



20  
22

 **MAGRIS**

---

REPORT DI  
**SOSTENIBILITÀ**

## LETTERA AGLI STAKEHOLDERS

*Cari Stakeholders,*

*Con piacere siamo a presentarVi il report di sostenibilità del gruppo Magris relativo all'anno 2022.*

*Come ormai da tradizione, questo documento rappresenta il principale mezzo di comunicazione dei progressi compiuti in tema di sostenibilità.*

*Nonostante l'instabilità del contesto geopolitico mondiale e le incertezze del settore di riferimento, il gruppo Magris ha continuato il proprio percorso di crescita, di cui la sostenibilità è parte integrante.*

*La sostenibilità e la Corporate Social Responsibility sono ormai tematiche imprescindibili, i cui effetti non possono essere limitati ai propri impatti diretti, ma devono tener conto dei rischi e delle potenzialità dell'intera catena di creazione del valore.*

*Il gruppo Magris ha la consapevolezza del suo ruolo di responsabilità nei rapporti con clienti, fornitori e partners.*

*Le recenti normative, anche in termini di rendicontazione, sono occasioni per rafforzare e consolidare un progetto, avviato negli scorsi anni, ma sempre aperto ad integrazioni e migliorie, anche grazie al percorso di condivisione con INPACS.*

*La redazione di questo report è per noi momento per raccontare i progressi agli stakeholders esterni, ma anche e soprattutto opportunità per individuare ambiti di miglioramento e azioni da sviluppare.*

*Tutti noi del gruppo Magris abbiamo ancora tanto da fare: insieme saremo chiamati a trovare soluzioni sostenibili alle sfide che si presenteranno.*

*Per il Consiglio di Amministrazione di Magris S.p.A.,*

**Umberto Magris**

*Presidente e Amministratore Delegato*

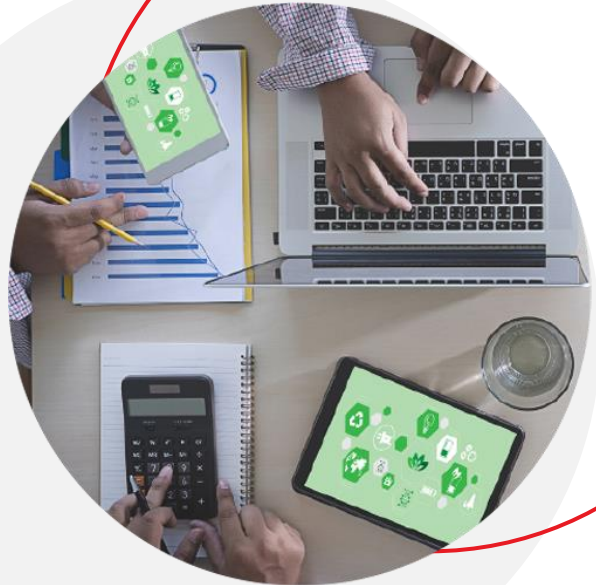
**Francesco Pellicoli**

*Amministratore Delegato*

## GUIDA AL REPORT DI SOSTENIBILITÀ

Il Bilancio Sociale è stato redatto con l'obiettivo di **fornire informazioni** chiare, comprensibili e veritiere a tutte le categorie di stakeholders sulle performance di sostenibilità del gruppo Magris.

Nella rendicontazione di questo report sono state prese in analisi tutte le aziende di rilievo per il Gruppo ovvero: Magris S.p.A., Magris Servizi S.p.A. e Bertozzi S.r.l. Si specifica che le aziende La Rocchetto S.r.l., controllata da Bertozzi S.r.l., e Magica S.r.l., controllata da Magris Servizi S.p.A., non sono state considerate in questo report per impossibilità di reperire tutte le informazioni necessarie al fine di rendere la disclosure completa e comparabile.



I dati esposti si riferiscono all'esercizio 2022, dal 1° gennaio al 31 dicembre dello stesso anno e sono stati analizzati e comparati, ove possibile, con quelli del 2021 e del 2020 al fine di mettere in evidenza i progressi compiuti e gli aspetti ancora da migliorare. Nel corso dell'elaborato il Gruppo si impegnerà a fornire spiegazioni sui criteri di rendicontazione adottati. Inoltre, si specifica che non ci sono state modifiche alle finalità e agli aspetti rilevanti rispetto ai report precedenti.

Il gruppo Magris adotta il principio della *Triple Bottom Line* secondo cui le aziende dovrebbero prendere decisioni che perseguano contemporaneamente tre obiettivi: prosperità economica, qualità ambientale ed equità sociale. Considerando tale principio, il seguente documento è suddiviso in tre sezioni oltre ad un capitolo introduttivo sul gruppo Magris: sostenibilità economica, sostenibilità ambientale e sostenibilità sociale.

Il presente report è stato redatto **in conformità ai GRI Standard**, opzione che consente di fornire un quadro completo degli impatti più significativi generati dalle attività del Gruppo sull'economia, sull'ambiente e sulla società, compresi gli impatti sui diritti umani, e del modo in cui vengono gestiti. La scelta di redigere il Bilancio Sociale secondo le linee guida fornite dal GRI risponde alla finalità di rendicontare in modo completo tutti gli aspetti rilevanti in tema di sostenibilità e di permettere una comparazione del report stesso. Inoltre, si comunica che non è stata effettuata l'assurance esterna di tale documento.

A seguito delle modifiche apportate dal GRI, il gruppo Magris si è impegnato ad analizzare e riesaminare tutti gli standard per valutarne l'effettiva aderenza e per accrescere il livello d'integrità e adeguatezza, colmando eventuali lacune di precedenti report.

## GRI STANDARD: COSA CAMBIA DA GENNAIO 2023

Come specificato nella sezione precedente, il gruppo Magris si affida ai GRI Standard per la rendicontazione della performance di sostenibilità. Nel corso del 2021, il GRI ha apportato alcuni cambiamenti ai propri Standard che dovranno essere applicati a partire da gennaio 2023.

Le principali novità sono legate alla creazione dei *Sector Standard* e ad alcune variazioni dei *Universal Standard*.

I nuovi **Sector Standard** sono pensati per aumentare la qualità, la completezza e la coerenza delle informazioni rendicontate. Essi descrivono i contesti entro cui si sviluppano i diversi settori, suggeriscono possibili temi materiali ed elencano gli aspetti da rendicontare considerando i *Topic Standard* associabili ed altre fonti pertinenti.

Per la rendicontazione del Bilancio Sociale del 2022, Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. non hanno fatto affidamento a nessun *Sector Standard* a seguito della mancanza di uno standard specifico del settore in cui opera il Gruppo.

Gli **Universal Standard** sono stati rinominati come segue:

- GRI 1: Foundation 2021
- GRI 2: General Disclosure 2021
- GRI 3 Material Topics 2021

La nuova versione del GRI 1 si focalizza su quattro concetti chiave alla base della definizione del processo di reporting di sostenibilità: impatto, temi materiali, due diligence e stakeholders. Inoltre, non c'è più alcuna differenza tra l'adozione degli Standard in modalità *core* e *comprehensive*. A partire da gennaio 2023, le organizzazioni dovranno dichiarare se rendicontano i propri impatti in conformità con i GRI Standard (*in accordance with GRI Standard*) oppure con riferimento ai GRI Standard (*with reference to GRI Standard*).

Il nuovo GRI 2 spiega in modo più dettagliato come riportare tutte le informazioni di contesto del Gruppo, mentre la nuova versione del GRI 3 si focalizza sul concetto di tema materiale e sul processo per una corretta identificazione.



PROFILO  
**SOCIETARIO**



## IL GRUPPO MAGRIS

Il gruppo Magris è leader italiano nella **distribuzione di soluzioni per il cleaning professionale**. Il Gruppo fa capo all'azienda **Magris S.p.A.** che dal 1976, anno della sua costituzione, ha conosciuto una forte espansione, tanto da raggiungere in pochi anni la copertura di tutto il territorio nazionale.

L'azienda si occupa della commercializzazione in diversi settori di prodotti e attrezzature per il cleaning professionale, di prodotti per la ristorazione e linee di cortesia per gli ospiti. Dal 2006 è parte integrante del Gruppo l'azienda **Magris Servizi S.p.A.**, la cui attività principale consiste nel commercio all'ingrosso e noleggio di macchine per la pulizia, oltre alla prestazione di servizi di assistenza tecnica e manutenzione.

La sede principale di Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. è situata nel comune di Seriate in provincia di Bergamo, dove si

concentrano tutte le principali funzioni aziendali che coordinano l'operato delle altre sedi. Il Gruppo conta 20 sedi sul territorio italiano, 13 in comune tra Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A., 6 solamente gestite da Magris S.p.A. e 1 per quanto riguarda Magris Servizi S.p.A.; tra le sedi in comune si ritrovano anche 7 poli logistici di cui 3 di proprietà diretta del Gruppo.

Il gruppo Magris è quindi presente su tutto il **territorio nazionale** distribuito in quattro aree: nord, centro, sud e isole. Questa espansione e la valorizzazione del marchio sono il risultato di una visione strategica coerente posta in essere tramite programmi d'azione specifici e vincenti che hanno permesso alla realtà aziendale di incrementare il proprio business nelle aree di operatività delle aziende acquisite, di instaurare nuove relazioni commerciali con importanti clienti e di entrare in nuovi settori complementari.

Dal 2019 è entrata a far parte del gruppo Magris l'azienda **Bertozzi S.r.l.**, con sede a Collecchio (PR), operante dal 1974 nel settore dei dispositivi di protezione individuale (DPI) e dell'abbigliamento da lavoro. Nel corso del 2021 Magris S.p.A. ha acquisito il pieno controllo della Bertozzi S.r.l. mediante l'acquisto del restante 10% delle quote sociali.

Nel 2020 è stata acquisita l'azienda **Erremme S.r.l.**, con sede legale a Catania (CT) ed è stata costituita **La Rocchetto S.r.l.**, con sede a Collecchio (PR), da parte della controllata Bertozzi S.r.l.

Nel 2021 il percorso di espansione del Gruppo è continuato quando Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. hanno incorporato rispettivamente **Pulitecnica Industrie S.r.l.**, già controllata dal 2019, con sede a Corte Tegge Cavriago (RE) specializzata nella fornitura di prodotti, attrezzature e macchinari per la detergenza, e **Atl Service S.r.l.**, con sede a Catania (CT). Sempre nel 2021, infine, è stata costituita **Magica S.r.l.**, con sede a Seriate (BG), da parte della controllata Magris Servizi S.p.A., con l'attività principale riguardante i trasporti logistici.

Nel 2022 il Gruppo ha continuato il suo progetto di crescita con l'incorporazione di Erremme S.r.l. da parte di Magris S.p.A.

Infine, a seguito di atto notarile di acquisto del 100% delle quote, in data 21 dicembre 2022 **Baretz S.r.l.** è entrata nel perimetro del Gruppo.



## PRODOTTI E CANALI DI VENDITA



### Magris S.p.A.

#### Prodotti:

- Detergenti, carta e monouso
- Altri Materiali, sacchi, attrezzature, panni e spugne

70%

30%

#### Canali di vendita:

- Imprese di servizi e pulizia, Ristorazione Collettiva e HO.RE.CA.
- Altro (Case di riposo, Sanità pubblica e privata, Industria, Ristoranti con servizio veloce, Scuole/Comuni/Enti Pubblici ed altri enti religiosi/di trasporto/di sport e benessere)

75%

25%



### Magris Servizi S.p.A.

#### Prodotti:

- Noleggio e vendita macchine
- Ricambi macchine, prestazioni di servizi, materiale vario e altri

84%

16%

#### Canali di vendita:

- Imprese di servizi e pulizia, Terziario e G.D.O.
- Altro (Industria, HO.RE.CA., Case di Riposo, Ristorazione Collettiva, Rivenditori, Scuole/Comuni/Enti Pubblici e Sanità pubblica e privata)

87%

13%



### Bertozzi S.r.l.

#### Prodotti:

- Guanti, monouso e abbigliamento da lavoro
- Dispositivi e calzature antinfortunistica, sacchi e bobine carta/asciugamani e altri

83%

17%

#### Canali di vendita prevalenti:

- Industrie del settore alimentare
- Industrie
- Retail

Si rileva stabilità nella composizione del fatturato, rispetto agli esercizi precedenti.



## I VALORI DEL GRUPPO

Il gruppo Magris crede fortemente che un'azienda, nello svolgimento della sua attività, debba seguire una serie di **principi guida** che definiscano la direzione della stessa. Per questo motivo, le aziende del Gruppo stilano volontariamente e adottano un **Codice Etico**, il quale, attraverso la carta dei valori, elenca una serie di principi a cui le organizzazioni e le persone che le compongono devono attenersi.

I principali valori del Gruppo si possono riassumere in cinque punti:

### Centralità del cliente

Costruzione di alleanze solide e durature, analizzando le esigenze dei clienti e fornendo loro servizi in grado di renderli più competitivi sul mercato.

### Imprenditorialità e innovazione

Chi lavora in Magris è abituato ad assumere iniziative, prendere decisioni e fare proposte per ricercare il miglioramento continuo attraverso l'innovazione.

### Sviluppo sostenibile

Lo sviluppo sostenibile delle proprie attività, l'orientamento al miglioramento del contesto sociale di riferimento e il minore impatto ambientale delle attività svolte sono capisaldi dell'azienda.

### Valorizzazione della persona

Vero patrimonio del gruppo Magris, la motivazione delle persone è ricercata non solo attraverso incentivi ma anche e soprattutto tramite il coinvolgimento nei progetti e nelle attività aziendali. A tutti sono garantite pari opportunità e i risultati sono sempre riconosciuti.

### Etica

Etica significa correttezza e trasparenza, onorare gli impegni presi e basare i rapporti reciproci sulla stima, sul rispetto e sulla collaborazione.

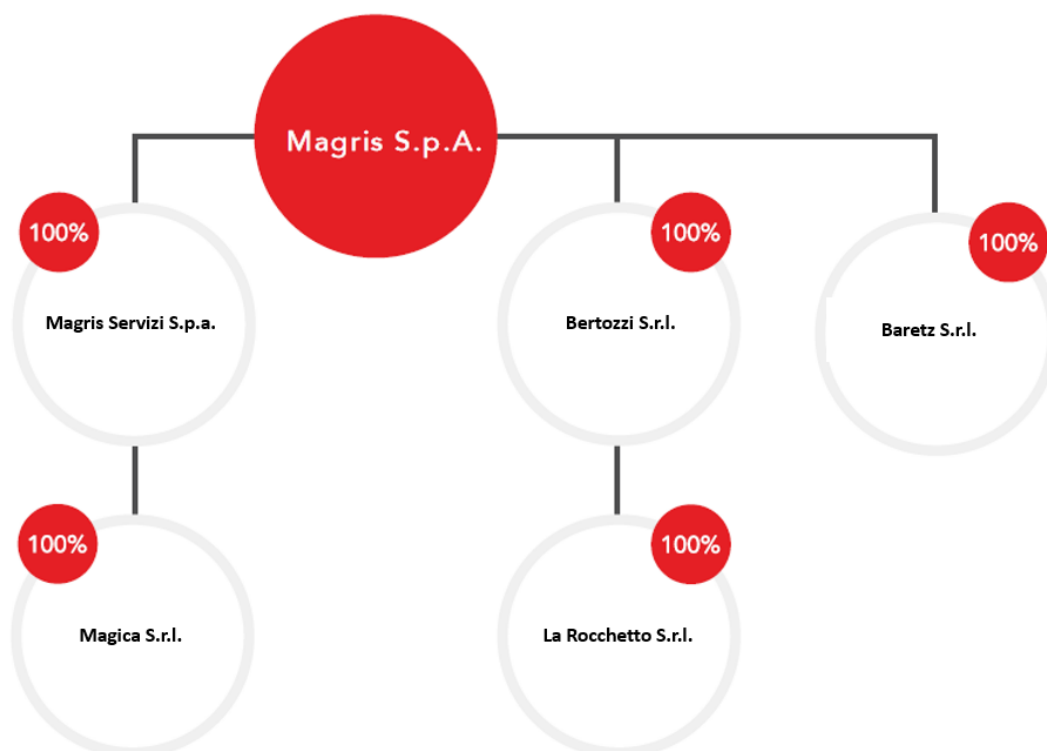




## LA STRUTTURA DEL GRUPPO

Il gruppo Magris al 31/12/2022 vede l'azienda **Magris S.p.A.** controllare direttamente e indirettamente le aziende Magris Servizi S.p.A., Bertozzi S.r.l., La Rocchetto S.r.l.

A partire da gennaio 2022, l'azienda Erremme S.r.l. è stata incorporata nella Magris S.p.A. Tale fusione ha l'obiettivo di razionalizzare la struttura, le sinergie economiche ed amministrative del Gruppo, generando maggior valore aggiunto per tutti gli stakeholders.



Dal 2014 il gruppo Magris ha iniziato la partnership con INPACS, il più grande consorzio europeo di distributori indipendenti di prodotti e servizi per l'igiene professionale.

