con associazioni del territorio specializzate nel sostegno legale e psicologico a donne e famiglie: Gruppo Donne e Giustizia per Modena, Non da Sola per Reggio Emilia, Sportello Vanessa - Croce Azzurra Pontassieve per Reggello. Gli sportelli offrono un canale di contatto dedicato, gestito direttamente dalle associazioni per garantire totale anonimato, riservatezza e semplicità di accesso (telefono, e-mail o incontro fisico). Grazie alle competenze specialistiche coinvolte, è possibile segnalare non solo molestie sessuali, ma anche situazioni di disagio lavorativo o familiare, mobbing, straining, oltre ad affrontare temi legati alla genitorialità consapevole. Un sistema strutturato che sostiene concretamente lavoratrici e lavoratori, valorizzando il benessere e la dignità di ciascuno.



Per voi
il nostro fiore
più prezioso

8 marzo



Quest'anno abbiamo fatto della solidarietà
il nostro fiore più prezioso devolvendo la quota destinata
all'acquisto di mimose all'associazione D.i.Re,
che da 30 anni combatte la violenza maschile sulle donne.
Un gesto dedicato a tutte voi che ogni giorno fate la differenza.



D.i.Re
Donne in Rete contro la violenza

L'Associazione D.i.Re - Donne in Rete contro la violenza è una rete di 88 organizzazioni che da 30 anni combatte contro la violenza maschile sulle donne, offrendo supporto attraverso Centri antiviolenza e Case rifugio. Ogni anno, ascolta e supporta migliaia di donne, contribuendo a una cultura di rispetto e uguaglianza. Inquadra il QR CODE per trovare il centro più vicino.



GRANTERRE SOSTIENE

I CENTRI ANTIVIOLENZA CON D.i.Re

Anche nel 2025, in occasione dell'8 marzo, Giornata internazionale della donna, GranTerre ha deciso di sostenere L'associazione D.i.Re - Donne in Rete contro la violenza devolvendo la quota destinata all'acquisto di mimose. L'Associazione D.i.Re è una rete di 89 organizzazioni che da 30 anni combatte contro la violenza maschile sulle donne, offrendo supporto attraverso Centri antiviolenza e Case rifugio. Ogni anno, ascolta e supporta migliaia di donne, contribuendo a una cultura di rispetto e uguaglianza.

3.2.2 LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO PROFESSIONALE

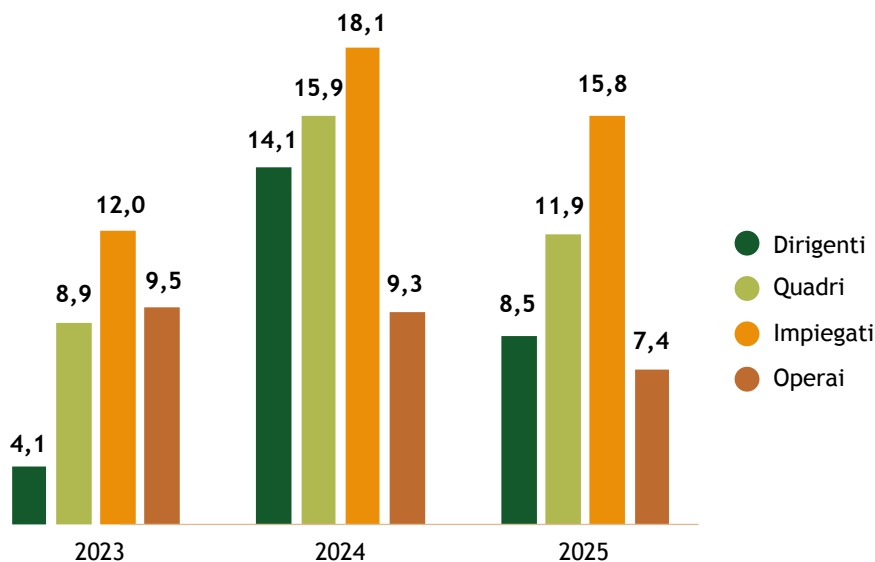
La formazione rappresenta un pilastro strategico per lo sviluppo sostenibile di GranTerre, poiché valorizza il sapere, il saper fare e le competenze distintive che da sempre caratterizzano le nostre eccellenze. Investire nella crescita professionale significa rafforzare la qualità dei processi, preservare la tradizione che contraddistingue GranTerre e, allo stesso tempo, stimolare l'innovazione necessaria per affrontare le sfide future. In questo modo, la formazione diventa un elemento essenziale di benessere organizzativo, permettendo a ciascuna persona di crescere, esprimere il proprio potenziale e contribuire con competenza alla vita dell'azienda.

L'impegno nello sviluppo delle competenze si concretizza in piani strutturati che Salumifici, Caseifici e Logistica GranTerre stanno portando avanti e continueranno a sviluppare nei prossimi anni. Queste iniziative pongono al centro il riconoscimento del merito e il rafforzamento delle professionalità interne, favorendo una sempre maggiore integrazione tra le diverse unità aziendali. L'obiettivo è ampliare la conoscenza dell'organizzazione e stimolare una collaborazione efficace tra funzioni che, pur condividendo traguardi comuni, si caratterizzano per identità e percorsi differenti.

Nel 2025 sono state erogate complessivamente 20.259 ore di formazione ai dipendenti (4.566 ore in Caseifici GranTerre, 13.944 ore in Salumifici GranTerre e 1.748 ore in Logistica GranTerre). Il dato risulta in diminuzione rispetto all'anno precedente (-18%), una riduzione attesa poiché il 2024 aveva registrato un incremento straordinario dovuto alle attività formative legate al progetto di cambio ERP. Le ore erogate nel 2025 risultano comunque pienamente in linea con l'obiettivo aziendale di consolidare la formazione sulla baseline 2023. Sul totale della formazione erogata, il 59% riguarda attività obbligatorie, professionalizzanti o legate alla salute e sicurezza, mentre il restante 41% è dedicato alla formazione tecnico-professionale a supporto dei dipendenti per il miglioramento delle competenze e delle abilità necessarie per l'esercizio della professione.

Nel 2025 la media delle ore di formazione pro-capite è passata da 11,1 dell'anno precedente a 9 ore, sostanzialmente in linea con il dato 2023 (9,8 ore). In particolare, la categoria professionale maggiormente coinvolta nelle attività formative è stata quella degli impiegati (15,8 ore medie), seguita dai quadri (11,9 ore), dai dirigenti (8,5 ore) e dagli operai (7,4 ore).

ORE DI FORMAZIONE MEDIA PER CATEGORIA PROFESSIONALE



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 nuovo Piano Industriale 2025-2027, tra gli obiettivi di lungo periodo per le figure apicali.

Rafforzamento e sviluppo dell'Accademia GranTerre

Avviata nei primi mesi del 2023, l'Accademia GranTerre ha proseguito nel 2025 il proprio percorso di crescita attraverso la definizione di programmi formativi condivisi tra Salumifici, Caseifici e Logistica GranTerre, con l'obiettivo di diffondere competenze omogenee e favorire un allineamento sempre più strutturato tra le diverse realtà del Gruppo.

Nel corso dell'anno sono stati realizzati numerosi interventi di formazione tecnicoprofessionale. Tra questi, continuano a rappresentare attività centrali per il Gruppo l'addestramento on the job e i percorsi di induction dedicati ai nuovi ingressi, fondamentali per supportare l'integrazione e l'acquisizione delle competenze di base.

Anche nel 2025 la formazione si è svolta prevalentemente in presenza, privilegiando la dimensione d'aula come spazio di confronto e scambio. Questo approccio favorisce la condivisione di esperienze e buone pratiche operative, rafforza le relazioni tra colleghi e contribuisce alla costruzione di un'identità di Gruppo sempre più solida e condivisa.

Dal 2026 anche le nuove entities entrate nel perimetro del Gruppo saranno progressivamente coinvolte nei programmi formativi, favorendo un naturale dialogo tra competenze, culture operative ed esperienze professionali diverse. Il processo di integrazione formativa diventerà così ancora più intenso e strutturato, con l'obiettivo di costruire una cultura aziendale maggiormente coesa e trasversale, valorizzando al contempo le identità specifiche di ciascuna società.



SVILUPPO DELLE SOFT SKILLS

Competenze trasversali e crescita personale

Nel corso del 2025 è proseguito il percorso formativo dedicato al rafforzamento delle competenze trasversali (*soft skills*), con l'obiettivo di valorizzare capacità chiave quali, la gestione efficace del tempo, la comunicazione e l'ascolto attivo, la capacità di gestire situazioni relazionali complesse e il public speaking. L'iniziativa si inserisce in una visione più ampia di sviluppo della persona, intesa come leva strategica per il miglioramento continuo delle performance organizzative.

In particolare, il team Customer Export Caseifici Granterre ha preso parte ad un percorso focalizzato sulla gestione del tempo e sulla comunicazione, strutturato per fornire strumenti operativi e modelli comportamentali utili a pianificare le attività in modo più efficace, definire priorità coerenti con gli obiettivi aziendali e migliorare la qualità delle interazioni con interlocutori interni ed esterni.

È stato inoltre attivato - negli ultimi mesi del 2025 - un percorso dedicato alla comunicazione assertiva e alla leadership, rivolto ai Controllo Qualità di Plant, RSPP e ASPP finalizzato ad approfondire stili di leadership, responsabilità nel ruolo e capacità di guidare i team in contesti operativi complessi.

Un ulteriore intervento è stato dedicato alla “costruzione di relazioni professionali efficaci”, coinvolgendo i team R&S, Assicurazione Qualità e Marketing: percorso incentrato sul rafforzamento della collaborazione interfunzionale, sulla comprensione reciproca delle priorità e sulla gestione costruttiva delle divergenze, con l'obiettivo di favorire un clima di fiducia e una maggiore fluidità nei processi decisionali condivisi.

Sono stati inoltre organizzati corsi su public speaking, gestione del tempo e change management. Quest'ultimo - dedicato all'intera area Amministrazione, finanza e controllo - ha coinvolto 41 persone tra Caseifici e Salumifici GranTerre così da garantire coerenza di approccio e massima partecipazione. Lo stesso percorso ha visto la successiva messa in atto di lezioni di follow-up al fine di consolidare gli strumenti introdotti e accompagnarne l'applicazione concreta nelle attività quotidiane. L'intervento formativo si inserisce a supporto del percorso di migrazione al nuovo ERP, affiancando sia chi è già coinvolto nella transizione sia coloro che saranno interessati nelle fasi successive: il corso ha infatti avuto l'obiettivo di sostenere il team nell'affrontare il cambiamento con maggiore sicurezza, a gestire più facilmente le nuove modalità di lavoro e a tenere allineate le attività quotidiane con gli obiettivi del Gruppo.

PROGETTI DI SVILUPPO DI GRUPPO

Nel corso del 2025 sono proseguite le iniziative rivolte a supportare i dipendenti che ricoprono ruoli di responsabilità e coordinano team di diversa dimensione, con l'obiettivo di rafforzarne le capacità gestionali e organizzative. Parallelamente, sono stati attivati percorsi specifici dedicati ai più giovani, pensati per accompagnarne la crescita professionale e favorire un progressivo sviluppo di competenze e autonomia.

Sviluppo delle Competenze di Leadership e Team Management

Un gruppo di 14 manager appartenenti a diverse funzioni aziendali ha preso parte a un percorso formativo orientato al rafforzamento delle competenze nella gestione dei team. Il programma ha fornito strumenti concreti e immediatamente applicabili, approfondendo temi quali la delega come leva di responsabilizzazione e motivazione, il feedback come strumento di crescita e confronto costruttivo, oltre ai principali concetti di Change e People Management.

MIC - Management per le Imprese Cooperative

Il corso "Management per le Imprese Cooperative" (MIC) - organizzato da Quadir - è un percorso di formazione avanzata rivolto a figure apicali operanti nel contesto cooperativo. Il programma integra lezioni accademiche, seminari, workshop e laboratori, con il contributo di docenti provenienti da primarie università italiane, favorendo un approccio interdisciplinare fondato sul confronto tra realtà aziendali, sulla valorizzazione delle specificità cooperative e sulla condivisione di esperienze e buone. Il percorso, articolato su due anni accademici, ha visto il coinvolgimento di due persone per l'edizione 2024-2025 di una persona per l'edizione 2025-2026.

Train Your Talent: un progetto per i giovani talenti

Avviato nel 2024 e proseguito nel 2025, il progetto "Train Your Talent" è rivolto agli under 30 assunti a tempo indeterminato da meno di tre anni, con l'obiettivo di accompagnarne l'ingresso e la crescita all'interno dell'organizzazione. Il percorso, articolato in incontri in presenza, è finalizzato a rafforzare competenze di base e comportamenti coerenti con i valori aziendali, favorendo una maggiore efficacia nelle attività quotidiane e un più forte senso di appartenenza al Gruppo. Nel 2025 il progetto ha previsto 16 ore di formazione, in continuità con le ulteriori 16 ore realizzate nell'ultima parte del 2024, coinvolgendo circa 35 colleghi.

COMPETENZE TECNICHE

La formazione tecnico-professionale rappresenta una leva strategica per rafforzare le competenze interne, accrescere l'efficacia operativa e sostenere la qualità delle performance individuali e di team. Investire nello sviluppo specialistico significa non solo migliorare processi e risultati, ma anche offrire alle persone concrete opportunità di crescita, contribuendo a creare un contesto di lavoro stimolante e orientato al miglioramento continuo. In quest'ottica, nel corso dell'anno il 41% del totale delle ore di formazione è stato dedicato a percorsi tecnico-professionali, rivolti sia alle funzioni di struttura (area impiegatizia) sia alle aree produttive. Tra le iniziative di formazione troviamo corsi di excel, approfondimento del conto economico e lettura del bilancio, formazione specifica per DPO, Privacy Manager e Privacy Specialist e formazione sulle lingue straniere.

Anche per il 2025 sono inoltre proseguiti i percorsi di formazione professionale rivolti al rafforzamento delle competenze e delle conoscenze degli operatori di produzione. Sentirsi sicuri nelle attività svolte sulle macchine e comprendere a fondo le logiche che stanno alla base delle procedure operative contribuisce a ridurre lo stress psicofisico, aumentando al tempo stesso precisione ed efficacia. Questo approccio genera un impatto positivo non solo sulle performance, ma anche sul clima complessivo all'interno dei reparti produttivi.

A conferma dell'attenzione dedicata alle aree a più alto contenuto tecnico, anche la formazione in ambito Engineering continua a rappresentare una priorità nelle nostre scelte formative. Investire su queste competenze significa sostenere l'innovazione di processo, migliorare l'affidabilità degli impianti e rafforzare il know-how interno su attività ad elevata complessità. In quest'ottica, nel corso dell'anno sono stati realizzati specifici interventi formativi finalizzati a consolidare e aggiornare le competenze tecniche della funzione, in linea con l'evoluzione degli impianti, delle tecnologie e delle esigenze produttive. Oltre a corsi tecnici per Engineering e Manutenzione è stato realizzato un percorso formativo Lean articolato su due iniziative complementari: un primo percorso dedicato al team Lean Production con l'obiettivo di consolidare metodologie e strumenti a supporto del miglioramento continuo, attraverso un approccio fortemente pratico e applicato ai processi reali, includendo attività su VSM, SMED e workshop Kaizen sul campo; un secondo percorso rivolto a Capi Reparto e Responsabili di Manutenzione, finalizzato a fornire una formazione strutturata sui principi e strumenti Lean, valorizzando pratiche già in uso, uniformando linguaggi e modalità operative tra i reparti e rafforzando un approccio condiviso alla gestione e all'ottimizzazione dei processi.

Particolare attenzione è stata dedicata anche alla funzione R&S, per la quale l'aggiornamento continuo rappresenta un elemento imprescindibile. Operando in un contesto in costante evoluzione, sia dal punto di vista normativo sia sotto il profilo dell'innovazione di prodotto, il team è coinvolto regolarmente in percorsi formativi specialistici finalizzati a consolidare competenze tecniche e a presidiare con rigore i requisiti regolatori di riferimento. Nel corso dell'anno sono stati attivati corsi specifici legati all'evoluzione delle normative di settore, agli standard qualitativi e agli strumenti a supporto dello sviluppo prodotto, con l'obiettivo di garantire un approccio sempre aggiornato e strutturato.

Per la Direzione Sistemi Informativi del Gruppo sono stati realizzati anche quest'anno corsi finalizzati ad approfondire lo sviluppo e l'implementazione dei nuovi sistemi applicativi, con l'obiettivo di rafforzare le competenze tecniche interne e supportare l'evoluzione dell'architettura digitale aziendale.

È proseguito il programma di formazione sulla cyber security, che ha interessato tutti i dipendenti, sia white sia blue collar, dotati di strumenti informatici (e-mail aziendale, computer, telefono). La sicurezza informatica rappresenta un elemento fondamentale per la tutela dei dati e dei sistemi aziendali; per questo motivo vengono realizzati aggiornamenti periodici volti a sensibilizzare le persone sui rischi emergenti, sulle corrette prassi comportamentali e sulle misure di prevenzione necessarie a contrastare minacce sempre più evolute. Nel corso del 2025 poi - e sempre in ambito IT - 3 persone hanno inoltre partecipato al percorso "Project Management for ICT", dedicato allo sviluppo di competenze metodologiche nella pianificazione, gestione e monitoraggio di progetti tecnologici complessi. Infine, nel 2025 è stata pianificata e messa a terra un'iniziativa formativa dedicata all'utilizzo di Microsoft Teams, piattaforma già adottata da tempo all'interno del Gruppo. L'attività ha permesso di consolidarne le modalità di utilizzo e di approfondire le funzionalità più avanzate, con l'obiettivo di rendere più fluida la collaborazione, migliorare la gestione delle informazioni e favorire un impiego più efficace degli strumenti digitali nel lavoro quotidiano: nel 2025 sono state coinvolte 175 persone tra Salumifici e Caseifici GranTerre.



Un progetto formativo sulla Cultura della sicurezza alimentare

Nel 2025 il team Qualità è stato coinvolto in un percorso di due giornate dedicato a 39 partecipanti tra Assicurazione Qualità, Controllo Qualità di Plant e Direzione. L'iniziativa ha rappresentato un momento di lavoro condiviso e trasversale, pensato per rafforzare l'allineamento interno e consolidare una visione comune sui temi chiave della funzione.

Nel corso delle attività sono stati analizzati i principali KPI aziendali legati alla qualità, attraverso un lavoro strutturato di lettura e interpretazione dei dati volto a individuare priorità e azioni di miglioramento concrete. È stato inoltre approfondito l'esito del questionario sulla cultura della sicurezza alimentare, utilizzato come base di confronto per valorizzare i punti di forza e definire ambiti di intervento, con l'obiettivo di rendere ancora più solidi i processi e la qualità del prodotto.

Il programma ha incluso anche un aggiornamento sulle normative di riferimento, svolto in collaborazione con i consulenti legali che affiancano il Gruppo su questi temi, così da rafforzare la consapevolezza rispetto a ruoli, responsabilità e obblighi regolatori. A completamento del percorso, è stato dedicato uno spazio alle soft skills, finalizzato a migliorare la collaborazione tra le diverse componenti della funzione Qualità e a consolidare coesione e senso di appartenenza.



LA RETE CON UNIVERSITÀ E ISTITUTI SCOLASTICI: ALLA SCOPERTA DI NUOVI TALENTI

In un contesto economico e sociale in continua evoluzione, la capacità di attrarre, formare e valorizzare le nuove generazioni rappresenta un fattore chiave per la competitività e la sostenibilità di lungo periodo delle imprese. In quest'ottica, GranTerre considera il dialogo costante con il mondo della formazione e della ricerca come un elemento strategico per accompagnare lo sviluppo del capitale umano e favorire la diffusione di competenze qualificate nel settore agroalimentare.

Attraverso la collaborazione con università, istituti di formazione, scuole secondarie e realtà territoriali, il Gruppo promuove un sistema di relazioni basato sullo scambio di conoscenze, sull'orientamento professionale e sulla condivisione dei propri valori industriali e cooperativi. Le iniziative di incontro con studenti, neolaureati e giovani talenti rappresentano un'occasione concreta per raccontare il percorso, i progetti e le sfide di GranTerre, contribuendo al tempo stesso a costruire consapevolezza sulle opportunità offerte dal settore.

Attraverso queste iniziative, GranTerre afferma il proprio impegno nella formazione, nell'orientamento e nello sviluppo dei giovani talenti, contribuendo attivamente alla crescita di competenze qualificate, al rafforzamento del legame con i territori di riferimento e alla sostenibilità di lungo periodo della filiera agroalimentare.

Collaborazioni con università e centri di formazione

GranTerre collabora attivamente con numerose università e istituzioni di formazione manageriale di rilievo nazionale, con l'obiettivo di favorire il dialogo tra mondo accademico e impresa e contribuire allo sviluppo delle competenze delle nuove generazioni.

Nel corso dell'anno, i manager del Gruppo sono stati coinvolti in diversi contesti accademici per presentare il caso aziendale di GranTerre, illustrare le peculiarità delle aziende del Gruppo e approfondire le principali sfide e opportunità del settore agroalimentare. In particolare, GranTerre è stata ospite dell'Università di Modena e Reggio Emilia, dell'Università di Bologna, dell'Università di Bolzano, dell'Università Cattolica di Piacenza e di Bologna Business School.

Un esempio è il Corso di Brand Management della laurea magistrale in *Food Marketing e Strategie Commerciali* presso l'Università Cattolica di Piacenza, dove si è svolto il seminario incentrato sulla nascita della marca Parmareggio in un mercato dominato da prodotti DOP.

Nel mese di maggio, GranTerre è stata ospite dell'Università di Bologna per un incontro con gli studenti del corso di laurea magistrale in *Ingegneria Gestionale*, nell'ambito dell'insegnamento di *Sistemi Integrati di Lavorazione*. Dopo un'introduzione sulla storia del Gruppo, l'attenzione si è focalizzata sui temi della Trasformazione Digitale e sul progetto del nuovo ERP, evidenziandone l'impatto sui processi aziendali e sul futuro organizzativo del Gruppo.

Sempre nel mese di maggio, abbiamo ospitato gli studenti del corso di laurea in Faculty of Agricultural, Environmental and Food Sciences dell'Università di Bolzano presso il nostro stabilimento di Chiusa (BZ).

Career day: alla scoperta dei futuri talenti

I career day rappresentano un'importante occasione per valorizzare il Gruppo, rafforzare l'employer branding e intercettare nuovi talenti. In quest'ottica, GranTerre ha intensificato la propria presenza in questi eventi nei principali territori di riferimento.

UNIMORE | Incontro con le imprese

GranTerre ha partecipato all'iniziativa "Incontro con le imprese", promossa dall'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia presso lo spazio BPER Forum di Modena. L'evento ha rappresentato un'importante occasione di dialogo tra studenti e realtà aziendali, favorendo un confronto diretto volto a presentare il Gruppo, i suoi valori e le opportunità professionali, nonché ad ascoltare le aspettative delle nuove generazioni che si affacciano al mondo del lavoro.

Career Day UNIMORE - Facoltà di Ingegneria

Il 9 maggio, GranTerre ha preso parte al Career Day organizzato dall'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, presso il Dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria. La partecipazione all'evento ha consentito un confronto qualificato con studentesse e studenti dei corsi di laurea triennale e magistrale, confermando l'importanza di rafforzare il legame tra università e impresa e di promuovere percorsi professionali in linea con le competenze richieste dal settore agroalimentare.

Career Day Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

GranTerre ha partecipato al Career Day dell'Alma Mater Studiorum - Università di Bologna, svoltosi presso Bologna-Fiere, insieme a oltre 150 realtà aziendali italiane e internazionali. Nel corso dell'evento, il Gruppo ha incontrato numerosi studenti prossimi all'ingresso nel mondo del lavoro, presentando le principali sfide strategiche e i progetti di sviluppo che caratterizzeranno il futuro di GranTerre. La partecipazione ha rappresentato un'importante occasione per condividere i valori del Gruppo e rafforzare il posizionamento di GranTerre come realtà attenta alla crescita dei giovani e allo sviluppo del capitale umano.

Career Day Libera Università Di Bolzano - Università di Bolzano

GranTerre ha partecipato al Career Day della Libera Università di Bolzano, svoltosi nel mese di ottobre. L'evento ha rappresentato un'importante occasione di incontro con studenti e neolaureati interessati a conoscere da vicino il mondo GranTerre, i suoi valori e le opportunità professionali offerte. Durante la giornata, il team aziendale ha potuto presentare le proprie attività, raccogliere candidature e instaurare un dialogo diretto con i talenti del futuro.

Il dialogo con gli istituti superiori

L'impegno di GranTerre nella formazione non si limita all'ambito universitario, ma si estende anche agli istituti superiori, in particolare nel territorio dell'Alto Adige, rafforzando il legame con le comunità locali e contribuendo all'orientamento delle future generazioni di professionisti.

Un esempio è la collaborazione con l'Istituto Tecnologico Brunico (BZ) dove GranTerre ha preso parte a una giornata di incontro tra imprese e studenti, durante la quale sono stati presentati i processi industriali e la realtà operativa dell'azienda.

FoodER: GranTerre tra i soci fondatori

GranTerre partecipa a FoodER - Food University of Emilia-Romagna come socio fondatore, confermando il proprio impegno nel fare sistema con il mondo accademico, della ricerca e dell'impresa per rafforzare l'eccellenza agroalimentare regionale. FoodER è un'associazione promossa con il sostegno della Regione Emilia-Romagna che riunisce università, enti di ricerca e aziende leader del settore con l'obiettivo di sviluppare alta formazione, innovazione, sostenibilità e internazionalizzazione nella Food Valley emiliano-romagnola. Attraverso un'offerta formativa interattiva e iniziative congiunte di ricerca e trasferimento delle competenze, FoodER mira a formare i professionisti del food del futuro e a valorizzare un ecosistema unico a livello europeo, in cui tradizione produttiva e innovazione tecnologica crescono insieme.

Fooder

Food University
of Emilia-Romagna

SCOPRI FOOD ER



3.3 SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

La salute e sicurezza sul lavoro rappresentano un valore fondamentale per GranTerre, parte integrante della cultura aziendale e della responsabilità verso le persone occupate negli stabilimenti del Gruppo. Operare in modo sicuro significa tutelare il benessere fisico e mentale dei lavoratori, prevenire infortuni e malattie professionali e creare un ambiente di lavoro sano, rispettoso e inclusivo. Per GranTerre, l'attenzione alla salute e sicurezza non è solo un obbligo normativo, ma un impegno concreto e continuo che sostiene la qualità dei processi produttivi, rafforza la fiducia dei dipendenti e contribuisce alla sostenibilità e alla reputazione del Gruppo nel lungo periodo.

La salute e la sicurezza sul lavoro rappresentano una priorità strategica e sono poste al centro di un approccio strutturato e integrato volto ad assicurare livelli elevati di tutela e un percorso costante di miglioramento nel tempo. Le aziende del Gruppo hanno una Politica sulla Sicurezza che attesta l'impegno dell'Azienda a creare un ambiente di lavoro sicuro, lavorando sul rafforzamento della cultura della sicurezza sul lavoro e puntando al miglioramento continuo. Inoltre, in coerenza con il Piano di Sostenibilità, che prevede specifici impegni e obiettivi in ambito di salute e sicurezza sul lavoro, le progettualità del Gruppo si sviluppano su due fronti principali: il mantenimento della certificazione ISO 45001 in tutti gli stabilimenti e lo sviluppo del progetto "Infortuni Zero", il cui pilota è stato avviato nel 2023. GranTerre sta lavorando per creare le condizioni necessarie al raggiungimento di obiettivi di miglioramento continuo: sia la certificazione ISO 45001 sia il progetto "Infortuni Zero" vanno in questa direzione, favorendo la partecipazione attiva delle persone, valorizzando le occasioni di formazione e confronto, condividendo spunti per il miglioramento e stimolando ciascuno a diventare un vero e proprio ambasciatore della sicurezza sul lavoro.

SEGNALAZIONI E INVESTIGAZIONI PER RIDURRE I RISCHI POTENZIALI

Come previsto dalla certificazione ISO 45001, in caso di incidente, viene avviata un'accurata attività di investigazione, svolta con il coinvolgimento dei Preposti e dei Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), finalizzata all'individuazione delle cause e alla definizione delle azioni di miglioramento da implementare nei processi interni. Un ruolo rilevante è inoltre svolto dalla collaborazione attiva di dipendenti e lavoratori esterni che, tramite specifiche segnalazioni, contribuiscono a individuare situazioni di potenziale rischio o a proporre spunti di miglioramento del sistema di gestione. Nel 2025 il Gruppo ha ricevuto e preso in carico 1154 segnalazioni e sono state introdotte nuove attività con l'obiettivo di migliorare la consapevolezza del proprio ruolo da parte dei preposti, di individuare momenti di discussione e coinvolgimento sulla sicurezza per tutto il personale e di gestire le segnalazioni dei lavoratori fornendo opportuni riscontri sulle stesse, con l'obiettivo di coprire il 100% delle segnalazioni.

Nel 2025, sono stati registrati 115 infortuni tra i dipendenti delle aziende italiane del Gruppo, nessuno con gravi conseguenze⁵. L'indice di frequenza (che correla gli infortuni alle ore lavorate) è in aumento rispetto al 2024 e si attese a 34,44 (23,46 nel 2024). Il dato relativo agli infortuni per i lavoratori somministrati ed esterni è pari a 35 infortuni totali (64 nel 2024), nessuno dei quali con gravi conseguenze⁶. In generale, le principali tipologie di infortuni riscontrate sono tagli, urti e schiacciamenti o scivolamenti che possono comportare conseguenze più o meno gravi, per i quali l'azienda si impegna sia nella promozione di cultura della sicurezza e corretti comportamenti che ad un presidio costante sulle macchine per mantenere un alto livello di sicurezza. Per il 2025 non sono stati registrati casi di malattia professionale⁷ tra i dipendenti del Gruppo (2 nel 2024) né tra i somministrati e gli esterni: le malattie professionali sono legate principalmente a sovraccarico biomeccanico e quindi a rischi legati alla movimentazione dei carichi e ai movimenti ripetitivi.

⁵ Il dato 2025 non è comparabile con gli anni precedenti, perché per l'anno 2025 l'indicatore comprende anche tutti i lavoratori internalizzati in Logistica GranTerre, che l'anno precedente risultavano tra gli esterni poiché in appalto.

⁶ I dati relativi agli infortuni dei lavoratori esterni sono parziali in quanto non disponibili i dati completi relativi ad uno degli appalti considerati.

⁷ Le malattie professionali conteggiate sono quelle riconosciute dall'INAIL e non quelle ancora "in corso", ovvero in attesa di giudizio.

GRI 403-9, 403-10 - INFORTUNI SUL LAVORO E MALATTIE PROFESSIONALI, DIPENDENTI⁸

Dipendenti	UdM	2023	2024	2025
Infotuni sul lavoro registrabili	n.	80	73	115
<i>di cui in itinere (solo il trasporto è stato organizzato dall'azienda)</i>	n.	-	-	-
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	n.	-	1	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-
Ore lavorate	h	2.931.646	3.111.773	3.338.924
Indice di frequenza	-	27,29	23,46	34,44
Tasso di infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	0,32	-
Tasso di decessi risultanti da infotuni sul lavoro	-	-	-	-
Casi di malattie professionali registrabili*	n.	5	2	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-

GRI 403-9, 403-10 - INFORTUNI SUL LAVORO E MALATTIE PROFESSIONALI, SOMMINISTRATI

Somministrati	UdM	2023	2024	2025
Infotuni sul lavoro registrabili	n.	48	43	27
<i>di cui in itinere (solo il trasporto è stato organizzato dall'azienda)</i>	n.	-	-	-
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	n.	1	-	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-
Ore lavorate	h	795.576	880.477	1.036.939
Indice di frequenza	-	60,33	48,84	26,04
Tasso di infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	1,26	-	-
Tasso di decessi risultanti da infotuni sul lavoro	-	-	-	-
Casi di malattie professionali registrabili*	n.	-	-	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-

GRI 403-9, 403-10 - INFORTUNI SUL LAVORO E MALATTIE PROFESSIONALI, ESTERNI

Esterni	UdM	2023	2024	2025
Infotuni sul lavoro registrabili	n.	41	21	8
<i>di cui in itinere (solo il trasporto è stato organizzato dall'azienda)</i>	n.	-	-	-
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	n.	-	-	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-
Ore lavorate	h	n.d	n.d	n.d
Indice di frequenza	-	n.a.	n.a.	n.a.
Tasso di infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	n.a.	n.a.	n.a.
Tasso di decessi risultanti da infotuni sul lavoro	-	n.a.	n.a.	n.a.
Casi di malattie professionali registrabili*	n.	-	-	-
<i>di cui decessi</i>	n.	-	-	-

⁸ Il dato relativo alle malattie professionali 2024 è stato aggiornato rispetto a quanto rendicontato nel Bilancio di Sostenibilità 2024 (restatement).

ISO 45001: L'IMPEGNO VERSO IL MIGLIORAMENTO CONTINUO

GranTerre adotta in tutti gli stabilimenti il Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza sul Lavoro certificato ISO 45001, lo standard internazionale che fornisce un quadro strutturato per identificare i rischi, prevenire infortuni e malattie professionali e migliorare in modo continuo le performance di sicurezza, promuovendo al contempo il coinvolgimento attivo di tutti i lavoratori. Nel 2025 sono stati fatti audit di sorveglianza nei tre stabilimenti Caseifici GranTerre, presso la base logistica e in sette stabilimenti di Salumifici GranTerre.

INFORTUNI ZERO: PROSEGUE IL PERCORSO CON NUOVI STABILIMENTI

Infortuni Zero è un progetto fortemente incentrato sul coinvolgimento, sulla formazione, sulla sensibilizzazione e sulla responsabilizzazione di tutte le persone che operano negli stabilimenti. Il progetto, affiancando la certificazione ISO 45001, supporta concretamente gli obiettivi di miglioramento continuo che GranTerre si pone in ambito Salute e Sicurezza, confermando e rafforzando la volontà dell'azienda di tutelare la salute dei propri dipendenti e di garantire le migliori condizioni di lavoro. Nello specifico, Infortuni Zero prevede - per gli stabilimenti in cui è implementato - il raggiungimento di un obiettivo di riduzione del 20% dell'indice di frequenza e del 10% dell'indice di gravità degli infortuni su base annua.

Il progetto è stato avviato nel 2023 come iniziativa pilota presso lo stabilimento di Modena di Salumifici GranTerre e, a partire da maggio 2024, è stato implementato anche nello stabilimento di Modena di Caseifici GranTerre. Grazie alla fase di sperimentazione, Infortuni Zero è stato progressivamente aggiornato e integrato sulla base dell'esperienza maturata, dei riscontri emersi dal confronto con le funzioni aziendali coinvolte e dell'andamento degli indicatori definiti.

