



2019

# BILANCIO SOCIALE

MAGRIS



# INDICE

---

## Lettera agli Stakeholder

## Criteria di redazione del Report di Sostenibilità

### Profilo Societario

L'attività imprenditoriale  
Prodotti e canali di vendita  
La nostra storia  
La struttura del Gruppo  
La governance  
Modello 231  
I valori in cui crediamo  
Le relazioni con gli stakeholder  
La matrice di materialità  
Il rapporto con i fornitori e clienti  
Ecovadis e Inpacs  
Global Compact  
Formazione

### Sostenibilità Economica

Principi e linee guida  
Global Compact in Practice  
I risultati economico-finanziari  
Il valore aggiunto  
Gli investimenti sostenibili

### Sostenibilità Ambientale

Principi e linee guida  
Global Compact in Practice  
La filosofia "IAMGREEN"  
Il catalogo "#IAMGREEN"  
Il catalogo "Easy-It"  
Linea "Clean and Clever"  
Le soluzioni ecosostenibili  
Analisi sui prodotti ecosostenibili  
Gli impatti ambientali  
Gli investimenti ecosostenibili

### Sostenibilità Sociale

Principi e linee guida  
Global Compact in Practice  
La composizione del personale  
Creare lavoro: assunzioni e cessazioni  
Analisi delle ore lavorate  
La salute e la sicurezza sul lavoro  
L'attività di formazione  
Le relazioni con gli stakeholder  
I diritti umani

### GRI Standards

## Sede in Via Pastrengo snc - 24068 Seriate (BG) – Italia

Capitale sociale euro 20.000.000,00 interamente sottoscritto e versato Registro delle imprese di Bergamo n. 01627080169 - REA di Bergamo n. 224230

Codice Fiscale e Partita Iva n. 01627080169



## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

---

Anche per l'esercizio 2019, Magris S.p.A. ha redatto il Report di Sostenibilità. Questo documento rappresenta prima di tutto un'occasione per presentarVi la realtà aziendale e verificare i progressi compiuti nel progetto di sostenibilità. In continuazione con gli esercizi precedenti, la società rendiconta il proprio impegno in termini ambientali, economici e sociali.

La necessità di creare e diffondere una cultura improntata alla sostenibilità è stata avvertita, mai come in passato, durante l'esercizio 2019, da parte di giovani, istituzioni politiche e società civile. Tematiche quali inquinamento, cambiamenti climatici, riscaldamento globale necessitano l'impegno di tutti e, soprattutto, degli attori economici.

Di fronte al costante aumento dei rifiuti negli oceani e nei mari e ai danni che ne conseguono, in data 2 luglio 2019, il Parlamento e il Consiglio Europeo hanno emanato la **Direttiva (UE) 2019/904**, che vieta l'utilizzo di alcuni prodotti in plastica monouso, al fine di promuovere un modello di economia circolare. Gli stati membri dovranno adeguarsi a tale direttiva entro luglio 2021.

La categoria della plastica monouso è per Magris S.p.A. una delle principali linee di prodotto vendute, pertanto, l'azienda recependo la direttiva comunitaria e adottando un approccio proattivo nell'individuazione e risoluzione delle problematiche ambientali, sta verificando e studiando materiali e tipologie di prodotti che siano ad elevato standard di sostenibilità, per fare in modo di anticipare i prossimi cambiamenti del mercato e del contesto legislativo.

Nell'affrontare i temi di Corporate Social Responsibility, Magris S.p.A. si impegna a coinvolgere i propri clienti e fornitori in un percorso di continua crescita e miglioramento, volto a ridurre i propri impatti ambientali. Pertanto, con la collaborazione dei principali fornitori strategici, Magris S.p.A. è costantemente impegnata nel trovare nuove soluzioni per garantire un utilizzo responsabile delle risorse.

Durante l'anno 2019, Magris S.p.A. ha elaborato il **Modello 231**: un "Modello di organizzazione, gestione e controllo" introdotto dal D.lgs. 231/2001, che oltre ad essere una guida per tutti i dipendenti, fornendo linee di condotta chiare, definisce anche le misure per assicurare la prevenzione della commissione di reati. Tale Modello entrerà in vigore a partire dall'esercizio 2020.

Importante novità dell'anno 2019 è l'adesione al United Nations Global Compact, di cui si parlerà diffusamente nel proseguo del documento. 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. A tal proposito siamo lieti di confermare che Magris S.p.A. riafferma il suo supporto ai **Dieci Principi del Global Compact** delle Nazioni Unite nelle aree dei Diritti Umani, Ambiente, Lavoro e Anticorruzione. Nei capitoli successivi del documento verranno riportate le azioni della società volte al continuo miglioramento dell'integrazione del Global Compact e dei suoi Dieci Principi nella strategia, cultura e operatività quotidiana dell'azienda. Magris S.p.A. si impegna, inoltre, a condividere queste informazioni con gli stakeholder attraverso i canali primari di comunicazione.

Consci che molti progressi possano essere ancora realizzati, riteniamo che ogni esercizio rappresenti un'opportunità per definire sempre nuovi traguardi da raggiungere, cercando di integrare sempre più criteri di sostenibilità nelle strategie aziendali.

Per il Consiglio di Amministrazione,

**Umberto Magris**

Presidente e Amministratore Delegato

**Francesco Pellicoli**

Amministratore Delegato

## CRITERI DI REDAZIONE DEL BILANCIO SOCIALE

---

**Il Report di Sostenibilità di Magris S.p.A. è stato redatto con l'obiettivo di riportare informazioni chiare e comprensibili a tutte le categorie di stakeholder. Quanto descritto all'interno del Report rispecchia in modo veritiero l'attuale sviluppo in azienda dei temi legati alla sostenibilità.**

I dati esposti si riferiscono all'esercizio 2019 con un'eventuale comparazione, ove possibile, con i dati registrati nell'anno precedente, in modo da evidenziare i progressi compiuti o gli aspetti ancora da migliorare. Nel corso dell'elaborato si darà spiegazione dei criteri adottati. Non ci sono state modifiche nelle finalità e negli aspetti rilevanti.

Il Report è suddiviso in 3 aree, oltre ad un capitolo introduttivo generale che descrive il "Profilo Societario": "Sostenibilità Economica", "Sostenibilità Ambientale" e "Sostenibilità Sociale". Questa suddivisione è legata al principio della "**Triple Bottom Line**", principio alla base della responsabilità sociale d'impresa secondo cui le strategie aziendali devono perseguire simultaneamente tre obiettivi: sviluppo sociale, qualità ambientale e prosperità economica.

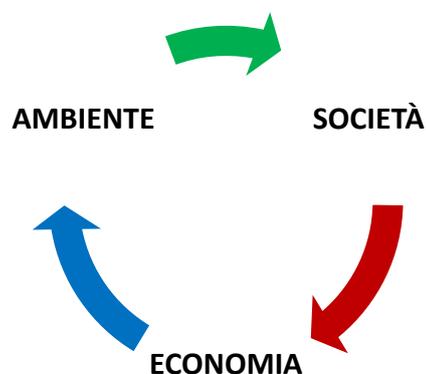
Il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core, modalità già adottata nel 2018 per la redazione del Report di Sostenibilità. Inoltre si riporta come, per l'esercizio 2019, siano stati riesaminati gli indicatori del GRI, analizzando nel dettaglio standard dopo standard, per valutarne l'effettiva aderenza e per accrescere il livello d'integrità ed adeguatezza del Report.

La scelta di redigere il Report di Sostenibilità secondo le linee guida standard risponde alla finalità di rendicontare in modo completo tutti gli aspetti rilevanti in tema di sostenibilità e di permettere una comparazione del Report stesso.

Le GRI Sustainability Reporting Standards rappresentano la versione più aggiornata degli originali parametri sviluppati dal GRI. Il sistema, più in particolare, individua **3 standard universali** e **3 standard specifici** per ciascuna delle tre dimensioni fondamentali della sostenibilità.

Anche per quest'anno, il Gruppo ha deciso di continuare la rendicontazione, mediante apposito report separato, della società Magris Servizi S.p.A, società controllata al 100% da Magris S.p.A. Nella stesura di tale report si sono riportate, volutamente, specifiche informazioni relative a quest'ultima società, proprio per evitare la ripetizione di informazioni comuni a entrambe le aziende appartenenti allo stesso Gruppo.

Il presente Report si riferisce ai risultati ottenuti dalla società Magris S.p.A., capogruppo del Gruppo Magris, la cui struttura verrà descritta nel dettaglio in un paragrafo appositamente dedicato. Non è stata effettuata l'assurance esterna del documento.







# PROFILO SOCIETARIO



## ATTIVITA' IMPRENDITORIALE

**Il Gruppo Magris è il Leader Italiano nella distribuzione di soluzioni per il *Cleaning* professionale. Si rimanda ai prossimi capitoli per una spiegazione dettagliata della struttura del gruppo.**

Magris S.p.A. si occupa della vendita di prodotti e attrezzature per la pulizia professionale, prodotti per la ristorazione e linee cortesia per gli ospiti. Un importante fattore di successo per l'impresa è dato da un'ampia ed omogenea distribuzione di piattaforme logistiche e commerciali sul territorio nazionale.



**16 FILIALI SUL TERRITORIO**



**SEDE LEGALE**

**A SERIATE**



**IN CRESCITA DAL 2008**



Sono ben 16 le filiali di Magris S.p.A. distribuite in 4 aree identificabili: nord, centro, sud e isole. Tra queste va sottolineata la sede principale nonché storica di **Seriate**, dotata delle principali funzioni aziendali che coordinano l'operato delle altre sedi del territorio nazionale. L'espansione dell'azienda nel suo complesso e la valorizzazione del marchio sono il risultato di una visione strategica coerente posta in essere tramite programmi d'azione specifici e vincenti.

### **MISSION AZIENDALE:**

***"Magris supporta il tuo business fornendo soluzioni per garantire un ambiente pulito e sano e migliorare la soddisfazione dei tuoi clienti, dipendenti, studenti o pazienti"***. Il Gruppo Magris si propone come punto di riferimento italiano nel recepire le esigenze dei clienti e nel consigliare le migliori soluzioni nel settore del *cleaning* con l'obiettivo ultimo di semplificare il lavoro dei propri acquirenti.

### **RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI:**

Magris S.p.A. ha chiuso i suoi ultimi esercizi in utile, oltre ad un fatturato in continuo aumento che ha portato a una crescita del 60% negli ultimi cinque anni. Per mantenere questo trend positivo, la società, nel corso dell'esercizio 2019, ha continuato la strategia di crescita per linee esterne, attraverso una serie di operazioni straordinarie, di cui si parlerà nei successivi capitoli.

Da rilevare per l'esercizio 2019 sono anche gli ingenti investimenti effettuati in tema di innovazione tecnologica, risorse umane e infrastrutture. Tali investimenti rispondono alla necessità di sostenere la crescita dei volumi aziendali con una struttura il più possibile performante e all'avanguardia.

## PRODOTTI E CANALI DI VENDITA

Carta, detersivi, monouso e plastica sono le principali linee di prodotto commercializzate da Magris S.p.A.



Esse rappresentano infatti circa il **68%** del fatturato aziendale. Le percentuali registrate nell'esercizio 2019 sono in linea con quelle rilevate nel 2018.

Linee di prodotto	2019	2018
<b>Carta</b>	26,1%	24,6%
<b>Detersivi</b>	25,6%	24,8%
<b>Monouso e Plastica</b>	16,4%	17,4%
<b>Sacchi</b>	10,3%	10,3%
<b>Attrezzature</b>	7,3%	5,9%
<b>Panni-Spugne-Fibre-Strofinacci</b>	3,8%	3,6%
<b>Materiale Vario</b>	3,2%	4,8%
<b>Macchine</b>	2,2%	3,5%
<b>Altri</b>	5,0%	5,1%

Si rileva infine che Magris S.p.A. **non** commercializza prodotti o servizi contrari alle disposizioni legali in essere.

Canali di vendita	2019	2018
<b>Imprese di servizi e pulizia</b>	41,3%	39,6%
<b>Ristorazione collettiva</b>	18,5%	20,0%
<b>HO.RE.CA.</b>	14,4%	14,8%
<b>Terziario + G.D.O.</b>	11,5%	14,0%
<b>Case di Riposo</b>	3,8%	3,3%
<b>Industria</b>	2,7%	2,4%
<b>Sanità pubblica e privata</b>	2,5%	2,5%
<b>Scuole-Comuni-Altri Enti</b>	0,8%	0,7%
<b>Altri</b>	4,5%	2,7%

Considerando i canali di vendita dall'azienda, i più importanti in termini di incidenza sul fatturato sono costituiti da imprese di servizi/pulizia, ristorazione collettiva e il canale Ho.Re.Ca. Da evidenziare, rispetto all'anno precedente, un aumento della categoria "Altri". Questo è dovuto, in particolare, alle recenti incorporazioni d'azienda effettuate da Magris S.p.A., per cui il processo d'integrazione dei dati presenti nei sistemi informativi è attualmente ancora in corso.



## LA NOSTRA STORIA

Le origini del Gruppo Magris risalgono all'anno 1963, anno in cui il fondatore Giuseppe Magris avvia l'attività di commercializzazione del detergente "Teepol", caratterizzato da un'universale biodegradabilità. L'anno 1976 è un anno fondamentale, in quanto segna l'avvio di uno sviluppo costante che parte da un'espansione oltre la provincia di Bergamo e la Lombardia, arrivando a coprire tutto il territorio nazionale.

La crescita che Magris S.p.A. sta compiendo rispetta e promuove criteri di sostenibilità economica, ambientale e sociale. Attraverso la diffusione di principi e valori etici all'interno del Gruppo Magris, l'azienda intende realizzare un modello di impresa sostenibile, pur nella complessità ed incertezza del contesto globale.

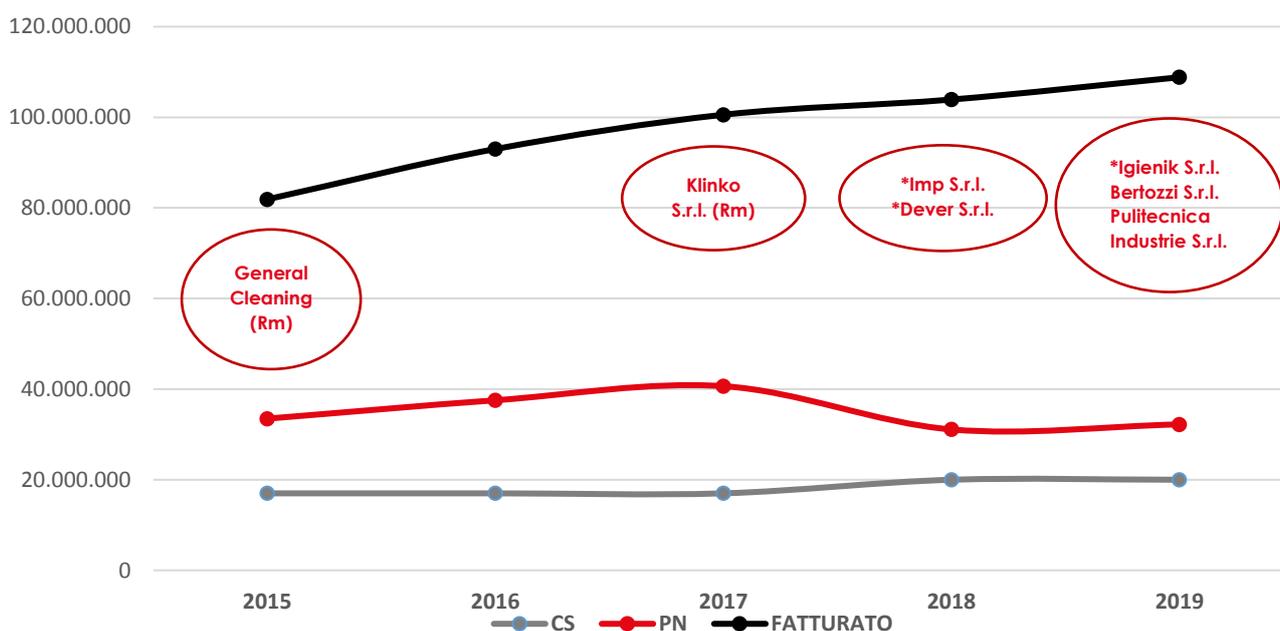
Il percorso di **espansione aziendale** pone le sue basi con la trasformazione da società di persone a società di capitali avvenuta nel 2001. Gli anni a seguire sono caratterizzati da una serie di acquisizioni di aziende minori operanti in diverse province italiane che permettono a Magris S.p.A. di intensificare la sua presenza sul territorio nazionale.

Allo stesso tempo vi è il focus sull'innovazione tecnologica, il miglioramento dei processi aziendali e gli investimenti sulle persone. In particolare, sono stati effettuati degli investimenti in software di business intelligence, in corsi di formazione per il personale oltre ad una costante attenzione allo sviluppo di soluzioni che

contribuiscono al raggiungimento di una maggiore efficienza operativa.

Nell'esercizio 2019, il Gruppo ha strategicamente rinforzato la sua presenza nel territorio Padovano integrando il ramo commerciale di Dever S.r.l., azienda volta alla commercializzazione di prodotti, attrezzature e macchinari per la pulizia professionale, oltre che attività di noleggio e assistenza tecnica. Nell'aprile 2019, inoltre, Magris S.p.A. ha concluso l'acquisizione del ramo commerciale dell'azienda Igienik S.r.l., nel settembre dello stesso anno ha perfezionato l'acquisizione della società Bertozzi S.r.l. (90%) ed in dicembre della società Pulitecnica Industrie S.r.l. (100%).

Nel grafico sottostante viene riportato l'andamento del **capitale sociale, patrimonio netto e fatturato** dal 2015 al 2019, con indicazione delle acquisizioni effettuate in tali esercizi (l'asterisco indica che l'acquisizione si riferisce solo al ramo d'azienda).



## LA STRUTTURA DEL GRUPPO

Al 31/12/2019 il Gruppo Magris vede Magris S.p.A. controllare le società Magris Servizi S.p.A., Bertozzi S.r.l. e Pulitecnica Industrie S.r.l.