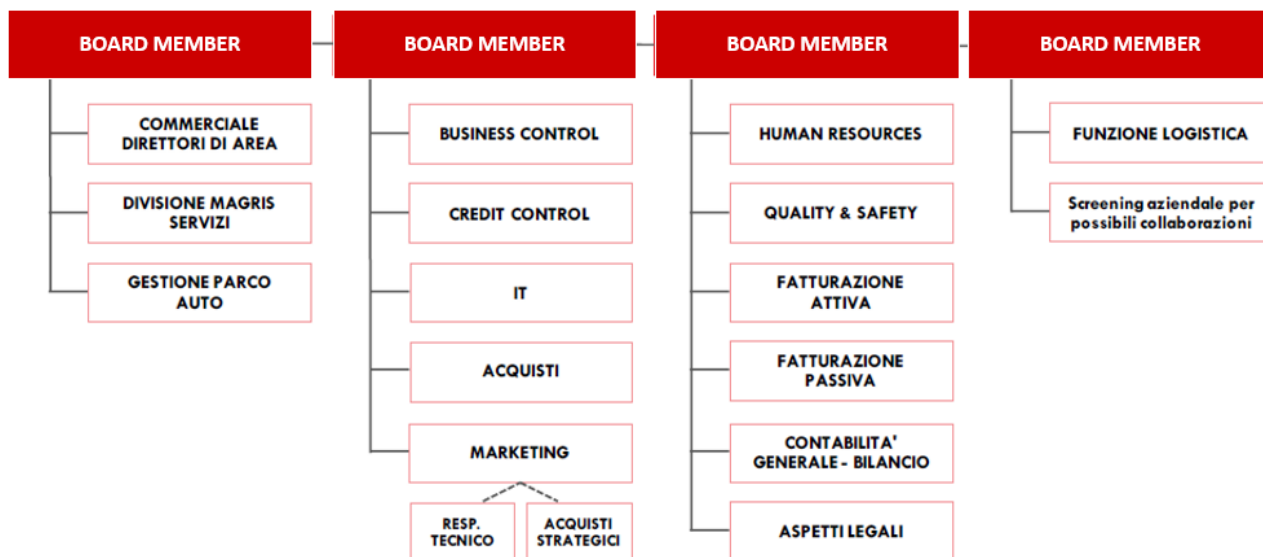
INPACS rappresenta uno dei principali attori nel network del gruppo Magris in quanto opportunità per trarre nuove conoscenze in materia di sostenibilità e **fonte di ispirazione e stimolo** per migliorare la propria performance.

L'entrare a far parte di questo Gruppo prima, ed esserne poi shareholders (Magris S.p.A. detiene una partecipazione diretta in INPACS), ha permesso al gruppo Magris di continuare la propria **crescita sostenibile**. I valori di INPACS rispecchiano pienamente quelli condivisi dal Gruppo.



## IL MODELLO DI GOVERNANCE

In questa sezione viene descritto l'organigramma della sola **capogruppo Magris S.p.A.**, per rilevanza e perché nonostante le aziende del Gruppo abbiano una gestione autonoma, operano sotto la supervisione, la direzione e il coordinamento di Magris S.p.A., la quale adotta un sistema di governance di tipo **tradizionale**<sup>1</sup>.



## IL TRATTAMENTO DEI TEMI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Le decisioni relative ai temi economici, ambientali e sociali vengono prese durante i Consigli di Amministrazione, in cui viene discusso con periodicità trimestrale l'andamento delle aziende sotto tutti i punti di vista.

In particolare, le decisioni vengono prese dal Presidente del CdA e dall'Amministratore Delegato; entrambi possiedono disgiuntamente tutti i poteri di gestione che lo statuto o la legge non conferiscono al CdA o all'Assemblea dei Soci.

I responsabili aziendali individuati e inseriti formalmente negli organigrammi aziendali, portano avanti operativamente l'attuazione dei temi sociali, ambientali ed economici e riportano ai membri del CdA.

<sup>1</sup> Il sistema di tipo tradizionale si caratterizza per la presenza:

- dell'Assemblea dei Soci, a cui spettano le decisioni sui supremi atti di governo dell'azienda, il compito di eleggere il Consiglio di Amministrazione e approvare il Bilancio;
- del Consiglio di Amministrazione incaricato di gestire e amministrare l'impresa sociale, il quale attribuisce i poteri operativi a organi e soggetti delegati. Il CDA di Magris S.p.A. si è riunito 3 volte nell'esercizio 2022 e gli amministratori che la compongono sono tutti uomini e cittadini italiani;
- del Collegio Sindacale, chiamato a vigilare e controllare la correttezza e la diligenza dell'agire degli Amministratori;
- della Società di Revisione a cui è affidata l'attività di revisione legale dei conti ed il giudizio sul bilancio.



## IL MODELLO 231

La governance è volta ad una corretta individuazione, gestione, prevenzione e monitoraggio dei principali rischi aziendali. A tal fine, dal 1° gennaio 2020, Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A., hanno adottato il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (Modello 231)**, che insieme al Codice Etico, definisce un set di linee guida, principi etici e di comportamento per tutti gli stakeholders del Gruppo.

Inoltre, in base all'art. 6, lett. B) del D.lgs. 231/01, Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. hanno costituito **l'Organismo di Vigilanza ("OdV")** che monitora i comportamenti dei propri dipendenti con l'invio semestrale di questionari di interrogazione detti "flussi" a tutti i responsabili d'ufficio per ogni tipologia di funzione. Al fine di una corretta individuazione e gestione dei rischi, i quesiti richiesti vengono costantemente aggiornati.

In aggiunta, il gruppo Magris offre a tutti gli stakeholders la possibilità di effettuare segnalazioni libere mediante i canali informativi in ottemperanza alla Legge 30 novembre 2017 n. 179 che tutela gli autori di segnalazioni di reati o di irregolarità.

Per consentire all'OdV un elevato livello di professionalità e di continuità di azione, il CdA assegna, ogni anno, **un budget di spesa** variabile in base alle necessità qualora si presentassero situazioni rilevanti.

Come dato a consuntivo, si evidenzia che nel gruppo Magris **nel corso del 2022 non sono state rilevate criticità** in merito a comportamenti non etici o illegali che abbiano necessitato la consulenza in materia di etica aziendale oppure soluzioni da intraprendere.





## IL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ

«Lo sviluppo sostenibile è quello sviluppo che consente alla generazione presente di soddisfare i propri bisogni senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri»

Commissione mondiale sull'ambiente e lo sviluppo, 1987

Per **sviluppo sostenibile** si intende l'integrazione dei temi dell'equilibrio sociale e ambientale nel tema dello sviluppo economico, tradotto con la teoria della **Triple Bottom Line**, ovvero delle tre "P": **persone, pianeta e profitto**.

La sostenibilità vista in questo senso è quindi un concetto complesso di natura morale, volto a rivoluzionare alcuni assunti dell'attuale sistema economico-sociale al fine di immaginare un modello di sviluppo che si ispiri e inglobi nuovi principi, tra cui **l'eco-giustizia** e **l'eco-efficienza** nel fare ed essere impresa.

Per eco-justizia si intende considerare il benessere di tutta l'umanità e per eco-efficienza si intende considerare il benessere ambientale del nostro pianeta cercando di utilizzare in modo più responsabile le risorse naturali e riducendo il più possibile i rifiuti e l'inquinamento.

Questo approccio alla sostenibilità e allo sviluppo sostenibile è stato adottato anche dalle più grandi associazioni a livello internazionale come l'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) che costantemente fornisce una visione a lungo termine in cui la crescita economica, la coesione sociale e la protezione ambientale vanno di pari passo e si sostengono a vicenda.

Infatti, nel 2015 a New York i paesi membri dell'ONU hanno adottato un'agenda per il 2030 evidenziando i **17 obiettivi di sviluppo sostenibile** (SDGs) per poter cambiare il mondo in meglio sotto tutti i punti di vista.





## LA SOSTENIBILITÀ PER IL GRUPPO MAGRIS

Il gruppo Magris ha reso la **sostenibilità parte della propria strategia aziendale** attraverso l'implementazione di azioni finalizzate a conciliare le decisioni di carattere economico con la valutazione dei loro impatti sociali ed ambientali, tenendo sempre in considerazione le aspettative di tutti gli stakeholders del Gruppo.

L'impegno del gruppo Magris in ambito di sostenibilità trova espressione nella **mission aziendale, nel Codice Etico, nell'ottenimento e aggiornamento delle certificazioni ambientali, di etica, sicurezza e qualità, oltre che nelle partnership strategiche aziendali**, come ad esempio con INPACS, che funge da punto di riferimento nel contesto internazionale per muoversi sempre di più verso la *Responsible and Sustainable Supply Chain*.

### MISSION MAGRIS

Rafforzare la padronanza completa del business per fornire non solo prodotti ma Sistemi Organizzativi, confermandosi un **punto di riferimento** del mercato del cleaning attraverso un modello di **sviluppo sostenibile**, capace di creare valore per tutti i portatori di interesse. Portare la propria esperienza e ricevere knowhow all'interno del **gruppo europeo INPACS**. Gestire le risorse umane come valore aggiunto e fattore fondamentale per conseguire l'eccellenza. Proteggere e consolidare il rapporto commerciale con clienti e fornitori strategici, comprenderne le esigenze, creando **rapporti di partnership duraturi** in grado di creare sinergie e crescita comune.

### VISION INPACS

We become the **sustainability expert** in the industry. We drive high standards and innovation for **sustainable value chains** from production to disposal. We act as a multiplier for sustainable development in our markets and internally. Our Sustainability approach is not a marketing tool, we deal honestly with our responsibility towards the environment and our stakeholders. We do not accept greenwashing. Sustainability is an **integral part of our corporate culture** as family businesses. We think in **generations**, and we are **responsible** employers.



## L'ADESIONE A UNITED NATIONS GLOBAL COMPACT

Dal 30 agosto 2019 il gruppo Magris, tramite la capogruppo Magris S.p.A., ha aderito all'iniziativa *United Nations Global Compact (UNGC)* ed in particolare alla fondazione *Network Italia (GCNI)*. Si tratta dell'iniziativa strategica di cittadinanza d'impresa più grande al mondo predisposta dalle Nazioni Unite, con l'obiettivo di incoraggiare le aziende ad adottare politiche sostenibili nel rispetto della responsabilità sociale d'impresa rendendo pubblici i risultati delle azioni intraprese.

Il *Global Compact*, ed in particolare il *Network Italia*, supporta tutte quelle aziende italiane che abbiano la volontà di:

- condividere e sostenere i **Dieci Principi** integrandoli in strategie, politiche e procedure;
- mantenere le responsabilità di base nei confronti delle persone e del pianeta, ponendo le basi per un successo a lungo termine; e
- promuovere i 17 SDGs.

Come membro del *Global Compact*, il **gruppo Magris si impegna a rinnovare il suo supporto** ai Dieci Principi nelle aree dei Diritti Umani, Ambiente, Lavoro e Anticorruzione, oltre che condividere, sostenere ed applicare i principi più generali dettati dai 17 SDGs.

Nei capitoli successivi del documento verranno riportate le azioni delle aziende volte al continuo miglioramento dell'integrazione del *Global Compact* nella strategia, cultura e operatività quotidiana del gruppo Magris.

Magris S.p.A. e le aziende del Gruppo si impegnano, inoltre, a condividere queste informazioni con gli stakeholders attraverso i canali primari di comunicazione.

Il presente report rappresenta, tra le altre cose, la cosiddetta *Communication On Progress* che viene richiesta dal UNGC quale strumento di rendicontazione dei progressi compiuti in tema di sostenibilità.





## LA PARTNERSHIP CON INPACS

La partnership con INPACS offre una serie di **vantaggi**, tra cui:



Ampio trasferimento di knowhow e *best practices* sui temi di sviluppo sostenibile



Accesso ad un network europeo di fornitori sostenibili



Iniziative di reporting sulla sostenibilità ambientale e sociale per migliorare ulteriormente la trasparenza con gli stakeholders



Programmi di risparmio sui costi e aumento dell'efficienza dei processi della catena di approvvigionamento

Assieme ad altre società europee operanti nel settore del cleaning e appartenenti ad INPACS, il gruppo Magris ha intrapreso nel 2019 un progetto per migliorare e dare attivazione concreta ai principi di sostenibilità. I temi trattati sono ispirati ai 17 SDGs dell'ONU e, nel 2020 in particolare, sono stati decisi i primi 6 obiettivi importanti da raggiungere, rinominati nella **INPACS Sustainability Strategy**, che sono:

PROMOZIONE DELLE PARI OPPORTUNITÀ PER TUTTI I SESSI NELLA LEADERSHIP

RIDUZIONE DELLE DISUGUAGLIANZE

SALVAGUARDIA DEI DIRITTI DEI LAVORATORI

RIDUZIONE DEI RIFIUTI/IMPATTO AMBIENTALE

PROMOZIONE DI PARTNERSHIP

CLIMATE ACTION



## LE CERTIFICAZIONI

Gli obiettivi, gli sforzi e i traguardi del Gruppo in materia di sostenibilità sono rendicontati nel presente report, strumento che consente il dialogo e la comunicazione trasparente e veritiera con tutti gli stakeholders.

La serietà con cui il Gruppo affronta i temi di sostenibilità è rafforzata dalle molteplici certificazioni ottenute nel corso degli anni. Nel 2022 Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. hanno riconfermato la certificazione di conformità ai requisiti della **norma SA8000**, con riferimento all'implementazione di un sistema di gestione della responsabilità sociale per le attività di commercializzazione e distribuzione di macchinari, attrezzature, prodotti monouso, per la pulizia e la sanificazione di ospedali, comunità, industrie e ristoranti.

**Magris S.p.A.** e **Magris Servizi S.p.A.** detengono inoltre queste certificazioni riferite a:



L'azienda controllata **Bertozzi S.r.l.** ha ottenuto invece due certificazioni che sono riferite a:







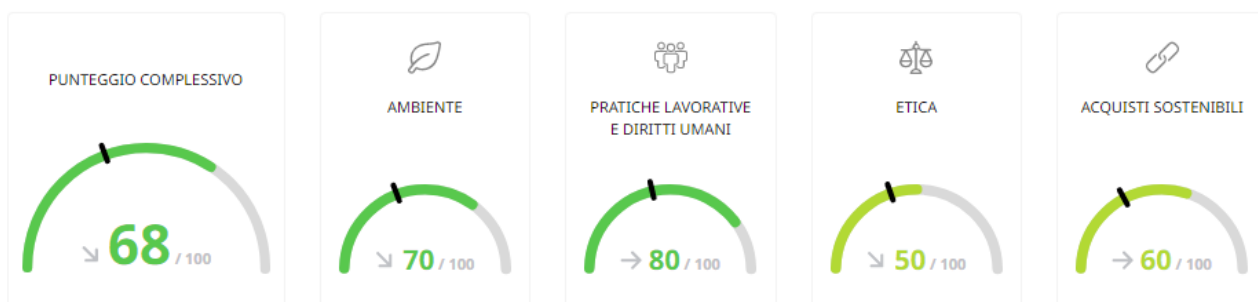
## ECOVADIS

Il gruppo Magris incentiva i propri fornitori ad ottenere la certificazione EcoVadis, una piattaforma indipendente che collabora con le aziende per monitorare la sostenibilità dei propri fornitori in catene logistiche globali. EcoVadis è specializzata nella valutazione di tutte le attività relative alla Responsabilità Sociale d'Impresa e stila una *Balanced Score Card* personalizzata e relativa al grado di implementazione di pratiche sostenibili.

La **valutazione** fornita è basata su 21 criteri suddivisi in quattro aree principali: ambiente, tutela dei lavoratori e diritti umani, etica e approvvigionamento sostenibile. Il giudizio finale viene fornito confrontando quanto riportato con i **principali standard di sostenibilità internazionali** come i principi del *Global Compact*, le convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), gli standard GRI (*Global Reporting Initiative*) e ISO 26000 e i principi del CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economy*).

In concreto, il giudizio prende in considerazione tre aspetti principali: le **azioni implementate**, ovvero le misure, procedure attuate e le certificazioni presenti, le **politiche dichiarate** con gli obiettivi che ne seguono e i **risultati ottenuti** in termini di KPI e premi.

A maggio 2023, in riferimento all'esercizio 2022, il gruppo Magris ha ottenuto il rating di Silver EcoVadis con un punteggio complessivo pari a 68/100.





## I NOSTRI STAKEHOLDERS

Il successo del gruppo Magris è frutto di una **costante attenzione e considerazione** degli attori che interagiscono e definiscono il network aziendale. Per questo motivo, è di fondamentale importanza mappare i soggetti che possono portare un **valore aggiunto** all'azienda o che dall'azione della stessa sono profondamente influenzati, facendo una distinzione tra stakeholders primari e secondari.

Il gruppo Magris definisce come categoria di **stakeholders primari** l'insieme di attori con cui l'impresa ha un confronto frequente e approfondito e vi rientrano: dipendenti, clienti, fornitori, finanziatori e azionisti. Sono invece considerati **stakeholders secondari**: i concorrenti, l'ambiente, la pubblica amministrazione, la comunità locale, i sindacati, le università e la scuola.

L'interazione con questi stakeholders impatta sull'operato aziendale in termini strategici, indirizzando le scelte e la direzione verso la quale l'azienda decide di muoversi. Allo stesso tempo, l'azienda deve considerare che le sue scelte ed azioni generano esternalità che provocano impatti su tali soggetti.

**Creare valore condiviso** con più soggetti tramite un percorso di crescita comune è la strada migliore per preservare il valore nel lungo periodo. Il punto di partenza è il coinvolgimento di tutti gli stakeholders attraverso un **continuo scambio d'informazioni**.