Nel corso del triennio 2025-2027, l'azienda prevede di estendere gradualmente il progetto agli altri stabilimenti del Gruppo. Nel 2025, per Salumifici GranTerre, il progetto è stato esteso agli stabilimenti di Reggio Emilia, a partire da giugno, e di Reggello, da agosto. Nello stesso anno, per Caseifici GranTerre, il progetto è stato esteso agli stabilimenti di Montecavolo, ad aprile, e di Sommacampagna, a giugno. Nel 2026 l'iniziativa verrà ulteriormente ampliata coinvolgendo gli stabilimenti di Noceto, Amiata, San Candido e Zola Predosa, proseguendo così il percorso di diffusione di una cultura condivisa della sicurezza in tutto il Gruppo.

Ad oggi, i risultati conseguiti risultano eterogenei tra i diversi stabilimenti coinvolti. In alcuni casi gli obiettivi di riduzione degli infortuni e dell'indice di frequenza non sono stati pienamente raggiunti, anche a causa di alcune criticità organizzative emerse nella gestione delle attività progettuali. Tali criticità sono attualmente oggetto di analisi e revisione e confluiranno nella definizione di uno specifico piano di azione, la cui implementazione è prevista nel corso del 2026, con l'obiettivo di superare le problematiche riscontrate e migliorare l'efficacia complessiva dell'iniziativa.

LA FORMAZIONE SALUTE & SICUREZZA

Nel corso del 2025 sono state erogate complessivamente 16.409 ore di formazione in materia di salute e sicurezza, di cui il 56% rivolto ai dipendenti e il 44% ai lavoratori somministrati. Le attività formative, realizzate con il supporto di enti esterni qualificati, mirano a rafforzare la consapevolezza dei lavoratori rispetto ai rischi, a diffondere comportamenti sicuri e buone pratiche operative, nonché a garantire il corretto utilizzo delle attrezzature di lavoro. Il fabbisogno formativo in ambito salute e sicurezza è monitorato attraverso un database dedicato - gestito, per Salumifici GranTerre, tramite un apposito software - che definisce, in funzione delle mansioni e degli incarichi ricoperti, i corsi obbligatori per ciascun lavoratore e le relative scadenze. Il sistema è costantemente aggiornato anche grazie al supporto di società esterne specializzate che presidiano le evoluzioni normative, consentendo di individuare tempestivamente eventuali nuovi o modificati obblighi formativi.

Da settembre 2025 - prima con un pilota poi come approccio diffuso - è stato avviato il progetto di formazione sulla sicurezza pre-assunzione. Il progetto è strutturato in conformità al D.Lgs. 81/2008 e al nuovo Accordo Stato-Regioni del 17 aprile 2025, in vigore da maggio 2025, che stabilisce l'obbligo di completare integralmente la formazione prima dell'inizio di qualsiasi attività lavorativa, eliminando definitivamente la precedente deroga dei 60 giorni. Il percorso formativo, obbligatorio, si articola in un modulo di formazione generale, valido per tutti i settori, e in un modulo di formazione specifica per un totale di 12 ore. La formazione viene erogata da remoto con videoconferenza sincrona da una società incaricata da GranTerre che garantisce tracciabilità e attestazioni conformi.

LA REVISIONE DEI PIANI DI EMERGENZA: MAGGIORE CHIAREZZA ED EFFICACIA

Nel corso del 2025 è stato avviato un progetto strutturato di revisione complessiva dei Piani di Emergenza degli stabilimenti Salumifici GranTerre e della Base Logistica, con l'obiettivo di rafforzarne l'efficacia e l'accessibilità. L'intervento ha perseguito innanzitutto una semplificazione dell'impianto procedurale, così da rendere più chiari e immediatamente comprensibili, per tutti i soggetti coinvolti nella gestione delle emergenze, i comportamenti da adottare e le modalità operative da seguire. Parallelamente, sono state sviluppate istruzioni operative specifiche per i diversi scenari di emergenza, concepite come strumenti di supporto sia per l'addestramento delle squadre di emergenza sia per lo svolgimento delle esercitazioni e delle simulazioni periodiche. A completamento del progetto, è stato predisposto un vademecum sintetico, semplice e di facile consultazione, destinato a tutti i lavoratori, al fine di diffondere in modo capillare le indicazioni essenziali sui comportamenti da tenere in caso di emergenza e contribuire a una gestione più consapevole e coordinata delle situazioni critiche.

LA REVISIONE DELLE ISTRUZIONI OPERATIVE DI PROCESSO

Nel solco dell'esperienza maturata nel 2025 in Logistica GranTerre, nel 2026 è previsto l'avvio anche in Salumifici GranTerre di un progetto strutturato di revisione completa delle istruzioni operative di processo. L'iniziativa è finalizzata a migliorare la chiarezza, la sintesi e l'efficacia dei documenti operativi, attraverso una descrizione puntuale delle singole fasi di lavoro, dei rischi per la salute e la sicurezza presenti nelle attività e delle misure di prevenzione e protezione da adottare. Le istruzioni aggiornate saranno sviluppate in coerenza con gli esiti del Documento di Valutazione dei Rischi, con l'obiettivo di trasferire in modo concreto e operativo gli esiti della valutazione direttamente sul campo, rafforzando la gestione consapevole dei rischi nelle attività quotidiane. I documenti revisionati costituiranno uno strumento chiave per l'addestramento del personale, contribuendo a rendere i percorsi formativi più standardizzati, omogenei ed efficaci e supportando, in particolare, le azioni di prevenzione degli infortuni. Contestualmente, saranno migliorate le modalità di registrazione e tracciabilità degli addestramenti attraverso l'utilizzo di un gestionale specifico, a supporto di una gestione più strutturata e monitorabile delle attività formative in ambito salute e sicurezza.

IL PROGETTO POSTURA

Nell'ambito dell'attenzione costante al benessere e alla salute delle persone, Salumifici GranTerre ha avviato il *Progetto Postura*, finalizzato a migliorare il comfort e l'efficacia delle scarpe antinfortunistiche utilizzate dal personale operativo. Il progetto nasce dall'esigenza di superare le difficoltà riscontrate nell'individuazione di modelli in grado di garantire adeguati livelli di comfort e supporto posturale, pur nel pieno rispetto dei requisiti di sicurezza previsti per gli specifici contesti lavorativi. Per rispondere a tale esigenza, l'Azienda ha scelto di avvalersi della collaborazione di un team indipendente di podologi e posturologi qualificati, incaricati di condurre test specifici direttamente negli ambienti di lavoro. Attraverso queste attività è stato possibile valutare le performance delle calzature antinfortunistiche in uso in relazione alle diverse esigenze posturali connesse alle varie mansioni, nonché individuare, ove necessario, soluzioni alternative più idonee, senza compromettere i livelli di protezione dai rischi presenti. L'elemento distintivo del Progetto Postura risiede proprio nell'approccio scientifico e indipendente adottato, che consente di basare le scelte su valutazioni tecniche oggettive, non condizionate dalle soluzioni disponibili sul mercato. Il progetto è stato condiviso con le rappresentanze sindacali e ha previsto il coinvolgimento diretto del personale operativo, favorendo un percorso partecipativo e orientato all'ascolto delle esigenze dei lavoratori. I benefici attesi includono la prevenzione dei disturbi muscolo-scheletrici, il miglioramento del benessere e della soddisfazione del personale, una maggiore efficacia nei processi di selezione e distribuzione dei dispositivi di protezione individuale. Il Progetto Postura si inserisce inoltre in un più ampio percorso di razionalizzazione dei dispositivi di protezione individuale (DPI) adottati negli stabilimenti, con l'obiettivo di favorire la standardizzazione, la riduzione del numero di articoli in uso e la semplificazione dei processi di gestione, contribuendo al contempo a una maggiore efficienza organizzativa e a un approccio sostenibile alla sicurezza.



I TERRITORI E LE COMUNITÀ

Aree d'impegno

Sosteniamo iniziative rivolte alle comunità e ai territori in cui operiamo.

Contribuiamo alla valorizzazione dei territori di in cui siamo presenti con i nostri stabilimenti, anche grazie ai nostri prodotti DOP e IGP.

TemI materiali



Sviluppo dei territori



Creazione e distribuzione di valore verso le comunità e gli stakeholder

Valori cooperativi



SOLIDARIETÀ



RESPONSABILITÀ SOCIALE



CURA DEGLI ALTRI

SDGs



Il Gruppo GranTerre conferma il proprio impegno nei progetti di responsabilità sociale d'impresa, portando avanti un percorso sostenuto da una governance dedicata che rende sempre più strutturata e trasparente la gestione delle iniziative sui territori. Un impegno che mira a raggiungere un monitoraggio sempre più preciso degli impatti generati, valorizzando il contributo delle attività svolte a favore delle comunità locali.

Guidato dai principi cooperativi e da una visione della sostenibilità sempre più integrata nei processi aziendali, il Gruppo GranTerre continua a rafforzare il proprio ruolo attivo nei territori in cui opera, con l'obiettivo di generare valore condiviso attraverso progetti concreti di responsabilità sociale d'impresa. Donazioni di prodotto, liberalità, partnership con Enti locali, organizzazioni non profit e realtà del tessuto produttivo rappresentano gli strumenti principali attraverso cui il Gruppo sostiene le comunità e contribuisce allo sviluppo dei territori. L'impegno assunto nel Piano di Sostenibilità, che dedica un pilastro specifico all'“*Impatto positivo sui territori e sulle comunità*”, si traduce nella volontà di monitorare e misurare con sempre maggiore precisione gli effetti sociali ed economici oltre che ambientali generati dalle iniziative promosse. Il Gruppo ha definito una Procedura di Responsabilità Sociale d'Impresa nel 2022 e nel 2025 ha redatto la relativa Politica, diffusa ad inizio 2026. Questi strumenti, unitamente alla collaborazione attiva con i diversi partner sui territori, sono parte fondamentale del percorso strutturato avviato, che proseguirà con il Piano di Sostenibilità 2025-2027 per rendere ancora più efficace e trasparente la gestione dei progetti sui territori.

4.1 IL VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

L'analisi del valore economico generato dal Gruppo e redistribuito ai propri stakeholder mette in evidenza l'impatto positivo che l'attività di GranTerre e delle sue imprese produce sull'economia e sul tessuto sociale. Questo avviene sia in modo diretto, attraverso l'occupazione e le relazioni con i fornitori, sia in modo indiretto, tramite il valore distribuito ai soci, che a loro volta lo reinvestono nelle proprie attività in progetti ad alto impatto economico e sociale e nella promozione del movimento cooperativo.

GRI 201 - 1 VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO, MIGLIAIA DI EURO, 2025

	2023	2024	2025
Valore economico generato	1.598.532	1.685.844	1.881.407
Valore economico distribuito	1.574.239	1.660.816	1.830.403
<i>Costi operativi</i>	1.391.308	1.480.645	1.618.654
<i>Valore distribuito ai dipendenti</i>	129.371	141.108	168.191
<i>Valore distribuito ai finanziatori</i>	27.665	31.953	29.503
<i>Valore distribuito alla Pubblica Amministrazione</i>	2.426	- 1.237	8.017
<i>Valore distribuito agli azionisti</i>	21.434	5.419	3.745
<i>Valore distribuito alla comunità**</i>	2.035	2.928	2.293
Valore economico trattenuto	24.293	25.028	51.004

Il valore generato dal Gruppo nel 2025 è stato pari a 1,88 miliardi di euro. Il valore trattenuto nell'impresa è di 51 milioni di euro, ed è costituito principalmente da ammortamenti, accantonamenti e rimanenze. Il valore distribuito ammonta invece a 1,83 miliardi di euro ed è suddiviso come segue:

- la quota prevalente, 1,61 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 168 milioni di euro principalmente per salari, stipendi, TFR, oneri sociali;
- 29 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);
- circa 8 milioni di euro sono stati corrisposti all'erario ed agli altri Enti locali per imposte dirette e indirette;
- 3,7 milioni di euro sotto forma di utile distribuito agli azionisti.



GRANTERRE: UN MODELLO COOPERATIVO CHE GENERA VALORE PER LA FILIERA E IL TERRITORIO

Il percorso di crescita di GranTerre dimostra la capacità del modello cooperativo di generare risultati industriali significativi senza rinunciare alla propria missione mutualistica. Il riconoscimento ottenuto sul mercato testimonia l'efficacia di un assetto in cui la creazione di valore non si esaurisce nella dimensione economica, ma si traduce in un impatto più ampio e condiviso.

I soci che controllano il Gruppo - Consorzio Granterre e Unibon - svolgono il proprio ruolo nel pieno rispetto delle finalità cooperative. Gli utili derivanti dalla loro partecipazione societaria vengono reinvestiti per sostenere la crescita del sistema produttivo e contribuiscono, in modo indiretto allo sviluppo economico e sociale delle comunità locali. I soci finanziari di Unibon (Sofinco, Finpro, Cooperare e Coopfond) attraverso GranTerre valorizzano il loro ruolo di finanza di servizio, a supporto delle 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).

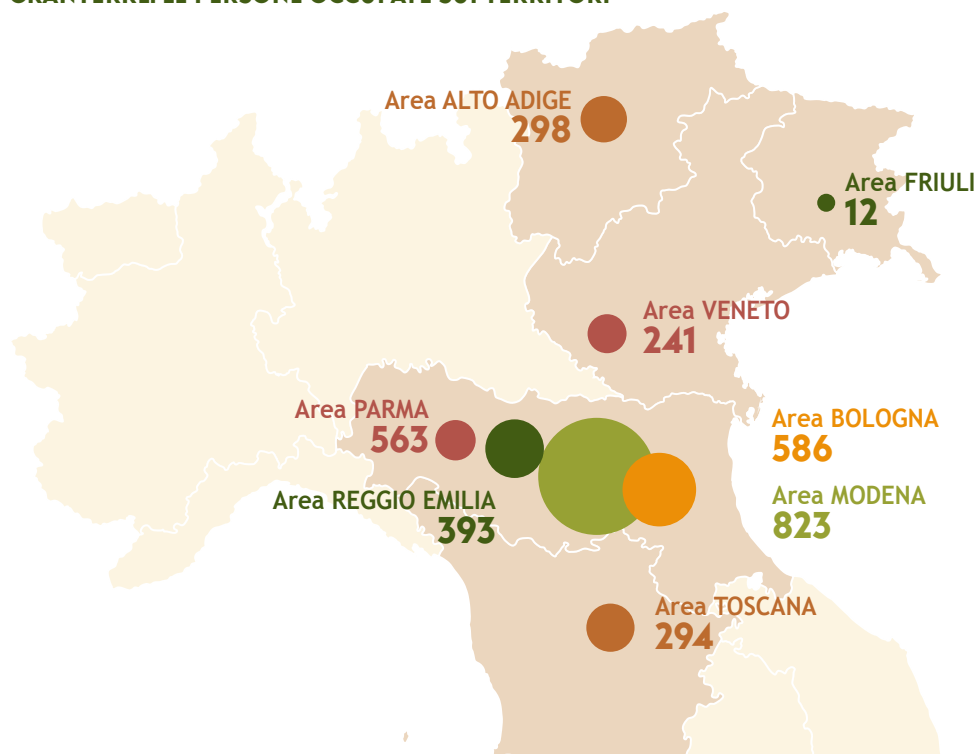
Parallelamente, il Consorzio Granterre mette in campo la propria esperienza nella gestione industriale e nella valorizzazione delle produzioni, mantenendo un legame stretto con il territorio e con i soci agricoli, garantendo che il valore generato rimanga all'interno della filiera, rafforzandola e accompagnandola nel suo sviluppo nel lungo periodo, contribuendo alla sua evoluzione e alla crescita complessiva del territorio.

In questo contesto, il progetto GranTerre si conferma un punto di riferimento per la filiera cooperativa e un esempio concreto di come la cooperazione possa sostenere sviluppo, qualità e innovazione attraverso un utilizzo strategico e responsabile delle risorse generate.

Occupazione: l'impatto positivo generato sui territori

La presenza di GranTerre in cinque regioni nel territorio nazionale contribuisce alla creazione di occupazione stabile e qualificata, sostenendo la continuità delle competenze locali, rafforzando i distretti produttivi in cui il Gruppo opera o - in aree più periferiche - contribuendo a mantenere attivo il tessuto produttivo e sociale locale. Questo impegno si è concretizzato anche attraverso importanti processi di internalizzazione con cui - tra il 2023 e il 2024 - oltre 400 persone sono entrate stabilmente a far parte del Gruppo, grazie al passaggio diretto di manodopera precedentemente impiegata in appalti. Nei 21 stabilimenti attivi in Italia GranTerre dà lavoro stabilmente a oltre 3.200 persone, cui vengono distribuiti quasi 170 milioni di euro per salari, stipendi, TFR, oneri sociali.

GRANTERRE: LE PERSONE OCCUPATE SUI TERRITORI



4.2 LA STRATEGIA DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA

La Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) comprende tutte le azioni con cui l'azienda affronta in maniera consapevole e proattiva questioni sociali ed etiche, con l'obiettivo di generare valore per tutti gli stakeholder. All'interno della strategia di sostenibilità di GranTerre, la RSI costituisce uno strumento importante per contribuire al raggiungimento degli obiettivi del Piano di Sostenibilità, in particolare quelli relativi al pilastro *"Impatto positivo su territori e comunità"*. Le attività di RSI in GranTerre si concretizzano attraverso donazioni di prodotto, erogazioni liberali, sponsorizzazioni e interventi progettuali pensati per produrre benefici concreti nelle comunità e sui territori in cui il Gruppo opera.

Nel 2022 il Consiglio di Amministrazione ha approvato la Procedura di Responsabilità Sociale d'Impresa di Gruppo, avviandone l'implementazione nel 2023. La Procedura ha rappresentato il primo passo operativo necessario per strutturare fin da subito i processi, la gestione quotidiana e la valutazione degli impatti delle iniziative di RSI. Ha definito in modo puntuale criteri, tipologie di contributi, categorie di beneficiari, governance e modalità operative, ponendo le basi per un approccio più uniforme e strutturato. Questo strumento ha permesso di rendere immediatamente gestibile e tracciabile un impegno che il Gruppo portava avanti da anni in maniera più informale, assicurando sin da subito coerenza con le priorità del Piano di Sostenibilità, con i valori cooperativi e con le indicazioni del Codice Etico, oltre che con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

Nel 2026, adottando una specifica Politica di Responsabilità Sociale d'Impresa, GranTerre ha compiuto un passo successivo di ulteriore rafforzamento e maturazione del percorso. La Politica non sostituisce la Procedura, ma ne amplia il raggio d'azione e ne consolida la visione strategica, trasformandola in un quadro di riferimento ancora più chiaro e stabile per tutto il Gruppo. Definisce priorità, criteri di intervento e indirizzi strategici comuni, orientando le risorse verso iniziative ad alto impatto sociale e pienamente integrate nella traiettoria evolutiva della sostenibilità aziendale. Inoltre, rafforza il presidio dei rischi e la conformità alle normative che regolano donazioni, erogazioni liberali e sponsorizzazioni, contribuendo alla prevenzione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001 e dei fenomeni corruttivi.

LA POLITICA DI RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA DEL GRUPPO GRANTERRE

La Politica di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI) del Gruppo GranTerre definisce l'impegno dell'azienda nel promuovere una crescita sostenibile, responsabile e condivisa nei territori in cui opera. La Politica, approvata dal Consiglio di Amministrazione a Febbraio 2026 - stabilisce principi, ambiti di intervento e processi che guidano le iniziative sociali, culturali e territoriali sostenute dalle società del Gruppo.

La Politica nasce con l'obiettivo di promuovere una cultura aziendale attenta al benessere delle comunità e alla valorizzazione dei territori, definendo una serie di orientamenti che guidano le scelte del Gruppo. Al centro vi è l'impegno a favorire il benessere delle persone, con un'attenzione particolare ai giovani e alle categorie più fragili, e a sostenere la valorizzazione dei territori e delle loro eccellenze, contribuendo al rafforzamento della coesione sociale e dell'identità culturale. La Politica intende inoltre promuovere inclusione ed equità, sostenendo iniziative capaci di ridurre le disuguaglianze.

SCOPRI LA POLITICA



Ambiti di impegno e governance della RSI in GranTerre

AMBITI DI IMPEGNO



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.

GOVERNANCE E ATTUAZIONE



I beneficiari: enti riconosciuti e senza finalità di lucro

I beneficiari sono enti riconosciuti e senza finalità di lucro, dotati di procedure che consentano un agevole accertamento della coerenza fra gli scopi enunciati e quelli concretamente perseguiti.



La governance: il Comitato RSI

È costituito 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

Per le richieste di donazione di prodotto, erogazione liberale e sponsorizzazione vengono 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

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 2025 - come negli anni precedenti - le iniziative sostenute nell'ambito delle attività di RSI hanno riguardato principalmente eventi sportivi, manifestazioni culturali e di promozione del territorio, oltre a iniziative finalizzate al sostegno della ricerca scientifica.

Nel corso del 2025 sono state gestite e coordinate donazioni di prodotto per un totale di circa 6 tonnellate, distribuite nei diversi territori in cui il Gruppo opera e destinate a circa 80 organizzazioni locali, principalmente associazioni sportive, culturali o legate al mondo della prevenzione e della salute. A queste si aggiungono ulteriori 235 tonnellate di prodotti prossimi alla scadenza donate a Banco Alimentare e ad altre organizzazioni che gestiscono empori e mense solidali sui territori. GranTerre ha inoltre sostenuto diverse realtà sui territori con liberalità e sponsorizzazioni.

Nei paragrafi successivi vengono presentati nel dettaglio i principali progetti e le attività sviluppate rispetto a: sport e giovani, salute e ricerca scientifica, contrasto alle disuguaglianze e alla povertà.

4.2.1 LE DONAZIONI DI PRODOTTO: SUPPORTO ALLE COMUNITÀ E LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE

GranTerre conferma il proprio impegno concreto a favore delle comunità locali attraverso la donazione regolare di prodotti a diversi empori e alle mense solidali presenti sui territori in cui opera, oltre al sostegno continuativo al Banco Alimentare in tre differenti aree (Emilia-Romagna, Trentino-Alto Adige e - dal 2025 - Veneto). Questa attività rappresenta una delle espressioni più tangibili della nostra politica di Responsabilità Sociale d'Impresa, orientata a promuovere valore condiviso e - contestualmente - a contrastare lo spreco alimentare, trasformando eccedenze in opportunità di supporto per le persone e le famiglie più fragili, agendo in coerenza con i nostri principi di solidarietà, circolarità e attenzione al benessere delle comunità. In questo modo GranTerre contribuisce a rafforzare reti territoriali virtuose e a generare un impatto sociale positivo e misurabile. Nel 2025 19 organizzazioni sono state accreditate come beneficiarie di donazioni di prodotto ricorrenti - nella maggior parte dei casi mensili - dalla base logistica di Interporto Bologna.

Da tempo GranTerre ha approcciato un percorso per la gestione efficiente della produzione e delle vendite per ridurre al minimo le eccedenze. Il progetto, che ha mostrato nel 2025 le prime evidenze positive, proseguirà ancora in ottica di miglioramento continuo. Nel 2025 a fronte di una positiva diminuzione complessiva del valore di distruzioni e declassamenti (-32%), si è registrata una diminuzione più forte degli smaltimenti (- 44%) rispetto alle donazioni verso organizzazioni non profit (- 36%). Nel 2025 il volume totale di merce donata a scopo benefico dalla nostra base logistica è stato di circa 235 tonnellate (pari allo 0,11% sul totale della produzione 2025), contro le 324 tonnellate dell'anno precedente (pari allo 0,16% sul totale della produzione 2024). Per gestire al meglio le relazioni con i beneficiari, sono state proporzionalmente riviste le allocazioni di prodotti cercando di garantire un supporto continuativo soprattutto alle organizzazioni più piccole.

Empori solidali, mense popolari e altre organizzazioni sostenute con donazioni di prodotto ricorrenti



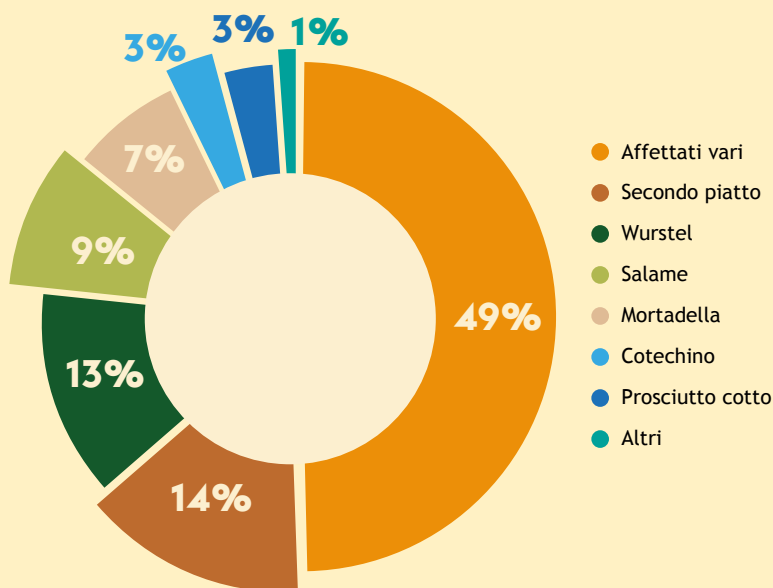
GLI IMPATTI GENERATI DALLE DONAZIONI DI PRODOTTO: GLI INDICI DELLA PIATTAFORMA REGUSTO

Per misurare nel dettaglio gli impatti generati dalle donazioni di prodotto a scopo benefico, GranTerre ha utilizzato anche nel 2025 la piattaforma Regusto¹. Nello specifico, la piattaforma è stata utilizzata per misurare gli impatti sociali, ambientali ed economici delle donazioni di prodotto gestite direttamente dalla base logistica verso le organizzazioni non profit accreditate come beneficiarie².

Gli impatti sociali, ambientali ed economici delle donazioni di prodotto a scopo benefico: gli indici REGUSTO^{3 4}



Categorie di prodotti donati



¹ La piattaforma Regusto collega imprese ed enti non-profit per gestire stock di prodotto e utilizza la tecnologia blockchain per garantire digitalizzazione e tracciabilità dei flussi economici e di prodotto, monitorando e certificando i positivi impatti sociali e ambientali generati. Per maggiori informazioni <https://regusto.eu/>.

² Le donazioni di prodotto processate tramite la piattaforma Regusto sono solo quelle erogate dalla base logistica GranTerre. Sono escluse dall'analisi le donazioni di prodotto gestite dallo spaccio aziendale e dagli stabilimenti che rappresentano una quota parte marginale delle donazioni di prodotto. Sono inoltre escluse le donazioni di prodotto della business unit Parmacotto. Le donazioni sono state gestite direttamente da GranTerre e sono state caricate ex post sulla piattaforma Regusto le informazioni relative alle donazioni effettuate, per il calcolo degli indici.

³ Gli indici sono calcolati e generati dalla piattaforma Regusto attraverso specifici algoritmi elaborati insieme all'Università di Perugia secondo standard di riferimento internazionale (es. ISO14040, ISO 14044). Recuperiamo srl Società Benefit è certificata RINA: è inserita nel network dei certification digital partner di RINA, dedicato a chi fornisce soluzioni digitali per incrementare il proprio valore e per integrare nelle proprie soluzioni i servizi di digital assurance RINA.

⁴ Il valore economico dei prodotti donati viene calcolato da Regusto sulla base del prezzo di mercato dei prodotti al momento della donazione ed è pari a 3.539.281 euro. Il dato indica il valore economico complessivo dei prodotti processati attraverso la piattaforma Regusto come cessioni volontarie. Tale indicatore rappresenta l'ammontare monetario totale dei beni ceduti gratuitamente dalle aziende donatrici agli enti non-profit beneficiari, contribuendo a quantificare l'impatto economico positivo generato dall'attività di donazione e dalla redistribuzione solidale delle risorse. Il valore economico specifico dei prodotti donati definito da GranTerre è pari a 1.433.800 euro.

GranTerre: le partnership contro lo spreco alimentare e per il supporto alle comunità fragili

Nel corso del 2024 GranTerre ha avviato due collaborazioni di grande valore aderendo al progetto *Un Piatto per Tutti* della Città Metropolitana di Bologna e alla rete *We Save & Care* del Banco Alimentare. Entrambe le collaborazioni proseguono ancora oggi, confermando l'impegno dell'azienda nel contrasto allo spreco alimentare e nel sostegno alle comunità più fragili del territorio.

La collaborazione al progetto “Un Piatto per Tutti”

La collaborazione, avviata dal giugno 2024, prevede la donazione mensile di prodotti alimentari che vengono successivamente distribuiti alla popolazione attraverso gli enti appartenenti alle reti territoriali di contrasto alla povertà dei distretti Appennino bolognese, Bologna, Pianura Est e Pianura Ovest. Nel solo 2025 GranTerre ha donato complessivamente oltre 17.000 kg di alimenti, tra salumi, formaggi e piatti pronti dei diversi brand del Gruppo. La raccolta dei fabbisogni degli enti delle reti territoriali viene gestita da VOLABO - Centro Servizi per il Volontariato, che organizza e coordina le attività logistiche relative ai ritiri presso la base di GranTerre situata all'Interporto di Bologna.



**DARE PER FARE
FONDO DI COMUNITÀ**

SCOPRI DI PIÙ



L'adesione alla rete We Save & Care di Banco Alimentare

Sempre nel 2024, GranTerre ha aderito alla rete We Save & Care del Banco Alimentare, un programma che raccoglie le aziende impegnate nella donazione continuativa delle eccedenze alimentari. Ad oggi GranTerre sostiene Banco Alimentare in tre territori: Emilia Romagna, Trentino-Alto Adige e - dal 2025 - Veneto.

SCOPRI DI PIÙ



L'incontro con le organizzazioni beneficiarie delle donazioni di prodotto

Per promuovere un dialogo diretto e un confronto costante con le organizzazioni che ricevono donazioni ricorrenti di prodotto, GranTerre organizza dal 2023 un incontro a cadenza annuale con i referenti delle diverse realtà coinvolte. L'appuntamento, che nel 2025 si è svolto il 22 luglio, rappresenta un momento significativo per approfondire le caratteristiche e le esigenze specifiche di ciascuna organizzazione. Pur condividendo la stessa finalità sociale, infatti, le organizzazioni beneficiarie si distinguono per storia, struttura e modelli di governance differenti.

4.2.2 LE INIZIATIVE DI RSI SUI TERRITORI: SALUTE, SPORT E SOLIDARIETÀ

Nella politica di Responsabilità Sociale d'Impresa di GranTerre, particolare attenzione è dedicata al supporto di realtà impegnate nella salute e nella ricerca scientifica, con un focus specifico sui bambini e sulle persone che convivono con disabilità o malattie croniche. Accanto a questo impegno, il sostegno allo sport - soprattutto giovanile - rappresenta un altro pilastro fondamentale della nostra strategia di RSI: un'opportunità per promuovere stili di vita salutari e generare un impatto sociale positivo nelle comunità. Da sempre, e spesso con continuità, le aziende del Gruppo collaborano come partner e sponsor di squadre sportive dei territori di riferimento, in discipline come basket, pallavolo, hockey, sci e atletica leggera. In questo quadro si inseriscono i progetti presentati nelle pagine successive, testimonianza concreta del nostro contributo al benessere e allo sviluppo dei territori.

Lo sport sui territori

Per rafforzare la nostra presenza nei territori, collaboriamo con diverse società sportive che rappresentano eccellenze locali in più discipline. L'infografica raccoglie alcune delle realtà che affianchiamo con continuità, testimonianza di un legame radicato e plurale con il mondo dello sport.

PALLACANESTRO



Pallacanestro Reggiana
(Reggio Emilia)



Famila Basket
Schio femminile
(Vicenza)

PALLAVOLO



Modena Volley
(Modena)

ATLETICA



LA FRATELLANZA

La Fratellanza
(Modena)



ATLETICA REGGIO
(Reggio Emilia)

HOCKEY E SPORT INVERNALI (Alto Adige)



GRUPPO MARCIATORI
AGRIFORM
(Verona)



CASEIFICI GRANTERRE: IL SOSTEGNO ALLO SPORT SUL TERRITORIO VERONESE

Caseifici GranTerre sostiene - soprattutto con donazioni di prodotto - diverse associazioni sportive e iniziative sul territorio veronese, sede dello stabilimento di Sommacampagna: il Gruppo Marciatori Agriform, associazione podistica di Sommacampagna attiva sul territorio veronese con cui l'azienda ha un legame storico, la 10 di Bardolino organizzata da ASD Atletica Insieme con oltre 1.100 partecipanti, il Sesto Trofeo Quadrante Europa promosso da ASD Bruno Gaiga C.A.M.P.I. dedicato ai più piccoli, e la ripresa delle attività invernali del Gruppo Amici Sciatori Sommacampagna. GranTerre ha sostenuto anche iniziative di valore sociale oltre che sportivo, come quelle della squadra Pink Darsena, realtà di Dragon Boat impegnata nella riabilitazione oncologica e protagonista dell'evento "Ottobre Rosa - Un'Onda che Sostiene". Un insieme di attività che riflette la volontà dell'azienda di essere parte attiva della comunità e di valorizzare relazioni solide e durature con il territorio. Da tempo sosteniamo anche il Gruppo Sportivo Dilettantistico Mombocar in occasione della "Lupatotissima", una delle manifestazioni di ultramaratona più rinomate al mondo. Significativa la collaborazione anche con la Polisportiva Caselle che nei mesi di agosto e settembre ha promosso appuntamenti imperdibili per gli appassionati di ciclismo in cui GranTerre è stato partner.

GranTerre è Nutrition Partner delle squadre giovanili Modena F.C.

Anche per il 2025-2026 è stata rinnovata la partnership - attiva dal 2023 - tra GranTerre e Modena F.C., che vede GranTerre come nutrition partner del settore giovanile e della squadra Arcobaleno della società modenese. La collaborazione prevede non solo l'inserimento e l'utilizzo dell'ABC della merenda nei momenti di pausa dei ragazzi - prima e dopo le partite, nei lunch box delle trasferte o durante gli eventi organizzati dal Modena F.C., ma anche la condivisione di contenuti educativi su nutrizione e stili di vita sani. Attraverso i canali del Modena F.C., atleti e genitori ricevono brevi pillole informative su merenda sana, alimentazione equilibrata e corrette abitudini quotidiane, sviluppate in collaborazione con il dott. Giorgio Donegani, esperto di alimentazione e nutrizione.