### L'ESPANSIONE AZIENDALE:

Nel corso dell'esercizio 2019 è stata perfezionata l'acquisizione del ramo d'azienda di **Dever S.r.l.** L'atto di acquisto è avvenuto in data 22/12/2018, con effetti a far data dal 01/01/2019. Ad aprile 2019, Magris S.p.A. ha concluso l'acquisizione del ramo commerciale dell'azienda **Igienik S.r.l.**, operante nel settore del *cleaning* professionale da 20 anni nella zona della Lombardia, distinguendosi per la qualità del servizio offerto ai propri clienti.

L'espansione del Gruppo Magris è continuata con l'acquisizione, nel settembre 2019, della società **Bertozzi S.r.l.** L'atto di acquisto, del 90% delle quote, è avvenuto in data 18/09/2019 con iscrizione presso il registro delle imprese a Bergamo il 27/09/2019 (con atto a rogito Notaio Giovanni Vacirca Repertorio n°161035/71672). L'acquisizione di Bertozzi S.r.l., motivata dall'individuazione da parte del management aziendale di numerosi benefici economici derivanti da aspetti sinergici, commerciali ed economie di scala, ha determinato un importante investimento per Magris S.p.A.

Bertozzi S.r.l. offre alla propria clientela dispositivi di protezione individuale (DPI), riuscendo, attraverso il continuo e costante aggiornamento, a fornire le risposte più avanzate a qualsiasi esigenza di protezione richiesta. Inoltre l'azienda, pone grande attenzione, alla commercializzazione di prodotti per l'igiene, wellness & beauty, abbigliamento promozionale e per il lavoro.

Sempre nel 2019 Magris S.p.A. ha portato a termine l'acquisizione dell'azienda **Pulitecnica Industrie S.r.l.** operante nel settore della pulizia professionale da oltre 30 anni su tutto il territorio nazionale. L'atto di acquisto è avvenuto in data 19/12/2019 con iscrizione presso il registro delle imprese a Bergamo il 07/01/2020, (con atto a rogito Notaio Giovanni Vacirca Repertorio n°162048/72487).



### MAXI CENTRO LOGISTICO LUNGO LA BREBEMI:

Il 22/12/2018 è stato definito un progetto, per un investimento pari a 13 milioni di euro, per la costruzione di un polo logistico nazionale, presso Fara Olivana, a due chilometri dal casello della **Brebemi** di Romano di Lombardia. Il 2019 ha visto il Gruppo Magris impegnato nei lavori edili di completamento del nuovo capannone aziendale, durante i quali si è cercato di implementare le più innovative soluzioni di risparmio ed efficientamento energetico.



## LA GOVERNANCE

Il sistema di governance adottato da Magris S.p.A. è di tipo tradizionale. Il Consiglio di Amministrazione è eletto dall'Assemblea dei Soci e si occupa della gestione e amministrazione dell'azienda. L'Assemblea dei Soci ha il compito di eleggere il Consiglio di Amministrazione e approvare il Bilancio mentre il Collegio Sindacale vigila e controlla la correttezza e la diligenza dell'agire degli Amministratori; il Revisore Legale è, infine, incaricato del controllo legale dei conti.

Il consiglio di Amministrazione si è riunito 4 volte nell'esercizio 2019. Gli amministratori che compongono il CDA sono tutti uomini e cittadini italiani.

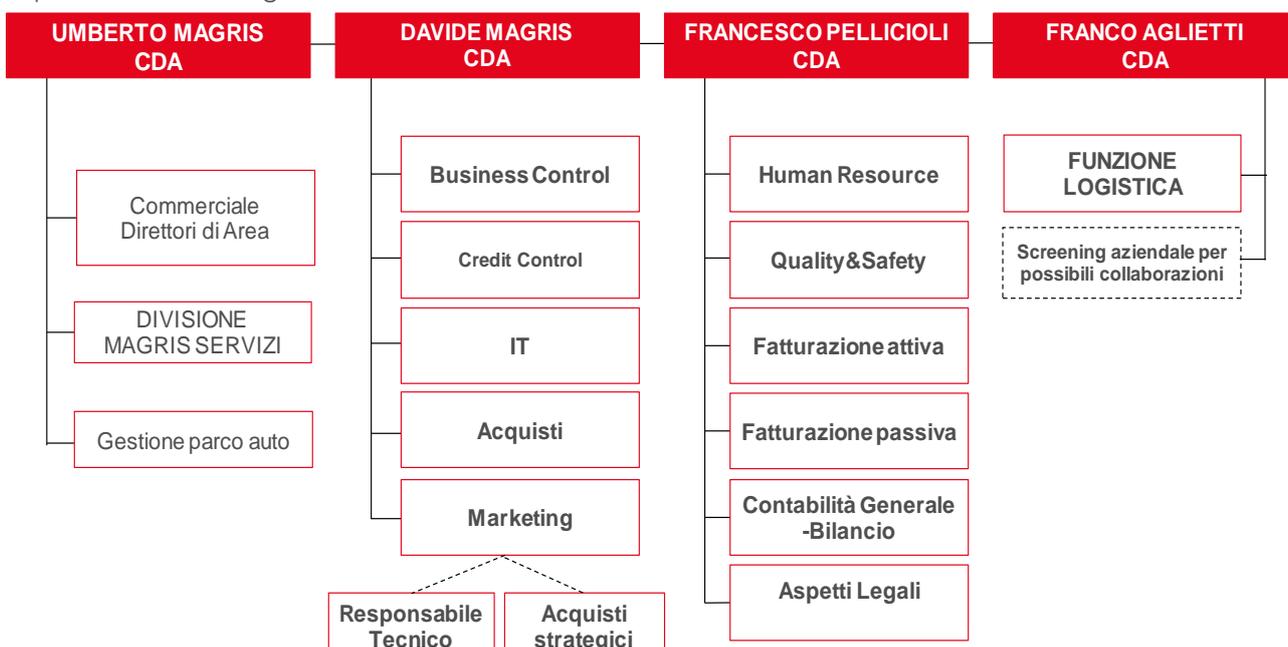
### ORGANIGRAMMA:

Di seguito si riporta l'organigramma riferito al Gruppo Magris (Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A.) Ogni divisione è presieduta da un responsabile avente il ruolo di coordinamento e di riferimento per le varie funzioni aziendali di cui si compone la divisione stessa.

La governance dell'impresa è volta a una corretta individuazione dei rischi aziendali e a una loro efficace gestione. Magris S.p.A. si fa carico di tutte le fasi di questo processo: identificazione dei principali rischi, prevenzione attraverso opportuni provvedimenti, monitoraggio e gestione. In tal modo è possibile tenere sotto controllo eventi che potrebbero incidere sul raggiungimento degli obiettivi fissati dal management aziendale. Si rinvia alla relazione sulla gestione per quanto riguarda altri aspetti connessi alla gestione dei rischi.

Le decisioni relativamente a temi economici, ambientali e sociali vengono prese dai membri del Consiglio di Amministrazione, in particolare dal Presidente del Consiglio di Amministrazione e dall'Amministratore Delegato che entrambi possiedono disgiuntamente tutti i poteri di gestione che lo statuto o la legge non conferiscono al Consiglio di Amministrazione 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 si riferiscono ai membri del Cda.

Lo sviluppo dei temi sociali, ambientali ed economici avviene formalmente nei Consigli di Amministrazione, in cui viene discusso con periodicità trimestrale l'andamento della società dal punto di vista economico-finanziario e i progressi in tema di sostenibilità. Il presente documento viene inoltre presentato nell'annuale Assemblea dei Soci per l'approvazione del Bilancio d'Esercizio.



## MODELLO 231

---

Magris S.p.A. ha deciso di adottare, a partire dal 1 Gennaio 2020, il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** (Modello 231) che, insieme al Codice Etico, costituisce un set di linee guida, principi etici e di comportamento e rappresenta un valido strumento di sensibilizzazione dei propri dipendenti e degli altri soggetti alla stessa legati.

L'azienda a partire dal 2020, adotterà un piano di formazione professionale volto ad incentivare il mantenimento di un comportamento congruo con quanto definito nel Modello 231, inoltre vi sarà l'adozione di un Organo di Vigilanza incaricato di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello stesso. A tal fine, Magris S.p.A. si propone, con l'adozione del Modello, di conseguire il pieno e consapevole rispetto dei principi su cui lo stesso si fonda, così da impedirne l'**elusione fraudolenta**, e, nel contempo, contrastare fortemente tutte quelle condotte che siano contrarie alle disposizioni di legge ed al Codice Etico di Magris S.p.A.



Il Modello Organizzativo 231 definisce altresì l'iter procedurale al fine di individuare e segnalare tempestivamente criticità di comportamenti non etici o illegali. Tutti i destinatari del modello hanno l'obbligo di segnalare tempestivamente all'OdV le seguenti informazioni:

- La commissione, il tentativo di commissione o il ragionevole pericolo di commissione dei reati previsti dal Decreto;
- Eventuali presunte violazioni alle modalità comportamentali ed operative definite nel Codice Etico, nel Modello e/o nel corpo normativo aziendale, di cui siano direttamente o indirettamente venuti a conoscenza;
- In ogni caso, qualsiasi atto, fatto, evento o omissione rilevato o osservato nell'esercizio delle responsabilità e dei compiti assegnati, con profilo di criticità rispetto alle norme del Decreto;
- Osservazioni sull'adeguatezza del sistema di controllo;
- Qualsiasi eccezione comportamentale o qualsiasi evento inusuale indicando le ragioni delle difformità e dando atto del diverso processo seguito.

## I VALORI IN CUI CREDIAMO

Magris S.p.A. crede fortemente che una società, nello svolgimento della sua attività, debba seguire una serie di principi guida che definiscano la direzione della stessa. Per questo motivo, l'azienda stila volontariamente e adotta il proprio *Codice Etico*, il quale, attraverso la *carta dei valori*, elenca quella serie di principi cui l'organizzazione e le persone che la compongono devono attenersi.

I principali valori aziendali sono:

### CENTRALITÀ DEL CLIENTE:

Magris S.p.A. costruisce con i propri clienti alleanze solide e durature, analizzando a fondo le loro esigenze 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 un 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:

Il vero patrimonio di Magris S.p.A. è la motivazione delle persone che viene 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.

A livello complementare, l'azienda è dotata di un Manuale della Responsabilità Sociale che, coerentemente con il Codice Etico, definisce alcuni principi che l'azienda si impegna a rispettare. Ad esempio, oltre al rispetto degli obblighi di legge la società si impegna ad utilizzare e mantenere un Sistema di Gestione di Responsabilità Sociale.

### CERTIFICAZIONI:

Magris S.p.A. ha ottenuto una serie di certificazioni a dimostrazione dell'attenzione e degli sforzi intrapresi in tema di sostenibilità. Le certificazioni finora ottenute sono: **OHSAS 18001**, **ISO 14001**, **SA 8000** e **ISO 9001**, cui si accompagna il costante impegno per il rinnovo continuativo tramite audit di soggetti terzi.



ORGANIZZAZIONE CON SISTEMA DI GESTIONE CERTIFICATO ISO 9001:2015 DA QUALITY ITALIA S.r.l.

Il canale di comunicazione attraverso il quale l'azienda interagisce con tutte le categorie di stakeholder è proprio il Report di Sostenibilità. Dal 2013 Magris S.p.A. adotta tale strumento e si impegna a migliorarlo costantemente, redigendolo secondo le linee guida definite dal GRI.

## LE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

Il successo di Magris S.p.A. è frutto di una costante attenzione e considerazione di quegli 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 stakeholder *primari* e *secondari*.

Nel diagramma esposto Magris S.p.A. individua la categoria di **stakeholder primari**, ovvero l'insieme di attori con cui l'impresa ha un confronto frequente e approfondito: dipendenti, clienti, fornitori, finanziatori e azionisti. Sono invece considerati **stakeholder secondari** i concorrenti, l'ambiente, la pubblica amministrazione, la comunità locale, i sindacati, le università e la scuola.



L'interazione con questi stakeholder impatta sull'operato aziendale in termini strategici, indirizzando le scelte e la direzione verso la quale l'azienda decide di muoversi.

Allo stesso tempo, la società deve considerare che le sue scelte ed azioni generano esternalità che provocano impatti su tali soggetti. Per Magris S.p.A. il punto di partenza, per un percorso di crescita comune, è il coinvolgimento di tutti gli stakeholder, attraverso un continuo scambio d'informazioni, con l'obiettivo di preservare il valore nel lungo periodo.

Lo strumento di comunicazione e coinvolgimento principale è proprio il Report di Sostenibilità (redatto annualmente, pubblicato sul sito aziendale). Ad esso si affianca la pubblicazione periodica sul sito aziendale di "Magris News", mediante cui è possibile tenere aggiornati gli stakeholder circa i più recenti avvenimenti che coinvolgono il Gruppo Magris.

### PRESENZA SUI SOCIAL MEDIA:

I social sono diventati uno strumento fondamentale per la **brand awareness** e la **brand reputation** delle aziende, in quanto riescono a raggiungere gli utenti e il target che non viene raggiunto con l'approccio commerciale tradizionale e allo stesso tempo consolidare il rapporto con le realtà con le quali già si collabora. Per questo motivo per rendere più efficace la relazione con i propri stakeholder Magris S.p.A. ha deciso di essere presente anche sui social network e, dal primo gennaio 2019, anche su Instagram.

#MagrisTeam

#fornitoridisoluzioni



POST CON  
PIU' LIKE  
NEL 2019



## LA MATRICE DI MATERIALITA'

---

**Il principio su cui si basa la matrice di materialità è l'esigenza di comprendere quali siano gli aspetti che interessano maggiormente il management aziendale e i vari stakeholder, per poter verificare l'allineamento delle esigenze e fornire informazioni ad esse relative nel documento di sostenibilità.**

La matrice di materialità è uno strumento utilizzato per coinvolgere direttamente i soggetti portatori d'interesse dell'impresa.

L'analisi è stata condotta sui principali stakeholder di Magris S.p.A.: dipendenti, soci, finanziatori, clienti e fornitori.

Il questionario, presentato ad un campione di tutti gli stakeholder ha previsto l'analisi di 20 indicatori suddivisi in quattro categorie: "Economico/Gestionale", "Ambiente", "Sociale" e "Governance". Ai destinatari è stato richiesto di esprimere una valutazione sulle tematiche esposte da 1 (per nulla rilevante) a 5 (molto rilevante). Il questionario è stato proposto alla direzione aziendale per verificare il livello di allineamento tra le priorità della dirigenza e quelle degli stakeholder. In quest'analisi, è stato dato ugual peso alle aspettative dei diversi stakeholder.

La matrice di materialità, identificando i temi che management aziendale e stakeholders definiscono come materiali, individua anche i principali obiettivi di sostenibilità dell'azienda, sui quali si concentra anche lo sforzo di rendicontazione del presente documento.

Dalla matrice è possibile verificare il grado di allineamento tra le esigenze ed aspettative di Magris S.p.A. e dei suoi stakeholder, inoltre gli indicatori materiali presentati nel grafico della matrice rappresentano i temi che influenzano maggiormente valutazioni e decisioni di Magris S.p.A. e dei suoi stakeholder. Gli impatti di questi indicatori si verificano all'interno della stessa realtà aziendale e nelle realtà degli stakeholder con cui l'azienda opera. Il perimetro di alcuni temi si estende oltre il campo d'azione aziendale, pertanto, in alcuni casi non si è riusciti a fornire un'informativa completa.

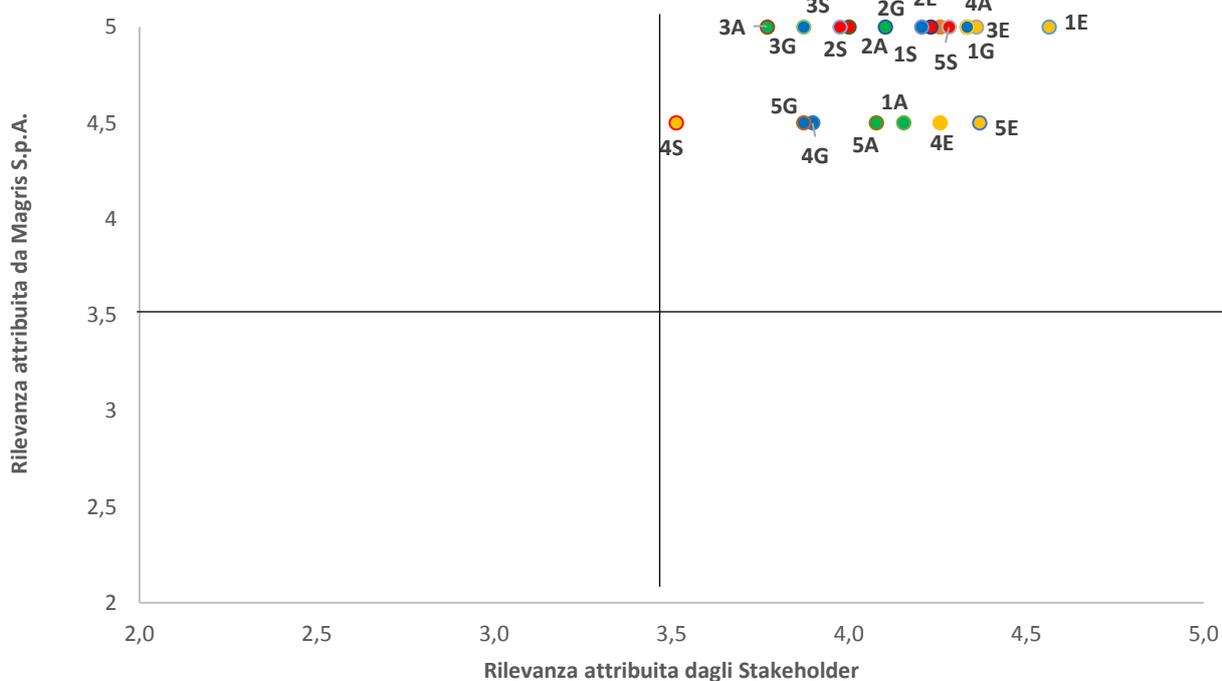
I risultati emersi hanno evidenziato un elevato grado di allineamento tra le esigenze e le aspettative di Magris S.p.A. e dei suoi stakeholder. Tuttavia, dalla matrice si evince come determinati indicatori, **3A** (monitoraggio impatti indiretti), **3G** (implementazione sostenibilità) e **3S** (qualità vita aziendale) risultino estremamente rilevanti per Magris S.p.A. e meno per i suoi stakeholder.

