LA MANTA foods

Bilancio di Sostenibilità

2024

INDICE

1

Chi siamo

1.1. La storia di La Manta Foods **p. 8**
1.2. I valori **p. 10**
1.3. La governance **p. 11**
1.3.1. L'organigramma **p. 12**
1.4. I prodotti **p. 13**
1.5. Il nostro mercato **p. 13**

2

Il nostro impegno verso la sostenibilità

2.1. Business model sostenibile **p. 16**
2.2. Le nostre priorità **p. 16**

3

Base per la redazione del bilancio: l'Analisi di Materialità

3.1. Obiettivi dell'analisi **p. 21**
3.2. Definizione di stakeholder **p. 21**
3.3. Individuazione e coinvolgimento degli stakeholder **p. 22**
3.4. I temi rilevanti **p. 23**
3.5. La matrice di materialità **p. 25**
3.6. Agenda 2030 Nazioni Unite **p. 26**

4

Una crescita sostenibile

4.1. La Manta Foods in numeri **p. 30**
4.1.1. Andamento della gestione **p. 30**
4.2. Qualità e sicurezza alimentare **p. 32**
4.2.1. Certificazione IFS **p. 32**
4.2.2. Certificazione Bio **p. 32**
4.2.3. Certificazione Bio Cina **p. 32**
4.2.4. Certificazione Demeter **p. 32**
4.2.5. Certificazione Kosher **p. 33**
4.2.6. Certificazione Halal **p. 33**
4.2.7. Registrazione U.S. Food and Drug Administration Corp-Registrar Corp **p. 33**
4.2.8. Il nostro laboratorio **p. 33**
4.2.9. Rating EcoVadis **p. 34**
4.3. La catena di fornitura **p. 35**
4.3.1. Materie prime biologiche **p. 35**
4.3.2. Approvvigionamento etico e responsabile **p. 35**

5

L'Ambiente

5.1. Efficienza energetica ed emissioni di CO^2 **p. 38**
5.2. La gestione responsabile dei rifiuti **p. 40**
5.3. L'acqua **p. 42**

6

Le persone

6.1. Salute e sicurezza **p. 45**
6.2. Lo sviluppo professionale e il benessere dei dipendenti **p. 46**
6.3. Il nostro impegno per un'azienda inclusiva **p. 48**
6.4. Relazioni con le comunità **p. 50**

7

Nota metodologica

7.1. Framework di rendicontazione: Global Reporting Initiative **p. 53**
7.2. Principi di rendicontazione **p. 54**
7.3. Processo di raccolta dati **p. 54**
7.4. Perimetro di rendicontazione **p. 54**
7.5. GRI Content Index **p. 55**

Lettera agli Stakeholder

I mutamenti economici, sociali e ambientali che stiamo vivendo richiedono una riflessione imprescindibile sul nostro modo di agire, sia a livello individuale che collettivo, sia nel settore privato che in quello pubblico.

Un ruolo chiave nel guidare il cambiamento è senza dubbio ricoperto dalle aziende, poiché le loro azioni hanno un impatto significativo sulla vita delle persone e sul nostro pianeta. L'importanza che diamo alla sostenibilità come parte integrante della nostra attività e del nostro impegno a lungo termine nei confronti dell'ambiente e della società, ci ha spinto a proseguire un percorso virtuoso in ottica di sostenibilità che si concretizza con la presentazione annuale del Bilancio di Sostenibilità, che si va ad affiancare al Bilancio tradizionale come sistema di comunicazione delle nostre performance e strategie con focus sui concetti Ambientali, Sociali e di Governance. La crescente importanza di questo tema è sottolineata dai recenti sviluppi normativi, quali, ad esempio, la Direttiva europea sul reporting di sostenibilità delle imprese (CSRD) e la Direttiva europea sulla due diligence (CSDDD). La stessa Costituzione Italiana, all'articolo 9 recita: «La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico e artistico della Nazione. Tutela l'ambiente, la biodiversità e gli ecosistemi, anche nell'interesse delle future generazioni. La legge dello stato disciplina i modi e le forme di tutela degli animali»; e all'articolo 41: «L'iniziativa economica privata è libera. Non può svolgersi in contrasto con l'utilità sociale o in modo da recare danno alla sicurezza, alla libertà, alla dignità umana, alla salute, all'ambiente. La legge determina i programmi e i controlli opportuni perché l'attività economica pubblica e privata possa essere indirizzata e coordinata a fini sociali e ambientali». La Manta Foods è desiderosa di adottare un approccio proattivo a queste sfide e ridurre al minimo l'impatto a lungo termine sull'ambiente e sulla società. Per questo, pur non essendo previsto alcun obbligo normativo, abbiamo proseguito il nostro percorso redigendo per il secondo anno il Bilancio di Sostenibilità, dimostrando la nostra volontà di trasparenza e responsabilità sociale, orgogliosi di poter condividere i risultati ottenuti, che per noi non rappresentano un traguardo, ma una tappa di un percorso virtuoso di crescita. Questo report fornirà una panoramica aggiornata e trasparente del nostro impegno, dei progressi che abbiamo raggiunto e dei nostri sforzi nel campo della sostenibilità. Sono anni intensi. Sosteniamo la crescita, i progetti di sostenibilità, l'innovazione ma anche il nostro desiderio di aprirci al mondo. È proprio l'attitudine verso il miglioramento continuo che ci permette di affrontare tutto questo con proattività e dinamismo, consapevoli che oggi, ancora più che in passato, siamo tutti chiamati a diventare parte attiva del cambiamento, prendendo posizione in maniera decisa con azioni concrete e scelte di campo. La nostra missione e il nostro modo di fare impresa mettono al centro le persone e il loro benessere, sia nei confronti dei clienti che della comunità, a cui