Diversi sono i mezzi con cui il Gruppo interagisce con i propri stakeholders:

- il Bilancio Sociale è lo strumento di comunicazione e coinvolgimento principale che viene redatto annualmente e pubblicato sul sito aziendale;
- la pubblicazione periodica di articoli sul sito aziendale nella sezione Blog-Social dove è possibile aggiornare gli stakeholders circa i più recenti avvenimenti che coinvolgono il gruppo Magris;
- i social network come Facebook, Instagram e LinkedIn attraverso i quali è possibile attrarre nuovi utenti, consolidare il rapporto con le realtà con le quali già si collabora e rafforzare la brand awareness e la brand reputation del Gruppo.



## STAKEHOLDERS ENGAGEMENT I RAPPORTI CON FORNITORI E CLIENTI

La capacità da parte di un'azienda di sopravvivere in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo dipende anche dalla sua capacità di relazionarsi con i propri stakeholders e più in particolare con i propri clienti e fornitori. A tal fine, il gruppo Magris si impegna a coltivare con essi rapporti di collaborazione e partnership per riuscire a ottenere reciproci vantaggi e garantire un continuo miglioramento della performance aziendale in materia di sostenibilità.



### CLIENTI

Per il gruppo Magris uno dei principali obiettivi nella relazione con il cliente è la sua **soddisfazione**, cercando di assicurare qualità e sicurezza dei prodotti commercializzati. La prova che qualità e sicurezza costituiscono un driver essenziale di tutto il Gruppo è data dal possesso della certificazione ISO 9001 e dal rispetto delle norme in essa contenute da parte di tutto il gruppo Magris.

Tutti i prodotti venduti sono contrassegnati da apposita etichettatura in conformità alle leggi in vigore, vengono riportati i pittogrammi dei pericoli connessi al loro utilizzo e vengono corredati da relativa documentazione tecnica e di sicurezza dove si definiscono le corrette

modalità di utilizzo.

In particolare, si sottolinea come tutte le macchine per la pulizia professionale acquistate e rivendute da Magris Servizi S.p.A. siano contrassegnate da un numero seriale posto dal fornitore, insieme a una dichiarazione di compliance. Tutte le problematiche di non-conformità vengono risolte in maniera cooperativa tra il Gruppo e i propri fornitori. Nel 2022 non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e l'etichettatura dei prodotti/servizi.

### FORNITORI

Magris S.p.A., Magris Servizi S.p.A. e Bertozzi S.r.l. vantano rispettivamente circa **950, 860 e 600 fornitori di merci e servizi** che comprendono i fornitori dei prodotti commercializzati, fornitori logistici, consulenti ed agenti, presenti sia sul territorio nazionale che internazionale.

Per approfondire le relazioni con i principali fornitori strategici il gruppo Magris attua **procedure di supplier screening** in modo da capire le loro esigenze e percorrere sentieri comuni di miglioramento. Le principali tematiche di studio sono la **qualità dei prodotti, la sicurezza nel luogo di lavoro, la sostenibilità ambientale e la regolarità contributiva**.

Al fine di analizzare le diverse realtà con cui si interfaccia il gruppo Magris, la selezione dei fornitori viene effettuata diversificandoli in termini di attività, settore ed incidenza sul fatturato. Il Gruppo qualifica i propri fornitori attraverso un attento processo di valutazione.

Tra gli obiettivi che il Gruppo si propone, per il futuro, vi sono quelli di collaborare maggiormente con i fornitori dimostratisi sensibili ai temi di sostenibilità.





## SUPPLIER SCREENING

Per il gruppo Magris è di fondamentale importanza che i propri fornitori strategici condividano la medesima filosofia di sviluppo sostenibile in modo che si possano raggiungere tutti gli obiettivi sopra riportati.

## CODICE DI CONDOTTA

La prassi aziendale prevede che gli accordi commerciali sottoscritti dalla capogruppo Magris S.p.A. vengano estesi ed applicati a tutte le aziende del Gruppo. Nel format di questi agreement, dall'anno 2020 sono state incluse clausole contrattuali volte a sensibilizzare i fornitori e condividere obiettivi di sostenibilità ambientale e sociale.

Attraverso il Codice di Condotta, il gruppo Magris richiede ai propri partner di prendere conoscenza, sottoscrivere ed impegnarsi a rispettare tutte le disposizioni di legge in materia di rispetto dei diritti umani, diritti del lavoratore e di salute e sicurezza dei luoghi di lavoro, nonché i principi e obiettivi definiti dal *Global Compact* delle Nazioni Unite e i 17 *SDGs*.

Anche nel 2022, il gruppo Magris si è impegnato ad inviare a tutti i fornitori di merce il proprio Codice di Condotta ottenendo un riscontro positivo: il codice di condotta è stato inviato a 216 fornitori e circa l'80% del fatturato in acquisto di Magris S.p.A./Magris Servizi S.p.A. è prodotto con fornitori che hanno preso visione ed accettato il documento.

## QUESTIONARIO DI AUTOVALUZIONE "SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN"

Nel corso del 2022, Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. hanno inviato a tutti i loro fornitori di merci il questionario di autovalutazione "*Sustainable Supply Chain*" avente come obiettivo quello di conoscere e sensibilizzare la supply chain sui temi di sostenibilità al fine di poter collaborare per migliorare la performance.

Dalle risposte del questionario si evince che i fornitori di merci del Gruppo si impegnano pubblicamente in tematiche relative alla sostenibilità. In particolare, l'87% dichiara di attuare politiche in materia di sostenibilità, ambiente, responsabilità sociale, salute e sicurezza. Inoltre, più del 50% dei fornitori ha dichiarato di avere introdotto all'interno delle proprie strutture alcune figure responsabili delle questioni sostenibili e di avere delle partnership che fungono da alleato in termini di scambio di knowhow per i temi di sostenibilità.

Il Gruppo ha voluto analizzare anche quanto l'impegno dei propri fornitori nelle tematiche relative alla sostenibilità sia effettivamente formalizzato da appositi report e certificazioni. In particolare, quasi il 60% dei fornitori ha dichiarato di avere ottenuto certificazioni in materia di responsabilità sociale, salute e sicurezza e sistemi di gestione ambientale. Solo il 30% si impegna a comunicare i propri impatti sociali ed ambientali e le proprie iniziative relative alle tematiche sostenibili in appositi report e solo una minima parte dei report di sostenibilità pubblicati seguono un framework internazionale.

Dai risultati di questo questionario si può affermare che la maggior parte dei fornitori di merci di Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. già si impegnano in tematiche relative alla sostenibilità. Un aspetto sicuramente da migliorare è quello relativo alla rendicontazione: la pubblicazione del report di sostenibilità consente alle società di aumentare il loro grado di trasparenza, di comunicare il loro impegno nella sostenibilità agli stakeholders e di acquisire una maggior consapevolezza degli impatti sociali ed ambientali delle proprie attività.



## LA MATRICE DI MATERIALITÀ

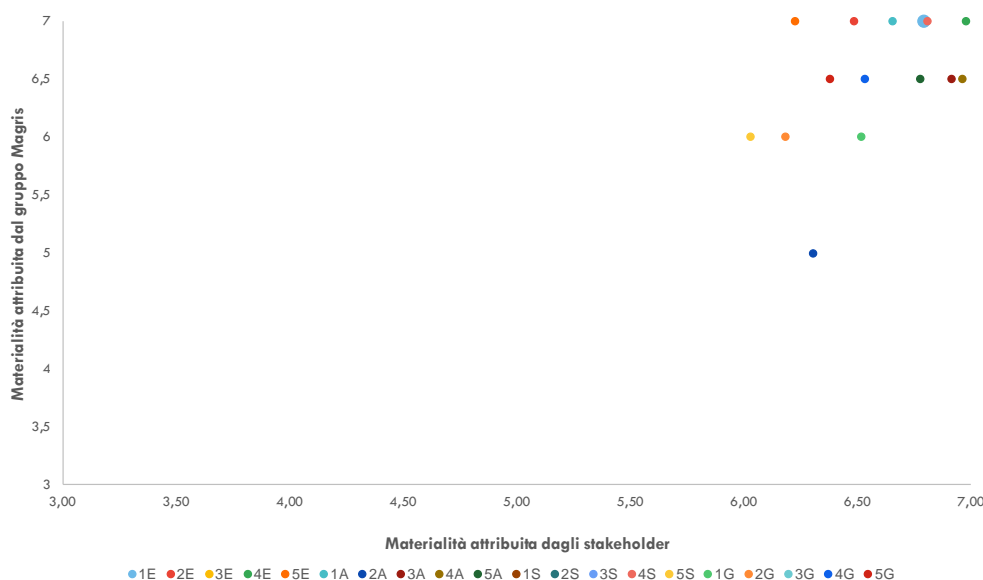
È lo strumento che permette di coinvolgere gli stakeholders e comprendere quali siano gli aspetti e i temi che maggiormente interessano il management e i portatori di interesse.

L'analisi è stata condotta sui principali stakeholders del gruppo Magris: dipendenti, soci, finanziatori, clienti e fornitori. Il questionario viene presentato ad un campione di tutti i portatori di interesse ed al management aziendale e si analizzano 20 indicatori appartenenti a quattro categorie: economico/finanziari; ambientali; sociali e governance.

Un giudizio elevato significa che l'argomento è di grande importanza per il portatore di interesse, e che una sua buona o cattiva gestione da parte del gruppo Magris è in grado di influenzare sensibilmente il giudizio del compilatore verso il Gruppo.



I risultati evidenziati dalla matrice di materialità esprimono un allineamento tra le priorità del gruppo Magris e le priorità degli stakeholders. Questo dato è anche graficamente visibile dal momento che i risultati sono posizionati lungo la bisettrice. I risultati sono concentrati nell'angolo in alto a destra, a significare come tutti questi temi sono considerati importanti e quindi materiali.





# SOSTENIBILITÀ **ECONOMICA**



## PRINCIPI E LINEE GUIDA

I **principi essenziali** che il gruppo Magris cerca di seguire in ambito economico dimostrano l'importanza attribuita al raggiungimento e al mantenimento di un equilibrio economico e patrimoniale di lungo periodo, e sono di seguito meglio riportati:

### Creazione di valore economico-finanziario

L'obiettivo è quello di perseguire risultati economico-aziendali positivi, in modo da creare valore aggiunto che possa essere distribuito alle categorie di stakeholders coinvolti.

### Reputazione e trasparenza informativa

Il gruppo Magris intrattiene relazioni continuative con i propri portatori d'interesse nel rispetto dei principi di trasparenza, correttezza e chiarezza.

### Soddisfazione dei clienti

Per generare valore è essenziale instaurare rapporti di reciproca soddisfazione con i propri clienti. Ne consegue una forte attenzione, affinché i prodotti e servizi offerti siano in linea con le esigenze del cliente.

### Catena di fornitura

Il Gruppo ha instaurato con i propri fornitori un rapporto di lungo periodo basato su fiducia e condivisione di valori e svolge costantemente attività di assesment.

### Presenza sul mercato

L'obiettivo strategico consiste nell'intensificare la propria presenza sul mercato, presentando un'offerta che possa differenziarsi dalla concorrenza e attrarre sempre più clienti.

**8** LAVORO DIGNITOSO  
E CRESCITA  
ECONOMICA



**9** IMPRESE,  
INNOVAZIONE  
E INFRASTRUTTURE



# 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



## SDG 8

Incentivare una **crescita economica** duratura, inclusiva e sostenibile, **un'occupazione piena** e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Le imprese sono lo strumento principale per creare posti di lavoro, ed esse devono garantire condizioni di lavoro dignitose, tanto ai propri dipendenti diretti quanto a quelli impiegati nella catena di fornitura.

## SDG 9

Costruire **un'infrastruttura resiliente** e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.

Le aziende devono promuovere i processi industriali che non impattino sull'ambiente, incorporando le piccole e medie imprese nella propria catena del valore.

# 9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE





## I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI

I risultati economico-finanziari realizzati evidenziano la sostenibilità del Gruppo anche dal punto di vista economico, in continuità con gli esercizi precedenti. Magris S.p.A., infatti, ha concluso anche l'esercizio 2022 positivamente, seppur con una contrazione a livello generale che si riflette in tutte le voci di bilancio. Il risultato economico di Magris S.p.A. è frutto anche dell'andamento delle società controllate, di cui si sono esposti sinteticamente alcuni dei principali indici economico-patrimoniali. Per qualsiasi approfondimento si rimanda alla relazione sulla gestione e alla nota integrativa del bilancio d'esercizio 2022 delle società del Gruppo.

Conto Economico	2022	2021	2020	Δ 2022- 2021
Sales (Ricavi delle vendite)	107.820.457	91.229.371	97.458.096	18%
Costo del venduto	-68.500.060	-57.245.390	-59.404.049	20%
<b>Margine commerciale</b>	<b>39.320.397</b>	<b>33.983.981</b>	<b>38.054.047</b>	16%
Costi esterni al netto di ricavi accessori	-23.509.238	-22.137.913	-24.119.507	6%
Costo del lavoro	-6.776.568	-5.987.691	-5.888.086	13%
<b>EBITDA (Margine operativo lordo)</b>	<b>9.034.591</b>	<b>5.858.377</b>	<b>8.046.454</b>	54%
Costi non monetari	-2.277.495	-2.325.983	-3.219.814	-2%
Proventi e oneri finanziari	203.654	179.006	246.864	14%
<b>Rettifiche valore di attività finanziarie</b>	<b>2.134.938</b>	<b>-1.084.498</b>	<b>3.623.185</b>	n.s.
<b>(=) Risultato ante imposte</b>	<b>9.095.688</b>	<b>2.626.902</b>	<b>8.696.689</b>	n.s.
Imposte sul reddito d'esercizio	-2.404.189	-1.075.862	-1.615.736	123%
<b>(=) Utile d'esercizio</b>	<b>6.691.499</b>	<b>1.551.040</b>	<b>7.080.953</b>	n.s.

Nel corso del 2022 i ricavi delle vendite mostrano un incremento del 18,2% rispetto al precedente esercizio, un valore allineato ai volumi del 2019, ultimo anno pre-pandemia. Si rimanda al bilancio di esercizio 2022 ed in particolare alla relazione sulla gestione per una spiegazione dettagliata dei margini conseguiti. Il reddito d'esercizio di Magris S.p.A. al termine dell'esercizio 2022 ammonta a 6.691.499 euro.

Indici economico-finanziari	2022	2021	2020	Δ 2022- 2021
Ricavi delle vendite	107.820.457	91.229.371	97.458.096	18%
<b>EBITDA</b>	<b>9.034.591</b>	<b>5.858.377</b>	<b>8.046.454</b>	54%
<b>EBT (risultato ante imposte)</b>	<b>9.095.688</b>	<b>2.626.902</b>	<b>8.696.689</b>	n.s.
<b>Risultato netto</b>	<b>6.691.499</b>	<b>1.551.040</b>	<b>7.080.953</b>	n.s.
Capitale investito netto totale	61.510.305	59.061.805	61.490.917	4%
Investimenti in beni immateriali netti	158.220	72.711	1.056.002	118%
Investimenti in beni materiali netti	315.129	354.837	623.293	-11%
Investimenti finanziari netti	800.000	829.269	1.100.000	-4%
<b>ROS (return on sales)</b>	<b>6,3%</b>	<b>3,9%</b>	<b>5,0%</b>	2,4%
<b>ROI (return on investment)</b>	<b>11,0%</b>	<b>6,0%</b>	<b>8,3%</b>	5,0%
<b>ROE (return on equity)</b>	<b>15,3%</b>	<b>4,2%</b>	<b>18,8%</b>	11,1%
<b>EBITDA/sales</b>	<b>8,4%</b>	<b>6,4%</b>	<b>8,3%</b>	2,0%

## LA CREAZIONE DI VALORE AGGIUNTO

C.E. riclassificato a valore aggiunto	2022	2021	2020
Ricavi delle vendite e prestazioni	107.820.457	91.229.371	97.458.096
Altri ricavi e proventi caratteristici	2.998.712	952.871	1.238.577
<b>(=) Valore della produzione caratteristica</b>	<b>110.819.169</b>	<b>92.182.242</b>	<b>98.696.673</b>
Costo del venduto	68.500.060	-57.245.390	-59.404.049
<b>(=) Margine commerciale</b>	<b>42.319.109</b>	<b>34.936.852</b>	<b>39.292.624</b>
Costi per servizi	-23.477.445	-20.767.315	-22.744.907
Costi per godimento di beni di terzi	-2.543.393	-2.086.594	-2.343.620
Oneri diversi di gestione	-487.112	-236.875	-269.557
Costi non monetari	-2.277.495	-2.325.983	-3.219.814
Rettifiche valori di attività finanziarie	2.134.938	-1.084.498	3.623.185
Proventi finanziari	564.557	555.072	625.082
<b>(=) Valore aggiunto</b>	<b>16.233.159</b>	<b>8.990.659</b>	<b>14.962.993</b>

Il valore aggiunto creato viene ripartito tra le seguenti categorie di stakeholders: dipendenti, finanziatori, Pubblica Amministrazione e soci. Nell'analisi effettuata viene indicata inoltre la quota di utile d'esercizio destinata a patrimonio netto.