Gli indicatori si raggruppano tutti nell'area superiore destra della matrice e si posizionano vicino alla bisettrice degli assi. Questo significa che con riferimento ai temi ritenuti materiali, le aspettative degli stakeholder e le strategie aziendali, che si riflettono poi nei comportamenti e nelle azioni di Magris S.p.A., tendono a convergere. Tali temi rappresentano anche gli aspetti più critici che sono emersi dal dialogo con gli stakeholder. Su tali problematiche, pertanto, si concentra l'impegno di Magris in termini di sostenibilità, rendicontato nel presente documento.

L'obiettivo dell'azienda nei prossimi esercizi è individuare con i propri partner strategici quei driver e azioni da attuare per stimolare la propria crescita sostenibile.

<u>N.</u>	<u>INDICATORE</u>	<u>DESCRIZIONE</u>	<u>PERIMETRO</u>	<u>IMPATTO</u>	<u>STANDARD DI RIFERIMENTO</u>
<b>1E</b>	Creazione di valore economico-finanziario	La capacità di creare valore e ottenere risultati economico-finanziari positivi, tali per cui si possa garantire la continuità dell'impresa stessa nel tempo.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO	<b>201-1</b>
<b>2E</b>	Reputazione d'impresa e trasparenza informativa	La capacità di farsi conoscere e rispettare per il proprio operato, anche attraverso un processo di "accountability" corretto, chiaro e trasparente.	ESTERNO	INDIRETTO	
<b>3E</b>	Soddisfazione clienti	Monitorare la soddisfazione dei propri clienti attraverso un coinvolgimento continuo che porti allo sviluppo di prodotti e servizi che meglio rispondono alle esigenze dei clienti.	ESTERNO	DIRETTO	<b>102-43</b>
<b>4E</b>	Catena di fornitura	Analizzare e monitorare la catena di fornitura dal punto di vista prettamente economico-finanziario al fine di evitare possibili ripercussioni.	ESTERNO	DIRETTO	<b>204-1</b> <b>308-1</b>
<b>5E</b>	Presenza sul mercato	Consolidare e rinforzare la propria presenza sul mercato.	ESTERNO	DIRETTO	<b>201-1</b>
<b>1A</b>	Scelta e reperimento materie prime	Monitorare l'impatto sull'ambiente delle materie prime utilizzate e il suo impegno per ridurre i possibili rischi e le eventuali conseguenze negative ad esse connesse.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	<b>308-2</b>
<b>2A</b>	Riduzione impatti diretti	Controllare e valutare gli impatti ambientali di emissioni, scarti e rifiuti prodotti direttamente dall'azienda nello svolgimento delle sue attività, adottando interventi migliorativi per una progressiva riduzione.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	<b>305-1</b> <b>305-5</b>
<b>3A</b>	Monitoraggio impatti indiretti	Reperire informazioni, monitorare gli impatti e spronare la riduzione di emissioni, scarti e rifiuti prodotti dai soggetti con cui l'impresa coopera instaurando rapporti di collaborazione in modo da implementare strategie sostenibili comuni.	INTERNO ED ESTERNO	INDIRETTO	<b>308-2</b>
<b>4A</b>	Linee di prodotto ecosostenibili	Sviluppare nuove linee di prodotto e di potenziare quelle già esistenti per indirizzare i consumi sulla via della ecosostenibilità	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO	<b>305-1</b> <b>305-5</b>
<b>5A</b>	Energie rinnovabili	Ridurre gli impatti ambientali negativi generati dall'azienda tramite l'utilizzo di energie rinnovabili e non inquinanti.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO	<b>302-1</b> <b>302-2</b> <b>302-3</b> <b>302-4</b>
<b>1S</b>	Tutela occupazionale e retribuzione	Offrire continuità nei rapporti di lavoro ai propri dipendenti e collaboratori di fornire retribuzioni adeguate in base alle disposizioni previste dalla legge.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO	<b>401-1</b>
<b>2S</b>	Valorizzazione collaboratori	Definire progetti per lo sviluppo delle risorse umane, investendo nella formazione specifica e premiando il merito.	INTERNO	DIRETTO	<b>404-1</b> <b>404-2</b> <b>404-3</b>
<b>3S</b>	Qualità della vita in azienda	Mantenere una buona qualità della vita in azienda, attraverso lo sviluppo e l'attuazione di corrette pratiche di lavoro.	INTERNO	DIRETTO	<b>403-1</b> <b>403-2</b> <b>403-3</b> <b>403-6</b>
<b>4S</b>	Coinvolgimento stakeholders secondari	Comprendere le aspettative e coinvolgere nella propria attività anche gli stakeholders secondari.	INTERNO ED ESTERNO	INDIRETTO	<b>413-2</b>

<b>5S</b>	Diritti dei lavoratori e diritti umani	Monitorare il rispetto dei diritti dei lavoratori e più in generale dei diritti umani.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO	<b>411-1 414-2</b>
<b>1G</b>	Attenta gestione dei rischi	Individuare e proteggersi dai rischi attraverso attività sistematiche di controllo.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	<b>102-15</b>
<b>2G</b>	Integrità e correttezza della condotta aziendale	Porre in atto comportamenti rispettosi della legge e dei codici di comportamento.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	<b>102-16</b>
<b>3G</b>	Implementazione sostenibilità	Il continuo lavoro di ricerca e miglioramento dei temi sostenibili, la loro considerazione e integrazione nelle strategie e nelle decisioni aziendali e la relativa rendicontazione	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	
<b>4G</b>	Investimenti sostenibili	Attuare investimenti sostenibili in progetti che riducano gli impatti ambientali negativi aziendali.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	
<b>5G</b>	Certificazioni e audit esterno	Certificare i propri risultati in tema di sostenibilità in tutte le filiali e di sottoporre il bilancio sociale a revisione esterna.	INTERNO ED ESTERNO	DIRETTO ED INDIRETTO	<b>102-56</b>



1E creazione valore  
2E reputazione impresa  
3E soddisfazione clienti  
4E catena di fornitura  
5E presenza sul mercato

1A scelta materie prime  
2A riduzione impatti diretti  
3A monitoraggio impatti indiretti  
4A linee ecosostenibili  
5A energie rinnovabili

1S tutela occupazionale  
2S valorizzazione collaboratori  
3S qualità vita aziendale  
4S Stakeholder secondari  
5S diritti lavoratori ed umani

1G gestione rischi  
2G integrità condotta aziendale  
3G implementazione sostenibilità  
4G investimenti sostenibili  
5G certificazioni ed audit esterno

## IL RAPPORTO FORNITORI E CLIENTI

---

La capacità da parte di un'impresa di sopravvivere in un orizzonte temporale di medio-lungo periodo dipende, soprattutto, dalla sua capacità di relazionarsi con i propri stakeholder e più in particolare con i propri clienti e fornitori. Magris S.p.A. punta a coltivare con essi rapporti di collaborazione e partnership per riuscire a soddisfare le loro esigenze e percorrere sentieri comuni di miglioramento.

### FORNITORI:

L'azienda vanta più di 900 fornitori locali di merci e servizi (tra cui vi sono, oltre ai fornitori di prodotti che Magris S.p.A. commercializza, fornitori logistici, consulenti, agenti) situati per lo più nel territorio italiano. Si riporta inoltre che la spesa verso i fornitori locali (situati nella provincia di Bergamo) è pari al 9.83% del costo del venduto, sostanzialmente in linea con gli esercizi precedenti.

Magris S.p.A. invia periodicamente (tendenzialmente ogni anno) ai propri fornitori questionari per conoscerli e percorrere sentieri comuni di miglioramento. Le principali tematiche analizzate riguardano: "la qualità dei prodotti", "la sicurezza nel luogo di lavoro", "sostenibilità ambientale" e "regolarità contributiva".

Per approfondire le relazioni con i principali fornitori strategici, Magris S.p.A. ha inviato questionari con la finalità di comprendere e conoscere dettagliatamente le loro caratteristiche ed esigenze. Al fine di analizzare le diverse realtà con cui si interfaccia Magris S.p.A., la selezione dei destinatari è stata effettuata diversificandoli in termini di attività, settore ed incidenza sul fatturato. Come per la matrice di materialità, ciascun fornitore ha assegnato un punteggio da 1 a 5 sui seguenti temi: "Economia Circolare", "Piattaforme di Sostenibilità", "Lotta alla Corruzione", "Ricadute sul Territorio" e "Condivisione di Best Practice". I temi sono stati scelti in base a quelle aree su cui Magris S.p.A. intende indirizzare azioni di miglioramento. I risultati emersi evidenziano come tutti gli indicatori risultino essere rilevanti per i fornitori, in particolare, si evince come la "Lotta alla Corruzione" e le "Ricadute sul Territorio" siano gli indicatori più importanti.

Tematiche quali Impatti sociali, diritti umani e impatti sulla comunità locale risultano essere assai rilevanti sia per Magris S.p.A. che per i propri fornitori. Per questa ragione l'azienda effettua *assessment* periodici (questionari/*ecovadis*) e richiede ai propri fornitori il documento unico di regolarità contributiva (*DURC*). Inoltre, la qualifica del fornitore viene accompagnata a una dichiarazione sostitutiva del fornitore (atto notorio) in materia di salute e sicurezza. Tra gli obiettivi che Magris S.p.A. si propone, per il futuro, vi sono quelli di **collaborare maggiormente con i fornitori dimostratisi sensibili ai temi di sostenibilità**.

La spesa verso i fornitori locali (situati nella provincia di Bergamo) è pari al 9.83% del costo del venduto, sostanzialmente in linea con gli esercizi precedenti.

### CLIENTI:

Per Magris S.p.A. uno dei principali obiettivi nella relazione con il cliente è la sua soddisfazione, cercando di assicurare qualità e sicurezza dei prodotti venduti. Si riporta che nell'esercizio 2019 non sono state effettuate indagini di *Customer Satisfaction*. L'impegno di Magris S.p.A. in termini di **qualità**, è rappresentato dal possesso della certificazione ISO 9001 e nel rispetto delle norme da essa previste. Per quanto riguarda i temi di sicurezza, tutti i prodotti venduti da Magris S.p.A. sono contrassegnati da apposita etichettatura. Tale pratica viene svolta dai fornitori dell'azienda e rispetta i requisiti fondamentali richiesti dalla legge o dalle direttive ambientali. Non si sono registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e l'etichettatura dei prodotti/servizi. La società vende anche prodotti chimici e sull'etichetta vengono riportati i pittogrammi dei pericoli connessi al loro utilizzo e la scheda di sicurezza che definisce le corrette modalità di utilizzo e gli impatti ambientali delle sostanze che li compongono. L'azienda adotta il **principio di precauzione**: i prodotti venduti rispettano fondamentali requisiti, anche con riferimento agli impatti ambientali che generano.

## ECOVADIS E INPACS

Per Magris S.p.A. è di fondamentale importanza che i propri partner strategici condividano la medesima filosofia di sviluppo sostenibile.

### ISCRIZIONE AD ECOVADIS:

Una testimonianza di impegno e progresso è rappresentata dall'iscrizione ad *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 da *EcoVadis* è basata su **21 criteri** suddivisi in quattro aree principali: "Ambiente", "Equità delle condizioni di lavoro e diritti umani", "Correttezza delle pratiche commerciali" e "Approvvigionamento sostenibile nella catena di fornitura". *EcoVadis* fornisce il suo giudizio finale confrontando quanto riportato con i principali standard internazionali del Global Compact, *Global Reporting Initiative*, ISO 26000 e del CERES. 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.



### RISULTATI CONSEGUITI:

Per l'esercizio 2019 al Gruppo Magris è stato assegnato un punteggio di **62/100**. Si tratta di una buona valutazione, migliorata leggermente rispetto all'anno precedente. Rispetto al 2018 si è registrato un aumento dell'area "Ambiente". Il gruppo è stato ritenuto capace di attuare approcci strutturati e proattivi in tema di sostenibilità, di prendere impegni e realizzare azioni tangibili per la maggior parte delle problematiche e di rendicontare in maniera discreta le informazioni richieste dagli indicatori.

### ENVIRONMENT:

La valutazione relativa all'area "Ambiente" è migliorata rispetto all'anno precedente. I punti di forza, definiti da *Ecovadis*, che hanno permesso uno sviluppo di tale performance sono: certificato ISO 14001, misure per ridurre le emissioni di CO2 dei trasporti, fornitura di prodotti con un marchio di qualità ecologica e monitoraggio delle emissioni dirette di CO2.



### LABOR & HUMAN RIGHTS:

La performance dell'area "Equità delle condizioni di lavoro e diritti umani" risulta invariata rispetto al 2018. Tra i punti di forza del Gruppo Magris riscontriamo: certificazione SA8000, valutazione dei rischi dettagliata della salute e della sicurezza dei dipendenti, procedura formalizzata relativa alla gestione e alla formazione professionale e sondaggio sulla soddisfazione dei dipendenti.

### ETHICS:

La valutazione relativa all'area "Etica" risulta invariata rispetto all'anno precedente. Tra i punti di forza, registrati da Ecovadis, si riscontrano: procedura per informatori per segnalare problemi di etica, valutazioni periodiche del rischio di corruzione eseguite e misure per ottenere il consenso delle parti interessate in merito al trattamento, alla condivisione e alla conservazione di informazioni riservate.

### SUSTAINABLE PROCUREMENT:

La performance dell'area "Approvvigionamento sostenibile nella catena di fornitura", è rimasta invariata, si riscontrano tra i punti di forza: Certificazione SA8000 e Valutazione periodica dei fornitori sulle pratiche ambientali o sociali.

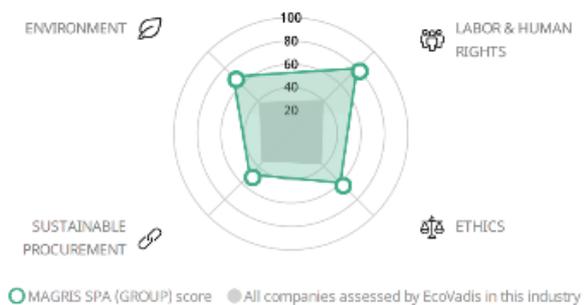


Il grafico sottostante mostra la posizione del Gruppo Magris (in verde) rispetto alla media delle società operanti nello stesso settore valutate da Ecovadis (in grigio). Per Magris S.p.A. è motivo di orgoglio essere una delle migliori aziende nel suo settore, rientrando tra i **TOP 3%** per la sua categoria. Nonostante il buon risultato ottenuto, il Gruppo Magris cerca costantemente di migliorare, ancor di più, la propria posizione e, infatti, ha come obiettivo quello di introdurre un codice di condotta CSR per i propri fornitori e di valutare le caratteristiche dei fornitori in relazione ai requisiti REACH. Inoltre, sempre su consiglio di Ecovadis, per una migliore valutazione, Magris S.p.A., vuole impegnarsi a fornire informazioni e documenti di supporto più completi e aggiornati.

Overall score distribution



Theme score comparison



## INPACS

Uno degli attori principali nel network di Magris S.p.A. è Inpacs. Si tratta di un consorzio europeo di distributori indipendenti di prodotti e servizi per l'igiene professionale, il quale vanta una copertura geografica su più di 35 paesi in Europa, Oceania, Nord e Sud America. Il rapporto tra Inpacs e il Gruppo Magris nasce nel 2014 e da allora ha avuto una costante evoluzione.

Inpacs rappresenta per Magris S.p.A. un'opportunità per trarre nuove conoscenze e grazie alla rete di attori impegnati sul fronte della sostenibilità costituisce una fonte di ispirazione e stimolo per migliorare la propria performance.

L'entrare a far parte di questo gruppo prima, ed esserne poi **shareholder**, ha permesso al Gruppo Magris di continuare la propria crescita sostenibile; i valori di INPACS rispecchiano pienamente quelli condivisi dall'azienda. Testimone è il fatto che tutti i partner (membri) del gruppo si impegnano ad osservare il Codice Etico e il Codice di Condotta con i Fornitori di Inpacs. Entrambi i documenti sono improntati al rispetto ecologico, responsabilità sociale e all'adozione di una supply chain responsabile.

### **INPACS Sustainability Strategy:**

Il Gruppo Magris, assieme ad altre società europee operanti nel settore del *cleaning* e appartenenti ad Inpacs, ha intrapreso nel 2019 un progetto per migliorare e dare attivazione concreta ai principi di sostenibilità. I temi trattati sono ispirati ai **17 Goals** dell'Onu.

Gli obiettivi del team di lavoro riguardano i seguenti temi: "Promozione delle pari opportunità per tutti i sessi nella leadership", "Ridurre le disuguaglianze", "Salvaguardia dei diritti dei lavoratori", "Contribuzione alla riduzione dei rifiuti e dell'impatto ambientale", "Promozione di *Partnerships*" e "*Climate Action*". Durante l'esercizio 2019, attraverso meeting periodici, si è cercato di avviare un processo volto alla individuazione di azioni concrete a sostegno delle tematiche precedentemente dette. L'obiettivo è quello di sviluppare nuove idee e percorsi di sostenibilità attraverso la diffusione di *best practices* e *know how*.

### **PROMOZIONE DELLE PARI OPPORTUNITÀ PER TUTTI I SESSI NELLA LEADERSHIP:**

Un'organizzazione sana deve garantire pari opportunità, non legate solamente a condizioni contrattuali e salariali eque ma garantire a tutti la possibilità di percorsi di carriera senza discriminazione di genere.

### **RIDUZIONE DELLE DISUGUAGLIANZE:**

Tutti i dipendenti, indipendentemente dal sesso, dal colore della pelle, dall'origine, dal contesto sociale, dalla disabilità, dall'orientamento sessuale, dalle convinzioni politiche o religiose, nonché dal genere o dall'età, devono sentirsi inclusi e trattati con rispetto.

### **SALVAGUARDIA DEI DIRITTI DEI LAVORATORI:**

In linea con i codici etici INPACS, ogni organizzazione richiede la protezione dei diritti dei lavoratori nonché ambienti di lavoro sicuri e protetti per tutti i lavoratori all'interno delle strutture aziendali e lungo la catena di approvvigionamento.

### **RIDUZIONE DEI RIFIUTI/IMPATTO AMBIENTALE:**

Al fine di risparmiare risorse ed emissioni ogni azienda dovrebbe contribuire alla riduzione della generazione di rifiuti attraverso soluzioni di economia circolare.