offriamo prodotti nutrizionalmente equilibrati adatti a tutte le fasce d'età, sia verso i membri della nostra organizzazione, per i quali ci impegniamo a creare un ambiente inclusivo dove ognuno possa contribuire e crescere, senza eccezioni. Con questa ambizione continuiamo a sostenere i principi della nostra Gender Equality Policy, realizzata proprio grazie al contribuito delle nostre persone. Proseguiamo il percorso per la promozione della parità di genere che ci ha portato nel 2025 per il secondo anno a rinnovare la certificazione UNI PdR 125. La trasparenza, la serietà, la costanza, la ricerca di standard di qualità sempre elevati sono i fattori che determinano l'affidabilità della nostra azienda. Proprio per questo abbiamo aumentato la nostra attenzione al miglioramento e alla formalizzazione dell'acquisizione dei dati per la sostenibilità fornendo, per la prima volta, anche delle stime a riguardo della Carbon Footprint. Per La Manta Foods è essenziale portare avanti un assiduo controllo della filiera e per questo ci impegniamo ad operare quotidianamente fianco a fianco di fornitori, collaboratori e di tutti coloro che ben rappresentano il sistema frutticolo, nel rispetto della natura e del tessuto economico e sociale del territorio. Garantire la continuità produttiva, ridurre l'impatto ambientale in termini di emissioni e consumo di risorse, creare partnership di valore sono gli impegni che perseguiamo ogni giorno grazie al fondamentale contributo delle donne e degli uomini di La Manta Foods, che hanno dimostrato resilienza e spirito di squadra nell'affrontare un contesto in continua evoluzione.

Tali impegni proseguiranno anche nel corso del 2025 e contribuiranno a rinnovare l'impegno di La Manta Foods verso i suoi stakeholder e l'intera comunità, con l'obiettivo di promuovere comportamenti responsabili e rispettosi del lavoro, dei diritti umani e della salvaguardia dell'ambiente. Desideriamo ringraziare coloro che hanno reso tutto ciò realtà e che continueranno a impegnarsi nel comune obiettivo di un progresso economico, sociale e ambientale sostenibile.

Buona lettura.

La Vostra Amministratrice
Paola BERNARDI
Il Vostro Amministratore
Andrea VASSALLO

1. Chi siamo

La Manta Foods S.r.l., situata nel cuore storico della frutticoltura saluzzese, tra i comuni di Manta, Lagnasco e Verzuolo, è un'azienda specializzata nelle produzioni biologiche a residuo zero.

Da oltre trent'anni La Manta Foods crede in un nuovo modo di vedere la frutta: per questo utilizza solo frutta fresca matura da agricoltura biologica per realizzare puree, polpe, spremute e frullati. I frutti sono raccolti al giusto grado di maturazione e al tenore zuccherino naturale, per garantire le migliori caratteristiche organolettiche del frutto maturo senza ricorrere all'aggiunta di altri ingredienti.
Tutta la frutta e i prodotti sono sottoposti a rigidi controlli qualitativi. Partendo dalla scelta delle materie prime, le produzioni sono studiate appositamente per soddisfare le richieste di ciascun cliente e ottenere il prodotto più idoneo alle sue esigenze. Per l'approvvigionamento di materie prime, l'azienda ha scelto un bacino di fornitura anche locale, grazie alla collaborazione con aziende agricole del saluzzese e del pinerolese.