Distribuzione del valore aggiunto	2022		2021		2020	
<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>16.233.159</b>	<b>100%</b>	<b>8.990.659</b>	<b>100%</b>	<b>14.962.993</b>	<b>100%</b>
Dipendenti	6.776.568	42%	5.987.691	67%	5.888.086	39%
Finanziatori	360.903	2%	376.066	4%	378.218	3%
Pubblica amministrazione	2.404.189	15%	1.075.862	12%	1.615.736	11%
Soci	2.600.000	16%	0	0%	2.500.000	17%
Capitalizzato	4.091.499	25%	1.551.040	17%	4.580.953	31%

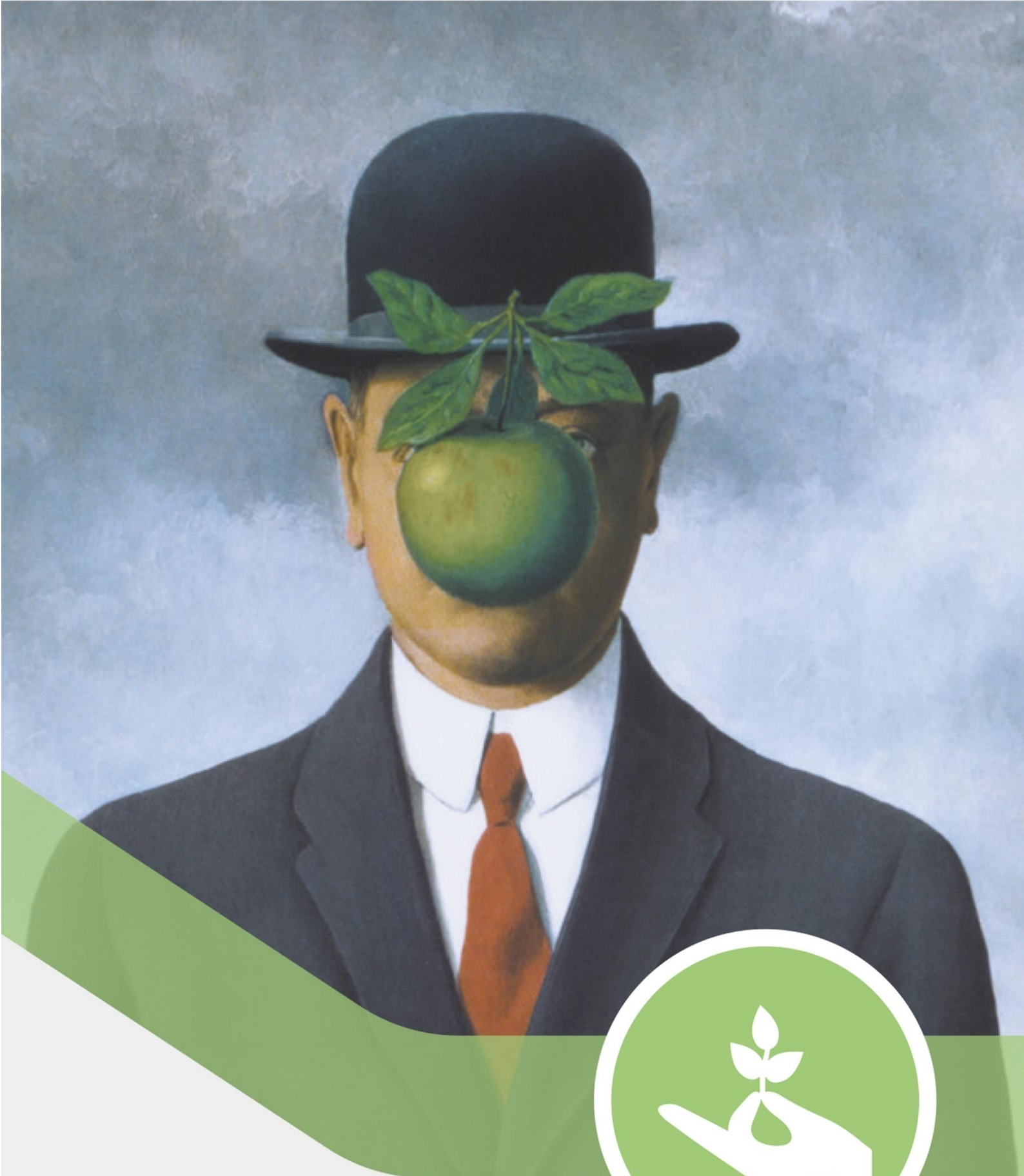
La categoria di stakeholders cui viene destinata la maggior parte del valore aggiunto è rappresentata dal personale. È da rilevare, altresì, che una quota considerevole del valore aggiunto prodotto viene reinvestito in azienda, sotto forma di utile capitalizzato.

Si riporta che, per l'esercizio 2022, Magris S.p.A. non ha erogato contributi finanziari o benefici a partiti politici o relative istituzioni.

Si riportano di seguito alcuni importanti indicatori di redditività relativamente alle società controllate da Magris S.p.A. Si rimanda alla relazione sulla gestione, per un'analisi più approfondita e dettagliata.

Magris Servizi S.p.A.	2022	2021	2020
Ricavi delle vendite	33.125.718	29.614.192	27.921.837
EBITDA	4.700.984	3.355.027	3.172.106
EBT (risultato ante imposte)	3.863.839	2.528.003	2.372.096
Risultato netto	2.827.389	1.782.936	1.770.567
Capitale investito netto totale	11.394.593	8.377.110	6.887.126
ROS (return on sales)	11,80%	8,70%	8,60%
ROI (return on investment)	34,40%	30,80%	34,80%
ROE (return on equity)	23,00%	18,80%	23,10%
EBITDA/sales	14,20%	11,30%	11,40%

Bertozzi S.r.l.	2022	2021	2020
Ricavi delle vendite	27.927.239	33.859.661	36.478.780
EBITDA	67.849	-2.482.511	5.739.019
EBT (risultato ante imposte)	-270.822	-2.926.919	3.632.334
Risultato netto	-188.876	-2.177.082	2.560.330
Capitale investito netto totale	23.643.138	25.182.558	20.842.248
ROS (return on sales)	-0,2%	-8,0%	11,0%
ROI (return on investment)	-0,2%	-11,0%	19,0%
ROE (return on equity)	-3,7%	-41,0%	34,0%
EBITDA/sales	0,2%	-7,3%	15,7%



# SOSTENIBILITÀ **AMBIENTALE**

## PRINCIPI E LINEE GUIDA

I cambiamenti climatici collegati al fenomeno del riscaldamento globale rappresentano una seria problematica che coinvolge diversi soggetti, tra cui le aziende stesse. Per ridurre al minimo l'impatto negativo derivante dalle proprie attività, il gruppo Magris, come altri attori economici, si ispira al concetto di **sviluppo sostenibile**.

Il gruppo Magris considera gli impatti ambientali all'interno delle scelte strategiche aziendali e ciò che ne consegue è un orientamento a valutare ed effettuare investimenti che possano essere sostenibili sia economicamente che da un punto di vista ambientale.

I **principi fondamentali** che il Gruppo persegue in questo ambito di sostenibilità ambientale sono esplicitati nel **Codice Etico** e nel **Manuale della Responsabilità Sociale** delle due aziende Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. Tali principi si estendono indirettamente anche sulle aziende controllate.

L'impegno per il rispetto di tali valori essenziali è testimoniato anche dal costante ottenimento della Certificazione Ambientale ISO 14001.

Il gruppo Magris conduce la propria attività rispettando cinque principi:

### Riduzione impatti diretti

L'impatto diretto del Gruppo sull'ambiente riguarda principalmente l'incentivazione della vendita di prodotti e macchine che rispondano a requisiti di sostenibilità ambientale.

### Scelta e reperimento materie prime

Il gruppo Magris si impegna a ridurre gli impatti ambientali derivanti dalla propria attività partendo dalla scelta delle materie prime e cercando di condividere con i propri fornitori un percorso di sviluppo sostenibile

### Investimenti per la sostenibilità

Il gruppo Magris effettua di anno in anno investimenti a favore della sostenibilità ambientale per ridurre il proprio impatto sull'ecosistema.

### Soluzioni eco-sostenibili

Il Gruppo mette in atto le migliori strategie per incoraggiare la vendita di prodotti/macchine che rispettino requisiti di sostenibilità ambientale.

### Monitoraggio impatti indiretti

Il gruppo Magris promuove un dialogo costante con i diversi stakeholders interni ed esterni con l'obiettivo di una crescita congiunta per ridurre gli impatti indiretti.



## GLOBAL COMPACT

7 ENERGIA PULITA  
E ACCESSIBILE

## SDG 7

Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni. Dato che lo sviluppo sostenibile dipende dallo sviluppo economico e dal clima, l'Obiettivo mira ad un notevole aumento della quota di **energie rinnovabili** e un raddoppiamento del tasso globale di **miglioramento dell'efficienza energetica**.

## SDG 12

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo. L'Obiettivo mira alla **gestione ecologica** dei prodotti chimici e di tutti i rifiuti, nonché a una sostanziale riduzione della produzione di rifiuti attraverso misure quali il riciclaggio. L'Obiettivo 12 ha anche lo scopo di dimezzare lo spreco alimentare, incoraggiare le imprese a adottare pratiche sostenibili e promuovere politiche in materia di appalti pubblici sostenibili.

12 CONSUMO E  
PRODUZIONE  
RESPONSABILI13 LOTTA CONTRO  
IL CAMBIAMENTO  
CLIMATICO

## SDG 13

Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico. L'Obiettivo invita i paesi a dotarsi di **misure di protezione del clima** nelle loro politiche nazionali. Si riconosce che la Convenzione quadro delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici è il forum intergovernativo internazionale principale per negoziare la risposta globale ai cambiamenti climatici.

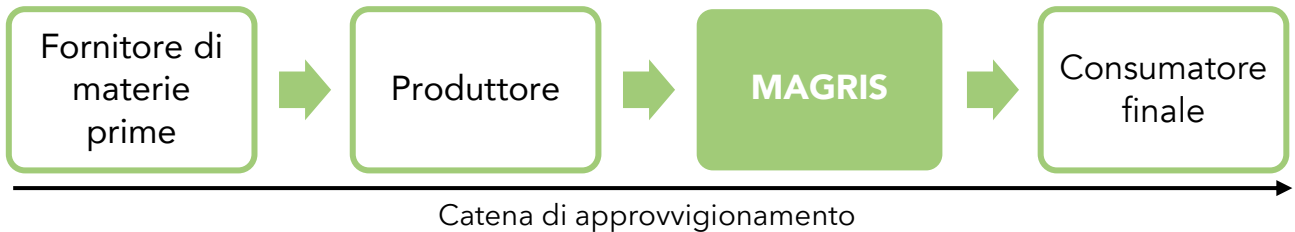
## SDG 15

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

15 LA VITA  
SULLA TERRA



## FILOSOFIA IAMGREEN



La filosofia *IAMGREEN*, a livello pratico si traduce nell'impegno assunto dal Gruppo nella **scelta dei fornitori**, favorendo coloro che condividono gli stessi valori, **nell'utilizzo responsabile** di acqua ed energia nei luoghi di proprietà aziendali, nel **buon senso e nella parsimonia** prestata all'interno dell'azienda nell'utilizzo di risorse naturali e nell'incentivazione della commercializzazione di **prodotti appartenenti a linee ecosostenibili**.

Con particolare riferimento alla scelta dei fornitori, il gruppo Magris cerca costantemente di sensibilizzare la sua supply chain ai temi della sostenibilità mediante le attività di **Supplier Screening** anticipate nella sezione precedente. L'obiettivo di Magris è quello di garantire alla clientela un'offerta di prodotti e servizi sempre più sostenibile. Questo obiettivo passa necessariamente attraverso la collaborazione con fornitori allineati su principi e valori di sostenibilità.

Il gruppo Magris non esercita alcuna produzione diretta e questo implica il fatto che non ci si possa occupare direttamente delle fasi più cruciali del ciclo di vita di un prodotto, che sono quelle di produzione e smaltimento, ma può certamente **sensibilizzare e responsabilizzare** i vari stakeholders presenti nella sua value chain.

## LE CERTIFICAZIONI DEI PRODOTTI

Le certificazioni che vengono indicate di seguito sono da intendere come **parametro oggettivo** nella valutazione della sostenibilità di un prodotto. La certificazione attesta, infatti, che un prodotto prima di essere immesso sul mercato, è stato sottoposto da un organismo accreditato di terza parte, indipendente rispetto a chi vende e produce, alle verifiche necessarie per accertare la **conformità ai requisiti previsti dalle direttive europee e/o internazionali**.

In tale contesto, si precisa che gli impatti negativi sono strettamente collegati anche ad alcune esternalità come, per esempio, errati comportamenti nello smaltimento dei prodotti da parte dell'utilizzatore finale e al continuo cambiamento di normative in materia di sostenibilità ambientale dovute all'innovazione tecnologica; possono pertanto presentarsi situazioni future in cui si evidenzia che le attuali tecniche e il knowhow di produzione di un determinato prodotto, attuate da parte del produttore, non siano più così sostenibili e quindi abbiano bisogno di aggiornamenti.

Il valore aggiunto dei prodotti certificati è generalmente dato da **un'elevata prestazione accompagnata da un basso impatto sull'ambiente<sup>2</sup>**.

Le certificazioni presenti nei vari prodotti sono:



### CRITERI AMBIENTALI MINIMI

Sono criteri definiti con Decreto dal Ministero della transazione ecologica e della Tutela del Territorio e del Mare che indicano tecnologie e prodotti virtuosi sul profilo ambientale.



### FOREST STEWARDSHIP COUNCIL

L'FSC identifica i prodotti contenenti cellulosa proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. La foresta di origine è controllata e valutata in maniera indipendente.



### ECOLABEL UE

È il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea, che contraddistingue prodotti e servizi caratterizzati da elevati standard prestazionali e un ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.



### NORDIC ECOLABEL

È il marchio di qualità ecologica dei prodotti dei paesi scandinavi e garantisce il rispetto di standard ambientali estremamente alti.

<sup>2</sup> Si rileva che non sono state ricevute multe o sanzioni monetarie per violazioni di regolamenti né sono stati ricevuti reclami.





#### PROGRAMME FOR ENDORSEMENT OF FOREST CERTIFICATION

Il PEFC rappresenta la garanzia specifica che la materia prima legnosa deriva da foreste gestite in materia sostenibile. Le foreste certificate sono regolarmente controllate da ispettori indipendenti.



#### CRADLE TO CRADLE (C2C)

La certificazione Cradle to Cradle (dalla culla alla culla) si fonda su un nuovo approccio basato sulla razionalizzazione degli sprechi e sulla creazione di prodotti eternamente riciclabili.



#### PLASTICA SECONDA VITA (PSV)

Questa certificazione rappresenta il primo marchio italiano ed europeo dedicato ai beni ottenuti da plastica riciclata.



## LE SOLUZIONI ECOSOSTENIBILI

Lo sviluppo della tematica *Responsible and Sustainable Supply Chain*, lo studio continuo sulle diverse tipologie di certificazioni dei prodotti e l'adeguamento costante al nuovo quadro normativo, sia italiano che europeo, permettono al gruppo Magris di offrire alla propria clientela una gamma sempre più completa di prodotti efficaci e rispettosi dell'ambiente.

Come negli anni passati, anche nel 2022 il **gruppo Magris ha continuato ad aggiornare i propri cataloghi ecosostenibili** e di seguito si descrivono le linee proposte da Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A.

### FOCUS MAGRIS S.P.A.

I prodotti appartenenti alle linee ecosostenibili venduti da Magris S.p.A. rientrano soprattutto nella categoria **carta, detersivi, attrezzature e monouso**. Gli articoli della linea carta e del monouso sono caratterizzati da un approvvigionamento responsabile, per il limitato consumo di acqua e per l'abbattimento delle emissioni di anidride carbonica, mentre i detersivi prevedono un processo produttivo che rende le acque di scarico coinvolte meno dannose e un packaging ottimizzato e idrosolubile.

### CATALOGO IAMGREEN

Questo catalogo, introdotto a partire dal 2018, offre una linea completa di prodotti con materiali **biodegradabili e compostabili** che, grazie alla loro origine da fonti rinnovabili, migliorano la qualità e la quantità della raccolta del rifiuto organico, contribuendo così alla riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e a combattere la desertificazione dei suoli. Inoltre, i prodotti di questo catalogo rispondono a requisiti di **riciclabilità e riutilizzo**.



Le **categorie di prodotti** venduti sono bicchieri, tazze, posate, piatti, ciotole, tovagliette, sacchi ed accessori.



## BROCHURE EASY-IT GREEN

L'idea di sviluppare questa nuova brochure trae origine dall'obiettivo di una riduzione diretta degli impatti ambientali. Si tratta di una linea, già introdotta nel 2019, completamente focalizzata sulle **stoviglie** le cui caratteristiche sono la resistenza al calore e la possibilità di essere impilabili (con una riduzione del 70% del volume di stoccaggio e logistica).

Negli anni precedenti la linea comprendeva solo le stoviglie in CPLA, mentre nel 2021, Magris S.p.A. ha ampliato la linea inserendo anche altri articoli monouso in diversi materiali, come polpa di cellulosa, alluminio 100% riciclato e cartoncino, tutti conformi alla Direttiva UE 2019/904 - SUP (*Single Use Plastics*) approvata dal Parlamento Europeo nella sua versione definitiva già il 5 giugno 2019 e recepita in Italia dalla Legge del 22 aprile 2021, n. 53, con l'entrata in vigore dal 3 luglio 2021.