### **PROMOZIONE DI PARTNERSHIPS:**

Per affrontare il percorso di sostenibilità, fondamentale sono le relazioni con attori che possono incentivare e favorire una crescita sostenibile.

### **CLIMATE ACTION:**

Un'organizzazione che vuole intraprendere un percorso di sostenibilità deve definire strategie e politiche per ridurre le proprie emissioni di gas serra, attraverso l'impiego di energie rinnovabili al posto dei combustibili fossili.

## GLOBAL COMPACT

Dal 30 agosto 2019 il Gruppo Magris ha aderito alla fondazione United Nations Global Compact (UNGC) ed in particolare al 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 di tutto il mondo ad adottare politiche sostenibili, nel rispetto della responsabilità sociale d'impresa rendendo pubblici i risultati delle azioni intraprese.



### OBIETTIVI:

Il Global Compact, ed in particolare il Network Italia supporta tutte quelle aziende italiane che abbiano volontà di condividere e sostenere i Dieci Principi, integrandoli in strategie, politiche e procedure, e mantenere le responsabilità di base nei confronti delle persone e del pianeta, ponendo le basi per un successo a lungo termine.

Come membro del Global Compact, il Gruppo Magris si impegna a rinnovare il suo impegno per il



raggiungimento del 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile emanati dalle Nazioni Unite nel 2015. Gli SDGs rappresentano un impegno che Magris S.p.A. si è posta di soddisfare ed implementare. Nei capitoli successivi, ed in particolare nelle sezioni "Global Compact in practise" verranno ripresi e analizzati gli obiettivi riportati nel riquadro a fianco.

### MAGRIS GOALS:

Magris S.p.A. si trova soltanto all'inizio di un percorso di sostenibilità lungo e difficoltoso; l'adesione al Global Compact per Magris S.p.A. rappresenta una sfida per migliorarsi e accogliere i principi fondamentali per promuovere un'economia mondiale sana e sostenibile.



Tra i principi definiti nel Codice Etico, vi è l'impegno ad **eliminare le discriminazioni** sul posto di lavoro. Inoltre fondamentale è il valore della promozione del lavoratore attraverso percorsi di formazione.



Magris S.p.A. si impegna a promuovere **linee ecosostenibili** (nel 2019 linee "Easy-It Green" e "Clean and Clever").



Magris S.p.A. ha intrapreso un **progetto per promuovere uno sviluppo sostenibile**.



Magris S.p.A. si impegna a **prevenire** e combattere qualsiasi pratica di **corruzione** (Modello 231).

## FORMAZIONE

---

Anche per l'esercizio 2019, Magris S.p.A. ha continuato il progetto "Magris Academy", un format di appuntamenti dedicato ai propri agenti, clienti e dipendenti per rimanere aggiornati sulle innovazioni che interessano il settore del *cleaning* professionale. Il settore del *cleaning* affronta da molti anni il tema della formazione professionale dei propri operatori organizzando incontri dove le materie trattate sono totalmente condotte dai produttori di macchine, attrezzature e prodotti chimici.

Con Magris Academy l'azienda propone un piano di formazione facendosi parte attiva in partnership con il produttore e andando a ridefinire gli argomenti trattati in funzione delle numerose figure professionali destinatarie dei corsi. Il settore del *cleaning* impiega in Italia 500.000 addetti tra cui operai, operai specializzati, capicantiere, commerciali, marketing, customer, progettisti, ufficio gare, qualità e sicurezza. Magris S.p.A. offre una conoscenza del mercato molto più approfondita e garantisce un piano formativo in linea con le richieste e necessità delle imprese di servizi e non solo.

Nel corso del 2019 la società ha offerto diversi corsi di formazione ai propri agenti e clienti, per un totale di **1508** ore di formazione, di cui 52 h ai propri dipendenti. Questi incontri hanno riguardato i seguenti temi: "Pulizia", "Disinfestazione", "Aspetti legali, gare di appalto ed ecologia" e "Altri corsi".

### **PULIZIA:**

Il totale delle ore di formazione sui corsi di pulizia nel 2019 è stato pari a **816 h**, suddivise nei seguenti corsi: "Corso base sulle pulizie civili ed industriali", "Corso avanzato sulle pulizie civili ed industriali", "Corso sulle tecniche di lavoro per l'igiene in ambito sanitario", "Corso teorico-pratico di pulizia dei vetri", e "Corso sul lavaggio superfici con il sistema pre-impregnato".

### **DISINFESTAZIONE:**

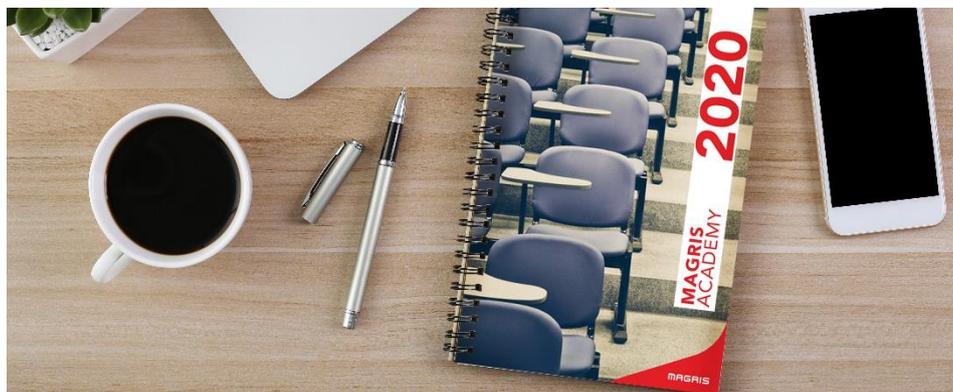
Per quanto concerne le tecniche di disinfestazione, Magris S.p.A. nel 2019 ha proposto i seguenti corsi: "Corso disinfestazione base" e "Corso disinfestazione avanzato", per un totale di **284 h**.

### **ASPETTI LEGALI, GARE DI APPALTO ED ECOLOGIA:**

Per l'esercizio 2019, Magris S.p.A. ha proposto i seguenti corsi: "Corso sulla detergenza ecologica nel facility", "Corso sulle normative green: l'Ecolabel e i Cam", "Corso sugli aspetti legali: il subappalto" e "Corso sulla gestione delle gare telematiche", per un totale di **408 h**.

### **ALTRI CORSI:**

Tra gli altri corsi erogati dalla società vi sono a titolo esemplificativo: "Corso sul catalistino macchine Magris", "Corso sulla detergenza in cucina e lavanderia", "Corso chimica in lavanderia", "Corso lavanderia".







# SOSTENIBILITA' ECONOMICA



## PRINCIPI E LINEE GUIDA

---

È di fondamentale importanza che l'azienda realizzi uno sviluppo sostenibile e responsabile, nel rispetto di tutti i portatori d'interesse. Il valore attribuito a questa tematica si riscontra nei principi essenziali che Magris S.p.A. cerca di seguire. I risultati economico-finanziari realizzati evidenziano la sostenibilità dell'azienda anche dal punto di vista economico, in continuità con gli esercizi precedenti, infatti, Magris S.p.A. ha concluso anche l'esercizio 2019 positivamente.

Si riporta che gli amministratori, nel corso del 2019, hanno provveduto alla riesposizione contabile dei contratti afferenti le operazioni di *sales and lease back* concluse anche negli anni precedenti nella controllata Magris Servizi S.p.A. Ciò ha comportato impatti significativi sul bilancio di Magris S.p.A. a livello economico e patrimoniale sia sull'esercizio 2019 che, per motivi di comparabilità, sull'esercizio precedente. I dati esposti in questa sezione, pertanto, risultano modificati rispetto a quanto riportato nel Bilancio Sociale 2018; per qualsiasi approfondimento si rimanda alla relazione sulla gestione e alla nota integrativa del bilancio d'esercizio 2019.

### CREAZIONE VALORE ECONOMICO FINANZIARIO:

L'obiettivo di Magris S.p.A. è perseguire risultati economico/aziendali positivi, in modo da creare valore aggiunto che possa essere distribuito alle categorie di stakeholder coinvolti.

### REPUTAZIONE E TRASPARENZA INFORMATIVA:

Magris S.p.A. intrattiene relazioni continuative con i propri portatori d'interesse nel rispetto dei requisiti di trasparenza, correttezza e chiarezza.

### CATENA DI FORNITURA:

Magris S.p.A. ha instaurato con i propri fornitori un rapporto di lungo periodo basato su fiducia e

condivisione di valori e costantemente svolge attività di *assessment*.

### SODDISFAZIONE DEI CLIENTI:

Per generale 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.

### 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.



## GLOBAL COMPACT IN PRACTICE

---

L'impegno assunto da Magris S.p.A. è, ulteriormente, confermato dall'adesione volontaria al Global Compact delle Nazioni Unite. Con tale iscrizione l'azienda si è impegnata fortemente a rispettare i principi definiti dall'Onu.



Valore aggiunto distribuito al personale: **€ 6.900.782** (53% del valore aggiunto globale lordo)



Investimenti effettuati: **€ 13.557.869**



## I RISULTATI ECONOMICO-FINANZIARI

Magris S.p.A. ha chiuso l'esercizio 2019 in utile. In linea con gli ottimi risultati economico-finanziari registrati anche negli anni precedenti, l'azienda dimostra di essere solida dal punto di vista economico-patrimoniale.

Conto Economico	2019	2018	Variazione
Valore produzione caratteristica	109.519.923	104.942.212	4%
Costo del venduto	-68.669.833	-66.490.146	3%
Costi per servizi	-24.126.869	-19.883.494	21%
Costi per godimento beni di terzi	-2.324.472	-1.698.307	37%
Costo del personale	-6.900.782	-5.781.778	19%
Oneri diversi di gestione	-554.278	-1.341.875	-59%
<b>EBITDA (Margine operativo lordo)</b>	<b>6.943.689</b>	<b>9.746.612</b>	<b>-29%</b>
Costi non monetari	-1.910.575	-1.520.755	26%
Proventi e oneri finanziari	242.612	267.367	-9%
Rettifiche valore di attività finanziarie	492.084	578.064	-15%
<b>(=) Risultato ante imposte</b>	<b>5.767.811</b>	<b>9.071.288</b>	<b>-36%</b>
Imposte sul reddito d'esercizio	-1.656.649	-2.775.387	-40%
<b>(=) Utile d'esercizio</b>	<b>4.111.161</b>	<b>6.295.901</b>	<b>-35%</b>

La crescita del fatturato è accompagnata da un forte aumento dei costi operativi. Rispetto al 2018, l'utile d'esercizio, i risultati intermedi e i margini sono diminuiti; questo è dovuto soprattutto ad un aumento dell'incidenza sia in valore assoluto che percentuale dei costi per servizi, ed in particolare ai costi legati al servizio logistico. Si riporta inoltre che per effetto della scissione del ramo immobiliare di Magris S.p.A., l'azienda ha registrato maggiori costi per affitti degli immobili scorporati e apportati alla società Mg Real Estate S.r.l. Nonostante ciò, i risultati conseguiti da Magris S.p.A. nell'esercizio sono più che positivi. Di seguito vengono proposti i principali indici economico-finanziari.

Indici economico-finanziari	2019	2018	Variazioni
Ricavi delle vendite	108.836.941	103.910.272	5%
EBITDA	6.943.689	9.746.612	-29%
EBT (risultato ante imposte)	5.767.811	9.071.288	-36%
Risultato netto	4.111.161	6.295.901	-35%
Capitale investito netto totale	59.626.418	42.273.360	41%
Investimenti in beni immateriali netti	1.134.845	616.875	84%
Investimenti in beni materiali netti	960.611	738.734	30%
Investimenti finanziari netti	11.462.413	0	-
<b>ROS (return on sales)</b>	<b>4,62%</b>	<b>7,92%</b>	-42%
<b>ROI (return on investment)</b>	<b>11,88%</b>	<b>22,24%</b>	-47%
<b>ROE (return on equity)</b>	<b>12,76%</b>	<b>18,50%</b>	-31%
<b>EBITDA/sales</b>	<b>6,38%</b>	<b>9,38%</b>	-32%

## VALORE AGGIUNTO

La creazione di valore aggiunto rappresenta per un'azienda uno degli indicatori fondamentali che testimoniano la sostenibilità economica. Tramite l'analisi del valore aggiunto è possibile comprendere in termini quantitativi gli impatti economico-finanziari generati dall'azienda sulla società.

CE riclassificato a valore aggiunto	2019	2018	Variazione
Ricavi delle vendite e prestazioni	108.836.941	103.910.272	5%
Altri ricavi e proventi caratteristici	682.982	1.031.940	-34%
<b>(=) Valore della produzione caratteristica</b>	<b>109.519.923</b>	<b>104.942.212</b>	<b>4%</b>
Costo del venduto	-68.669.833	-66.490.146	3%
<b>(=) Margine commerciale</b>	<b>40.850.091</b>	<b>38.452.066</b>	<b>6%</b>
Costi per servizi	-24.126.869	-19.883.494	21%
Costi per godimento di beni di terzi	-2.324.472	-1.698.307	37%
Oneri diversi di gestione	-554.278	-1.341.875	-59%
Costi non monetari	-1.910.575	-1.520.755	26%
Rettifiche valori di attività finanziarie	492.084	578.064	-15%
Proventi finanziari	593.760	641.335	-7%
<b>(=) Valore aggiunto</b>	<b>13.019.739</b>	<b>15.227.034</b>	<b>-14%</b>

Il principale dato che emerge è la diminuzione di valore aggiunto, per la maggior parte spiegata dall'aumento dei costi per servizi, citato in precedenza. Si rimanda al Bilancio d'Esercizio di Magris S.p.A. per una più dettagliata informativa dei risultati economico-finanziari.

Il valore aggiunto creato viene ripartito tra le seguenti categorie di stakeholder: 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	2019		2018	
<b>Valore aggiunto globale lordo</b>	<b>13.019.739</b>	<b>100%</b>	<b>15.227.034</b>	<b>100%</b>
Dipendenti	6.900.782	<b>53%</b>	5.781.778	<b>38%</b>
Finanziatori	351.147	<b>3%</b>	373.968	<b>2%</b>
Pubblica amministrazione	1.656.649	<b>13%</b>	2.775.387	<b>18%</b>
Soci	2.000.000	<b>15%</b>	3.000.000	<b>20%</b>
Capitalizzato	2.111.161	<b>16%</b>	3.295.901	<b>21%</b>

La categoria di stakeholder 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 2019, Magris S.p.A. non ha erogato contributi finanziari o benefici a partiti politici o relative istituzioni.

Per completezza si riporta che durante l'esercizio 2019 Magris S.p.A. è stata oggetto di una verifica fiscale ad opera dell'Agenzia delle Entrate – Ufficio Controlli – Direzione Provinciale di Bergamo, finalizzata ad una verifica per il periodo d'imposta 2016 ai fini delle Imposte dirette, IVA, IRAP e degli obblighi dei sostituti d'imposta. Tale verifica si è conclusa in data 10/02/2020, tramite il recepimento di quanto rilevato nel Processo Verbale di Constatazione e il versamento delle maggiori imposte accertate.

## GLI INVESTIMENTI SOSTENIBILI

Un ulteriore aspetto fondamentale nell'ambito della Sostenibilità Economica riguarda gli investimenti sostenibili, ovvero l'impiego di risorse che possano generare vantaggi economici e allo stesso tempo non creare danni all'ambiente e alla società.

Magris S.p.A. ha impiegato ingenti risorse finanziarie in investimenti infrastrutturali, con l'obiettivo di assicurare una continua crescita e la creazione di valore aggiunto nel medio-lungo periodo. Tra gli investimenti effettuati nell'esercizio 2019 si menzionano, tra gli altri, le acquisizioni delle partecipazioni nelle aziende Bertozzi S.r.l., Pulitecnica Industrie S.r.l. e del ramo d'azienda di Igienik S.r.l. Inoltre, durante l'anno 2019 sono state impiegate ingenti risorse per l'implementazione di un nuovo gestionale aziendale.

Tali investimenti, oltre a garantire la sostenibilità economica dell'azienda, consentono ad essa di continuare a generare valore aggiunto, che

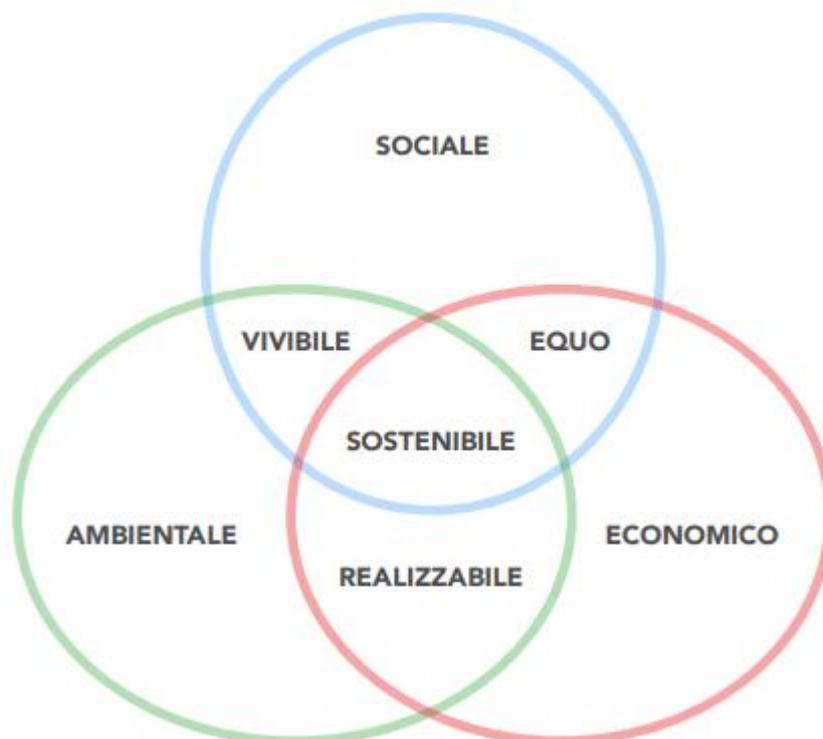
viene poi ripartito tra i vari attori economici, generando un positivo impatto sociale.