1.1. LA STORIA DI LA MANTA FOODS

La storia di La Manta Foods inizia nel 1986 in provincia di Cuneo, quando Paola e Andrea decidono con coraggio, onestà e anche un po' di incoscienza di intraprendere un lungo un percorso che ha dato vita a quella che è oggi l'azienda. All'inizio l'attività consisteva principalmente nella commercializzazione e mediazione fra aziende di produzione e aziende di trasformazione della frutta. Si chiamava Mantafrutta e aveva sede in un ufficio di 24 mq a Manta.
Tra la fine degli anni '80 e l'inizio dei '90 l'azienda cresce molto, inizia a collaborare con le aziende agricole del territorio, comprando e vendendo a quelle di trasformazione in particolare del Nordest. L'azienda si espande ulteriormente, acquista terreni, un'area stoccaggio e dei capannoni refrigerati.

È così che nel 2000 nasce La Manta Foods che nel 2002 subito inaugura l'apertura della sede operativa in località Mattone.

Già all'inizio degli anni 90, l'azienda è tra le prime ad ottenere la certificazione biologica da parte dell'organismo di controllo ICEA. È essenziale per La Manta Foods garantire ai propri consumatori una filiera controllata e garantita; per questo fin da subito inizia un'attenta attività di supporto e accompagnamento dei propri fornitori nel percorso di conversione e di certificazione che prosegue tutt'oggi.
"Spesso quando diciamo ai nostri clienti che siamo bio fin dal 1992 si stupiscono… ma è perché ci crediamo da sempre. L'esperienza maturata in tanti anni nel continuo miglioramento della produzione biologica fa la differenza e oggi come oggi l'80% della frutta che trasformiamo è per il

nostro settore bio. Questo significa anche essere in grado di garantire standard di qualità elevati e costanti".

Gli investimenti continuano, così come le sfide che Paola e Andrea senza mai perdersi d'animo riescono a superare, cercando i clienti, costruendo un nuovo mercato, sempre con la massima attenzione verso i partner. La loro capacità di visione e di gestione a breve e a lungo termine hanno ripagato, poco per volta sono arrivate nuove soddisfazioni e la crescita da allora non si è mai fermata.

Nel 2009, l'azienda decide di investire in prima persona nella trasformazione della frutta avviando nella sede di Manta una linea per la produzione di puree di frutta destinate come ingrediente al mondo dei prodotti per l'alimentazione dei bambini, delle bevande e dei prodotti dolciari.

Negli anni l'azienda ha ottenuto altre certificazioni altrettanto importanti per la garanzia della qualità dei processi e prodotti:

2014

U.S. FOOD AND DRUG ADMINISTRATION - REGISTRAR CORP
Registrazione alla U.S. FDA, richiesto per le aziende italiane che producono, confezionano e immagazzinano alimenti e bevande destinati all'esportazione e alla vendita negli USA

2015

SISTEMA DI QUALITÀ IFS

KOSHER
Certificazione di conformità di impianti e prodotti alimentari alle regole alimentari ebraiche

2016

DEMETER
Certificazione relativa alla produzione biodinamica

2018

BIO CINA
Certificazione che assicura il rispetto dello standard normativo biologico cinese

2020

HALAL
Certificazione di conformità dei processi e dei prodotti ai valori e ai criteri della cultura islamica in ambito alimentare

La Manta Foods ha anche aderito al programma Sedex, organizzazione no profit impegnata nella diffusione dei principi etici lungo le catene di fornitura globali. Ad oggi, La Manta Foods possiede un sito produttivo e amministrativo a Manta, in provincia di Cuneo, un'area di stoccaggio a Brossasco, e ha recentemente acquistato un fabbricato adiacente alla sede operativa centrale.

1.2. I VALORI

All'interno di La Manta Foods ognuno svolge un ruolo determinante per la crescita e la solidità aziendale.

Fondamentali per La Manta Foods sono i valori e la cultura aziendale che guidano l'azienda nell'ottenere dei risultati significativi e la fiducia rinnovata dei clienti, dei partner e dei collaboratori.

Il controllo della filiera

La Manta Foods non esisterebbe senza una solida e valida rete di approvvigionamento composta da aziende agricole che sottoscrivono dei protocolli in base ai diversi sistemi di conduzione e che non rappresentano semplicemente dei fornitori. Il successo della nostra azienda si basa sulla capacità di aver sviluppato negli anni dei rapporti di collaborazione e fiducia con la nostra filiera. Tale rapporto prevede incontri periodici mirati al monitoraggio di tutte le fasi della coltivazione che si completano con analisi e campionamenti del prodotto fornito.

