



Morato | Pane

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2020

01 INTRODUZIONE

• Lettera del CEO agli stakeholder	3
• La scelta del Bilancio di sostenibilità	4
• Nota metodologica e riferimenti	5

02 IL MONDO MORATO

• La storia	7
• Morato Pane oggi	13
• I valori	16

03 LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

• I nostri stakeholder	20
• L'analisi di materialità	24
• L'agenda 2030 e gli SDGs	30

05 APPROFONDIMENTI

• Indice dei contenuti GRI	96
----------------------------	----

04 LE NOSTRE PRIORITÀ

• Governance e organizzazione interna	34
• Corporate Governance	35
• Codice Etico	39
• Le persone di Morato	40
• La crescita del personale	45
• Salute e sicurezza del personale	47
• Compliance legale	50
• Strategia anticorruzione	50
• Tutela della privacy	52
• Compliance ambientale, sociale ed economica	53
• Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare	54
• Qualità e sicurezza dei prodotti e alimentare	55
• Etichettatura dei prodotti	58
• Soddisfazione dei clienti	59
• Mercato di riferimento	59
• Il mercato di riferimento e la strategia fiscale	60
• Innovazione per un miglioramento continuo	63
• Performance ambientali	66
• Materie prime	69
• Risorsa idrica	74
• Energia ed emissioni in atmosfera	76
• Rifiuti	80
• Progetti di sostenibilità	82
• Supply chain	83
• Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing	89
• Tutela e sostenibilità ambientale	90
• Sport	92
• Kids	93
• Solidarietà	94
• Strategia di marketing	95

01

INTRODUZIONE



QUESTA CRESCITA È FRUTTO
DEL LAVORO QUOTIDIANO
DELLE PERSONE DI MORATO
CHE INTERPRETANO E VIVONO CON
CONVINZIONE, I VALORI AZIENDALI E
LE PROPRIE RESPONSABILITÀ.



LETTERA DEL CEO AGLI STAKEHOLDER

Il pane è uno degli alimenti che caratterizza la qualità della gastronomia italiana.

Basti pensare che si sono censiti oltre 250 tipologie di pane diverso a seconda delle regioni, dei territori, delle vallate. È in questo contesto culturale che nasce e si sviluppa la passione per il pane di Luigi Morato. Nel 1970, Luigi fondò a Vicenza un'impresa artigianale che, negli anni, ha esteso la propria produzione e distribuzione a livello nazionale e internazionale. Oggi Morato Pane S.p.A. è una società a capo di un Gruppo di aziende leader nel mercato della produzione e distribuzione dei sostitutivi del pane industriale.

Questa crescita è frutto del lavoro quotidiano delle persone di Morato che interpretano e vivono con convinzione, i valori aziendali e le proprie responsabilità. Questo sentire comune si espande al di là dei confini aziendali, ma permea le relazioni con il mercato, le comunità locali, le Pubbliche Amministrazioni e i soggetti con cui le persone di Morato intessono rapporti. I valori e i principi di Morato sono identificati e descritti nel nostro Codice Etico, ma ancor di più si leggono negli occhi delle persone che si incontrano entrando negli stabilimenti di Morato.

Con questo documento vogliamo restituire a chi ci accompagna un pezzo dei nostri valori e proiettarci in un futuro che non potrà che essere solidale, desiderabile e sostenibile.

Stefano Maza - Amministratore Delegato

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2020 **Morato** | Pane



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

Oggi la sostenibilità sta, finalmente, condizionando le agende dell'impresa e della politica.

I fenomeni naturali sempre più aggressivi e frequenti, l'accesso alle risorse sempre più complesso, le crescenti pressioni demografiche tra i Paesi, equilibri democratici resi precari anche per la gestione di spazi naturali, e molti altri fattori stanno condizionando i mercati e aumentando complessivamente i rischi che gravano sulle aziende.

A tali fenomeni si accompagna un'accresciuta sensibilità della popolazione, a seguito di alcuni eventi cardine, come la pubblicazione dell'enciclica *Laudato Si'* di Papa Francesco e l'accordo di Parigi, entrambe nel 2015, il fenomeno mondiale dei Fridays for Future ispirati da Greta Thunberg, solo per citarne alcuni.

In questo quadro anche grandi gruppi finanziari stanno orientando gli investimenti verso la sostenibilità.

Morato Pane S.p.A. da sempre pone attenzione alle **tematiche ambientali**, a partire dalla riduzione degli sprechi,

LA SCELTA VOLONTARIA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

proprio perché parte da materie prime naturali per arrivare a produrre il simbolo dell'alimentazione: il **pane**.

Da sempre la storia dell'uomo ha, giustamente, sottolineato come il cibo non vada sprecato, e nell'immaginario narrativo, il pane assume il ruolo di simbolo: dalla manna del deserto al "pane quotidiano" dei vangeli.

Abbiamo dunque pensato che fosse giunto il momento di fare un **bilancio** delle nostre attività, così da poterne comunicare i risultati e, al contempo, individuare le aree di miglioramento per proseguire con rinnovato impegno ed entusiasmo.

Abbiamo deciso di seguire gli **standard internazionali**, come spiegato nel paragrafo successivo e, per questo, di dotarci di uno strumento agile e duttile come il software ESGeo riconosciuto dalla comunità, che fa riferimento agli standard GRI. Questo ci permetterà di aggiornare i dati secondo un **processo continuo** e di poter estendere l'analisi, in ogni momento, alle aziende che man mano entreranno a far parte di Morato Pane S.p.A..



INTRODUZIONE

Il **Bilancio di Sostenibilità 2020** elaborato dall'azienda Morato Pane S.p.A. considera come intervallo temporale il periodo dal 1° gennaio 2020 al 31 dicembre 2020 e costituisce la prima **Dichiarazione Non Finanziaria** – DNF - presentata volontariamente dall'azienda. Non essendoci Report antecedenti a cui fare riferimento, il 2020 è definito come *baseline*, da mantenere per i Bilanci di Sostenibilità futuri, in quanto primo anno di rendicontazione e poiché nello stesso è stata realizzata un'acquisizione societaria rilevante. Gli indicatori della performance non finanziaria sono stati definiti sulla base degli standard internazionali *GRI Sustainability Reporting Standards*, emanati dal **Global Reporting Initiative - GRI**, che definisce la metodologia di rendicontazione finalizzata alla redazione dei Bilanci di sostenibilità. Il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standards, seguendo l'opzione **Core**, in quanto primo Bilancio di Sostenibilità dell'azienda ed è stato definito sulla base dei seguenti **principi di rendicontazione** relativamente ai contenuti e alla qualità del report:

- inclusività degli stakeholder, attraverso la loro identificazione e il coinvolgimento;
- contesto di sostenibilità, includendo informazioni sulla performance economica, sociale ed ambientale;
- materialità e rilevanza dei temi principali, stabiliti sulla base degli impatti economici, sociali e ambientali e dalle valutazioni degli stakeholder;
- completezza e accuratezza delle informazioni presentate;
- equilibrio e comparabilità;

NOTA METODOLOGICA E RIFERIMENTI

- chiarezza e affidabilità;
- tempestività, avendo definito a partire dal Bilancio di sostenibilità del 2020, una cadenza annuale di aggiornamento delle informative.

Per la redazione del presente Report è stata realizzata l'**analisi di materialità**, per individuare i temi rilevanti dell'azienda, attraverso il coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni, precedentemente individuati con la Direzione di Morato Pane.

Le unità organizzative considerate quale **perimetro** della presente rendicontazione e comprese in Morato Pane S.p.A., sono le seguenti:

- sede legale ed operativa di Altavilla Vicentina (VI), ovvero sede principale delle attività;
- sede operativa di Lendinara (RO);
- sede operativa di Villa Estense (PD);
- sede operativa di Cerasolo Ausa (RN).

Tutte le sedi sono collocate in Italia, in Regione Veneto ed Emilia-Romagna.

Per ricevere **informazioni** circa il Bilancio di Sostenibilità di Morato Pane è possibile contattare il seguente indirizzo dedicato: **sostenibilita@moratopane.com**

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2020 **Morato** | Pane



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI



IL MONDO MORATO

LA STORIA

La storia di Morato **inizia nel 1970** quando Luigi Morato apre la prima bottega a Vicenza dove sforna il pane insieme ad una manciata di collaboratori.

Ben presto, la distribuzione inizia la sua fase evolutiva: da un sistema di consegne porta a porta in cui lo stesso Morato in sella alla sua bicicletta per farsi conoscere distribuisce i prodotti personalmente nelle case, i clienti iniziano a recarsi nella bottega in centro.

Il 1975 segna l'apertura di un altro panificio in città e l'inizio della produzione di baguette, con l'acquisto di un'apposita macchina in Francia; seguono le pagnotte case-recte toscane e altri pani. Con il tempo, la clientela si amplia, inizia a fare scorte per l'intera settimana e il successo prosegue costante portando l'attività ad una dimensione sempre più grande. La produzione cresce a ritmi esponenziali e - prima nel territorio - l'azienda inizia a rifornire i bar e le piccole attività. Una scelta che, oltre a rivelarsi vincente, offre lo spunto per la nascita di un prodotto interessante, la bruschetta, ispirata dai baristi che tostano il pane prima di farcirlo. La strada è segnata ed appassionante. Così come lo spirito imprenditoriale di Luigi Morato che, negli **anni 80**, idea e promuove la **prima Fiera della Panificazione a Vicenza** e si pone come sostenitore e promotore del mondo del pane.



02

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LA STRADA È SEGNATA ED APPASSIONANTE. COSÌ COME LO SPIRITO IMPRENDITORIALE DI LUIGI MORATO CHE, NEGLI ANNI 80, IDEA E PROMUOVE LA PRIMA FIERA DELLA PANIFICAZIONE A VICENZA E SI PONE COME SOSTENITORE E PROMOTORE DEL MONDO DEL PANE



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Nel 1989, partono le prime produzioni confezionate, mentre prosegue il successo della Bottega in centro e i dipendenti aumentano a 40.

È il momento per compiere un ulteriore passo avanti e definire un'immagine aziendale ben definita. Nasce la Morato Pane e i primi nomi "ufficiali" dei prodotti più iconici: il pane case-reccio viene chiamato "**Tenerelle**", la bruschetta "**Bru-schelle**" e "**Spuntinelle**" è il nome che viene dato al pane da tramezzino.

I pani firmati Morato fanno il loro ingresso nella grande distribuzione del Veneto. Passano gli anni, le richieste e i consumatori aumentano e sono necessari nuovi spazi per accogliere le idee che Morato sforna continuamente.

Nel 1994, Luigi Morato acquista una struttura ad Altavilla Vicentina che in pochissimo tempo diventa la **nuova sede dell'azienda**. Si inaugura la prima produzione con i "cavalli di battaglia" e - nel giro di un paio d'anni - Altavilla Vicentina diventa la sede ufficiale, dove tutt'ora l'azienda ha il suo *head quarter* e una parte della sua produzione.

Il percorso di crescita dell'azienda prosegue grazie anche al supporto della famiglia e di una squadra di manager lungimiranti in grado di portare nuove idee e prospettive con cui approcciare il mercato e affrontare i momenti decisivi così come le sfide che si pongono.

La dimensione raggiunta dall'azienda la spinge a migliorarsi ogni giorno e la qualità dei processi riceve importanti riconoscimenti e certificazioni internazionali a garanzia di una produzione di altissimo livello.

Nel 2000, Luca Morato diventa Amministratore Delegato e porta avanti i valori imprescindibili dell'azienda: qualità del prodotto, servizio al cliente, lavoro di squadra ed

etica professionale.

Sono anni di grande fermento: la distribuzione commerciale cresce e le novità di prodotto non si fanno attendere.

Nel 2001, grazie all'attenzione verso i consumatori più piccoli, **nascono i panini morbidi dolci** da farcire, "**Nu-volatte**", ideali per la merenda o la prima colazione, che permettono a Morato di presidiare un nuovo segmento di mercato, ampliando le occasioni di consumo e la componente di servizio per i consumatori.

Nel 2003, è la volta dell'"**American Sandwich**", ancora oggi la referenza più venduta e rappresentativa, un prodotto che ha rafforzato l'immagine dell'azienda proiettandola in un contesto ancora più internazionale e contribuendo alla sua crescita. Pratico, versatile, dal sapore caratteristico è stato uno dei primi panini morbidi da tavola che ha saputo mettere d'accordo consumatori e grande distribuzione. Il lancio di questa specialità è un'ulteriore dimostrazione dell'attenzione dell'azienda verso le tendenze del mercato e il desiderio di rispondere con tempestività alle esigenze dei clienti.

Alla fine degli anni 2000, Morato inaugura una nuova stagione, con un ampliamento della capacità produttiva, entrando nel mercato dei cosiddetti "**pani croccanti**". Dopo aver rilevato Pan d'Este, storica azienda del padovano, **nel 2009** la famiglia dei prodotti Morato si allarga con **grissini, crostini e altre specialità da forno**.

Nel **2014**, la filosofia che ha accompagnato il cammino dell'azienda fin dalla sua nascita trova espressione nel nuovo concept "**Morato. Pane e Idee**", in grado di comunicare con estrema chiarezza la vera essenza di Morato, una "certi-



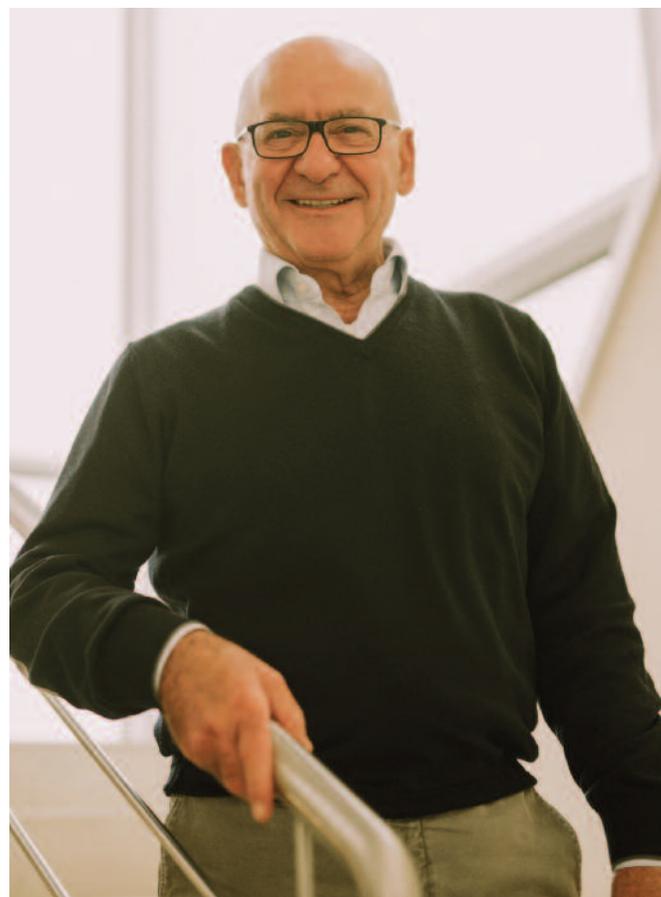
ficazione” del modo di pensare e lavorare del team, professionisti ricchi di valori e idee, portati alla continua innovazione. Nel 2018, entra nel gruppo Stefano Maza con la carica di Amministratore Delegato, ruolo che tuttora ricopre.

Gli anni **2018-2020** si caratterizzano per una serie di **importanti acquisizioni in Italia** e cambiamenti che portano Morato Pane ad evolvere in vero e proprio Gruppo, ricoprendo un ruolo sempre più rilevante nel mercato dei pani industriali: è quindi la volta dell’acquisizione di GranBon, azienda del veronese specializzata nella produzione di snack croccanti salati e di Artigianpiada, azienda in provincia di Ravenna specializzata nella produzione di Piadine.

A **giugno 2020**, Morato Group consolida la propria posizione attraverso l’**acquisizione di due importanti realtà** - Roberto Industria Alimentare e una parte del comparto bakery salato di Cerealto -Siro in Spagna- che la porteranno a confermarsi seconda azienda italiana nel mercato della panificazione confezionata e a diventare il secondo produttore in Spagna.

Nell’**ottobre 2020** inoltre Morato acquisisce Pandea, specializzato nella **produzione e commercializzazione di prodotti da forno con e senza glutine**.

Oggi, a 50 anni dalla sua nascita, l’azienda è una **realtà internazionale** - che distribuisce i propri prodotti sia in Europa, sia oltreoceano - con un’importante presenza sul mercato italiano, un portfolio di brand storici molto conosciuti e un’offerta di prodotti in grado di coprire tutti i segmenti del mercato e fortemente orientata al rafforzamento dell’efficienza produttiva che la porterà verso nuove acquisizioni e alleanze economiche, finanziarie e di ricerca.



Luigi Morato, Presidente Morato Pane

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Il **marchio Morato** nasce in una piccola bottega di Vicenza, dove **Luigi** inizia ad impastare acqua, farina e tante idee. Sforna per tutti un nuovo concetto di pane, che deve essere pratico, gustoso e innovativo nel formato. Qualcosa di **quotidiano** e **familiare, che non può mancare** sulle tavole degli italiani.

1970

NASCE MORATO



L'amore di Luigi Morato per il suo lavoro, gli permette di sfornare le prime **grandi idee** per la grande distribuzione, come le Bruschelle, le Spuntinelle e le Tenerelle. Grazie a questi successi Morato Pane estende la produzione a **livello nazionale**.

1989

BRUSCELLE, SPUNTINELLE E TENERELLE





2003

AMERICAN SANDWICH

Nasce la **prima linea** dal sapore **"international"**, inaugurata con il pane a fette American Sandwich.



Dall'attenzione per le **esigenze dei "piccoli consumatori"** nascono Nuvolatte, deliziosi panini al latte per la merenda dei bambini.

2001

NUVOLATTE



La **famiglia** di prodotti Morato **si allarga**: ecco arrivare grissini e crostini, croccanti e sfiziosi.

2009

I PRIMI GRISSINI



Morato festeggia i suoi **primi 50 anni** di attività. Mezzo secolo di tradizione e innovazione.

2020

50° ANNIVERSARIO

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI



IL MONDO MORATO

Morato Pane è oggi la Capogruppo di un Gruppo che ha l'obiettivo di consolidare il suo ruolo di **protagonista** nel mondo della **panificazione industriale**, con oltre **50**

MORATO PANE OGGI

anni di storia alle spalle e un portfolio di brand e prodotti apprezzati dai consumatori, sia a marchio sia realizzati per i principali *retailer* italiani ed europei.

LE AZIENDE DEL GRUPPO

 **Morato** | Pane

**Roberto**

 **Morato** | Iberia

**GRANBON**

**Modea**

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2020  **Morato** | Pane



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Il portfolio brand di Morato Pane è composto da marchi storici, come appunto il brand Morato che oggi è accompagnato dal pay-off **Pane&Idee**, che racchiude l'essenza e il carattere della marca: la sua capacità di rinnovare sempre con creatività in un mercato tradizionale come quello del pane.

La gamma Morato è composta da categorie di prodotto che sono dei veri e propri sub-brand, con una forte identità e connotazione:

- **American sandwich e burger**: gamma iconica di Morato, ispirata allo stile a stelle e strisce americano. Unica e inconfondibile sullo scaffale è il prodotto *pillar* di tutto l'assortimento;
- **Spuntinelle**: linea storica di pane senza crosta per tramezzini, nata oltre 40 anni fa con l'obiettivo di offrire solo il cuore più morbido dei filoni di pane;
- **Nuvolatte**: pensati per i più piccoli, i panini di Morato preparati con latte e dal sapore delicatamente dolce;
- **Bruschelle**: da sempre sinonimo di bruschetta, le più vendute e amate dai consumatori italiani;
- **Tenerelle**: pane per maxi toast all'italiana;
- **Grissani & Srikki**: le due linee di grissini targati Morato, che vanno da sapori più tradizionali a nuove proposte più contemporanee ed innovative;
- **Chips di pane**: sfoglie sottili di pane, che coniugano lo sfizio di una patatina alla semplicità del pane tostato, non fritto;
- **Panetti 2 farine**: gamma di panetti innovativa, grazie all'utilizzo di farine di legumi e cereali.

Il portfolio brand di Morato Pane è poi arricchito da due brand specialistici:

- **Pan D'Este**: propone prodotti tipici del territorio, con un forte ancoraggio alla tradizione del nord Italia, in particolare il pan biscottato ferrarese ma anche crostini e grissini;
- **Artigianpiada**: con marchio IGP, specializzato in piadine fresche che nascono dalla tradizione romagnola ma che esplorano anche altre aree di innovazione.

A livello di Gruppo, sono anche altri i brand che popolano il già nutrito portfolio, a partire da **Roberto**, per passare a **Pandea** e **GranBon**.





INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

IL MONDO MORATO

MORATO CREDE NEL CONFRONTO COSTRUTTIVO, NELLA CONDIVISIONE E NEL FAVORIRE LA CRESCITA DELLE PERSONE NEL RISPETTO DELLE LORO CARATTERISTICHE. È APERTA ALLE NOVITÀ, CHE RICERCA CON COSTANZA E CURIOSITÀ.

I VALORI

Lo slogan, coniato nel 2014 **“Morato. Pane e Idee”**, comunica la vera essenza dell’azienda e rappresenta il modo di pensare e lavorare della ‘squadra’ Morato, fatta di persone ricche di valori e idee, nonché l’attitudine all’innovazione continua. “La nostra volontà – **dice Stefano Maza, CEO del Gruppo** - è di continuare a crescere a livello industriale, consolidando la posizione nel mercato italiano anche tramite nuove acquisizioni e rafforzando la nostra presenza all’estero, pur rimanendo fortemente ancorata ai valori cardine che da sempre hanno guidato lo sviluppo dell’azienda: qualità ed innovazione a servizio della collettività.”

Ecco i nostri Valori.





COMPETENZA

Assicuriamo risposte adeguate ai bisogni di tutti.

Abbiamo piena conoscenza delle materie prime e del prodotto finito, per essere sempre in grado di regalare ai consumatori specialità capaci di soddisfarli e sorprenderli.



LEALTÀ

Agiamo sempre con correttezza e integrità nel rispetto delle regole, dell'ambiente e delle persone.

Lavoriamo con coerenza e onestà per rispettare gli impegni presi verso l'azienda, i clienti, i consumatori.



PASSIONE

Entusiasmo ed energia ci accompagnano in tutto ciò che facciamo.

Facciamo bene e con impegno le piccole cose di tutti i giorni.



SVILUPPO

Favoriamo la crescita delle persone nel rispetto delle proprie attitudini in un ambiente di lavoro sicuro, stimolante e gratificante.

Crediamo nell'importanza di stare bene in azienda e sentirsi parte di un team.



INNOVAZIONE

Ottimizziamo i processi per migliorare i prodotti o effettuare qualsiasi cambiamento positivo che possa produrre benessere all'interno e all'esterno dell'azienda.

L'innovazione passa sempre per la tradizione: le esperienze e gli insegnamenti di 50 anni di storia sono basi solide sulle quali progettare il futuro.



SPIRITO DI SQUADRA

Crediamo nel confronto, nella condivisione e nella trasparenza, elementi necessari per moltiplicare il successo e raggiungere risultati ambiziosi.

Il valore della porta aperta è la filosofia del Gruppo. Una porta sempre aperta è l'immagine di un'azienda che promuove la collaborazione.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI





INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

L'ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER È REALIZZATA IN MODO CONTINUATIVO DA MORATO



I NOSTRI STAKEHOLDER

In linea con il principio di inclusività degli stakeholder, Morato identifica i portatori di interesse definiti come soggetti o individui che possono ragionevolmente essere influenzati in modo significativo dalle attività, dai prodotti o dai servizi dell'organizzazione o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità dell'organizzazione di attuare le proprie strategie o raggiungere i propri obiettivi. Il coinvolgimento degli stakeholder risponde ai requisiti di:

- **materialità**: conoscere e individuare gli stakeholder e le relative aspettative;
- **completezza**: comprendere in modo profondo attese, punti di vista, percezioni degli stakeholder rispetto a temi concreti;
- **rispondenza**: rispondere in modo concreto e coerente alle aspettative e preoccupazioni espresse dai portatori di interesse.

Sulla base di questi principi Morato individua i propri stakeholder, che coinvolge in modo concreto grazie alle diverse componenti aziendali e utilizzando diversi canali di comunicazione e strumenti di coinvolgimento.





PER MORATO
LE PERSONE
SONO AL CENTRO
DI OGNI ATTIVITA'

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

ELENCO DEGLI STAKEHOLDER E MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

Come sarà meglio descritto a seguire, con il fine di redigere il presente Rapporto di Sostenibilità e individuare i temi materiali sono state condotte alcune attività di *engagement* che hanno previsto la realizzazione di un questionario *ad hoc* per

il coinvolgimento delle categorie di stakeholder interni ed esterni menzionate e la conduzione di alcune interviste dirette ad alcuni dei portatori di interesse esterni di maggiore rilievo.



STAKEHOLDER

Obiettivi, strumenti e canali di comunicazione

PERSONALE MORATO

I lavoratori dell'azienda sono coinvolti mediante l'utilizzo di vari strumenti di comunicazione interna, riunioni e incontri periodici, iniziative aziendali, colloqui.

CONSUMATORI

I consumatori vengono raggiunti tramite il sito web, i social network per l'attività di comunicazione quotidiana e il lancio di nuovi prodotti, ricerche di mercato con lo scopo di raccogliere informazioni, giudizi e gradimento rispetto a prodotti, grafiche di pack, attività di comunicazione e promozione.

CLIENTI

I clienti sono coinvolti attraverso meeting periodici con la forza di vendita, dove si illustrano le novità aziendali (lanci, attività dedicate ad un'insegna, approfondimenti su ricerche di mercato), incontri industria - trade, organizzati da enti esterni (CENTROMARCA), meeting tra vertici aziendali (AD/Direttore Commerciale) per potenziare la partnership tra le organizzazioni, sviluppo di prodotti dedicati al cliente con il coinvolgimento del settore R&D.

FORNITORI

L'azienda organizza incontri periodici con il personale delle aree di competenza e riunioni realizzate ad hoc da parte dei fornitori per la presentazione di nuovi prodotti e durante le quali sono discusse le necessità, criticità ed opportunità esistenti.

AZIONISTI

Gli azionisti sono coinvolti nella gestione aziendale e tenuti costantemente informati sui fatti e sull'operatività quotidiana, con incontri formali e informali.

FINANZIATORI ED ENTI BANCARI

Gli enti bancari sono mantenuti periodicamente informati attraverso incontri specifici con il Direttore Finanziario e tramite meeting in presenza dell'Amministratore Delegato. Le banche finanziatrici sono considerate partner primari e pertanto la politica aziendale è volta alla produzione di una costante e trasparente informativa verso le stesse.

ASSOCIAZIONI E ORGANIZZAZIONI DI SETTORE

Morato aderisce e partecipa ad incontri periodici di Confindustria Vicenza, Associazione Produttori Pane Confezionato, Consorzio di tutela e promozione della Piadina Romagnola IGP.

COMUNITÀ SCIENTIFICA

Il confronto con la comunità scientifica avviene attraverso la realizzazione di progetti di sostenibilità, come l'iniziativa attualmente portata avanti con l'Università di Padova relativamente alla *Carbon Footprint*, per la quale l'azienda si dimostra particolarmente proattiva e predisposta al miglioramento continuo.

ASSOCIAZIONI E COMUNITÀ LOCALE

Morato è direttamente coinvolta per attività di *Corporate Social Responsibility*, che supporta in diverse iniziative.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

L'analisi di materialità consente la definizione dei **temi materiali** dell'azienda, ovvero delle tematiche considerate rilevanti dal Gruppo Morato e dai propri stakeholder.

Il processo di valutazione ha previsto tre strumenti di engagement:

- **questionari** anonimi online, sottoposti all'organico interno di Morato Pane e agli stakeholder esterni, attraverso i quali ciascun rispondente ha espresso la propria opinione rispetto al grado di rilevanza (su una scala da 1 a 5) di un ampio ventaglio di tematiche;
- **interviste** dirette realizzate con n. 7 stakeholder esterni ritenuti particolarmente significativi e afferenti alle seguenti categorie: cliente della Grande Distribuzione Organizzata (GDO), associazione di consumatori, banca/ente finanziatore, fornitore, comunità scientifica, consulente legale;
- **colloqui** valutativi realizzati con il personale interno, per la fase di compilazione delle informative, attraverso i quali è stata ulteriormente espressa la loro percezione rispetto alle tematiche individuate di rilievo per l'azienda.

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

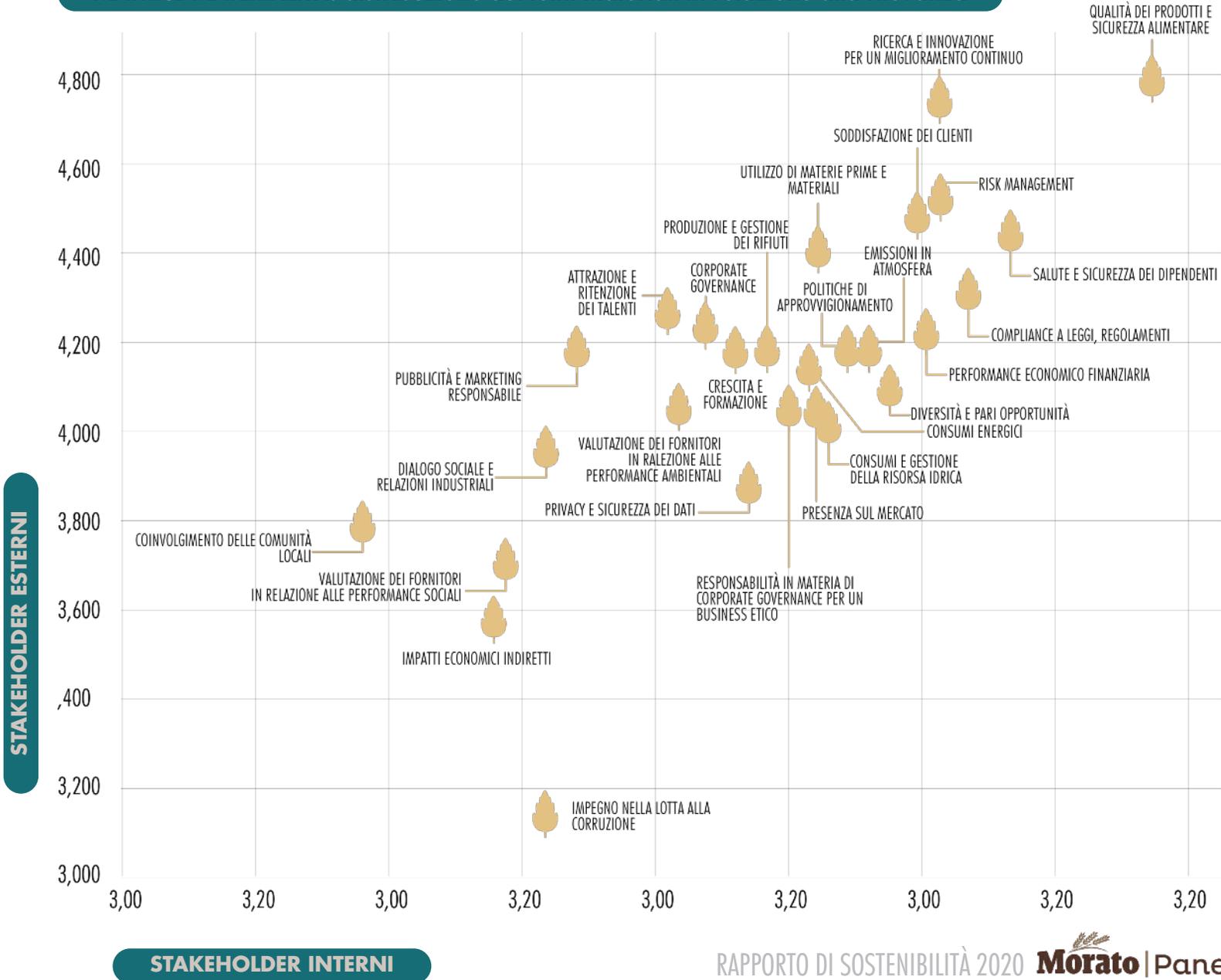
Le risultanze dei questionari hanno determinato la seguente distribuzione dei temi materiali, illustrata nella **matrice di materialità**, che viene di seguito riportata con due diversi gradi di dettaglio.

Nella prima rappresentazione si evince che tutti i temi affrontati vengono considerati di particolare rilievo, riscontrando un collocamento della distribuzione in alto a destra, ovvero in corrispondenza dei valori maggiori per entrambe le tipologie di stakeholder (valutazione superiore a 3).

Il grafico rappresenta il dettaglio delle tematiche affrontate, dal quale iniziano ad emergere le principali sfere di rilevanza, sintetizzate nella matrice finale, descritta nella successiva rappresentazione.



MATRICE MATERIALITÀ: distribuzione dei temi materiali in relazione alla rilevanza



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

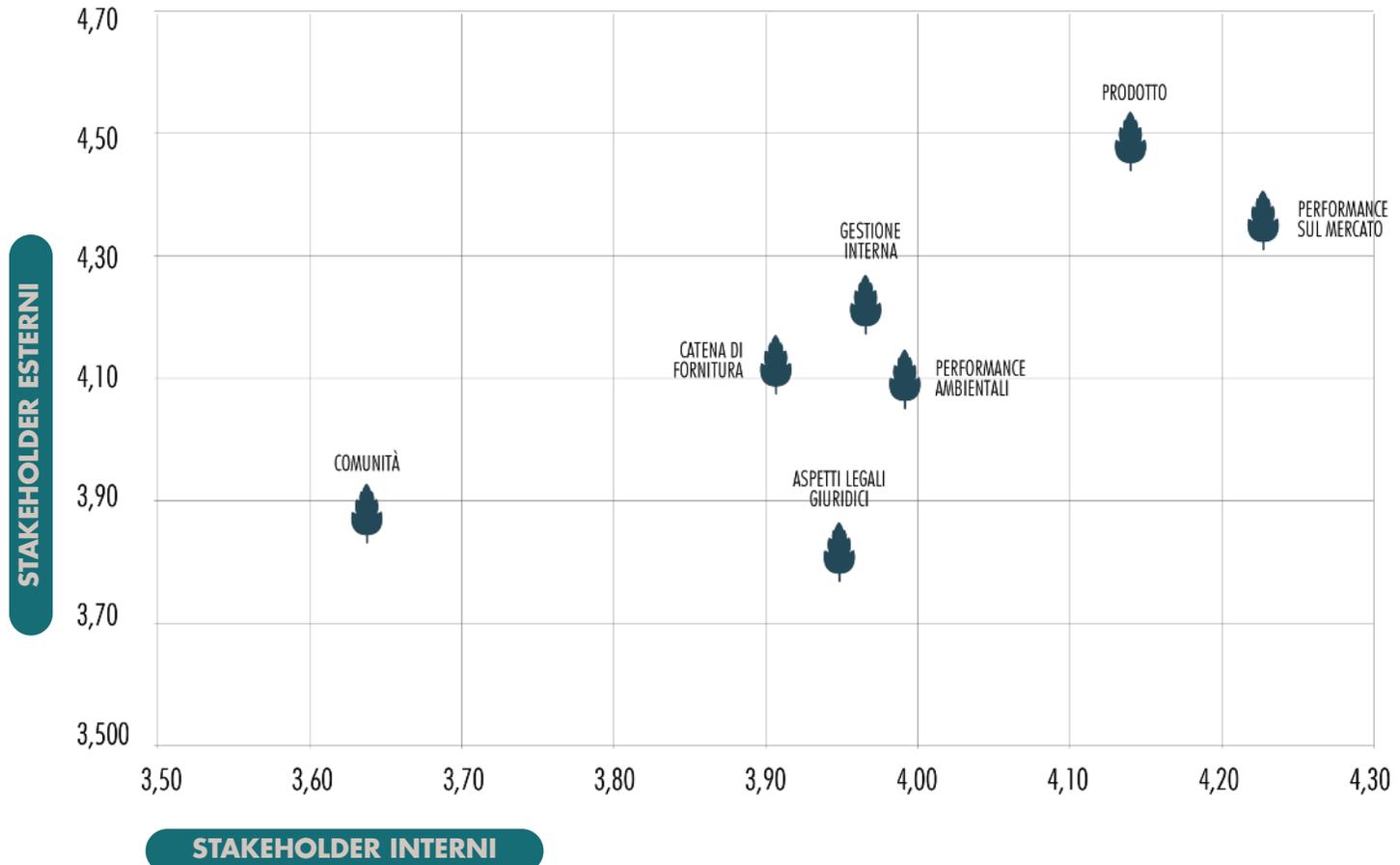
LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

MATRICE MATERIALITÀ: sintesi dei temi materiali





INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Dalla lettura della matrice finale le tematiche di maggiore rilievo relative a Morato Pane sono le seguenti:

• Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare

La produzione e commercializzazione di prodotti che rispettino i più elevati standard in termini di qualità e sicurezza dal punto di vista alimentare è la *mission* principale di Morato, che a tal fine ha ottenuto certificazioni a livello internazionale per i propri siti produttivi ed è alla continua ricerca di innovazione e sperimentazione per offrire ai propri consumatori un portafoglio prodotti costantemente rinnovato e migliorato. Contemporaneamente, la promozione di un'alimentazione sana è una tematica centrale per l'azienda, che se ne occupa attraverso l'adesione ad associazioni e supportando progetti in tal senso.

• Performance sul mercato

L'attenzione alle nuove tendenze e agli scenari del mercato e il mantenimento di una strategia competitiva, unitamente alla garanzia della solidità dal punto di vista finanziario sono aspetti fondamentali per il mantenimento dell'azienda. Morato Pane da sempre opera con lungimiranza ascoltando e cogliendo le esigenze dei propri consumatori e investendo in alleanze economiche, finanziarie, amministrative e di ricerca, per far crescere la propria realtà, portando un contributo di valore nel proprio settore.

• Performance ambientali

L'ambiente è un bene primario che la Morato Pane si impegna a salvaguardare; a tal fine, la stessa conduce le proprie attività, ricercando un equilibrio tra iniziative economiche ed imprescindibili esigenze ambientali, in considerazione dei diritti delle generazioni future. L'azienda si impegna a migliorare l'impatto ambientale delle proprie attività, nonché a prevenire i rischi per le popolazioni e per l'ambiente non solo nel rispetto della normativa vigente ma tenendo conto, altresì, dello sviluppo della ricerca scientifica e delle migliori esperienze in materia. Morato Pane si impegna, inoltre, ad ottemperare alle specifiche normative nazionali, ponendo in essere tutte le attività richieste dai regolamenti stessi nonché dalle competenti Autorità e a definire degli obiettivi di miglioramento e di investimento per la prevenzione, l'eliminazione o la riduzione dei pericoli ambientali.

• Governance e organizzazione interna

Il valore delle risorse umane, la garanzia di condizioni di lavoro dignitose e rispettose della normativa in termini di salute e sicurezza dei lavoratori, unitamente allo sviluppo di una strategia di crescita del personale, sono elementi fondamentali per Morato Pane. Parallelamente è quindi assicurata una struttura di Governance solida, in grado di garantire la gestione delle criticità e la crescita continua dell'azienda.



- **Compliance legale**

L'azienda si fonda sul principio di legalità, ovvero sul rispetto delle leggi e dei regolamenti presenti in tutti i Paesi in cui essa opera, con particolare attenzione alle tematiche economiche, sociali ed ambientali.

Morato Pane ha inoltre di recente approvato il Modello ex legge 231 contenente tutti i protocolli necessari a prevenire i reati previsti dalla legge. Parte integrante del Modello è il Codice Etico, dove sono riportati tutti i principi di comportamento cui si ispira la società.

- **Supply chain**

La catena di fornitura è un tassello rilevante nel ciclo produttivo di Morato Pane, poiché interviene in più fasi del processo ed è necessaria per la realizzazione ultima del bene. L'azienda per questa ragione chiede standard elevati e stringenti ai propri collaboratori, per assicurare una qualità sempre migliore, e supportare scelte sostenibili dal punto di vista ambientale.

- **Il rapporto con la comunità**

Il contesto locale e il coinvolgimento delle comunità in cui opera Morato Pane è uno degli obiettivi dell'azienda, che sostiene diverse iniziative nel proprio territorio, incentrate sulla promozione di valori positivi, costruttivi e di solidarietà.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

Nel 2015 le Nazioni Unite hanno approvato, con ratifica di tutti i 193 Stati Membri dell'ONU, lo storico documento **"Trasformare il nostro mondo. L'agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile"**, con il quale è stato delineato l'indirizzo per una strategia di sviluppo orientato alla sostenibilità riconoscendo l'indissolubile legame tra benessere umano, salute dei sistemi naturali e le sfide comuni per un'equità intra e intergenerazionale.

All'interno della risoluzione ONU, meglio nota come **Agenda 2030**, sono stati definiti i **17 Sustainable Development Goals**, con i relativi 169 sotto-obiettivi annessi. Gli obiettivi sono interconnessi in quanto le tre dimensioni dello sviluppo (Ambientale, Economico e Sociale) non possono essere considerate in modo slegato ma devono essere affrontate con un approccio sistemico capace di garantire una gestione efficace della complessità.