### INVESTIMENTI ECOSOSTENIBILI:

Tra i principali investimenti ecosostenibili effettuati da Magris S.p.A. vi è il continuo rinnovo del parco auto aziendale, l'introduzione di nuovi cataloghi di linee eco-sostenibili e lo studio di nuove soluzioni a basso impatto ambientale.

### INIZIATIVE PER LA SOCIETÀ:

Magris S.p.A., inoltre, collabora con il territorio locale in cui opera tramite l'attivazione di stage per scuole superiori ed università e attraverso le partecipazioni ad iniziative locali.







# SOSTENIBILITA' AMBIENTALE



## PRINCIPI E LINEE GUIDA

---

L'introduzione in azienda di una filosofia "IAMGREEN" risponde alla necessità avvertita da Magris S.p.A. di misurare, monitorare e ridurre il proprio impatto ambientale. I principi e le tematiche fondamentali che Magris S.p.A. persegue in ambito di Sostenibilità Ambientale sono esplicitati nel Codice Etico e nel Manuale della Responsabilità Sociale. Per la salvaguardia dell'ambiente, Magris S.p.A. conduce la propria attività rispettando 5 principi:

### SCelta E REPERIMENTO MATERIE PRIME:

Magris S.p.A. 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.

### RIDUZIONE IMPATTI DIRETTI:

L'attività di Magris S.p.A. consiste soprattutto nella commercializzazione di prodotti, pertanto l'impatto diretto aziendale sull'ambiente riguarda principalmente l'incentivazione della vendita di prodotti che rispondono a requisiti di sostenibilità ambientale. L'azienda si impegna a monitorare e migliorare la rendicontazione del proprio impatto sull'ecosistema.

### INVESTIMENTI PER LA SOSTENIBILITÀ:

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

### SOLUZIONI ECO-SOSTENIBILI:

L'azienda mette in atto le migliori strategie per incoraggiare la vendita di linee eco-sostenibili e prodotti dotati di certificazioni ambientale.

### MONITORAGGIO IMPATTI INDIRETTI:

Magris S.p.A. promuove un dialogo costante con i diversi stakeholder interni ed esterni con l'obiettivo di una crescita congiunta per ridurre gli impatti indiretti.



## GLOBAL COMPACT IN PRACTICE

---

**Magris S.p.A. anche per questo capitolo ha deciso di esplicitare le azioni intraprese in relazione ai principi definiti dal Global Compact delle Nazioni Unite.** L'impegno di Magris S.p.A. viene attuato tenendo in considerazione i goals definiti dall'ONU.

### AMBIENTE

**PRINCIPIO VII:** Alle imprese è richiesto di sostenere un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali.

**PRINCIPIO VIII:** Alle imprese è richiesto di intraprendere iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale.

**PRINCIPIO IX:** Alle imprese è richiesto di incoraggiare lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.



Vengono incentivate le vendite di prodotti con certificazione ambientale.



Nuova linea ecosostenibile:



Magris S.p.A. ha introdotto una nuova linea di carta:



## LA FILOSOFIA “IAMGREEN”

---

“IAMGREEN” è la filosofia aziendale di Magris S.p.A. volta a contrastare le problematiche ambientali attraverso l'adozione di procedure sostenibili per la tutela del pianeta. Il tema dei cambiamenti climatici è, oggi, uno dei temi più discussi a livello mondiale, e l'obiettivo di Magris S.p.A. è la riduzione degli impatti ambientali, derivanti dalla propria attività.

L'adozione della filosofia “IAMGREEN” comporta la considerazione degli impatti ambientali all'interno delle scelte strategiche aziendali. Ciò che ne consegue è un orientamento a considerare ed effettuare investimenti che possano essere sostenibili sia economicamente che da un punto di vista ambientale.

A livello pratico, l'impegno assunto da Magris S.p.A. si concretizza nell'accortezza posta per la 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 parsimonia prestata all'interno dell'azienda nell'utilizzo di risorse naturali e nell'incentivazione della commercializzazione di prodotti appartenenti a linee ecosostenibili.

In questo ambito, si rileva che non sono state ricevute multe o sanzioni monetarie per violazioni di regolamenti né sono stati ricevuti reclami in materia ambientale.



## IL CATALOGO “#IAMGREEN”

---

Magris S.p.A., a partire dal 2018, ha iniziato a commercializzare 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 CO2 e a combattere la desertificazione dei suoli.

Essere **eco-consapevoli** significa scegliere prodotti alternativi nel rispetto dell'ambiente. Il Gruppo Magris decide di porre il focus su soluzioni e procedure verdi. L'obiettivo è offrire alla propria clientela una gamma completa di prodotti green, sostenibili ed efficaci.

La tutela dell'ambiente non è solo una scelta individuale, ma un obbligo e una priorità di tutti.

### 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.

Il catalogo di Magris S.p.A. riporta prodotti che aspirano a rispondere a requisiti di biodegradabilità, compostabilità, riciclabilità e riutilizzo. Le categorie di prodotti venduti sono: bicchieri, tazze, posate, piatti, ciotole, tovagliette, guanti, sacchi e accessori. Qui di seguito vi sono a titolo esemplificativo dei prodotti presenti sul catalogo.

### PSM:

Resina termoplastica realizzata 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.



Tazza di cartone per bibite calde con lamina in PLA. Proveniente da risorse rinnovabili e biodegradabile.



Cucchiaio con una resina termoplastica: realizzato con amido di origine vegetale biodegradabile.



Cannuccia in PLA derivata dall'amido di mais, al 100% biodegradabile e compostabile. Idonea con tutti i tipi di alimenti.



Forchetta con una resina termoplastica. Idoneo al contatto alimentare e adatto per uso in microonde e surgelatore.

## IL CATALOGO “EASY-IT GREEN”

Magris S.p.A. monitora ed incentiva la vendita di prodotti con un basso impatto ambientale. La società è costantemente alla ricerca di prodotti con un impatto sull'ecosistema sempre minore e nel 2019 ha realizzato una nuova brochure “EASY-IT GREEN”. Il Catalogo si è ispirato al rispetto dei 17 SDGs definiti dall'ONU.

### IL CATALOGO “EASY- IT GREEN”:

L'idea aziendale di sviluppare questo nuovo catalogo trae origine dall'obiettivo di riduzione degli impatti ambientali. In linea con questo obiettivo, Magris S.p.A. ha predisposto una nuova linea di posate *Easy-It Green*. Le caratteristiche di queste posate sono la resistenza al calore, la possibilità di essere impilabile, e ciò comporta una riduzione del 70% del volume di stoccaggio e logistica, ed infine il fatto che sono ecosostenibili ovvero realizzate con un innovativo materiale, il PLA cristallizzato, e composte da tovagliolo eco-friendly in fibra riciclata al 100% e film in PLA.



### PER UN FUTURO PLASTIC FREE:

In seguito all'emanazione della direttiva 904/2019/UE, si è stabilito, che a partire dal luglio 2021, alcuni prodotti in plastica monouso (ad esempio piatti e posate) non potranno più essere commercializzati. La direttiva europea persegue la finalità di ridurre il più possibile modelli di produzione e consumo inefficienti e lineari, a vantaggio di un'idea di economia circolare.

L'impegno di Magris S.p.A. è di proporre dei prodotti innovativi al fine di rendere sempre più disponibili sul mercato alternative ai prodotti in plastica monouso. Volendo adottare fin da oggi un approccio preventivo a questa nuova sfida, Magris S.p.A. si impegna a un continuo miglioramento delle sue linee biodegradabili, all'introduzione di nuove linee di prodotti ad elevato standard di sostenibilità ambientale, riducendo il packaging dei prodotti (detergenti e concentrati), studiando nuovi materiali al fine di incentivare il passaggio dai prodotti in plastica monouso alle loro alternative maggiormente ecosostenibili.



## LINEA CLEAN AND CLEVER

---

Nel 2019, l'azienda ha presentato la nuova linea di carta a marchio Magris S.p.A. "Clean and Clever" divisa in due linee per soddisfare ogni tipo di esigenza: **Linea PROFESSIONAL** in pura cellulosa e **Linea SMART** in fibre riciclate.

### LINEA PROFESSIONAL:

I prodotti in pura cellulosa sono 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. La carta è particolarmente pregiata e bella da vedere perché mantiene il suo colore naturale non essendo sottoposta a trattamenti sbiancanti. Oltretutto, particolari accordi, per impedire l'abbattimento smoderato degli alberi ed assicurarne la loro sostituzione, regolano l'approvvigionamento della materia prima.



### LINEA SMART:

Grazie ad una tecnologia all'avanguardia per il trattamento della carta da macero, i prodotti sono caratterizzati, a seconda dell'uso per cui saranno destinati, da un alto grado di qualità e assorbenza: i migliori plus per una carta riciclata!



## LE SOLUZIONI ECOSOSTENIBILI

---

La strategia di Magris S.p.A. si basa su un obiettivo specifico, che pone come priorità la qualità dei prodotti e l'attenzione verso i clienti e l'ambiente. Dalla materia prima al prodotto finito, la società si impegna a minimizzare i consumi e a ridurre gli sprechi. Per questo motivo l'attenzione di Magris S.p.A. è rivolta ad un'analisi dell'intera catena di fornitura, e alla continua ricerca di sinergie con fornitori che condividano principi e idee simili.

Per coinvolgere i fornitori nel percorso di sostenibilità che Magris S.p.A. sta compiendo, vengono inviati a campioni di essi questionari, con lo scopo di conoscere e sensibilizzare la catena di fornitura sui temi di sostenibilità e poter intraprendere con i fornitori percorsi comuni di miglioramento. Magris S.p.A. commercializza prodotti garantiti dai principali marchi internazionali di qualità ecologica che ne attestano la sostenibilità lungo tutto il ciclo di vita, dalla materia prima certificata ai materiali di imballaggio riciclabili. Le certificazioni presenti sono: CAM, FSC, Ecolabel, PEFC, Nordic Ecolabel, C2C e PSV. Il valore aggiunto di questi prodotti è l'elevata prestazione accompagnata da un basso impatto sull'ambiente.

### CRITERI AMBIENTALI MINIMI (CAM):

Sono criteri definiti con Decreto dal Ministero dell'Ambiente 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 legno 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.



### NORDIC ECOLABEL:

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



### PROGRAMME FOR ENDORSEMENT OF FOREST CERTIFICATION:

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



### 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.



### 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. Tale certificazione permette di indentificare i prodotti realizzati con materiali riciclati.



### LINEE ECOSOSTENIBILI:

I prodotti appartenenti alle linee ecosostenibili venduti da Magris S.p.A. rientrano soprattutto nella categoria carta e detersivi. Gli articoli della linea carta sono caratterizzati da un approvvigionamento responsabile della cellulosa, per il limitato consumo di acqua e per l'abbattimento delle emissioni di anidride carbonica.

I detersivi, commercializzati da Magris S.p.A., prevedono un processo produttivo che rende le acque di scarico coinvolte meno dannose e un *packaging* ottimizzato e idrosolubile.

L'obiettivo della società è di incentivare i consumatori ad acquistare prodotti riciclati ed ecosostenibili, a tal proposito, monitora l'andamento del fatturato di tali prodotti di anno in anno.

L'azienda promuove le seguenti linee:



La linea **Eco Sirgam** offre una gamma di prodotti *eco-friendly* per qualsiasi operazione, altamente performanti ed efficaci su tutte le superfici;



La linea Colors comprende prodotti per vetri, bagni e pavimenti;



La linea **Sirgam Ambience** offre prodotti certificati ed ecocompatibili, efficaci su qualsiasi superficie, disponibili anche nella versione concentrata, per garantire risparmio e convenienza;



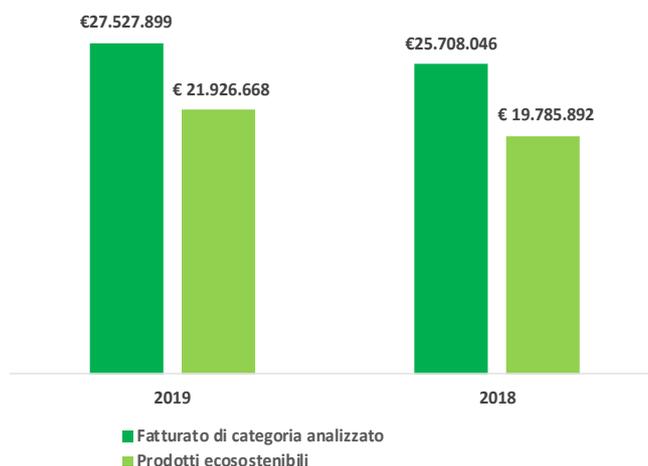
La linea **Clean and Clever**, riguarda prodotti di carta riciclabile e certificati Ecolabel.

## ANALISI SUI PRODOTTI ECOSOSTENIBILI

In continuità con gli esercizi precedenti, anche per il 2019, Magris S.p.A. ha effettuato un'analisi sui prodotti ecosostenibili al fine di verificare la loro incidenza sul fatturato di categoria preso in esame. Nel corso dell'esercizio 2019 l'Azienda ha continuato ad effettuare un'analisi sulle categorie di "carta", "detergenti" e "monouso e plastica", al fine di analizzare gli scostamenti tra l'esercizio 2018 e il 2019.

### CARTA:

Per quanto concerne la carta, l'analisi effettuata ha coperto il 97.21% del fatturato di categoria. Si registra un aumento del fatturato relativo a prodotti della categoria carta ecosostenibile, passata dal 77% del 2018 al 79.65% nel 2019. Si ricorda che nel calcolo di prodotti eco-sostenibili sono state prese in considerazione le seguenti tipologie di certificazioni presenti: *Ecolabel*, *Forest Stewardship Council* e *Programme for Endorsement of forest Certification*.



### DETERGENTI:

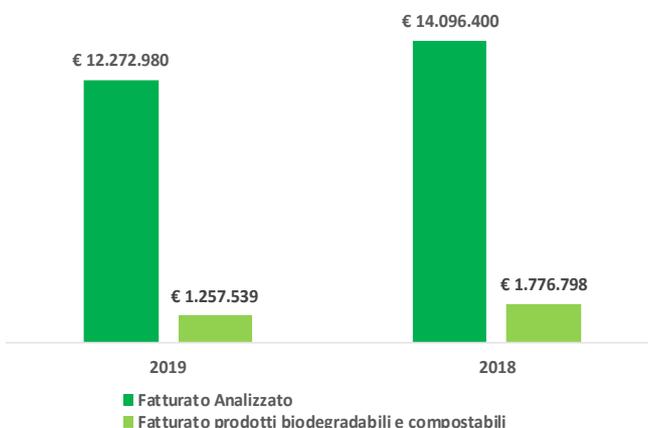
A differenza dei precedenti anni, le rilevazioni annuali effettuate, per l'esercizio 2019, mostrano un aumento, circa, del 4%. Infatti, quest'anno la percentuale di prodotti sostenibili sul fatturato di categoria analizzato è del 25.67% contro il 20.93% dell'anno precedente. Nonostante la natura chimica Magris S.p.A. si è impegnata notevolmente per ridurre l'impatto ambientale di questi prodotti.



### MONOUSO E PLASTICA:

Anche per l'esercizio 2019, Magris S.p.A. ha deciso di effettuare un'analisi sulla categoria prodotti in plastica e monouso.

A differenza dell'esercizio precedente, nel 2019, si ha avuto una diminuzione della quantità di prodotti monouso e plastica con caratteristiche di biodegradabilità e compostabilità. La percentuale di prodotti con queste caratteristiche è del 10.25% sul fatturato analizzato. Bisogna considerare come, l'analisi appena svolta, è effettuata su un fatturato analizzato che rappresenta il 82.17% delle vendite complessive di prodotti monouso e plastica, questo è dovuto al fatto che le procedure informatiche effettuate rendono difficoltoso l'analisi della totalità dei prodotti.



## GLI IMPATTI AMBIENTALI

L'attività di Magris S.p.A. non riguarda processi produttivi diretti, in quanto si basa sulla commercializzazione di prodotti ed attrezzature. Per questo motivo parte degli indicatori GRI 200 non vengono considerati all'interno del Bilancio Sociale.

### ENERGIA:

Considerato che le principali operazioni di Magris S.p.A. riguardano il lavoro d'ufficio svolto dai propri dipendenti, uno dei principali impatti diretti dell'attività dell'azienda riguarda il consumo di energia elettrica e gas.

Le informazioni predisposte sono riferite a tutto il Gruppo Magris in quanto le strutture utilizzate dai dipendenti di Magris S.p.A. e Magris Servizi S.p.A. sono, in certi casi, le medesime. Si precisa che i dati ottenuti e riportati in tabella sono riferiti alla sede principale di Seriate ed alle sedi di Perugia, Parma, Monterotondo, Cortaccia, Altidona e Marcon. Alcune filiali non sono state considerate poiché non si era in possesso del dato a causa di una riorganizzazione strutturale, o per impossibilità di effettuare il raffronto temporale. I dati raccolti evidenziano nel 2019 una diminuzione dei consumi di Energia Elettrica e Gas. In particolare, la diminuzione di Gas è attribuita anche ad una riorganizzazione territoriale a seguito della chiusura della sede Mondovì. Gli obiettivi che Magris S.p.A. si pone per il futuro riguardano la rendicontazione dei consumi di energia all'esterno dell'organizzazione e un'analisi più dettagliata delle informazioni relative a energia e gas diversificando i consumi in elettricità, riscaldamento, raffreddamento e vapore.

	2019	2018	2017
<b>Energia Elettrica</b>	517.254 KW/h	568.253 KW/h	546.337 KW/h
<b>Energy Intensity</b>	0.475%*	0,547%*	0,572% *
<b>Gas</b>	37.050 Smc	50.647 Smc	38.829 Smc
<b>Gas Intensity</b>	0.034%*	0,049%*	0,041% *

\*Il calcolo è stato effettuato considerando al numeratore l'energia o il gas consumati da Magris S.p.A. e al denominatore il fatturato sviluppato da Magris S.p.A.

### EMISSIONI:

Magris S.p.A. rendiconta anche gli impatti diretti sull'ambiente generati dalle emissioni di Co2. Come per gli scorsi esercizi, l'azienda ha monitorato i chilometri percorsi dalle autovetture aziendali sia di proprietà che a noleggio.