L'ABC DELLA MERENDA PARMAREGGIO AL FIANCO DEI GIOVANI SPORTIVI

Con il brand Parmareggio GranTerre ha rinnovato anche quest'anno il proprio impegno a sostegno dello sport giovanile, accompagnando migliaia di ragazzi nel loro percorso di crescita attraverso iniziative che uniscono gioco, educazione e corretta alimentazione. Con L'ABC della merenda, Parmareggio continua a essere presente in alcune delle manifestazioni sportive più significative del territorio nazionale.

Per il settimo anno consecutivo, Parmareggio ha sostenuto la Conad Cup, il torneo di calcio patrocinato da Conad Centro Nord e giunto alla sua quattordicesima edizione. L'evento coinvolge oltre duemila giovani calciatori, diventando un punto di riferimento per le società sportive e per le famiglie che vivono il calcio come momento di condivisione. L'ABC della merenda accompagna i ragazzi durante partite ed eventi, offrendo un messaggio concreto di attenzione alla nutrizione in età sportiva.

È stata siglata nel 2025 una collaborazione con la Scuola di Pallavolo F. Anderlini, storica realtà modenese e polo d'eccellenza nella formazione dei giovani talenti della pallavolo. In qualità di partner ufficiale, Parmareggio è presente con il proprio logo sulle maglie delle squadre femminili di eccellenza, che militano nei campionati di Serie B1 e Serie D, e sulle divise dei ragazzi e delle ragazze del Progetto Arcobaleno, un'iniziativa dedicata ai giovani con autismo realizzata in collaborazione con la Neuropsichiatria di Modena. Anche in questo contesto L'ABC della merenda è protagonista di tornei ed eventi stagionali, mentre la partnership verrà raccontata sui canali ufficiali della società, che ospiteranno anche una rubrica sull'Anderlini Volley Blog dedicata alla sana alimentazione.

LE INIZIATIVE DI SOLIDARIETÀ

NATALE SOLIDALE PARMAREGGIO PER FONDAZIONE MEYER

Dal 2012, GranTerre sostiene organizzazioni non profit in occasione della campagna “Natale Solidale” Parmareggio: per ogni valigetta di Parmigiano Reggiano 22 mesi Parmareggio da 850g venduta, l’azienda dona 1€ all’associazione partner. In totale, sono stati donati oltre 123 mila euro tra il 2012 e il 2025 a 15 organizzazioni benefiche. Nel 2025 GranTerre ha scelto di dare un aiuto concreto alla Fondazione Ospedale Pediatrico Meyer, per sostenere l’accoglienza delle famiglie dei bambini in cura.

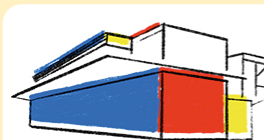


IL SOSTEGNO A COOPFORGAZA

In partnership con Legacoop Estense, GranTerre ha aderito con un’erogazione liberale a **#CoopforGaza**, la campagna Coop per sostenere Medici Senza Frontiere nei centri medici negli ospedali da campo nella striscia di Gaza.

LA COLLABORAZIONE CON RULLI FRULLI

Nel corso del 2025 GranTerre ha iniziato a sostenere Rulli Frulli di Finale Emilia. La Stazione Rulli Frulli nasce con l’obiettivo di promuovere inclusione educativa, lavorativa e sociale attraverso attività rivolte in particolare ai giovani e alle persone con disabilità. Il progetto affonda le sue radici nell’esperienza della Banda Rulli Frulli, realtà nata nel 2010 come iniziativa di musica inclusiva basata sull’uso di strumenti a percussione autocostruiti con materiali di recupero, accessibili a tutti e privi di barriere tecniche. Oltre alla dimensione artistica, il progetto pone al centro la costruzione di percorsi di crescita personale e collettiva, valorizzando capacità, inclinazioni e potenzialità di ciascun partecipante. In occasione dell’inaugurazione di Binario Zero, un nuovo spazio comunitario presso la Stazione Rulli Frulli, GranTerre ha donato una forma di Parmigiano Reggiano per celebrare l’apertura di questo luogo dedicato all’aggregazione e all’inclusione. Con questo contributo, GranTerre conferma il proprio impegno nel sostenere iniziative che promuovono coesione sociale, partecipazione e inclusione nei territori in cui opera.



LA STAZIONE
RULLI FRULLI

IL PANIERE SOLIDALE ANT

GranTerre ha contribuito, anche nel 2025, alla creazione del Paniere Solidale di ANT, offrendo prodotti di eccellenza del territorio emiliano, come le confezioni di Parmigiano Reggiano Parmareggio con il peluche del Topolino Enzino e i Cotechini Casa Modena. La partecipazione di GranTerre vuole sostenere concretamente l’assistenza domiciliare oncologica e i progetti di prevenzione della Fondazione, che da anni opera sul nostro territorio, e contribuire a creare una rete di solidarietà che permetta ad ANT di garantire continuità all’assistenza medico-specialistica domiciliare ai malati di tumore.



IL NATALE DI SOLIDARIETÀ GRANTERRE

GranTerre sostiene ogni anno - in occasione del Natale - cinque associazioni dei territori di riferimento con un contributo di solidarietà pari a 2.000 euro ciascuna e inserendo i loro loghi nei messaggi di auguri agli stakeholder, così da promuovere la loro conoscenza. Nel 2025, come l'anno precedente, sono stati coinvolti i dipendenti nel candidare associazioni che fossero in linea con i criteri della Procedura RSI del Gruppo. Tenendo conto della rappresentatività dei territori e dell'allineamento delle finalità delle organizzazioni ai temi prioritari della Procedura RSI, sono state selezionate le cinque organizzazioni che seguono.

Associazione Italiana Sclerosi Multipla AISM - Reggio Emilia

AISM Reggio Emilia è la Sezione territoriale dell'Associazione Italiana Sclerosi Multipla, impegnata nel supporto alle persone con Sclerosi Multipla e ai loro familiari. Offre servizi di assistenza, mobilità, supporto psicologico e promuove progetti di inclusione sociale



Associazione Assistenza Tumori Alto Adige - Südtiroler Krebshilfe

L'associazione Assistenza Tumori Alto Adige - Südtiroler Krebshilfe offre supporto umano, psicologico, sociale e sanitario alle persone colpite da tumore. Promuove la solidarietà attraverso terapie domiciliari, assistenza post-operatoria e servizi dedicati anche ai disabili. È un punto di riferimento per pazienti e familiari in tutto l'Alto Adige.



Associazione Giocamico ODV - Parma

L'Associazione Giocamico ODV di Parma è attiva nei reparti pediatrici dell'Ospedale dei Bambini "Pietro Barilla", offrendo supporto ludico, espressivo e psicopedagogico ai bambini ricoverati. Attraverso volontari e professionisti, promuove il diritto al gioco e alla crescita anche in ospedale, sostenendo le famiglie nei momenti delicati del percorso di cura, valorizzando l'espressività e il benessere del bambino.



Associazione Il Cuore di Cinzia - Villafranca di Verona

L'Associazione Il Cuore di Cinzia di Villafranca di Verona nasce con l'obiettivo di aiutare il prossimo, ispirandosi ai valori di solidarietà e altruismo che hanno contraddistinto la vita di Cinzia Benedetti. L'associazione promuove iniziative benefiche e di sostegno sociale, con particolare attenzione alle persone in difficoltà. Il suo motto, "Un cuore per gli altri", riflette l'impegno costante verso la comunità locale.



Rulli Frulli APF Finale Emilia - Modena

Rulli Frulli APS è un'associazione di promozione sociale nata per sostenere e sviluppare il progetto musicale inclusivo della Banda Rulli Frulli a Finale Emilia.



4.2.3 COMUNITÀ E TERRITORI: TRADIZIONI, MEMORIA E CULTURA DA VALORIZZARE

GranTerre pone grande attenzione alla valorizzazione dei territori in cui opera, riconoscendo nelle comunità locali e nelle loro tradizioni un patrimonio fondamentale da preservare e promuovere.

VALORIZZARE I TERRITORI CON LE ECCELLENZE DEI NOSTRI PRODOTTI: L'IMPEGNO DI GRANTERRE

GranTerre sostiene e partecipa attivamente a iniziative che celebrano le eccellenze gastronomiche italiane, contribuendo allo sviluppo culturale, turistico ed economico delle aree in cui è presente.

Tra gli eventi più significativi figurano Mortadella, Please!, dedicato a uno dei simboli della gastronomia emiliana, Caseus, manifestazione che rende omaggio alla grande tradizione casearia italiana e Speck Fest, che celebra i prodotti e le tradizioni dell'Alto Adige.

Attraverso questi progetti, GranTerre fa conoscere i suoi prodotti di eccellenza e promuove al contempo la conoscenza dei mestieri, delle competenze e della qualità che caratterizzano le specificità regionali nel mondo dei salumi e dei formaggi. L'impegno dell'azienda si traduce in un percorso condiviso con le comunità, volto a valorizzare le identità locali, rafforzare le relazioni con il territorio e diffondere la cultura del buon cibo, autentico e tradizionale.

CASEUS 2025

L'autunno di Caseifici GranTerre si è aperto con la partecipazione alla XXI edizione di Caseus, evento internazionale dedicato al settore caseario ospitato presso Villa Contarini a Piazzola sul Brenta. L'edizione 2025 ha riunito 460 formaggi provenienti da tutta Italia, articolati nelle tre sezioni *Caseus Veneti*, *Caseus Italie* e *Caseus Mundi*, e affiancati dal Festival delle DOP Venete. Nel corso delle due giornate, oltre 120 appuntamenti tra degustazioni, abbinamenti, incontri e masterclass hanno valorizzato la cultura casearia e il legame con i territori. Anche quest'anno GranTerre ha confermato la propria presenza, assegnando la targa "Caseifici Italiani Agriform" al miglior Grana Padano Riserva, riconoscimento attribuito alla Latteria Soligo Sca di Farra di Soligo. In qualità di sponsor, l'azienda ha inoltre sostenuto l'iniziativa "Forme di Solidarietà", che ha devoluto il ricavato della vendita dei formaggi in concorso a diverse realtà benefiche, tra cui Life Inside Onlus, Fondazione Città della Speranza, Fondazione Lucia Guderzo, Fondazione Vite Vere e la Fondazione per la Terapia Cellulare del Diabete. La partecipazione congiunta di imprese, enti e fondazioni ha riaffermato il valore sociale e culturale di Caseus, un evento che celebra l'eccellenza lattiero-casearia italiana come patrimonio condiviso da valorizzare in modo responsabile.



GranTerre ancora protagonista di Mortadella, Please!

Nel 2025 GranTerre ha rinnovato il proprio impegno nella valorizzazione del territorio partecipando attivamente a *Mortadella, Please!*, la manifestazione dedicata alla mortadella organizzata dal Comune di Zola Predosa. L'evento, che si è svolto dal 10 al 13 ottobre, ha registrato oltre 20.000 visitatori in quattro giorni, confermandosi come un appuntamento di grande richiamo per la comunità locale e per i numerosi appassionati. Lo stabilimento Alcisa ha accolto più di 600 persone in visita, offrendo l'opportunità di scoprire da vicino il processo produttivo e l'impegno di GranTerre verso qualità, sicurezza e trasparenza. La collaborazione con il Comune, la Pro Loco e gli operatori del territorio ha contribuito al successo della manifestazione, come riconosciuto anche dalla lettera ufficiale di ringraziamento dell'Amministrazione comunale, che ha sottolineato il ruolo di GranTerre nella promozione di un'eccellenza gastronomica simbolo della cultura emiliana.

*Mortadella,
Please!*

SpeckFest 2025: Senfter protagonista

Anche nel 2025 GranTerre, con il brand Senfter, ha rinnovato la propria presenza allo SpeckFest, la tradizionale festa dedicata allo Speck Alto Adige IGP che si svolge ogni anno sul Plan de Corones. L'edizione del 27 e 28 settembre ha rappresentato un momento significativo di incontro con il territorio, la comunità locale e gli amanti dei prodotti tipici dell'Alto Adige con degustazioni, occasioni di dialogo e momenti di approfondimento sulla cultura produttiva altoatesina. In un contesto autentico e immerso nella natura delle Dolomiti, l'azienda ha potuto raccontare il proprio impegno nella tutela della tradizione dello Speck Alto Adige IGP. Lo SpeckFest rappresenta inoltre un esempio virtuoso di evento che unisce valorizzazione del territorio e solidarietà: per ogni visitatore presente nella giornata di sabato, il Consorzio Tutela Speck Alto Adige ha devoluto 1 euro all'iniziativa benefica "L'Alto Adige aiuta", contribuendo a sostenere progetti sociali locali.





GRANTERRE: L'IMPEGNO NEI TERRITORI A SOSTEGNO DI IDENTITÀ, CULTURA E COMUNITÀ

Nel 2025 GranTerre ha rinnovato il proprio sostegno alle iniziative culturali e civiche che custodiscono memoria, identità e ricchezza dei territori in cui opera. La sponsorizzazione a eventi storici e radicati come ReOlio di Reggello, che celebra la tradizione dell'olio extravergine e racconta l'eccellenza agricola locale attraverso degustazioni, incontri ed esperienze culturali, si affianca al supporto verso iniziative dal forte valore simbolico e comunitario, come le celebrazioni modenesi per l'80° anniversario della Liberazione, un articolato programma di cerimonie, spettacoli e momenti di riflessione dedicati ai valori della Resistenza e della democrazia. A queste realtà si aggiunge il contributo al Festival Internazionale di Santa Fiora, che ogni anno porta musica, teatro e arte nel cuore del Monte Amiata, rafforzando il dialogo tra cultura e territorio. Insieme, queste iniziative mostrano l'impegno costante di GranTerre nel promuovere benessere sociale, partecipazione e memoria condivisa, sostenendo la crescita delle comunità vicine ai propri stabilimenti e valorizzando quelle tradizioni che rendono i territori luoghi vivi, attrattivi e consapevoli delle proprie radici.



**ECCELLENZA
E QUALITÀ
DEI PRODOTTI**

Aree d'impegno

Sviluppiamo e innoviamo i nostri prodotti per rispondere all'evoluzione delle esigenze di consumatori e clienti.

Adottiamo sistemi e procedure finalizzati ad assicurare elevati livelli di qualità, sicurezza alimentare e tracciabilità lungo la filiera.

Temi materiali



Eccellenza e qualità dei prodotti per la soddisfazione e la sicurezza di clienti e consumatori finali

Valori cooperativi



TRASPARENZA



**RESPONSABILITÀ
SOCIALE**

SDGs



L'impegno quotidiano di GranTerre è nell'offrire a clienti e consumatori salumi, formaggi e soluzioni gastronomiche innovative che rappresentano l'eccellenza del patrimonio alimentare italiano, frutto dell'incontro tra saper fare, territorio e innovazione. La qualità è il principio guida, tanto nella scelta delle materie prime quanto nel controllo dei processi, orientati al miglioramento continuo. L'innovazione e l'impegno in ricerca & sviluppo rivestono un ruolo decisivo permettendo di anticipare le esigenze dei consumatori, migliorare performance e sicurezza dei prodotti favorire lo sviluppo tecnologico negli stabilimenti.

Fin dall'inizio del suo percorso come Gruppo, GranTerre ha fissato un obiettivo chiaro e ambizioso: diventare il polo dell'eccellenza gastronomica italiana nei salumi e nei formaggi, rafforzando la propria leadership e promuovendo qualità, tradizione e cultura alimentare italiana nel Mondo.

Il percorso che porta all'eccellenza dei prodotti GranTerre inizia dalle materie prime, selezionate con cura e monitorate lungo tutto il processo produttivo, e prosegue negli stabilimenti, dove tecnologie avanzate e controlli rigorosi permettono di garantire standard elevati di sicurezza alimentare. Le attività di ricerca e sviluppo (R&S) rappresentano il motore del miglioramento continuo: GranTerre lavora su ricette, prodotti e nuove soluzioni per anticipare e rispondere alle esigenze dei consumatori e offrire risposte sempre più efficaci ai clienti. Le numerose certificazioni di qualità e sicurezza alimentare testimoniano la solidità del presidio dell'azienda e il valore di un approccio che integra tradizione, innovazione e responsabilità industriale.

Questi principi - radicamento nel territorio, qualità delle materie prime, innovazione costante e attenzione alla sicurezza alimentare - costituiscono i pilastri che guidano le scelte aziendali e sono l'impegno quotidiano di GranTerre.

L'APPROCCIO GRANTERRE

TERRITORIO



Radicamento nei territori d'origine e valorizzazione dei prodotti della tradizione

INNOVAZIONE



R&S su prodotti e ricette, supportata da tecnologie avanzate e processi produttivi all'avanguardia

QUALITÀ DELLA MATERIA PRIMA



Controlli accurati e costanti sulle materie prime lungo tutto il processo produttivo

SICUREZZA ALIMENTARE



Rispetto rigoroso degli standard igienico-sanitari in ogni fase del processo produttivo.

La cucina italiana è Patrimonio UNESCO: un orgoglio che parla anche di salumi e formaggi

Il 10 dicembre 2025 la cucina italiana è stata ufficialmente proclamata Patrimonio culturale immateriale dell'Umanità dall'UNESCO, un riconoscimento storico: per la prima volta viene celebrata non una singola pratica gastronomica, ma l'intera tradizione culinaria di un Paese.

La candidatura, dal titolo *“La Cucina Italiana, tra sostenibilità e diversità bioculturale”*, valorizza i saperi, i rituali, la convivialità e la creatività che rappresentano il modo di vivere il cibo in Italia. Non si parla solo di ricette, ma di gesti quotidiani tramandati di generazione in generazione, del rispetto per le materie prime e della biodiversità che caratterizza il nostro territorio nazionale. Il valore culturale della cucina italiana, sottolineato dall'UNESCO, risiede nella sua capacità di unire comunità diverse, promuovere sostenibilità e raccontare la ricchezza dei territori. Insieme alla Dieta Mediterranea oggi la cucina italiana entra a pieno titolo tra gli elementi che rappresentano l'identità culturale del Paese.



Tra i pilastri riconosciuti alla base della tradizione italiana ci sono la qualità delle materie prime, il legame con i territori e la capacità artigianale delle nostre filiere. In questo scenario, salumi e formaggi rappresentano un capitolo fondamentale dell'identità gastronomica nazionale, simboli di saperi antichi, tradizione e cultura del gusto.

I salumi e formaggi DOP e IGP incarnano pienamente i valori riconosciuti dall'UNESCO: *territorialità*, perché ogni prodotto nasce da una relazione profonda con il territorio e le sue tradizioni; *saper fare*, perché sono frutto di tecniche consolidate tramandate nel tempo, valorizzando le competenze delle persone; *cultura della convivialità*, perché sono protagonisti naturali della tavola e delle occasioni di condivisione.

Questo riconoscimento è un volano per tutto il comparto agroalimentare italiano, chiamato oggi più che mai a mantenere standard elevati e valorizzare la propria identità. Per GranTerre significa continuare a difendere la qualità e autenticità dei nostri salumi e formaggi, trasmettere la cultura italiana del buon cibo attraverso i nostri prodotti, impegnarci in percorsi di sostenibilità, innovazione responsabile e tutela delle tradizioni.

GUARDA IL VIDEO



PER APPROFONDIRE



5.1 L'ECCELLENZA DEI PRODOTTI

GranTerre si posiziona oggi come riferimento nel mercato delle eccellenze dei salumi e dei formaggi duri, con un portafoglio che comprende 11 DOP e 7 IGP. I prodotti dell'azienda, esportati a livello globale, rappresentano in maniera autentica il Made in Italy nel Mondo e contribuiscono alla valorizzazione delle produzioni agricole e dei territori di origine italiani. Con oltre 220 milioni di confezioni all'anno sul mercato e 17 milioni di famiglie italiane che acquistano i prodotti GranTerre¹, l'azienda conferma il proprio ruolo di player primario nel settore.

Tra le sue produzioni di eccellenza GranTerre annovera ad oggi 11 prodotti DOP e 7 IGP.²



Il valore strategico della DOP economy

La *DOP Economy*³ rappresenta oggi una delle componenti più dinamiche, solide e identitarie dell'agroalimentare italiano. Le analisi più recenti evidenziano una crescita strutturale che attraversa tutte le filiere, con un impatto economico, territoriale e occupazionale significativo. Il valore complessivo della DOP Economy raggiunge nel 2024 20,7 miliardi di euro, in aumento del 25% rispetto al 2020 e pari al 19% del fatturato agroalimentare nazionale. Il comparto del cibo DOP-IGP, che include formaggi, salumi, oli, ortofruttili e altri prodotti tradizionali, supera 9,6 miliardi di euro (+7,7% in un anno)⁴. Il valore delle produzioni DOP e IGP deriva dal legame imprescindibile con i territori di origine, dalle materie prime selezionate e dai metodi di lavorazione regolamentati e tramandati nel tempo. Queste certificazioni garantiscono non solo tracciabilità e autenticità, ma anche un significativo valore in termini di sostenibilità ambientale, economica e sociale: valorizzano la biodiversità e i territori rurali, sostengono le filiere agricole locali, preservano tradizioni produttive e contribuiscono allo sviluppo delle comunità, anche grazie alla capacità di generare valore stabile in contesti di crisi, sostengono export e occupazione.

¹ Fonte: Nexsplor / CPS e Market Track Nielsen AT maggio 2025.

² I prodotti IGP sono 7, ma i loghi 6 in quanto zampone e cotechino di Modena sono presidiati da un consorzio unico.

³ La DOP Economy è l'insieme del valore economico generato dalle filiere agroalimentari italiane a qualità certificata, cioè dai prodotti tutelati con DOP - Denominazione di Origine Protetta, IGP - Indicazione Geografica Protetta, STG - Specialità Tradizionale Garantita.

⁴ Fonte: Rapporto ISMEA-Qualità 2025

DIETA MEDITERRANEA E CULTURA DEL CIBO: L'IMPEGNO COOPERATIVO E IL MODELLO GRANTERRE

Il Manifesto cooperativo di Legacoop della Dieta Mediterranea - promosso nel 2025 - nasce per affermare il cibo come diritto umano universale e per valorizzare un modello alimentare che non è solo nutrizione, ma stile di vita, cultura, biodiversità, equilibrio e inclusione sociale. La Dieta Mediterranea viene presentata come alleanza tra comunità, natura e territori, capace di generare benessere, tutela delle eccellenze locali, giustizia sociale e partecipazione consapevole di produttori e consumatori lungo un'intera filiera etica "dal campo alla tavola".

In questa cornice, i salumi e i formaggi assumono un ruolo che va oltre il valore alimentare: sono prodotti culturali, carichi di relazione, memoria, identità e convivialità. Rappresentano la forza di una filiera che mantiene vivo il legame con i territori, con i saperi tradizionali e con il valore umano del lavoro, offrendo autenticità e trasparenza nel panorama alimentare contemporaneo. In questo scenario, GranTerre si conferma un riferimento nazionale con il proprio paniere di eccellenze tra salumi e formaggi stagionati, incarnando in modo concreto la qualità certificata e il radicamento territoriale che la Dieta Mediterranea valorizza e promuove.

Scopri il Manifesto della dieta mediterranea di Legacoop



PARMAREGGIO: LA PRIMA MARCA DEL PARMIGIANO REGGIANO

Parmareggio rappresenta oggi la prima marca del Parmigiano Reggiano, un risultato costruito attraverso una strategia che - dal 2006 - ha saputo coniugare qualità, distintività e capacità comunicativa. Grazie a un posizionamento chiaro e autorevole, il brand ha reso più accessibile e riconoscibile un prodotto d'eccellenza tradizionalmente percepito come complesso, trasformandolo in un'esperienza quotidiana e contemporanea. L'attenzione alla qualità certificata, l'investimento in formati innovativi e in soluzioni di servizio, insieme a un linguaggio di marca coerente e unico, hanno permesso a Parmareggio di creare un legame forte con il consumatore, diventando un punto di riferimento nel mondo dei formaggi stagionati. Attraverso questa combinazione di tradizione, fiducia e modernità, il marchio si è affermato con sempre maggiore forza, contribuendo a valorizzare e a diffondere nel mondo un simbolo autentico della cultura gastronomica italiana. La strategia di Parmareggio si sviluppa oggi in diversi segmenti: il Parmigiano Reggiano come condimento (grattugiato), utilizzato come alimento (pezzi, snack e merende) o utilizzato come base per la creazione di nuovi prodotti (robiola, formaggini e fettine, burger) e infine burro e mascarpone, i prodotti derivanti dalle materie prime provenienti dai caseifici emiliani, selezionate e garantite da Parmareggio.



IDENTITÀ E QUALITÀ GRANTERRE VERSO I MERCATI ESTERI

I FORMAGGI PARMAREGGIO E AGRIFORM PER L'ESTERO

Parmareggio e Agriform sono i due marchi storici attraverso cui GranTerre porta sulle tavole di tutto il mondo le proprie eccellenze casearie, in particolare Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Piave e Asiago, Pecorino. In questa direzione, gli obiettivi strategici puntano a rafforzare la presenza internazionale del Gruppo mediante un'immagine coordinata, unitaria e immediatamente riconoscibile, consolidando al contempo l'identità di GranTerre come principale ambasciatore dell'eccellenza gastronomica italiana. La crescita si fonda inoltre su valori chiave quali tradizione, innovazione tecnologica e sostenibilità ambientale e sociale. Per sostenere l'espansione globale, è stato pianificato un restyling del packaging a partire dalla primavera 2026, che introduce il logo GranTerre in maniera trasversale alle linee destinate ai mercati esteri. Il nuovo sistema di packaging, uniforme e riconoscibile, integra infatti l'identità GranTerre all'interno delle gamme Parmareggio e Agriform, rafforzando la fiducia del consumatore e l'impatto visivo a scaffale. La segmentazione dell'offerta sarà chiara: GranTerre Parmareggio rimarrà dedicato esclusivamente al Parmigiano Reggiano e ai prodotti di filiera, mentre GranTerre Agriform identificherà tutti gli altri formaggi DOP, tra cui Grana Padano, Asiago e Pecorino Romano.

LA NUOVA VESTE GRAFICA DEI PACKAGING PER I MERCATI ESTERI DEI FORMAGGI GRANTERRE PARMAREGGIO E AGRIFORM



I SALUMI GRANTERRE PER L'ESTERO

Il restyling grafico della gamma di salumi affettati dedicata ai mercati internazionali ha segnato, ad aprile 2025, l'esordio del logo GranTerre sugli scaffali dei supermercati europei, entrando per la prima volta nelle case dei consumatori stranieri. Il progetto ha voluto valorizzare la notorietà e l'italianità del marchio Casa Modena, già consolidate in alcuni dei principali mercati, integrandolo nel sistema identitario di Gruppo. La nuova veste grafica introduce gli elementi visivi trasversali che caratterizzano la comunicazione di GranTerre, rafforzando la coerenza dell'immagine lungo tutte le gamme e trasmettendo i valori del Gruppo anche nel segmento dei salumi.

LA NUOVA VESTE GRAFICA DEI PACKAGING PER I MERCATI ESTERI DEI SALUMI GRANTERRE CASA MODENA



IL PECORINO GRANTERRE - CAO PER BANCO TAGLIO, RISTORAZIONE E GASTRONOMIE

Dal 2024 il paniere DOP GranTerre comprende anche Pecorino Romano, Pecorino Sardo Dolce e Maturo, grazie all'accordo con CAO Formaggi, la principale cooperativa sarda del latte ovino. Questa alleanza cooperativa mira a valorizzare l'intera filiera lattiero-casearia e a rafforzare la presenza del Pecorino Romano DOP sui mercati esteri, dove la domanda di formaggi italiani è in forte crescita. A marzo 2025 la collaborazione ha portato alla creazione di una gamma completa e diversificata di pecorini a marchio GranTerre CAO, frutto dell'esperienza casearia sarda e della forza commerciale del Gruppo GranTerre. L'assortimento comprende 3 DOP di riferimento - il Pecorino Romano, il Pecorino Sardo Dolce e Maturo - ma anche specialità territoriali come Pastore Sardo, Dolce Sardegna, Bonassai, varianti aromatiche come il Pecorino al Peperoncino, al tartufo e al pepe e una versione caratterizzata da lunga stagionatura, il Gran CAO. La gamma è stata progettata per dialogare con molteplici canali: banco taglio, ristorazione, gastronomie. In ogni prodotto della gamma GranTerre CAO si ritrova la forza di una filiera cooperativa, il valore del territorio sardo e l'impegno condiviso nel portare avanti una visione comune: far crescere il mondo dei pecorini italiani e renderlo protagonista, in Italia e all'estero.



IL VALORE DEL MARCHIO SENFTER

Il marchio Senfter rappresenta un asset fondamentale all'interno della strategia di sviluppo di GranTerre, grazie alla sua forte identità territoriale e alla leadership nel segmento dei prodotti altoatesini. Radicato in Alto Adige da oltre 160 anni, Senfter porta avanti una tradizione salumiera storica, basata su cura artigianale, selezione rigorosa delle materie prime e capacità di innovare rimanendo fedele al proprio DNA. Questo patrimonio lo rende oggi un punto di riferimento riconosciuto nel mercato dello speck sia nel banco taglio che nel libero servizio, e un marchio perfettamente coerente con i valori identitari di GranTerre. Oltre allo speck - intero, affettato e in cubetti - tra le referenze simbolo figurano praga, speck cotto, stinco e wuerstel tipici. All'interno della visione strategica del Gruppo, Senfter è identificato come un pilastro del sistema marche, complementare ai marchi guida Parmareggio e Parmacotto. Come evidenziato, la sua forza risiede nella competenza territoriale specifica, nella reputazione consolidata e nella capacità di presidiare segmenti ad alta distintività.

Per questo Senfter è oggi al centro di un processo di rifocalizzazione strategica volto a espandere e innovare la gamma, in linea con le tendenze di consumo e con le opportunità di sviluppo in Italia e all'estero. Le attività del gruppo di lavoro dedicato si focalizzano sull'ampliamento della gamma a partire dalle categorie più iconiche, come lo speck, sviluppando anche nuovi concept ad alto potenziale, e soluzioni di consumo innovative pensate per intercettare lifestyle contemporanei.

L'evoluzione del marchio è sostenuta da un insieme coerente di attività strategiche che comprendono il riposizionamento e il restyling di gamma, già avviati con i wurstel ora presenti sul mercato, lo sviluppo di progetti di innovazione, una comunicazione pienamente allineata ai valori territoriali del brand, partnership e iniziative di visibilità in territori ad alto valore simbolico - come le attività in ambito sportivo e outdoor - oltre a investimenti mirati in eventi chiave e contenuti multimediali per rafforzare sia l'awareness sia l'ingaggio.

Grazie alla sua identità forte, al radicamento territoriale e alla leadership nelle categorie altoatesine, Senfter non è soltanto un marchio storico e riconosciuto, è un driver strategico di crescita per GranTerre. Il suo potenziale di innovazione e il legame autentico con l'Alto Adige lo rendono un brand capace di creare valore, ampliare il perimetro competitivo del Gruppo, rafforzare il posizionamento di GranTerre come polo dell'eccellenza gastronomica italiana.

GAMMA SENFTER: RESTYLING E SEMPRE MAGGIORE QUALITÀ

Da oltre 160 anni Senfter è sinonimo di speck e rappresenta un punto di riferimento di qualità e tradizione.

Nel comparto del libero servizio, lo Speck Senfter Alto Adige IGP affettato si conferma una delle referenze più riconosciute e apprezzate dai consumatori. Nell'ultimo anno GranTerre ha intrapreso un importante restyling grafico del packaging della vaschetta da 100 grammi, introducendo sul pack un interessante spunto di utilizzo del prodotto volto ad allargare il consumo, con la dicitura "Fette Sottili Sottili", che rafforza la vicinanza dello speck alle modalità di consumo del prosciutto crudo e che viene amplificato dalla campagna di comunicazione del Consorzio Speck Alto Adige IGP.

All'interno del segmento dei cubetti invece, GranTerre ha rilanciato la referenza Senfter Speck Cubetti 2x50g attraverso un importante intervento sia sul prodotto sia sul packaging. Scegliendo di puntare su un miglioramento qualitativamente significativo è stato introdotto un prodotto senza crosta esterna e con una dimensione del cubetto più piccola e uniforme. Questa scelta consente una maggiore versatilità d'utilizzo, rendendo il prodotto ideale per molteplici occasioni di consumo.

Per la gamma Wurstel Senfter, infine, GranTerre ha investito in un rinnovamento profondo del packaging, soprattutto per la gamma Tipici, lavorando sulla struttura, sulla grafica e su una fascetta che dona al prodotto una presenza a scaffale più autorevole. Un restyling pensato per comunicare immediatamente un look premium e distintivo. Sono stati integrati in modo più forte l'heritage del brand Senfter e le radici territoriali, costruendo un racconto coerente, riconoscibile, capace di avvicinare il consumatore e farlo sentire parte di una storia autentica, ponendo l'accento sui valori e sul saper fare. Attraverso un packaging più narrativo e trasparente, GranTerre vuole comunicare non soltanto le caratteristiche del prodotto - dalla scelta delle materie prime ai processi produttivi - ma anche i valori che guidano il nostro modo di lavorare.



PROMUOVERE EDUCAZIONE ALIMENTARE E STILI DI VITA CORRETTI: PARTNERSHIP E COLLABORAZIONI

La corretta alimentazione rappresenta un tema centrale per GranTerre, soprattutto nello sviluppo di nuovi prodotti pensati per target specifici come bambini, ragazzi e sportivi.

Grazie alla collaborazione con il dott. Giorgio Donegani, esperto di nutrizione, sui siti di Parmareggio e GranTerre vengono messi a disposizione contenuti informativi e consigli pratici sulle buone abitudini alimentari e su come adottare uno stile di vita sano.

L'impegno del Gruppo si estende inoltre alla realizzazione di progetti in partnership con istituzioni ed enti privati, con l'obiettivo di promuovere — in particolare tra i giovani — una cultura dell'alimentazione equilibrata e del benessere. Tra le iniziative più significative rientrano la collaborazione come Nutrition Partner delle squadre giovanili del Modena Calcio e il progetto Scuola-Sport sviluppato insieme al Comune di Modena.

Dal 2023 GranTerre è Nutrition Partner del settore giovanile del Modena F.C.

La collaborazione tra GranTerre e il settore giovanile del Modena F.C. unisce educazione alimentare e sostegno concreto alle attività sportive. L'accordo prevede l'inserimento dell'ABC e Snack&Vai GranTerre nei momenti di pausa dei ragazzi pre e post-partita, nei lunch box per le trasferte e durante gli eventi organizzati dal club. In parallelo, attraverso i canali del Modena F.C., sono disponibili per gli atleti e famiglie le pillole di nutrizione e consigli per una merenda sana all'interno di una dieta equilibrata e di corretti stili di vita. I contenuti sono stati sviluppati in collaborazione con il dott. Giorgio Donegani, esperto di alimentazione e nutrizione, per garantire informazioni autorevoli e facilmente applicabili nella quotidianità sportiva.