L'AGENDA 2030 E GLI SDGS

Morato Pane è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale delle comunità in cui opera. Per questo motivo, intende condurre i suoi investimenti in maniera sostenibile, da un punto di vista ambientale, nel rispetto delle comunità locali e nazionali, e sostenere iniziative di valore culturale e sociale, al fine di ottenere un miglioramento della propria reputazione ed accettazione sociale.

In linea con questi principi e con particolare riferimento ai risultati ottenuti dalla matrice di materialità si elencano di seguito gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile che, in conformità con il Codice Etico e facendo riferimento al documento *"Linking the SDGs and the GRI Standards"* sono considerati rilevanti per Morato Pane.





INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

ELENCO DEGLI SDGS RILEVANTI PER MORATO PANE

Obiettivo di sviluppo sostenibile (SDG)

Descrizione dell'SDG

Applicazione dell'SDG da parte di Morato



ASSICURARE LA SALUTE E IL BENESSERE PER TUTTI E PER TUTTE LE ETÀ

Le attività svolte da Morato sono gestite nel rispetto della legislazione vigente a tutela delle condizioni di lavoro e l'azienda si impegna a garantire un ambiente di lavoro adeguato, dal punto di vista della sicurezza e della salute dei dipendenti, adottando tutte le relative misure necessarie a contribuire allo sviluppo ed al benessere delle comunità in cui opera, riducendo l'impatto ambientale delle proprie attività.



RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE

Morato si impegna ad evitare ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose dei suoi interlocutori nonché qualsiasi condotta diretta a propagandare idee fondate sulla superiorità o sull'odio razziale o etnico ovvero istigare a commettere o commettere atti di discriminazione per motivi razziali, etnici nazionali o religiosi. Inoltre, dal punto di vista della gestione del personale l'azienda, nell'ambito dei processi di selezione, non compie alcuna discriminazione, diretta o indiretta, fondata su ragioni di carattere sindacale, politico, religioso, razziale, di lingua o di sesso.



RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE ALL'INTERNO E TRA I PAESI



Obiettivo di sviluppo sostenibile (SDG)

Descrizione dell'SDG

Applicazione dell'SDG da parte di Morato



PROMUOVERE UNA CRESCITA ECONOMICA DURATURA, INCLUSIVA E SOSTENIBILE, LA PIENA PRODUTTIVA OCCUPAZIONE E UN LAVORO DIGNITOSO PER TUTTI RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE

Morato Pane garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri. I rapporti con i propri interlocutori, a tutti i livelli, devono essere improntati a criteri e comportamenti di lealtà, onestà, collaborazione e reciproco rispetto attraverso un dialogo costante e trasparente. Solo in questo modo è possibile garantire la continuità dei rapporti di fiducia e collaborazione per un reciproco beneficio ed una crescita sostenibile del valore creato.



GARANTIRE MODELLI DI CONSUMO E PRODUZIONE SOSTENIBILI

L'azienda pone grande attenzione, impegno e dedizione nella produzione dei Prodotti di Morato, nel rispetto della propria Politica per la qualità, sicurezza alimentare e sostenibilità; obiettivo della società è, infatti, quello di migliorare l'esistente, ricercare l'innovazione, puntare alla crescita sostenibile.



ADOTTARE MISURE URGENTI PER COMBATTERE IL CAMBIAMENTO CLIMATICO E LE SUE CONSEGUENZE

L'azienda si impegna a migliorare l'impatto ambientale delle proprie attività, nonché a prevenire i rischi per le popolazioni e per l'ambiente non solo nel rispetto della normativa vigente ma tenendo conto dello sviluppo della ricerca scientifica e delle migliori esperienze in materia.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

04
”LE NOSTRE
PRIORITÀGOVERNANCE E
ORGANIZZAZIONE
INTERNA

Il **tema materiale** è ampio, poiché comprende la **Corporate Governance** e l'attenzione di Morato alle **performance di management** e il **risk management** attraverso un'attenta **identificazione, valutazione e controllo** delle **potenziali criticità economiche, sociali ed ambientali**.

Il tema comprende inoltre la responsabilità per il mantenimento di un business etico, per cui attraverso il proprio **Codice Etico**, Morato aspira ai più elevati standard di integrità, conformità ed etica nella gestione dell'azienda.

Infine, il ruolo del personale costituisce un elemento chiave per Morato, che investe nella **crescita e formazione** dei propri dipendenti, nell'implementazione e sviluppo di iniziative volte al **welfare aziendale** e nella garanzia di un luogo di lavoro che rispetti la normativa in materia di **sicurezza e salute** per i propri lavoratori.

CORPORATE GOVERNANCE

Il sistema di *Corporate Governance* di Morato Pane, inteso come l'insieme dei principi e degli strumenti che presidiano il governo della Società da parte degli organi sociali preposti, è retto dai seguenti principi:

- correttezza;
- trasparenza;
- rispetto della legge e dei regolamenti interni ed esterni della Società;
- segregazione delle attività.

Il sistema di *Corporate Governance* adottato da Morato è conforme a quanto previsto dalla legge ed è principalmente indirizzato a:

- assicurare la regolarità delle operazioni di gestione;
- controllare i rischi;
- realizzare la massima trasparenza nei confronti dei Destinatari della Società;
- rispondere alle aspettative legittime dei Soci;
- evitare qualsiasi tipo di operazione in pregiudizio dei creditori e degli altri Destinatari;
- rispettare le norme in materia giuslavoristica e di sicurezza sul lavoro, valorizzando l'operato delle risorse umane.

Il massimo organismo di governance è il **Consiglio di Amministrazione** (CdA) che ha delegato all'**Amministratore Delegato** (AD) la gestione strategica e operativa aziendale. L'Amministratore Delegato opera tramite il *top management*, a cui fanno capo le singole funzioni aziendali, che si riunisce periodicamente in un **Comitato Direttivo**, nel quale vengono discusse le strategie e politiche aziendali. Il Consiglio di Amministrazione è composto da membri non esecutivi, da un Amministratore Delegato cui è delegata la gestione aziendale (Stefano Maza).

Componenti del Consiglio di Amministrazione

NOME	QUALIFICA
Luigi Morato	Presidente del CdA
Stefano Maza	Amministratore Delegato
Andrea Bertoncetto	Consigliere Delegato per gli stabilimenti di Lendinara e Villa Estense
Luca Morato	Consigliere
Paolo Righetto	Consigliere
Niccolò Fisher	Consigliere

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Alcuni membri del Consiglio di Amministrazione, pur nel rispetto della normativa relativa al conflitto di interessi, hanno ruoli di consiglieri di amministrazioni in altre società.

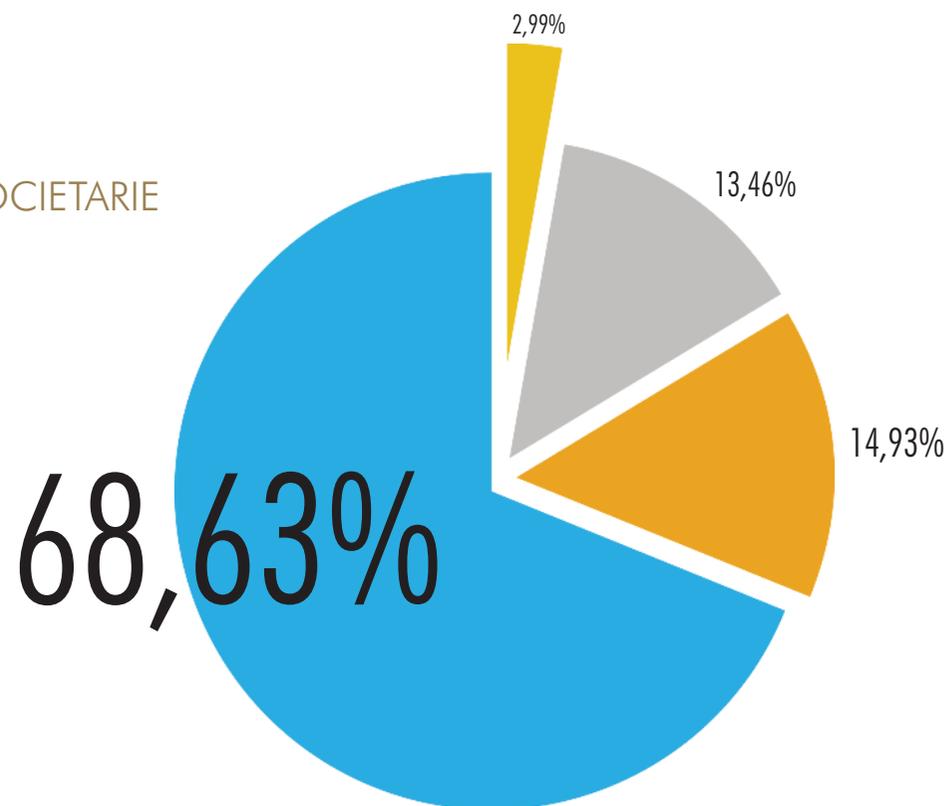
Il **Presidente** del Consiglio di Amministrazione non ha ruoli esecutivi e il processo di nomina del massimo organo di governo è basato sulla base della rappresentanza dei soci in relazione alla propria quota societaria. L'Amministratore Delegato viene scelto, dagli azionisti, attraverso una selezione sul mercato di *manager* di comprovata esperienza.

Il Consiglio di Amministrazione definisce le linee guida, mentre l'Amministratore Delegato e i dirigenti senior attuano quanto definito dal CdA.

Aliante Equity 3 S.p.A. è azionista di controllo. Si tratta di una società di partecipazione industriale con vocazione ad investimenti di lungo periodo nel settore *food, beverage* e *furniture*. I rapporti con parti correlate, se significativi, vengono descritti nel fascicolo di bilancio annuale.

RIPARTIZIONE DELLE QUOTE SOCIETARIE

- ALIANTE EQUITY 3 SPA
- MORATO LUIGI
- BERFIN SRL
- MORATO LUCA



Morato Pane è una società per azioni, partecipata al 68,63% da **Aliante Equity 3 S.p.A.**, società di partecipazioni industriali, al 14,93% da **Luigi Morato**, fondatore dell'azienda, al 2,99% da **Luca Morato**, al 13,46% da **Berfin S.r.l.**, società facente capo alla famiglia Bertoncello. Il capitale sociale, suddiviso in **42.200.000,00 azioni ordinarie**, è interamente versato.

Gli organi di corporate governance di Morato sono:

- Assemblea dei Soci;
- Consiglio di Amministrazione;
- Collegio Sindacale.

La Società si è anche dotata della revisione legale esterna.

La struttura organizzativa, di tipo **funzionale**, è definita sulla base di funzioni operative, attraverso le quali l'azienda svolge la propria attività.

In sintesi, la **struttura organizzativa** è basata sulle seguenti funzioni operative:

- Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- Amministratore Delegato;
- Responsabile Assicurazione Qualità;
- Responsabile Ricerca, Sviluppo e Controllo Qualità;
- Integration Manager;
- Direttore Commerciale;
- Direttore Risorse Umane;
- Direttore Amministrazione, Finanza e Controllo;
- Direttore Tecnico;
- Direttore Supply Chain;
- Responsabile Marketing;
- Direttore Industriale Morbido;
- Direttore Industriale Secco;
- R.S.P.P. (esterno);
- R.L.S..

Tutti riportano, alla fine della catena esecutiva, direttamente all'Amministratore Delegato.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

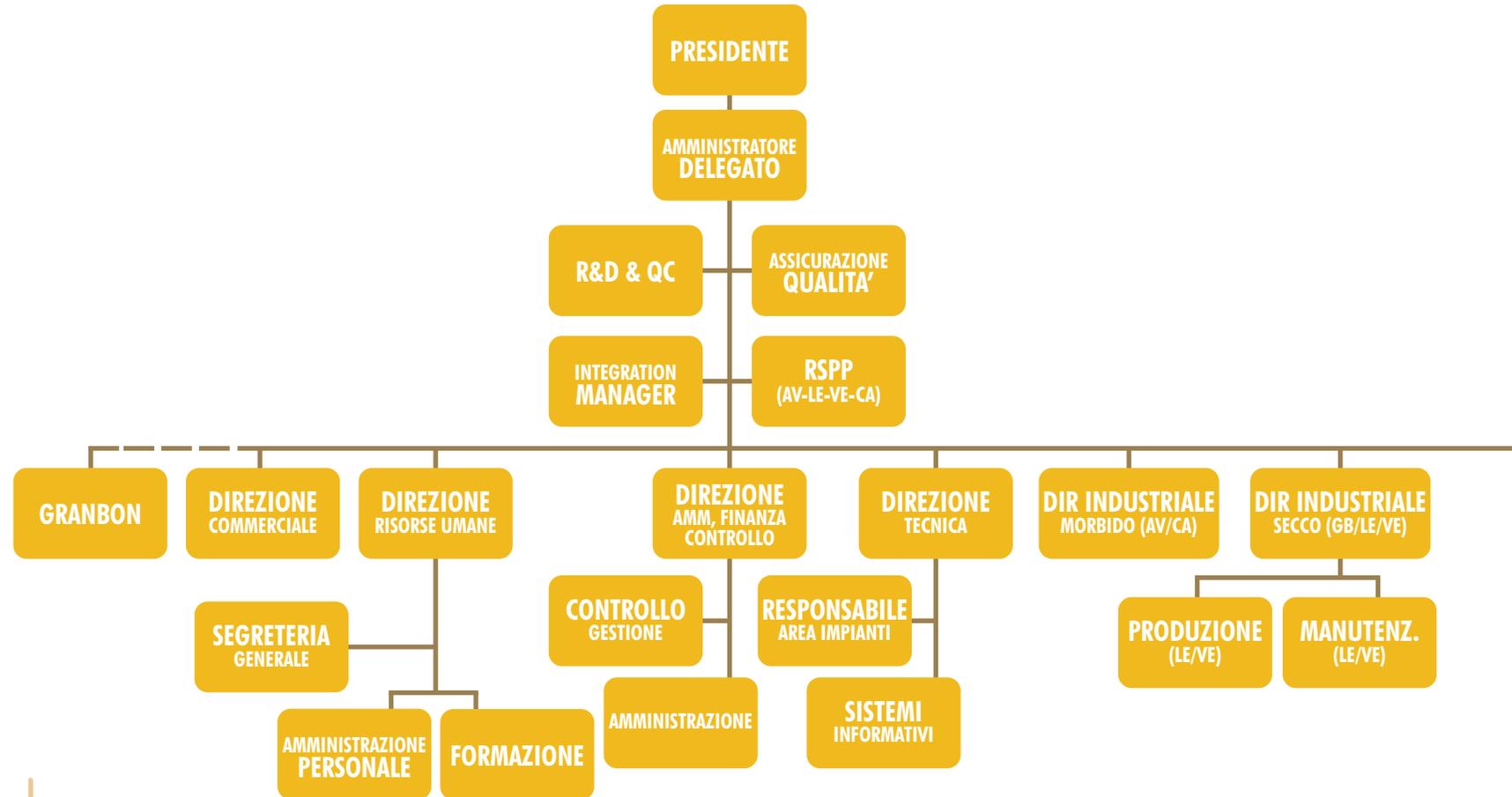
APPENDICE

- INDICE GRI

Per quanto concerne gli aspetti di *Risk Management*, attualmente nel Consiglio di Amministrazione non è presente un ruolo definito in tal senso. L'azienda non attua il principio di precauzione. All'occorrenza di eventi critici, l'Amministratore Delegato procede alla comunicazione informale ed eventualmente formale al Consiglio di Amministrazione.

Morato Pane è inoltre associata alle seguenti organizzazioni ricollegate in parte al territorio e in parte ai prodotti dell'azienda:

- Confindustria Vicenza;
- Associazione Produttori Pane Confezionato;
- Consorzio tutela e promozione Piadina Romagnola IGP.



CODICE ETICO

Morato ha ritenuto opportuno e necessario adottare ed emanare un proprio **Codice Etico** di comportamento che espliciti i **valori** a cui i propri Soci, Amministratori, dipendenti, consulenti, collaboratori a vario titolo e partner commerciali devono adeguarsi, accettando responsabilità, assetti, ruoli e regole. L'Azienda si è dotata di un Codice Etico quale parte del **Modello Organizzativo ex D.Lgs. 231 del 2001**.

La conoscenza e l'osservanza del Codice Etico da parte di tutti coloro che, a qualsiasi titolo, operano e/o prestano attività lavorativa in Morato sono condizioni primarie ed imprescindibili per la trasparenza e la reputazione della società. L'obiettivo fondamentale, riconosciuto e perseguito da Morato, è la realizzazione del proprio oggetto sociale nonché la creazione di valore per il Gruppo a cui appartiene, cui sono orientate le strategie e la gestione operativa della Società.

Morato riconosce l'importanza della **responsabilità etico-sociale** nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e, pertanto, intende perseguire i propri obiettivi ricercando il migliore contemperamento degli interessi coinvolti.

Tutte le attività poste in essere da Morato sono, quindi, svolte nella consapevolezza della **responsabilità morale e sociale** che l'azienda ha nei confronti dei propri soci, dei propri dipendenti, consulenti, partner commerciali, della Pubblica Amministrazione e, più in generale, di tutti i soggetti legati da un rapporto di collaborazione con la società, nella convinzione che il raggiungimento degli obiettivi dell'azienda debba accompagnarsi non solo al rispetto degli specifici valori aziendali ma altresì delle normative vigenti e dei generali doveri di onestà, integrità, concorrenza leale, correttezza e buona fede. I principi generali su cui si basa il Codice Etico di Morato Pane sono:

- Principio di legalità;
- Integrità, onestà e correttezza;
- Centralità della persona;
- Imparzialità e pari opportunità;
- Trasparenza e completezza dell'informazione;
- Fiducia e collaborazione;
- Qualità, sicurezza alimentare e sostenibilità dei Prodotti di Morato;
- Valore delle Risorse Umane;
- Rispetto delle regole di libera concorrenza;
- Riservatezza delle informazioni;
- Tutela e rispetto dell'ambiente;
- Responsabilità verso la collettività.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LE PERSONE DI MORATO

Le risorse umane rappresentano un ingrediente **fondamentale** ed **imprescindibile** per il Gruppo Morato e le proprie attività.

Morato promuove e assicura il rispetto dell'integrità fisica, morale e culturale della persona.

L'azienda garantisce, inoltre, condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri, in cui i pilastri fondamentali sono fiducia e rispetto per il raggiungimento di risultati condivisi.

L'azienda applica il **CCNL Panificatori Industria** per le categorie di impiegati e operai, mentre applica il **CCNL Dirigenti Industria** per l'area dirigenziale.

L'applicazione della contrattazione collettiva nazionale è estesa a tutti gli stabilimenti e il salario minimo d'ingresso corrisponde al salario minimo contrattuale (Reddito Annuo Lordo – RAL – pari a 17.583€).

Nel corso dell'anno 2020 sono inoltre stati siglati i seguenti accordi integrativi:

- **Premio di Risultato** per gli stabilimenti di Altavilla Vicentina (VI), Lendinara (RO) e Villa Estense (PD);
- **Turnazione a Ciclo Continuo** per lo stabilimento di Altavilla Vicentina (VI) nel periodo dal 21 settembre 2020 al 31 gennaio 2021.

La retribuzione totale media annua per tutti i dipendenti, escludendo la figura aziendale più pagata, risulta essere di 30.800€.

La retribuzione annua è stata calcolata sul valore lordo teorico di ciascun dipendente con i parametri previsti dal CCNL panificatori. Nel caso degli operai è stata utilizzata la retribuzione oraria per 14 mensilità, per 173 ore mensili (parametro standard CCNL). Per gli impiegati è stata utilizzata la retribuzione mensile per 14 mensilità. Per quanto riguarda i dirigenti è stata utilizzata la retribuzione mensile per 13 mensilità (come da Contratto Dirigenti Industria).

La Morato Pane conta nel suo organico un totale di n. **255** dipendenti, suddivisi come riportato in Tabella e a cui si aggiungono ulteriori n. **51** persone contrattualizzate diversamente, raggiungendo quindi nel complesso n. **306** persone nel proprio organico.