Il numero di vetture facenti parte il parco auto aziendale è aumentato nell'esercizio 2019, rispetto al 2018. Tale incremento è da imputare alla crescita aziendale, nonché alle incorporazioni aziendali che hanno determinato, tra le altre cose, il passaggio di proprietà delle vetture dalle aziende acquisite a Magris. Come si evince dalla tabella, il totale dei chilometri percorsi è aumentato rispetto al precedente esercizio, dato coerente con la crescita dei volumi aziendali. Da segnalare è anche l'incremento del rapporto

	2019	2018	2017
<b>Km percorsi</b>	2.654.461 Km	2.501.098 Km	2.051.355 Km
<b>Emissioni CO2</b>	301.165.968 gCo2	258.389.385 gCo2	229.136.466 gCo2
<b>Emissioni/Km</b>	113 gCo2/Km	103 gCo2/Km	112 gCo2/Km
<b>N. veicoli disponibili</b>	70 (48*)	66 (48*)	55 (37*)

\*I valori riportati tra parentesi rappresentano i veicoli a noleggio

emissioni/km, la ragione del peggioramento è duplice: da una parte si riconduce all'assegnazione delle vetture, che non ha consentito, per l'esercizio 2019, l'ottimizzazione di questo rapporto. Dall'altra occorre anche segnalare che, a causa delle molteplici acquisizioni, il parco auto si è incrementato delle autovetture da queste apportate, immatricolate già da qualche anno, e, quindi, non così performanti dal punto di vista ambientale. L'indice, seppur in peggioramento rispetto all'esercizio 2018, risulta comunque in linea. Si precisa 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.

### **CARTA E INCHIOSTRO:**

Magris S.p.A. ha a cuore la diffusione di una cultura responsabile ed ecologica nei propri ambienti lavorativi affinché i rifiuti vengano smaltiti nel modo corretto, in modo tale da ridurre anche gli sprechi. Un'azione in questa direzione è rappresentata dai cestini per la raccolta differenziata posizionati all'interno degli uffici e nella sala ristoro.

Inoltre, la direzione aziendale istruisce il proprio personale ad un utilizzo responsabile dell'inchiostro e della carta utilizzati per le stampe.

In questo ambito l'obiettivo dell'azienda è quello di continuare e migliorare il rilevamento nei prossimi anni per poter controllare gli sprechi e, se necessario, adottare misure per ridurli.

### **IMPATTI INDIRECTI:**

La società non è ancor in grado di rendicontare le emissioni indirette di gas ad effetto serra con separata indicazione di quelle legate al consumo di energia, oltre che alle emissioni di NOx, SOx ed altre emissioni significative nell'aria o nocive per l'ozono.

La mitigazione degli impatti indiretti prodotti dalla società è ottenuta, come si è detto in precedenza, tramite strette collaborazioni coi propri fornitori al fine di sensibilizzarli al rispetto delle tematiche di sostenibilità ambientale e attraverso la sponsorizzazione di prodotti **“eco-friendly”**.

Tra gli obiettivi prefissati da Magris S.p.A. rientra anche la diminuzione degli impatti attraverso collaborazioni, e per far ciò un punto di partenza è rappresentato dai questionari inviati ai fornitori per comprendere il loro impegno verso le problematiche ambientali.

## **INVESTIMENTI ECOSOSTENIBILI**

---

Magris S.p.A., come si evince, attribuisce molta importanza alle tematiche ambientali. L'azienda è sempre vigile e pronta a valutare l'attuazione di investimenti che possono ridurre il proprio impatto sull'ecosistema.

### **MAXI CENTRO LOGISTICO:**

Magris S.p.A. a fine 2018, ha definito un investimento di oltre 13 milioni di euro per costruire un polo logistico nazionale. L'area, di circa 50 mila metri quadrati, si trova nel comune di Fara Olivana con Sola a due chilometri dal casello della Brebemi di Romano di Lombardia.

I lavori sono iniziati a giugno 2019 e hanno visto il Gruppo Magris impegnato nel cercare le più innovative soluzioni di risparmio ed efficientamento energetico. Il completamento della predisposizione dell'area e il nuovo insediamento è previsto per il secondo semestre del 2020.

Tale operazione permetterà a Magris S.p.A. di razionalizzare l'attuale organizzazione della distribuzione di prodotti rendendola più efficiente e riducendo i costi.





# SOSTENIBILITA' SOCIALE



## PRINCIPI E LINEE GUIDA

---

I principi fondamentali che Magris S.p.A. persegue in ambito di Sostenibilità Sociale trovano la loro ispirazione nel Codice Etico e nel Manuale della Responsabilità Sociale. L'impegno per il rispetto di tali valori essenziali è testimoniato dalla scelta di rinnovare regolarmente la Certificazione SA8000, riguardante proprio l'etica e la responsabilità sociale. Durante le attività aziendali, Magris S.p.A. si pone l'obiettivo di instaurare e mantenere un rapporto positivo con gli stakeholder primari e secondari, lavorando insieme per rispettare i principi essenziali.

### **TUTELA OCCUPAZIONALE E RETRIBUZIONE:**

Magris S.p.A. si impegna a garantire stabilità e continuità nei rapporti di lavoro con il proprio personale dipendente.

### **VALORIZZAZIONE DEI COLLABORATORI:**

L'azienda crede fortemente che dedicare tempo e risorse al proprio capitale umano sia di fondamentale importanza per intraprendere un percorso di crescita duraturo e condiviso.

### **QUALITÀ DELLA VITA IN AZIENDA:**

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

investimenti per la formazione e sicurezza dell'ambiente.

### **COINVOLGIMENTO STAKEHOLDERS:**

Uno sviluppo sostenibile condiviso presuppone il costante coinvolgimento, dialogo e cooperazione con tutte le categorie di portatori d'interesse. Magris S.p.A., grazie alla collaborazione con i suoi stakeholder, è in grado di creare valore aggiunto.

### **DIRITTI DEI LAVORATORI ED UMANI:**

Magris S.p.A. svolge tutte le attività economiche legate al core business rispettando i diritti umani e dei lavoratori riconosciuti a livello globale.



## GLOBAL COMPACT IN PRACTICE

---

Di seguito si riportano alcuni dei principi inerenti alla sfera sociale sui quali Magris S.p.A. durante l'esercizio 2019 ha lavorato, affinché venissero promossi e rispettati.

### DIRITTI UMANI

**PRINCIPIO I:** Alle imprese è richiesto di promuovere e rispettare i diritti umani universalmente riconosciuti nell'ambito delle rispettive sfere di influenza

**PRINCIPIO II:** Alle imprese è richiesto di assicurarsi di non essere, seppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

### LAVORO

**PRINCIPIO III:** Alle imprese è richiesto di sostenere la libertà di associazione dei lavoratori e riconoscere il diritto alla contrattazione collettiva

**PRINCIPIO IV:** Alle imprese è richiesto di sostenere l'eliminazione di tutte le forme di lavoro forzato e obbligatorio

**PRINCIPIO V:** Alle imprese è richiesto di sostenere l'effettiva eliminazione del lavoro minorile

**PRINCIPIO VI:** Alle imprese è richiesto di sostenere l'eliminazione di ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione

### LOTTA ALLA CORRUZIONE

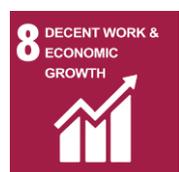
**PRINCIPIO X:** Le imprese si impegnano a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.



ATTIVAZIONE DI **TIROCINI** E **STAGE** CON SCUOLE E UNIVERSITA'



**59% DONNE**



**93% DEI CONTRATTI A TEMPO INDETERMINATO**



ADOZIONE E IMPLEMENTAZIONE DEL **CODICE ETICO** E **MANUALE DI RESPONSABILITA' SOCIALE**

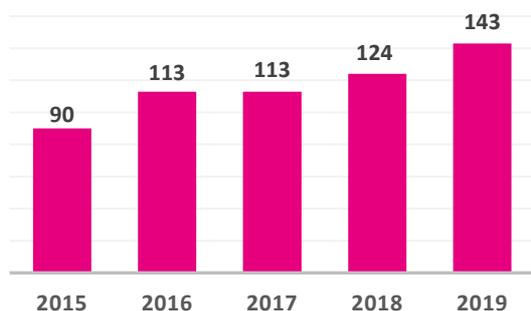


**COLLABORAZIONE CON ENTI LOCALI**

## LA COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

I risultati positivi ottenuti da Magris S.p.A. sono dovuti a molteplici investimenti effettuati in termini di capitale umano. Magris S.p.A. crede che le risorse umane siano senza dubbio tra i fattori principali che consentono di possedere e continuare a perseguire un buon vantaggio competitivo. A tal proposito, l'azienda, riconosce l'importanza di fornire ai propri lavoratori corsi di formazione adeguati che possano migliorare ulteriormente il grado di *know-how* e competenze professionali.

A conferma della costante crescita dei volumi aziendali il numero di dipendenti registrato nel 2019 è pari a 143, con un aumento di 19 impiegati.



L'aumento del personale nel 2019 è dovuto, soprattutto, alle diverse acquisizioni, già citate nei precedenti capitoli, effettuate da Magris S.p.A.

### PARI OPPORTUNITÀ:

Magris S.p.A. dedica molta attenzione al tema delle pari opportunità. Tale sensibilità si esplica, ad esempio, nella medesima cura posta nella crescita professionale a dipendenti uomini e donne e nell'eguale trattamento retributivo. L'attenzione al tema è visibile anche nella proporzione tra uomini e donne presenti in azienda. In continuità con l'esercizio precedente, si registra una maggioranza del genere femminile, dovuto al fatto che la maggior parte dei lavoratori sono impiegati, quindi categoria favorevole per l'impiego di donne. In particolare, sono presenti 85 donne e 58 uomini.



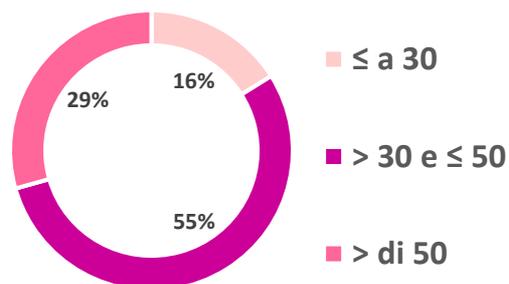
59%



41%

### SUDDIVISIONE PER ETÀ E MANSIONE:

In linea con quanto registrato nel 2018, si riscontra una maggior presenza di dipendenti aventi un'età compresa tra i 30 e 50 anni. Segue la categoria degli over 50, ed infine quella degli under 30. I dipendenti sono comunque ben distribuiti su tutte e tre le categorie, e anche gli under 30 occupano una buona percentuale. Da questi dati possiamo dedurre che Magris S.p.A. è un'azienda trainata da un mix equilibrato di giovane età ed esperienza, con un'attenzione alla problematica della disoccupazione e inattività giovanile.



Per quanto riguarda le mansioni, le percentuali delle varie classi e la suddivisione per genere rimangono simili a quelle dello scorso esercizio.

	Donne		Uomini		Totale	
<b>Dirigente</b>	0	0%	3	2%	<b>3</b>	<b>2%</b>
<b>Quadro</b>	4	3%	6	4%	<b>10</b>	<b>7%</b>
<b>Impiegato</b>	81	55%	45	31%	<b>126</b>	<b>88%</b>
<b>Operaio</b>	0	0%	4	3%	<b>4</b>	<b>3%</b>
<b>Totale</b>	<b>85</b>	<b>59%</b>	<b>58</b>	<b>42%</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

Nella tabella sopra riportata è esclusa la forza vendita perché esterna alla società. L'attività aziendale, concretizzandosi principalmente nella commercializzazione piuttosto che nella produzione o lavorazione di prodotti, giustifica la fortissima maggioranza di impiegati, di cui più della metà sono donne.

Si sottolinea che non vi sono discriminazioni né differenze di stipendio tra i due generi in quanto si applicano i salari previsti dal *Contratto*

Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) e non vi sono procedure codificate per la valutazione dei dipendenti che portino allo sviluppo della carriera degli stessi. La valutazione delle performance del dipendente è condotta informalmente dai responsabili di funzione. Inoltre, si informa che la remunerazione della forza lavoro appartenente alla categoria commerciale è anche influenzata da provvigioni e da eventuali premi per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti dal management.

### CONTRATTI DI LAVORO:

Un'altra questione importante riguarda la tipologia di contratti di lavoro offerti. L'89% della forza lavoro è assunta con un contratto a tempo pieno. La prassi di Magris S.p.A. è di applicare i contratti a tempo determinato solo ai nuovi assunti, con l'obiettivo di trasformarli prontamente in contratti a tempo indeterminato. I dati mostrati in tabella testimoniano l'impegno di Magris S.p.A. ad assicurare ai propri dipendenti continuità e stabilità occupazionale. Tutte le tipologie di contratto presentano lo stesso trattamento in termini di benefit erogati.

### DATI SUI CONTRATTI:

**93% INDETERMINATO**  
**89% A TEMPO PIENO**



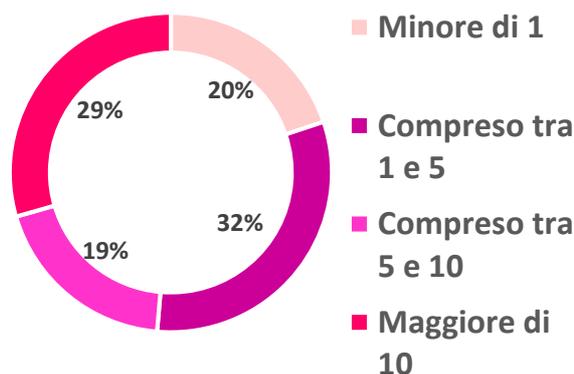
All'interno del CCNL non è disciplinata la materia del periodo minimo di preavviso ai dipendenti in casi di modifiche contrattuali e cambiamenti operativi significativi. Tuttavia, il modus operandi di Magris S.p.A. consiste nel comunicare in anticipo tali cambiamenti, in un primo momento in maniera informale e in seguito tramite comunicazione ufficiale.

	Donne		Uomini		Totale	
<b>Determinato</b>	5	6%	5	9%	<b>10</b>	<b>7%</b>
<b>Indeterminato</b>	80	94%	53	91%	<b>133</b>	<b>93%</b>
<b>Totale</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>
<b>Full-time</b>	74	87%	53	91%	<b>127</b>	<b>89%</b>
<b>Part-time</b>	11	13%	5	9%	<b>16</b>	<b>11%</b>
<b>Totale</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>	<b>143</b>	<b>100%</b>

### ANZIANITÀ DI SERVIZIO:

Magris S.p.A. divide i suoi dipendenti in quattro fasce in base alla diversa durata di permanenza in azienda.

La situazione a fine 2019 evidenzia equilibrio tra tutte le categorie. Un aumento rispetto all'esercizio precedente della percentuale di lavoratori presente da meno di un anno in azienda è dovuto in larga parte alle incorporazioni effettuate nel corso del 2019. Appare chiara la continuità dei rapporti che la proprietà desidera instaurare con i suoi dipendenti.



## COPERTURA GEOGRAFICA:

L'espansione dei volumi aziendali, nel corso degli anni, è stata accompagnata da uno sviluppo territoriale, su tutta la penisola italiana. L'azienda preserva il suo 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.

Come si evince dalla cartina qui riportata, attualmente Magris S.p.A. opera con dipendenti diretti in 8 regioni italiane, al fine di coprire i nodi strategici della propria distribuzione. Rispetto all'anno precedente, la seconda regione per numero di dipendenti risulta essere il Veneto, zona su cui la società ha scelto di intensificare la propria presenza commerciale, anche attraverso la predetta acquisizione del ramo commerciale di Dever S.r.l.



## LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE:

Magris S.p.A. si rapporta con le organizzazioni sindacali in modo trasparente e corretto, in modo 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. Inoltre, non sono previsti piani pensionistici complementari per i propri dipendenti, motivo per cui non sono stati presi in carico obblighi e responsabilità relativi alla previdenza complementare con i lavoratori.



## CREARE LAVORO: ASSUNZIONI E CESSAZIONI

### CRESCITA DEL PERSONALE:

+19  
+18%

La forza lavoro è in aumento rispetto al 2018, anche grazie alle incorporazioni registratesi nell'anno. La crescita del personale prosegue il trend decisamente positivo già intrapreso nel precedente esercizio. Il dettaglio dei movimenti del personale rivela che durante l'anno vi sono state 28 assunzioni e 9 cessazioni. In particolare, va riportato che, nel presente esercizio, quattro dipendenti sono stati assunti ma hanno poi cessato il rapporto lavorativo entro l'anno.

<b>Dipendenti al 31/12/2018</b>	124
<b>Assunzioni 2019</b>	28
di cui assunti e cessati nell'anno	4
da incorporazioni	13
<b>Cessazioni 2019</b>	9
di cui assunti e cessati nell'anno	4
per non aver superato il periodo di prova	1
per dimissioni	4
<b>Dipendenti al 31/12/2019</b>	143

### GENERE E GRUPPI D'ETÀ:

È possibile approfondire il tema relativo alle movimentazioni dei dipendenti attraverso un'analisi delle assunzioni e cessazioni per genere e gruppi d'età. Il potenziamento del capitale umano è ben bilanciato su entrambi i sessi. Inoltre, in continuità con l'anno precedente, si denota una buona fetta di



assunzioni riguardanti individui con età compresa tra i 30 e i 50 anni.

Una buona parte di questi sono dipendenti delle realtà acquisite, incorporati in Magris S.p.A.

	Assunti	U	D	Cessati	U	D
<b>&lt; 30</b>	6	3	3	4	2	2
<b>30 - 50</b>	14	6	8	4	3	1
<b>&gt; 50</b>	8	6	2	1	0	1
<b>Totale</b>	<b>28</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>4</b>

Tutte le assunzioni dei dipendenti sono regolamentate da forme di contrattazione collettiva. Magris S.p.A., infatti, opera nel pieno rispetto dei principi fondamentali stabiliti dal *Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL)*.

### TASSO DI TURNOVER:

Il tasso di turnover è calcolato secondo quanto definito dai principi del GRI, ossia rapportando il numero dei dipendenti cessati sul totale dei dipendenti in forza. Il tasso risulta essere in leggero aumento ma si attesta su livelli estremamente bassi: dal 14,2% del 2016 si passa al 7,1% del 2017 fino ad arrivare al 5,6% del 2018 e al 6,3% del presente esercizio oggetto del Report. Un basso tasso di turnover è un dato positivo poiché è significativo delle prospettive di lavoro stabili e durature offerte dall'azienda.