Collaborazione rinnovata con la Scuola di Pallavolo Anderlini

Rinnovata la collaborazione con la Scuola di Pallavolo F. Anderlini, storica società modenese punto di riferimento per la pallavolo giovanile e la scoperta di nuovi talenti. Parmareggio, come partner ufficiale, è presente con il logo sulle maglie delle squadre femminili di eccellenza (Serie B1 e Serie D) e su quelle dei ragazzi e delle ragazze del progetto Arcobaleno, iniziativa legata all'autismo in collaborazione con la Neuropsichiatria di Modena. L'ABC della merenda diventa protagonista dei tornei ed eventi stagionali e la partnership è raccontata sui canali ufficiali della società, con una rubrica dedicata alla sana alimentazione sull'Anderlini Volley Blog.

GranTerre a fianco del Comune di Modena con il progetto Scuola- Sport

Scuola-Sport è il programma dedicato alle bambine e ai bambini delle scuole primarie del Comune di Modena che porta l'attività motoria qualificata direttamente in classe, grazie a un lavoro congiunto tra Comune di Modena, Ufficio scolastico provinciale, CONI Point Modena, AICS, CSI, UISP, istituti comprensivi, associazioni sportive, Fondazione Cassa di Risparmio di Modena, Conad, GranTerre e Università di Modena e Reggio Emilia. Gli insegnanti, affiancati da esperti, progettano e incentivano percorsi in palestra per aiutare ogni alunno a scoprire lo sport più adatto a interessi e attitudini. GranTerre sostiene l'iniziativa con i marchi Parmareggio e L'ABC della merenda: i Topolini Parmareggio sono protagonisti nei materiali educativi "Attivo - Il quaderno in movimento" e "Io gioco corretto", distribuiti nelle scuole e durante la Festa Scuola-Sport, momento finale di condivisione e divertimento. È inoltre attivo il sito Scuola-Sport, riservato a docenti e collaboratori scolastici, con contenuti su corrette pratiche sportive ed educazione alimentare; tra questi, un contributo Parmareggio a cura del dott. Giorgio Donegani - esperto di nutrizione - sull'importanza della merenda in una dieta equilibrata e su come adottare stili di vita sani tra scuola, sport e tempo libero.



FIERE ED EVENTI DI SETTORE: QUALITÀ E AUTENTICITÀ IN VETRINA

GranTerre considera le fiere un momento strategico per incontrare clienti e partner, raccontare la propria passione, il saper fare e le tradizioni che rendono unici i suoi prodotti, e presentare le innovazioni di gamma. Con una veste espositiva rinnovata e coerente con il posizionamento del brand – GranTerre è il tagliere delle grandi bontà, luogo d’incontro delle eccellenze gastronomiche italiane di formaggi e salumi – le manifestazioni fieristiche diventano una vetrina privilegiata per valorizzare qualità, territorio e autenticità.

Nel 2025 GranTerre ha partecipato alle principali fiere di settore in Italia e all'estero: in Italia **Marca (Bologna)**, **Tuttofood (Milano)** **B2Cheese (Bergamo)**; all'estero **Sirha (Lione)**, **PLMA (Amsterdam)**, **Summer Fancy Food (New York)**.



GranTerre protagonista a New York con House of Made in Italy

GranTerre è partner ufficiale di House of Made in Italy, il progetto firmato I Love Italian Food e Columbus Citizens Foundation, realizzato con il patrocinio di ITA - Italian Trade Agency e il supporto di Coldiretti e Filiera Italia. Un'iniziativa che celebra la cultura italiana negli Stati Uniti, nel cuore di Manhattan. Inaugurata durante il Summer Fancy Food, all'interno della Columbus Citizens Foundation, la House sarà per un anno il palcoscenico di eventi, talk e degustazioni che racconteranno l'eccellenza del Made in Italy.

5.2 QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE⁵

La qualità e l'eccellenza dei prodotti rappresentano il fulcro dell'impegno di GranTerre, che adotta sistemi di controllo e verifiche per garantire i più alti standard.

Nel 2025 GranTerre ha ulteriormente rafforzato politiche, procedure e progetti volti al presidio di qualità e sicurezza alimentare, fondamentali per garantire ai clienti e ai consumatori prodotti affidabili e di eccellenza. Ogni fase del processo produttivo, a partire dalle materie prime, viene presidiata attraverso un sistema strutturato di controlli, analisi e verifiche ispettive che permette di monitorare con rigore la conformità dei processi e dei prodotti. L'impegno quotidiano del team qualità, supportato da tecnologie avanzate e da procedure certificate, si traduce in un approccio preventivo e trasparente, volto a tutelare la salute dei consumatori, rafforzare la fiducia nei nostri marchi e promuovere un miglioramento continuo delle performance aziendali.

La Politica per la Qualità

Nel percorso di miglioramento continuo di GranTerre è stata aggiornata e uniformata a livello di Gruppo la Politica per la Qualità: un documento che consolida i valori GranTerre - dal legame con la tradizione alle tecnologie più avanzate, dal rispetto dell'ambiente alla centralità delle persone - e li traduce in responsabilità precise: realizzare prodotti sicuri e di qualità, operare in conformità alle normative, prevenire i rischi lungo la catena di approvvigionamento, investire nelle competenze, adottare sistemi di gestione certificati, contribuire alla sostenibilità dei territori e promuovere, a tutti i livelli, una cultura condivisa della qualità e della sicurezza alimentare.



**SCOPRI LA POLITICA
PER LA QUALITÀ DI GRANTERRE**



SICUREZZA ALIMENTARE: IL PROGETTO RIVOLTO AI DIPENDENTI PER PROMUOVERE SEMPRE MAGGIORE CONSAPEVOLEZZA

Nel 2025 la Direzione Qualità - con il supporto della Direzione HR - ha avviato un ambizioso progetto finalizzato a promuovere in azienda, a tutti i livelli, una sempre maggiore cultura sulla sicurezza alimentare. Dopo la diffusione interna della Politica per la Qualità di Gruppo - tramite mail e bacheche - è stato somministrato un questionario volontario e completamente anonimo relativo alla Cultura sulla Sicurezza Alimentare. L'iniziativa garantisce innanzitutto il rispetto dei requisiti previsti dalla vigente normativa in materia, e supporta inoltre l'azienda nel valutare l'efficacia delle attività di formazione e informazione, identificare eventuali aree di miglioramento, rafforzare la cultura e la consapevolezza interna sulla Sicurezza Alimentare.



⁵ Tutti i contenuti presentati nel presente capitolo sono riferiti al perimetro del Gruppo ad esclusione delle nuove entities entrate nel corso del 2025 e di eventuali altre esclusioni, per maggiori dettagli si rimanda alla nota metodologica.

GranTerre, per assicurare standard elevati di qualità e sicurezza alimentare, adotta diverse certificazioni volontarie di prodotto e di processo⁶ e ha sviluppato un sistema di controllo qualità articolato e strutturato in tutti gli stabilimenti. Questo sistema, coordinato dagli uffici Controllo Qualità delle due società del Gruppo, comprende audit sui fornitori, verifiche costanti lungo l'intero processo produttivo e analisi di laboratorio su materie prime, fasi di lavorazione e prodotti finiti. Oltre ai controlli interni e agli audit a campione su fornitori e conferenti, le aziende del Gruppo sono oggetto di numerose verifiche da parte di clienti, enti di certificazione ed enti di controllo.

SISTEMA QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

CASEIFICI GRANTERRE	SALUMIFICI GRANTERRE
La qualità delle forme ricevute è garantita dai Consorzi delle DOP, che certificano le proprietà organolettiche e le caratteristiche tipiche dei prodotti a denominazione di origine protetta. A ciò si aggiungono verifiche dedicate alle operazioni di carico e scarico, volte a garantire l'integrità merceologica delle forme. Ulteriori controlli riguardano le caratteristiche organolettiche, per valutare l'idoneità alla lavorazione, insieme a monitoraggi costanti durante tutte le fasi di lavorazione e semi-lavorazione. Tutti questi controlli confluiscono in un codice a barre applicato sul prodotto, che riporta anche le condizioni igienico-sanitarie del mezzo di trasporto utilizzato per la consegna.	Salumifici GranTerre effettua un'ampia gamma di analisi su materie prime, semilavorati, ambienti produttivi, materiali di imballaggio e prodotto finito. Per lo svolgimento dei controlli si avvale anche di un laboratorio interno accreditato UNI CEI EN ISO/IEC 17025-2018, situato presso la sede di Modena. L'azienda dispone inoltre di moderne sale di affettamento, con accesso controllato e ricircolo forzato di aria superfiltrata in sovrappressione. Tra queste, figurano 12 linee dedicate ai salumi cotti, le cosiddette "camere bianche", progettate per minimizzare la contaminazione ambientale. Grazie a queste misure, vengono create condizioni ottimali per preservare le caratteristiche organolettiche dei prodotti confezionati, garantendone una migliore conservabilità.

Per garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti, le aziende del Gruppo hanno effettuato circa 250 mila controlli analitici e sono stati inoltre eseguiti controlli da parte degli enti ufficiali su 2.299 prodotti appartenenti alle diverse categorie merceologiche del Gruppo, in continuità con l'anno precedente. Nel 2025 per Salumifici GranTerre si è verificato un caso di richiamo di prodotto a marchio del distributore a seguito di analisi in autocontrollo.

I CONTROLLI INTERNI ED ESTERNI SU MATERIE PRIME E PRODUZIONE

	Audit su fornitori	Controlli analitici interni (autocontrollo)	Controlli DOP-IGP7	Altri controlli esterni (ispezioni in stabilimento e audit di terza parte) ⁸
Caseifici GranTerre	3	180328	972	57
Salumifici GranTerre	40	69000	833	776

L'etichetta rappresenta lo strumento attraverso cui GranTerre comunica con trasparenza il proprio impegno per la qualità, accompagnando il consumatore verso scelte consapevoli. Il Gruppo attribuisce grande importanza alla chiarezza e completezza delle informazioni presenti sulle confezioni dei prodotti a marchio, collaborando allo stesso tempo con i clienti per assicurare lo stesso livello di trasparenza anche per le private label. Nel rispetto delle normative, le etichette riportano informazioni su tracciabilità, origine delle materie prime, valori nutrizionali, ingredienti e allergeni normati. Tutte le grafiche e i contenuti vengono verificati e approvati dagli uffici competenti delle due aziende del Gruppo, mentre in fase di confezionamento è controllata la corrispondenza dell'etichetta a ogni lotto di produzione. Nel 2025 si è verificato un episodio di non conformità in materia di etichettatura, nello specifico una segnalazione di peso non corretto su una referenza salumi.

Nel triennio considerato, il Gruppo non ha registrato alcuna non conformità rispetto alle normative o ai codici di autoregolamentazione relativi alle comunicazioni di marketing, incluse pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni.

6 Si rimanda all'appendice per il dettaglio delle certificazioni del Gruppo.
7 Il progetto di sorveglianza DOP riguarda le attività di controllo poste in essere dagli enti ufficiali incaricati dal ministero competente sul rispetto dei disciplinari di produzione.
8 Il riferimento è a: audit per certificazioni qualità e sicurezza alimentare, audit da clienti, ispezioni in stabilimento operati in particolare da servizio veterinario, NAS (Carabinieri Nucleo Anti-sostituzione Sanità), ASL.

LE SOLUZIONI DIGITALI AVANZATE PER LA GESTIONE DELLA QUALITÀ

GranTerre utilizza soluzioni digitali avanzate per la gestione della qualità e dei dati di prodotto per garantire tracciabilità e controllo qualità lungo tutta la filiera. In particolare:

- Soluzioni .PIM di Aton: GranTerre ha adottato la piattaforma .PIM (Product Information Management) sviluppata da Aton per centralizzare, arricchire e distribuire i dati di prodotto. Questa soluzione dialoga direttamente con SAP, permettendo un controllo capillare, dalla scheda tecnica alla gestione del packaging e alla tracciabilità.
- Gestione Qualità Integrata: i sistemi informativi in uso supportano le aziende del gruppo nel rispettare elevati standard igienici e di produzione, fondamentale per la gestione dei reclami e delle non conformità.
- Tracciabilità e Reclami: il sistema permette di gestire le informazioni in modo strutturato per la tracciabilità, inclusa quella relativa al consumatore finale.
- Supporto ai Consumatori: GranTerre prevede procedure specifiche per la gestione dei reclami e delle segnalazioni, gestite anche attraverso contatti dedicati.



SCOPRI DI PIÙ
SUL PROGETTO



Certificazioni di qualità

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/o IFS sono ottenute per tutti gli stabilimenti produttivi, mentre la base logistica ha la certificazione IFS Logistics e la certificazione per “Prodotto Biologico in transito”. Caseifici GranTerre ha ottenuto la certificazione di prodotto “Biologico” nei 3 stabilimenti.



BRC

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



IFS Food

International Features Standard Food 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.



IFS LOGISTICS

IFS Logistics valuta la qualità e la sicurezza delle attività logistiche e comprende trasporto, stoccaggio, distribuzione, carico e scarico, e supporta l'azienda nel soddisfare le crescenti esigenze di trasparenza e tracciabilità.

SCOPRI TUTTE
LE CERTIFICAZIONI
DI GRANTERRE



5.3 L'APPROCCIO ALL'INNOVAZIONE⁹

GranTerre adotta un approccio integrato all'innovazione e alla ricerca & sviluppo che unisce qualità, sicurezza e sostenibilità. Il lavoro di innovazione viene approcciato valorizzando competenze interne e sinergie tra ricerca & sviluppo, direzione industriale, marketing, sostenibilità, ma anche attivando collaborazioni e partnership con clienti e fornitori strategici e altamente specializzati e con università, esperti e istituti di ricerca con i quali GranTerre collabora per studiare, progettare, realizzare e testare nuovi prodotti e ricette e soluzioni all'avanguardia anche nel packaging.

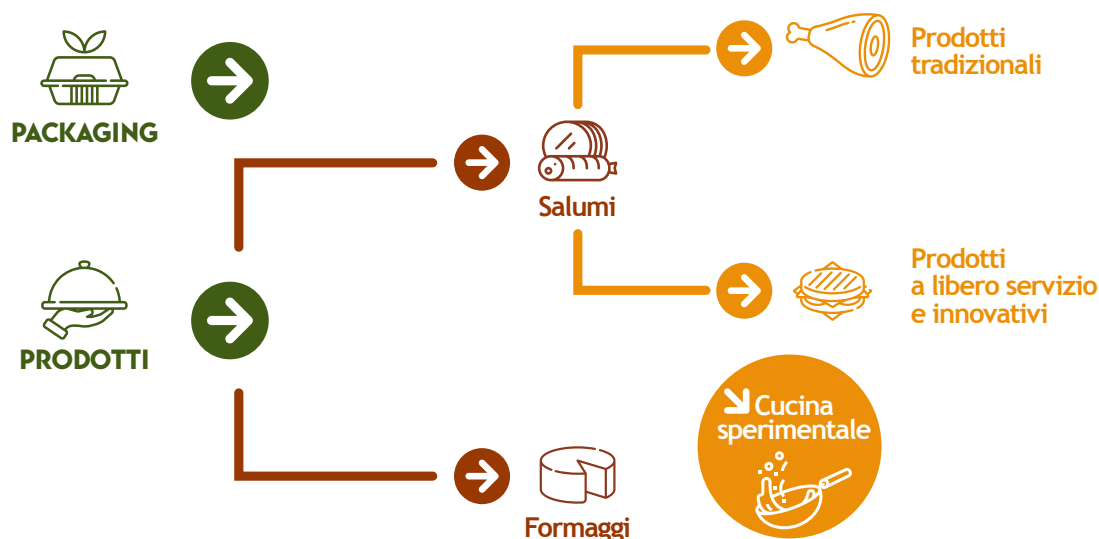
Le direttrici su cui si declina l'attività di R&S del Gruppo sono principalmente l'ottimizzazione dei prodotti, l'innovazione di processo, prodotti innovativi e innovazione del packaging.



Un costante lavoro nell'ottimizzazione dei prodotti porta al miglioramento delle ricette, del profilo nutrizionale, delle caratteristiche sensoriali e della shelf life, per rispondere in modo puntuale alle esigenze dei consumatori e dei clienti. Gli investimenti nell'innovazione di processo introducono metodi produttivi più efficienti e a minor impatto, con attenzione a automazione, risparmio energetico e riduzione degli sprechi. Con l'obiettivo di rendere accessibili a un pubblico ampio alimenti nutrienti e di qualità, GranTerre lavora allo sviluppo di nuovi prodotti innovativi da affiancare a salumi e formaggi DOP e IGP. Acceleriamo inoltre l'innovazione e la sostenibilità del packaging attraverso ecodesign, materiali riciclabili e riciclati, informazioni chiare in etichetta sullo smaltimento.

La Direzione Ricerca & Sviluppo di Gruppo è articolata in due aree di competenza – salumi e formaggi – che operano in stretta sinergia con la Direzione Qualità. In Salumifici GranTerre le attività di R&S sui prodotti sono organizzate in due filoni: uno dedicato ai prodotti tradizionali e uno focalizzato su libero servizio e sui prodotti innovativi. La cucina sperimentale interna supporta i processi di ricerca e sviluppo di Gruppo. Fanno inoltre capo alla Direzione R&S le attività di sviluppo e innovazione sui packaging. Complessivamente, la Direzione R&S conta 15 persone impegnate nelle diverse aree progettuali.

LE AREE DI LAVORO DELLA DIREZIONE R&S



⁹ Tutti i contenuti presentati nel presente capitolo sono riferiti al perimetro del Gruppo ad esclusione delle nuove entities entrate nel corso del 2025 e di eventuali altre esclusioni, per maggiori dettagli si rimanda alla nota metodologica.

Nello sviluppo dei prodotti a marchio GranTerre, il processo prende avvio da un'analisi puntuale delle scelte dei consumatori e delle dinamiche di mercato, con l'obiettivo di soddisfare esigenze e bisogni emergenti di tutte le possibili tipologie di consumatori. I concept vengono messi a punto nella cucina sperimentale interna oppure tramite prove pilota in produzione o in collaborazione con i fornitori. Tutte le nuove idee vengono discusse nei *Product Development Meeting*, tavoli interfunzionali in cui la Direzione R&S presenta e discute le proposte con i vertici delle Direzioni Commerciale, Industriale, Marketing e Sostenibilità, alla presenza dell'Amministratore Delegato.

Per i prodotti a marchio del distributore la spinta all'innovazione arriva dal confronto con i clienti, con i quali le società del Gruppo operano in modo sinergico e proattivo. Un'attenzione specifica è rivolta anche allo sviluppo di gamme destinate ai mercati internazionali: l'obiettivo è trasferire il knowhow e la qualità del Made in Italy calibrando i prodotti sulle diverse abitudini di consumo a livello globale, così da intercettare e soddisfare con efficacia le richieste di clienti e consumatori.

5.3.1 LE ATTIVITÀ DI RICERCA & SVILUPPO

Nel 2025, in linea con gli anni precedenti, le attività di Ricerca & Sviluppo si sono focalizzate sull'ampliamento della gamma dei prodotti tradizionali, sullo sviluppo di soluzioni innovative e sul miglioramento o l'ottimizzazione delle tecnologie produttive.

Le attività di R&S di Caseifici GranTerre si concentrano in particolare sullo sviluppo di nuovi prodotti a base formaggio o con formaggio, oltre che su nuovi formati e soluzioni di packaging per i formaggi DOP, dove i disciplinari di produzione non permettono modifiche ai prodotti. In Salumifici GranTerre le attività di Ricerca & Sviluppo sono invece focalizzate in particolar modo sulle ricette e sullo sviluppo di nuove referenze.

Sui salumi è stato completato già nel 2024 l'adeguamento al nuovo Regolamento (UE) 2023/2108 che rivede i limiti di utilizzo e residuo dei nitrati e dei nitriti, in vigore dal 2025. Va invece avanti il lavoro sul fronte dell'eliminazione dei conservanti: dopo lo sviluppo e la validazione di una referenza di speck e una di salame senza conservanti nel 2023, è stata completata nel 2024 anche la realizzazione di un prosciutto cotto e di una mortadella senza l'utilizzo di nitrito di sodio per le quali sono stati affidati nel 2025 gli incarichi a laboratori accreditati per la validazione tramite challenge test. Ulteriore fronte di lavoro progettuale - avviato già nel 2024 - riguarda l'utilizzo di batteriostatici per il miglioramento della shelf life e l'inibizione dei patogeni su prodotti cotti affettati.

PROGETTI DI PRODOTTO E CAMPIONATURE: I NUMERI 2025

L'impegno nel miglioramento delle ricette nell'ampliamento dell'offerta e di nuove soluzioni anche di packaging determina lo sviluppo di numerosi progetti sperimentali e di campioni destinati alla validazione interna e alle prove di mercato. I risultati quantitativi che seguono riflettono la solidità di questo percorso e la capacità del reparto R&S di trasformare le idee in proposte concrete e testabili.



LA COLLABORAZIONE CON UNIVERSITÀ, CENTRI SPERIMENTALI E ISTITUTI SPECIALIZZATI PER ATTIVITÀ DI R&S

Negli anni la Direzione Ricerca e Sviluppo del Gruppo ha costruito un ampio network di collaborazioni con Università, Centri di ricerca e istituti locali. Dal 2024 Caseifici GranTerre ha avviato un progetto con l'Università di Parma dedicato alla caratterizzazione della frazione volatile del siero di latte generato durante la produzione casearia. Parallelamente, Salumifici GranTerre ha instaurato partnership 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), svolgendo challenge test e validazioni di processo su nuovi prodotti oltre a studi volti a migliorare la stabilizzazione di prodotti già esistenti.

Nell'ottica di ottimizzare la riciclabilità dei propri packaging, la Direzione R&S collabora con laboratori specializzati per ottenere analisi tecniche sui materiali. Il Gruppo mantiene inoltre un dialogo costante con il CONAI, il Consorzio Nazionale Imballaggi, in merito ai temi dell'etichettatura e della valutazione della riciclabilità dei materiali di confezionamento. A sostegno del proprio impegno nello sviluppo di soluzioni di packaging sostenibile, GranTerre è membro dell'Istituto Italiano Imballaggio.

GranTerre tra i protagonisti dell'Hackathon per l'Innovazione 2025 di Talenti@MO

Nel 2025 GranTerre ha rinnovato il proprio impegno a favore dei giovani e dell'innovazione partecipando alla seconda edizione dell'Hackathon per l'Innovazione, un'iniziativa promossa dal progetto Talenti@MO del Comune di Modena e realizzata in collaborazione con Open Lab Srl, ARTER, Camera di Commercio di Modena, Fondazione Democenter-Sipe e Tecnopolo di Modena. L'evento, svoltosi il 16 ottobre presso il Laboratorio Aperto di Modena, ha coinvolto ragazze e ragazzi tra i 18 e i 35 anni in una giornata di lavoro collaborativo dedicata allo sviluppo di soluzioni innovative a sfide reali proposte dalle imprese del territorio. GranTerre ha partecipato come azienda partner, contribuendo con una challenge dedicata a ripensare il consumo dei salumi in chiave contemporanea, con l'obiettivo di stimolare idee nuove in ambito sostenibilità, packaging, abitudini alimentari e modelli di consumo. I nostri tutor aziendali hanno supportato i team nello sviluppo delle loro proposte, offrendo ascolto, confronto e orientamento. La partecipazione ad eventi di questo tipo rappresenta per GranTerre un tassello importante del percorso di collaborazione con il territorio per la valorizzazione dei giovani talenti, la diffusione della cultura dell'innovazione e la ricerca di soluzioni sostenibili per il futuro del settore alimentare. L'iniziativa conferma il nostro impegno nel promuovere ecosistemi aperti dove imprese, istituzioni e nuove generazioni possano co-creare valore condiviso.



PIATTI PRONTI E MERENDE: LE NUOVE PROPOSTE GRANTERRE

LO STINCO CON PATATE: TRADIZIONE TUTTO L'ANNO

GranTerre ha lanciato nel 2025 un nuovo prodotto nel mondo dei precotti che ripropone il classico abbinamento della nostra tradizione lo Stinco con Patate. La proposta si presenta come un piatto completo, che abbina secondo e contorno in un'unica soluzione pronta, allo scopo di proporre al consumatore nuove occasioni di consumo slegate dal periodo delle festività natalizie. Il packaging e la comunicazione sono stati sviluppati per avvicinare il prodotto al mondo dei secondi piatti pronti, superando l'associazione con i precotti stagionali come stinco, zampone e cotechino. Con questo lancio, GranTerre aggiorna la proposta dei precotti in una direzione più attuale, tenendo conto delle richieste di praticità e qualità espresse dai consumatori.



CUBETTI GRANTERRE

Granterre introduce due nuovi progetti nel mercato dei cubetti, che rappresenta il terzo segmento più importante nel libero servizio. Il restyling della linea pancetta punta a valorizzare l'esperienza di consumo, con il marchio Granterre come firma principale del prodotto e il brand Casa Modena a garanzia di qualità e territorialità.

Un'altra novità riguarda il lancio dei cubetti di speck Senfter, pensati per rispondere alla crescente domanda nel segmento dello speck. I nuovi cubetti, piccoli e gustosi, sono pensati per ricette rapide e versatili.

L'ABC DELLA MERENDA: CONTINUA LO SVILUPPO DELLA LINEA CON NUOVE PROPOSTE

Con *L'ABC della merenda* - presentato al mercato per la prima volta nel 2014 - GranTerre ha sviluppato un nuovo formato di merenda pensato come soluzione completa ed equilibrata, in grado di fornire ai ragazzi un apporto bilanciato di vitamine, carboidrati, proteine e grassi, adeguato alle esigenze delle loro attività quotidiane.

Da settembre 2023 *L'ABC della merenda* è diventato un marchio condiviso tra Parmareggio e Teneroni, con l'obiettivo di riunire sotto un'unica identità le proposte rivolte ai bambini. L'offerta comprende oggi diverse referenze, comprese versioni senza glutine e biologiche. Data la rilevanza strategica della linea, lo sviluppo continuerà con la progettazione di nuovi kit e una maggiore valorizzazione dei formaggi e dei salumi del Gruppo, mantenendo un elevato livello di servizio.

Nel 2025 la gamma *L'ABC della merenda* Teneroni è stata ampliata con una nuova proposta che abbina due snack a base di petto di pollo ai cracker Tuc e al tè alla pesca. Tutte le combinazioni della linea sono definite in collaborazione con l'esperto di nutrizione dott. Giorgio Donegani, per assicurare un adeguato equilibrio tra carboidrati, proteine e grassi.

Storie di innovazione: Teneroni e ABC della Merenda

Nel percorso di sviluppo delle aziende che oggi compongono il Gruppo GranTerre, alcuni progetti di prodotto hanno rappresentato momenti di svolta nella capacità di interpretare i bisogni sociali, nutrizionali e organizzativi delle famiglie italiane. Tra questi, due casi esemplari sono i Teneroni e l'ABC della Merenda.

L'innovazione dei Teneroni, lanciati sul mercato circa 25 anni fa, si colloca all'incrocio tra trasformazione alimentare e nuove abitudini domestiche. L'introduzione di questo formato - un prodotto a base di prosciutto cotto proposto in una configurazione inedita rispetto ai consumi tradizionali - ha risposto all'esigenza crescente di semplificare la preparazione dei pasti in contesti familiari e di rendere più accessibili i prodotti della filiera suinicola trasformata.

L'ABC della Merenda nasce nel 2014 con il brand Parmareggio in collaborazione con un esperto in nutrizione, con l'obiettivo di elaborare una merenda che rispondesse in modo equilibrato alle esigenze nutrizionali dei bambini in età scolare, integrando componenti provenienti dalle filiere lattiero-casearie e cerealicole e una bevanda per renderla completa ed equilibrata. L'ABC della Merenda introduce un approccio metodologico basato sulla definizione del corretto apporto energetico e sulla combinazione bilanciata di nutrienti, con un'attenzione specifica alle esigenze delle famiglie in termini di praticità e conservazione.

Teneroni e L'ABC della merenda sono ancora oggi al centro di un continuo progetto di innovazione su nuove referenze e nuovi packaging e rappresentano esempi concreti di come le imprese del Gruppo siano capaci di misurarsi, cogliere e interpretare cambiamenti nei bisogni dei consumatori, traducendoli in soluzioni capaci di integrare sicurezza alimentare, equilibrio nutrizionale e praticità d'uso, in coerenza con le trasformazioni sociali e familiari degli ultimi decenni.



I PREMI AI PRODOTTI E ALL'INNOVAZIONE GRANTERRE



Snack Asiago DOP miglior prodotto FOOD 2025

Il settore degli snack è in continua espansione e riveste un'importanza cruciale per Caseifici GranTerre. L'azienda ha deciso di potenziare la sua offerta in questo ambito, affiancando al Parmigiano Reggiano e al Grana Padano un'altra eccellenza del panorama italiano: l'Asiago stagionato DOP. A Food Match 2025 lo snack Asiago stagionato DOP GranTerre si è aggiudicato il premio Miglior Prodotto Food

PER APPROFONDIRE



Caseifici GranTerre ancora protagonista ai World Cheese Awards 2025

GranTerre è stata tra i protagonisti della 37ª edizione dei World Cheese Awards, la più importante competizione internazionale dedicata ai formaggi, che si è tenuta lo scorso 15 novembre a Berna, in Svizzera. L'evento ha riunito produttori, rivenditori e specialisti del settore caseario da tutto il mondo, con 5.244 formaggi in gara provenienti da 45 Paesi, valutati da una giuria internazionale composta da 265 esperti. In questo contesto di altissimo profilo, l'Italia si è distinta ancora una volta per la qualità della propria produzione, con il Parmigiano Reggiano riconfermato come il formaggio più premiato del concorso.

In questa cornice di eccellenza, i Caseifici della filiera GranTerre hanno conquistato 19 medaglie complessive. Tra i riconoscimenti più prestigiosi spiccano la Medaglia Super Gold al *Parmigiano Reggiano oltre 40 mesi* del Caseificio 4 Madonne e la Medaglia Bronze al *Grana Padano Riserva oltre 20 mesi* del Caseificio Santa Vittoria, cui si affiancano altre 3 Medaglie Gold, 7 Silver e 7 Bronze.

Un plauso speciale va anche ai soci Latteria Sociale di Trissino, premiata con una Medaglia Gold per l'Asiago Stagionato Stravecchio e Lattebusche, che si è aggiudicata una Medaglia Silver per il Piave DOP Vecchio Selezione Oro.



GranTerre premiata al Mondial Du Fromage 2025

Anche nel 2025 GranTerre ha partecipato al Mondial du Fromage, la fiera internazionale dedicata alla filiera dei formaggi, ormai punto di riferimento per i professionisti del settore. Dal 14 al 16 settembre 2025, affinatori, casari, distributori, chef e produttori si sono ritrovati a Tours, Francia, per celebrare tradizione e innovazione nel mondo lattiero-caseario. L'edizione 2025 ha visto la partecipazione di 213 espositori, 4.349 visitatori e 60 nazioni rappresentate, confermando la manifestazione come un'occasione unica per dare visibilità internazionale ai nostri prodotti. Durante la fiera, GranTerre ha preso parte al Concours International Produits, competizione che ha visto la presentazione di 1.900 formaggi valutati da quasi 320 professionisti internazionali. I nostri prodotti hanno ottenuto importanti riconoscimenti: medaglia d'argento per il Grana Padano DOP Agriform e medaglia di bronzo per il Parmigiano Reggiano DOP oltre 30 mesi Parmareggio, il Piave DOP Oro del Tempo e il Pecorino Romano DOP.

RICONOSCIUTI DA
GAMBERO ROSSO
TOP ITALIAN FOOD
2025

*Autentico
gusto Senfter*

**Senfter
SERVELADE**
ORIGINAL SUDTIROL

I würstel **Senfter Savelade**
sono stati **riconosciuti per la qualità e il gusto**
da un panel di esperti del **Gambero Rosso**.

I wurstel savelade e hotdog classico Senfter premiati da Gambero Rosso

I wurstel Savelade e Hotdog classico Senfter sono stati premiati per la qualità e il gusto dalla giuria del Gambero Rosso ed inseriti nella guida Top Italian Food 2025.

La Guida Top Italian Food è il risultato di una ricerca, in diversi settori, volta a scoprire le aziende che attraverso la loro filiera e i loro prodotti offrono eccellenza e qualità, riuscendo a mantenere viva la comunicazione tra tradizione e innovazione. L'obiettivo primario della Guida è la promozione del Made in Italy non solo in Italia ma soprattutto all'estero.



**LA FILIERA
LATTIERO - CASEARIA
E LA CATENA
DI FORNITURA**



Aree d'impegno

Promuoviamo l'adozione di pratiche responsabili nei processi di approvvigionamento.

Sosteniamo lo sviluppo della nostra filiera lattiero-casearia in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità del Gruppo.

Temî materiali



Gestione della catena di fornitura e della filiera



Benessere animale

Valori cooperativi



AUTO-AIUTO



RESPONSABILITÀ



DEMOCRAZIA



UGUAGLIANZA



TRASPARENZA E COLLABORAZIONE



ONESTÀ

SDGs



Una delle specificità di GranTerre è la sua filiera lattiero-casearia cooperativa, che per il Parmigiano Reggiano e il Grana Padano è completa dal pascolo alla tavola. Parallelamente, la catena di fornitura dei salumi, degli ingredienti e dei materiali è articolata e complessa, caratterizzata da relazioni solide con fornitori storici e da nuove collaborazioni orientate all'innovazione di prodotto e di processo. presenta una struttura articolata e diversificata, basata su rapporti consolidati con fornitori storici e su nuove collaborazioni orientate all'innovazione di prodotto e di processo. Alla base della qualità e dell'eccellenza dei prodotti GranTerre vi è un presidio costante dell'intera filiera e la costruzione di relazioni solide e positive con tutti gli attori coinvolti, un impegno che garantisce attenzione alle materie prime e massima affidabilità.

La gestione della filiera e della catena di fornitura rappresenta per GranTerre un elemento strategico per garantire qualità, sicurezza e continuità nelle produzioni. Le attività di approvvigionamento si caratterizzano per la forte specializzazione delle materie prime alimentari - in particolare formaggi e carni - mentre l'acquisto di materiali ausiliari e servizi trasversali, come packaging, logistica, tecnologie e attrezzature professionali, è coordinato in modo centralizzato a livello di Gruppo.