Informazioni su dipendenti e lavoratori

TIPOLOGIA DI CONTRATTO	UOMINI [N.]	DONNE [N.]	TOTALE [N.]
A tempo indeterminato	127	123	250
A tempo determinato	5	0	5
Totale a contratto	132	123	255
di cui full-time	129	104	233
di cui part-time	3	19	22
Totale dipendenti	132	123	255
di cui dirigenti	6	0	6
di cui impiegati	30	39	69
di cui operai	96	84	180
Totale personale alle dipendenze	132	123	255
Somministrati o altri tipi di contratto	28	23	51
Stagisti	0	1	1
Totale personale	160	147	307

Nell'anno 2020 il **98%** dei dipendenti contrattualizzati risulta impiegato con un contratto a tempo indeterminato. Il **91%** dei dipendenti lavora full-time, mentre il **9%** part-time. Sul totale del personale l'**83%** è contrattualizzato, mentre il **17%** rientra in somministrazione, stage o altri tipi di contratto.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

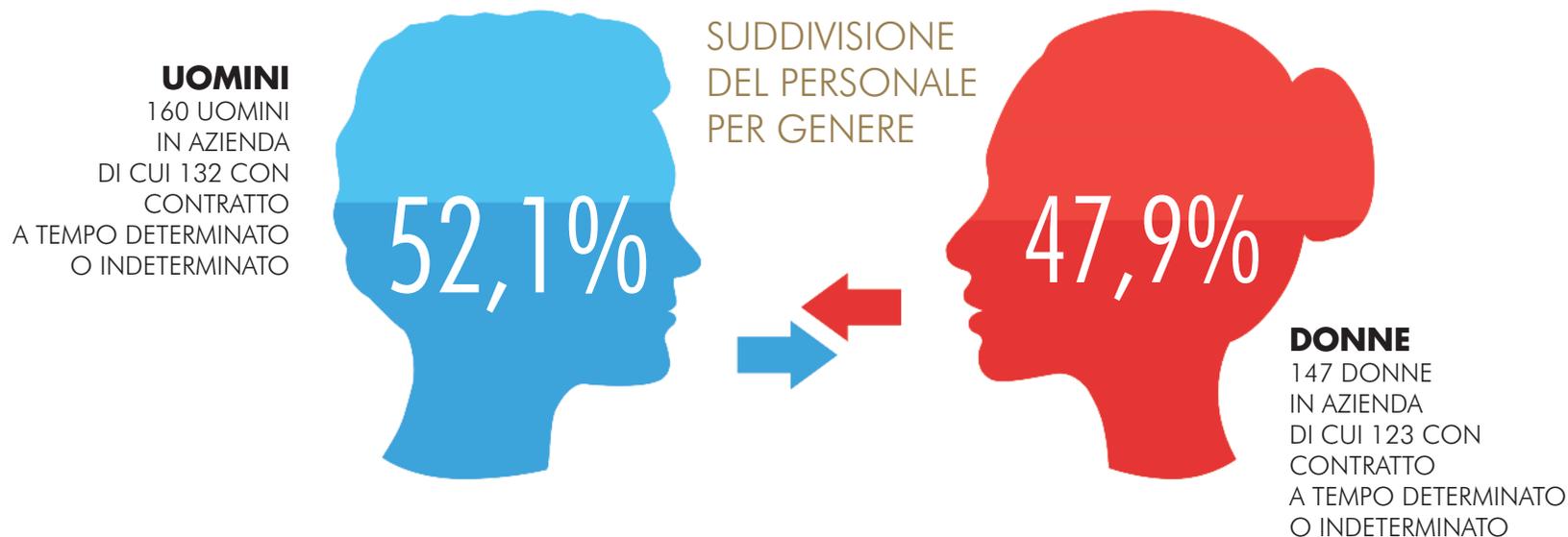
- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI



L'andamento del turnover e delle nuove assunzioni è riportato a seguire.

Nuove assunzioni e turnover.

CATEGORIA	GENERE	<30 ANNI	30-50ANNI	>50 ANNI	TOTALE
NUOVI ASSUNTI	Uomini	7	9	4	20
	Donne	2	4	0	6
	Totale	9	13	4	26
TASSO DI TURNOVER IN ENTRATA	Uomini	5%	7%	3%	15%
	Donne	2%	3%	0%	5%
	Totale	7%	10%	3%	20%
USCITE	Uomini	5	7	7	19
	Donne	1	5	1	7
	Totale	6	12	8	26
TASSO DI TURNOVER IN USCITA	Uomini	4%	5%	5%	14%
	Donne	1%	4%	1%	6%
	Totale	5%	9%	6%	20%



NELL'ANNO 2020
IL 98% DEI DIPENDENTI
CONTRATTUALIZZATI
RISULTA IMPIEGATO
CON UN CONTRATTO
A TEMPO
INDETERMINATO.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Per quanto concerne l'accesso al **congedo parentale** da parte dei dipendenti, si rimanda alle informazioni di seguito riportate, dalle quali si rileva che, a differenza degli uomini (che raggiungono il **100%**), delle donne che hanno usufruito

del congedo parentale, il **14,29%** è ancora dipendente dopo 12 mesi dal congedo. Nel complesso il tasso di *retention* è pari al **40%** sul totale di congedi parentali goduti.

Congedo parentale

PARAMETRO	UOMINI	DONNE	TOTALE
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI CHE HANNO AVUTO DIRITTO AL CONGEDO PARENTALE	60	65	125
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI CHE HANNO USUFRUITO DEL CONGEDO PARENTALE	3	7	10
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI TORNATI AL LAVORO DOPO IL CONGEDO PARENTALE	3	7	10
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI CHE SONO ANCORA DIPENDENTI DOPO 12 MESI DAL RIENTRO DAL CONGEDO	3	1	4
TASSO DI RIENTRO	100,00%	100,00%	100,00%
TASSO DI RETENTION	100,00%	14,29%	40,00%



LA CRESCITA DEL PERSONALE

Formazione e aggiornamento continuo sono due pilastri essenziali che hanno permesso a Morato di crescere negli anni. Rappresentano dei valori imprescindibili, necessari per acquisire autonomia di scelta e per aumentare la consapevolezza del proprio ruolo e delle proprie capacità.

Morato ha sempre dato grande spazio alla formazione, in tutte le sue forme, e dà a tutti la possibilità di seguire seminari e corsi, di partecipare a fiere, convegni e qualsiasi altra occasione di confronto. Per Morato **le persone sono al centro di ogni attività**. L'ultimo esempio in ordine di tempo che permette di comprendere la rilevanza della crescita e dello sviluppo del personale è rappresentato dalla **Morato Academy**, una struttura concepita come un vero e proprio punto d'incontro tra persone, in cui poter sviluppare nuovi contenuti e progetti. Un centro di formazione e miglioramento continuo finalizzato alla costante ricerca della qualità. L'Academy è il fulcro della formazione e veicolo dei valori aziendali, che grazie allo sviluppo continuo coinvolgono tutte le funzioni del Gruppo Morato è un luogo di condivisione per eccellenza, un ambiente di apprendimento per la squadra di Morato. Creato con l'obiettivo di facilitare la **formazione** e favorire il **coinvolgimento** diretto di tutti nei processi di crescita per valorizzare il capitale umano. Esperienze di crescita che aiutano ad appassionare e a rafforzare il senso di appartenenza.

Lo sviluppo di un'azienda passa inevitabilmente dalla **crecita individuale** delle persone che la compongono e questo, da sempre, è un punto fermo di Morato. Oggi più che mai, in un periodo storicamente ed economicamente complesso come quello che stiamo vivendo, è necessario andare oltre: non basta ricercare e creare i presupposti per lo sviluppo, bisogna esserne i primi promotori, per divulgare e condividere i percorsi intrapresi e i risultati raggiunti. Lo svi-

luppo è un valore fondante di Morato e per questo diventa fondamentale la crescita delle persone nel rispetto delle loro attitudini, creando al tempo stesso un ambiente di lavoro **sicuro, stimolante e gratificante**. Proprio in questa direzione, in azienda sono tanti e diversi i momenti di **condivisione e formazione**. Un altro esempio recente è la creazione di **team interfunzionali** dedicati allo sviluppo di specifiche aree di prodotto. La forza di questo progetto è che coinvolge persone che incarnano le varie anime dell'azienda: dal marketing alla produzione, passando per il commerciale e il reparto qualità. A tutti è stato chiesto di apportare un contributo attraverso modi di lavoro alternativi ed efficaci, nel pieno rispetto dei valori guida della Morato Pane.

I programmi per l'aggiornamento del personale sono commisurati alle diverse mansioni ed in funzione delle diverse esigenze espresse da responsabili di funzione per area di competenza. Sulla base dei corsi ritenuti idonei a soddisfare le richieste, delle necessità formative e il budget a disposizione viene quindi elaborato il piano formativo aziendale.

Il piano formativo per l'anno 2020 ha previsto l'erogazione di un totale di **2.536** ore di formazione, sul totale di ore lavorative previste la percentuale di ore dedicate alla formazione è la seguente:

- Dirigenti: 3,04%
- Impiegati: 0,37%
- Operai: 0,22%

La pandemia da SARS-CoV-2 ha determinato una drastica riduzione nell'erogazione della formazione, in relazione all'aumento dello *smart working* da parte dei dipendenti e alla difficoltà di convertire le azioni previste in modalità *online*.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Per il dettaglio sulle ore medie di formazione annue per dipendenti si veda la tabella successiva.

Ore medie di formazione annua per dipendente

CATEGORIA LAVORATORE	ORE UOMINI	MEDIA ORE UOMINI	ORE DONNE	MEDIA ORE DONNE	ORE TOTALI	MEDIA ORE TOTALI
DIRIGENTI	432	72,0	-	-	432	72,0
IMPIEGATI	330	11,0	332	8,5	662	19,5
OPERAI	700	7,3	742	8,8	1442	16,1
TOTALE	1.462	90,3	1.074	17,3	2.536	107,6



SALUTE E SICUREZZA DEL PERSONALE

La salute e la sicurezza del personale sono priorità per Morato Pane, per tale ragione il gruppo è conforme ai più elevati standard volti a garantire il rispetto della **salute** e lo svolgimento delle attività in totale **sicurezza**.

Le attività svolte da Morato sono gestite nel rispetto della legislazione vigente a tutela delle condizioni di lavoro e l'azienda si impegna a garantire un ambiente di lavoro adeguato, dal punto di vista della sicurezza e della salute dei dipendenti, adottando tutte le relative misure necessarie a contribuire allo sviluppo e al benessere delle comunità in cui opera, riducendo l'impatto ambientale delle proprie attività. Obiettivi primari della Morato sono quindi la salute dei dipendenti, dei collaboratori esterni, dei clienti e delle comunità interessate dalle attività stesse, in aggiunta alla tutela dell'ambiente e la riduzione dell'impatto ambientale. Le attività della società sono condotte nel pieno rispetto della normativa vigente e delle direttive aziendali in materia di **prevenzione** e **protezione** dei lavoratori. A tal riguardo, i destinatari si impegnano a rispettare le misure di prevenzione e sicurezza, poste in essere dalla Società e ad astenersi dal porre gli altri dipendenti di fronte a rischi inutili che possano provocare danni alla loro salute o incolumità fisica e/o danni all'ambiente. Il miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza sul lavoro, unitamente alla tutela ambientale, rappresentano un costante punto di riferimento nella gestione operativa degli obiettivi aziendali. I dipendenti, ciascuno nell'ambito delle proprie mansioni, prendono parte al processo di individuazione e **prevenzione dei rischi**, di **salvaguardia dell'ambiente** e di **tutela della salute e della sicurezza** nei confronti di sé stessi, colleghi e terzi.

Morato Pane non ha in essere un sistema di gestione in ma-

teria di salute e sicurezza che sia certificato oppure aderente a standard nazionali e internazionali, ma adotta delle prassi che possono essere riferite ad un sistema di gestione, che non sono oggettivate. È in progetto la realizzazione di procedure ed istruzioni, formazione e coinvolgimento del personale, atti a costruire un sistema di gestione che potrà essere **certificato** nel corso del **2021**.

Attualmente soltanto alcune attività sono gestite da procedure note ai lavoratori e redatte ai fini della sicurezza sul lavoro, ma non sono ancora parte di un sistema di gestione certificato. L'approccio impiegato, prevede che a partire dall'individuazione dei pericoli, si valutino i rischi considerando la probabilità di accadimento, il numero di eventuali lavoratori coinvolti e i possibili danni che l'evento può arrecare. L'analisi viene condotta numericamente, producendo un valore che, confrontato con una matrice di riferimento, dà il livello di rischio. I processi utilizzati per l'individuazione degli eventuali pericoli sono i seguenti:

- individuazione di tutte le **leggi/norme applicabili** alle strutture, alle macchine e attrezzature e all'attività di Morato Pane e verifica della conformità a tali norme;
- **analisi degli infortuni** avvenuti e delle cause che li hanno provocati;
- **analisi delle segnalazioni** di *near miss* o di incidenti e delle cause che li hanno provocati;

Per favorire un continuo monitoraggio di eventuali pericoli, in linea con le normative vigenti e nello specifico all'art. 50 del D.Lgs. 81/08 e s.m.i., il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (**RLS**), conduce dei sopralluoghi periodici per rilevare eventuali criticità e segnalazioni da parte dei lavoratori,

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

riportando poi il rilievo al Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (**RSPP**). I lavoratori sono informati durante la formazione generale e specifica che in caso di pericolo o situazioni gravi possono allontanarsi dai luoghi di lavoro ed avvisare il preposto della situazione di pericolo (Accordo Stato-Regioni del 21/12/2011).

Il preposto è a conoscenza del fatto che non può far riprendere il lavoro se la situazione di pericolo permane (formazione per preposti, Accordo Stato-Regioni del 21/12/2011). Le politiche di allontanamento dai luoghi di lavoro sono contenute anche nel **Piano di Emergenza**, che prevede il non ritorno all'attività normale in caso di permanenza delle condizioni di pericolo. È a disposizione dei preposti un modulo da compilare in caso di incidente, quasi infortunio e infortunio, che permette l'analisi delle cause, la proposta di soluzioni per evitare il ripetersi dell'evento e le azioni atte a realizzare le proposte risolutive. Tale modulo è condiviso con il **RSPP** e il **Dirigente per la Sicurezza**.

Il medico competente, nella sua funzione di responsabile dei servizi di medicina del lavoro, effettua il sopralluogo annuale per la verifica degli ambienti e delle attività lavorative, al fine di collaborare con il datore di lavoro e l'**RSPP** nell'individuazione dei pericoli e nella valutazione dei rischi. Inoltre, la sorveglianza sanitaria si propone come un metodo di recepimento delle segnalazioni dei lavoratori di eventuali pericoli presenti. La consegna dei giudizi di idoneità al datore di lavoro diventa il momento di comunicazione di eventuali indicazioni di pericoli presenti.

La riunione periodica è invece il momento nel quale il medico competente fornisce il proprio contributo alla minimizzazione dei rischi. L'organizzazione invia tutti i lavoratori che ne sono soggetti alla sorveglianza sanitaria e pianifica annualmente il sopralluogo del medico competente.

Anche i lavoratori possono richiedere visite suppletive in caso

di modifica delle condizioni di salute o delle condizioni lavorative, richiesta che viene sempre concessa.

Da marzo 2020 è inoltre presente un formale **comitato** composto dal management e dalle rappresentanze sindacali per la gestione del protocollo **anti-contagio** previsto dai DPCM del 14/03/2020, 24/04/2020. Tale comitato ha lo scopo di indicare l'adozione di misure per limitare al massimo il contagio presso gli ambienti lavorativi e la verifica dell'applicazione delle misure adottate e si riunisce con cadenza settimanale. Per favorire lo sviluppo di una cultura della sicurezza nel corso del 2020 è stata condotta una campagna volta a formare ed informare tutti i lavoratori in funzione delle mansioni e delle attrezzature utilizzate.

Tutti i lavoratori hanno ricevuto la formazione generale e specifica, in base alle mansioni, con particolare riferimento a:

- addetti all'utilizzo delle macchine (carrelli, PLE);
- addetti ai servizi di emergenza (primo soccorso, addetto BLSD, antincendio);
- addetti a mansioni particolari (lavori in quota, PES-PAV-PEI).

Al termine del 2020 tutta la formazione è stata completata. Per garantire un continuo aggiornamento anche delle nuove risorse è in essere una prassi che prevede bimestralmente azioni di formazione generale (qualora necessarie) e specifica per tutti i neoassunti.

Il **CCNL** di riferimento (Panificatori industria) ha creato un fondo di assistenza sanitaria - **FONSAP** - al quale i dipendenti possono appoggiarsi per la copertura di prestazioni sanitarie e che offre copertura anche per i familiari a carico. È prevista inoltre una polizza di assicurazione sulla vita a carico dell'azienda per tutti i lavoratori dipendenti (impiegati e operai) e una polizza assicurativa per integrazione **FASI** - fondo assistenza sanitaria per i dirigenti.



Infortuni sul lavoro - Categoria Dipendenti

PARAMETRO	ALTAVILLA VICENTINA	LENDINARA	CERASOLO AUSA	VILLA ESTENSE
NUMERO DI INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILI	11	2	0	0
DI CUI, NUMERO DI DECESSI A SEGUITO DI INFORTUNI SUL LAVORO	0	0	0	0
DI CUI, INFORTUNI SUL LAVORO CON GRAVI CONSEGUENZE (AD ESCLUSIONE DEI DECESSI)	4	0	0	0
ORE LAVORATE	307.809	63.986	17.799	28.806
TASSO DI INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILI	37,74%	31,26%	0%	0%
TASSO DI DECESSI DOVUTI A INFORTUNI SUL LAVORO	0%	0%	0%	0%
TASSO DI INFORTUNI GRAVI SUL LAVORO	13,00%	0%	0%	0%
IDENTIFICARE LE PRINCIPALI TIPOLOGIE DI INFORTUNI SUL LAVORO	Confusione, distorsione, itinere	Confusione, distorsione, itinere		

Per quanto concerne i pericoli sul lavoro che costituiscono un rischio di infortunio con gravi conseguenze, essi sono stati associati alle macchine e alle attrezzature impiegate nelle unità operative. Al fine di eliminare altri pericoli sul lavoro e ridurre al minimo i rischi utilizzando la gerarchia dei controlli sono state intraprese le seguenti azioni: la messa in sicurezza delle

macchine, la resinatura dei pavimenti, l'apposizione della opportuna segnaletica di sicurezza orizzontale e verticale e la formazione del personale.

Presso l'azienda si rileva inoltre che non si riscontrano evidenze di malattie professionali.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

LE NOSTRE PRIORITÀ



Morato Pane riconosce come **principio imprescindibile** il **rispetto** delle leggi e dei regolamenti vigenti in tutti i Paesi in cui opera. È, pertanto, interesse della Società che ogni azione compiuta, in nome e per conto di essa, nel contesto di un processo aziendale, sia pienamente conforme alle norme giuridiche, al **Codice Etico** e alle **regole di buona amministrazione** applicabili e raggiunge questi obiettivi tramite una **strategia anticorruzione** e a sistemi di **tutela della privacy**.

COMPLIANCE
LEGALE

STRATEGIA ANTICORRUZIONE

In merito al tema dell'anticorruzione il principale riferimento interno a livello normativo è il "Modello 231- Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" elaborato nell'arco del 2020 e approvato poi nel primo trimestre del 2021.

In linea con i principi di legalità, integrità, onestà e correttezza, esplicitati nel Codice Etico, Morato riconosce il rispetto delle leggi come principio imprescindibile, ispirandosi ai più elevati principi di integrità fissati dall'etica professionale.

Morato ha quindi individuato nel corso del 2020 le potenziali aree di rischio, per reati contro la Pubblica Amministrazione e reati Societari, e le strategie per prevenire qualsiasi forma di corruzione, tramite appositi protocolli.

Il 100% del Consiglio di Amministrazione, del personale dirigente e degli impiegati ha ricevuto comunicazione in merito a quelle che sono le politiche di Morato in materia e le procedure attuabili in merito all'anticorruzione.

Comunicazione in materia di politiche e procedure anticorruzione

MEMBRI DEL CDA CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE

	UOMINI	DONNE	TOTALE
NUMERO MEMBRI DEL CDA CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONI IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	6	0	6
TOTALE MEMBRI CDA	6	0	6
PERCENTUALE MEMBRI DEL CDA CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONI IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	100%	0%	100%

DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONI IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE

	UOMINI	DONNE	TOTALE
DIRIGENTI CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONI IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	6	0	6
IMPIEGATI CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONI IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	30	39	69
TOTALE DIPENDENTI	36	39	75
PERCENTUALE DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO COMUNICAZIONI IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	100%	100%	100%

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione

MEMBRI DEL CDA CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	UOMINI	DONNE	TOTALE
NUMERO MEMBRI DEL CDA CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	6	0	6
TOTALE MEMBRI CDA	6	0	6
PERCENTUALE MEMBRI DEL CDA CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	100%	0%	100%

DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	UOMINI	DONNE	TOTALE
DIRIGENTI CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	6	0	6
IMPIEGATI CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	0	0	0
TOTALE DIPENDENTI	6	0	6
PERCENTUALE DIRIGENTI CHE HANNO RICEVUTO FORMAZIONE IN MATERIA DI ANTICORRUZIONE	8%	0%	8%



TUTELA DELLA PRIVACY

La Società adotta le più idonee precauzioni e misure di sicurezza in materia di trattamento dei dati personali e/o sensibili, in conformità alla legislazione applicabile.

Grazie all'adozione di apposite *Privacy Policies* e documentazioni interne è assicurata la riservatezza delle informazioni e dei dati in possesso di Morato e l'osservanza della normativa in materia di protezione dei dati personali.