## ANALISI DELLE ORE LAVORATE

Magris S.p.A. riporta nel dettaglio le ore lavorate e quelle di assenza dei suoi dipendenti, registrate nel corso del 2019.

	2019	2018
A) Ore lavorate ordinarie	237.697	205.410
B) Ore lavorate straordinarie	5.256	3.843
<b>Ore lavorate totali (A+B)</b>	<b>242.953</b>	<b>209.253</b>
C) Ore assenza totali	38.327	34.126
D) Ore assenza tasso di assenteismo	3.312	4.109
E) Ore lavorabili	276.025	239.536
<b>Tasso di assenteismo (D/E)</b>	<b>1.20%</b>	<b>1,72%</b>

Dai risultati della presente analisi emerge un aumento delle ore lavorate totali rispetto a quanto riportato nel 2018. Tale aumento è giustificato dal crescente numero di dipendenti. Nonostante la crescita del personale, le ore di assenza totali sono diminuite, pur in presenza di congedi per maternità (2.365 ore usufruite da 8 dipendenti). Si evidenzia come tutto il personale che ha usufruito del congedo sia tornato, in seguito, al lavoro.

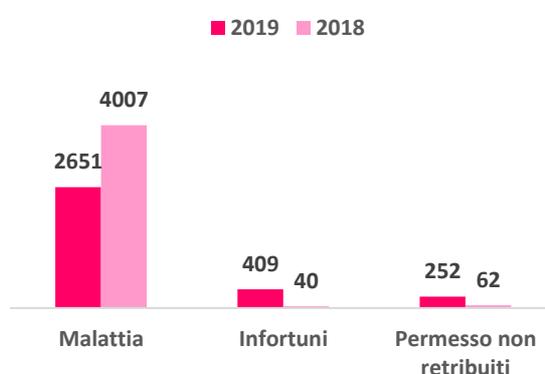
### ORE STRAORDINARIE:

Nell'esercizio 2019 si è registrato un aumento delle ore straordinarie probabilmente dovuto al carico di lavoro aggiuntivo dovuto ai processi di integrazione delle realtà acquisite, nonché alle attività di implementazione del nuovo gestionale aziendale.

	2019	2018
A) Ore lavorate ordinarie	237.697	205.410
B) Ore lavorate straordinarie	5.256	3.843
<b>Rapporto (B/A)</b>	<b>2,2%</b>	<b>1,9%</b>

### IL TASSO DI ASSENTEISMO:

Nel 2019 Magris S.p.A. ha registrato un tasso di assenteismo pari all' 1.20%, in diminuzione rispetto all'anno precedente. L'indicatore considera al numeratore la somma delle ore di assenza per malattia, infortuni e permessi non retribuiti, mentre al denominatore vengono prese in considerazione le ore lavorabili. La variazione è dovuta soprattutto ad una diminuzione delle ore di malattia.



### TASSO DI ASSENZA PER MALATTIA:

Un ulteriore aspetto esaminato è quello relativo al tasso di assenza per malattia e il tasso di assenza per infortuni. Si riporta di seguito il dettaglio del primo, mentre il secondo verrà meglio approfondito nelle prossime pagine.

	2019	2018
Ore assenza malattia	2.651	4.007
Ore assenza totali	38.327	34.126
<b>Tasso di assenza per malattia</b>	<b>6,92%</b>	<b>11,74%</b>

Dalla tabella si riscontra che, nonostante si sia verificato un aumento delle ore lavorate ed un aumento della forza lavoro, si è registrato una diminuzione del tasso di assenza per malattia.

## LA SALUTE E LA SICUREZZA SUL LAVORO

Magris S.p.A. reputa fondamentale assicurare ai suoi lavoratori gli standard di salute e sicurezza conformi alle normative in essere. Per questa ragione, sebbene tutta l'attività svolta in azienda sia caratterizzata da un rischio basso, Magris S.p.A. attua diverse procedure e pratiche obbligatorie anche in tema di sicurezza e salute sul lavoro.

### D.LGS. 81/2008:

Magris S.p.A. segue i principi delineati nel D.lgs. 81/2008, ovvero recepisce le disposizioni che riguardano la nomina del RSSP, RLS, l'aggiornamento del documento di valutazione dei rischi, l'effettuazione di visite mediche periodiche, la programmazione di piani di emergenza, la distribuzione di DPI e la predisposizione di corsi formativi sulla sicurezza.

Magris S.p.A. conferma l'impegno profuso relativamente alla tematica di salute e sicurezza sul lavoro, in linea con il proprio *Manuale Aziendale della Responsabilità Sociale* e con il proprio *Codice Etico*. Un segno tangibile della responsabilità assunta dall'azienda in materia si può trovare negli investimenti fatti per l'ottenimento della certificazione OHSAS 18001, riguardante la gestione della sicurezza e la tutela della salute dei lavoratori; della certificazione SA8000 sull'etica e responsabilità sociale; così come negli investimenti per l'acquisizione dei dispositivi D.A.E. Grazie a tali misure, l'azienda è in grado di prevenire gli incidenti, riducendone al minimo il rischio, e di diffondere al contempo una solida *cultura della sicurezza* tra i propri lavoratori.

La società non dispone di un elenco specifico di malattie professionali a cui i propri dipendenti sono predisposti.

### FORMAZIONE SU SALUTE E SICUREZZA:

Magris S.p.A. rendiconta le giornate di formazione su salute e sicurezza effettuate durante il 2019. Nel conteggio complessivo rientrano corsi sulla sicurezza generica e specifica, corsi sul primo soccorso, sul comportamento in caso di incendio, corsi per l'utilizzo dei dispositivi D.A.E. A questi, sono da aggiungere le giornate dedicate alla formazione e all'aggiornamento di coloro che



ricoprono il ruolo di Preposto, di aggiornamento per le figure di RSPP, RLS e lavoratori e sulle certificazioni 18001 e SA8000.

	2019	2018
Ore di formazione sulla sicurezza	335 h	308 h
N. dipendenti formati sulla sicurezza	40	92

Il numero di ore dedicate alla formazione sulla sicurezza è leggermente superiore a quello dell'anno precedente, ma sostanzialmente in linea con il trend degli anni precedenti. Si tenga infatti conto che i corsi di aggiornamento hanno spesso scadenza non annuale e questo può comportare, insieme all'eventuale assunzione di nuovi lavoratori, forti oscillazioni tra un anno e l'altro delle ore dedicate alla formazione.

### RAPPORTO CON I TIROCINANTI:

Nel calcolo sovrastante non sono incluse le ore di formazione erogate ai tirocinanti. Nel suo rapporto con i tirocinanti, Magris S.p.A. si attiene all'art. 2 del D.lgs. 81/2008. Anche i tirocinanti devono quindi seguire i corsi di formazione generica e specifica, oltre che essere sottoposti a sorveglianza sanitaria tramite visita medica nel caso in cui questi svolgano più di 20 ore settimanali davanti a un videoterminale.

### TASSO DI ASSENZA PER INFORTUNI:

Altrettanto rilevante in questo contesto è il calcolo relativo al tasso di assenza per infortuni. Nell'anno 2019 si sono registrate 409 ore di

assenza attribuibili a lievi infortuni di due dipendenti, mentre l'anno precedente si è verificato solo un infortunio.

	2019	2018
Ore assenza infortuni	409	40
Ore assenza totali	38.327	34.126
<b>Tasso di assenza per infortuni</b>	<b>1.07%</b>	<b>0,12%</b>

Il tasso di assenza per infortuni è stato calcolato considerando al numeratore le ore di assenza per infortuni mentre al denominatore le ore di assenza totali includendo ferie, malattie, infortuni maternità e permessi retribuiti. Rispetto all'esercizio precedente esso è in aumento a causa di un incidente in itinere di un dipendente. Tuttavia si attesta, anche nell'esercizio 2019, su livelli, comunque, estremamente bassi, anche a dimostrazione della validità delle pratiche di prevenzione adottate dall'azienda. Durante l'esercizio non vi sono stati reclami formali riguardanti pratiche di lavoro e non sono stati conclusi accordi formali con i sindacati in tema di salute e sicurezza.



#### DISPOSITIVI D.A.E.:

I dispositivi D.A.E. (Defibrillatore Automatico Esterno) sono degli strumenti di cui il Gruppo Magris si è dotato volontariamente per garantire

ai suoi dipendenti un elevato livello di prevenzione e sicurezza.

L'azienda ha avviato tale investimento e progetto nel 2015, anno in cui Magris S.p.A. si è dotata del primo defibrillatore nella sede di Seriate. In seguito, l'azienda ha ampliato il numero di filiali coperte dandosi l'obiettivo di acquistare un D.A.E. per ogni filiale in cui lavorano più di 4 dipendenti. Ad oggi, Magris S.p.A. conta 6 defibrillatori presenti nelle sedi che presentano il maggior numero di dipendenti. Nel 2019, si è aggiunto un nuovo defibrillatore D.A.E. per la sede Trofarello (TO).

I dispositivi sono stati posti in luoghi ben visibili e facilmente accessibili, affiancati da locandine riportanti il nome degli addetti abilitati all'utilizzo e sono stati denunciati alla Croce Rossa Italiana di modo che se ne possa beneficiare anche in casi di urgenza al di fuori dell'azienda. Qualora sussistano le condizioni, verranno acquistati ulteriori dispositivi e formati altri dipendenti per il loro utilizzo.



#### DISTRIBUZIONE DEI D.A.E.:

↓  
**6**

**Defibrillatori**

**Uno per ogni sede con più di 4 dipendenti**

## L'ATTIVITA' DI FORMAZIONE

I risultati conseguiti da Magris S.p.A. sono stati ottenuti grazie a un intenso rapporto di collaborazione con diversi soggetti esterni. I corsi di formazione effettuati hanno sempre generato esiti positivi sia in termini di soddisfazione del dipendente e dell'azienda sia in termini di impatto di essi sul lavoro e sull'efficienza operativa di ciascun dipendente. Proprio per questo, Magris S.p.A. crede che investire nella formazione della forza lavoro sia uno dei fattori chiave del proprio successo.

Le ore di formazione erogate da Magris S.p.A. sono classificabili in 4 macro-categorie: sicurezza, commerciale, professionale e certificazioni.

	2019	2018
Ore totali di formazione erogate per tutti i dipendenti	2.316	1.899
n. di dipendenti	71	124
<b>Ore di formazione pro-capite</b>	<b>32.62</b>	<b>15.32</b>

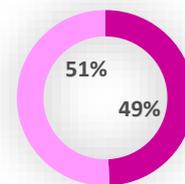
Si è registrato un aumento delle ore di formazione erogate al personale rispetto all'anno precedente, questo è dovuto al fatto che, nel 2019, l'azienda ha avviato corsi aggiuntivi rispetto a quelli ordinari, rispondendo all'esigenza di alcuni dipendenti emersa in questionari rivolti a questi ultimi, nel quale si evidenziava la mancanza di formazioni su determinate aree e attività aziendali.

Inoltre, l'aumento registratosi è dovuto al fatto che alcuni dipendenti sono stati coinvolti nelle attività di implementazione del nuovo gestionale aziendale. Tali attività consentono all'azienda di introdurre il nuovo gestionale, più performante rispetto al precedente, e al dipendente di acquisire nuove competenze.

Nonostante l'aumento delle ore di formazione erogate, il numero dei dipendenti che ha beneficiato dei corsi di formazione è diminuito: il dato è spiegato dalla ciclicità con cui avvengono i corsi di formazione legati alla sicurezza. Si precisa che nel calcolo delle ore totali di formazione erogate per tutti i dipendenti riportate nella tabella sopra non sono state comprese le ore di formazione fornite agli agenti, ai lavoratori con contratti a progetto ed ai tirocinanti, bensì solo quelle garantite ai propri dipendenti.

### ORE DI FORMAZIONE PER GENERE:

Da un'analisi più dettagliata dei corsi di formazione si può evidenziare che più della metà delle ore di formazione totali sono state erogate a uomini. Le ore di formazione dedicate a uomini e donne sono sostanzialmente pari; si rileva che rispetto al precedente esercizio, si è registrato un aumento delle ore di formazione fornite agli uomini, l'incidenza percentuale è passata dal 46% al 51%.



■ Donne ■ Uomini

Nella tabella sotto-riportata si evidenzia il numero totale di ore di formazione diviso per genere ed il relativo valor medio di ore di formazione attribuito a ciascun dipendente.

	Annue	Pro-capite (per totale dipendenti)
Donne	1141	13.4
Uomini	1175	20.26
<b>Totale</b>	<b>2316</b>	<b>33.66</b>

### ORE PER MANSIONE LAVORATIVA:

Si riporta infine la tabella con la divisione delle ore di formazione per mansione lavorativa.

	2019		2018	
	Annue	Pro-capite	Annue	Pro-capite
Operai	21	21	29	7,38
Impiegati	1.953	31.5	1.634	14,99
Quadri	144	24	132	16,5
Dirigenti	198	99	104	34,7
<b>Totale</b>	<b>2.316</b>	<b>32.62</b>	<b>1.899</b>	<b>15,32</b>

Non sono previsti programmi specifici per la gestione delle competenze a favore dell'impiego continuativo dei dipendenti e nemmeno per la gestione della fase finale delle carriere.

In seguito, si evidenzia il numero totale di ore di formazione per mansione nonché il valor medio di ore di formazione attribuito a ciascun dipendente.

	Annue	Pro-capite (per totale dipendenti)
Operai	21	5.25
Impiegati	1.953	15.5
Quadri	144	14.4
Dirigenti	198	66
<b>Totale</b>	<b>2.316</b>	<b>101.15</b>

## LE RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER

---

**Magris S.p.A. opera all'interno di un contesto di cui fanno parte vari soggetti portatori di interesse (stakeholder). Tra questi rientrano i fornitori, i clienti, i dipendenti, i concorrenti, i finanziatori, gli azionisti, le 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 management in fase di elaborazione delle strategie deve quindi considerare anche gli interessi dei diversi stakeholder che interagiscono con l'azienda.

### IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER SECONDARI:

Per quanto riguarda i rapporti con i *concorrenti*, Magris S.p.A. non registra azioni legali riferite a concorrenza sleale, antitrust e pratiche monopolistiche e relative sentenze.

Nella gestione del rapporto con i *finanziatori* e *soci*, Magris S.p.A. si impegna a mantenere il massimo grado di trasparenza tramite la comunicazione di tutte le informazioni di rilevanza reciproca. 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.

L'azienda 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.

### LE INIZIATIVE:

Magris S.p.A. intrattiene con la comunità locale in cui opera un rapporto di stretta collaborazione. In particolare, l'azienda promuove iniziative che si sviluppano nel territorio bergamasco, in cui si colloca la sede centrale del gruppo. L'obiettivo, per gli anni a venire, è quello di promuovere iniziative di valore anche per le comunità locali delle altre zone della penisola in cui opera.

Sebbene non si sia in grado di fornire una percentuale di attività che prevedono un coinvolgimento della comunità locale, valutazioni, d'impatto e/o programmi di sviluppo si fornisce in questo capitolo alcune informazioni sulle iniziative di Magris S.p.A. in collaborazione con la comunità locale.

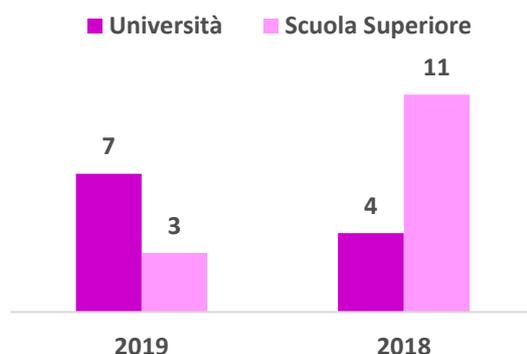
Da anni Magris S.p.A. porta avanti alcune collaborazioni con le istituzioni locali attraverso l'erogazione di stage formativi. Questi interessano alunni di scuole superiori (istituti tecnici e professionali), studenti universitari (prevalentemente lauree triennali e specialistiche della facoltà di economia), oltre che ragazzi neolaureati.

Nell'esercizio 2019 i tirocini rivolti agli studenti delle scuole superiori hanno coinvolto 3 alunni e le loro esperienze in azienda sono durate dalle 2 alle 4 settimane; sono stati inoltre attivati 7 stage con studenti universitari con una durata variabile tra 2 a 6 mesi. I dati registrati sono in linea con quelli dell'esercizio precedente.

Magris S.p.A. dedica molta attenzione al tema dei tirocini rivolti agli studenti universitari. L'auspicio dell'azienda è quello di offrire esperienze professionalizzanti che forniscano ai ragazzi la consapevolezza della realtà settoriale ed aziendale. Inoltre, queste esperienze costituiscono per i giovani coinvolti un assaggio del percorso lavorativo che potranno intraprendere, costituendo così occasione di orientamento in itinere. Molti di essi utilizzano l'esperienza in azienda per sviluppare la propria tesi di laurea.

### COLLABORAZIONE CON UNIBG:

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. In primo luogo, infatti, prosegue la partnership ai fini della redazione del presente documento. Si è partecipato poi 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 l'azienda 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, che sono anche soci dell'associazione, gestiscono attività istituzionali dell'associazione all'interno della struttura aziendale di Seriate: vengono ad esempio vendute stelle di Natale e uova di Pasqua il cui ricavato va a vantaggio delle attività dell'associazione.



### ALTRE INIZIATIVE:

Magris S.p.A. intrattiene un ottimo rapporto con l'amministrazione comunale di Seriate. Inoltre, l'azienda collabora con il Consorzio europeo Inpacs.



Tali azioni si inseriscono nella ferma volontà di Magris S.p.A. di conseguire un operare corretto ed in continuo miglioramento, instaurando uno stabile legame di fiducia con i propri portatori d'interesse. 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 di Magris S.p.A. L'ottenimento della certificazione sull'Etica e Responsabilità Sociale SA8000, la quale richiede la sottoscrizione di un Manuale della responsabilità sociale, è ulteriore evidenza dell'importanza che l'azienda attribuisce al principio del rispetto dei diritti umani. A titolo esemplificativo e non esaustivo, il Manuale della responsabilità sociale impone all'azienda di non utilizzare o favorire l'impiego di lavoro infantile o di giovani lavoratori ancora in obbligo scolastico e di garantire idonee retribuzioni.