La qualità e la sostenibilità

Siamo stati tra i primi a diventare biologici certificati, tramite l'ente CCPB, e ciò avveniva nel lontano 1992, quando non ci occupavamo ancora di trasformazione ma di commercializzazione della frutta. Già allora infatti avevamo intuito l'importanza della selezione dei nostri fornitori per garantire un prodotto dagli standard qualitativi superiori, frutto della conduzione biologica che si basa soprattutto sull'uso di antagonisti naturali esistenti nell'ambiente. Abbiamo "coltivato" e perfezionato nel tempo la scelta Bio e oggi l'80% della frutta che trasformiamo è destinata al nostro settore Bio (soprattutto Biologico e Bio Babyfood).

La trasparenza

Dietro al nostro lavoro non ci sono multinazionali o realtà che operano per il solo profitto. Siamo un'azienda di persone concrete ma che conoscono bene anche il valore della parola data e del rispetto dei termini stabiliti. Da sempre cerchiamo e perseguiamo principi che vanno oltre: per questo selezioniamo aziende serie, impegnate esattamente come La Manta Foods nella ricerca della qualità. Noi stessi ci mettiamo la faccia e la nostra reputazione in primis. Questo per noi è un gran- de valore aggiunto: la trasparenza. Lo dimostra il fatto che nella nostra lunga esperienza non si sono mai verificate criticità né sulle nostre puree né sulle spremute, come attestano i nostri stessi clienti, nonché le numerose analisi di laboratorio svolte durante e dopo la produzione.

L'innovazione e la flessibilità

Cerchiamo di dare sempre il meglio e di soddisfare le esigenze del cliente attraverso una produzione "sartoriale" delle nostre puree, sia monovarietali che frutto di miscele studiate ad hoc. Tutto questo avviene attraverso un controllo stringente su più livelli:

- sulla conduzione agricola dei fornitori secondo i protocolli stabiliti;
- con le analisi su campionature dei lotti di frutta in entrata;
- con analisi costanti dei parametri principali durante la lavorazione (un'analisi all'ora);
- con analisi condotte da laboratori esterni sul prodotto finito.

Il raggiungimento degli standard richiesti dai clienti richiede infatti una soglia elevata di attenzione e di verifica, che si ottiene solo con una continua innovazione degli strumenti e dei processi. Per questo nel 2021 ci siamo dotati di un laboratorio interno e investiamo costantemente in nuove tecnologie, così come in ricerche agronomiche.

1.3. LA GOVERNANCE

La nostra azione quotidiana è guidata da una solida corporate governance e dal rispetto degli impegni assunti verso la società, elemento che conferisce un valore duraturo al nostro agire quotidiano e ne determina il valore nel tempo. La Manta Foods adotta un modello di Governance tradizionale, i cui organi sociali sono rappresentati dall'Assemblea dei Soci e dal Consiglio di Amministrazione. Costituita sotto forma di società a responsabilità limitata, La Manta Foods ha una base familiare, la cui proprietà, divisa equamente, e amministrazione fa capo a Andrea Vassallo, Presidente del CdA e Paola Bernardi, Amministratrice Delegata. In data 29/06/2022 è stata nominata la Società di Revisione Hermes s.p.a., i cui compiti si esplicano nella verifica della corretta tenuta della contabilità, in base ai principi contabili e alle norme fiscali, e corretta rappresentazione della situazione patrimoniale e finanziaria.