La Società si impegna, inoltre, a **proteggere** le informazioni relative ai propri dipendenti ed ai terzi, generate o acquisite all'interno e nelle relazioni d'affari, e ad evitare ogni uso improprio di queste informazioni. Morato ha elaborato dei protocolli interni per definire delle misure idonee a garantire la tutela dei dati personali curando costantemente e assicurando la compliance con il **GDPR** e il **Codice Privacy**, anche

tramite audit interni periodici, individuando dei Responsabili e dei soggetti autorizzati al trattamento dati e sviluppando un Registro dei Trattamenti e del Data Breach.

Morato nel corso del 2020 ha completato l'attività di compliance con le disposizioni relative al Regolamento (UE) del Parlamento Europeo e del Consiglio Europeo del 27 aprile 2016 n. 679 ("GDPR"), relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE; e al Codice della Privacy, di cui al D.Lgs. 196/03, così come modificato dal recente D.Lgs. 101/18.

Nel periodo di rendicontazione non sono avvenute perdite di dati e informazioni riguardanti i clienti.

COMPLIANCE AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICA

Nel corso del 2020, presso tutti i siti esaminati nel presente Bilancio di sostenibilità non si sono verificate non conformità limitatamente a leggi e normative in materia ambientale e/o

sociale /o economica. Morato Pane nel periodo di rendicontazione risulta in piena conformità alla normativa vigente.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LE NOSTRE PRIORITÀ

La **qualità** e la **sicurezza** alimentare costituiscono il tema materiale di maggiore rilevanza per Morato Pane, poiché direttamente connessi alla finalità primaria dell'azienda, il **prodotto**.

L'ottenimento di **elevati standard** in termini di **qualità** dei prodotti commercializzati e la **garanzia** di un'offerta che sia sana e **sicura** per i propri clienti sono principi fondanti dell'azienda, che da sempre intreccia elementi della **tradizione** e **dell'innovazione** continua, con particolare attenzione al soddisfacimento dei propri consumatori, con i quali ha instaurato una comunicazione trasparente e leale.

QUALITÀ DEI
PRODOTTI,
SICUREZZA
ALIMENTARE

QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI E ALIMENTARE

La Morato Pane, come definito tramite il proprio Codice Etico, pone grande attenzione, impegno e dedizione nella produzione dei Prodotti di Morato, nel rispetto della propria **Politica per la qualità, sicurezza alimentare e sostenibilità**; obiettivo della Società è, infatti, quello di migliorare l'esistente, ricercare l'innovazione, puntare alla crescita sostenibile. Per tali ragioni, la storica tradizione dei panificatori Morato incontra sempre **l'innovazione**, per generare prodotti di **qualità** superiore, percepiti dai clienti come prodotti distintivi. Morato si impegna, quindi, nella selezione dei migliori ingredienti per sfornare prodotti di qualità che possano soddisfare il gusto dei propri clienti e, al tempo stesso, contribuire ad **un'alimentazione sana ed equilibrata**. I clienti Morato, inoltre, sono considerati quali "partner per raggiungere il successo nel business"; per tali ragioni, la Società si impegna per la loro tutela, dando ascolto alle richieste che possono favorire un miglioramento della qualità dei propri prodotti. La Società indirizza, quindi, le proprie attività aziendali ad elevati standard di qualità dei propri prodotti, sempre nel pieno rispetto dei clienti che acquisteranno i Prodotti di Morato.

Uno dei principali obiettivi di Morato Pane è miscelare con maestria **ingredienti di qualità** per dar vita a **prodotti eccellenti** che **promuovono il benessere** e non rinunciano al gusto. Già da anni è stato predisposto un sistema di **gestione per la qualità** e la **sicurezza alimentare** conforme agli **standard internazionali BRC e IFS**, così come da anni Morato Pane ha la **certificazione biologica** per alcuni prodotti.

La **fornitura** delle **materie prime** è regolata da una procedura che prevede un **sistema di controlli** che va dall'accurata scelta dei fornitori alle **verifiche giornaliere** di tutta la **merce** in entrata, fino ad arrivare alle periodiche visite esterne presso i fornitori stessi, seguendo parametri rigorosissimi di valutazione. L'ufficio **qualità**, inoltre, esegue internamente tutte le **analisi** previste dai sistemi di certificazione.

Il **100%** dei prodotti è certificato secondo gli standard **BRC** o **IFS** e non sono state riscontrate non conformità riguardanti l'impatto sulla salute e la sicurezza dei prodotti.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

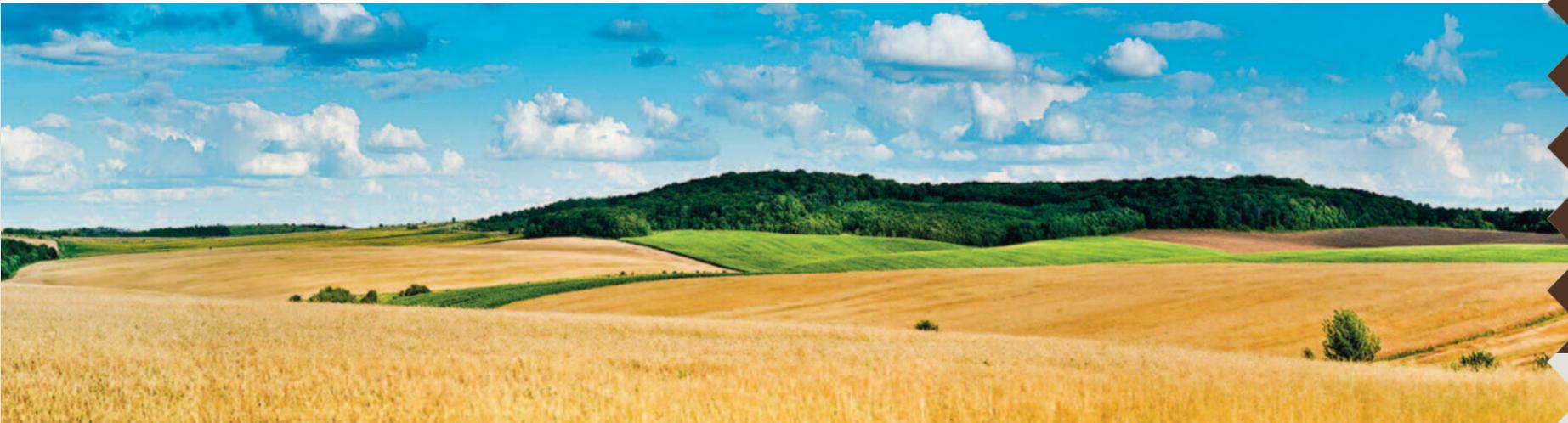
- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Certificazioni di gestione della qualità e sicurezza alimentare

STABILIMENTO

BRC

IFS

PRODOTTI

ALTAVILLA VICENTINA (VI)

AA+

Higher level

Pane da tramezzini, Pane da bruschetta, Pane da toast, Panini dolci e salati

CERASOLO AUSA (RN)

Higher level*

Piadina

LENDINARA (RO)

AA

Higher level

Pane da bruschetta

VILLA ESTENSE (PD)

AA+

Higher level

Grissini, Crostini e Pane ferrarese

* Certificazione a nome della controllata Artigianpiada Srl

Il **BRC** è uno standard riconosciuto a livello globale per la sicurezza alimentare dei prodotti agroalimentari.

Lo standard è uno strumento per incrementare la gestione della sicurezza alimentare, monitorare il rispetto dei vincoli di compliance legale, sicurezza e qualità all'interno dell'azienda garantendo la trasparenza nei confronti dei clienti.

Lo standard **IFS Food** è uno standard riconosciuto GFSI (Global Food Safety Initiative) per gli audit alle industrie alimentari. L'obiettivo è la sicurezza alimentare e qualità dei processi e dei prodotti. Riguarda i processi alimentari delle

industrie produttive e industrie che confezionano alimenti sfusi. L'IFS Food si applica quando i prodotti sono "lavorati" o dove ci sono pericoli di contaminazione del prodotto durante il confezionamento primario. Lo Standard è importante per tutte le industrie alimentari, specialmente per i prodotti a marchio privato, perché contiene molti requisiti che riguardano il rispetto delle specifiche del cliente.

Per quanto riguarda i prodotti certificati **biologici**, si riporta di seguito l'elenco articolato per impianto di produzione.



Prodotti certificati biologici

STABILIMENTO PRODOTTI

LENDINARA	Grissini al Kamut (a marchio Morato)
	Grissini al Kamut (a marchio Conad)
VILLA ESTENSE	Crostini al Kamut (a marchio Morato)
CERASOLO	Piadina al farro (a marchio Come una volta)
	Piadina integrale (a marchio Come una volta)
	Piadina al kamut (a marchio Come una volta)
	Piadina ai grani antichi (a marchio Artigianpiada)
	Piadina al Kamut (a marchio Artigianpiada)

La certificazione di prodotti come biologici fornisce una garanzia ai consumatori circa il metodo di produzione e le materie prime utilizzate. I prodotti certificati come biologici sono realizzati in conformità a standard rigorosi che garantiscono: l'uso di sostanze naturali e organiche, un consumo di risorse naturali attento alle capacità rigenerative e garantendo la tutela della biodiversità.

Grazie alla commercializzazione di prodotti biologici Morato garantisce l'immissione sul mercato di prodotti che, dalla coltivazione fino alla vendita, sono stati realizzati in modo attento e affidabile, garantendo il rispetto dei principi di sostenibilità ambientale e l'attenzione al benessere dei consumatori. Alcuni dei prodotti a marchio "Come una volta" sono inoltre conformi al disciplinare Vegan Ok, secondo quanto previsto dalla normativa Europea **UNI EN ISO 14021**.

STRATEGIA DI MARKETING

L'obiettivo di Morato Pane è quello di rinnovare ogni giorno la tradizione del pane, puntando ad una crescita sostenibile. Questo passa attraverso la valorizzazione dei propri marchi e prodotti, con una gestione dell'offerta che punta ad essere sempre in linea con i bisogni e con le esigenze dei propri consumatori. Questo prevede un continuo monitoraggio della qualità e delle performance dei prodotti in gamma, e uno stu-

dio approfondito dei territori di innovazione futuri, per poter portare nuovo valore nella categoria, coerentemente con il ruolo di esperto nella panificazione. Parallelamente, l'azienda punta a consolidare il proprio ruolo di partner dei principali retailer italiani ed esteri, garantendo un livello di servizio sempre ai massimi livelli nell'ottica di una crescita condivisa del business.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

ETICHETTATURA DEI PRODOTTI

L'etichettatura dei prodotti, secondo il Regolamento **UE N. 1169/2011** consente di riportare le informazioni sugli alimenti al fine di proteggere la salute e gli interessi dei consumatori, fornendo loro le basi per effettuare delle scelte consapevoli e per utilizzare gli alimenti in modo sicuro, nel rispetto in particolare di considerazioni **sanitarie, economiche, ambientali, sociali ed etiche**.

Nel corso dell'anno di riferimento Morato Pane risulta pienamente conforme a tale regolamento e a tutta la normativa inerente a questo ambito, rispettando in particolare i seguenti principi ed elementi di obbligatorietà:

- leggibilità e chiarezza delle informazioni;
- indicazione chiara e completa delle informazioni nutrizionali;
- precisa segnalazione degli allergeni presenti, secondo le idonee modalità prestabilite dalla normativa;
- trasparenza nell'indicazione di origine dei prodotti.

Nel periodo di rendicontazione non sono state riscontrate non conformità con le normative e/o con i codici di autoregolamentazione e ugualmente, dal punto di vista della comunicazione o del marketing non sono state rilevate non conformità su nessuna tipologia di media utilizzato per la promozione dei marchi e prodotti.

L'etichetta rappresenta per Morato Pane il primo strumento attraverso il quale avviene la comunicazione con il consumatore, che conseguentemente deve essere trasparente, leale e precisa.

SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

Al fine di monitorare il **gradimento da parte dei consumatori** nei confronti dei propri prodotti, l'azienda conduce ricerche di mercato *ad hoc* sui principali prodotti in assortimento. Appoggiandosi a partner esterni certificati, raccoglie *feedback* sugli aspetti organolettici e in generale di *overall liking* su target specifici, raccogliendo informazioni utili al continuo miglioramento del prodotto.

Inoltre, l'azienda misura l'andamento dei propri prodotti con una costante lettura dei dati di mercato, che rappresentano una bussola importante per orientare le proprie scelte strategiche, nonché l'ampiezza del proprio parco acquirenti per valutare la capacità attrattiva della marca nel generare nuovi user.



LE NOSTRE PRIORITÀ

Le **performance** sul **mercato** rappresentano uno dei temi di maggiore rilievo per Morato e i suoi **stakeholder**.

Il lavoro quotidiano della squadra Morato Pane è orientato a garantire **performance economiche** e finanziarie tali da salvaguardare ed accrescere il **valore dell'impresa**, incrementando la **sostenibilità economica** delle attività e il **valore economico** generato e distribuito.

L'attenzione **all'innovazione**, la **capacità di analisi** e comprensione delle **evoluzioni del mercato** sono fondamentali per assicurare un miglioramento continuo e garantire la **continuità del business** al variare di fattori esogeni.

MERCATO DI RIFERIMENTO



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

IL MERCATO DI RIFERIMENTO E LA STRATEGIA FISCALE

Morato Pane rappresenta un' **eccellenza** sul mercato della panificazione industriale, sempre attenta alle esigenze del cliente e alle tendenze del mercato. Grazie a una capacità unica nel far coesistere con armonia il passato e il futuro, la **tradizione** e l' **innovazione**. L'obiettivo fondamentale, riconosciuto e perseguito da Morato, è la realizzazione del proprio oggetto sociale nonché la creazione di valore per il Gruppo a cui appartiene, cui sono orientate le strategie e la gestione operativa della Società. Senza mai perdere di vista i **consumatori**, patrimonio dal valore inestimabile, cui sono

sempre state fornite risposte concrete in modo reattivo, puntuale e tempestivo. L'obiettivo per il futuro è di continuare a crescere consolidando la posizione **competitiva** sul mercato italiano e **rafforzando** la presenza all'estero, rimanendo sempre ancorati ai valori cardine che hanno permesso a Morato di crescere negli anni.

I mercati di riferimento principali sono: **pani** morbidi e i sostituti del pane croccanti. Di seguito si riporta un'analisi dettagliata dei volumi di mercato per tipologia di alcuni dei prodotti principali

Descrizione dei volumi di mercato di Morato

CATEGORIE DI PRODOTTO	VENDITE VOLUME MERCATO ITALIA (TONNELLATE)	QUOTA DI MERCATO MORATO [%]	PRODOTTI PRINCIPALI
TOAST	27.161	3,8	L'American Sandwich, è il prodotto più iconico di Morato e rappresenta ancora oggi la referenza più venduta e rappresentativa. 
TRAMEZZINI	13.557	18,1	Le Spuntinelle, in formato steso e in formato verticale rappresentano due dei prodotti storici del portfolio di Morato. Due categorie di prodotti realizzati in linea con la tradizione, ma con un tocco di innovazione. 



CATEGORIE DI PRODOTTO	VENDITE VOLUME MERCATO ITALIA (TONNELLATE)	QUOTA DI MERCATO MORATO [%]	PRODOTTI PRINCIPALI
PANINI	16.073	9,2	Morato presidia il segmento dei panini con la linea Nuvolatte, soffici panini dolci ideali per la colazione e la merenda, e con pani da Burger e hot dog targati American. 
BRUSCHETTE	1.272	70,1	Le Bruschelle Morato sono un prodotto storico dell'azienda, che negli anni hanno consolidato la presenza a scaffale anche grazie a nuove ricette e formati. 
PIADINE	35.742	1,2	Dall'attenzione ai sapori e alle tradizioni regionali, nascono le Piadine Romagnole IGP. Per soddisfare tutte le esigenze alla Piadina Romagnola IGP, si affianca la Piadina Romagnola IGP alla Riminese. 
GRISSINI	22.704	3,1	Grissani e Scrikki sono le due gamme principali di grissini Morato, nati da ricette semplici e autentiche. 

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Il Gruppo Morato è in continua espansione e, grazie alle acquisizioni, ha potuto ampliare le quote di mercato. Morato Pane nel prossimo biennio 2021 - 2022 ha l'obiettivo di far crescere la marca Morato e implementare i nuovi progetti a marchio del distributore (Private Label).

Il Gruppo Morato Pane è presente **in più di 50 paesi** in tutto il mondo e serve tutti i principali canali/mercati.

Il **65%** del fatturato è sviluppato in Italia e il **35%** all'estero. In Italia, il Gruppo Morato è distribuito trasversalmente in tutte le regioni con particolare presenza nel nord-est dove l'azienda Morato Pane ha il suo *headquarter*.

Il numero di Paesi serviti subirà un incremento importante che potrebbe portare l'ingresso di altri paesi a partire da metà 2021 (India, Cina, Turchia, Russia, Sud Africa, Germania, Portogallo, Malta).

Il 90% del fatturato è composto dai clienti della **Distribuzione Moderna e Discount** mentre il **10%** dei clienti fa parte del **Canale Lungo** (Ingrosso) e **Clienti del Ho.Re.Ca. & Foodservice**. La **Distribuzione Organizzata e la Grande Distribuzione** coprono il **95% dei clienti** serviti includendo sia i clienti che fanno parte dei Gruppi d'Acquisto (COOP, CONAD, Gruppo Selex, Esselunga) che i clienti del Canale Discount (come LIDL, Eurospin).

Il restante **5%** è composto da clienti del **canale tradizionale** come grossisti o piccole insegne indipendenti.

Si riporta il calcolo relativo al valore economico direttamente generato e distribuito (EVG&D) in base al principio di competenza, in linea con i dati del bilancio sottoposto a revisione. Dal calcolo di evince come il **48,22%** del valore generato sia stato distribuito.

Valore economico direttamente generato e distribuito

PARAMETRO	VALORE	PERCENTUALE
VALORE DISTRIBUITO AI FORNITORI	47.392.031€	36,60%
REMUNERAZIONE DEL PERSONALE	13.723.543€	10,60%
REMUNERAZIONE DEI FINANZIATORI	871.450€	0,67%
REMUNERAZIONE DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	866.283€	0,66%
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	62.853.307€	48,22%
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	67.485.719€	51,78%
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO	130.339.026€	100,00%



La strategia fiscale della Morato consiste nella corretta condotta gestionale al fine di contemperare le esigenze di ottimizzazione fiscale e allo stesso tempo di correttezza e trasparenza verso il fisco. Tale strategia non viene esaminata dall'organo esecutivo poiché viene gestita secondo linee guida di prudenza e correttezza.

L'approccio è completamente prudente e conforme alle normative vigenti in materia.

Il Consiglio di Amministrazione, nel caso in cui si verificano eventi economici, ambientali e sociali che abbiano un impatto

sull'attività aziendale, o viceversa, qualora l'attività dell'azienda abbia impatti diretti su tali tematiche, si riunisce per valutare le strategie da seguire e le politiche da attuare al fine di coglierne le opportunità e limitarne al contempo i rischi.

Il Consiglio di Amministrazione e il management sono molto attenti al monitoraggio continuo dell'attività aziendale e del mercato di appartenenza in modo da essere sempre pronti alla prevenzione di eventuali crisi aziendali e soprattutto alla predisposizione degli strumenti necessari al mantenimento della continuità in casi di eventuale crisi.

INNOVAZIONE PER UN MIGLIORAMENTO CONTINUO

Per Morato Pane l'innovazione è una priorità che ha sempre contraddistinto l'azienda sin dalle sue origini, un processo creativo che nasce negli uffici e prende forma nella produzione, tra il profumo dell'impasto, l'efficienza dei macchinari e il saper fare di uomini e donne che amano il proprio lavoro. Come già illustrato, l'obiettivo della Società è quello di migliorare l'esistente, ricercare l'innovazione, puntare alla crescita sostenibile.

La produzione in Morato è un cuore pulsante capace di raccogliere gli stimoli e i suggerimenti, e di trasformarli in nuove specialità, prendendo il buono di ogni idea, dandogli forma e capitalizzando il valore dell'intera squadra. Ogni gesto è compiuto senza mai perdere di vista la **qualità**, vero e proprio caposaldo che l'azienda assicura con processi e impianti all'avanguardia, in grado di garantire la **sicurezza** del pro-

dotto anche grazie a un elevato livello di automazione. Ma in Morato **non c'è innovazione senza tradizione**: le esperienze e gli insegnamenti maturati in oltre 50 anni di storia sono radici solide su cui far leva per progettare il futuro. Un patrimonio da cui attingere continui spunti per migliorarsi, ma anche per soddisfare e anticipare le richieste del domani. Per dare un valore aggiunto ai prodotti è necessario un dialogo continuo tra innovazione e tradizione, spesso anticipando il cambiamento.