Il parco fornitori è ampio e diversificato, composto da partner storici, soci della filiera lattiero-casearia e nuove realtà con cui sviluppare percorsi di innovazione di prodotto e processo. In questo contesto, GranTerre promuove la costruzione di relazioni solide, basate su trasparenza, collaborazione e responsabilità, elementi indispensabili per assicurare la qualità delle materie prime e la coerenza con gli obiettivi di sostenibilità aziendale.

Attraverso il Piano di Sostenibilità, il Gruppo sta potenziando iniziative dedicate alla filiera lattiero-casearia e alla catena di fornitura, con l'intento di favorire una crescente condivisione di obiettivi ambientali e sociali e di rispondere in modo proattivo all'evoluzione del quadro normativo europeo in materia di rendicontazione e due diligence, favorendo al contempo un approccio più strutturato e orientato alla prevenzione dei rischi ESG correlati.

Il modello GranTerre: governance dei produttori e filiera integrata

Nel caso di GranTerre, il modello distintivo risiede nel fatto che il socio di maggioranza del Gruppo è Consorzio Granterre, che rappresenta la filiera lattiero-casearia. Questo dà origine a un assetto di filiera in cui i rapporti tradizionali vengono invertiti. Non è il produttore a subire le logiche del mercato o le decisioni di un gruppo industriale distante, ma diventa parte integrante della governance e del controllo strategico. Questo ribalta la relazione tradizionale lungo la filiera: il produttore non è più l'anello debole, bensì il proprietario del gruppo alimentare che trasforma, valorizza e commercializza il prodotto. In questo assetto, i vantaggi economici, industriali e reputazionali vengono distribuiti anche a monte, su chi produce, favorendo stabilità, investimenti di lungo periodo e una maggiore attenzione alla qualità e alla sostenibilità. È un modello che rafforza l'intera filiera, perché allinea gli interessi industriali con quelli agricoli, trasformando la fornitura in una relazione di appartenenza e responsabilità condivisa.

Il Codice di Condotta Fornitori GranTerre

Nel 2025 il CDA del Gruppo ha approvato il Codice di Condotta Fornitori, che definisce principi, aspettative e comportamento richiesti alle imprese che collaborano con GranTerre. Lo scopo del Codice è guidare i fornitori nel rispettare standard etici, sociali e ambientali elevati e coerenti con i valori del Gruppo, integrando tali principi nei rapporti commerciali e nelle attività quotidiane. Il Codice intende infatti favorire una collaborazione basata su responsabilità condivisa, trasparenza e miglioramento continuo, riconoscendo il ruolo strategico della catena di fornitura nella costruzione di un futuro più sostenibile. Il contenuto del Codice - che dettaglia principi e valori già contenuti nel Codice Etico del Gruppo - comprende un insieme articolato di impegni, che rappresentano il livello minimo richiesto a tutti i fornitori e che si applicano, ove pertinente, anche ai subfornitori. Gli ambiti coperti includono:

- Legalità e integrità, con l'obbligo di rispettare normative nazionali e internazionali e di adottare pratiche commerciali etiche, trasparenti e prive di corruzione.
- Tutela del lavoro e dei diritti umani, vietando lavoro minorile e forzato e promuovendo condizioni di lavoro sicure, eque e non discriminatorie, in linea con le principali convenzioni internazionali.
- Sostenibilità ambientale, promuovendo la riduzione degli impatti lungo il ciclo produttivo, l'uso responsabile delle risorse, il controllo delle emissioni e l'attenzione alla biodiversità.
- Qualità e sicurezza dei prodotti, con il rispetto di standard nazionali, internazionali e - quando richiesti - ulteriori requisiti GranTerre.
- Responsabilità sociale e contributo positivo alle comunità locali.
- Governance e trasparenza, con possibilità di audit, richieste di evidenze documentali e, ove necessario, piani di miglioramento o interruzione del rapporto in caso di violazioni gravi.

Attraverso la diffusione del Codice - avvenuta ad inizio 2026 - e il dialogo continuo con i suoi partner, GranTerre vuole rafforzare il proprio impegno verso una sempre maggiore sostenibilità lungo la catena del valore e allineamento agli standard internazionali e alle normative europee in materia di due diligence e rendicontazione di sostenibilità.

**SCOPRI IL CODICE
CONDOTTA FORNITORI**



6.1 PRESIDIO E GESTIONE DELLA CATENA DI FORNITURA¹

GranTerre fonda la gestione della propria catena di fornitura sui principi espressi nel Codice di Condotta per i Fornitori, che integra e rafforza i valori del Codice Etico del Gruppo. A tutti i partner commerciali è richiesto il rispetto di principi in materia di legalità, integrità, tutela dei diritti umani, condizioni di lavoro eque, salute e sicurezza, protezione ambientale, qualità e sicurezza dei prodotti, trasparenza lungo l'intera filiera.

Nel processo di aggiornamento del Piano di Sostenibilità 2025-2027 sono state integrate nuove esigenze di presidio dei rischi ESG lungo la catena di fornitura, prevedendo lo sviluppo di un modello di monitoraggio basato su un approccio risk-based. Questo modello permetterà anche una raccolta strutturata dei dati necessari per assicurare la conformità alle più recenti normative europee in materia di sostenibilità.

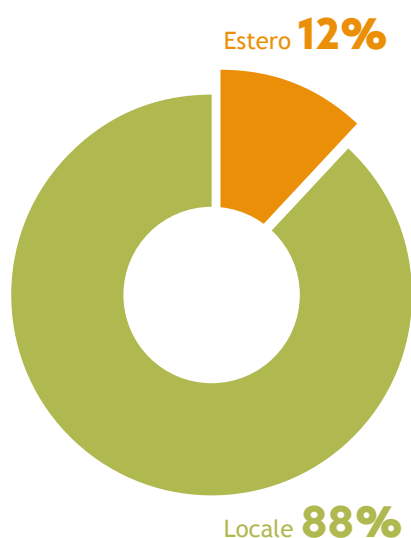
Ad oggi, per assicurare il rispetto degli standard qualitativi richiesti, la Direzione Qualità effettua un monitoraggio periodico delle prestazioni dei fornitori e della permanenza dei requisiti necessari alla loro qualificazione. Nel 2025 sono stati realizzati complessivamente 43 audit in loco da parte degli uffici qualità delle aziende del Gruppo, finalizzati alla verifica dei requisiti dichiarati: 40 condotti da Salumifici GranTerre e 3 da Caseifici GranTerre, che presenta un numero più contenuto di fornitori esterni alla filiera.

Analizzando l'insieme degli acquisti effettuati dalle società del Gruppo nel 2025, sia in Italia che all'estero, emerge che l'88% della spesa è stata destinata a fornitori locali², in leggero aumento rispetto al 2024 (86%). A livello geografico, la quota di acquisti locali in Italia si attesta all'88%, mentre per le società estere del Gruppo il valore raggiunge il 99% della spesa totale verso i fornitori³.

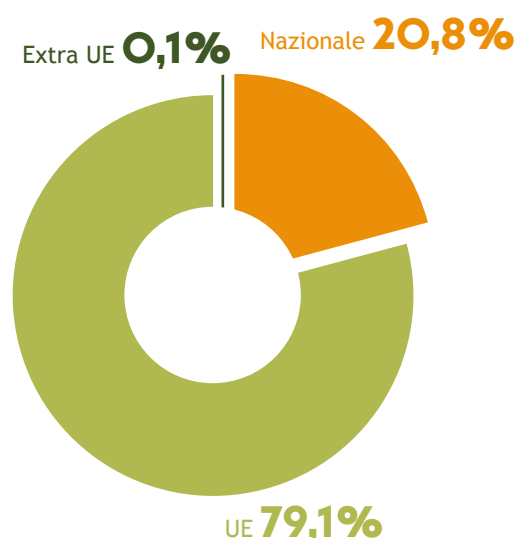
Per quanto riguarda l'approvvigionamento di materia prima destinata alle produzioni di Salumifici GranTerre, nel 2025 gli acquisti sono stati composti per il 20,8% da carne nazionale, per il 79,1% da carne di origine UE e per lo 0,1% da carne extra UE, dati sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente (21,4%, 78,5% e 0,1%).

L'analisi del profilo di sostenibilità dei principali fornitori di materia prima - monitorati costantemente da GranTerre - mostra come negli ultimi anni siano stati avviati significativi percorsi di miglioramento. Questi riguardano sia l'adozione di processi di rendicontazione più strutturati, sia lo sviluppo di iniziative specifiche sotto il profilo ambientale e sociale.

GRI 204-1: PROPORZIONE DELLA SPESA EFFETTUATA A FAVORE DI FORNITORI LOCALI, 2025



PROVENIENZA DELLA MATERIA PRIMA CARNE, 2025



¹ Tutti i contenuti presentati nel presente capitolo sono riferiti al perimetro del Gruppo ad esclusione delle nuove entities entrate nel corso del 2025 e di eventuali altre esclusioni, per maggiori dettagli si rimanda alla nota metodologica.

² Il fornitore è considerato locale quando ha sede fiscale nello stesso Paese dell'azienda che compie l'acquisto. Per Salumifici GranTerre, Caseifici GranTerre e Logistica GranTerre sono quindi considerati fornitori locali quelli aventi partita iva italiana (rif. GRI 204-1: Proporzion della spesa effettuata a favore di fornitori locali).

³ Il dato delle sedi estere non influisce in maniera significativa sulla percentuale complessiva a causa dei minori volumi (rif. GRI 204-1: Proporzion della spesa effettuata a favore di fornitori locali). Si rimanda all'appendice per i dati di dettaglio.

La partecipazione di GranTerre in OPAS Alimentare

All'inizio del 2025 GranTerre ha acquisito una partecipazione in Opas Alimentare Srl, il principale player italiano integrato nella macellazione di suini di qualità. La società è promossa e partecipata in maniera significativa da Opas Società Cooperativa - una delle maggiori organizzazioni di allevatori di suini - e vede coinvolti, oltre a GranTerre, anche Gruppo Beretta, Progeo, Ingra Brozzi e Labunat. Opas Alimentare dispone di un potenziale superiore ai 450 milioni di euro di fatturato annuo e gestisce oltre un milione di capi suini all'interno del circuito DOP dei prosciutti di Parma e San Daniele. In un contesto caratterizzato dalla progressiva riduzione del patrimonio suinicolo nazionale, risulta strategico sviluppare un modello di integrazione verticale della filiera, condiviso tra diversi attori leader del settore. L'obiettivo è garantire un controllo completo e certificato di ogni fase del processo produttivo - dalla stalla alla tavola - valorizzando il lavoro e le competenze di chi alleva e macella suini italiani e di chi trasforma la carne secondo la migliore tradizione salumiera del Paese.

Sostenibilità e competitività: la transizione agroalimentare in Italia e nell'UE

Negli ultimi anni, la sostenibilità è diventata una delle direttrici fondamentali di trasformazione della filiera agroalimentare, in Italia come nel resto d'Europa. Il contesto italiano, tradizionalmente caratterizzato da una forte identità territoriale e da produzioni di alta qualità, ha mostrato una notevole resilienza e capacità di adattamento rispetto alle turbolenze globali, mantenendo allo stesso tempo una spinta costante verso modelli più sostenibili. Il Rapporto ISMEA 2025, ad esempio, evidenzia come l'agroalimentare rappresenti uno dei pilastri dell'economia nazionale, con un peso complessivo fino al 15% del PIL, confermando la leadership dell'Italia nel valore aggiunto agricolo e il primato europeo per numero di prodotti DOP e IGP, oltre a una solidità economica che ha permesso di raggiungere quasi 70 miliardi di euro di export nel 2024⁴.

A livello europeo, la sostenibilità della filiera alimentare si inserisce in un quadro normativo particolarmente articolato e in continua evoluzione. L'Unione europea ha definito una visione integrata della transizione agroalimentare attraverso il Green Deal e soprattutto la Farm to Fork Strategy, che mira a creare un sistema alimentare con impatto ambientale neutro o positivo, ridurre l'uso di pesticidi e antimicrobici, contrastare la perdita di biodiversità e garantire l'accesso a cibo sano e nutriente per tutti i cittadini europei. La strategia pone anche una forte attenzione alla necessità di preservare la redditività degli agricoltori e rendere il cibo sostenibile anche economicamente accessibile.

Nel 2025 la Commissione europea ha rafforzato l'orientamento verso una semplificazione normativa per le imprese agricole e un sostegno più deciso alla competitività del settore, senza arretrare dagli obiettivi ambientali. La politica agricola europea si sta concentrando sull'equilibrio tra sostenibilità e resilienza economica, anche alla luce dell'aumento dei costi produttivi e delle tensioni geopolitiche che rendono la sicurezza alimentare una priorità strategica per l'Unione. Questa evoluzione si intreccia con la Vision for Agriculture and Food 2025-2029, che traccia la rotta europea per un'agricoltura più innovativa, attrattiva e sostenibile, capace di valorizzare il ruolo dei giovani, tutelare le risorse naturali e rafforzare la competitività del sistema rispetto alle importazioni da Paesi con standard più bassi.

PER APPROFONDIMENTI



⁴ Fonte: ISMEA, Rapporto sull'agroalimentare italiano 2025

Storie di territori e saperi: le icone della salumeria italiana nel paniere GranTerre

Le eccellenze del territorio italiano rappresentano un patrimonio unico fatto di qualità e tradizione, valori che trovano la loro massima espressione in prodotti simbolo del paniere GranTerre come il Prosciutto di Parma DOP, il Prosciutto di San Daniele DOP e lo Speck Alto Adige IGP.

Il Prosciutto di Parma DOP, il crudo dolce, realizzato secondo un antico sapere artigianale e un severo disciplinare che impone l'utilizzo di sole cosce selezionate e sale marino, è il risultato di una filiera radicata nel territorio, capace di coniugare genuinità e naturalità.

Il San Daniele DOP, frutto del lavoro sapiente di pochi mastri prosciuttai, nasce anch'esso da una filiera interamente italiana e controllata, dove ogni coscia di suino – proveniente da razze selezionate e lavorata con il solo impiego di sale marino – attraversa un processo artigianale tramandato da secoli.

Anche lo Speck Alto Adige IGP racconta una storia di territorio e qualità: realizzato con cosce suine magre e accuratamente selezionate, segue metodi tradizionali di affumicatura e stagionatura che garantiscono un gusto autentico e riconoscibile. Grazie ai rigorosi disciplinari e ai sistemi di controllo sviluppati dai rispettivi Consorzi di tutela, la tracciabilità e l'eccellenza del prodotto sono assicurate in ogni fase della lavorazione.

Salumifici GranTerre contribuisce attivamente ai percorsi di sostenibilità dei Consorzi di prodotto, impegnandosi a valorizzare produzioni che uniscono tradizione e alta qualità, simboli dell'identità e del saper fare del territorio italiano.



6.2 LA FILIERA LATTIERO-CASEARIA GRANTERRE

La filiera cooperativa lattiero-casearia di GranTerre rappresenta un modello produttivo integrato e radicato nella tradizione, capace di preservare e trasmettere l'eccellenza, la qualità e l'autenticità dei formaggi DOP che produce: Parmigiano Reggiano, Grana Padano e formaggi duri veneti, Pecorino Romano. La filiera GranTerre tramanda e promuove un modello cooperativo basato su democrazia, crescita condivisa e valorizzazione dei soci.

6.2.1 LA FILIERA COOPERATIVA GRANTERRE

Le filiere cooperative GranTerre del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano -seppur con delle peculiarità che le differenziano- si fondano su una visione condivisa, ispirata ai principi cooperativi, alla qualità eccellente dei prodotti e al rispetto dei territori e delle persone: allevatori, caseifici e stabilimenti di trasformazione operano all'interno di un sistema basato sulla fiducia e sulla valorizzazione delle capacità di ciascun attore. La collaborazione tra i soci e il percorso di crescita comune rappresentano gli elementi centrali di un modello che permette di mettere a valore il contributo di ogni partecipante: massima qualità del prodotto e accesso a risorse e opportunità che sarebbe difficile ottenere singolarmente, importanti per affrontare le sfide crescenti in termini di innovazione, sviluppo e nuove competenze con cui il settore si sta misurando.

I NUMERI DELLA FILIERA COOPERATIVA GRANTERRE

1930 soci, allevatori e aziende agricole

38 Caseifici di **17** soci

8 Formaggi DOP

3 Stabilimenti di stagionatura e confezionamento

LA FILIERA LATTIERO-CASEARIA GRANTERRE: ARTICOLAZIONE, VALORI E PROTAGONISTI



Nel suo insieme, la filiera cooperativa GranTerre riunisce circa 1900 aziende agricole socie dei caseifici cooperativi della filiera di Consorzio Granterre e Agriform, tra i più importanti caseifici dell'Emilia e del Veneto e - grazie alla collaborazione con CAO - Cooperativa Allevatori Ovini - anche della Sardegna. Caseifici GranTerre, che rappresenta l'anello industriale e commerciale della filiera, si occupa della stagionatura, trasformazione e confezionamento di formaggi, burro e siero nei suoi tre stabilimenti, destinando poi i prodotti ai mercati nazionali e internazionali.

Delle oltre 10,2 milioni di forme di Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP prodotte nel 2025, circa 816.000 forme sono prodotte e conferite a Caseifici GranTerre da parte dei soci della filiera per la trasformazione e la commercializzazione: questi numeri raccontano l'importanza della filiera GranTerre nel mondo dei formaggi DOP. Nello specifico, nel 2025 sono state prodotte e conferite a Caseifici GranTerre dai soci della filiera GranTerre circa 301.000 forme di Grana Padano e Retinato (5% sul totale della produzione 2025 del Consorzio Grana Padano, 47% sulla produzione veneta) e 522.000 forme di Parmigiano Reggiano (circa il 12,5% sul totale della produzione 2025 del Consorzio Parmigiano Reggiano).



**OLTRE
10,2
MILIONI
DI FORME
PRODOTTE**



Volume totale combinato di
Parmigiano Reggiano DOP
e Grana Padano DOP prodot-
to a livello nazionale nel 2025

**L'8%
DEL MERCATO
È FIRMATO
GRANTERRE**

Circa 816.000 forme totali sono
prodotte e conferite a Caseifici
GranTerre dai soci della filiera
per la trasformazione

PARMIGIANO REGGIANO DOP



**522.000
FORME PRODOTTE**

Volume di produzione specifico conferito
a Caseifici GranTerre nel corso del 2025



12,5%

sul totale della produzione 2025
del Consorzio Parmigiano Reggiano



**301.000
FORME PRODOTTE**

Totale di forme di Grana Padano
e Retinato gestite dalla filiera
GranTerre nel 2025



5%

sul totale della produzione 2025
del Consorzio Grana Padano

47%

sul totale della produzione veneta

GRANA PADANO DOP

I NUMERI DELLA FILIERA LATTIERO-CASEARIA GRANTERRE

La filiera del Parmigiano Reggiano

Al 31 dicembre 2025, le cooperative socie del Consorzio Granterre che hanno conferito prodotti alla cooperativa sono 25:

11 conferenti	11 conferenti	1 conferente
Parmigiano Reggiano, panne e siero	solo panne	Pecorino Romano

A questi si aggiungono ulteriori 4 soci cooperatori non conferenti nel 2025, per un totale di 29 soci cooperatori, oltre a 2 soci sovventori.

Nel 2025 i soci hanno conferito oltre 522.000 forme di Parmigiano Reggiano, pari a circa il 12,5% della produzione totale del Consorzio Parmigiano Reggiano. La produzione proviene da 27 caseifici situati nelle province di Modena, Reggio Emilia, Bologna, Parma e Mantova, 19 in pianura e 8 in montagna.

Tra questi caseifici:

3 caseifici	1 caseificio	1 caseificio	1 caseificio
producono Parmigiano Reggiano biologico	è certificato NOP (National Organic Program)	produce Parmigiano Reggiano <i>no OGM</i> e certificato Halal	produce Parmigiano Reggiano "Vacche Rosse"

La base sociale dei principali caseifici soci coinvolge complessivamente 682 aziende agricole e 706 soci:

387	54	265
conferenti latte	conferenti foraggio e cereali	sovventori

La filiera del Grana Padano e dei formaggi veneti DOP

Attraverso il ramo Agriform, Caseifici GranTerre integra nella propria filiera alcuni tra i più importanti caseifici del Nord-Est e della provincia di Piacenza, insieme a 524 aziende agricole conferenti.

I 5 soci Agriform producono quattro formaggi DOP: Grana Padano, Piave, Asiago (fresco e stagionato), Montasio.

Nel 2025 la filiera ha conferito:

circa 301.000	quasi 30.000	oltre 57.000	oltre 3.000
forme di Grana Padano	forme di Piave	forme di Asiago, tra fresco e stagionato	forme di Montasio

La filiera del Pecorino Romano DOP

Il Socio di Consorzio GranTerre CAO - Cooperativa Allevatori Ovini di Oristano, fondata nel 1966, riunisce quasi 700 aziende di soci allevatori che conferiscono latte ovino prodotto nelle proprie aziende o acquisito da fornitori qualificati.

L'alleanza cooperativa tra GranTerre e CAO punta alla valorizzazione dell'intera filiera lattiero-casearia cooperativa, con un focus particolare sulla promozione del Pecorino Romano DOP nei mercati esteri. L'interesse internazionale per i formaggi italiani DOP e IGP è valorizzato dalla qualità dei prodotti, dalla tradizione casearia e dal forte legame con i territori di origine, elementi che garantiscono standard elevati, affidabilità sanitaria e caratteristiche organolettiche uniche.

Nel 2025 sono state conferite al Consorzio Granterre oltre 34.000 forme di Pecorino Romano DOP, destinate in larga parte ai mercati esteri attraverso Caseifici GranTerre.





CASEIFICI PRODUZIONE
GRANA PADANO DOP



CASEIFICI PRODUZIONE
PARMIGIANO REGGIANO DOP



CASEIFICI PRODUZIONE
ALTRI FORMAGGI



STABILIMENTI CASEIFICI GRANTERRE



L'IMPORTANZA DEI FORMAGGI DOP NEL PANORAMA AGROALIMENTARE ITALIANO E IL RUOLO DI GRANTERRE

I formaggi a Denominazione di Origine Protetta (DOP) rappresentano uno degli asset più solidi e identitari dell'agroalimentare italiano. La loro forza risiede nella capacità di coniugare tradizione, qualità certificata e un legame profondo con i territori di produzione. Secondo i dati riportati dalla Fondazione Qualivita, il comparto dei formaggi DOP continua a mantenere un ruolo trainante sia sul mercato interno sia in quello internazionale, con una produzione stabile attorno alle 591.000 tonnellate e una penetrazione del 97% nelle famiglie acquirenti di formaggi⁵. L'importanza economica di questo settore è evidenziata dai numeri: i formaggi DOP costituiscono la parte più rilevante dell'intera DOP Economy nazionale, con 5,53 miliardi di euro di valore alla produzione e 9,35 miliardi al consumo. Inoltre, quasi la metà del latte nazionale è destinata alla loro trasformazione, a testimonianza della centralità che rivestono nella filiera lattiero-casearia italiana⁶. La distribuzione territoriale conferma la forza delle regioni a maggiore vocazione casearia, come Lombardia ed EmiliaRomagna, che insieme generano quasi due terzi del valore complessivo dei formaggi DOP. Anche sul fronte dell'export i numeri sono significativi: oltre 2,7 miliardi di euro di valore, pari a più del 58% dei prodotti a Indicazione Geografica esportati dall'Italia. A conferma di questo quadro, il fatto che due delle eccellenze più riconosciute al mondo, Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP, si confermano nel 2025 al primo e secondo posto per valore della produzione a livello nazionale. Al contempo, molte altre DOP stanno registrando trend positivi, come il Montasio e l'Asiago, mostrando una crescente attenzione del consumatore verso produzioni legate alla sostenibilità, ai territori montani e alle stagionature lunghe: i formaggi DOP non solo preservano la nostra identità gastronomica, ma rappresentano anche un motore economico dinamico e moderno, capace di rispondere alle nuove sensibilità dei consumatori.

In questo scenario, GranTerre si inserisce come attore di primo piano nella filiera dei grandi formaggi italiani. La sua attività non si limita alla produzione, ma comprende anche la valorizzazione, la tutela e la diffusione della cultura casearia DOP, contribuendo a rafforzare la competitività del Made in Italy sui mercati nazionali e internazionali. Grazie al radicamento nei territori di riferimento e a un impegno costante verso qualità, sostenibilità e innovazione, GranTerre svolge un ruolo essenziale nel dare continuità e proiezione futura a un patrimonio che rappresenta uno dei simboli più riconosciuti della nostra eccellenza agroalimentare.

I formaggi DOP - come Grana Padano, Parmigiano Reggiano e le eccellenze casearie venete o il Pecorino - sono un autentico patrimonio perché racchiudono in ogni forma la storia, il paesaggio e il saper fare delle comunità che li producono da secoli: filiere tracciate e tutelate, latte selezionato e lavorazioni artigianali codificate custodiscono biodiversità e tecniche di stagionatura uniche, intimamente legate a territori come la Pianura Padana e le aree pedemontane venete. Questi formaggi non sono solo un simbolo del Made in Italy nel mondo, ma sostengono economie rurali, presidiano la biodiversità di pascoli e prati stabili, promuovono un'agricoltura che tiene insieme qualità, identità culturale e tutela del paesaggio. Nutrienti, versatili e riconoscibili per profumi e consistenze, i formaggi DOP sono ambasciatori di una cultura gastronomica che educa al gusto e alla stagionalità, e che tramanda, di generazione in generazione, il valore del tempo, della cura e della condivisione attorno alla tavola.

Parmigiano Reggiano DOP e Grana Padano DOP: la forza del territorio e del saper fare

Il Parmigiano Reggiano nasce dall'unione tra territorio e capacità artigianale dei casari. Viene prodotto esclusivamente nelle province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna (a sinistra del Reno) e Mantova (a destra del Po). Il latte impiegato, ricco di una flora batterica autoctona unica, deriva dall'alimentazione delle bovine basata su foraggi tipici della zona di produzione: foraggi, erbe e fieni del territorio che costituiscono il principale alimento delle bovine. La produzione avviene senza additivi: nessun intervento esterno modifica l'azione naturale dei batteri lattici, che il casaro valorizza attraverso l'arte della caseificazione.

Il Grana Padano DOP, invece, è prodotto in 34 province di cinque regioni: Piemonte, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna e Trentino-Alto Adige. La qualità nasce da una lunga tradizione - più di mille anni - e da un impegno costante nel rispetto delle normative e del disciplinare che valorizza ogni aspetto delle fasi produttive, dal campo, dalla stalla al caseificio, fino alla stagionatura ed al confezionamento. Il foraggio destinato agli animali deve provenire per almeno il 75% dalla zona di produzione, nelle aree del Nord Italia in cui - come in tutto il territorio nazionale - sono vietate le coltivazioni OGM.

⁵ Fonte: Rapporto Ismea-Qualivita 2025

⁶ Fonte: Rapporto Ismea-Qualivita 2025

Piave, Asiago e Montasio: l'eccellenza dei formaggi veneti DOP

Il Piave DOP, prodotto solo in provincia di Belluno con latte locale, è un formaggio duro a pasta cotta dal gusto dolce e intenso, naturalmente privo di glutine e legato a una tradizione iniziata negli anni '60. L'Asiago DOP, realizzato nelle province di Vicenza, Trento e parte di Padova e Treviso, nasce da latte lavorato in poche ore e si distingue nelle versioni Fresco, dolce e delicato, e Stagionato, dal sapore più deciso. Il Montasio DOP, tipico del Friuli Venezia Giulia e di alcune aree venete, è un formaggio a pasta dura disponibile in diverse stagionature e, grazie al processo produttivo, risulta naturalmente privo di lattosio dopo 60 giorni.



Pecorino Romano DOP E Pecorino Sardo DOP

Il Pecorino Romano è un formaggio a pasta dura prodotto con latte ovino proveniente da greggi allevate al pascolo. La sua lavorazione, tipica di Lazio, Sardegna e della provincia di Grosseto, è frutto di una conoscenza tramandata nei secoli tra casari e salatori. Il gusto del formaggio è aromatico, lievemente piccante e sapido nel formaggio da tavola, piccante intenso nel formaggio da grattugia. Accanto a esso, il Pecorino Sardo DOP, prodotto esclusivamente in Sardegna, esprime una tradizione casearia affine, con profili sensoriali che variano dal dolce al più deciso in funzione della stagionatura.

Nuovi mangimi per filiere DOP

Progeo - gruppo cooperativo che opera nei settori delle sementi, dei mangimi e della zootecnia, con cui GranTerre ha una partnership storica - rafforza il proprio impegno a supporto di Parmigiano Reggiano, Grana Padano e altre filiere DOP con ricerca, confronto e innovazione. Con la nuova linea di mangimi *Dairyformer* e il progetto *Image Life* il gruppo punta a qualità, stabilità produttiva e minore impatto ambientale. *Dairyformer* è una nuova linea di mangimi sviluppata specificamente per le bovine da latte delle filiere DOP, frutto di un percorso di ricerca e formulazione mirato a supportare stabilità produttiva, qualità del latte e sostenibilità della razione nelle aziende ad alta specializzazione. Mentre il progetto *Image Life*, sviluppato in collaborazione coi Dipartimenti di Agraria e Veterinaria dell'Università di Bologna e con il Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano, introduce il sorgo come alternativa sostenibile al mais.

Ascolta l'intervento dell'AD di GranTerre al forum
"Prospettive future delle DOP del formaggio:
quali ricadute per le filiere" organizzato da PROGEO



IL VALORE DELLA FILIERA COOPERATIVA GRANTERRE E I PROGETTI PER IL SUO SVILUPPO

Il modello della filiera cooperativa si fonda su un sistema integrato che unisce la valorizzazione del contributo dei soci alla tutela del territorio e delle tradizioni. Questo legame è sancito dal patto mutualistico, che garantisce ai soci la certezza del conferimento e una giusta remunerazione, offrendo una prospettiva di stabilità a lungo termine per le imprese agricole. Resilienza del sistema e fidelizzazione del rapporto tra soci e cooperativa sono gli altri due elementi di distintività di questo modello d'impresa, che si caratterizza per una maggiore longevità rispetto alle imprese di capitali: la vita media delle cooperative è, infatti, di circa 60 anni, più del doppio di quella delle società di capitali⁷.

Nell'ambito del Piano di Sostenibilità GranTerre ha definito, tra gli obiettivi che riguardano la filiera lattiero-casearia, quello di sviluppare un percorso di confronto ed evoluzione sulla sostenibilità della filiera, con particolare riferimento all'impatto sociale e ambientale. In particolare, è stato dato avvio ad un tavolo permanente di confronto all'interno del quale è stata fatta una rilevazione preliminare sullo stato dell'arte della sostenibilità della filiera propedeutica a definire ambiti di attenzione e approfondimento prioritari. Nel corso del 2023 e 2024 si sono poste le basi per percorsi che saranno sviluppati nel medio periodo, con particolare riferimento al tema del monitoraggio di indicatori di sostenibilità e a progettualità specifiche legate ad alcuni temi particolarmente rilevanti come quello delle emissioni.

IL VALORE DELLA FILIERA COOPERATIVA LATTIERO-CASEARIA GRANTERRE

GIUSTA VALORIZZAZIONE DEL CONTRIBUTO DEI SOCI

La sostenibilità della filiera si basa su:



una corretta e trasparente remunerazione del latte conferito dai soci



meccanismi di definizione del prezzo che garantiscono qualità, sicurezza e continuità nel tempo



una relazione cooperativa stabile, orientata alla fiducia reciproca

SUPPORTO ALLA CRESCITA DEI SOCI E DEGLI ATTORI DELLA FILIERA

La filiera promuove:



percorsi di confronto tecnico e consulenza



iniziative per la crescita professionale degli allevatori



investimenti mirati per rispondere ai bisogni specifici di ciascuna azienda agricola

CONTRIBUTI ALLO SVILUPPO SOCIOECONOMICO DEI TERRITORI

I caseifici e le aziende agricole della filiera rappresentano un punto di riferimento per le comunità locali:



il loro ruolo va oltre la produzione: crea occupazione, custodisce competenze e tradizioni, rafforza le economie delle aree rurali. Questo valore sociale è riconosciuto anche dagli stakeholder esterni, confermando la funzione sociale della cooperazione



⁷ Fonte: Nomisma, "Longevità e resilienza del sistema lattiero-caseario: contributo del modello cooperativo", 2024

IL VALORE DEL MODELLO COOPERATIVO: DIVIDENDI, RISTORNI E DEFINIZIONE DEL PREZZO

Consorzio Granterre e Agriform, attraverso la redistribuzione dei dividendi generati da GranTerre, contribuiscono in modo significativo alla solidità economica dei caseifici e, indirettamente, delle aziende agricole che compongono la filiera cooperativa. L'analisi dell'evoluzione nel tempo di dividendi e ristorni conferma una relazione diretta tra le performance di mercato del Gruppo e la crescita costante del valore distribuito ai caseifici soci e all'intera filiera. Ai soci vengono riconosciuti annualmente dividendi e ristorni sui conferimenti: nel 2024⁸, il Consorzio Granterre ha riconosciuto ai propri soci 3,6 milioni di euro di ristorno e 851 mila euro di dividendi. Queste risorse si aggiungono al prezzo di conferimento definito dalle Commissioni preposte: la determinazione del prezzo di conferimento del Parmigiano Reggiano e del Grana Padano è infatti affidata a due Commissioni specifiche, alle quali partecipano direttamente i rappresentanti dei caseifici soci. Le Commissioni si riuniscono con cadenza bimestrale per definire, sulla base degli andamenti di mercato delle compravendite avvenute, il prezzo di acconto (Prezzo Base) dei formaggi marchiati scelti, che deve essere approvato da tutte le parti in Commissione. Il prezzo base finale è poi integrato da meccanismi premiali legati alla qualità del formaggio conferito. Le Commissioni stabiliscono inoltre i periodi di riferimento per la pesatura, il ritiro e il pagamento del prodotto per ciascun bimestre di produzione.