## LINEA CLEAN AND CLEVER

La linea *Clean and Clever*, focalizzata sulla **carta** e introdotta nel 2019 per soddisfare ogni tipo di esigenza, si divide in Linea Professional e Linea Smart.

La **Linea Professional** è costituita da prodotti in pura cellulosa, ottimi dal punto di vista qualitativo sia come resistenza meccanica che come grado di purezza e di bianco. Grazie alla materia prima utilizzata, sono dermatologicamente testati e assicurano la protezione da irritazioni cutanee ed allergie. Oltretutto, particolari accordi per impedire l'abbattimento smoderato degli alberi ed assicurarne la loro sostituzione, regolano l'approvvigionamento della materia prima.

I prodotti della **Linea Smart**, invece, grazie ad una tecnologia all'avanguardia per il trattamento della carta da macero, sono caratterizzati da un alto grado di qualità ed assorbenza: i migliori plus per una carta riciclata.



## LINEA SIRGAM GREEN

Questa linea, contenente **detergenti** per ogni tipo di esigenza, si divide in quattro categorie: *Sirgam Ambience*, *Sirgam Food*, *Sirgam Laundry* e *Sirgam Hygiene*.

L'offerta di questa linea è il risultato di una selezione di detergenti finalizzati a garantire pulizia, igiene, sicurezza, affidabilità e rispetto per l'ambiente.

La gamma di detergenti professionali include: pulitori per superfici, prodotti per il trattamento di pavimenti, prodotti per l'igiene del bagno, prodotti per lavanderia, prodotti per l'ambiente cucina e prodotti per l'igiene personale.

Questa linea ha anche una versione ancora più sostenibile detta **SIRGAM GREEN**, completamente dedicata a detergenti certificati a marchio Ecolabel per il settore delle pulizie professionali. È stata introdotta ad aprile del 2021 e ha sostituito la sua vecchia versione chiamata *ECO-SIRGAM*.

I suoi prodotti hanno le seguenti caratteristiche:

1. 100% packaging riciclato: i flaconi e le taniche sono realizzate con plastica 100% riciclata;
2. Materie prime sicure: in quanto non sono presenti sostanze cancerogene, mutagene o teratogene, né tossiche per organismi acquatici in ragione superiore allo 0,01%;
3. Ridotto impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita del prodotto.

I detergenti di questa linea sono inoltre disponibili anche nelle versioni **SUPERCONCENTRATI**, **PRO**, **SMA** e **GREEN PODS**, introdotte per ridurre ulteriormente i rifiuti.



## FOCUS MAGRIS SERVIZI S.P.A.

Con particolare riferimento ai prodotti commercializzati da Magris Servizi Spa, si segnala che per alcune macchine vi è inoltre la **possibilità di ricondizionamento**.

Infatti, se ritenuto possibile, la macchina viene rigenerata per un nuovo ciclo di vita nel rispetto delle norme di qualità e sicurezza.

Il ricondizionamento offre diversi vantaggi ambientali:

- riduzione dei rifiuti elettronici
- risparmio di risorse
- risparmio energetico nella produzione di nuovi macchinari
- riduzione delle emissioni di gas serra
- promozione dell'economia circolare

Questo passaggio risulta essenziale ai fini di un allungamento del ciclo di vita del prodotto: in particolare, grazie a tale processo, è possibile impattare positivamente sull'ambiente sia con una minore produzione di rifiuti (evitando lo smaltimento degli stessi) che con un minor utilizzo di nuove risorse naturali.



## DIRETTIVA UE 2019/904 E IL RECEPIMENTO IN ITALIA

### ENTRATA IN VIGORE

Come anticipato nella sezione precedente, nel corso del 2021 è stata recepita in Italia la Direttiva UE 2019/904, detta anche "Direttiva SUP" (*Single Use Plastics*), dalla Legge del 22 aprile 2021, n. 53, con l'entrata in vigore dal 3 luglio 2021.

### OBIETTIVO

La Direttiva vuole prevenire e ridurre l'impatto sull'ambiente di determinati prodotti in plastica e promuovere una transizione verso **un'economia circolare** introducendo un insieme di misure specifiche, compreso un divieto a produrre a livello europeo prodotti in plastica monouso ogniqualvolta siano disponibili alternative.

La direttiva, che si basa sul principio "chi inquina paga", prevede una **riduzione quantitativa ambiziosa** e duratura del consumo di questi prodotti **entro il 2026**.

Alcuni prodotti in plastica monouso immessi sul mercato devono recare una marcatura chiaramente leggibile e indelebile sull'imballaggio o sul prodotto stesso.



### RECEPIMENTO IBRIDO IN ITALIA

È da evidenziare che seppur la Direttiva preveda una proposta rigida in quanto equipara le bioplastiche alla plastica tradizionale, il recepimento italiano prevede un approccio flessibile: infatti, esso prevede ancora **l'apertura agli articoli monouso in plastica compostabile** "certificata conforme allo standard europeo della norma UNI EN 13432 e con percentuali crescenti di materia prima rinnovabile" laddove "non sia possibile l'uso di alternative riutilizzabili ai prodotti di plastica monouso destinati ad entrare in contatto con alimenti".

Inoltre, con decorrenza dal 14 gennaio 2022, la Direttiva **vieta la vendita di alcuni prodotti usa e getta** e introduce una riduzione progressiva per altri. Gli esercenti potranno continuare a vendere tali prodotti solo nel caso si tratti di scorte immesse sul mercato prima della data di entrata in vigore del Decreto Legislativo.

### RISPOSTA DEL GRUPPO MAGRIS

L'impegno del gruppo Magris anche per l'esercizio 2022 si è confermato essere quello di **proporre prodotti innovativi** al fine di rendere sempre più disponibili sul mercato alternative ai prodotti in plastica monouso e di migliorare le sue linee di prodotti in generale puntando su un elevato standard di sostenibilità ambientale.

In particolar modo, negli ultimi anni, **il gruppo Magris ha puntato fortemente sull'utilizzo dell'alluminio, polpa e legno**, materiali che permettono ai prodotti di essere utilizzati all'infinito, oltre che sull'utilizzo di **materiali biodegradabili**, come per esempio:



**PLA e CPLA:** Il PLA è un acido polilattico o polilattide; un polimero biodegradabile derivato dall'amido di mais. Il CPLA è una lega ottenuta dall'unione del PLA e di altre materie prime biodegradabili.



**Bagassa:** È il residuo fibroso della canna da zucchero, composta principalmente dalla cellulosa della pianta.



**rPET:** Pet riciclato proveniente dall'industria alimentare. Il flacone viene frantumato e lavato per poi essere riutilizzato come base per la produzione di rPET.



**OK Compost:** Prodotto garantito biodegradabile nell'impianto industriale di compostaggio che soddisfa i requisiti stabiliti dalla direttiva UE in materia di imballaggi.



**Polpa di cellulosa:** Composto di origine vegetale realizzata con fibre vergini di scarto dalla lavorazione della canna da zucchero e del bambù, quindi biodegradabile e compostabile al 100%.



**PSM:** Resina termoplastica realizzato con amido modificato attraverso enzimi e cellulosa per aumentarne la resistenza, la repellenza all'acqua, e per renderlo a prova di olio e meno fragile.



**Mater-Bi:** Il Mater-Bi deriva da materie prime rinnovabili di origine agricola e provenienti da amido non geneticamente modificato.



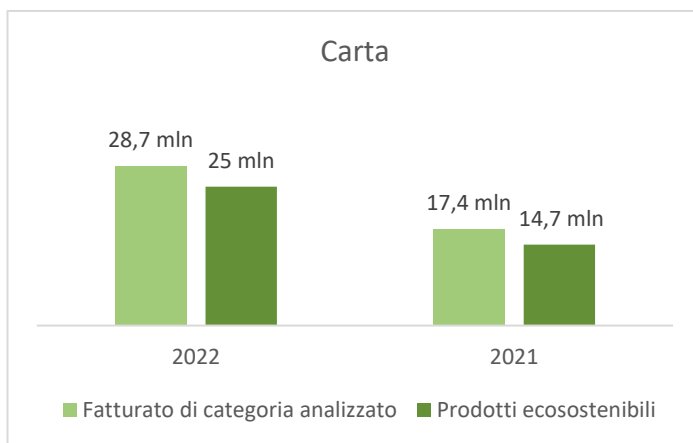
**Foglia di palma:** Foglie di palma di Betel (India), che si staccano naturalmente dalle piante durante il loro normale ciclo di rinnovamento, lavate e pressate ad alta temperatura.



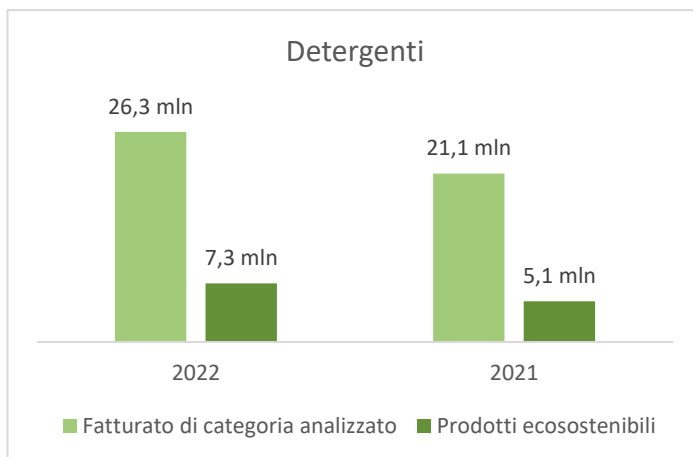
## ANALISI DELLE VENDITE DI PRODOTTI ECOSOSTENIBILI

Anche per il 2022 il gruppo Magris ha rinnovato l'analisi sulle vendite di prodotti con certificazione ambientale e nello specifico riguardo le categorie di carta, detersivi e monouso di Magris S.p.A. al fine di verificare la loro incidenza sul fatturato di categoria preso in esame.

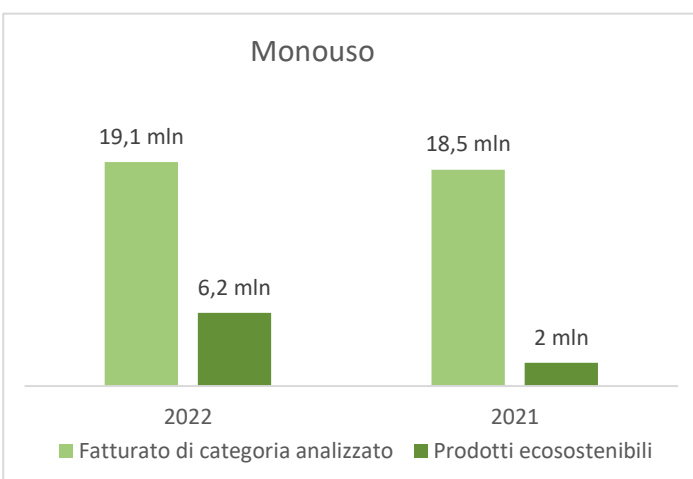
Per quanto concerne la **categoria carta**, l'analisi effettuata ha coperto il 97% del fatturato di categoria. Si registra un aumento significativo dei volumi totali di fatturato seguito da un leggero aumento dei prodotti certificati, dall' 84% del 2021 all'87% del 2022. Le certificazioni prese in considerazione sono: *CAM*, *ECOLABEL*, *FSC* e *PEFC*, oltre la presenza delle caratteristiche della compostabilità e biodegradabilità nei prodotti.



Per quanto riguarda la **categoria detersivi**, l'analisi effettuata ha coperto il 97% del fatturato di categoria. Anche in questo caso, si registra un aumento del volume totale di fatturato seguito da un aumento dell'incidenza dei prodotti certificati sul fatturato analizzato, dal 24% del 2021 al 28% del 2022. Le certificazioni prese in considerazione sono: *C2C*, *CAM*, *ECOLABEL*, *NORDIC SWAN* e *NORDIC ECOLABEL*.



Infine, per la **categoria monouso**, anche per il 2022 si registra un aumento del volume di fatturato. L'analisi effettuata ha coperto il 96% del fatturato di categoria e l'incidenza dei prodotti aventi caratteristiche di biodegradabilità e/o compostabilità passa dal 11% del 2021 al 33% del 2022, a testimonianza dell'impegno assunto dal Gruppo di diminuire progressivamente l'impiego di plastica.



## IMPATTI AMBIENTALI

L'attività del gruppo Magris non implica processi produttivi diretti e per questo motivo, parte degli indicatori GRI 300 non sono stati presi in considerazione nell'elaborazione del presente Bilancio Sociale.

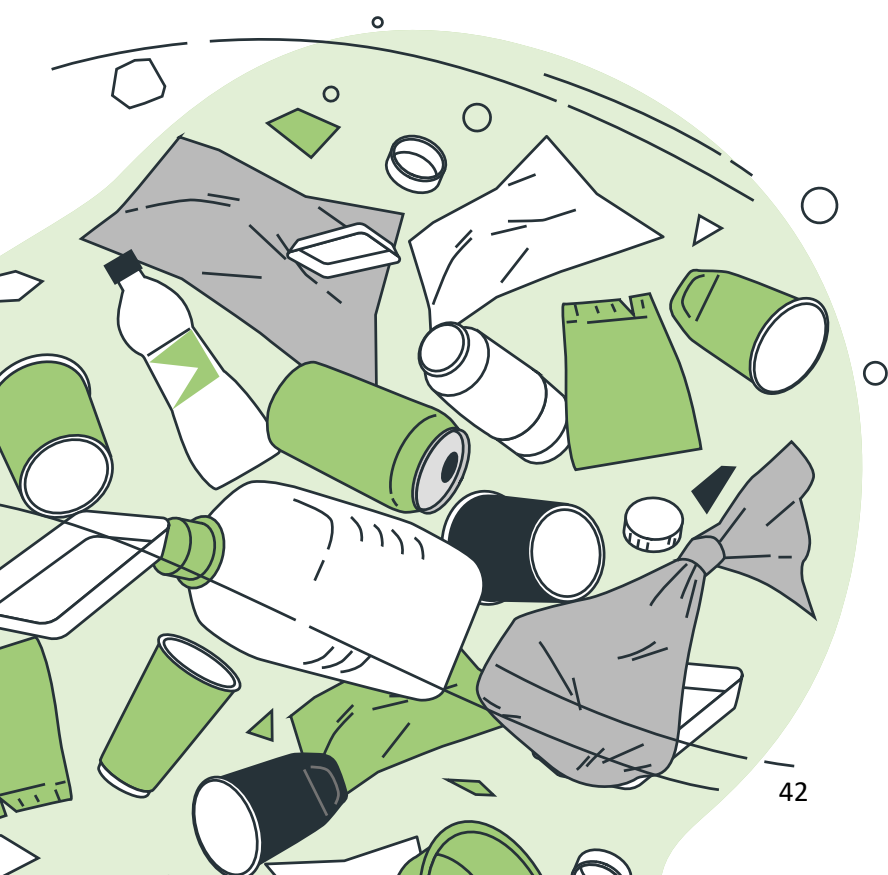
## ANALISI DEI RIFIUTI PRODOTTI

Di seguito rendicontazione dei kg di rifiuti prodotti, per categoria di rifiuto.

Si specifica che nel corso dell'esercizio 2022 è stata estesa l'analisi, includendo tutte le piattaforme logistiche e le società Magris Servizi S.p.A. e Bertozzi S.r.l...

Sono state fatte inoltre alcune approssimazioni e stime laddove non è stato possibile recuperare il dato preciso puntuale.

KG RIFIUTI	
PLASTICA	63.939
CARTA/CARTONE	137.872
IMBALLAGGI MISTI	80.498
LEGNO	14.880
METALLI	4.790
BATTERIE	100.750
APPARECCHIATURE FUORI USO	49.830
COMPONENTI NON SPECIFICATI	95.285
TOTALE KG RIFIUTI PRODOTTI	547.844



## EMISSIONI CO<sub>2</sub>

Il Gruppo è responsabile, in primo luogo, per la rendicontazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> derivanti dall'utilizzo di **autovetture ed autocarri**. Come per gli esercizi precedenti, l'azienda ha monitorato i chilometri percorsi dagli autoveicoli aziendali sia di proprietà che a noleggio. Il conteggio include le autovetture a disposizione dei dipendenti delle aziende Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. e le officine mobili a disposizione dei tecnici della Magris Servizi S.p.A.

Si segnala che in questa rendicontazione sono stati escluse le emissioni prodotte da Bertozzi S.r.l.

Per il monitoraggio degli spostamenti e dei consumi vengono utilizzate **piattaforme online** dei fornitori di carburante che permettono agli utilizzatori di inserire il dato aggiornato del chilometraggio percorso dal proprio veicolo all'occasione del rifornimento.

Si precisa, inoltre, che le emissioni di anidride carbonica si sono ottenute moltiplicando il valore medio delle emissioni delle singole autovetture, riportato sul libretto, per il numero di chilometri percorsi.

Come si evince dalla tabella, i chilometri percorsi nel 2022 risultano in aumento rispetto a quelli percorsi nel 2021.

Il **rapporto Emissioni gCO<sub>2</sub>/Km** risulta in linea rispetto alla serie storica.