L'obiettivo di Morato è sempre stato quello di essere competitivi sul mercato, cogliendo il meglio delle trasformazioni in atto per arrivare ai cuori e sulle tavole dei consumatori.

In quest'ottica è costante il lavoro di tutta la squadra Morato il cui cuore pulsante, in ottica di innovazione, sono l'area R&D e Qualità, il Marketing e l'area Produzione.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

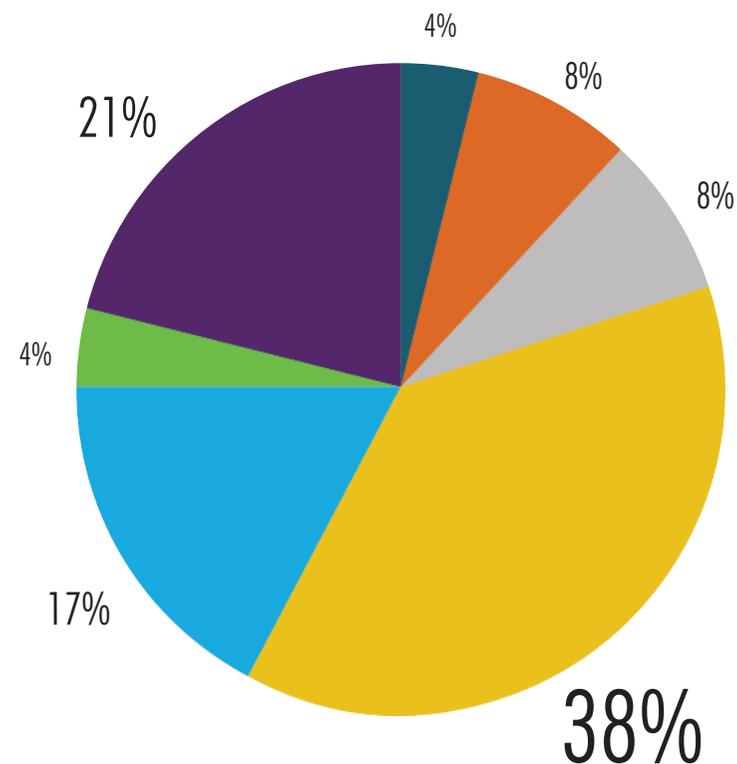
I **progetti** gestiti dall'area **Ricerca e Sviluppo** per l'anno 2020 sono **24**. Dei progetti condotti nell'anno di riferimento l'esito è positivo con:

- 45,83% aperti: per cui la ricerca e lo sviluppo sono ancora in corso;
- 33,33% chiusi: avendo portato quindi alla realizzazione dell'innovazione con l'immissione di nuovi prodotti o referenze sul mercato, o miglioramento di ricette esistenti e tecnologie di produzione;
- 20,83% bloccati: per cui si è quindi valutato che l'innovazione proposta non dovesse o potesse procedere.

PROGETTI DI RICERCA E SVILUPPO

- CONSUMO MATERIE PRIME
- AMBIENTALE
- MODIFICA RICETTE E LAVORAZIONE PER OTTIMIZZAZIONE
- NUOVA REFERENZA
- NUOVO PRODOTTO
- OTTIMIZZAZIONE SISTEMA PRODUTTIVO
- VARIAZIONE RICETTA

I progetti possono essere di varia natura e quindi prevedere lo sviluppo di nuovi prodotti, nuove referenze o la variazione delle ricette per andare incontro alle esigenze dei consumatori o rispondere agli stimoli del mercato, efficientare il sistema produttivo riducendo i consumi di materie prime, modificare le ricette per ottimizzare la produzione. Di seguito una sintesi delle principali aree in cui si sono sviluppati progetti di Ricerca e Sviluppo nel corso dell'anno 2020.



Il miglioramento continuo è un'asse portante per lo sviluppo e la crescita di Morato e coinvolge tutti i settori aziendali.

Ogni prodotto realizzato da Morato è, infatti, al centro di attività ed impegno quotidiano della Società e del proprio personale, che con intensità e curiosità si impegnano nella ricerca di un continuo miglioramento con l'obiettivo di soddisfare le esigenze dei propri clienti, sempre nel rispetto delle regole e dell'ambiente.

Stare al passo con i tempi è il *fil rouge* della storia di Morato, che oggi più che mai focalizza la sua attenzione su temi di grande attualità come la **sostenibilità**, un pilastro per la crescita e lo sviluppo futuro dell'azienda.

Oggi le persone sono sempre più consapevoli e informate riguardo all'importanza delle proprie scelte alimentari e dei ri-

svolti che possono avere sulla salute e l'ambiente. Per questo Morato è sempre più impegnato nel risparmio delle risorse in azienda e nell'utilizzo di materiali riciclabili per la realizzazione dei pack dei prodotti.

Per tali ragioni Morato pone sempre una forte attenzione a quelli che sono i trend globali e le attese dei consumatori che pongono le basi per definire le linee di sviluppo aziendali e di prodotto.

In quest'ottica il piano di innovazione per i prossimi anni si concentrerà sullo sviluppo di prodotti che coniughino gusto, benessere, *convenience* e sostenibilità, puntando ad estendere a nuove categorie di prodotto quelle che sono le linee principali dell'azienda, ma anche sviluppando dei veri e propri nuovi concept, grazie ad un attento studio su materie prime, materiali e formati.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

LE NOSTRE PRIORITÀ

L'attenzione all'ambiente
e alla **riduzione** dei
relativi impatti sullo stesso,
sono tra le principali priorità
della Morato Pane.

Un **approccio responsabile** e volto al
miglioramento delle proprie
performance ambientali è l'obiettivo
dell'azienda, da applicare ai diversi ambiti,
a partire dalla **gestione** delle **risorse** e
dall'approvvigionamento delle **materie**
prime, ai **consumi** in termini
energetici e **idrici**, passando per la
gestione dei **rifiuti** generati e dalla
minimizzazione
delle **emissioni** in atmosfera.



PERFORMANCE AMBIENTALI

La Morato Pane adotta un approccio basato su una **gestione responsabile delle risorse** e finalizzato al **miglioramento delle condizioni ambientali**. Lo scopo è quello di pensare, in qualsiasi ambito delle attività umane, ad una gestione di materiali e processi in grado di avere un minimo impatto sull'ambiente naturale.

A tal fine, in considerazione delle specifiche attività aziendali, in primis sono stati rilevati i seguenti principali impatti ambientali:

- Emissioni in atmosfera
- Rifiuti
- Sostanze pericolose
- Scarichi in suolo e acque

Tutti gli impatti diretti ed indiretti presenti sono definiti, controllati, e gestiti anche pianificando per ciascuno specifici programmi di miglioramento.

La gestione ottimale degli impatti ambientali è supportata poi

da tecniche di supply chain management applicate alle principali aziende fornitrici, con le quali è in atto una duratura ed efficace partnership commerciale e tecnica. Ciò si traduce in una trattazione razionalizzata delle principali problematiche ambientali direttamente con il fornitore, il quale inoltre condivide la politica dell'azienda.

La società, da sempre attenta agli aspetti ambientali dei propri prodotti, è alla continua ricerca di materiali che abbiano il minor impatto possibile sull'ambiente (compatibilmente con i vincoli tecnologici, produttivi e di mercato), in modo da tenere sotto controllo l'inquinamento in ogni fase della vita del prodotto stesso.

La rendicontazione dei parametri ambientali di seguito riportati è relativa alle 4 unità operative dell'azienda, specificate nel paragrafo Nota Metodologica e riferimenti (Capitolo 1), per l'anno 2020.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI



MATERIE PRIME

La fornitura delle **materie prime** impiegate nella produzione è regolata da una procedura che prevede un sistema molto rigido di **controlli** che va dall'accurata scelta dei fornitori alle verifiche giornaliere di tutta la merce in entrata, fino ad arrivare alle periodiche visite esterne presso i fornitori stessi, seguendo parametri molto rigidi di valutazione.

L'ufficio qualità, inoltre, esegue internamente tutte le **analisi** previste dai sistemi di certificazione.

L'attenzione all'ambiente passa anche dalla **lotta agli sprechi**, intesa come un dovere morale verso il pianeta, un contributo tangibile al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile.

Sono di seguito presentate le risorse impiegate per la produzione e per il confezionamento dei prodotti Morato Pane, espresse in termini di quantitativo in peso di materiali, suddivisi nelle categorie: alimentari e da imballaggio.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Materiali impiegati per le attività dell'azienda presso le unità operative

TIPOLOGIA DI MATERIALE	ALTAVILLA VICENTINA	CERASOLO AUSA
	PESO [t]	PESO [t]
ACETO	314	0
ALCOOL	423	16,91
AROMA	773	0
BURRO	4	0
DOLCIFICANTI	586	0
FARINA	27.633	993,1
FARINA DI KAMUT	0	11,8
FARINA DI SEMOLA	885	10,6
FARINA DI SOIA	173	0
FARINE VARIE	324	32,5
LATTE	545	6,4
LIEVITO	481	5,45
MIGLIORATORI	595	0
OLIO	634	28,9
OLIO DI GIRASOLE	281	24,65
SALE	542	29,02
SEMI	0	0
UOVA	133	0
ALTRO DA MATERIALI ALIMENTARI	7	26,07
TOTALE MATERIALI ALIMENTARI	34.333	1.185,4
CARTONE	2.374	135
PLASTICA	977	45,73
TOTALE MATERIALI DA IMBALLAGGIO	3.351	180,73
TOTALE MATERIALI IMPIEGATI	37.684	1.366,13



LENDINARA PESO [t]	VILLA ESTENSE PESO [t]	MORATO PANE PESO [t]
0	0	314
9	0	449
0	0	773
0	0	4
1	0	587
1.453	541	30.620
112	18	142
32	67	995
0	0	173
82	2	441
0	0	551
20	19	525
18	2	615
120	68	851
0	1	307
36	14	621
9	84	93
0	0	133
13	28	74
1.905	844	38.267
199	114	2.822
144	69	1.236
343	183	4.058
2.248	1.027	42.325

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Nel periodo di riferimento sono state impiegate nel complesso **42.325,00 tonnellate di materiali**.

Considerando la produzione complessiva del gruppo, **per ogni tonnellata di prodotto**, sono state impiegate **1,40 tonnellate di materie prime**.

Lo stabilimento di Altavilla Vicentina rappresenta la principale sede di produzione dell'azienda, presso la quale sono infatti impiegate l'89% delle risorse in ingresso.

L'attenzione al consumo consapevole delle risorse e alla riduzione degli impatti si evince in particolare attraverso i progetti volti alla **sostenibilità del processo**, come quello realizzato presso lo stabilimento di Lendinara, nel quale è stato avviato un **sistema di recupero nella produzione del pane da bruschetta**. Nella realizzazione di questa tipologia di pane viene generata una notevole quantità di scarti, dovuti al taglio delle croste, che vengono raccolti

e successivamente venduti ad aziende del settore agricolo per impiego nell'ambito della zootecnia. Nel corso del 2020 sono state **recuperate 140 tonnellate di prodotto**.

Nello stesso stabilimento e ugualmente presso l'unità operativa di Villa Estense, avviene inoltre una **gestione responsabile degli scarti di produzione** direttamente all'interno del sito, grazie all'impiego come nuova risorsa. Nelle linee di produzione dei grissini (linea 1 per entrambi gli stabilimenti) vengono infatti generati degli scarti dovuti alla non conformità del prodotto (causata da frantumazione, cottura non corretta, etc..). Settimanalmente, circa 300 kg di **scarti** per Lendinara e 150 kg per Villa Estense vengono **recuperati e reimpiegati come spolvero** (topping). Nel corso dell'anno viene quindi **recuperato un quantitativo pari a circa 22,5 tonnellate di materiale**¹.

¹ Si considerano mediamente 50 settimane di attività di produzione.

Progetti di recupero degli scarti di produzione all'interno dell'organizzazione

UNITÀ OPERATIVA	QUANTITATIVO RECUPERATO SETTIMANALMENTE [kg]	QUANTITATIVO RECUPERATO NEL 2020 [t]
LENDINARA	300	15
VILLA ESTENSE	150	7,5
TOTALE	450	22,5

Per quanto concerne i rifiuti organici, la carta e il cartone, gli imballaggi in plastica, il secco non riciclabile sono assimilati ai rifiuti solidi urbani e conferiti al sistema di raccolta pubblico

comunale. In casi sporadici e isolati, per lo smaltimento di residui di imballaggi non più conformi, in plastica o cartone, viene fatto ricorso ad aziende specializzate per la raccolta.





INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

RISORSA IDRICA

La **risorsa idrica** impiegata per le attività di Morato Pane è prelevata principalmente dall'acquedotto pubblico e per la sola sede di Altavilla Vicentina, con opportuna autorizzazione, anche da un pozzo utilizzato per l'impianto antincendio, che preleva direttamente dal sottosuolo.

Per le unità operative di Cerasolo Ausa, Lendinara e Villa Estense i consumi sono desunti dalle fatture del Gestore del servizio idrico e corrispondono ai prelievi dalla rete dell'acquedotto, non avendo ulteriori fonti di approvvigionamento e non presentando scarichi idrici.

Nella sede di Altavilla Vicentina sono presenti invece scarichi idrici industriali di tipo industriale con volumetria pari a 10,23 megalitri (MI) e i flussi scaricati e prelevati sono rendicontati tramite lettura diretta dei contatori a disposizione. Il consumo effettivo di acqua è dato dalla differenza tra il quantitativo di acqua prelevata e il quantitativo di acqua scaricata. Sono riportati di seguito i dati relativi ai **prelievi idrici e consumi di acqua** espressi in megalitri. Nel dato relativo al consumo di acqua non è stato decurtato il volume da imputare agli scarichi domestici, poiché non noti, conseguentemente il consumo idrico coincide con il prelievo di acqua da terze parti.

Prelievi idrici delle unità operative

FONTE PRELIEVO IDRICO	U.M.	ALTAVILLA VICENTINA	CERASOLO AUSA	LENDINARA	VILLA ESTENSE	MORATO PANE
ACQUE SOTTERRANEE - ACQUA DOLCE (1000 mg/l SOLIDI DISCIOLTI TOTALI)	MI	1,24	0,00	0,00	0,00	1,24
ACQUA DI TERZE PARTI - ACQUA DOLCE (1000 mg/l SOLIDI DISCIOLTI TOTALI)	MI	30,08	0,20	3,20	2,30	35,78
TOTALE PRELIEVI IDRICI	MI	31,32	0,20	3,20	2,30	37,02



Consumi idrici nelle unità operative

CONSUMI IDRICI	U.M.	ALTAVILLA VICENTINA	CERASOLO AUSA	LENDINARA	VILLA ESTENSE	MORATO PANE
CONSUMO IDRICO	MI	21,09	0,20	3,20	2,30	26,79
TOTALE CONSUMI IDRICI	MI	21,09	0,20	3,20	2,30	26,79

Nel periodo di rendicontazione, il **prelievo** complessivo **di acqua** è pari a **37,02 MI**, mentre il **consumo** totale si attesta su **26,79 MI**.

Riparametrando il consumo di acqua rispetto alla quantità di prodotto generato, si ottiene che **per ogni tonnellata prodotta** sono utilizzati circa **887 litri di acqua**.

Circa il 79% dei consumi è determinato dalla sede di Altavilla Vicentina, in quanto polo produttivo principale, presso il

quale il circa il 4% del prelievo di acqua proviene da fonti sotterranee (finalizzate all'alimentazione del sistema antincendio) e la restante parte, il 96%, da terze parti, come per gli altri stabilimenti.

Nel complesso circa il 97% dell'acqua prelevata proviene dall'acquedotto pubblico e del totale prelevato, escludendo gli scarichi industriali di Altavilla, ne è consumato per la produzionee per uso domestico negli uffici, il 72%.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

ENERGIA ED EMISSIONI IN ATMOSFERA

I **consumi energetici** dell'azienda coinvolgono le attività produttive realizzate al suo interno, in aggiunta al riscaldamento, all'illuminazione dei locali e all'utilizzo del parco mezzi aziendale per alcune delle sedi, come di seguito detta-

gliato. Anche dall'analisi dei dati relativi ai consumi energetici si evince che lo stabilimento di Altavilla Vicentina sia la sede principale della produzione, in quanto determina circa l'**81%** del dispendio energetico del Gruppo.

Consumi di energia all'interno dell'organizzazione

TIPOLOGIA DI COMBUSTIBILE	U.M.	ALTAVILLA VICENTINA	CERASOLO AUSA	LENDINARA	VILLA ESTENSE	MORATO PANE
GAS NATURALE	GJ	65.335,08	4.358,40	8.468,96	4.940,47	83.102,91
GASOLIO PER AUTOMEZZI	GJ	1.479,33	-	81,87	49,97	1.611,17
BENZINA PER AUTOMEZZI	GJ	-	-	38,14	-	38,14
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATATA E CONSUMATA	GJ	34.568,71	1.456,85	3.460,45	863,93	40.349,94
ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA	GJ	-	-	65,76	- ⁴	65,76
TOTALE CONSUMI ENERGIA	GJ	101.383,12	5.815,25	12.115,18	5.854,37	125.167,93

⁴ Presso la sede di Villa Estense è presente un impianto fotovoltaico di potenza inferiore a 50kW per il quale allo stato attuale non sono disponibili i dati della produzione elettrica generata e consumata.

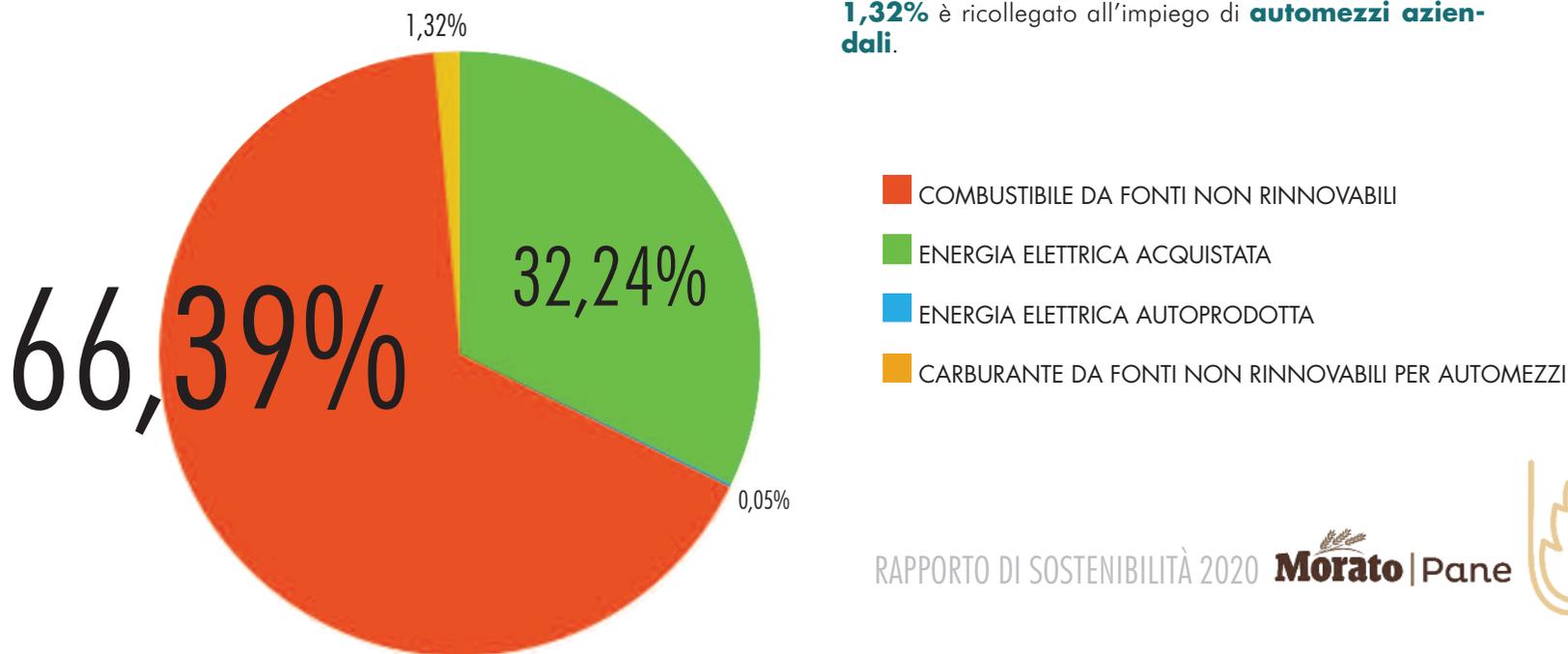


Consumi energetici suddivisi per tipologia e fonte

CONSUMO TOTALE	GJ
COMBUSTIBILE DA FONTI NON RINNOVABILI	83.102,91
CARBURANTE DA FONTI NON RINNOVABILI PER AUTOMEZZI	1.649,31
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA	40.349,94
ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI	65,76
TOTALE	125.167,93

Nel complesso, nell'anno 2020, i **consumi** totali di **energia** all'interno dell'organizzazione hanno raggiunto **125.167,93 GJ**. Considerando il quantitativo di prodotto generato da Morato nel corso del periodo di rendicontazione, **per ogni tonnellata prodotta** sono stati consumati **4,14 GJ di energia**.