CASEIFICI GRANTERRE: PROSEGUE LA RICERCA DI DOTTORATO SU SOSTENIBILITÀ E RESILIENZA DELLA FILIERA

Dal 2024 Caseifici GranTerre sostiene una borsa di dottorato triennale presso l'Università di Modena e Reggio Emilia, all'interno del Dipartimento di Economia Marco Biagi. Il progetto di ricerca - intitolato *"Mappare la sostenibilità della filiera lattiero-casearia: valutazione dell'impatto ambientale, sociale ed economico nelle produzioni tipiche di GranTerre"* - ha l'obiettivo di analizzare in profondità la filiera lattiero-casearia GranTerre, individuandone punti di forza, aree di miglioramento e possibili strategie di sviluppo volte a ridurre l'impatto ambientale, incrementare il valore generato sul territorio e rendere l'intera filiera più resiliente. Attraverso un'analisi quali-quantitativa sulle diverse imprese e sugli attori coinvolti, la ricerca mira a studiare i processi esistenti e a identificare i nodi critici su cui intervenire per mitigare gli impatti negativi ambientali, sociali ed economici, coniugando in modo efficace produttività, sostenibilità e resilienza. Il modello di valutazione degli impatti e della resilienza elaborato dal progetto sarà inoltre progettato per essere applicabile in futuro ad altre filiere lattiero-casearie e più in generale ad altre filiere agroalimentari, anche oltre il contesto italiano.

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 dal 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.

⁸ Alla data di chiusura del presente documento non è ancora disponibile l'aggiornamento relativo all'esercizio 2025.



SCARICA IL
COMUNICATO STAMPA



L'INAUGURAZIONE DELL'AMPLIAMENTO DELLO STABILIMENTO DI SOMMACAMPAGNA (VR)

Nel corso del 2025 GranTerre ha compiuto un passo significativo nel percorso di sviluppo con l'ampliamento dello stabilimento produttivo di Sommacampagna (VR), uno dei poli strategici del Gruppo per la stagionatura e il confezionamento dei formaggi DOP. L'intervento rappresenta un investimento di lungo periodo orientato all'innovazione industriale, alla competitività e alla valorizzazione del territorio. Avviato nel 2019, il progetto ha portato alla realizzazione di ulteriori 4.350 m² destinati al magazzino di stagionatura, incrementando la capacità complessiva fino a 300.000 forme di Grana Padano DOP e Parmigiano Reggiano DOP. Parallelamente, l'ampliamento del centro di confezionamento permetterà di raggiungere una potenzialità produttiva pari a oltre 20.000 tonnellate l'anno, introducendo nuove tipologie di prodotto in linea con l'evoluzione della domanda di mercato. L'intero intervento è stato progettato integrando soluzioni tecnologiche avanzate e sistemi di gestione energetica e climatica di nuova generazione, con l'obiettivo di migliorare le performance qualitative dei prodotti, incrementare l'efficienza dei processi e ridurre l'impatto ambientale. L'adozione di scalere antisismiche e impianti moderni di aerazione e refrigerazione testimonia l'impegno del Gruppo nell'assicurare standard elevati di sicurezza, qualità e sostenibilità.



Aperto nel 1980 e già sede storica di Agriform, lo stabilimento di Sommacampagna si conferma oggi un asset centrale nella filiera di Caseifici GranTerre e un riferimento per la produzione e la valorizzazione dei formaggi DOP italiani. L'ampliamento segna l'inizio di una nuova fase di sviluppo industriale, sostenuta dal contributo delle istituzioni locali, dalle competenze delle nostre persone e dalla collaborazione con i soci delle cooperative Agriform e Consorzio Granterre: il progetto rappresenta un tassello fondamentale dell'impegno di GranTerre a generare valore condiviso per il territorio, le comunità e l'intera filiera agroalimentare.

in FESTA!

IL CUORE DI CINZIA

L'Associazione è nata nel 2025 in ricordo di **Cinzia Benedetti**, una delle prime e storiche dipendenti di Agriform, scomparsa prematuramente nel 2021. Grazie al suo entusiasmo e alla sua generosità, Cinzia ha costruito legami di affetto e vera amicizia non solo nella sua comunità di appartenenza, ma anche oltre i suoi confini, aderendo a molte iniziative a favore dei più fragili e bisognosi, anche nei momenti più difficili della sua malattia. Con il desiderio di dare continuità al suo impegno verso gli altri, un gruppo di dieci sue amiche ha fondato un'associazione **per sostenere un progetto educativo a Nacala, in Mozambico**. Il progetto, gestito dalle suore missionarie Comboniane (molto care anche a Cinzia) **offre a circa quattrocento ragazze la possibilità di studiare**, dalla scuola materna fino alle superiori.

CASEIFICI GRANTERRE ha scelto di sostenere i progetti di solidarietà promossi dall'Associazione **IL CUORE DI CINZIA**. Un gesto concreto che trasforma il ricordo di Cinzia in speranza viva per tante giovani vite. Sommacampagna, 10 ottobre 2025

IL CUORE DI CINZIA O.D.V. - Via Elice, 4 Villafraanca di Verona (VR) - Fb: Il Cuore di Cinzia

In occasione dell'inaugurazione del nuovo stabilimento di Sommacampagna, Caseifici GranTerre ha scelto di sostenere i progetti di solidarietà promossi dall'Associazione Il Cuore di Cinzia. L'Associazione Il Cuore di Cinzia è nata nel 2025 in ricordo di Cinzia Benedetti, una delle prime e storiche dipendenti di Agriform, scomparsa prematuramente nel 2021. Grazie al suo entusiasmo e alla sua generosità, Cinzia ha creato legami di affetto e vera amicizia nella sua comunità e oltre i suoi confini, partecipando a numerose iniziative a favore dei più fragili, anche nei momenti più difficili della sua malattia. Per dare continuità al suo impegno verso gli altri, dieci sue amiche hanno fondato un'associazione che sostiene un progetto educativo a Nacala, in Mozambico. Il progetto, gestito dalle suore missionarie Comboniane, offre a circa quattrocento ragazze la possibilità di studiare, dalla scuola materna fino alle scuole superiori.

6.3 BENESSERE ANIMALE

GranTerre promuove pratiche di approvvigionamento attente alla qualità e alla tutela del benessere degli animali, attivando un dialogo costante con i fornitori per garantire coerenza con i requisiti normativi e i principi etici definiti.

Alla luce dell'importanza riconosciuta al tema dagli stakeholder e dei risultati emersi dall'analisi di materialità, nell'aggiornamento del Piano di Sostenibilità 2025-2027 è stato inserito il tema del benessere animale, in collegamento con l'obiettivo di identificare possibili rischi e anticipare l'evoluzione del quadro normativo in questo ambito.

L'azienda opera già nel pieno rispetto delle normative nazionali e internazionali relative alla tutela degli animali. Con riferimento alle materie prime e alle filiere, il Codice Etico di GranTerre ribadisce l'impegno a garantire prodotti sicuri e di qualità, ottenuti attraverso processi che rispettano i diritti umani e il benessere animale. In questa prospettiva, il benessere animale è considerato un elemento fondamentale di un sistema integrato di qualità.

A rafforzare ulteriormente questo impegno, il Codice di Condotta Fornitori - recentemente diffuso dal Gruppo indica ai fornitori di applicare standard adeguati di benessere animale, garantendo pratiche conformi alle normative vigenti e alle cinque libertà fondamentali definite dal Farm Animal Welfare Council (FAWC).

La protezione degli animali allevati e il loro benessere rappresentano da tempo una priorità del legislatore europeo e nazionale. Gli allevatori - compresi quelli operanti nella filiera cooperativa del Grana Padano DOP e del Parmigiano Reggiano DOP - sono pertanto tenuti a rispettare le normative vigenti e sono regolarmente sottoposti ai controlli degli organi competenti, in particolare dei servizi veterinari del sistema sanitario nazionale. Tali attività di verifica hanno l'obiettivo di accertare la corretta applicazione delle disposizioni in materia e di garantire un aggiornamento costante delle competenze, così da favorire il miglioramento continuo delle pratiche di allevamento.

Per quanto riguarda i fornitori di carne suina, GranTerre effettua un monitoraggio periodico delle diverse filiere di benessere animale sviluppate dai partner a livello nazionale ed europeo. Inoltre, il Gruppo presidia con continuità l'evoluzione del quadro normativo - eterogeneo e in progressiva trasformazione - sia in Italia sia nei principali Paesi da cui provengono le materie prime estere, come Danimarca, Olanda e Spagna.

Salumifici GranTerre: filiera certificata per i prodotti a marchio Coop

Salumifici GranTerre ha ottenuto nel 2025 la certificazione DTP 109 "Suino allevato senza antibiotico / Antibiotic Free swine breeding" rilasciata dall'ente di certificazione CSQA.

La certificazione dichiara la conformità al disciplinare tecnico volontario, sviluppato da CSQA per attestare che i suini sono allevati senza l'uso di antibiotici, per tutto il ciclo di vita oppure per un periodo definito. Lo standard prevede requisiti rigorosi lungo l'intera filiera – nascita, svezzamento, ingrasso, macellazione e trasformazione – garantendo provenienza italiana di suini conformi al circuito DOP, allevati con elevati standard di benessere animale, corretta alimentazione e tracciabilità completa. La certificazione permette a Salumifici GranTerre di assumere il ruolo di capofiliera nella gestione di una specifica filiera suina dedicata alla produzione di salumi a marchio Coop e non viene usata al momento per altri prodotti GranTerre.



LA GOVERNANCE

Aree d'impegno

Presidiamo i temi di sostenibilità attraverso processi, responsabilità e strumenti di governance dedicati.

Promuoviamo la diffusione della cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione.

TemI materiali



Pratiche di business

Valori cooperativi



ONESTÀ



TRASPARENZA



RESPONSABILITÀ



DEMOCRAZIA

SDGs



7.1 LA GOVERNANCE

7.1.1 LA STRUTTURA SOCIETARIA E IL MODELLO DI CORPORATE GOVERNANCE

GranTerre è la società capogruppo e detiene l'80% di Salumifici GranTerre, il 70% di Caseifici GranTerre e il 100% di Logistica GranTerre¹.

Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo - nominato a maggio 2024 con mandato triennale - dispone dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società.

Il Consiglio conta 10 membri, tutti di sesso maschile. Il 20% ha un'età compresa tra 30 e 50 anni, mentre la restante parte supera i 50 anni. Nel rispetto dei principi di massima trasparenza, ogni anno gli amministratori comunicano alla Società gli incarichi ricoperti. Il MOG ai sensi del D.lgs. 231/01 prevede inoltre l'obbligo per gli amministratori di fornire un'informazione adeguata e tempestiva in caso di situazioni di interesse proprio o di terzi relative a operazioni della Società.

La composizione del Consiglio di Amministrazione rispecchia l'assetto proprietario e integra competenze specialistiche in ambiti strategici: settore agroalimentare, relazioni con il territorio e le comunità, sostenibilità, finanza e assicurazioni, formazione, comunicazione e area legale. All'interno del Consiglio è stata attribuita una delega specifica alla

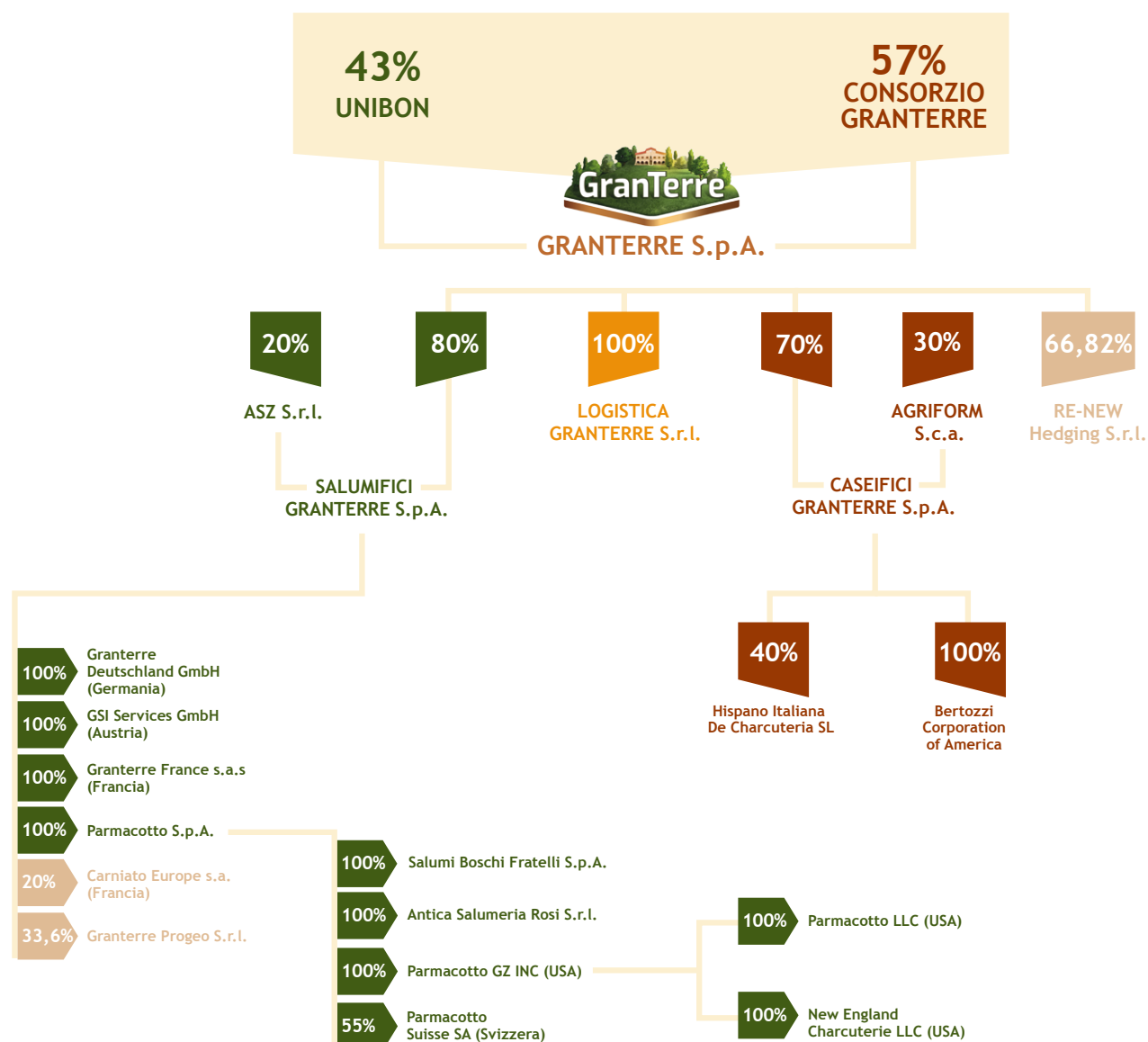
¹ La società italiana RE-NEW Hedging S.r.l. è stata esclusa dal perimetro dagli indicatori ambientali e sociali del Bilancio di Sostenibilità, poiché si tratta di società costituita per coordinare operazioni finanziarie di Gruppo, non rilevante dal punto di vista degli indici di sostenibilità.

sostenibilità, con l'obiettivo di rafforzare e valorizzare il percorso strategico del Gruppo in questo ambito.

La governance del Gruppo si basa sul sistema tradizionale di amministrazione e controllo, che prevede la convocazione periodica del Consiglio di Amministrazione, dell'Assemblea dei Soci e del Collegio Sindacale. L'Assemblea dei Soci delibera, in sede ordinaria e straordinaria, sulle materie previste dalla Legge e dallo Statuto. Il Collegio Sindacale, nominato dalla Società, è composto da tre membri effettivi.

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE IN CARICA AL 31.12.2025

Ivano Chezzi	Presidente
Milo Pacchioni	Vicepresidente
Maurizio Moscatelli	Amministratore Delegato
Andrea Benini	Consigliere Delegato
Ettore Rocchi	Consigliere Delegato
Marco Bulgarelli	Consigliere
Enrico Manni	Consigliere
Kristian Minelli	Consigliere
Andrea Silingardi	Consigliere
Carlo Zini	Consigliere



RATING DI LEGALITÀ: TRE STELLE PER LE SOCIETÀ GRANTERRE

Il Rating di Legalità è un indicatore ufficiale rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) che misura il rispetto di elevati standard etici, di trasparenza e di conformità normativa da parte delle imprese, attribuendo un punteggio da una a tre stelle, il massimo possibile. Per ottenere le tre stelle, un'azienda deve soddisfare non solo tutti i requisiti minimi di legge, ma anche una serie di requisiti premiali aggiuntivi, come l'adozione di modelli organizzativi avanzati (es. Modello 231), codici etici, sistemi di tracciabilità dei pagamenti e protocolli di legalità. Caseifici Granterre e Salumifici Granterre hanno il rating di legalità a tre stelle, testimonianza di un impegno concreto nella gestione trasparente, responsabile e orientata ai più alti standard etici, rafforzando al tempo stesso reputazione, affidabilità e capacità competitiva dell'intero Gruppo Granterre.

7.1.2 IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E LA GESTIONE DEI RISCHI

Il sistema di controllo interno e la gestione dei rischi dell'azienda costituiscono un pilastro fondamentale per garantire una governance solida, responsabile e orientata alla creazione di valore nel lungo periodo. Attraverso un insieme integrato di processi, strumenti e presidi organizzativi, l'azienda assicura il monitoraggio continuo delle proprie attività, la prevenzione delle criticità operative e il presidio dei principali rischi strategici, finanziari, ambientali e reputazionali. Questo approccio consente di supportare decisioni consapevoli, rafforzare l'affidabilità dei processi interni e promuovere una cultura aziendale basata su integrità, trasparenza e miglioramento continuo.

GranTerre ha istituito nel 2021 una funzione Internal Audit di Gruppo che si occupa di verificare che i processi di gestione del rischio, di controllo e di governance, così come designati ed implementati dal management, siano adeguati e attuati in modo appropriato.

Il Consigliere Delegato alla sostenibilità ha anche delegato ad Internal Audit e questo favorisce un confronto costante tra le due funzioni.

La funzione Internal Audit ha svolto nel 2022 un risk assessment finalizzato all'impostazione del piano di audit triennale 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. È previsto un rinnovo del risk assessment ex D. Lgs 231/01 nel corso 2026.

Nel corso del 2025 la funzione Internal Audit ha eseguito le attività di controllo previste nel primo anno del piano di audit 2025-2027. Il piano è stato approvato dai Consigli di Amministrazione delle Società del Gruppo, attraverso un approccio metodologico orientato a sfruttare al meglio le sinergie che nascono dall'integrazione tra le attività di controllo di Internal Audit e quelle dell'Organismo di Vigilanza, prendendo in considerazione i profili di rischio in ambito D.Lgs. 231/01. I piani di lavoro, sviluppati in logica risk-based, hanno previsto interventi presso alcuni stabilimenti di Salumifici e Caseifici GranTerre relativamente a Produzione (con riferimento a qualità, salute & sicurezza, ambiente, rapporti con terze parti) oltre alle attività di sede che hanno riguardato: 1) Ciclo Attivo per le attività commerciali e di vendita; 2) Amministrazione, Finanza e Controllo di Gestione; 3) Gestione dei sistemi informativi IT. Le attività di audit hanno coinvolto i Direttori di area e le loro funzioni in staff. Tutti i processi di audit svolti sono sempre sottoposti ad un processo di follow-up finalizzato a monitorare ed assicurare che eventuali azioni correttive emerse durante l'audit siano state effettivamente attuate dal management per l'ottenimento dei risultati desiderati.

GLI AMBITI DI PRESIDIO E CONTROLLO DELLA DIREZIONE INTERNAL AUDIT



Il raggiungimento dei risultati attesi attraverso l'attuazione dei processi di controllo



Il rispetto delle policy, delle procedure e degli altri regolamenti aziendali nello svolgimento dei processi e delle attività aziendali



L'efficacia del processo di identificazione, valutazione, gestione e controllo dei rischi



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 garantiscono la conformità

7.1.3 IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO EX. D.LGS. 231/01

GranTerre ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG) previsto dal D.Lgs. 231/01 per entrambe le Società del Gruppo. Il MOG aiuta l'azienda a individuare e definire le procedure operative necessarie a prevenire la commissione di illeciti e reati, rappresentando una scelta volontaria che dimostra l'impegno a operare in modo etico. Il modello include infatti presidi di controllo relativi a reati di natura ambientale e sociale, come violazioni dei diritti umani o episodi di corruzione, sia attiva sia passiva. Il Gruppo svolge le proprie attività nel pieno rispetto della legge e del Codice Etico e non affida a consulenti o terzi la rappresentanza nei rapporti con la Pubblica Amministrazione quando ciò possa generare situazioni di conflitto di interesse. Inoltre, il MOG contribuisce a prevenire conflitti di interesse interni, imponendo agli amministratori l'obbligo di comunicare in modo corretto e tempestivo qualsiasi interesse personale, diretto o indiretto, in operazioni delle Società.

GranTerre persegue gli obiettivi di compliance e sostenibilità attraverso un'attività continua e approfondita di analisi e valutazione dei rischi, alla quale dedica risorse interne specificamente incaricate. Inoltre, ciascuna società del Gruppo dispone di un proprio Organismo di Vigilanza, nominato dal Consiglio di Amministrazione, che supervisiona l'applicazione corretta del MOG ex D.Lgs. 231/01 e ne verifica costantemente l'adequazione, assicurando che il modello evolva in modo coerente con i cambiamenti dell'organizzazione aziendale. Eventuali comportamenti non conformi a quanto previsto dal Modello possono essere segnalati all'indirizzo email: organismodivigilanza@granterre.it.

Dal 2023 GranTerre si è adeguata alle disposizioni del D.Lgs. 24/2023 con la strutturazione di un framework gestorio descritto nella nuova Procedura Whistleblowing. È stata adottata una specifica piattaforma informatica per la ricezione e la lavorazione delle segnalazioni, cui gli stakeholder possono accedere dal sito internet GranTerre, alla sezione "la nostra etica". Nel 2024, per rafforzare l'efficacia della Procedura, è stata attivata una specifica formazione rivolta a impiegati, quadri e dirigenti delle Società del Gruppo. Nel 2025 la formazione è stata estesa a tutto il restante personale interno. Nel corso del 2026 saranno aggiornati i Modelli Organizzativi 231 del Gruppo Granterre secondo le risultanze del Risk Assessment e sarà ampliato il catalogo dei reati presupposto introdotti dal legislatore. Il 2026 segna un cambiamento significativo: l'Unione europea ha introdotto nuove disposizioni in materia di responsabilità degli enti e l'Italia le ha recepite attraverso il Decreto Legislativo 30 dicembre 2025, n. 211, entrato in vigore il 24 gennaio 2026. Di conseguenza, l'ambito di applicazione del D.Lgs. 231/2001 si è ampliato, includendo anche settori in precedenza considerati marginali, come il regime delle sanzioni dell'Unione europea e i flussi economici internazionali. L'estensione della responsabilità amministrativa degli enti coinvolge ora ulteriori ambiti prima esclusi. Per questo motivo, la compliance 231 inciderà in modo crescente anche sulle strategie commerciali e finanziarie.

IL CODICE ETICO

GranTerre ha adottato il proprio Codice Etico quale documento fondante del sistema di governance aziendale, redatto a supporto e integrazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo previsto dal D.Lgs. 231/2001. Il Codice rappresenta la "carta dei valori" del Gruppo: definisce mission, principi etici, criteri di condotta generali e specifici che guidano quotidianamente le attività aziendali. Pur costituendo l'architettura del Modello 231, la sua portata è più ampia, in quanto mira ad assicurare che ogni processo e decisione sia sviluppato nel pieno rispetto degli aspetti ambientali, sociali ed economici, promuovendo un comportamento responsabile verso persone, comunità e ambiente. Il Codice Etico e il Modello 231 sono entrambi approvati dal Consiglio di Amministrazione e resi disponibili per la consultazione sul sito internet del Gruppo. Per garantirne la piena conoscenza e corretta applicazione, GranTerre ha inoltre avviato significative attività formative rivolte in particolare al personale impiegatizio e al management, rafforzando la diffusione di una cultura aziendale orientata all'etica, alla legalità e alla sostenibilità.

LA PROCEDURA WHISTLEBLOWING

GranTerre ha adottato una Procedura Whistleblowing in conformità al D.Lgs. 10 marzo 2023, n. 24, al fine di garantire un sistema sicuro, strutturato e riservato per la segnalazione di illeciti, irregolarità o comportamenti contrari al D.Lgs. 231/01 e ai principi del Codice Etico. Il Gruppo incoraggia tutti i propri stakeholder a segnalare qualsiasi attività illegale o condotta che possa arrecare danno, anche reputazionale, alle società del Gruppo. La Procedura definisce regole chiare e un processo dedicato, assicurando canali protetti che tutelano la riservatezza dell'identità del segnalante, delle informazioni trasmesse e garantiscono protezione contro qualunque forma di ritorsione. Per rafforzare ulteriormente tali garanzie, GranTerre mette a disposizione una piattaforma digitale dedicata, accessibile da qualsiasi dispositivo e browser, che consente l'invio di segnalazioni in forma anonima. Tutte le comunicazioni sono crittografate e archiviate su server esterni alla rete aziendale, assicurando elevati standard di sicurezza. La gestione del canale interno di segnalazione è affidata alla Direzione Internal Audit, individuata come gestore autonomo, competente e imparziale, dotato di personale specificamente formato sulla disciplina del whistleblowing e in grado di garantire un processo di valutazione trasparente e indipendente.

**SCARICA IL CODICE ETICO
E SCOPRI LA PROCEDURA
WHISTLEBLOWING GRANTERRE**



7.2 LA CONDOTTA AZIENDALE

La condotta aziendale rappresenta il fondamento di un'organizzazione responsabile, capace di creare valore in modo etico e sostenibile. Un corretto approccio alla fiscalità, unito a pratiche di business trasparenti adeguate politiche a supporto delle decisioni assicurano che l'agire quotidiano rispecchi principi di legalità, correttezza e responsabilità.

7.2.1 L'APPROCCIO ALLA FISCALITÀ

Il Gruppo GranTerre gestisce le proprie attività nel rispetto dei principi di affidabilità, credibilità e reputazione, in coerenza con i valori sanciti dal Codice Etico di Gruppo. La contribuzione fiscale è un elemento essenziale per favorire uno sviluppo economico e sociale sostenibile, per questo motivo GranTerre opera nelle diverse giurisdizioni con correttezza e responsabilità, assicurando il pagamento delle imposte dovute.

La rendicontazione fiscale del Gruppo si basa sul modello *Country-by-Country Reporting*, che prevede la comunicazione dei principali dati finanziari, economici e fiscali relativi a ciascun Paese in cui GranTerre è presente.

Per garantire un'applicazione rigorosa dei principi etici aziendali, il Gruppo ha definito una strategia fiscale fondata su una gestione attenta e responsabile dei propri capitali e sull'impegno contro ogni forma di evasione fiscale. Tale strategia si articola nel rispetto della legalità - attraverso comportamenti conformi alle normative fiscali vigenti in ciascun Paese - nella trasparenza - con rapporti collaborativi, aperti e costruttivi con le autorità fiscali nazionali - e nella creazione di valore per gli azionisti, riconoscendo il ruolo delle imposte come componente dell'attività d'impresa e come strumento per un'efficiente applicazione del principio di legalità. A ciò si aggiunge un approccio di tipo top-down, con il coinvolgimento attivo dei vertici aziendali nella promozione di una cultura orientata alla legalità, e un'attenzione costante alla precisione e alla puntualità nell'adempimento degli obblighi fiscali, garantendo il versamento delle imposte entro le scadenze previste.

Tra gli obiettivi fondamentali della Società, definiti dagli organi di amministrazione e controllo, vi è l'assicurare il pieno rispetto della legislazione fiscale applicabile nei Paesi in cui opera, promuovendo il dialogo con le autorità locali e favorendo una cooperazione costante. In quest'ottica, GranTerre non ricorre a forme di pianificazione fiscale aggressiva e non utilizza schemi o società artificiose volti ad aggirare le normative o a spostare la base imponibile verso Paesi con regimi fiscali più favorevoli.

Per tutelare l'integrità patrimoniale e gli interessi degli azionisti e degli stakeholder, il Gruppo presidia attentamente il rischio fiscale, adottando valutazioni prudenti e coerenti per il trattamento delle operazioni e avvalendosi, quando necessario, del supporto di consulenti fiscali esterni qualificati. Oltre all'Italia, il Gruppo è attivo in altri quattro Paesi, ciascuno caratterizzato da una propria normativa fiscale. Nel 2024 ha registrato imposte sul reddito aziendale pari a 2,148 miliardi di euro².

La governance del presidio normativo

Ogni funzione presidia le normative pertinenti al proprio ambito di responsabilità, avvalendosi dei consulenti specializzati di riferimento, mentre l'Ufficio Legale svolge un ruolo di supporto trasversale: interviene su richiesta delle funzioni operative e gestisce direttamente le materie di propria competenza, quali contrattualistica, contenzioso, patrimonio, GDPR e ambiti affini. Questa organizzazione riflette la reale distribuzione delle responsabilità interne e garantisce un presidio efficace e mirato dei diversi ambiti regolatori.

² I dati relativi al country by country reporting sono disponibili per l'anno precedente a quello di rendicontazione. In appendice sono riportati i dati di dettaglio per gli anni 2022, 2023, 2024 e si riferiscono alla Rendicontazione Paese per Paese predisposta dalla controllante Consorzio Granterre.

7.2.2 PRATICHE DI BUSINESS TRASPARENTI

GranTerre e le Società del Gruppo conducono le proprie attività con integrità, trasparenza e piena conformità alla normativa vigente in ambito fiscale, ambientale e sociale, ponendo particolare attenzione al rispetto dei diritti umani e dei lavoratori. Il Gruppo condanna ogni comportamento che non sia improntato alla massima trasparenza o che possa essere ricondotto a pratiche corruttive o indebite interferenze negli affari, e adotta sistemi gestionali finalizzati a prevenire forme di corruzione, attiva o passiva, e qualsiasi comportamento collusivo nei rapporti con gli stakeholder.

Sono inoltre attivi adeguati assetti organizzativi per prevenire situazioni di crisi.

Nel 2025, come già nei due anni precedenti, non sono stati rilevati casi di corruzione né episodi di discriminazione, e non si sono verificate non conformità rispetto alla normativa ambientale e socioeconomica. Nello stesso anno non sono state avviate azioni legali legate a comportamenti anticompetitivi, né sono emerse violazioni delle norme antitrust o in materia di monopolio.

CONSORZIO GRANTERRE: PREMIO PER LA PUNTUALITÀ CON IL SISTEMA BANCARIO

Il Consorzio Granterre è stato premiato per la sua puntualità e affidabilità nei rapporti con il sistema bancario nell'ambito dei Credit Reputation Awards, il riconoscimento nazionale organizzato da MF CentraleRisk che valorizza le imprese più virtuose per trasparenza e correttezza nella gestione finanziaria. Questo attestato conferma la solidità del Consorzio e la sua capacità di mantenere una governance responsabile, con scelte strategiche improntate alla continuità e alla sostenibilità economica. L'assegnazione del premio, basata su un'analisi scientifica dei dati della Centrale Rischi di Banca d'Italia, rafforza ulteriormente il ruolo di GranTerre come realtà di riferimento nel settore agroalimentare, capace di unire qualità produttiva e affidabilità nei rapporti con gli stakeholder finanziari.

Cybersecurity e continuità operativa: l'impegno di GranTerre nel contesto NIS 2

Tra la fine del 2025 e l'inizio del 2026, GranTerre ha avviato un percorso strutturato di Business Impact Analysis (BIA) nell'ambito delle attività di progressivo adeguamento alla Direttiva europea NIS 2 (Direttiva UE 2022/2555), recepita in Italia dal D.Lgs. 138/2024, che introduce requisiti rafforzati in materia di sicurezza dei sistemi informativi, continuità operativa e gestione degli incidenti cyber per i soggetti interessati. La BIA è uno strumento metodologico che consente di identificare i processi aziendali critici e di valutare, nel tempo, gli impatti operativi, economici, legali e reputazionali che potrebbero derivare da un'interruzione delle attività o dei servizi supportati dai sistemi informativi. Pur non essendo espressamente indicata come obbligo formale dalla normativa, la Business Impact Analysis rappresenta un passaggio essenziale per dare concreta attuazione ai principi della NIS 2, in particolare per quanto riguarda la resilienza operativa, la continuità dei servizi essenziali e la gestione dei rischi legati anche alla catena di fornitura. Il percorso intrapreso è inoltre coerente con altri standard e riferimenti riconosciuti a livello internazionale, contribuendo a rafforzare l'approccio integrato di GranTerre alla gestione responsabile dei rischi e alla tutela del valore aziendale.

IL SISTEMA DELLE POLITICHE AZIENDALI DI GRANTERRE

Tra il 2025 e l'inizio del 2026 il Gruppo ha completato la definizione, l'aggiornamento e la piena diffusione di tutte le politiche aziendali oggi pubblicate nella sezione *La nostra etica* del sito GranTerre. Oltre al Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001 e al Codice Etico - che sancisce i principi di integrità, responsabilità, legalità, tutela dei diritti umani e rispetto della dignità della persona - sono state formalizzate e rese accessibili anche le politiche relative a tutela dei diritti umani, inclusione, equità, pari opportunità e responsabilità sociale, che contribuiscono - insieme alle altre politiche aziendali - a definire il quadro di riferimento che orienta l'impegno dell'azienda verso le persone, i territori e le comunità.

Le politiche rappresentano strumenti concreti attraverso i quali GranTerre traduce i propri impegni in azioni misurabili, pienamente coerenti con gli obiettivi del Piano di Sostenibilità e con i sistemi di certificazione adottati dalle aziende del Gruppo.

Attraverso la loro implementazione, GranTerre consolida un modello di sviluppo fondato su integrità, trasparenza e miglioramento continuo, nel rispetto delle normative vigenti e degli standard internazionali di riferimento.

POLITICA AZIENDALE PER LA TUTELA DEI DIRITTI UMANI

Definisce principi fondamentali, finalità, obiettivi e buone prassi che guidano il Gruppo nella tutela e promozione dei diritti umani lungo tutta la catena del valore, garantendo condizioni di lavoro eque, il rispetto della dignità delle persone e la prevenzione di qualsiasi forma di abuso o discriminazione.

POLITICA AZIENDALE PER LA PARITÀ DI GENERE, LA DIVERSITÀ, L'EQUITÀ E L'INCLUSIONE

La politica stabilisce i principi e gli obiettivi attraverso cui GranTerre promuove un ambiente di lavoro equo, inclusivo e aperto, assicurando pari opportunità a tutte le persone indipendentemente dalle loro diversità. Il Gruppo si impegna a promuovere i valori contenuti nel Codice Etico, in particolare il rispetto reciproco, il senso di appartenenza e la valorizzazione delle persone.

POLITICA AZIENDALE PER LA RESPONSABILITÀ SOCIALE D'IMPRESA (RSI)

La Politica RSI definisce l'approccio del Gruppo alla Responsabilità Sociale d'Impresa, considerata un pilastro strategico dell'impegno di GranTerre verso sostenibilità, trasparenza e dialogo continuo con gli stakeholder. Il documento illustra gli ambiti prioritari di intervento e i principi che orientano un modello di business responsabile e orientato alla creazione di valore condiviso.