Magris S.p.A. - Magris Servizi S.p.A.	2022	2021	2020
Km percorsi	6,7 mln	5,1 mln	4,2 mln
Emissioni g/CO <sub>2</sub>	1.080 mln	842 mln	678 mln
Rapporto gCO <sub>2</sub> /Km	161	166	160
N. veicoli disponibili	158	140	144



## ANALISI DEI CONSUMI DI ENERGIA E GAS

Le principali operazioni del gruppo Magris riguardano il **lavoro d'ufficio** svolto dai propri dipendenti, soprattutto nella sede principale, per cui uno dei principali impatti diretti dell'attività di Magris riguarda il consumo di energia elettrica e gas. Le informazioni predisposte sono riferite a Magris S.p.A., Magris Servizi S.p.A. e Bertozzi S.r.l.

Sede (ENERGIA)	2022	2021	2020
Altidona (FM)	9.875	n/d	n/d
Bari	6.000	n/d	n/d
Carinaro (CE)	6.000	n/d	n/d
Catania	13.222	n/d	n/d
Collecchio (PR)	202.946	230.703	191.999
Montemurlo (PO)	8.197	1.310	n/d
Monterotondo (RM)	39.169	41.154	36.246
Olbia	6.000	n/d	n/d
Padova	78.032	86.349	75.140
Parma	51.861	64.473	53.605
Perugia (PG)	63.083	64.765	62.425
Pomezia (RM)	200.000	n/d	n/d
Villa Carpegna (Roma)	10.000	8.387	18.176
Seriate (BG)	233.462	235.004	299.392
Trofarello (TO)	15.112	10.433	19.178
Fara Olivana (BG)	328.610	412.310	n/d
<b>TOTALE</b>	<b>1.271.569</b>	<b>1.154.888</b>	<b>756.161</b>

Sede (GAS)	2022	2021	2020
Collecchio (PR)	8.741	10.000	9.893
Parma	5.529	6.836	6.049
Perugia	9.013	11.488	9.413
Seriate (BG)	18.621	20.903	16.220
Trofarello (TO)	5.512	6.320	-
<b>TOTALE</b>	<b>47.416</b>	<b>55.547</b>	<b>41.575</b>

### INTENSITA' ENERGETICA

Magris S.p.A. / Magris Servizi S.p.A. / Bertozzi S.r.l.	2022	2021	2020
Intensità energetica	0,75%	0,74%	0,46%
Intensità del gas	0,03%	0,04%	0,03%
Fatturato	<b>168.873.414</b>	<b>156.143.036</b>	<b>163.272.600</b>

Rispetto ai precedenti esercizi sono state incluse tutte le sedi del Gruppo, anche per quelle sedi per cui Magris non è diretto intestatario del consumo. Si è riportato una stima, laddove non si è riusciti a recuperare il dato.

### GHG REPORT

È lo strumento internazionale più utilizzato per il calcolo e la comunicazione della rendicontazione delle emissioni. Il suo obiettivo principale è quello di determinare, misurare, riconoscere e ridurre le emissioni di gas serra nell'atmosfera.

Questo metodo è stato sviluppato dal World Resources Institute e dal World Business Council for Sustainable Development, e permette di misurare le emissioni di tutti i gas serra (CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFCs, PFCs e SF<sub>6</sub>).

Le emissioni vengono suddivise in 3 "scopes":

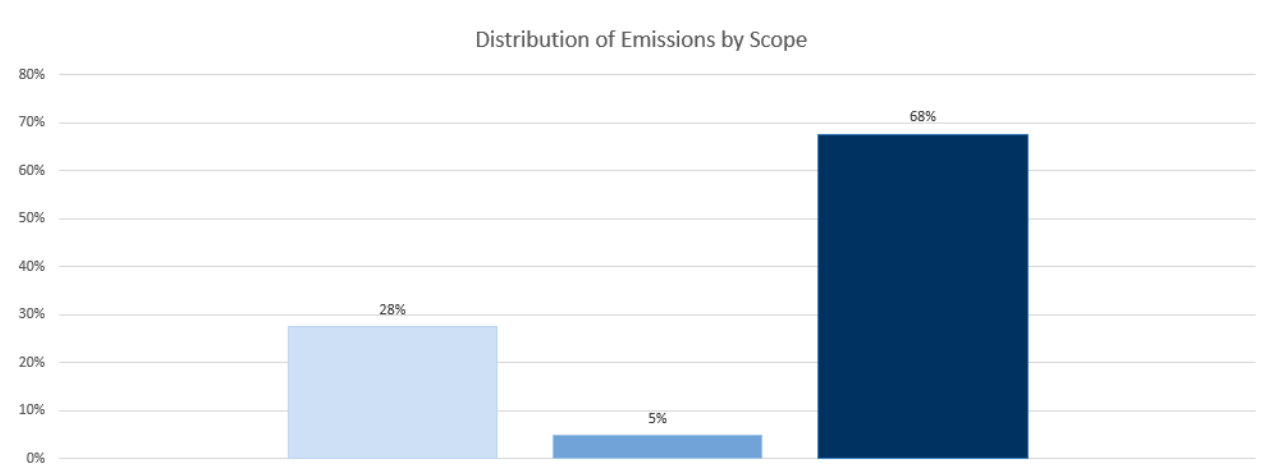
Scope 1: emissioni dirette generate dall'azienda, di proprietà o sotto il controllo dell'azienda.

Scope 2: emissioni indirette generate dall'energia acquistata e utilizzata dall'azienda.

Scope 3: comprende tutte le altre emissioni indirette generate lungo la catena di valore dell'azienda.

Di seguito si riporta rendicontazione delle emissioni prodotte dal gruppo Magris durante l'anno 2022.

Allocation	Emissions by category	[t CO <sub>2</sub> e]	% Share
Scope 1	Heating consumption	95,40	2%
	Fuel consumption in the company	1.182,72	26%
	Gas leakage (refrigerant)	0,00	0%
	<b>Scope 1</b>	<b>1.278,12</b>	<b>28%</b>
Scope 2	Power consumption	219,71	5%
	District heating	0,00	0%
	<b>Scope 2</b>	<b>219,71</b>	<b>5%</b>
Scope 3	Purchased goods and services	257,93	6%
	Production resources / assets	102,86	2%
	Fuel and energy related emissions	13,49	0%
	Waste generation / waste water in the company	12,91	0%
	Business trips	69,96	2%
	Upstream transportation and distribution	2.676,04	58%
	<b>Scope 3</b>	<b>3.133,19</b>	<b>68%</b>
<b>Total</b>		<b>4.631,02</b>	<b>100%</b>



Come si evince dai grafici sopra riportati la maggior parte dell'impatto ambientale di Magris è generato dallo scope 3, riferito quindi a emissioni non direttamente generate da Magris, ed in particolare alle attività di distribuzione logistica.

Tale risultato è coerente rispetto al fatto che in Magris non ci sono processi produttivi, operando principalmente da intermediario nella catena del valore. Le principali azioni a riduzione dell'impatto ambientale devono essere operate a monte, nella catena di fornitura.

Si specifica come, essendo il primo esercizio di rendicontazione delle emissioni GHG, vi siano numerosi aspetti di miglioramento e affinamento dei dati.

In particolare si riporta come all'interno dell'analisi non siano state considerate le emissioni prodotte dai viaggi casa-lavoro dei dipendenti, inoltre, non tutti i partner logistici sono stati inclusi nel dato

delle emissioni generate dalle attività di distribuzione. L'elaborazione dei risultati sopra riportati è ancora incompleta e frutto di diverse stime ed approssimazioni. L'obiettivo è approfondire e affinare sempre di più l'analisi, in modo tale da costruire un vero e proprio benchmark su cui misurare la performance di sostenibilità ambientale del Gruppo.

## CERTIFICAZIONE BREEM-PART 2 DEL PLANT DI FARA OLIVANA

In seguito all'ottenimento della certificazione *BREEAM-PART 1* del polo logistico di Fara Olivana, il gruppo Magris ha ottenuto anche la certificazione *BREEAM-PART 2*, con punteggio *very good*. Questa seconda parte si riferisce alla tematica del **Building Management** che consiste in un'analisi approfondita delle caratteristiche prestazionali intrinseche dell'edificio ed in particolare delle seguenti categorie: *Management, Health and Wellbeing, Energy, Transport, Water, Resources, Resilience, Land Use & Ecology and Pollution*.

La certificazione ottenuta rappresenta un ulteriore passo in avanti e testimonia il costante impegno del Gruppo nel perseguire nuovi obiettivi di sostenibilità ambientale. L'obiettivo successivo è quello di coinvolgere anche l'ultima area di valutazione per ottenere la certificazione *BREEAM-PART 3*, riferita all'*Occupier Management*.





# SOSTENIBILITÀ **SOCIALE**



## PRINCIPI E LINEE GUIDA

I principi fondamentali che il gruppo Magris persegue in ambito di sostenibilità sociale sono esplicitati nel Codice Etico e nel Manuale della Responsabilità sociale. L'impegno per il rispetto di tali valori essenziali è testimoniato anche dal continuo rinnovo negli anni della certificazione SA8000, riguardante proprio l'etica e la responsabilità sociale. Nell'attività di tutti i giorni, il gruppo Magris si pone l'obiettivo di instaurare e mantenere un rapporto positivo con gli stakeholders primari e secondari, lavorando per rispettare alcuni principi essenziali.

### Coinvolgimento Stakeholders

Uno sviluppo sostenibile condiviso presuppone costante coinvolgimento, dialogo e cooperazione: è così che il gruppo Magris è in grado di creare valore aggiunto.

### Tutela occupazionale e retribuzione

Impegno a garantire stabilità e continuità nei rapporti di lavoro con il proprio personale dipendente.

### Diritti dei lavoratori e umani

Il gruppo Magris svolge tutte le attività economiche legate al suo *core business* nel rispetto dei diritti umani e dei lavoratori riconosciuti a livello globale.

### Qualità della vita in azienda

Un'azienda è socialmente responsabile quando garantisce ai propri lavoratori un luogo salubre, sicuro e che assicuri l'attuazione di corrette pratiche di lavoro.

### Valorizzazione dei collaboratori

Il gruppo Magris crede fortemente che dedicare tempo e risorse al proprio capitale umano sia fondamentale per intraprendere un percorso di crescita duraturo e condiviso.

4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ



5 PARITÀ DI GENERE



8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE



17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



## GLOBAL COMPACT

4 ISTRUZIONE  
DI QUALITÀ

## SDG 4

Fornire un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.

Investire nell'educazione e nella formazione di qualità è la base per migliorare la vita delle persone e quindi per contribuire allo sviluppo sostenibile.

## SDG 5

Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne.

Le aziende sono chiamate ad adottare politiche interne e procedimenti che garantiscano gli stessi diritti ed opportunità lavorative alle donne rispetto alla componente maschile e ad investire esternamente in programmi di emancipazione economica per donne e ragazze, incentivando così la crescita economica e lo sviluppo sociale.

5 PARITÀ  
DI GENERE8 LAVORO DIGNITOSO  
E CRESCITA  
ECONOMICA

## SDG 8

Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Le imprese sono lo strumento principale per creare posti di lavoro, ed esse devono garantire condizioni di lavoro dignitose, tanto ai propri dipendenti diretti quanto a quelli impiegati nella catena di fornitura.

## SDG 10

Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni.

Le aziende dovrebbero offrire condizioni lavorative dignitose lungo tutta la catena del valore, soprattutto per i gruppi svantaggiati.

10 RIDURRE LE  
DISUGUAGLIANZE17 PARTNERSHIP  
PER GLI OBIETTIVI

## SDG 17

Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Il settore privato gioca un ruolo chiave nel raggiungimento di questo SDG, attraverso la definizione di alleanze per lo sviluppo sostenibile con il settore pubblico, la società civile, le università e altre imprese, allineando gli obiettivi aziendali all'agenda globale.

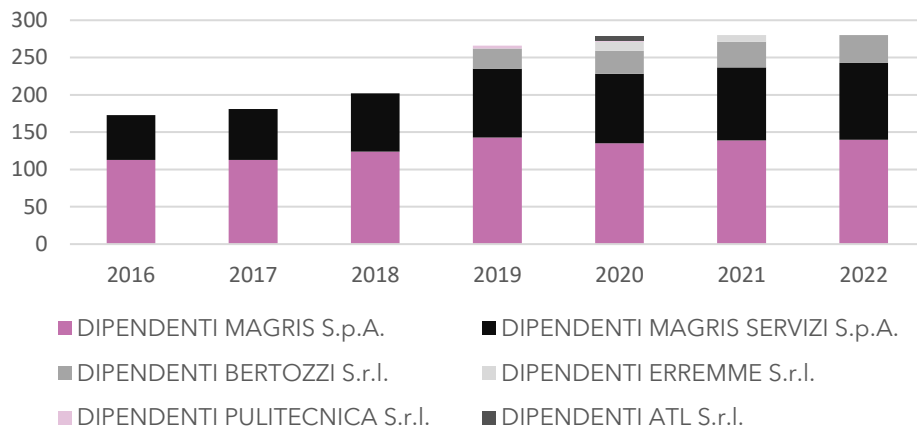
## LA COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

Le **risorse umane** sono uno dei fattori essenziali che consentono di portare avanti gli obiettivi strategici prefissati. Il gruppo Magris investe sul capitale umano con, ad esempio, corsi di formazione professionale che permettono una crescita sia individuale del dipendente che un miglioramento generale dell'azienda.

Analizzando la **forza lavoro** del gruppo Magris, si può osservare una crescita costante ed in linea con gli anni precedenti. Durante l'esercizio 2022, la controllata Erremme S.r.l. è stata incorporata in Magris S.p.A. con i rispettivi dipendenti.

Il numero effettivo della forza lavoro di tutto il Gruppo al 31/12/2022 è di **280 dipendenti**.

Composizione del personale del gruppo  
Magris dal 2016 al 2022



## PARI OPPORTUNITÀ

Una delle caratteristiche che contraddistinguono il gruppo Magris è la forte importanza che riserva al tema delle **pari opportunità**. Questo si evince dalle posizioni occupate da uomini e donne nel Gruppo. I valori rimangono coerenti ed in linea con i report degli anni precedenti.



Dipendenti donne

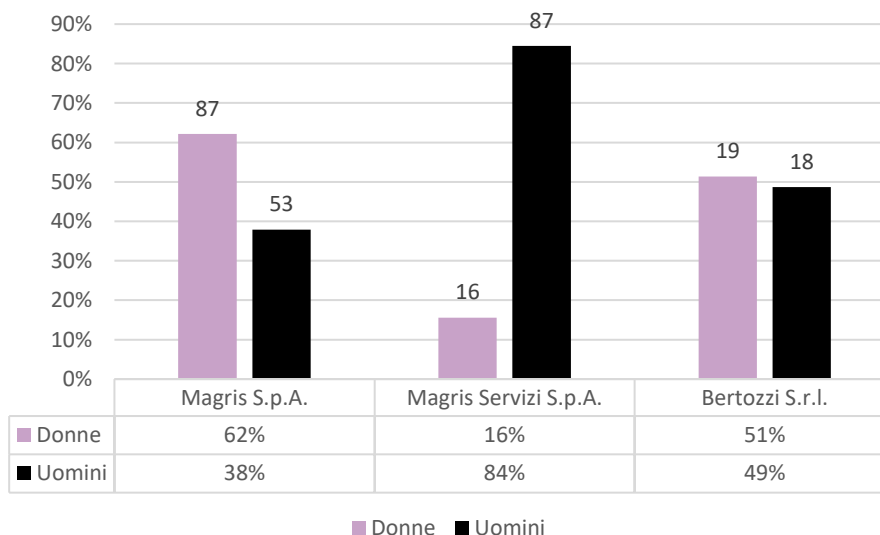
**44%**



Dipendenti uomini

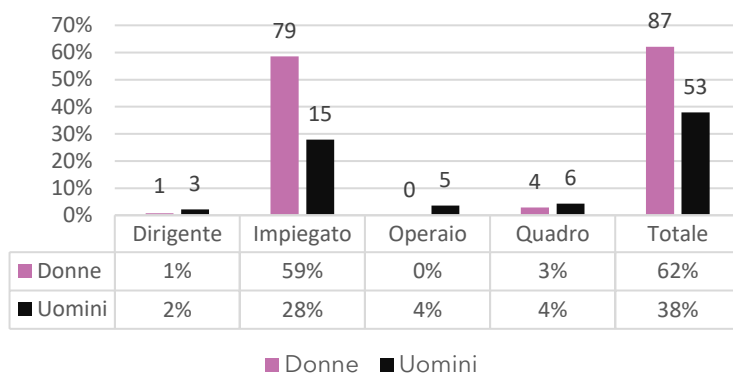
**56%**

In particolare, la suddivisione tra uomini e donne per ogni singola azienda del Gruppo è la seguente:

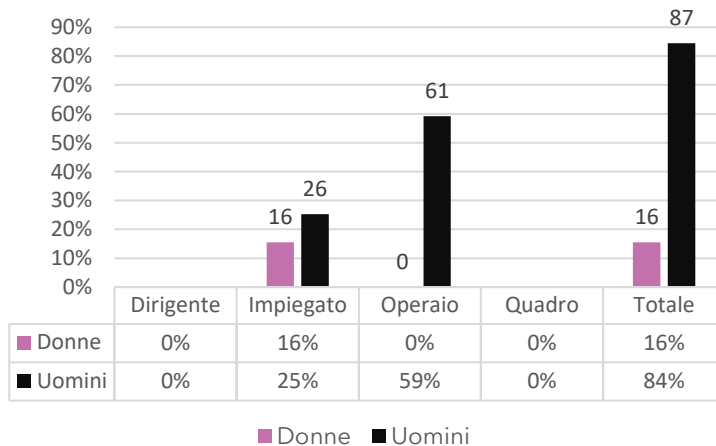


La suddivisione per categoria di inquadramento nelle aziende del Gruppo è la seguente.