Il **66,39%** del consumo è imputabile all'utilizzo di **combustibile da fonti non rinnovabili** per l'alimentazione dei forni e in minima parte per il riscaldamento dei locali; il **32,29%** per l'approvvigionamento di **energia elettrica** (di cui il 32,24% acquistata e lo 0,05% autoprodotta) per il funzionamento dei macchinari e l'illuminazione e il restante **1,32%** è ricollegato all'impiego di **automezzi aziendali**.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Inoltre, per quanto concerne la fonte di energia elettrica acquistata e consumata, non essendo attualmente disponibile la composizione del **mix energetico** utilizzato per la produzione nel 2020, si rimanda alle indicazioni del Gestore per l'anno 2019, per cui risulta per le unità operative di Altavilla Vicentina, Lendinara e Villa Estense⁵:

- fonti rinnovabili 38,22%
- carbone 8,94%
- gas naturale 45,45%
- prodotti petroliferi 0,53%
- nucleare 3,58%
- altre fonti 3,28%

Mentre per la sede di Cerasolo Ausa⁶ si ha:

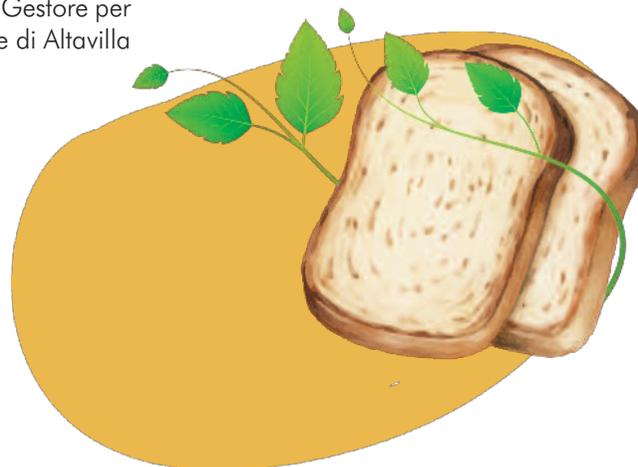
- fonti rinnovabili 13,04%
- carbone 12,58%
- gas naturale 63,99%
- prodotti petroliferi 0,74%
- nucleare 5,03%
- altre fonti 4,62%

Da cui si ottiene che **15.120,67 GJ** provengono da **fonti di energia rinnovabile**, ovvero una percentuale pari a circa il **12%** dell'energia globalmente consumata dall'azienda.

I consumi energetici dell'azienda determinano la generazione di diverse categorie di **emissione di gas ad effetto serra** (GHG):

- **emissioni dirette** (Scope 1), in quanto direttamente generate dall'azienda in seguito alle proprie attività;
- **emissioni indirette** (Scope 2), ovvero non generate direttamente dall'azienda, ma derivanti ad esempio dal consumo di energia elettrica prodotta da terze parti.

⁵ Fonte: Enel Energia, anno 2019 | ⁶ Repower Italia, anno 2019



TIPOLOGIA DI EMISSIONE

DIRETTA

DIRETTA

DIRETTA

INDIRETTA

Per il calcolo delle due categorie di emissioni la metodologia applicata ha previsto l'utilizzo dei consumi energetici di combustibile, carburante ed energia elettrica nel corso del 2020, ai quali sono stati applicati i fattori di conversione riportati nella *Tabella parametri standard nazionali per l'anno 2020*, Ministero della Transizione Ecologica (MiTE) per determinare la produzione di tonnellate equivalenti di anidride carbonica (CO₂). La definizione delle emissioni indirette derivanti dall'acquisto e consumo di energia elettrica è determinata con metodologia *location-based*. L'anno 2020, come per gli altri indicatori, rappresenta la *baseline* per la rendicontazione delle emissioni in atmosfera generate dall'organizzazione.



Emissioni DIRETTE e INDIRETTE prodotte nelle unità operative

TIPOLOGIA DI COMBUSTIBILE	U.M.	ALTAVILLA VICENTINA	CERASOLO AUSA	LENDINARA	VILLA ESTENSE	MORATO PANE
Gas naturale	teqCO ₂	3.674,07	245,09	476,25	277,82	4.673,23
Gasolio per automezzi	teqCO ₂	108,85	0,00	6,02	3,68	118,55
Benzina per automezzi	teqCO ₂	0,00	0,00	2,80	0,00	2,80
Energia elettrica	teqCO ₂	2.653,15	111,81	265,59	66,31	3.096,86
TOTALE DIRETTE E INDIRETTE	teqCO₂	6.436,07	356,90	750,66	347,81	7.891,44

Emissioni totali DIRETTE e INDIRETTE

TIPOLOGIA DI EMISSIONE	teqCO ₂
EMISSIONI DIRETTE – SCOPE 1	4.794,58
EMISSIONI INDIRETTE – SCOPE 2	3.096,86
TOTALE	7.891,44

Nel corso del periodo di rendicontazione, sono state globalmente emesse **7.891,44 tonnellate equivalenti di CO₂**, imputabili per il **61%** ad **emissioni dirette** e per il **39%** ad **emissioni indirette**.

Rapportando le emissioni complessivamente generate alla produzione dell'azienda, si ottiene che **per ogni tonnellata prodotta** sono state **emesse 0,26 tonnellate equivalenti di anidride carbonica**.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA



APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

EMMISSIONI DIRETTE
EMMISSIONI INDIRETTE

61%

39%



RIFIUTI

In relazione alle attività realizzate presso gli stabilimenti di Morato Pane, si evince la generazione delle seguenti **tipo-**

logie di rifiuto, suddivise per codice CER e per quantitativo prodotto nell'anno di riferimento:



Morato | Pane RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2020

Rifiuti prodotti dalle unità operative

CER	U.M.	ALTAVILLA VICENTINA	CERASOLO AUSA	LENDINARA	VILLA ESTENSE	MORATO PANE
CER130205 SCARTI DI OLIO	†	0,26	0,00	0,00	0,00	0,26
CER 140603 ALTRI SOLVENTI	†	0,10	0,00	0,00	0,00	0,10
CER 200121 TUBI FLUORESCENTI	†	0,24	0,00	0,00	0,00	0,24
TOTALE PERICOLOSI	†	0,60	0,00	0,00	0,00	0,60
CER 170405 FERRO E ACCIAIO	†	12,26	0,00	2,00	0,00	14,26
CER 150102 IMBALLAGGI E PLASTICHE (BOBINE)	†	0,00	0,00	4,20	0,00	4,20
CER 150101 IMBALLAGGI IN CARTA E CARTONE	†	137,62	0,00	0,00	0,00	137,62
CER 150106 IMBALLAGGI MISTI	†	360,03	0,00	0,00	0,00	360,03
CER 200304 FANGHI DELLE FOSSE SETTICHE	†	0,00	0,00	8,50	0,00	8,50
CER 150103 IMBALLAGGI IN LEGNO	†	42,52	0,00	0,00	0,00	42,52
CER 200301 SECCO NON RICICLABILE	†	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CER 170407 METALLI MISTI	†	0,00	1,00	0,00	0,00	1,00
TOTALE NON PERICOLOSI	†	552,43	1,00	14,70	0,00⁷	568,13

⁷ Presso la sede di Villa Estense vengono prodotti unicamente rifiuti derivanti dalle attività di ufficio, i quali sono assimilati ai rifiuti solidi urbani e conferiti quindi al sistema di raccolta comunale.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Rifiuti totali prodotti

TOTALE RIFIUTI PERICOLOSI	†	0,60
TOTALE RIFIUTI NON PERICOLOSI	†	568,13
TOTALE	†	568,73

Durante il 2020, anno di riferimento, sono stati prodotti nel complesso **568,73 tonnellate di rifiuti**, che paragonati alla produzione dell'azienda determinano la generazione di **0,02 tonnellate di rifiuti per ogni tonnellata di prodotto generato**.

PROGETTI DI SOSTENIBILITÀ

In occasione dei 50 anni di attività, nel 2020, la Morato Pane ha avviato il progetto **Più Natura, Più Qualità**, adottando un approccio sempre più attento alla sostenibilità e alla riduzione della **Carbon Footprint dei propri processi**

e prodotti. Il dettaglio del progetto è presentato a seguire nella sezione *Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing*.



LE NOSTRE PRIORITÀ

La **catena di fornitura** riveste un ruolo rilevante nella politica di Morato poiché per definizione interviene in numerose fasi del **ciclo produttivo**, a partire dalle **materie prime** necessarie alla generazione del bene alimentare, fino al suo **confezionamento** finale per l'avvio alla vendita.

La **scelta dei fornitori** risulta quindi un processo importante e per questo l'azienda lo pone in essere attraverso **specifiche procedure di valutazione**, attente agli impatti dal punto di vista ambientale, sociale ed economico.

SUPPLY CHAIN



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Le unità operative incluse nel presente Report sono dislocate in diverse città italiane e presentano linee di produzione differenti, come precedentemente illustrato.

Per ciascun stabilimento è dunque presentata la relativa catena di fornitura nella Tabella a seguire.

Caratteristiche della catena di fornitura per unità operativa

UNITÀ OPERATIVA	NUMERO DI FORNITORI	PROVENIENZA	RIPARTIZIONE % DELLA PROVENIENZA	VALORE MONETARIO STIMATO DEI PAGAMENTI
ALTAVILLA VICENTINA	108	ITALIA UE	95% 5%	25.000.000€
LENDINARA	29	ITALIA UE	95% 5%	1.300.000€
CERASOLO AUSA	22	ITALIA	100%	900.000€
VILLA ESTENSE	26	ITALIA	100%	700.000€

Nel corso del 2020 non si segnalano modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura.



LA SALUTE
E LA SICUREZZA DEL
PERSONALE
SONO PRIORITÀ
PER MORATO PANE



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

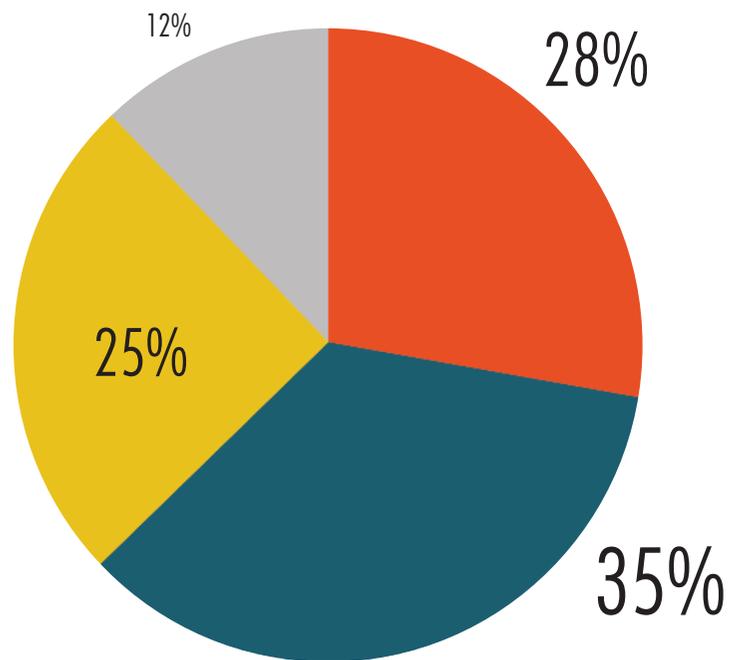
- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

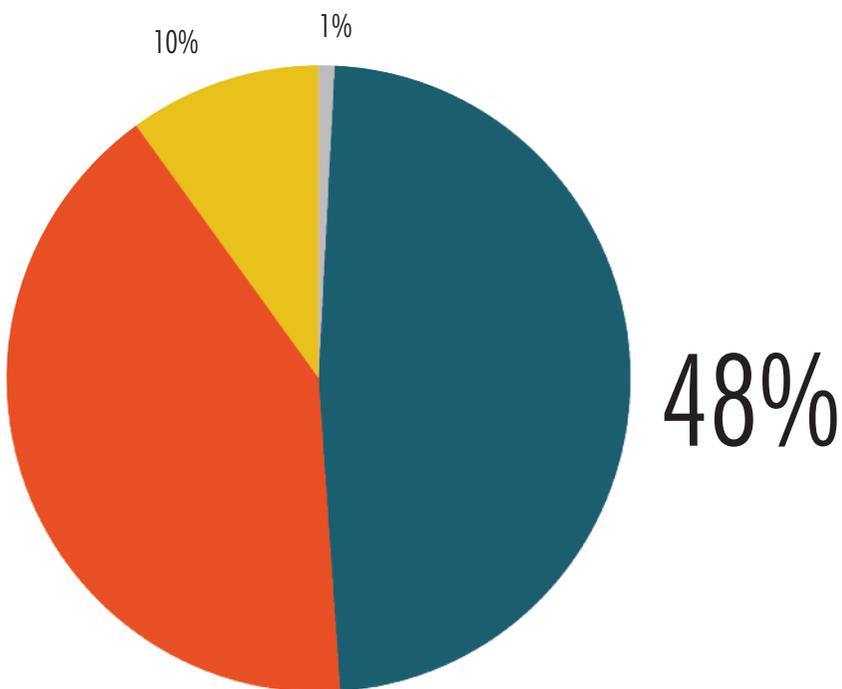
- INDICE GRI



La suddivisione per tipologia di fornitura è riportata di seguito.

ALTAVILLA VICENTINA

- MATERIE PRIME
- SERVIZI
- IMBALLAGGI
- TRASPORTI



LENDINARA

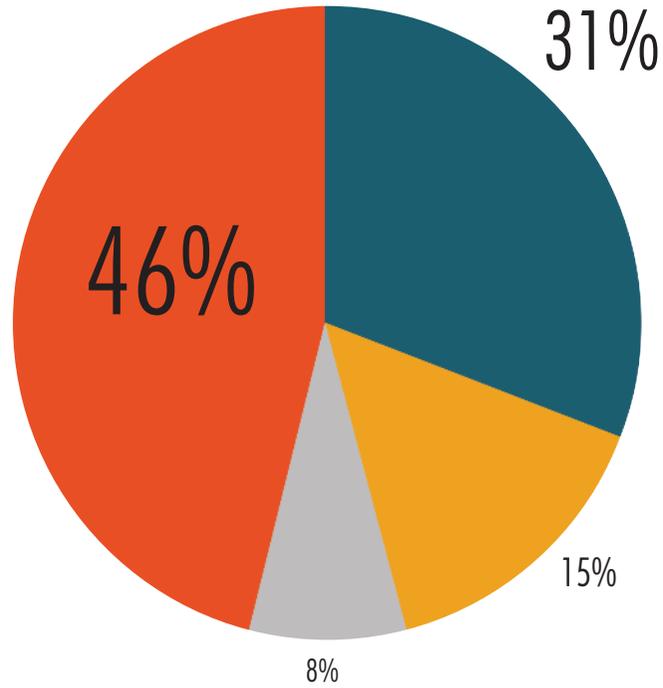
- MATERIE PRIME
- IMBALLAGGI
- TRASPORTI
- SERVIZI



Morato | Pane

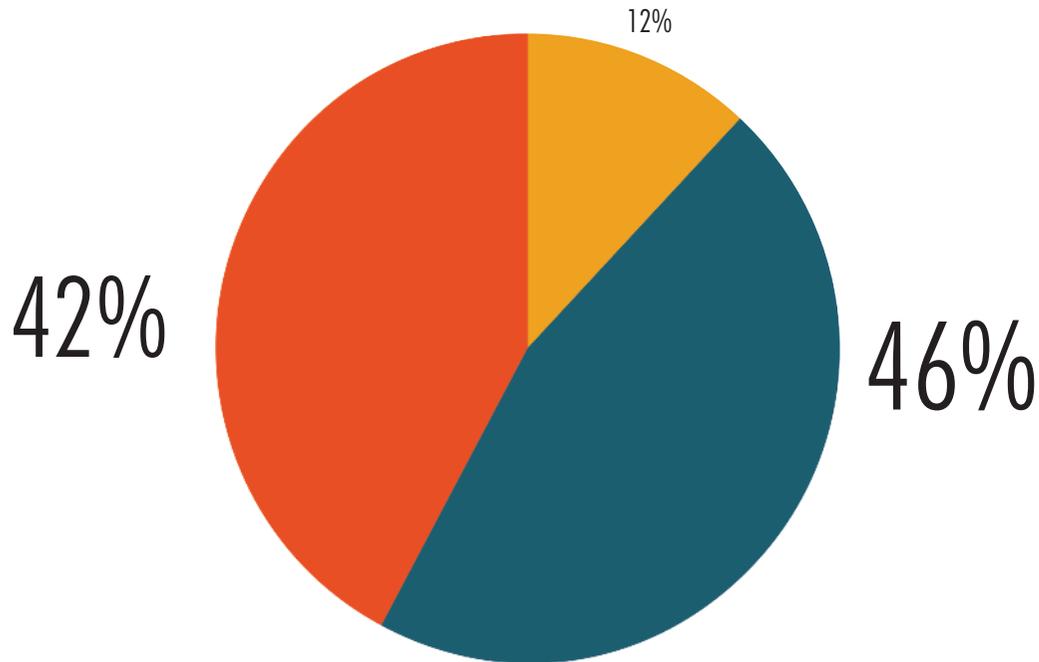
CERASOLO AUSA

- MATERIE PRIME
- IMBALLAGGI
- SERVIZI
- TRASPORTI



VILLA ESTENSE

- MATERIE PRIME
- IMBALLAGGI
- TRASPORTI



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

Relativamente agli stabilimenti collocati in **Veneto** (Altavilla Vicentina, Lendinara e Villa Estense) la collaborazione con **realità locali** ha impegnato nel 2020 il **40,72% della spesa annua verso i fornitori**, per un totale di 11.020.000€ di spesa locale.

Per l'unità operativa di Cerasolo Ausa, collocata in **Emilia-Romagna**, la spesa verso i **fornitori locali** ha raggiunto 245.000€, pari al **27,22% della spesa locale complessiva** per questa sede.

Considerando il totale della **società Morato**, si raggiunge una percentuale pari al **40,29% di spesa rivolta a fornitori locali**, per un ammontare di **11.265.00€** nel corso del 2020.

In generale, Morato si avvale di **fornitori qualificati** su base storica ed in funzione delle referenze ed informazioni ottenute dal mercato. L'azienda mantiene ed aggiorna annualmente un elenco dei propri fornitori, attribuendo loro un punteggio ed utilizzando il criterio di acquistare, a parità di altre condizioni, dal fornitore con punteggio più alto.

Una volta l'anno, in occasione della **valutazione dei fornitori**, il responsabile acquisti Direttore della Supply Chain e il Responsabile del Controllo Qualità valutano gli eventuali rapporti di non conformità del periodo di competenza e più in generale la complessiva affidabilità del fornitore.

Nell'attività di valutazione dei vari fornitori il Direttore della Supply Chain si avvale della collaborazione delle funzioni aziendali che maggiormente utilizzano quel servizio.

La valutazione dei fornitori è distinta per fornitori di merci e di servizio.

Per i fornitori di merci vengono valutati i seguenti parametri: fatturato, numero delle bolle di consegna, storicità, se possiede certificazioni ISO e HACCP, le non conformità di prodotto-di servizio-amministrative, l'andamento dei prezzi. I fornitori di servizi vengono valutati se il fatturato annuo supera i 6.000€ e comunque vengono valutati tutti i fornitori di servizio che impattano con qualità e sicurezza del prodotto. I parametri di valutazione in questo caso sono: fatturato, storicità, certificazioni ISO, qualità del servizio (puntualità, tempestività, precisione), andamento dei prezzi.

Nel 2020 l'azienda non ha effettuato valutazioni sui nuovi fornitori sulla base di criteri ambientali e/o sociali. Nel secondo caso, anche poiché i Paesi da cui provengono le forniture appartengono al contesto europeo, nel quale si considera che i diritti dei lavoratori siano garantiti. Inoltre, si esclude la presenza di attività e/o fornitori a rischio significativo per incidenti di lavoro minorile, forzato o obbligatorio, o le cui libertà di associazione e contrattazione collettiva possano essere ritenute a rischio.



LE NOSTRE PRIORITÀ

Il tema della **comunità** è relativo al coinvolgimento delle **realità locali** e alla realizzazione di iniziative volte contemporaneamente al loro *engagement* e al supporto delle stesse relativamente a temi quali la **tutela** e **sostenibilità ambientale**, lo **sport**, la corretta **alimentazione** e la condivisione di **valori culturali** e **sociali** positivi.