POLITICA INTEGRATA PER LA SALUTE, LA SICUREZZA E L'AMBIENTE

La Politica Integrata indirizza e supporta gli obiettivi del Piano di Sostenibilità e i percorsi di miglioramento continuo legati alle certificazioni ISO 14001 (ambiente) e ISO 45001 (salute e sicurezza). Essa definisce principi, responsabilità e impegni per tutelare la salute dei lavoratori, prevenire i rischi e minimizzare gli impatti ambientali delle attività del Gruppo.

POLITICA PER LA QUALITÀ

La Politica per la Qualità evidenzia come tradizione, innovazione, tecnologia, rispetto dell'ambiente, sostenibilità, sicurezza e professionalità delle persone costituiscano i pilastri dello sviluppo del business. Il documento definisce principi e impegni specifici volti a garantire eccellenza dei prodotti, sicurezza alimentare e piena soddisfazione di clienti e consumatori.

**SCOPRI TUTTE LE
POLITICHE AZIENDALI
GRANTERRE**



7.3 IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER

Il Gruppo dialoga con una vasta e diversificata rete di stakeholder e si impegna a considerare i loro bisogni e le loro aspettative sia nella definizione delle strategie aziendali, sia nello svolgimento delle attività quotidiane. L'attenzione è rivolta alle istanze che emergono e alle esigenze dei territori in cui il Gruppo opera.

I canali attraverso cui si sviluppa il confronto con i diversi stakeholder sono numerosi e gestiti da varie Direzioni aziendali: dal customer care e dal servizio consumatori ai canali social, dalle fiere di settore agli incontri sindacali tra azienda e rappresentanti dei lavoratori, fino ai sistemi di comunicazione interna, alle assemblee dei soci e ai momenti di dialogo per l'analisi di materialità.

Negli ultimi anni il Gruppo GranTerre ha intrapreso un percorso di trasformazione digitale che, oltre a promuovere innovazione e crescita sostenibile, favorisce un miglioramento dei flussi di comunicazione interni ed esterni e abilita modalità di interazione con il consumatore sempre più avanzate. Questo approccio si fonda sui principi di trasparenza, dialogo aperto e coinvolgimento attivo degli stakeholder.

Nell'aggiornamento del Piano di Sostenibilità per il triennio 2025-2027 è stata inoltre introdotta la definizione e l'implementazione di una strategia strutturata di stakeholder engagement, con l'obiettivo di valorizzare, coordinare e monitorare in maniera sistematica i diversi canali e le azioni già in essere, integrandoli - ove necessario - con ulteriori interventi strategici.

LA ZOLA CHE FA RETE: GRANTERRE NEL NETWORK TERRITORIALE PER IL SOCIALE

Il 18 settembre 2025, nella cornice di Palazzo Albergati a Zola Predosa, si è svolta la prima edizione dell'evento *"La Zola che fa rete"*, promosso dal Comune di Zola Predosa con l'obiettivo di favorire connessioni virtuose tra imprese, istituzioni e associazioni del territorio. GranTerre ha preso parte all'iniziativa portando la propria esperienza nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa: la presenza dell'azienda ha evidenziato il legame consolidato tra lo stabilimento produttivo situato nel territorio e la comunità locale, con cui da anni sono attive collaborazioni in occasione di eventi, progettualità culturali e iniziative di valorizzazione del territorio. L'appuntamento ha rappresentato un momento significativo per rafforzare relazioni già esistenti e avviare nuove forme di cooperazione. Nel corso dell'evento è stato sottolineato come il lavoro in rete costituisca un elemento chiave per contribuire alla costruzione di una comunità più coesa e resiliente, obiettivo condiviso e sostenuto anche da GranTerre attraverso un impegno crescente sui territori.

GRANTERRE: PREMIO AMICO DEL CONSUMATORE CODACONS PER LA TRASPARENZA

GranTerre è stata insignita dal Codacons del prestigioso premio *"Amico del Consumatore 2025"*, un riconoscimento che celebra ogni anno realtà capaci di distinguersi per la tutela dei diritti dei cittadini e dei consumatori. Il Codacons ha scelto GranTerre come simbolo di quelle aziende italiane che privilegiano la filiera nazionale, promuovendo con orgoglio il vero Made in Italy e sostenendo un modello di economia sostenibile e responsabile. L'associazione ha evidenziato come la trasparenza rappresenti per GranTerre non uno slogan, ma una pratica industriale concreta, grazie alla tracciabilità integrale delle filiere e a un impegno costante nel garantire qualità e sicurezza alimentare.

GUARDA IL VIDEO



IL NUOVO SISTEMA DI CUSTOMER CARE CENTRALIZZATO DI GRANTERRE

Nel corso del 2025 GranTerre ha compiuto un passo significativo nel percorso di integrazione, armonizzazione e miglioramento continuo dei propri processi avviando, a partire dal 1° aprile, il nuovo sistema di Customer Care centralizzato. Si tratta di un progetto strategico che rafforza la governance delle relazioni con i consumatori e conferma l'impegno del Gruppo nel porre la persona - cliente, cittadino, consumatore - al centro delle proprie scelte.

Il nuovo sistema è costituito da strumenti, processi e figure dedicate alla gestione strutturata dei contatti lungo tutte le fasi del rapporto con il consumatore: prima dell'acquisto, durante la fruizione dei prodotti e nel post-vendita. L'obiettivo è garantire risposte rapide, competenti e omogenee, assicurando allo stesso tempo una gestione interna più efficace delle segnalazioni.

Tra gli elementi più innovativi del sistema vi è l'introduzione di un contact form digitale, pensato per sostituire i molteplici canali precedentemente utilizzati (numeri telefonici, caselle e-mail, form specifici di brand).

Questo strumento consente:

- una raccolta centralizzata e strutturata delle segnalazioni;
- la completa tracciabilità dei contatti, utile sia al monitoraggio operativo sia alla definizione di azioni correttive;
- una gestione più ordinata ed efficiente dei flussi informativi tra Customer Care, Ufficio Qualità, Marketing e altre funzioni interne;
- la costruzione di indicatori di performance utili al miglioramento continuo del servizio e della qualità dei prodotti.

L'approccio data-driven che ne deriva permette a GranTerre di aumentare la trasparenza, monitorare le ricorrenze, anticipare potenziali criticità e adottare più rapidamente misure di prevenzione, contribuendo così a una filiera sempre più responsabile.

La qualità del servizio offerto trova conferma anche dai riconoscimenti: Parmareggio si è nuovamente classificata tra i migliori brand in Italia per l'assistenza clienti, secondo lo studio *Top Contact Center 2025/26* realizzato dall'Istituto Tedesco Qualità ITQF in collaborazione con *La Repubblica - Affari & Finanza*. Un riconoscimento che valorizza il lavoro svolto e testimonia la solidità del modello gestionale implementato.

Oltre a rappresentare un avanzamento significativo sul piano organizzativo, il nuovo Customer Care centralizzato incarna un passaggio culturale importante per GranTerre: un'azienda unica, con procedure condivise e un approccio sempre più integrato, dove l'ascolto attivo del consumatore è elemento cardine del sistema di qualità. Il progetto contribuisce a consolidare relazioni di fiducia con i clienti finali e rafforza la credibilità del brand GranTerre, ponendo le basi per una gestione del dialogo con il consumatore sempre più trasparente, responsabile e orientata al miglioramento continuo.

SCOPRI IL NUOVO
CUSTOMER CARE



7.3.1 LA COMUNICAZIONE SOCIAL E I PROGRAMMI FEDELITÀ PER I CONSUMATORI

Il 2025 ha segnato un nuovo capitolo nel percorso di evoluzione digitale del Gruppo GranTerre. La strategia si è concretizzata su due fronti paralleli: da un lato, rafforzare il dialogo con i consumatori attraverso canali sempre più personalizzati; dall'altro, rendere più fluida e continua la comunicazione interna con i dipendenti del Gruppo, grazie all'avvio di una nuova piattaforma dedicata. A fare da traino a questa evoluzione sono stati la crescita del sito web di Granterre, insieme a una gestione più mirata delle newsletter e delle pagine social, che hanno reso il rapporto con il pubblico più diretto e rilevante.

I BRAND SUI SOCIAL: UNA PRESENZA SEMPRE PIÙ FORTE

Nel 2025, la presenza digitale del Gruppo sui canali META (Facebook e Instagram) ha raggiunto risultati significativi. Le pagine social dei brand - Parmareggio, Senfter, Teneroni, LiberaMente e GranTerre - hanno toccato quasi 27 milioni di italiani, generando 340 milioni di visualizzazioni. Una distribuzione dei contenuti sempre più precisa ha permesso di ottimizzare gli investimenti e intercettare un pubblico realmente interessato.

Sul fronte istituzionale, LinkedIn si conferma il canale di riferimento per la comunicazione verso stakeholder e professionisti: nel 2025 la pagina del Gruppo ha superato i 19.000 follower in organico, quasi raddoppiando i valori dell'anno precedente.

Cresce anche il sito granterre.it, che si afferma come hub informativo per chi vuole approfondire le attività e le iniziative del Gruppo: 2,5 milioni di visualizzazioni - più del doppio rispetto all'anno precedente - e circa 250.000 utenti unici ne confermano il ruolo strategico nella comunicazione verso tutti gli stakeholder.

“LA BONTÀ CHE TI PENSA”: IL LOYALTY PROGRAM CHE COSTRUISCE COMUNITÀ

Fedeltà non è solo una parola: è una relazione che si costruisce nel tempo. Con questa convinzione, GranTerre ha rinnovato anche nel 2025 il programma “La Bontà che ti pensa”, un'iniziativa pensata per trasformare i consumatori da acquirenti abituali a veri ambasciatori del brand. Il programma unisce i prodotti di Caseifici e Salumifici Granterre in un'unica raccolta punti, accessibile per tutto l'anno, che permette di vincere numerosi premi. I risultati del rilancio evidenziano il successo del programma: circa 50.000 consumatori coinvolti e oltre 300.000 missioni completate in 11 mesi, a testimonianza di un legame sempre più solido tra GranTerre e le persone che scelgono ogni giorno i suoi prodotti.



PER APPROFONDIRE



7.3.2 I CANALI DI COMUNICAZIONE INTERNA

Il 2025 è stato un anno importante nella comunicazione interna del Gruppo: dopo un'attenta fase di analisi avviata nel 2024, è nata NoiGranTerre, la nuova intranet aziendale pensata per connettere le persone del Gruppo in tutte le sedi sui territori. La piattaforma rappresenta la naturale evoluzione degli strumenti precedenti superando la frammentazione tra Caseifici e Salumifici GranTerre e dando vita a un unico spazio digitale condiviso, coerente con la visione di una “casa comune” GranTerre. I risultati del primo anno sono incoraggianti: quasi la metà dei dipendenti del Gruppo ha già visitato la piattaforma, un segnale importante di curiosità e apertura verso questo nuovo canale. Un punto di partenza solido, su cui continuare a costruire contenuti rilevanti e coinvolgenti per tutta la comunità GranTerre.

NOI GranTerre

La intranet si affianca alle iniziative di engagement già avviate, come il contest interno “GranTerre Senza Frontiere” che tra la fine del 2025 e l'inizio del 2026 è stato promosso con successo per la terza edizione confermando la volontà del Gruppo di investire non solo negli strumenti, ma nelle relazioni tra le persone che ogni giorno danno vita a GranTerre.

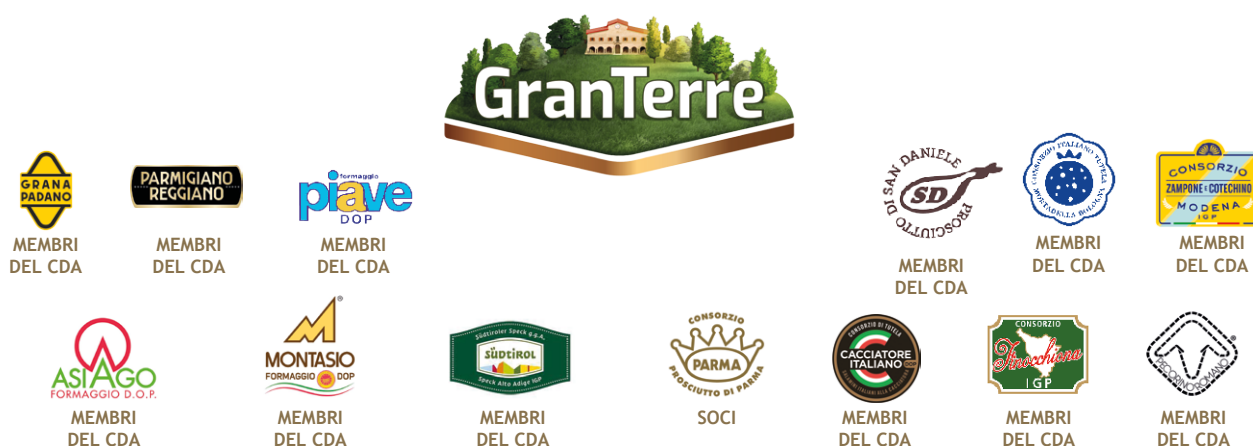


7.3.3. LA RETE SUL TERRITORIO: CONSORZI DI TUTELA E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Le società del Gruppo partecipano attivamente alla vita dei territori e alle dinamiche del settore attraverso l'adesione ai Consorzi di tutela dei prodotti DOP e IGP e alle principali Associazioni di categoria. All'interno di questi network, GranTerre dialoga con una pluralità di interlocutori - compresi soggetti istituzionali - per affrontare le sfide del comparto e coglierne le opportunità, sviluppando al contempo rapporti di collaborazione con altre aziende e realtà specializzate.

Il contributo del Gruppo si esprime anche in modo indiretto: attraverso il pagamento delle quote associative, pari a circa 670 mila euro nel 2025, GranTerre sostiene le attività di promozione dei prodotti e delle aree di origine portate avanti dai Consorzi e dalle Associazioni di riferimento.

Negli ultimi anni i Consorzi di tutela hanno dato sempre maggiore rilievo ai temi della sostenibilità, rendendoli centrali nei propri progetti e nelle strategie di valorizzazione. GranTerre partecipa attivamente a questo percorso sia attraverso il coinvolgimento nei principali organi decisionali e associativi, sia tramite la presenza nei gruppi di lavoro dedicati e nei progetti sviluppati sul tema. Il Gruppo è rappresentato direttamente, oppure tramite i soci di Consorzio Granterre e Agriform, in tutti i Consorzi di Tutela delle DOP e IGP che compongono il proprio paniere prodotti.



GranTerre e le società del Gruppo aderiscono a Legacoop Nazionale e alle sue articolazioni territoriali e settoriali, tra cui Legacoop Estense e Legacoop Agroalimentare, oltre che a Confcooperative Nazionale e alla struttura territoriale del Veneto. Parallelamente, le aziende del Gruppo partecipano anche alle principali associazioni del sistema confindustriale di riferimento, come Assolatte e Assica. Anche all'interno di queste Associazioni di categoria, GranTerre svolge un ruolo attivo contribuendo ai Gruppi di Lavoro e prendendo parte ai momenti di confronto e dialogo promossi.

LEGACOOP
ESTENSE

CONFCOOPERATIVE
VENETO

Assolatte
ASSOCIAZIONE ITALIANA
LATTIERO CASEARIA

LEGACOOP
AGROALIMENTARE

CONFCOOPERATIVE
CONFEDERAZIONE COOPERATIVE ITALIANE

ASSICA
Associazione Industriali
delle Carni e dei Salumi

LA VOCE DI GRANTERRE IN ITALIA E NEL MONDO

Nel 2025 GranTerre ha consolidato la sua presenza nel panorama cooperativo internazionale, partecipando a momenti strategici di confronto e sviluppo dedicati al settore agroalimentare. Dalle iniziative di Expo Osaka 2025 a importanti congressi europei e nazionali, il Gruppo ha ribadito il proprio ruolo attivo nel dialogo istituzionale e nel rafforzamento della filiera cooperativa.

EXPO OSAKA 2025: GranTerre alla Biennale dell'Economia Cooperativa in Giappone

GranTerre è stata tra i protagonisti di un'iniziativa internazionale di grande rilievo, la Biennale dell'Economia Cooperativa in Giappone. La missione cooperativa è stata organizzata in occasione di Expo 2025 Osaka, evento di portata mondiale che ha rappresentato una piattaforma privilegiata per promuovere l'eccellenza italiana, favorire relazioni economiche internazionali e far emergere le esperienze cooperative come leva fondamentale per una crescita sostenibile. Un momento storico che ha visto il movimento cooperativo italiano farsi portavoce, a livello globale, di un modello economico fondato su partecipazione, sostenibilità e valore condiviso. Nel corso di una settimana densa di incontri istituzionali, scambi culturali e sessioni di lavoro, le principali realtà cooperative nazionali hanno avuto l'opportunità di intensificare il dialogo con il Giappone, esplorando nuove possibilità di collaborazione e costruendo alleanze strategiche per il futuro. Il momento centrale dell'iniziativa si è svolto il 20 settembre, all'interno del Padiglione Italia di Expo 2025 Osaka, con il workshop inaugurale dedicato all'Anno Internazionale delle Cooperative 2025. L'appuntamento ha messo in evidenza la forza e la vitalità del movimento cooperativo a livello globale, dando voce alle cooperative italiane e giapponesi impegnate nei settori chiave dello sviluppo sostenibile. Un'occasione per mostrare il contributo concreto che il modello cooperativo può offrire alle sfide economiche, ambientali e sociali del nostro tempo.



GRANTERRE A BRUXELLES PER IL CONGRESSO EUROPEO DELLE COOPERATIVE

GranTerre ha partecipato al congresso di Legacoop *"Cooperatives: Driving Force for Europe's Competitiveness and Social Cohesion"*, svoltosi il 19 marzo 2025 presso il Building della Regione Emilia-Romagna a Bruxelles. Alla presenza del presidente del Consorzio GranTerre, Enrico Manni, l'evento ha rappresentato un'importante occasione per confrontarsi sui temi centrali della competitività europea, dell'innovazione, della sostenibilità e del ruolo strategico delle cooperative nel futuro dell'industria e dell'agroalimentare.

GRANTERRE PROTAGONISTA AL CONVEGNO DI CONFCOOPERATIVE VENETO SULLA COOPERAZIONE LATTIERO-CASEARIA

GranTerre ha partecipato al convegno *"La cooperazione nel comparto lattiero-caseario tra dinamiche di mercato e sfide future"*, svoltosi il 14 marzo 2025 a Padova, con la presenza del presidente di Caseifici GranTerre Nisio Paganin. L'iniziativa, promossa da Confcooperative Veneto, ha riunito esponenti di rilievo della filiera per confrontarsi sull'andamento del mercato lattiero-caseario e sulle nuove sfide che attendono il settore. Paganin, insieme ad alcuni soci Agriform, ha portato il proprio contributo alla tavola rotonda dedicata alle dinamiche competitive e alle strategie di sviluppo delle cooperative. La presenza di GranTerre ha evidenziato l'impegno del gruppo nel dialogo con il mondo cooperativo e nella ricerca di soluzioni condivise per rafforzare la sostenibilità e la competitività del comparto.

RETI E COLLABORAZIONI PER UN FUTURO SOSTENIBILE

In un contesto in cui la collaborazione tra imprese e reti territoriali diventa sempre più centrale per affrontare le sfide della sostenibilità, GranTerre consolida il proprio ruolo attivo nel confronto e nella crescita condivisa. Attraverso diversi spazi di dialogo e collaborazione, GranTerre rafforza le proprie competenze, amplia le opportunità di confronto e contribuisce attivamente alla costruzione di un ecosistema sostenibile fondato su identità cooperativa, responsabilità e innovazione.

LA TASK FORCE SOSTENIBILITÀ DI LEGACOOOP

La Task Force sulla sostenibilità di Legacoop, riconosciuta da ASviS - Alleanza per lo sviluppo sostenibile come una buona pratica di azione collettiva e definita un vero e proprio *“laboratorio di futuro”*, rappresenta uno spazio in cui imprese e territori collaborano per condividere esperienze e sviluppare nuovi modelli di sviluppo sostenibile. In questo contesto, la partecipazione delle cooperative coinvolte - tra cui GranTerre - contribuisce a costruire un approccio condiviso alla transizione ecologica, sociale ed economica, rafforzando competenze e linguaggi comuni. Il percorso nasce con l'obiettivo di mettere in rete cooperative orientate alla sostenibilità per individuare sfide, bisogni e possibili soluzioni attraverso un lavoro metodologico partecipato, in linea con la visione promossa da Legacoop di una trasformazione fondata su collaborazione, identità cooperativa e responsabilità verso persone e territori.

GRANTERRE ADERISCE A IMPRONTA ETICA

Dal 2024 GranTerre è membro di Impronta Etica, uno dei principali network nazionali dedicati alla promozione della sostenibilità nelle imprese. L'adesione rafforza l'impegno del Gruppo verso una crescita responsabile e trasparente, in continuità con il percorso avviato nel 2021.

Essere parte dell'associazione permette a GranTerre di confrontarsi con altre realtà impegnate sui temi ESG, condividere esperienze, sviluppare progettualità comuni e partecipare a momenti di dialogo utili a consolidare ulteriormente il proprio percorso di sostenibilità.



**Impronta
Etica**

I PROGETTI DI SOSTENIBILITÀ DEI CONSORZI DI PRODOTTO

GranTerre partecipa attivamente ai progetti di sostenibilità promossi dai consorzi di prodotto, favorendo iniziative condivise lungo tutta la filiera. Tra questi, il percorso sviluppato insieme al Consorzio dello Speck Alto Adige IGP rappresenta un esempio concreto di impegno congiunto per una maggiore sostenibilità del comparto. Grazie a queste collaborazioni, il Gruppo contribuisce alla diffusione di pratiche più responsabili e orientate all'innovazione.



APPENDICE



CAPITOLO 1

TABELLA DI CORRELAZIONE MATERIALITÀ DI IMPATTO:

PILASTRO DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ - TEMA MATERIALE - IMPATTI - GRI STANDARDS DI RIFERIMENTO

PILASTRI DEL PIANO DI SOSTENIBILITÀ	TEMI MATERIALI	DESCRIZIONE	IMPATTI	CARATTERISTICHE DEGLI IMPATTI	GRI1
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.	Mancata tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori	- Negativo - Effettivo	GRI 403 - SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO GRI 13.19
	Diversità e inclusione, crescita professionale e benessere dei dipendenti	GranTerre si impegna nel costruire e nel mantenere un ambiente lavorativo sano e stimolante per i suoi dipendenti. Il Gruppo si impegna a valorizzare la diversità interna, promuovendo l'uguaglianza di genere e le pari opportunità, per tutelare la mobilità dei dipendenti. Inoltre, si propone di mantenere un tasso di turnover adeguato e attrarre nuovi talenti, favorendo un equilibrio tra vita privata e lavorativa e creando un ambiente di lavoro aperto al dialogo e al confronto. La formazione, in quest'ottica, è considerata una leva strategica per 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 dall'innovazione tecnologica e di processo, tutelando così sia il business, che il benessere e la soddisfazione dei dipendenti.	Mancata formazione e sviluppo professionale Discriminazione sui luoghi di lavoro e pari opportunità	- Negativo - Potenziale - Negativo - Potenziale	GRI 404 - FORMAZIONE E ISTRUZIONE GRI 405 - DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ GRI 406 - NON DISCRIMINAZIONE GRI 13.15 GRI 401 - OCCUPAZIONE GRI 13.20
	Diritti umani dei lavoratori	Le attività lungo la catena del valore del Gruppo sono articolate e complesse e prevedono un numero importante di fornitori ed attività. GranTerre 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.	Mancata tutela dei diritti umani e dei lavoratori	- Negativo - Potenziale	GRI 406 - NON-DISCRIMINAZIONE GRI 13.15 GRI 408- LAVORO MINORILE GRI 13.17 GRI 409- LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO GRI 13.16

1 Si rimanda al GRI Content Index per i dettagli.

ECCellenza e qualità dei prodotti	Eccellenza e qualità dei prodotti per la soddisfazione e la sicurezza di clienti e consumatori finali	Il settore agroalimentare ha una grande responsabilità nella sicurezza alimentare e il Gruppo si impegna a garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti per prevenire rischi per la salute dei consumatori. Il Gruppo si dedica all'innovazione di prodotto e processo per mantenere elevati standard qualitativi e soddisfare le esigenze nutrizionali di diverse categorie di consumatori. Inoltre presta particolare attenzione alla comunicazione di informazioni corrette per promuovere la consapevolezza tra i consumatori. Con le sue eccellenze, GranTerre contribuisce alla valorizzazione del Made in Italy nel mondo.	Mancata tutela della qualità e sicurezza dei prodotti Rafforzamento valore del Made in Italy: Produzione in Italia e valorizzazione verso estero dei prodotti Mancata innovazione di prodotto Sostegno all'educazione alimentare dei consumatori	- Negativo - Potenziale - Positivo - Potenziale - Negativo - Potenziale - Positivo - Potenziale	GRI 416 - SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI GRI 13.10 GRI 417 - MARKETING ED ETICHETTATURA EXTRA GRI Numero di progetti di prodotto e di campionature di nuovi prodotti e/o ricette
	Gestione della catena di fornitura e della filiera	L'attenzione verso l'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. Fornire, inoltre, informazioni sulla tracciabilità dei prodotti consente di supportare la trasparenza nei confronti degli stakeholder.	Ridotta tracciabilità della catena di fornitura	- Negativo - Potenziale	GRI 204 - PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO GRI 13.23
	Benessere animale	GranTerre considera il rispetto dei criteri di benessere animale definiti dalle normative di riferimento una componente del sistema integrato di produzione.	Impatto sulla salute e sul welfare dell'animale	- Negativo - Potenziale	GRI 13.11 - SALUTE E WELFARE DELL'ANIMALE
	Sviluppo dei territori	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.	Impatto sullo sviluppo del territorio e delle comunità locali	- Positivo - Effettivo	GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICA GRI 13.22

IMPATTO POSITIVO SUI TERRITORI E SULLE COMUNITÀ	Creazione e distribuzione di valore verso la comunità e gli stakeholder	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. Inoltre, il Gruppo, tutela i soci della filiera cooperativa e attraverso le loro attività promuove e cerca di sostenere la crescita e il benessere dei territori, anche periferici, in cui sono presenti i caseifici e le loro filiere. Il Gruppo pone l'attenzione verso le tematiche della riduzione dello spreco alimentare e dell'accessibilità al cibo.	Impatto sullo sviluppo del territorio e delle comunità locali Riduzione dello spreco alimentare Mancata accessibilità al cibo Sistema cooperativo di filiera Rafforzamento del movimento cooperativo Redistribuzione ad alto impatto del valore generato da parte dei soci cooperativi e finanziari Creazione e distribuzione di valore agli stakeholder	- Positivo - Effettivo - Positivo - Effettivo - Negativo - Potenziale - Positivo - Potenziale - Positivo - Potenziale - Positivo - Effettivo - Positivo - Effettivo	EXTRA GRI Quantità di prodotti donati e relativo impatto socio-ambientale GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICHE GRI 13.22
TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE SUE RISORSE	Energia e cambiamento climatico	La catena del valore dell'industria agroalimentare comprende varie fasi, dalla produzione delle materie prime fino ai trasporti, passando per i processi industriali. Tutti gli step sono caratterizzati 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 di gas a effetto serra. Inoltre, poiché i cambiamenti climatici stanno acquisendo maggiore rilevanza in termini di conseguenze sugli asset e sulle scelte di consumo delle persone, GranTerre, per assicurare continuità di business, presta attenzione a monitorare i rischi climatici più rilevanti.	Consumi energetici e contributo al cambiamento climatico Mancato adattamento ai cambiamenti climatici e resilienza	- Negativo - Effettivo - Negativo - Potenziale	GRI 302 - ENERGIA GRI 305 - EMISSIONI GRI 13.1 GRI 201 - PERFORMANCE ECONOMICA GRI 13.2

TUTELA DELL'AMBIENTE E DELLE SUE RISORSE	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.	Emissioni inquinanti	- Negativo - Effettivo	GRI 305 - EMISSIONI GRI 13.1
	Uso delle risorse ed economia circolare	Il packaging primario e secondario 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. Inoltre, il Gruppo pone particolare attenzione alla corretta gestione dei rifiuti, propendendo quando possibile per recupero e circolarità, e si pone l'obiettivo di considerare l'innovazione nei materiali e soluzioni orientate all'economia circolare per ridurre gli impatti generati	Impatti legati al packaging Mancato riciclo e smaltimento dei rifiuti	- Negativo - Effettivo - Negativo - Effettivo	EXTRA GRI Quantità (t) di materiali utilizzati per il packaging GRI 306 - RIFIUTI GRI 13.8
	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.	Prelievo, consumo, scarico e contributo allo stress idrico	- Negativo - Effettivo	GRI 303 - ACQUA E SCARICHI IDRICI GRI 13.7
	Biodiversità ed ecosistemi	La biodiversità ha un ruolo importante in generale per l'equilibrio degli ecosistemi e, nel settore di GranTerre, nel favorire la sicurezza alimentare. Il Gruppo si impegna a presidiare le questioni correlate alla biodiversità con sempre maggiore attenzione nello sviluppo del suo percorso di sostenibilità.	Mancata tutela della biodiversità	- Negativo - Potenziale	GRI 304 - BIODIVERSITÀ GRI 13.3
GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ	Pratiche di business	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. Inoltre, promuove, nel rispetto dei suoi valori, il corretto comportamento nei mercati, per garantire una concorrenza leale e favorire l'efficienza del sistema economico.	Comportamenti a rischio corruzione Comportamento anti-competitivo	- Negativo - Potenziale - Negativo - Potenziale	GRI 205 - ANTICORRUZIONE GRI 13.26 GRI 206 - COMPORTAMENTO ANTICOMPETITIVO GRI 13.25

TABELLA DI CORRELAZIONE TRA I TEMI MATERIALI 2025, I VALORI COOPERATIVI E GLI SDGS

Pilastri piano di sostenibilità	TemI materiali	Valori cooperativi	SDGs
Tutela dell'ambiente e delle sue risorse	Energia e cambiamento climatico	Trasparenza e collaborazione Responsabilità sociale Cura degli altri	6
	Emissioni inquinanti		7
	Acqua		12
	Biodiversità ed ecosistemi		13
	Uso delle risorse ed economia circolare		15
Valorizzazione delle nostre persone	Salute e sicurezza dei lavoratori	Uguaglianza	5
	Diversità & inclusione, crescita professionale e benessere dei dipendenti	Equità	8
		Auto-aiuto	10
Impatto positivo sui territori e sulle comunità	Sviluppo dei territori	Solidarietà Responsabilità sociale Cura degli altri	2
	Creazione e distribuzione di valore verso le comunità e gli stakeholder		3
			8
			10
			11
Eccellenza e qualità dei prodotti	Eccellenza e qualità dei prodotti per la soddisfazione e la sicurezza di clienti e consumatori finali	Trasparenza e collaborazione	2
		Responsabilità sociale	3
			12
Approvvigionamento responsabile e valorizzazione della filiera lattiero-casearia	Gestione della catena di fornitura e della filiera	Trasparenza e collaborazione	8 11 12 15
		Onestà	
	Benessere animale	Uguaglianza	
		Responsabilità	
		Democrazia	
Governance di sostenibilità	Pratiche di business	Auto-aiuto	
		Trasparenza e collaborazione	17
		Onestà	
	Solidarietà		

CAPITOLO 2

GRI 405-1 DIVERSITÀ NEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI

DIPENDENTI PER CATEGORIA DI LAVORO E GENERE

	2023			2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	5	31	36	5	28	33	6	28	34
Quadri	23	65	88	24	70	94	23	67	90
Impiegati	226	155	381	234	165	399	242	167	409
Operai	566	906	1.472	672	1.033	1.705	691	1.041	1.732
Totale	820	1.157	1.977	935	1.296	2.231	962	1.303	2.265

DIPENDENTI PER CATEGORIA DI LAVORO E GENERE (%)

	2023			2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	13,9%	86,1%	1,8%	15,2%	84,8%	1,5%	17,6%	82,4%	1,5%
Quadri	26,1%	73,9%	4,5%	25,5%	74,5%	4,2%	25,6%	74,4%	4,0%
Impiegati	59,3%	40,7%	19,3%	58,6%	41,4%	17,9%	59,2%	40,8%	18,1%
Operai	38,5%	61,5%	74,5%	39,4%	60,6%	76,4%	39,9%	60,1%	76,5%
Totale	41,5%	58,5%	100,0%	41,9%	58,1%	100,0%	42,5%	57,5%	100,0%

DIPENDENTI PER CATEGORIA DI LAVORO E GRUPPO DI ETÀ

	2023				2024				2025			
	< 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	6	30	36	0	6	27	33	0	7	27	34
Quadri	0	32	56	88	0	33	61	94	0	31	59	90
Impiegati	50	215	116	381	57	220	122	399	61	213	135	409
Operai	84	656	732	1.472	111	797	797	1.705	111	812	809	1.732
Totale	134	909	934	1.977	168	1.056	1.007	2.231	172	1.063	1.030	2.265

DIPENDENTI PER CATEGORIA DI LAVORO E GRUPPO DI ETÀ (%)

	2023				2024				2025			
	< 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%	16,7%	83,3%	1,8%	0,0%	18,2%	81,8%	1,5%	0,0%	20,6%	79,4%	1,5%
Quadri	0,0%	36,4%	63,6%	4,5%	0,0%	35,1%	64,9%	4,2%	0,0%	34,4%	65,6%	4,0%
Impiegati	13,1%	56,4%	30,4%	19,3%	14,3%	55,1%	30,6%	17,9%	14,9%	52,1%	33,0%	18,1%
Operai	5,7%	44,6%	49,7%	74,5%	6,5%	46,7%	46,7%	76,4%	6,4%	46,9%	46,7%	76,5%
Totale	6,8%	46,0%	47,2%	100,0%	7,5%	47,3%	45,1%	100,0%	7,6%	46,9%	45,5%	100,0%

GRI 2-7 INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI - PER TIPO DI CONTRATTO

	2023										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Full-time	1.132	740	1	1	2	2	14	4	1.149	747	1.896
Part-time	8	73	0	0	0	0	0	0	8	73	81
Totale	1.140	813	1	1	2	2	14	4	1.157	820	1.977
	2024										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Full-time	1.273	841	1	1	2	2	12	6	1.288	850	2.138
Part-time	8	85	0	0	0	0	0	0	8	85	93
Totale	1.281	926	1	1	2	2	12	6	1.296	935	2.231
	2025										
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE		
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Totale
Full-time	1.279	881	1	1	2	3	10	4	1.292	889	2.181
Part-time	10	70	0	0	0	0	1	3	11	73	84
Totale	1.289	951	1	1	2	3	11	7	1.303	962	2.265