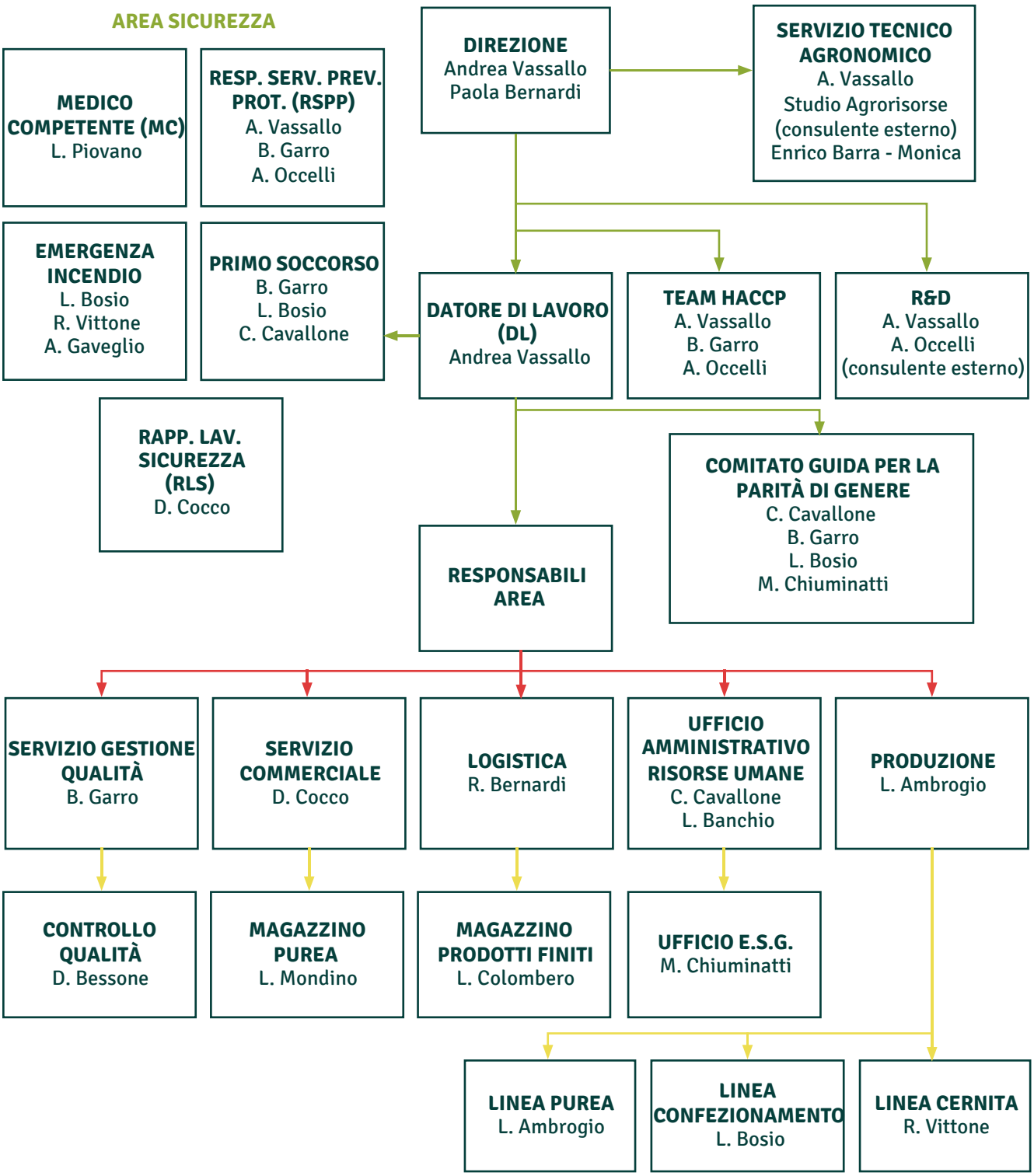
COMPOSIZIONE ORGANI DI GOVERNO		2024	2023	2022
DONNE	30 < ETÀ < 50	-	-	-
	ETÀ > 50	1	1	1
UOMINI	30 < ETÀ < 50	-	-	-
	ETÀ > 50	1	1	1

Nel luglio 2022 La Manta Foods S.r.l. ha ottenuto il rating di legalità (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) ai sensi dell'art. 2, comma 1, del Regolamento adottato dall'Autorità con delibera n.28361 del 28 luglio 2020. Il punteggio attribuito è di due stelle.

1.3.1 L'organigramma

L'assetto organizzativo e di governance è descritto nell'organigramma che segue, tenendo presente che la responsabilità delle decisioni relativi ai temi ambientali, sociali è di governance è affidata all'Ufficio E.S.G. che, sotto il controllo dell'Ufficio amministrativo e risorse umane, agisce in stretta collaborazione con il Consiglio di Amministrazione.

ORGANIGRAMMA AZIENDALE



1.4. I PRODOTTI

Dal 2009 trasformiamo frutta biologica, frutta residuo zero e frutta convenzionale certificata biologica e per la maggior parte di origine piemontese, in semilavorati. Trattiamo principalmente mele, pesche, albicocche, pere, susine e kiwi. Le puree di frutta, nostro prodotto principale, sono ottenute con processi che preservano l'ambiente e l'habitat e sono destinate come semilavorato all'industria del Baby Food, delle bevande e del mondo dolciario. Sono disponibili in tipologie legate a standard codificati secondo discipline/conduzioni differenti: Convenzionale, Baby Food (o Residuo Zero), Biologico, Bio Baby Food.

La Manta Foods produce e commercializza tramite Autentich, con i brand Fruttuosi e Frulluosi anche spremute di pera e di mela, mousse in vaschette monoporzione con il brand Fruttuosi e la linea Frulluosi degli smoothies confezionati in doypack, anch'essi realizzati esclusivamente con frutta biologica selezionata e raccolta al giusto grado di maturazione, proveniente da appezzamenti seguiti direttamente dal servizio tecnico La Manta Foods durante tutto il ciclo produttivo fino alla raccolta.