IL RAPPORTO CON
LA COMUNITÀ
LOCALE E
STRATEGIA DI
MARKETING



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

In linea con i principi esplicitati tramite il proprio Codice Etico la Morato Pane è consapevole dell'influenza, anche indiretta, che le proprie attività possono avere sulle condizioni, sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, nonché dell'importanza dell'accettazione sociale delle comunità in cui opera. Per questo motivo, l'azienda intende condurre i suoi investimenti in maniera sostenibile, da un punto di vista ambientale, nel rispetto delle comunità locali e nazionali, e sostenere iniziative di valore culturale e sociale, al fine di ottenere un miglioramento della propria reputazione ed accettazione sociale.

TUTELA E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

KEEP CLEAN AND RUN (KCR)

Morato sostiene l'iniziativa del KCR, attività di sensibilizzazione e mobilitazione contro il fenomeno dell'abbandono dei rifiuti in natura (noto come *littering*). L'evento è un'eco-maratona durante la quale i corridori raccolgono, mappano e documentano i rifiuti abbandonati lungo il percorso. Durante l'evento, che ogni anno si corre su territori diversi, vengono organizzati momenti di animazione territoriale, eventi di pulizia del territorio e incontro o dibattiti sul tema coinvolgendo le pubbliche amministrazioni, associazioni, scuole o chiunque sia interessato.

(link all'iniziativa www.keepcleanandrun.com)

Nel 2020 Morato Pane ha deciso di sostenere progetti di CSR (*Corporate Social Responsibility*) e altre iniziative, con l'obiettivo di continuare nell'impegno che da sempre ha dimostrato nei confronti del territorio, delle comunità e delle persone. Tutte le iniziative del 2020 sono di carattere volontario e non vincolante e con copertura nazionale (focus Italia).

I vari progetti possono essere clusterizzati in 4 macro-aree, a seconda dello scopo e contenuto dell'iniziativa stessa:

- Tutela e sostenibilità ambientale
- Sport
- Kids
- Solidarietà



PROGETTO PIÙ NATURA, PIÙ QUALITÀ

Adesione al “Programma per la valutazione dell’Impronta Ambientale” promosso dal Ministero Dell’ambiente e Della Tutela Del Territorio E Del Mare (www.minambiente.it/pagina/il-programma-di-accordi-volontari), oggi Ministero Della Transizione Ecologica, avviando così lo studio della Carbon Footprint dei prodotti più rappresentativi, per misurare e ridurre l’impatto ambientale. Morato Pane rappresenta una delle prime aziende italiane, nel settore della panificazione industriale, coinvolte nel progetto volto ad attuare un approccio certificato e trasparente. Per lo svolgimento di questo rigoroso percorso è stata attivata una collaborazione con SPINLIFE, Spinoff dell’Università degli Studi di Padova.



L’IMPEGNO PER LA RIDUZIONE DELL’IMPATTO AMBIENTALE PREVEDE UN SOLIDO APPROCCIO SCIENTIFICO, STRUTTURATO SU TRE PAROLE CHIAVE



- **Misurare.** Valutare con la metodologia del Life Cycle Assessment (Analisi del Ciclo di Vita) i potenziali impatti ambientali;



- **Migliorare.** Sviluppare nuovi progetti per la riduzione degli impatti ambientali identificati, che spazino, ad esempio, dal risparmio energetico alla selezione di fornitori in linea con i nostri valori;



- **Compensare.** Aderire a progetti di compensazione ambientale, in particolare delle emissioni di gas ad effetto serra.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

SPORT

L'azienda da anni sostiene iniziative sportive locali, nei territori in cui opera per incentivare lo spirito di comunità e condivisione, in particolare associandosi ad eventi/manifestazioni sportive che mettono al centro valori positivi, come le iniziative di seguito specificate:

- **Famila basket.** Sponsorizzazione della squadra femminile di basket di Schio (Vicenza) che milita in serie A1 (www.familabasket.it);
- **Unione la Rocca- calcio giovanile.** Sponsorizzazione della squadra di calcio giovanile di Altavilla Vicentina (www.unionelarocca-altavilla.it);
- **Torneo femminile Lendinara.** Sponsorizzazione del torneo di tennis femminile nazionale che si svolge ogni anno a Lendinara (Rovigo).



KIDS

Nell'ambito delle iniziative rivolte ai più giovani e ai bambini, Morato partecipa attivamente nel sostenere le manifestazioni ed eventi, come quelli di seguito esplicitati:

- **Pinocchio sugli sci.** È la Gara internazionale di Sci Alpino Giovanile più importante in Italia, dedicata ai giovani sciatori dagli 8 ai 15 anni. Morato ha supportato questo evento per accompagnare i più piccoli in un momento che esalta lo spirito sportivo e racconta l'importanza di un'alimentazione equilibrata. (www.pinocchiosci.com)
- **Week 4 Kids.** Eventi che uniscono bambini e famiglie, tra i boschi incontaminati e prati fioriti alla scoperta della natura e della tradizione montanara. (www.week4kids.it)



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

SOLIDARIETÀ

Il settore legato alla promozione di valori sociali e culturali positivi e d'ispirazione per la collettività è un ulteriore elemento d'interesse per Morato, che infatti sostiene associazioni come quelle citate di seguito:

- **Associazione Disabili Basket.** Morato supporta l'associazione che nasce dal bisogno di dare delle risposte alle persone con disabilità, che chiedono di fare sport in varie discipline come il basket.
- **I bambini delle fate.** Morato sostiene questa associazione, che è un'impresa sociale che dal 2005 si occupa di assicurare sostegno economico a progetti e percorsi di inclusione sociale a beneficio di famiglie con autismo e altre disabilità. (www.ibambinidellefate.it)

Tutti i progetti di sostegno della collettività locale coinvolgono come stakeholders interni le figure di Marketing. Il progetto Più Natura, più qualità, per la sua natura tecnica, ha inoltre previsto il coinvolgimento dell'area tecnico/produttiva, il controllo qualità e le risorse umane.



STRATEGIA DI MARKETING

L'obiettivo di Morato Pane è quello di rinnovare ogni giorno la tradizione del pane, puntando ad una crescita sostenibile. Questo passa attraverso la valorizzazione dei propri marchi e prodotti, con una gestione dell'offerta che punta ad essere sempre in linea con i bisogni e con le esigenze dei propri consumatori. Prevede un continuo monitoraggio della qualità e delle performance dei prodotti in gamma, e uno studio ap-

profondito dei territori di innovazione futuri, per poter portare nuovo valore nella categoria, coerentemente con il ruolo di esperto nella panificazione.

Parallelamente, l'azienda punta a consolidare il proprio ruolo di partner dei principali retailer italiani ed esteri, garantendo un livello di servizio sempre ai massimi livelli nell'ottica di una crescita condivisa del business.



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

APPENDICE

INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI 102 - Informativa generale

PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
102-1 NOME DELL'AZIENDA	Lettera del CEO agli stakeholder	3	-	-
102-2 ATTIVITÀ, MARCHI, PRODOTTI E SERVIZI	<ul style="list-style-type: none"> • Morato Pane oggi • Governance e organizzazione interna - Corporate Governance • Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale 	13 35 60	-	-
102-3 LUOGO DELLA SEDE PRINCIPALE	Nota metodologica e riferimenti	5	-	-
102-4 LUOGO DELLE ATTIVITÀ	<ul style="list-style-type: none"> • Nota metodologica e riferimenti • Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale 	5 60	-	-
102-5 PROPRIETÀ E FORMA GIURIDICA	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-6 MERCATI SERVITI	Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale	60	-	-

102-7 DIMENSIONE DELL'ORGANIZZAZIONE	• Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	-	-
	• Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale	60	-	-
102-8 INFORMAZIONI SUI DIPENDENTI E SUGLI ALTRI LAVORATORI	Governance e struttura aziendale - Le persone di Morato	40	SDG 5	-
			SDG 8	-
			SDG 10	-
102-9 CATENA DI FORNITURA	Supply chain	83	-	-
102-10 MODIFICHE SIGNIFICATIVE ALL'ORGANIZZAZIONE E ALLA SUA CATENA DI FORNITURA	• La storia	7	-	-
	• Supply chain	83		
102-11 PRINCIPIO DI PRECAUZIONE	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-12 INIZIATIVE VERSO L'ESTERNO	Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing	89	-	-
102-13 ADESIONE AD ASSOCIAZIONI	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
STRATEGIA				
102-14 DICHIARAZIONE DI UN ALTO DIRIGENTE	Lettera del CEO agli stakeholder	3	-	-
ETICA E INTEGRITÀ				
102-16 VALORI, PRINCIPI, STANDARD E NORME DI COMPORTAMENTO	• I valori	16	-	-
	• Governance e organizzazione interna - Codice Etico	39	-	-

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

GOVERNANCE

102-18 STRUTTURA DELLA GOVERNANCE	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-22 COMPOSIZIONE DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNANCE E DEI RELATIVI COMITATI	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	SDG 5	-
102-23 PRESIDENTE DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-24 - NOMINA E SELEZIONE DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	SDG 5	-
102-25 CONFLITTI DI INTERESSI	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-26 RUOLO DEL MASSIMO ORGANO DI GOVERNO NELLO STABILIRE FINALITÀ, VALORI, E STRATEGIE	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-31 RIESAME DEI TEMI ECONOMICI, AMBIENTALI E SOCIALI	Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale	60	-	-
102-33 COMUNICARE LE CRITICITÀ	Governance e organizzazione interna - Corporate Governance	35	-	-
102-38 TASSO DI RETRIBUZIONE TOTALE ANNUA	Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	-	-

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

102-40 ELENCO DEI GRUPPI DI STAKEHOLDER	I nostri stakeholder	20	-	-
102-41 ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA	Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	SDG 8	-



102-42 INDIVIDUAZIONE E SELEZIONE DEGLI STAKEHOLDER	I nostri stakeholder	20	-	-
102-43 MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER	<ul style="list-style-type: none"> I nostri stakeholder L'analisi di materialità 	20	-	-
102-44 TEMI E CRITICITÀ CHIAVE SOLLEVATI	L'analisi di materialità	24	-	-
PRATICHE DI RENDICONTAZIONE				
102-45 SOGGETTI INCLUSI NEL BILANCIO CONSOLIDATO	-	-	-	-
102-46 DEFINIZIONE DEL CONTENUTO DEL REPORT E PERIMETRO DEI TEMI	<ul style="list-style-type: none"> Nota metodologica e riferimenti L'analisi di materialità 	5	-	-
102-47 ELENCO DEI TEMI MATERIALI	L'analisi di materialità	24	-	-
102-48 REVISIONE DELLE INFORMAZIONI	-	-	-	*
102-49 MODIFICHE NELLA RENDICONTAZIONE	-	-	-	*
102-50 PERIODO DI RENDICONTAZIONE	Nota metodologica e riferimenti	5	-	-
102-51 DATA DEL REPORT PIÙ RECENTE	-	-	-	*
102-52 PERIODICITÀ DELLA RENDICONTAZIONE	Nota metodologica e riferimenti	5	-	-
102-53 CONTATTI PER RICHIEDERE INFORMAZIONI RIGUARDANTI IL REPORT	Nota metodologica e riferimenti	5	-	-
102-54 DICHIARAZIONE SULLA RENDICONTAZIONE IN CONFORMITÀ AI GRI STANDARDS	Nota metodologica e riferimenti	5	-	-
102-55 INDICE DEI CONTENUTI GRI	Indice dei contenuti GRI	96	-	-

* Non applicabile, poiché il presente è il primo Report di Sostenibilità dell'azienda.

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA



- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
103-1 SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	Governance e organizzazione interna	34	-	-
103-2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	Governance e organizzazione interna	34	-	-
103-3 VALUTAZIONE DELLE MODALITÀ DI GESTIONE	Governance e organizzazione interna	34	-	-
202-1 RAPPORTI TRA IL SALARIO STANDARD DI UN NEOASSUNTO PER GENERE E IL SALARIO MINIMO LOCALE	Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	SDG 5 SDG 8	-
401-1 NUOVE ASSUNZIONI E TURNOVER	Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	SDG 5 SDG 8 SDG 10	-
401-3 CONGEDO PARENTALE	Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	SDG 5 SDG 8	-
403-1 SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 8	-
403-10 MALATTIE PROFESSIONALI	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 3 SDG 8	-



403-2 IDENTIFICAZIONE DEI PERICOLI, VALUTAZIONE DEI RISCHI E INDAGINI SUGLI INCIDENTI	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 8	-
403-3 SERVIZI DI MEDICINA DEL LAVORO	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 8	-
403-4 PARTECIPAZIONE E CONSULTAZIONE DEI LAVORATORI E COMUNICAZIONE IN MATERIA DI SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 8	-
403-5 FORMAZIONE DEI LAVORATORI IN MATERIA DI SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 8	-
403-6 PROMOZIONE DELLA SALUTE DEI LAVORATORI	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 3	-
403-9 INFORTUNI SUL LAVORO	Governance e organizzazione interna - Salute e sicurezza del personale	47	SDG 3 SDG 8	-
404-1 ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE	Governance e organizzazione interna - La crescita del personale	45	SDG 5 SDG 8 SDG 10	-
404-2 PROGRAMMI DI AGGIORNAMENTO DELLE COMPETENZE DEI DIPENDENTI E PROGRAMMI DI ASSISTENZA ALLA TRANSIZIONE	Governance e organizzazione interna - La crescita del personale	45	SDG 5 SDG 8	-
405-1 DIVERSITÀ DEGLI ORGANI DI GOVERNO E TRA I DIPENDENTI	Governance e organizzazione interna - Le persone di Morato	40	SDG 5 SDG 8 SDG 10	-

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI



GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: COMPLIANCE LEGALE

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
103-1 SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	Compliance legale	50	-	-
103-2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	Compliance legale	50	-	-
103-3 VALUTAZIONE DELLE MODALITÀ DI GESTIONE	Compliance legale	50	-	-
205-2 - COMUNICAZIONE E FORMAZIONE IN MATERIA POLITICHE E PROCEDURE ANTICORRUZIONE	Compliance legale - Strategia anticorruzione	50	-	-
307-1 - NON CONFORMITÀ CON LEGGI E NORMATIVE IN MATERIA AMBIENTALE	Compliance legale - Compliance ambientale, sociale ed economica	53	-	-
418-1 - DENUNCE COMPROVATE RIGUARDANTI VIOLAZIONI DELLA PRIVACY DEI CLIENTI E PERDITE DI DATI DEI CLIENTI	Compliance legale - Tutela della privacy	52	-	-
419-1 - NON CONFORMITÀ CON LEGGI E NORMATIVE IN MATERIA SOCIALE ED ECONOMICA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	Compliance legale - Compliance ambientale, sociale ed economica	53	-	-

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: QUALITÀ DEI PRODOTTI E SICUREZZA ALIMENTARE

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
103-1 SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare	54	-	-
103-2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare	54	-	-
103-3 VALUTAZIONE DELLE MODALITÀ DI GESTIONE	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare	54	-	-
416-1 VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI SULLA SALUTE E SULLA SICUREZZA PER CATEGORIE DI PRODOTTO E SERVIZI	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare - Qualità, sicurezza dei prodotti e alimentare	55	-	-
416-2 EPISODI DI NON CONFORMITÀ RIGUARDANTI L'IMPATTO SULLA SALUTE E LA SICUREZZA DI PRODOTTI E SERVIZI	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare - Qualità, sicurezza dei prodotti e alimentare	55	-	-
417-1 REQUISITI IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare - Etichettatura dei prodotti	58	SDG 12	-
417-2 EPISODI DI NON CONFORMITÀ IN MATERIA DI INFORMAZIONE ED ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare - Etichettatura dei prodotti	58	-	-
417-3 - CASI DI NON CONFORMITÀ RIGUARDANTI LA COMUNICAZIONE DI MARKETING	Qualità dei prodotti e sicurezza alimentare - Etichettatura dei prodotti	58	-	-



GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: MERCATO DI RIFERIMENTO

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
201-1 VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO	Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale	60	SDG 8	-
207-1 APPROCCIO ALLA FISCALITÀ	Mercato di riferimento - Il mercato di riferimento e la strategia fiscale	60	SDG 10	-



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: PERFORMANCE AMBIENTALI

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
103-1 SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	Performance ambientali	66	-	-
103-2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	Performance ambientali	66	-	-
103-3 VALUTAZIONE DELLE MODALITÀ DI GESTIONE	Performance ambientali	66	-	-
301-1 MATERIALI UTILIZZATI PER PESO O VOLUME	Performance ambientali - Materie prime	69	-	-
302-1 CONSUMO DELL'ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE	Performance ambientali - Energia ed emissioni in atmosfera	76	SDG 8 SDG 10 SDG 12	-
303-3 PRELIEVO IDRICO	Performance ambientali - Risorsa idrica	74	-	-
303-5 CONSUMO DI ACQUA	Performance ambientali - Risorsa idrica	74	-	-
305-1 EMISSIONI DIRETTE DI GHG (SCOPE 1)	Performance ambientali - Energia ed emissioni in atmosfera	76	SDG 3 SDG 12	-
305-2 EMISSIONI INDIRETTE DI GHG DA CONSUMI ENERGETICI (SCOPE 2)	Performance ambientali - Energia ed emissioni in atmosfera	76	SDG 3 SDG 12	-
306-3 RIFIUTI PRODOTTI	Performance ambientali - Rifiuti	80	SDG 3 SDG 12	-



GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: SUPPLY CHAIN

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
103-1 SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	Supply chain	83	-	-
103-2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	Supply chain	83	-	-
103-3 VALUTAZIONE DELLE MODALITÀ DI GESTIONE	Supply chain	83	-	-
204-1 PORZIONE DI SPESA VERSO I FORNITORI LOCALI	Supply chain	83	SDG 8	-
308-1 NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI VALUTATI UTILIZZANDO CRITERI AMBIENTALI	Supply chain	83	-	-
407-1 ATTIVITÀ E FORNITORI IN CUI IL DIRITTO ALLA LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E ALLA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA PU ESSERE A RISCHIO	Supply chain	83	SDG 8	-
408-1 ATTIVITÀ E FORNITORI A RISCHIO SIGNIFICATIVO PER INCIDENTI DI LAVORO MINORILE	Supply chain	83	-	-
409-1 ATTIVITÀ E FORNITORI A RISCHIO SIGNIFICATIVO PER INCIDENTI DI LAVORO FORZATO O OBBLIGATORIO	Supply chain	83	SDG 8	-
414-1 NUOVI FORNITORI CHE SONO STATI SOTTOPOSTI A VALUTAZIONE ATTRAVERSO L'UTILIZZO DI CRITERI SOCIALI	Supply chain	83	-	-



INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

INTRODUZIONE

- CEO
- BILANCIO SOSTENIBILITÀ
- NOTA METODOLOGICA

IL MONDO MORATO

- STORIA
- MORATO PANE OGGI
- VALORI

LA SOSTENIBILITÀ PER MORATO

- STAKEHOLDER
- MATERIALITÀ
- AGENDA 2030 E SDGS

LE NOSTRE PRIORITÀ

- GOVERNANCE E ORGANIZZAZIONE INTERNA
- COMPLIANCE LEGALE
- SICUREZZA / QUALITÀ
- MERCATO
- PERFORMANCE AMBIENTALI
- SUPPLY CHAIN
- COMUNITÀ E STRATEGIA

APPENDICE

- INDICE GRI

GRI 200, 300 400 - Standard specifici

TEMA MATERIALE: IL RAPPORTO CON LA COMUNITÀ E STRATEGIA MARKETING

INFORMATIVA GRI STANDARD	SEZIONE DI RIFERIMENTO	PAG.	RIFERIMENTO AD SDG OVE APPLICABILE	NOTE
103-1 SPIEGAZIONE DEL TEMA MATERIALE E DEL RELATIVO PERIMETRO	Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing	89	-	-
103-2 LA MODALITÀ DI GESTIONE E LE SUE COMPONENTI	Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing	89	-	-
103-3 VALUTAZIONE DELLE MODALITÀ DI GESTIONE	Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing	89	-	-
102-12 INIZIATIVE VERSO L'ESTERNO	Il rapporto con la comunità e la strategia di marketing	89	-	-







La redazione del nostro primo bilancio di sostenibilità è stata possibile grazie alla preziosa collaborazione e all'impegno del management team, dei dipendenti di Morato Pane e di tutti gli stakeholder ai quali va il nostro più sentito grazie per l'entusiasmo e l'impegno profusi nel progetto.

Il bilancio è stato curato, scritto e impaginato da **ERICA soc. coop.** (Roberto Cavallo, Emanuela Rosio, Giada Fenocchio, Jacopo Fresta e Ilaria Novi) con la collaborazione tecnica di **ESGeo** (Alessandro Siniscalchi, Andrea Molteni, Chiara Mantellini, Livia Mosciatti, Tommaso Fusari).