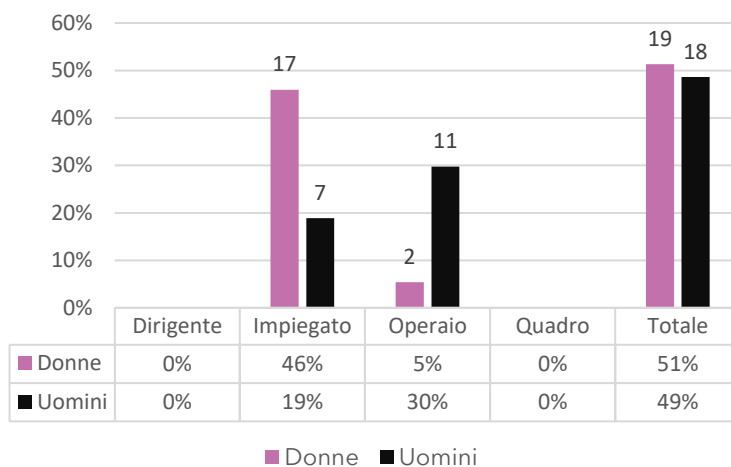
### Magris S.p.A.



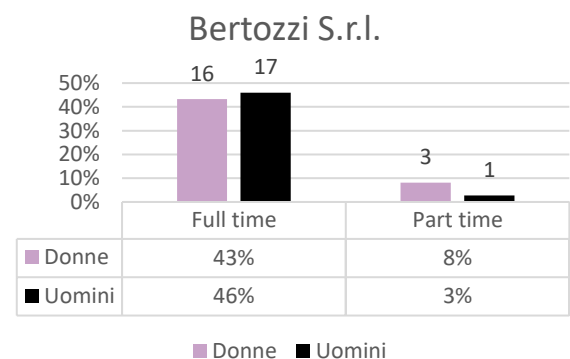
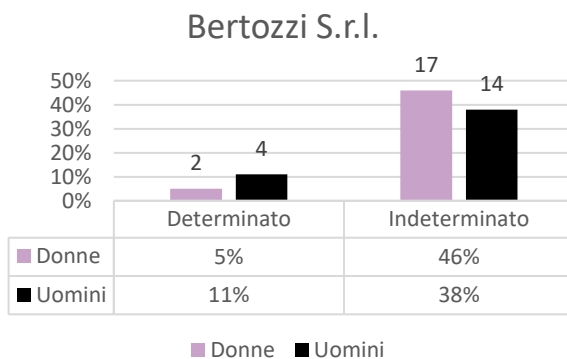
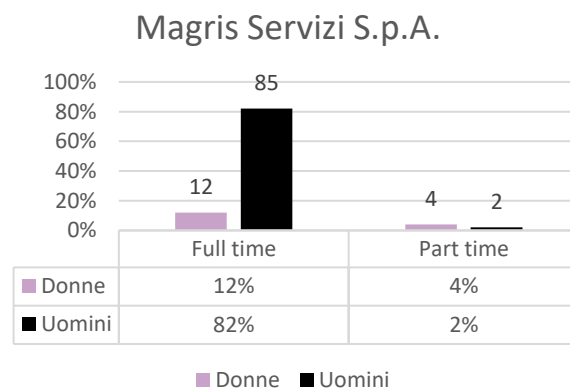
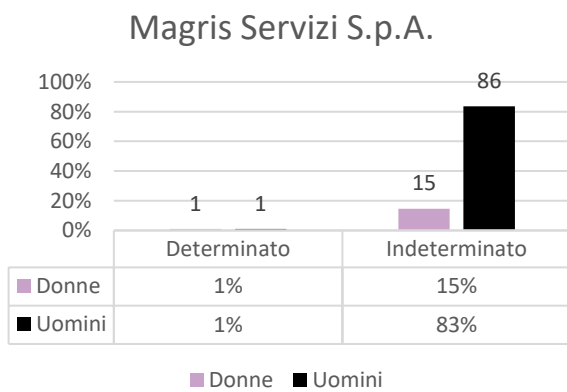
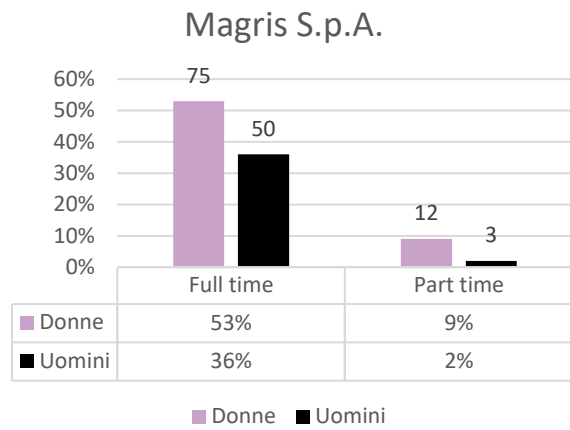
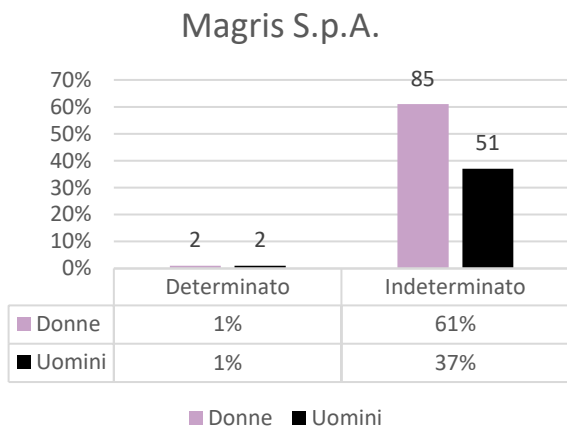
### Magris Servizi S.p.A.



### Bertozzi S.r.l.



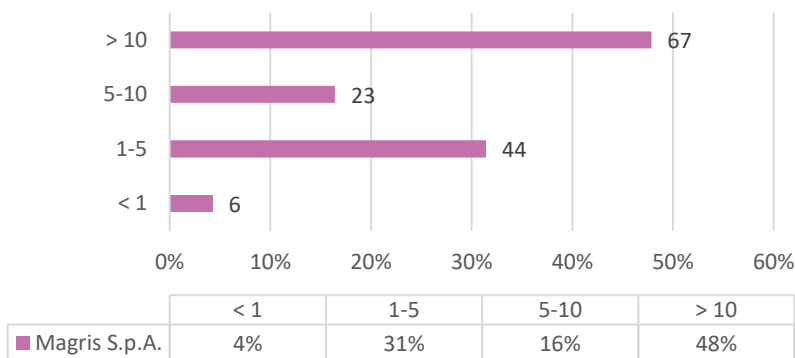
Si sottolinea che il 95% della forza lavoro detiene un **contratto a tempo indeterminato** e che il 91% dei contratti di lavoro sono **full-time**. Questi dati sono lievemente aumentati rispetto all'esercizio precedente a seguito delle trasformazioni della maggior parte dei contratti a tempo determinato del 2021 in indeterminato, a conferma dell'intenzione di Magris di mantenere rapporti di lavoro di lungo termine con i propri dipendenti.



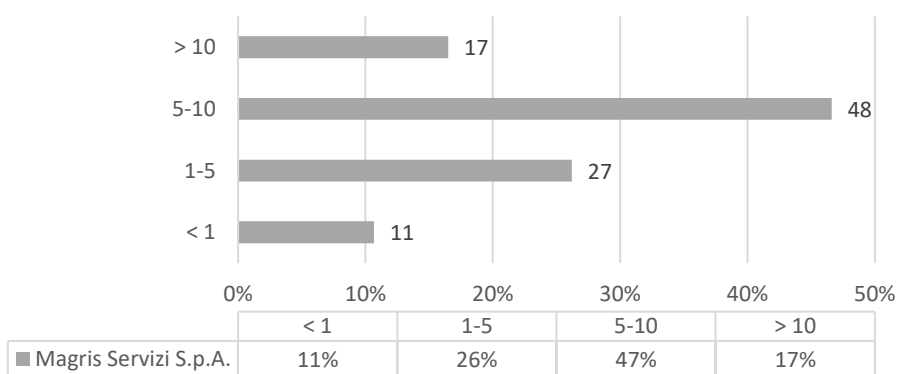
## ANZIANITÀ DI SERVIZIO

Come dettato dalle linee guida fornite dal **GRI 401**, per analizzare l'**anzianità dei dipendenti** si creano quattro fasce temporali misurate in anni: minore di un 1, tra 1 e 5, tra 5 e 10, oltre i 10 anni. Rispetto all'analisi 2021 è presente una **diminuzione generale** dei dipendenti assunti da meno di 1 anno, correlato anche all'aumento dei contratti a tempo indeterminato.

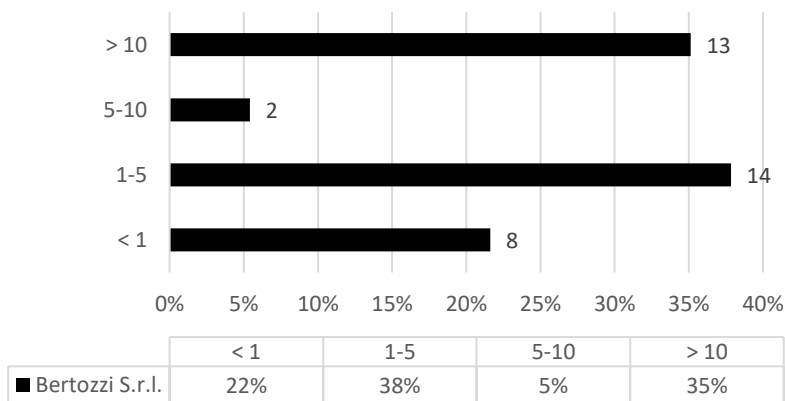
### Magris S.p.A.



### Magris Servizi S.p.A.



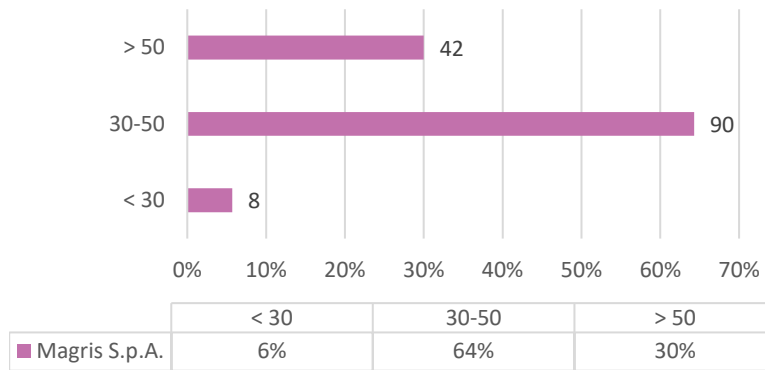
### Bertozzi S.r.l.



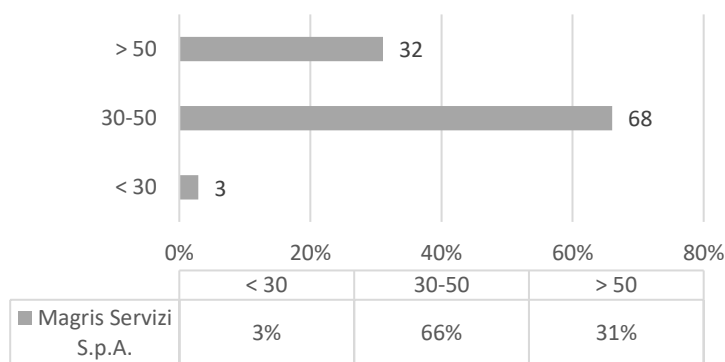
## ETÀ

Osservando sempre l'informativa GRI 401 per quanto riguarda la **suddivisone dell'età** si utilizzano 3 intervalli: under 30, tra 30 e 50 anni e gli over 50. La forza lavoro presentata nel 2022 risulta in linea con gli anni precedenti e sempre con una prevalenza della fascia di età compresa tra i 30 e i 50 anni.

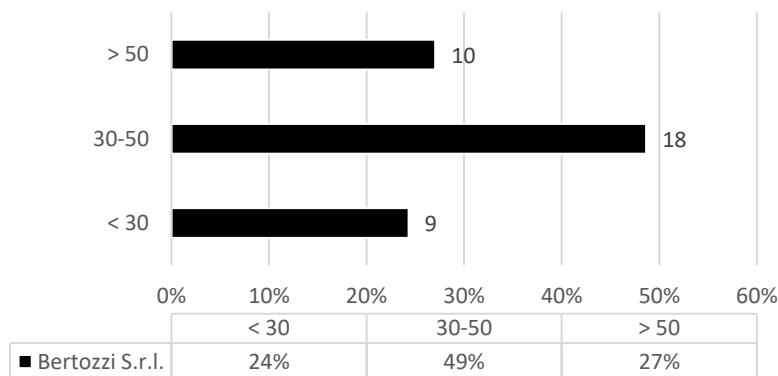
### Magris S.p.A.



### Magris Servizi S.p.A.



### Bertozzi S.r.l.





## LA DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA

L'espansione dei volumi aziendali, nel corso degli anni, è stata accompagnata da uno **sviluppo territoriale** esteso su tutta la penisola italiana. Il Gruppo che fa capo a Magris S.p.A. mantiene il proprio nucleo storico in Lombardia, nella sede Legale di **Seriate** (BG) che conta il maggior numero di dipendenti e la presenza di tutte le funzioni aziendali.

Presso Collecchio, in provincia di Parma, si trova invece la sede di Bertozzi S.r.l.

Il gruppo Magris opera su tutto il territorio italiano.

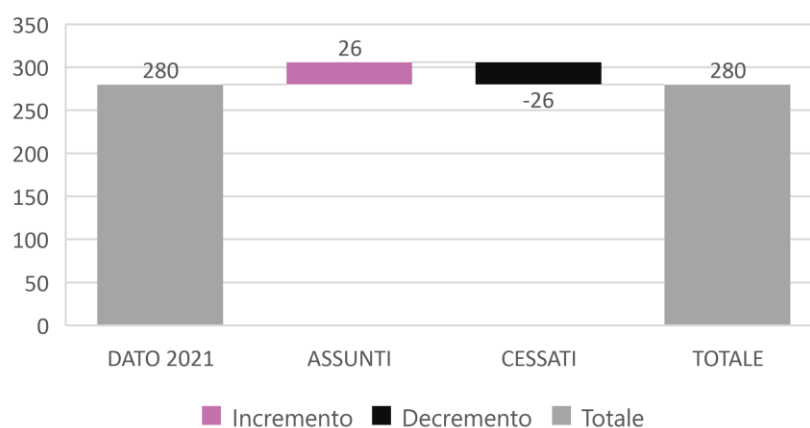


Si riporta la composizione del personale nelle varie sedi del Gruppo.

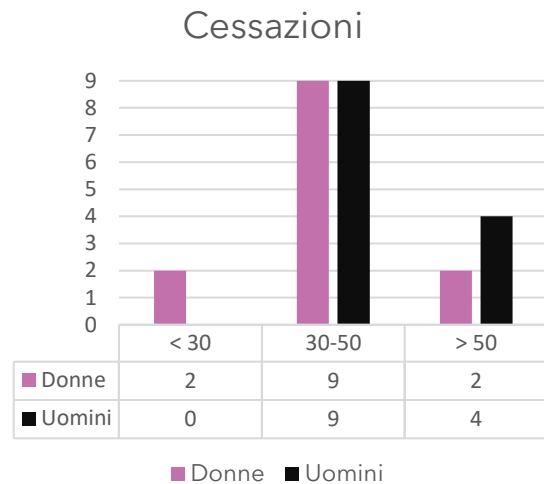
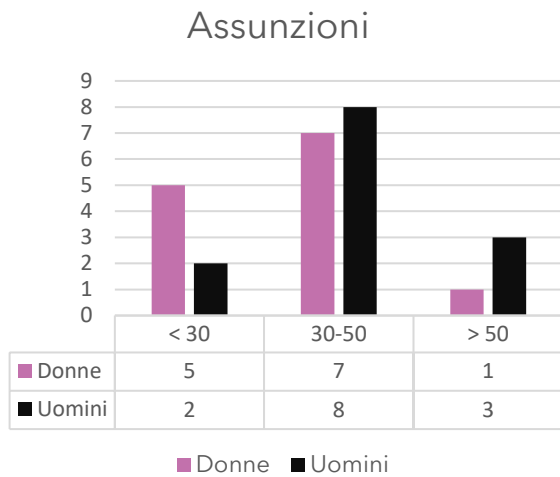
SEDE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Montemurlo	1	1	2
Altidona	0	4	4
Catania	4	10	14
Bolzano	1	2	3
Fara Olivana	0	2	2
Monterotondo	7	21	28
Padova	16	17	33
Parma	3	11	14
Collecchio	19	18	37
Perugia	4	4	8
Villa Carpegna	3	5	8
Seriate	60	48	108
Trofarello	4	15	19
<b>TOTALE</b>	<b>122</b>	<b>158</b>	<b>280</b>

## ASSUNZIONI E CESSAZIONI

Analizzando le assunzioni e le cessazioni registrate durante il 2022, si può notare una situazione in linea con gli anni precedenti. Nell'anno si sono registrate a livello di Gruppo 26 assunzioni e 26 cessazioni. Questo spiega perché il numero totale della forza lavoro non ha subito nessuna variazione dal 2021.