1.5. IL NOSTRO MERCATO

L'azienda opera costantemente durante tutto l'anno, producendo fino a 106 tonnellate di purea di frutta al giorno. La frutta estiva viene lavorata nel suo periodo di stagione, mentre mele, pere e susine sono lavorate per periodi più prolungati, essendo frutta conservata in cella per diversi mesi. Il semilavorato in fusti viene commercializzato in tutta Europa, principalmente verso la Francia, mentre la linea delle spremute in bottiglia di vetro e quella delle mousse sono commercializzate, tramite la commerciale Autentich, per il momento solo in Italia presso negozi specializzati, presso la catena distributiva del gruppo Dimar e anche tramite e-commerce.

La commerciale Autentich è parte anche del progetto "Scoperto da Cortilia per voi", una linea di prodotti essenziali per la spesa quotidiana, provenienti da realtà del territorio lanciata da Cortilia, un innovativo e-commerce di alimenti freschi a filiera corta.

Oltre il 30% delle vendite è in Francia dove lavoriamo con grandi gruppi biologici come Vitagermine, La Nature o Materne, e altri più piccoli, come Altiflore a cui vendiamo la polpa per la realizzazione dei loro prodotti. È proprio qui, più precisamente a Ribiers a soli 200 km da Manta nella regione di produzione delle mele e delle pere, che nascerà un nuovo polo di lavorazione destinato a servire in particolare il mercato francese. L'obiettivo è produrre gli stessi prodotti, con gli stessi frutti, a Ribiers come a Cuneo limitando però i costi e l'impatto generato dal trasporto della frutta.

2. Il nostro impegno verso la sostenibilità

La Manta Foods è consapevole che il benessere umano è indissolubilmente legato a quello del pianeta;

per questo ci impegniamo a promuovere la sostenibilità, facendoci carico delle conseguenze delle nostre azioni a salvaguardia delle generazioni future.

Cerchiamo costantemente di creare un circolo virtuoso che coinvolge tutti gli stakeholder nella ricerca di soluzioni responsabili, ci impegniamo a soddisfare al massimo le esigenze dei nostri clienti e a valorizzare le competenze di coloro che, giorno dopo giorno, contribuiscono a rendere la nostra azienda unica nel suo settore.

2.1. BUSINESS MODEL SOSTENIBILE

La Manta Foods ha sempre avuto l'ambizione di essere un'azienda che guarda al futuro e che fa cose concrete per il bene delle persone, creando condizioni favorevoli alla prosperità non solo economica ma anche ambientale e sociale. Per tale motivo, consideriamo la sostenibilità è una parte importante del nostro business model.
Ispirata da questi obiettivi, La Manta Foods si impegna ogni giorno a:

- **investire nelle persone e promuovere l'inclusività**. Questo non rappresenta solo una priorità morale, ma anche una scelta strategica. Soltanto persone altamente qualificate e appassionate sono in grado di trasformare semplici materie prime in prodotti di eccellenza;
- portare avanti attività di continua **ricerca e sviluppo** nell'ottica di contribuire alla creazione di flussi virtuosi di conoscenza per la soluzione di problemi reali;
- lavorare a fianco di **collaboratori e fornitori selezionati e qualificati**;
- portare avanti i valori in cui crede, in particolare la **vicinanza al cliente**, con il quale lavorare e crescere con reciproca soddisfazione, proattività ed intraprendenza con l'obiettivo di costruire un rapporto duraturo nel tempo;
- creare un **luogo di lavoro orientato al benessere di chi lo vive** in ottemperanza alle normative di sicurezza e tutela della salute dei lavoratori;
- favorire il **monitoraggio continuo** degli impatti che l'azienda ha sull'ambiente;
- lavorare per il **miglioramento costante del lavoro**, con particolare riferimento alla qualità dei prodotti offerti per la soddisfazione di tutti gli stakeholder.

2.2. LE NOSTRE PRIORITÀ

La Manta Foods ha avviato un percorso virtuoso con l'obiettivo di introdurre i valori di uno sviluppo sostenibile all'interno della propria organizzazione e del relativo business. La redazione del primo Bilancio di Sostenibilità ne è una ulteriore conferma. Per questo sposa una visione d'insieme della sostenibilità, ponendosi obiettivi aziendali in linea con l'approccio della "triple bottom line", un modello concettuale che valuta le prestazioni di un'organizzazione o di un sistema non solo in termini di profitti economici, ma anche in riferimento all'impatto sociale e ambientale.
Nello specifico, vengono indicati di seguito gli obiettivi che l'azienda si prefissa per ciascuno dei tre macro-temi della sostenibilità.