### 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*, Magris S.p.A. si impegna, nello svolgimento delle proprie attività, a:

- Evitare ogni forma di discriminazione di età, genere, religione, cultura, etnia, disabilità o di orientamento sessuale nell'assunzione, retribuzione, formazione e licenziamento del personale;
- Non accettare alcun maltrattamento fisico, psicologico, verbale o molestie sessuali;
- Garantire il diritto alla libera costituzione ed associazione ai sindacati o ad altre organizzazioni per la contrattazione collettiva;
- Assicurare ai propri dipendenti luoghi di lavoro con le idonee condizioni di igiene e sicurezza, in modo tale da preservare la salute dei propri lavoratori e delle comunità dove sono presenti le proprie attività.

Nel corso dell'esercizio 2019 non vi sono stati accordi di investimento che riguardano clausole sui diritti umani. Non si è in grado di rendicontare in merito al numero totale e percentuale di attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani. Tuttavia, si registra che non si sono verificati casi di discriminazione, maltrattamento, lavoro minorile, lavoro forzato o obbligatorio, o qualunque altro comportamento scorretto in contrasto con l'etica e professionalità di Magris S.p.A. né tra i lavoratori né tra la comunità locale. Si rileva inoltre che Magris S.p.A. non è venuta a conoscenza di tali episodi nella propria catena di fornitura. Non si ritiene significativo il rischio che tali gravi comportamenti si verificano presso i fornitori con cui Magris S.p.A. collabora. I questionari inviati ai fornitori strategici i rapporti instaurati con i fornitori sono volti alla sensibilizzazione della catena di fornitura per contrastare il verificarsi di discriminazioni, maltrattamenti, lavoro minorile, lavoro forzato o obbligatorio e altri comportamenti non etici. Si sottolinea che il Modello 231, elaborato nell'esercizio 2019 e che entrerà in vigore nel 2020 è rivolto anche ai collaboratori esterni, consulenti, fornitori, partner commerciali e altre controparti contrattuali in genere e Magris richiede il rispetto delle prescrizioni dettate dal Decreto e dai principi etici adottati dall'azienda, tramite la sottoscrizione di specifiche clausole contrattuali che assicurino l'impegno al rispetto delle norme di cui al D.lgs. 231/01, dei principi etici e delle linee di condotta adottati dalla società.





# GRI STANDARDS

---

**Magris S.p.A. ha deciso per l'anno 2019 di evidenziare in un apposito capitolo i KPI (Key Performance Indicator) del GRI, al fine di riportare in modo trasparente e dettagliato il grado di rendicontazione espresso nel Report di Sostenibilità, prendendo come punto di riferimento i principi guida sulla sostenibilità definiti dal GRI.**

In particolare, Magris S.p.A. ha redatto il documento scegliendo l'opzione "in accordance: core", una della modalità definite dal GRI.

Si riporta come sia stato effettuato un esame degli indicatori, analizzando nel dettaglio standard dopo standard, per valutarne l'effettiva aderenza. A titolo esemplificativo, si riporta che alcuni indicatori cui nei precedenti report si è assegnato un grado di copertura totale, in questo bilancio si è ritenuto di attribuire copertura parziale e viceversa. Tali cambiamenti devono leggersi nel contesto di continuo miglioramento in cui l'azienda ritiene di trovarsi. Si sono riportati in questa sezione anche indicatori riguardanti l'opzione di rendicontazione *comprehensive* perché si è ritenuto che seppur in modo non completo, il Report ha trattato anche aspetti inerenti tali indicatori.

Da questo intento, si evince la volontà aziendale di semplificare la lettura del documento e di approfondire lo studio degli indicatori che verranno riportati nelle pagine seguenti.

## **GLOBAL REPORTING INITIATIVE:**

Il Global Reporting Initiative (GRI) è un ente non-profit che si propone l'obiettivo di fornire delle linee guida per la rendicontazione di informazioni non finanziarie. Grazie a tali linee guida le organizzazioni possono rendicontare i loro impatti più critici, sia positivi che negativi, generati sull'ambiente, società ed economia in una modalità più trasparente, organizzata e standardizzata che permette una più facile lettura.

Gli indicatori riportati seguono le linee guida espresse dall'ultima versione pubblicata.

## **MODALITÀ DI LETTURA:**

Nelle pagine seguenti verranno riportati gli indicatori del GRI suddivisi per categoria. Per

ogni indicatore verrà specificata la sezione nella quale è possibile trovare informazioni corrispondenti, con la relativa pagina di riferimento e se tale indicatore è presente in altri documenti.

Inoltre, per gli Standard Specifici, verrà specificato il grado di copertura dello standard (totale/parziale/non rilevante e non rendicontato); si precisa che con la dicitura: "non rendicontato" si intende che il suddetto indicatore non è stato definito all'interno del Report di Sostenibilità. Si è ritenuto rilevante riportare il grado di copertura per evidenziare i possibili miglioramenti che potrebbero essere apportati nei successivi Report di Sostenibilità. Inoltre, per una migliore lettura, alcuni indicatori che presentavano, negli scorsi Report, un grado di copertura "non rilevante" o "non rendicontato" sono stati eliminati nelle tabelle sottostanti.

Laddove il grado di copertura dell'indicatore fosse parziale o non rendicontato, le ragioni della mancata reportistica si devono ricondurre alla difficoltà riscontrata nel reperire tali informazioni, o all'estensione del perimetro del tema oltre i confini aziendali, soprattutto con riferimento a dati quantitativi, mentre si è cercato di soddisfare il maggior numero possibile di indicatori, in modo descrittivo e qualitativo. L'intento di Magris S.p.A. è comunicare in modo trasparente a tutti gli stakeholders: l'obiettivo di Magris S.p.A. è di migliorare di esercizio in esercizio il grado di accuratezza e completezza delle informazioni riportate.

Vi sono inoltre alcuni indicatori non rendicontati perché ritenuti non rilevanti: si tratta di indicatori ritenuti non inerenti all'attività prettamente commerciale di Magris S.p.A.

Infine, verrà specificata l'eventuale connessione con uno o più dei 17 principi di sviluppo sostenibile emanati dall'ONU.

## INDICATORI GENERALI (GRI-102)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Altri documenti	SDG
102-1	Nome dell' Organizzazione	Profilo Societario	1		/
102-2	Principali marchi, prodotti, servizi	Profilo Societario	11	Bilancio D'Esercizio	/
102-3	Ubicazione sede principale	Profilo Societario	10	Bilancio D'Esercizio	/
102-4	Paesi in cui l'organizzazione opera	Profilo Societario	10	Bilancio D'Esercizio	/
102-5	Forma legale	Profilo Societario	3	Bilancio D'Esercizio	/
102-6	Mercati serviti	Profilo Societario	11	Bilancio D'Esercizio	/
102-7	Dimensioni organizzazione	Profilo Societario	10	<a href="https://www.magrisgroup.com/">https://www.magrisgroup.com/</a>	/
102-8	Dipendenti	Dimensione Sociale	54		/
102-9	Catena di Fornitura	Profilo Societario	21		12
102-10	Modifiche significative avvenute durante il periodo	Profilo Societario	6	Bilancio d'Esercizio	/
102-11	Approccio alla protezione e prevenzione impatti	Sostenibilità Ambientale	38	Certificazione 14001	13,15
102-12	Iniziative Esterne	Profilo Societario	22-23-24-25		/
102-13	Associazioni Industriali	Profilo Societario	24		9
102-14	Lettera agli Stakeholder	Profilo Societario	5		/
102-15	Impatti chiave, rischi ed opportunità	Profilo Societario, Dimensione Economica, Ambientale E Sociale	16-30-38-52	Bilancio d'Esercizio (Relazione sulla Gestione)	/
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	Profilo Societario, Dimensione Ambientale e Sociale	16-30-38-52	Codice Etico	/
102-17	Meccanismi per ricercare consulenza	Profilo Societario	24-25	Modello 231	16

	e segnalare criticità relativamente a questioni etiche				
102-18	Struttura di governance del gruppo	Profilo Societario	14	Bilancio d'Esercizio	/
102-40	Elenco degli stakeholders con cui la società interagisce	Profilo Societario	17		/
102-41	Contratti di Lavoro Collettivi	Dimensione Sociale	54-55		5
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	Profilo Societario,	17		/
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Profilo Societario	17	<a href="https://www.magrisgroup.com/">https://www.magrisgroup.com/</a>	/
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	Profilo Societario	18		/
102-45	Confini del consolidato	Profilo Societario	14		/
102-46	Nota metodologica sul bilancio	Profilo Societario	6		/
102-47	Matrice di materialità	Profilo Societario	18		/
102-48	Effetti delle rettifiche significative rispetto a precedenti reports	Profilo Societario	6		/
102-49	Cambiamenti rispetto a finalità e aspetti rilevanti	Profilo Societario	6		/
102-50	Periodo di rendicontazione	Profilo Societario	6		/
102-51	Data del report precedente più recente	Profilo Societario	6		/
102-52	Periodicità di rendicontazione	Profilo Societario	6		/
102-53	Contatti e indirizzi	Profilo Societario	3		/
102-54	Opzione "core" o "comprehensive"	Profilo Societario	6		/
102-55	Contenuto dell'indice GRI	Profilo Societario	3		/
102-56	Assurance esterna	Profilo Societario	6		/

## APPROCCIO DEL MANAGEMENT (GRI 103)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Altri documenti	SDG
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e confini relativi	Profilo Societario	18-19-20		/
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Profilo Societario, Sostenibilità Economica, Ambientale e sociale	16-30-38-52		/
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Profilo Societario, Sostenibilità economica, ambientale e sociale	16-30-38-52		/

## ECONOMIA (GRI 201,202,203,204,205)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Copertura	Altri documenti	SDG
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	Sostenibilità Economica	32-33	Totale	Bilancio D'Esercizio	8
201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità impattanti sul clima	/		Non rilevante	Bilancio D'Esercizio	8
201-3	Copertura degli obblighi assunti in sede di definizione del piano pensionistico	Sostenibilità Sociale	55	Totale		8
201-4	Assistenza Finanziaria ricevuta dal Governo	/		Non rilevante	Bilancio D'Esercizio	/
202-1	Rapporto tra il livello standard di stipendio neoassunti per genere comparato al salario locale ad ogni livello significativo	Sostenibilità Sociale	54	Parziale		5,10
204-1	Proporzione di spesa verso i fornitori locali	Profilo Societario	21	Totale		/
205-1	Operazioni valutate in relazione alla corruzione e ai significativi rischi	Sostenibilità Sociale	58-59	Totale	Certificazione Sa8000	16
205-2	Comunicazione e formazione sulle politiche e sulle procedure anticorruzione	Sostenibilità Sociale	64	Parziale	Modello 231	16
205-3	Episodi di corruzione e azioni intraprese	Sostenibilità Sociale	64	Totale	Modello 231	16
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Profilo Societario	15	Totale	Codice Etico	16

## AMBIENTE (GRI 301,302,304,305,306,307,308)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Copertura	Altri documenti	SDG
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Sostenibilità Ambientale	47	Parziale		13
302-2	Consumo di energia all'esterno dell'organizzazione	Sostenibilità Ambientale	47	Parziale		13
302-3	Intensità Energetica	Sostenibilità Ambientale	47	Parziale		13
302-4	Riduzione del consumo di energia	Sostenibilità Ambientale	47	Parziale		13
305-1	Emissioni dirette di gas effetto serra	Sostenibilità Ambientale	47-48	Parziale		13,15
305-5	Riduzione delle emissioni di gas effetto serra	Sostenibilità Ambientale	47-48	Parziale		13,15
305-6	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono	/		Non rendicontato		13,15
305-7	NOx, SOx e altre emissioni nell'aria	/		Non rendicontato		13,15
306-2	Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi smaltimento	/		Non rendicontato		12,13,14,15
307-1	Valore monetario di multe e sanzioni per mancato rispetto dei regolamenti e leggi ambientali	Sostenibilità Ambientale	40	Totale		16
308-1	Percentuale di nuovi fornitori valutati usando il criterio ambientale	Profilo Societario	22	Parziale		13,14,15
308-2	Significativi impatti negativi attuali e potenziali sulla catena di fornitura e azioni intraprese	Profilo Societario, Sostenibilità Ambientale	40	Parziale		13,14,15

## LAVORO (GRI 401,402,403,404,405,414)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Copertura	Altri documenti	SDG
401-1	Numero di nuovi dipendenti assunti e turnover dipendenti	Sostenibilità Sociale	56-57	Totale		/
401-2	Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori part-time e a termine	Sostenibilità Sociale	55	Parziale		/
401-3	Percentuale di ritorno e mantenimento del posto di lavoro per congedo parentale suddiviso per genere	Sostenibilità Sociale	58	Parziale		5,8
402-1	Periodo minimo di preavviso per modifiche organizzative	Sostenibilità Sociale	55	Totale		/
403-1	Sistema di gestione della sicurezza e del lavoro	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale	Certificazione ISO 45001	3
403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale	Certificazione ISO 45001	3
403-3	Servizi di Medicina sul Lavoro	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale	Certificazione ISO 45001	3
403-4	Partecipazione, consultazione e comunicazione dei lavoratori sul tema della salute e sicurezza	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale		3
403-5	Formazione su salute e sicurezza	Sostenibilità Sociale	59	Totale	Certificazione ISO 45001	3
403-6	Promozione della Salute del Lavoratore	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale	Certificazione ISO 45001	3
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale		3

403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione e sicurezza sul lavoro	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale	Codice Etico	3
403-9	Infortuni sul lavoro	Sostenibilità Sociale	60	Parziale	Certificazione ISO 45001 Certificazione Sa8000	3
403-10	Malattia legata al lavoro	Sostenibilità Sociale	60	Parziale	Certificazione ISO 45001	3
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categorie di lavoratori e genere	Sostenibilità Sociale	59-60	Totale		3
404-2	Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione e aggiornamento progressivo	Sostenibilità Sociale	59-60	Totale		3
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera	Sostenibilità Sociale	59-60	Totale		/
405-1	Composizione organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria in base a sesso ed età	Profilo Societario, Sostenibilità Sociale	54	Parziale		/
405-2	Rapporto dello stipendio base degli uomini rispetto a quello delle donne a parità di categoria	Sostenibilità Sociale	54	Totale	Codice Etico	5,10
414-1	Percentuale di nuovi fornitori valutati usando il criterio delle condizioni di lavoro	Profilo Societario	22	Parziale		3
414-2	impatti negativi effettivi o potenziali delle pratiche di lavoro sulla catena di fornitura e azioni intraprese	Profilo Societario	22	Parziale		/

## DIRITTI UMANI (GRI 406,407,408,409,410,411,412,414)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Copertura	Altri documenti	SDG
406-1	Numero totale di episodi legati a pratiche discriminatorie e azioni intraprese	Sostenibilità Sociale	64	Parziale	Codice Etico Certificazione Sa8000	5,10
407-1	Identificazione delle attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere esposta a rischi significativi e azioni intraprese in difesa di tali diritti	Sostenibilità Sociale	56	Totale		3,5,10
408-1	Identificazione delle operazioni con elevato rischio di ricorso al lavoro minorile e delle misure adottate per contribuire alla loro eliminazione	Sostenibilità Sociale	64	Parziale	Modello 231	3,5,10,16
409-1	Attività con alto rischio di ricorso al lavoro forzato o obbligato e misure intraprese per contribuire alla loro abolizione	Sostenibilità Sociale	64	Parziale	Modello 231	3,5,10
410-1	Percentuale del personale addetto alla sicurezza che ha ricevuto formazione sulle procedure e sulle politiche riguardanti i diritti umani	Sostenibilità Sociale	59-60	Parziale		/
411-1	Numero di Violazioni dei diritti della comunità locale e azioni intraprese	Sostenibilità Sociale	64	Totale		3,10,11
412-1	Percentuale e numero totale di attività di assessment in tema di rispetto dei diritti umani	/		Non rendicontato		10,16
412-2	Ore totali di formazione dei dipendenti su politiche e procedure riguardanti i diritti	/		Non rendicontato		/

	umani					
412-3	Percentuale e numero totale di accordi significativi di investimento che includono clausole sui diritti umani o che sono sottoposti ad una relativa valutazione	Sostenibilità Sociale	64	Totale		3,5,10
414-1	Percentuale di nuovi fornitori valutati usando il criterio dei diritti umani	Profilo/ Sostenibilità Sociale	64	Parziale		12
414-2	Impatti negativi effettivi o potenziali dei diritti umani sulla catena di fornitura e azioni intraprese	Profilo/ Sostenibilità Sociale	64	Parziale	Modello 231	12

## SOCIETÀ (GRI 413,414,415,419)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Copertura	Altri documenti	SDG
413-2	Operazioni con impatti negativi attuali e potenziali sulla comunità locale	Sostenibilità Sociale	17	Parziale		11
414-1	Nuovi fornitori valutati usando il criterio degli impatti sulla comunità locale	Profilo Societario	21	Parziale		11
414-2	Identificazione degli impatti negativi effettivi o potenziali sulla società e l'ambiente associati all'attività aziendale e azioni intraprese	Sostenibilità Sociale	52	Parziale	Modello 231	11
415-1	Contributi finanziari e benefici prestati a partiti, politici e relative istituzioni	Sostenibilità Economica	33	Totale	Bilancio D'esercizio	11,16

## PRODOTTO (GRI 416,417,418,419)

Standard	Argomento	Sezione	N. pagina	Copertura	Altri documenti	SDG
417-1	Informazioni relative ai prodotti e servizi richiesti dalla procedura e percentuale di prodotti e servizi significativi soggetti a tali requisiti informativi	Profilo Societario	11	Parziale		12
417-2	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le informazioni e l'etichettatura dei prodotti/servizi: etichette conformi ai requisiti di legge	Sostenibilità Ambientale	40	Totale		12,16
417-3	Numero totale di Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	/		Non rendicontato		12
418-1	Reclami documentati relativi a violazioni della privacy e perdita dati dei consumatori	/		Non rendicontato		
419-1	Valore monetario delle principali sanzioni per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti o servizi	Profilo Societario	11	Totale		16







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

[www.magrisgroup.com](http://www.magrisgroup.com)