GRI 2-7 INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI - PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO

	2023											
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE			
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Totale
Tempo indeterminato	1.113	804	1	1	2	2	14	4	1.130	811	1.941	
Tempo determinato	27	9	0	0	0	0	0	0	27	9	36	
Non-guaranteed hours employees / Contratti intermittenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Totale	1.140	813	1	1	2	2	14	4	1.157	820	1.977	
Totale in FTE (Full Time Equivalent)	1.950											
	2024											
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE			
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Totale
Tempo indeterminato	1.263	914	1	1	2	2	12	6	1.278	923	2.201	
Tempo determinato	18	12	0	0	0	0	0	0	18	12	30	
Non-guaranteed hours employees / Contratti intermittenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Totale	1.281	926	1	1	2	2	12	6	1.296	935	2.231	
Totale in FTE (Full Time Equivalent)	2.200											
	2025											
	ITALIA		AUSTRIA		FRANCIA		GERMANIA		TOTALE			
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Totale
Tempo indeterminato	1.266	939	1	1	2	3	11	7	1.280	950	2.230	
Tempo determinato	23	12	0	0	0	0	0	0	23	12	35	
Non-guaranteed hours employees / Contratti intermittenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Totale	1.289	951	1	1	2	3	11	7	1.303	962	2.265	
Totale in FTE (Full Time Equivalent)	2.240											

GRI 401-1 NUOVE ASSUNZIONI

	2023					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	179	0	0	3	182	15,7%
Donna	139	0	0	1	140	17,1%
Totale	318	0	0	4	322	16,3%
<30	77	0	0	0	77	57,5%
30 - 50	172	0	0	4	176	19,4%
>50	69	0	0	0	69	7,4%
Totale	318	0	0	4	322	16,3%
	2024					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	280	0	0	1	281	21,7%
Donna	191	0	0	3	194	20,7%
Totale	471	0	0	4	475	21,3%
<30	88	0	0	0	88	52,4%
30 - 50	280	0	0	4	284	26,9%
>50	103	0	0	0	103	10,2%
Totale	471	0	0	4	475	21,3%
	2025					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	133	0	0	1	134	10,3%
Donna	85	0	1	2	88	9,1%
Totale	218	0	1	3	222	9,8%
<30	63	0	1	0	64	37,2%
30 - 50	125	0	0	1	126	11,9%
>50	30	0	0	2	32	3,1%
Totale	218	0	1	3	222	9,8%

GRI 401-1 TURNOVER

	2023					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	111	0	1	1	113	9,8%
Donna	47	0	0	2	49	6,0%
Totale	158	0	1	3	162	8,2%
<30	24	0	0	0	24	17,9%
30 - 50	54	0	1	2	57	6,3%
>50	80	0	0	1	81	8,7%
Totale	158	0	1	3	162	8,2%
	2024					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	139	0	0	3	142	11,0%
Donna	78	0	0	1	79	8,4%
Totale	217	0	0	4	221	9,9%
<30	26	0	0	0	26	15,5%
30 - 50	88	0	0	2	90	8,5%
>50	103	0	0	2	105	10,4%
Totale	217	0	0	4	221	9,9%
	2025					
	ITALIA	AUSTRIA	FRANCIA	GERMANIA	TOTALE	
	numero	numero	numero	numero	numero	tasso
Uomo	125	0	0	2	127	9,7%
Donna	60	0	0	1	61	6,3%
Totale	185	0	0	3	188	8,3%
<30	27	0	0	0	27	15,7%
30 - 50	66	0	0	2	68	6,4%
>50	92	0	0	1	93	9,0%
Totale	185	0	0	3	188	8,3%

GRI 405-2 RAPPORTO DELLO STIPENDIO BASE E RETRIBUZIONE DELLE DONNE RISPETTO AGLI UOMINI

Salario base per categoria di impiego	2023	2024	2025
	%	%	%
	numero	numero	numero
Dirigenti	81%	78%	88%
Quadri	86%	89%	86%
Impiegati	86%	91%	93%
Operai	89%	88%	92%
GRUPPO	83%	85%	88%
Retribuzione per categoria di impiego - principio di cassa	2023	2024	2025
	%	%	%
	numero	numero	numero
Dirigenti	77%	76%	89%
Quadri	80%	88%	85%
Impiegati	84%	88%	91%
Operai	86%	85%	89%
GRUPPO	80%	82%	85%
Retribuzione per categoria di impiego - principio di competenza	2023	2024	2025
	%	%	%
	numero	numero	numero
Dirigenti	78%	76%	85%
Quadri	80%	87%	84%
Impiegati	84%	88%	91%
Operai	86%	85%	89%
GRUPPO	81%	82%	85%

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE (ITALIA)

	2023		2024		2025	
	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie
Dirigenti	141	4,1	438	14,1	272	8,5
Quadri	713	8,9	1.316	15,9	927	11,9
Impiegati	4.413	12,0	7.034	18,1	6.304	15,8
Operai	13.927	9,5	15.820	9,3	12.757	7,4
Totale	19.194	9,8	24.607	11,1	20.259	9,0

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER GENERE (ITALIA)

	2023		2024		2025	
	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie	Ore totali	Ore medie
Donne	6.414	7,9	8.337	9,0	8.083	8,5
Uomini	12.780	11,2	16.270	12,7	12.176	9,4
Totale	19.194	9,8	24.607	11,1	20.259	9,0

CAPITOLO 5

LE CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO E SISTEMA POSSEDUTE DA GRANTERRE

		BRC	IFS FOOD	IFS LOG	QS	USDA	FDA	NATO	PRODOTTO BIOLOGICO	ISO 45001	ISO 14001	ISO 17025
CASEIFICI GRANTERRE	SOMMACAMPAGNA	X	X				X		X	X	X	
	MODENA ²	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					X	X	
	NOCETO	X	X		X			X		X	X	
	REGGIO EMILIA	X	X		X			X			X	
	CHIUSA - PUTZEN	X	X		X					X	X	
	LANGHIRANO	X	X			X		X		X	X	
	REGGELLO	X	X		X			X		X	X	
	CHIUSA - LEITACH	X	X		X			X		X	X	
	SAN DANIELE	X	X			X				X	X	
	ZOLA PREDOSA	X	X			X				X	X	
	SALA BAGANZA	X	X			X		X		X	X	
	LABORATORIO ANALISI MODENA											X
LOGISTICA GRANTERRE	INTERPORTO			X	X				X	X	X	

² Con riferimento alle certificazioni qualità il sito di Modena di Caseifici GranTerre consta di due stabilimenti con attività diverse (produzione burro e formaggio) nell'ambito della stessa sezione "prodotti a base di latte".

CAPITOLO 6

GRI 204-1: PROPORZIONE DELLA SPESA EFFETTUATA VERSO FORNITORI (€/000)

	2023			2024			2025		
Totale spesa fornitori effettuate dalle sedi di:	Locale	Eestero	Totale	Locale	Eestero	Totale	Locale	Eestero	Totale
Italia	891.882	153.914	1.045.795	936.982	150.997	1.087.978	997.514	136.069	1.133.583
Sedi estere (Francia, Germania, Austria)	2.717	33	2.750	2.600	27	2.627	2.870	23	2.893
Totale	894.599	153.946	1.048.545	939.582	151.023	1.090.605	1.000.384	136.092	1.136.476

CAPITOLO 7

GRI 207-1 - RENDICONTAZIONE FISCALE PER AREA GEOGRAFICA, 2022, 2023, 2024

		Totale	Italia	Austria	Francia	Germania	USA
Numero di dipendenti ³	2022	1.823	1.800	2	5	16	-
	2023	1.945	1.922	2	4	17	-
	2024	2.202	2.178	2	4	18	-
Ricavi ottenuti da vendite a terze parti	2022	1.483.817.103,07	1.364.261.879,41	8.107.297,29	35.819.323,29	63.790.796,97	11.837.806,11
	2023	1.591.250.762,94	1.571.371.039,58	1.104.284,02	4.329.773,73	5.400.428,50	9.045.237,11
	2024	1.690.468.313,97	1.545.670.585,88	10.504.740,79	42.560.696,40	75.093.164,44	16.639.126,46
Ricavi ottenuti da operazioni infragruppo con altre giurisdizioni fiscali	2022	145.155.237,00	144.040.388,00	361.917,00	190.021,00	468.984,00	93.927,00
	2023	170.655.800,00	51.215.683,00	8.781.460,00	37.519.330,00	69.064.625,00	4.074.702,00
	2024	495.462.313,67	493.220.452,92	630.700,03	393.336,73	1.199.409,99	18.414,00
Utile/perdita al lordo di imposte	2022	33.505.623,05	32.033.578,82	222.096,52	501.455,09	901.283,22	- 152.790,60
	2023	11.327.847,67	8.188.656,85	444.576,50	835.441,55	1.559.473,30	299.699,47
	2024	- 8.749.396,31	- 10.044.363,14	328.623,35	342.957,69	600.499,84	22.885,95
Imposte pagate sul reddito aziendale secondo il criterio di cassa	2022	13.577.673,77	13.068.513,00	14.599,00	156.780,00	334.901,43	2.880,34
	2023	4.695.018,09	4.071.567,65	26.635,00	211.160,00	380.097,00	5.558,44
	2024	2.148.876,78	1.767.832,00	18.363,00	48.514,00	311.407,66	2.760,12

³ Il numero di dipendenti indicato è il numero medio, non sono inclusi somministrati.

NOTA METODOLOGICA

QUARTO BILANCIO ANNUALE DI SOSTENIBILITÀ DI GRANTERRE

Il presente documento rappresenta il quarto 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 2025 è approvato dal Consiglio di Amministrazione di GranTerre S.p.A. in data 26 maggio 2026. Inoltre, il documento è stato sottoposto a esame limitato (“limited assurance engagement”) secondo quanto previsto dal principio “International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised)” dalla società Bureau Veritas Italia S.p.A. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione Indipendente” riportata in calce al documento.

PERIODO DI RIFERIMENTO

I dati e le informazioni qualitative e quantitative contenute in questo Bilancio si riferiscono alla performance per l’esercizio fiscale 2025 (dal 1° gennaio al 31 dicembre). Vengono, inoltre, forniti i raffronti con gli esercizi precedenti (2024 e 2023).

STANDARD DI REPORTING DI RIFERIMENTO

Il Bilancio di Sostenibilità, predisposto su base volontaria, è redatto con l’opzione “*with reference to the 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. Inoltre, il processo di analisi di materialità, strutturato secondo il metodo previsto dal GRI 3: Material Topics, ha compreso l’utilizzo dello standard settoriale GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022, il quale suggerisce possibili informazioni rilevanti per le aziende appartenenti a uno stesso settore. Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo “1.2.2 I temi materiali”, del capitolo 1 del presente Bilancio.

Si specifica che il Gruppo GranTerre ha, inoltre, considerato lo standard GRI 101: Biodiversità 2024, obbligatorio dal 1° gennaio 2026.

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. Si precisa che i dati riportati all’interno del Bilancio di Sostenibilità possono essere soggetti a variazione in quanto raccolti precedentemente rispetto alla validazione dei dati definitivi.

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

Le eventuali revisioni dei dati degli anni 2024 e 2023 sono specificamente indicate nel testo. Esse riguardano i seguenti KPI: GRI 403-10; KPI Extra GRI materiali riciclati.

PRINCIPALI FATTORI DI CALCOLO

I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni GHG Scope 1 e 2 riportate nel Bilancio sono i seguenti:

- Emissioni dirette (Scope 1): fattori di emissione tratti dal database BEIS Defra per l'anno di riferimento (UK Department for Environment, Food and Rural Affairs). I dati presentati all'interno del capitolo 2 per le emissioni di Scope 1 comprendono i gas CO₂, N₂O, CH₄ e HFC.
- 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, i fattori di emissione ISPRA per consumi elettrici nazionali, costruiti a partire dai dati Terna e Enerdata, dell'ultima pubblicazione disponibile (ISPRA 2024, dato 2023) e per il metodo di calcolo Market-Based, gli ultimi fattori di conversione Residual Mix pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB) dell'ultima pubblicazione disponibile 2024.

Per i consumi di elettricità nelle sedi estere sono stati utilizzati i fattori dal database Terna 2024 (dati 2022) per Germania, Austria e Francia per l'approccio Location-based, i fattori emissivi Residual Mix pubblicati dall'Association of Issuing Bodies (AIB) dell'ultima pubblicazione disponibile 2024 per Francia e Germania, mentre per l'Austria è stato utilizzato il database Terna 2024 (dati 2022).

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 2025 comprende i dati delle società consolidate integralmente da GranTerre S.p.A. al 31 dicembre 2025 suddivise per Paese, come da assetto societario presentato a pag. 135 del presente documento.

PRINCIPALI LIMITAZIONI DI PERIMETRO

Poiché le società entrate nel perimetro societario durante l'anno non presentano strutture IT e di tracciamento delle informazioni allineate a quelle delle restanti società del Gruppo, non è stato possibile includere queste ultime nei principali KPI GRI, al netto degli indicatori GRI di natura economica e per la maggior parte degli indicatori GRI 2. Il prospetto di seguito presenta le società escluse dalla rendicontazione dei singoli KPI GRI e non:

Società escluse dal perimetro di rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità	KPI GRI e non GRI cui si riferisce l'esclusione
Parmacotto S.p.A. e sue controllate RE-NEW Hedging S.r.l. GranTerre Progeo Hispano Italiana De Charcuteria SL Bertozzi Corporation of America	GRI 2-7, GRI 2-8, GRI 2-21, GRI 2-27, GRI 2-28, GRI 2-30, GRI 401-1, GRI 401-2, GRI 405-1, GRI 405-2, GRI 406-1, GRI 408-1, GRI 409-1, GRI 204-1, GRI 302-1, GRI 302-3, GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-4, GRI 205-3
Parmacotto S.p.A. e sue controllate RE-NEW Hedging S.r.l. GranTerre Progeo Hispano Italiana De Charcuteria SL GSI Services GmbH Granterre France S.A.S. Granterre Deutschland GmbH Bertozzi Corporation of America	GRI 403-1, GRI 403-2, GRI 403-3, GRI 403-4, GRI 403-5, GRI 403-6, GRI 403-7, GRI 403-8, GRI 403-9, GRI 403-10, GRI 404-1, GRI 404-2, GRI 416-1, GRI 416-2, GRI 417-1, GRI 417-2, GRI 417-3, KPI Extra GRI Quantità(t) di materiali utilizzati per il packaging, KPI Extra GRI numero di progetti di prodotti, campionatura di nuovi prodotti/ricette, KPI Extra GRI Quantità di prodotti donati e relativo impatto socio-ambientale, GRI 303-1, GRI 303-2, GRI 303-3, GRI 303-4, GRI 303-5, GRI 101-4, GRI 101-5, GRI 305-7, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5, GRI 201-2, GRI 206-1

Inoltre, in continuità con gli anni passati, alcuni KPI presentano delle esclusioni di perimetro, considerando la natura delle attività delle diverse società.

La società italiana RE-NEW Hedging S.r.l. è stata esclusa dal perimetro degli indicatori ambientali e sociali del Bilancio di Sostenibilità, poiché si tratta di società costituita per coordinare operazioni finanziarie di Gruppo, non rilevante dal punto di vista degli indici di sostenibilità.

Si segnala che i dati relativi agli indicatori ambientali (rifiuti, emissioni inquinanti, prelievo, scarico e consumo idrico) sono limitati alle sole società italiane in considerazione della marginalità degli impatti ambientali delle sedi estere sul totale di Gruppo.

Per quanto riguarda le tematiche di formazione e salute e 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.

All'interno del Content Index vengono riportate per ogni standard GRI rendicontato le eventuali omissioni.

Per le edizioni successive il Gruppo si impegnerà ad estendere il perimetro a tutte le società consolidate. 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

GRI CONTENT INDEX

Dichiarazione d'uso	GranTerre ha presentato una rendicontazione con riferimento agli Standard GRI per il periodo 01.01.2025-31.12.2025
GRI 1 utilizzato	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Sector Standard GRI pertinenti	GRI 13: Agriculture, Aquaculture and Fishing Sectors 2022

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO/I OMESSO/I	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
Informative Generali							
GRI 2 -Informative Generali -versione 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.1 Il Gruppo GranTerre pp.8-20; Informazioni e contatti p. 165					
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell’organizzazione	Nota metodologica pp. 163-165					
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica pp. 163-165					
	2-4 Revisione delle informazioni	Nota metodologica pp. 163-165					
	2-5 Assurance esterna	Dichiarazione di assurance pp. 176-177					
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.1 Il Gruppo GranTerre pp. 8-20					
	2-7 Dipendenti	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63; Appendice pp. 155-162					
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63; Appendice pp. 155-162					
	2-9 Struttura e composizione della governance	Capitolo 7 La Governance - 7.1 La governance pp.134-137					
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Capitolo 7 La Governance - 7.1 La governance pp.134-137				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	GRI Content Index pp.166-175				Il Presidente del massimo organo di governo non è un alto dirigente dell’organizzazione	

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO/I OMESSO/I	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2 La strategia di sostenibilità pp.21-28 Capitolo 7 La Governance - 7.1 La governance pp.134-137					
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2 La strategia di sostenibilità pp.21-28 Capitolo 7 La Governance - 7.1 La governance pp.134-137					
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2 La strategia di sostenibilità 1.2.2 I temi materiali pp.24-28					
	2-15 Conflitti d'interesse	Capitolo 7 La Governance - 7.1 La governance pp.134-137					
	2-16 Comunicazione delle criticità	Capitolo 7 LA Governance - 7.1 La governance pp.134-137				Nessuna istanza è pervenuta al CdA nel 2025 attraverso i meccanismi di segnalazione.	
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2 La strategia di sostenibilità pp.21-28 Capitolo 7 La Governance - 7.1 La governance pp.134-137					
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	GRI Content Index pp.166-175				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	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63				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	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63					
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63					

STANDARD GRI/ ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO/I OMESSO/I	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholders pp.4-5					
	2-23 Impegno in termini di policy	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2 La strategia di sostenibilità pp.21-28					
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2 La strategia di sostenibilità pp.21-28					

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERI- MENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
Temi materiali							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28					
	3-2 Elenco di temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Appendice pp.150-153					
Tema materiale: Creazione e distribuzione di valore verso le comunità e gli stakeholder							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 4 I territori e le comuni- tà pp.81-93 Capitolo 7 La Governance - 7.2 La condotta aziendale pp.138-140					13.22.1
GRI 201: Performance economica	201-1 Valore econo- mico diretto gene- rato e distribuito	Capitolo 4 I territori e le comu- nità - 4.1 Il valore economico generato e distribuito pp.81-82					13.22.2
GRI 207: Tasse	207-1 Approccio alle imposte	Capitolo 7 La Governance - 7.2 La condotta aziendale pp.138-140					
	207-4 Reportistica per Paese	Capitolo 7 La Governance - 7.2 La condotta aziendale pp.138-140 Appendice p.162					
Tema materiale: Sviluppo dei territori							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 4 I territori e le comuni- tà pp.81-93					
GRI 201: Performance economica	201-1 Valore econo- mico diretto gene- rato e distribuito	Capitolo 4 I territori e le comu- nità - 4.1 Il valore economico generato e distribuito pp.81-82					13.22.2
Tema materiale: Gestione della catena di fornitura e della filiera							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 6 La filiera lattiero-ca- searia e la catena di fornitura - 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura pp.120-122					

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
GRI 204: Prassi di approvvigionamento	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Capitolo 6 La filiera lattiero-casearia e la catena di fornitura - 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura pp.120-122 Appendice p.161					13.23
Tema materiale: Pratiche di business							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 7 La Governance - 7.2 La condotta aziendale pp.138-140					13.25.1 13.26.1
GRI 205: Anticorruzione	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Capitolo 7 La Governance - 7.2 La condotta aziendale pp.138-140					13.26.4
GRI 206: Comportamento anti-competitivo	206-1 Azioni legali relative a comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche	Capitolo 7 La Governance - 7.2 La condotta aziendale pp.138-140					13.25.2
Tema materiale: Energia e cambiamento climatico							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					13.1.1
GRI 302: Energia	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					
	302-3 Intensità energetica	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					
	302-4 Riduzione del consumo di energia	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					
GRI 305: Emissioni	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scopo 1)	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37 Nota metodologica pp.163-165					13.1.2
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scopo 2)	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37 Nota metodologica pp.163-165					13.1.3
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					13.1.5
GRI 201: Performance economica	201-2 Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37	Il lavoro di analisi delle implicazioni finanziarie sui rischi e opportunità legati al cambiamento climatico non è ancora conclusa			Il presente tema viene rendicontato in modo parziale	13.2.2

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
Tema materiale: Acqua							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 2 L'ambiente - 2.2 Acqua pp.38-39					13.7.1
GRI 303: Acqua ed effluenti	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Capitolo 2 L'ambiente - 2.2 Acqua pp.38-39					13.7.2
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Capitolo 2 L'ambiente - 2.2 Acqua pp.38-39					13.7.3
	303-3 Prelievo idrico	Capitolo 2 L'ambiente - 2.2 Acqua pp.38-39					13.7.4
	303-4 Scarico di acqua	Capitolo 2 L'ambiente - 2.2 Acqua pp.38-39					13.7.5
	303-5 Consumo di acqua	Capitolo 2 L'ambiente - 2.2 Acqua pp.38-39					13.7.6
Tema materiale: Biodiversità ed ecosistemi							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 2 L'ambiente - 2.3 Biodiversità ed ecosistemi pp.40-43					13.3.1
GRI 101 - Biodiversità 2024	101-4 Identificazione degli impatti sulla biodiversità	Capitolo 2 L'ambiente - 2.3 Biodiversità ed ecosistemi pp.40-43					13.3.2
GRI 101 - Biodiversità 2024	101-5 Località con impatti sulla biodiversità	Capitolo 2 L'ambiente - 2.3 Biodiversità ed ecosistemi pp.40-43	Informative GRI 101-5 b ii; b iii	Informazioni non disponibili/incomplete	Non sono disponibili informazioni quali-quantitative sufficienti per effettuare una valutazione in merito ai due criteri interessati.		13.3.2
Tema materiale: Emissioni inquinanti							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					
GRI 305: Emissioni	305-7 Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni nell'aria rilevanti	Capitolo 2 L'ambiente - 2.1 Energia e cambiamento climatico pp.32-37					13.1.8
Tema materiale: Uso delle risorse ed economia circolare							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52					13.8.1

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
GRI 306: Rifiuti	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52					13.8.2
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52					13.8.3
	306-3 Rifiuti prodotti	Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52					13.8.4
	306-4 Rifiuti non inviati a smaltimento	Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52					13.8.5
	306-5 Rifiuti inviati a smaltimento	Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52					13.8.6
Tema materiale: Diversità & inclusione, crescita professionale e benessere dei dipendenti							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74					13.20.1
GRI 401: Occupazione	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63 Appendice pp.155-159					
	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74					
GRI 404: Formazione e Istruzione	404-1 Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74 Appendice pp.155-159					
GRI 404: Formazione e Istruzione	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74					
GRI 405: Diversità e Pari opportunità	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Capitolo 7 La Governance- 7.1 La governance Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74 Appendice pp.155-159					13.15.2

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
	405-2 Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74					13.15.3
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74					13.15.4
Tema materiale: Salute e sicurezza dei lavoratori							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.1
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.2
	403- 2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.3
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.4
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.5
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.6
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.7
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78 Capitolo 6 Filiera e catena di fornitura- 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura pp.120-122					13.19.8
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.9

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERIMENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
	403-9 Infortuni sul lavoro	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78	Per tutti i lavoratori non dipendenti le cui attività e/o luogo di lavoro sono sotto il controllo dell'organizzazione: i. il tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro; ii. il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi); iii. il tasso di infortuni sul lavoro registrabili; v. il numero di ore lavorative svolte.	Vincoli di riservatezza	Non è possibile rendicontare le ore lavorate dei lavoratori esterni (appalti) per rispetto della riservatezza delle informazioni legate alle ditte appaltatrici.		13.19.10
	403-10 Malattie professionali	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.3 Salute e sicurezza dei lavoratori pp.75-78					13.19.11
Tema materiale: Diritti umani e dei lavoratori							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63 Capitolo 6 La filiera lattiero-casearia e la catena di fornitura - 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura pp.120-122					13.15.1 13.16.1 13.17.1
GRI 406: Non discriminazione	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.2 Diversità, crescita professionale e benessere dei dipendenti pp.64-74					13.15.4
GRI 408: Lavoro minorile	408-1 Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63 Capitolo 6 La filiera lattiero-casearia e la catena di fornitura - 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura pp.120-122	408- 1 a, b L'analisi dei rischi su questo specifico aspetto risulta essere in corso di valutazione			La rendicontazione è limitata al GRI 408-1 c	13.17.2
GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio	409-1 Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio	Capitolo 3 Le nostre persone - 3.1 Le nostre persone pp.59-63 Capitolo 6 La filiera lattiero-casearia e la catena di fornitura - 6.1 Presidio e gestione della catena di fornitura pp.120-122	409- 1 a L'analisi dei rischi su questo specifico aspetto risulta essere in corso di valutazione			La rendicontazione è limitata al GRI 409- 1 b	13.16.2

STANDARD GRI/ALTRA FONTE	INFORMATIVA	UBICAZIONE	OMISSIONE			NOTE	N. DI RIFERI- MENTO GRI STANDARD DI SETTORE
			REQUISITO	RAGIONE	SPIEGAZIONE		
Tema materiale: Eccellenza e qualità dei prodotti per la soddisfazione e la sicurezza di clienti e consumatori finali							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti pp.95-115					13.10.1
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurez- za di categorie di prodotti e servizi	Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.2 Qualità e sicu- rezza alimentare pp.106-108					13.10.2
	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodot- ti e servizi	Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.2 Qualità e sicu- rezza alimentare pp.106-108					13.10.3
GRI 417: Marketing ed etichettatura	417-1 Requisiti re- lativi all’etichetta- tura e informazioni su prodotti e servizi	Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.2 Qualità e sicu- rezza alimentare pp.106-108					
	417-2 Episodi di non conformi- tà concernenti l’etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.2 Qualità e sicu- rezza alimentare pp.106-108					
	417-3 Episodi di non conformi- tà concernenti comunicazioni di marketing	Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.2 Qualità e sicu- rezza alimentare pp.106-108					
Tema materiale: Benessere animale							
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28					13.11.1
	Capitolo 6 La filiera lattiero-casearia e la catena di forni- tura - 6.3 Benesse- re animale p.132	Capitolo 6 La filiera lattiero-ca- searia e la catena di fornitura - 6.3 Benessere animale p.132					13.11.2

TEMA MATERIALE EXTRA GRI

Uso delle risorse ed economia circolare		
	INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52
KPI extra GRI	Quantità (t) di materiali utilizzati per il packaging	Capitolo 2 L'ambiente - 2.4 Uso delle risorse ed economia circolare pp.44-52
Eccellenza e qualità dei prodotti per la soddisfazione e la sicurezza di clienti e consumatori finali		
	INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.3 L'approccio all'innovazione pp.109-115
KPI extra GRI	Numero di progetti di prodotto; Numero di campionature di nuovi prodotti/ricette	Capitolo 5 Eccellenza e qualità dei prodotti - 5.3 L'approccio all'innovazione pp.109-115
Creazione e distribuzione di valore verso le comunità e gli stakeholder		
	INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Capitolo 1 Il Gruppo Granterre: storia, business e valori - 1.2.2 i temi materiali pp.24-28 Capitolo 4 I territori e le comunità - 4.2 La strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa pp.83-93
KPI extra GRI	Quantità di prodotti donati e relativo impatto socio-ambientale	Capitolo 4 I territori e le comunità - 4.2 La strategia di Responsabilità Sociale d'Impresa pp.83-93



DICHIARAZIONE DI ASSURANCE INDIPENDENTE INDIRIZZATA AGLI STAKEHOLDER DI GranTerre S.p.A.

1. INTRODUZIONE

Bureau Veritas Italia S.p.A. ("Bureau Veritas") ha ricevuto da GranTerre S.p.A. ("GRANTERRE") l'incarico di condurre un'attività di verifica indipendente (assurance) sul Bilancio di Sostenibilità 2025. L'obiettivo dell'incarico è stato quello di esprimere conclusioni in merito a:

- accuratezza, completezza e affidabilità delle informazioni rese pubbliche relativamente alle performance di sostenibilità dell'organizzazione;*
- grado di conformità ai principi di rendicontazione previsti dai Global Reporting Initiative (GRI Standards), con riferimento al livello di applicazione "con riferimento ai GRI Standards", in linea con quanto previsto dalla versione 2021 dei GRI Universal Standards.*

2. RESPONSABILITÀ, METODOLOGIA E LIMITAZIONI

La responsabilità della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità 2025, inclusa la raccolta, l'analisi, l'elaborazione e la rappresentazione delle informazioni e dei dati in esso contenuti, è attribuibile esclusivamente a GRANTERRE.

La responsabilità di Bureau Veritas consiste nel condurre una verifica indipendente, in conformità agli obiettivi concordati, e nell'esprimere le proprie conclusioni sulla base delle attività svolte, come riportato nel presente rapporto.

*L'incarico è stato svolto in conformità allo standard internazionale **ISAE 3000 (Revised)**, secondo un livello di **Limited Assurance**.*

Le procedure di verifica sono state pianificate e svolte applicando tecniche di audit su base campionaria e hanno incluso, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- l'analisi delle politiche, degli indirizzi strategici, dei valori e degli impegni assunti dall'organizzazione in ambito di sostenibilità;*
- il riesame della documentazione disponibile, dei dati rendicontati, nonché delle procedure e delle metodologie adottate per la raccolta, l'elaborazione e la validazione delle informazioni;*



- lo svolgimento di interviste con i componenti del gruppo di lavoro responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità;
- lo svolgimento di interviste con referenti aziendali appartenenti alle diverse funzioni organizzative coinvolte nel processo di rendicontazione, nonché con rappresentanti dell'Alta Direzione;
- la verifica complessiva della coerenza, della ragionevolezza e della completezza delle informazioni riportate nel Bilancio di Sostenibilità 2025.

Le attività di verifica sono state condotte prevalentemente presso la sede di **Salumifici GranTerre S.p.A.**, sita in Strada Gherbella n. 320, Modena, ove risultano centralizzate le principali funzioni aziendali coinvolte nel processo di rendicontazione.

Sulla base delle procedure svolte, riteniamo di aver acquisito elementi probativi sufficienti e appropriati a supporto delle conclusioni espresse nel presente rapporto, nei limiti propri di un incarico di Limited Assurance.

Il Bilancio di Sostenibilità rappresenta le attività e le performance ESG del Gruppo GRANTERRE con riferimento al perimetro di rendicontazione descritto nella Nota metodologica, predisposto in coerenza con il perimetro di consolidamento del Bilancio d'Esercizio, fatte salve le specifiche esclusioni e limitazioni ivi indicate.

Per quanto concerne le informazioni di natura economico-finanziaria, Bureau Veritas ha svolto verifiche di coerenza con i Bilanci d'esercizio della Società, senza effettuare attività di revisione contabile sugli stessi.

Le informazioni riportate nel Bilancio di Sostenibilità fanno riferimento all'anno fiscale **2025 (1° gennaio 2025 – 31 dicembre 2025)** e sono, ove applicabile, presentate in forma comparativa con i dati degli esercizi precedenti. In coerenza con il perimetro di consolidamento adottato nel Bilancio d'Esercizio, il Bilancio di Sostenibilità rappresenta le attività e le performance del Gruppo GRANTERRE.

3. CONCLUSIONI

Sulla base delle attività di verifica svolte e descritte nel presente rapporto, non sono emersi elementi tali da far ritenere che le informazioni e i dati riportati nel Bilancio di Sostenibilità 2025 di GRANTERRE non siano, nel loro complesso, redatti in modo accurato, affidabile e coerente.

A nostro giudizio, il Bilancio di Sostenibilità 2025 fornisce una rappresentazione complessivamente attendibile delle attività svolte da GRANTERRE nel periodo di riferimento e dei risultati conseguiti dal Gruppo in ambito economico, ambientale e sociale.

Le informazioni risultano generalmente presentate in modo chiaro, comprensibile ed equilibrato; i dati e gli indicatori analizzati sono, nel complesso, raccolti e rappresentati con



un adeguato livello di trasparenza. Nell'illustrazione delle attività e dei risultati, GRANTERRE ha adottato un linguaggio prevalentemente neutro, limitando elementi di autoreferenzialità.

Con riferimento ai principi di qualità della rendicontazione, si rileva che il documento risponde, nel complesso, ai principi previsti dai GRI Standards, in particolare in termini di equilibrio, chiarezza, accuratezza, tempestività, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità e verificabilità, pur con alcuni margini di miglioramento già evidenziati nel presente rapporto.

Si conferma inoltre che il Bilancio di Sostenibilità 2025 di GRANTERRE è stato redatto **“con riferimento ai GRI Standards (2021)”** e che le attività di verifica svolte risultano coerenti con i requisiti applicabili dello standard internazionale ISAE 3000 (Revised) in materia di assurance.

GRANTERRE ha identificato e rendicontato i propri temi materiali attraverso un processo strutturato di **analisi di materialità**, che ha previsto il coinvolgimento di stakeholder interni ed esterni e che risulta, nel complesso, coerente con quanto richiesto dal **GRI 3 (2021)**.

Si raccomanda, in un'ottica di miglioramento continuo del sistema di rendicontazione, di:

- sviluppare in modo più strutturato **obiettivi di medio-lungo periodo**, corredati da metriche quantitative e indicatori di monitoraggio;
- proseguire, a partire dai prossimi cicli di rendicontazione, nel **rafforzamento e nella progressiva armonizzazione dei processi di reporting ESG a livello di Gruppo**, garantendo completezza delle informazioni e coerenza dei perimetri di raccolta e rendicontazione tra le diverse società incluse.

4. DICHIARAZIONE DI INDIPENDENZA, IMPARZIALITÀ E COMPETENZA

Bureau Veritas è un'organizzazione specializzata in attività indipendenti di verifica, ispezione e certificazione, con oltre 190 anni di storia, più di 84.000 dipendenti ed un volume d'affari di oltre 6,4 miliardi di Euro (ricavi 2025).

Bureau Veritas applica al proprio interno un Codice Etico e riteniamo che non sussista alcun conflitto di interesse tra i membri del gruppo di verifica e GRANTERRE.

Bureau Veritas Italia S.p.A.
Milano, 11/05/2026

Gloria Focetola
Local Technical Manager



The mark of
responsible forestry



www.granterre.it