Governance

- La conformità ai requisiti contrattuali e alle norme cogenti in materia di tutela ambientale, sicurezza sul lavoro e diritti dei lavoratori;
- L'accelerazione dell'innovazione tramite lo sviluppo di prodotti sempre più salutari grazie allo studio di nuove soluzioni in termini di profilo nutrizionale e gusto;
- L'implementazione di un sistema di organizzazione interna nel quale tutti i partecipanti all'attività produttiva hanno un ruolo definito ed a tutti noto con relativi compiti e responsabilità;
- L'espansione del modello di business sostenibile oltre i propri orizzonti, e oltralpe, rendendo operativo il secondo sito produttivo nel Sud della Francia;
- La promozione della responsabilità ambientale e sociale nelle nostre catene di approvvigionamento;
- La divulgazione delle informazioni su azioni intraprese e obiettivi raggiunti.

Ambiente

- L'impegno alla protezione dell'ambiente, inclusa la prevenzione dell'inquinamento, nell'ottica di ridurre al minimo l'impatto aziendale sul territorio circostante, ad esempio attraverso pro- getti di efficientamento energetico come l'estensione del fotovoltaico;
- Ridurre ulteriormente gli sprechi e massimizzare il recupero di rifiuti, anche tramite lo sviluppo di progetti di economia circolare volti a ridurre le emissioni climalteranti;
- La ricerca di metodi innovativi per reimmettere nel ciclo produttivo le acque utilizzate per il lavaggio della frutta e il raffreddamento della linea di trasformazione.
- L' identificazione di eventuali processi critici e aree di miglioramento lungo tutta la catena del valore tramite un'analisi complessiva dei flussi di materie e l'attenzione alle qualifiche ambientali dei fornitori;
- Aumentare il livello di consapevolezza in relazione alle tematiche ambientali a tutti i livelli aziendali tramite incontri di formazione specifica.

Sociale

- Investimenti nella formazione e nello sviluppo professionale;
- L'ampliamento di politiche e azioni concrete nell'ottica di un sempre continuo miglioramento anche dopo l'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022 per ridurre il gender gap e migliorare la qualità del lavoro;
- La prevenzione degli incidenti/quasi incidenti/infortuni e morti mediante comportamenti ido- nei durante l'attività lavorativa;
- La creazione di opportunità per sviluppare rapporti continuativi con le associazioni del territorio nell'ottica di generare un impatto positivo sulle comunità connesse alla realtà La Manta Foods;
- L'inizio di un percorso verso la valutazione dei fornitori dal punto di vista sociale, verificando che essi siano conformi a requisiti di rispetto dei diritti umani, salute e sicurezza, pari opportunità e non discriminazione, libertà di associazione, ecc.

3.Base di preparazione del bilancio: Analisi di materialità

L'analisi di materialità è un processo attraverso il quale un'organizzazione identifica e valuta i temi e le questioni che sono rilevanti e significative per le sue operazioni, il suo impatto sociale, ambientale ed economico, nonché per i suoi stakeholder.

Il concetto di "materialità" si riferisce alla rilevanza o all'importanza di un tema o di una questione per l'organizzazione stessa e per le sue parti interessate. L'analisi di materialità mira a **individuare i temi che hanno un impatto significativo sull'organizzazione e sui suoi stakeholder**, in modo da concentrare le risorse e l'attenzione su di essi.

Durante l'analisi di materialità, l'organizzazione può **coinvolgere diverse parti interessate**, come dipendenti, clienti, fornitori, investitori, comunità locali e organizzazioni non governative. Questo coinvolgimento può avvenire attraverso interviste, sondaggi, consultazioni pubbliche o altri metodi di coinvolgimento attivo.

L'obiettivo principale dell'analisi di materialità è identificare i temi chiave che influenzano la sostenibilità e il successo a lungo termine dell'organizzazione. Ciò consente di **prendere decisioni e adottare politiche e strategie informate**, basate sulla comprensione delle aspettative degli stakeholder e sul riconoscimento dei fattori che possono influenzare la reputazione e la performance dell'organizzazione stessa.

La Manta Foods si impegna ad aggiornare l'analisi di materialità con una periodicità triennale, o precedentemente in caso di sostanziali cambiamenti nell'attività o dell'organizzazione aziendale.