Di seguito si riporta il dettaglio delle assunzioni e delle cessazioni per sesso ed età.



Si riporta inoltre il **tasso di turnover** calcolato seguendo i criteri del GRI 401-1, ovvero rapportando il numero dei dipendenti cessati nell'anno con il totale dei dipendenti. Questo dato ci conferma un costante **basso livello** di questo indicatore. Avere un basso tasso di turnover è un dato molto positivo poiché è significativo delle prospettive di **lavoro stabili e durature** offerte dal gruppo Magris.

TASSO DI TURNOVER	2022	2021	2020
<b>Magris S.p.A.</b>	10,7%	7,9%	8,90%
<b>Magris Servizi S.p.A.</b>	5,8%	7,1%	3,2%
<b>Bertozzi S.r.l.</b>	13,5%	2,9%	9,7%

## ANALISI ORE LAVORATE

In questa analisi si è considerato nel perimetro di rendicontazione Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. È stata esclusa l'azienda Bertozzi S.r.l.

	2022	2021
A) Ore lavorate ordinarie	349.935	342.341
B) Ore lavorate straordinarie	3.512	2.867
<b>Ore lavorate totali (A+B)</b>	<b>353.446</b>	<b>345.208</b>
C) Ore assenza totali	68.174	61.073
D) Ore assenza tasso di assenteismo	14.984	7.881
E) Ore lavorabili	418.108	403.414
<b>Tasso di Assenteismo (D/E)</b>	<b>3,6%</b>	<b>2,0%</b>

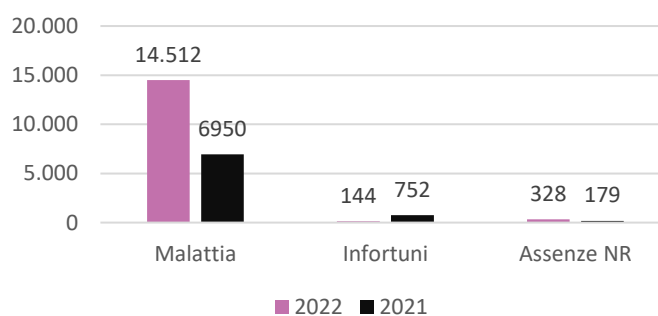
Rispetto all'esercizio 2021, sono aumentate le ore lavorate, così come le ore lavorabili. Le ore di assenza sono aumentate, e così quindi anche il tasso di assenteismo. I valori rimangono comunque in linea con la serie storica.

	2022	2021
A) Ore lavorate ordinarie	349.935	342.341
B) Ore lavorate straordinarie	3.512	2.867
<b>Rapporto (B/A)</b>	<b>1,0%</b>	<b>0,8%</b>

Dai dati sopra riportati emerge una sostanziale stabilità in valore percentuale delle ore straordinarie.

	2022	2021
Ore assenza malattia	14.512	6.950
Ore assenza totali	68.174	61.073
<b>Tasso di assenza per malattia</b>	<b>21,3%</b>	<b>11,4%</b>

### Malattia-Infortunio-Assenze non retribuite

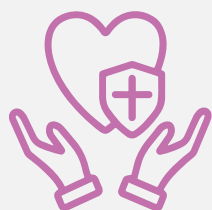


## WELFARE AZIENDALE E COPERTURA SANITARIA INTEGRATIVA



### LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE

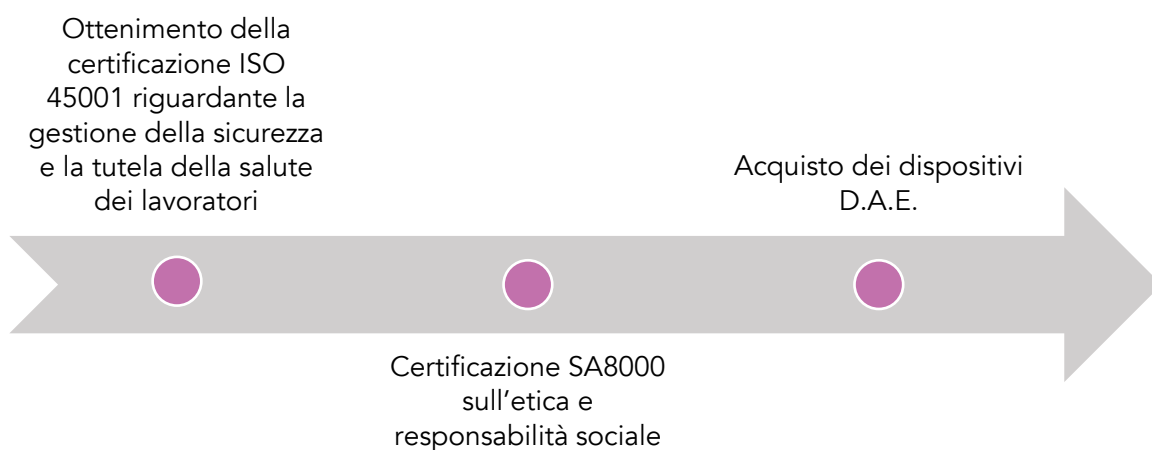
Il gruppo Magris si rapporta con le **organizzazioni sindacali** in modo trasparente, corretto e coerente con le responsabilità assunte e previste dal proprio Codice Etico. La libertà di associazione e di contrattazione collettiva non sono esposte a rischi particolari in alcuna delle attività aziendali.



### SALUTE E SICUREZZA

Il gruppo Magris persegue l'obiettivo di **tutelare la salute e la sicurezza nell'ambiente lavorativo** tramite le norme esposte dal D.lgs. 81/2008.

Osservando questa normativa il Gruppo aggiorna il documento di valutazione dei rischi, fa effettuare visite mediche periodiche dal medico incaricato, delinea un piano emergenziale, distribuisce D.P.I. e infine organizza corsi formativi sulla sicurezza. Un segno tangibile della responsabilità assunta dall'azienda in materia si può trovare negli **investimenti** fatti in merito che sono:



Grazie a tali misure il Gruppo è in grado di prevenire gli incidenti, riducendone al minimo il rischio e, al contempo, di diffondere tra i propri lavoratori una **solida cultura riguardo la sicurezza**. L'azienda non dispone di un elenco specifico di malattie professionali a cui i propri dipendenti sono soggetti.

<b>Magris S.p.A. - Magris Servizi S.p.A. - Bertozzi S.r.l.</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
Ore di formazioni sulla sicurezza	1100	747
N. dipendenti formati sulla sicurezza	124	94

In questa tabella riassuntiva vengono racchiusi tutti i **corsi riferiti alla sicurezza** effettuati in tutte le sedi del Gruppo. Questi corsi si suddividono in: sicurezza generica e specifica, corsi di primo soccorso, sul comportamento in caso di incendio e corsi per l'utilizzo dei dispositivi D.A.E. A questi, sono state aggiunte le giornate dedicate alla formazione e all'aggiornamento di coloro che ricoprono il ruolo di Preposto di RSPP e RLS e infine lavoratori che utilizzano carrelli elevatori.

Nel conteggio delle ore e nel numero di dipendenti non vengono considerati i tirocinanti e gli stagisti.



## INFORTUNI

Nell'anno 2022 si sono registrati **2 casi di infortuni sul lavoro non gravi**.



## DISPOSITIVI D.A.E.

I dispositivi D.A.E. (Defibrillatore Automatico Esterno) sono strumenti salvavita di cui il gruppo Magris si è dotato volontariamente per garantire ai propri dipendenti un elevato livello di prevenzione e sicurezza. Il primo defibrillatore acquistato è stato per la sede centrale di Seriate nel 2016 e col passare degli anni sono stati inseriti nelle varie filiali con minimo 4 dipendenti. Nel 2022 sono presenti **8 dispositivi nelle diverse sedi del Gruppo**.

I dispositivi D.A.E. sono stati posti in luoghi ben visibili e facilmente accessibili, affiancati da locandine dove viene riportato il nome degli addetti abilitati all'utilizzo e gli stessi dipendenti sono stati segnalati alla Croce Rossa Italiana in modo tale da poter intervenire anche in situazioni di emergenze/urgenza al di fuori dell'azienda.



## L'ATTIVITÀ DI FORMAZIONE

I corsi di formazione effettuati all'interno del gruppo Magris hanno sempre generato esiti positivi sia in termini di soddisfazione del dipendente e della società sia in termini di impatto sul lavoro e sull'efficienza operativa di ciascun dipendente. Proprio per questo, il gruppo Magris crede che **investire nella formazione** della forza lavoro sia uno **dei fattori chiave** del proprio successo.

Nel corso del 2022 è stato effettuato un corso riferito alla professionalità dei dipendenti relativo al software gestionale SAP già utilizzato in Magris S.p.A. e che, partire da giugno 2023, verrà utilizzato anche dalla controllata Magris Servizi S.p.A.

	Numero	Ore	Pro capite
<b>Donne</b>	10	128	12,8
<b>Uomini</b>	5	80	16,0
<b>TOTALE</b>	<b>15</b>	<b>208</b>	<b>13,9</b>

Inoltre, nel corso del 2022, sono state erogate 44 ore di corsi di formazione per tecnici e agenti.

## LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDERS

Il gruppo Magris opera all'interno di un contesto di cui fanno parte **vari soggetti portatori di interesse** (stakeholders). Tra questi rientrano fornitori, clienti, dipendenti, concorrenti, finanziatori, azionisti, istituzioni statali e la società in generale. È prioritario mantenere un rapporto positivo e di interazione continua con tutti gli attori che condividono il contesto nel quale l'impresa agisce al fine di garantire vantaggi per tutto il network coinvolto.

## IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDERS SECONDARI

Per quanto riguarda i rapporti con i concorrenti, il Gruppo non registra azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze. Nella gestione del rapporto con i finanziatori e soci il Gruppo si impegna a mantenere il **massimo grado di trasparenza**. In questo campo, altrettanto essenziale è il mantenimento di una **forte struttura finanziaria** e patrimoniale, accompagnata da un monitoraggio costante delle operazioni soggette a rischio. Lo stesso approccio di trasparenza si ritrova nel rapporto con organizzazioni sindacali, partiti politici, comitati e associazioni riferibili ad un partito politico nonché a loro rappresentanti. La società si impegna ad instaurare rapporti di collaborazione con la Pubblica Amministrazione, basati su correttezza e trasparenza. L'obiettivo perseguito è di **contrastare** comportamenti opportunistici e fraudolenti, supportando l'attività di controllo delle autorità pubbliche e della magistratura.



## COLLABORAZIONE CON ISTITUTI SCOLASTICI

Da anni Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. collaborano con gli istituti di istruzione locali attraverso la realizzazione di stage formativi. Questi interessano alunni di **scuole superiori** (istituti tecnici e professionali), **studenti universitari** (lauree triennali e specialistiche prevalentemente della facoltà di economia) e infine ragazzi neolaureati. I tirocini universitari attivati nell'esercizio appena concluso hanno riguardato le attività essenziali come la **contabilità finanziaria** e la **stesura dello stesso report di sostenibilità**. Molti studenti utilizzano l'esperienza in sede per sviluppare il proprio progetto di tesi di laurea.

Il gruppo Magris dedica molta attenzione al tema dei tirocini rivolti agli studenti universitari. L'auspicio della società è quello di offrire **esperienze professionalizzanti** che forniscano ai ragazzi la consapevolezza della realtà aziendale. Inoltre, queste esperienze costituiscono per i giovani coinvolti un assaggio del percorso lavorativo che potranno intraprendere, costituendo così occasione di orientamento in itinere.



## COLLABORAZIONE CON UNIVERSITA' DI BERGAMO

La collaborazione con il mondo dell'università, e in modo particolare con l'Università degli Studi di Bergamo, non si limita all'erogazione di tirocini. Magris S.p.A. partecipa alle iniziative **dell'Internship Day ed ai Laboratori d'Impresa**, una serie di incontri tra aziende e studenti, aventi l'obiettivo di confrontarsi e trovare soluzioni a problematiche aziendali offrendo ai ragazzi l'opportunità di affacciarsi alla complessità di grandi realtà lavorative.



## ASSOCIAZIONE PAOLO BELLI

Un altro impegno che la società continua ad intrattenere nei confronti della comunità locale è rappresentato dai diversi interventi compiuti negli anni a favore dell'Associazione Paolo Belli impegnata nella **lotta contro la leucemia** ed altre patologie. In occasione delle principali festività alcuni dipendenti gestiscono attività istituzionali per Paolo Belli all'interno della struttura aziendale di Seriate. Nel 2022 sono state proposte e vendute ai dipendenti uova di Pasqua, stelle di Natale e biglietti natalizi, il cui ricavato viene **interamente devoluto** alle attività dell'Associazione.



**Associazione Paolo Belli**

Lotta alle Leucemie e altre patologie - ONLUS





### ASSOCIAZIONE LE DONNE DEL TERZO PARADISO

Dal 2018 il Gruppo ogni Natale acquista biscotti natalizi con l'obiettivo di sostenere e aiutare l'Associazione "Le Donne del Terzo Paradiso" di Palazzolo sull'Oglio. Questa Associazione nasce con l'obiettivo di **promuovere il dialogo tra le diverse culture** partendo da momenti di convivenza pacifica e condividendo **saperi tradizionali femminili** dei diversi paesi di provenienza.

Questo impegno è stato confermato anche nel 2022.

### *Le donne del terzo paradiso*



### STAND WITH *Ukraine*



#nowar

MAGRIS

### DONAZIONE UCRAINA

Il gruppo Magris nel corso del 2022 si è impegnato ad inviare cinque bancali di materiali essenziali alla popolazione ucraina colpita dalla guerra.



### I Ragazzi del Borgo

Associazione di Promozione Sociale

### ASSOCIAZIONE I RAGAZZI DEL BORGO

Un'ulteriore iniziativa intrapresa dal Gruppo nel 2022 è stata la donazione di abbigliamento personalizzato (t-shirt, polo e cappellini) all'Associazione "I Ragazzi del Borgo" che propone soluzioni per una reale inclusione sociale di ragazze e ragazzi con autismo.



### SODEXO FOUNDATION

Nel 2022, il gruppo Magris ha preso parte anche a un'iniziativa benefica proposta dalla Fondazione Sodexo che dal 2013 si impegna a difendere i diritti dei bambini, donando materiale per la prima infanzia.



### PARROCCHIA DI FARA OLIVANA

Il Gruppo si impegna anche a promuovere iniziative che si sviluppano nel territorio bergamasco, in cui si colloca la sede centrale. Quest'anno il Gruppo ha partecipato alla donazione di merce (carrelli, secchi, panni, tovaglioli, contenitori pattumiera) alla parrocchia di Fara Olivana.



### KILOMETRO VERDE PARMA

Bertozzi S.r.l. si sta avvicinando sempre di più alle tematiche riguardanti la sostenibilità e ha unito il mondo ambientale con la sfera della sostenibilità sociale aderendo al consorzio KilometroVerdeParma che ha l'obiettivo di **creare aree verdi e boschi a Parma e provincia**, sede dell'azienda. Bertozzi ha aderito nel corso dell'anno 2021 e come primo obiettivo per contribuire a questo progetto ha scelto di piantare alberi da frutto nell'area privata adiacente la ditta e dando ai dipendenti la cura e la possibilità di raccogliere i frutti.

**KILOMETROVERDEPARMA**

Tali azioni si inseriscono nella ferma volontà del Gruppo di conseguire un operato corretto ed in continuo miglioramento, instaurando uno stabile legame di fiducia con i propri stakeholders. Non vi sono state pertanto operazioni con impatti negativi, attuali o potenziali, sulle comunità locali. Allo stesso modo, non si sono registrate attività o comportamenti che abbiano violato i diritti di tali comunità. Non è peraltro pervenuto alcun reclamo in materia di impatti negativi nel corso del presente esercizio.



## I DIRITTI UMANI

Il tema dei diritti umani e del lavoratore è presente nel Codice Etico del gruppo Magris. L'ottenimento della certificazione sull'Etica e Responsabilità Sociale SA8000, la quale richiede la sottoscrizione di un Manuale della responsabilità sociale, è un'ulteriore evidenza dell'importanza che la società attribuisce al principio del rispetto dei diritti umani. A titolo esemplificativo e non esaustivo, il Manuale della responsabilità sociale impone alla società di non utilizzare o favorire l'impiego di lavoro infantile o di giovani lavoratori ancora in obbligo scolastico e di garantire idonee retribuzioni. Nel corso dell'esercizio del 2022 non vi sono stati accordi di investimento che riguardano clausole sui diritti umani.



## I NOSTRI PRINCIPI

Partendo dalla dichiarazione Universale dei Diritti Umani che individua i suoi quattro pilastri fondamentali nei valori di dignità, libertà, uguaglianza e fratellanza, il gruppo Magris si impegna nello svolgimento delle proprie attività a:





**Magris Spa**  
info@magrisgroup.com  
035 4525911