3.1. OBIETTIVI DELL'ANALISI

Con l'analisi di materialità La Manta Foods si pone l'obiettivo di:

- **Misurare le performance dell'organizzazione:** l'analisi di materialità permette di fare un quadro attuale della situazione, identificando il punto di vista dei diversi soggetti coinvolti. Si pone come strumento concreto per la quantificazione delle performance finanziarie, sociali e ambientali.
- **Identificare i temi chiave**: l'analisi della materialità consente all'organizzazione di comprendere meglio quali sono i temi e le questioni più rilevanti per i propri stakeholder. Questo aiuta a focalizzare le risorse e l'attenzione sui problemi che hanno un impatto significativo sulle parti interessate e sull'organizzazione stessa.
- **Migliorare la comprensione delle aspettative degli stakeholder**: coinvolge l'interazione e il dialogo con gli stakeholder, permettendo all'organizzazione di comprendere meglio le loro aspettative, bisogni e preoccupazioni. Questa comprensione più approfondita consente all'organizzazione di adottare decisioni e politiche più informate, aumentando la sua capacità di soddisfare le aspettative degli stakeholder.
- **Fornire maggiore trasparenza e accountability**: coinvolgere gli stakeholder nell'analisi della materialità evidenzia l'impegno dell'organizzazione verso la trasparenza e la responsabilità. Questo può migliorare la reputazione e la fiducia degli stakeholder nell'organizzazione, dimostrando che l'organizzazione è disposta ad ascoltare e rispondere alle esigenze delle parti interessate.
- **Ridurre i rischi e identificare le opportunità**: l'analisi della materialità aiuta l'organizzazione a identificare i rischi e le opportunità chiave associate ai temi materiali. Ciò consente di concentrare le risorse sulla gestione dei rischi più significativi e di cogliere le opportunità che potrebbero contribuire alla sostenibilità e al successo dell'organizzazione nel lungo termine.
- **Supportare la pianificazione strategica**: fornisce un quadro chiaro dei temi e delle questioni che l'organizzazione deve prendere in considerazione nella sua pianificazione strategica. Ciò consente di sviluppare una strategia più mirata e di allineare le azioni e le iniziative dell'organizzazione con le aspettative degli stakeholder e i fattori chiave di successo.
- **Migliorare le relazioni con gli stakeholder**: coinvolgere gli stakeholder nell'analisi della materialità può migliorare le relazioni con loro. Questo processo permette di stabilire un dialogo aperto e costruttivo, creando opportunità per la collaborazione e la co-creazione di soluzioni. Una comunicazione e una collaborazione migliorate possono contribuire a una maggiore fiducia, a una maggiore fedeltà degli stakeholder e a relazioni più solide nel lungo termine.
- **Anticipare le tendenze di mercato**: dare voce ai soggetti coinvolti nella catena del valore del proprio business significa dare spazio alle necessità della comunità nel suo insieme, anticipando i bisogni e di conseguenza le tendenze di mercato, e traendone di conseguenza unbeneficio strategico.

3.2. DEFINIZIONE DI STAKEHOLDER

Lo stakeholder, o portatore di interesse, è un termine utilizzato per descrivere qualsiasi persona o gruppo che abbia un interesse, un coinvolgimento o un impatto su un'organizzazione, un progetto o una decisione. Gli stakeholder possono essere interni o esterni all'organizzazione e possono includere una vasta gamma di attori, come dipendenti, clienti, fornitori, azionisti, comunità locali, organizzazioni non governative, governi, sindacati, ecc. Gli stakeholder possono avere interessi e obiettivi diversi, e le loro aspettative possono variare in base al loro ruolo e alle relazioni con l'organizzazione. Riconoscere e coinvolgere gli stakeholder è un elemento cruciale per una gestione sostenibile e responsabile delle organizzazioni, in quanto consente di prendere in considerazione una gamma più ampia di interessi e di creare valore a lungo termine per tutte le parti coinvolte.

3.3. INDIVIDUAZIONE E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

Il percorso di sostenibilità intrapreso da La Manta Foods ha previsto il coinvolgimento degli stakeholder ritenuti critici per l'impresa ai fini di capire quali fossero le tematiche materiali da analizzare. Grazie a un processo di mappatura degli stakeholder, La Manta Foods ha identificato nel 2023 le categorie di soggetti più significative e intende impostare con queste un dialogo costante e strutturato per comprendere le loro esigenze e aspettative al fine di generare valore condiviso. La modalità di coinvolgimento degli stakeholder è differita in base alla loro categoria. Tramite il proprio questionario, sottoposto agli stakeholder individuati, La Manta Foods ha perseguito l'obiettivo di valutare la materialità e rilevanza delle tematiche per i differenti portatori di interesse.
Di seguito la mappatura degli stakeholder individuati da La Manta Foods e le modalità di coinvolgimento implementate.

Mappatura stakeholder

INTERNI	Organo di amministrazione Dipendenti e collaboratori
ESTERNI	Fornitori di servizi (consulente del lavoro, consulenti di sostenibilità, agrotecnico, commercialista, consulente qualità e controllo, logistica e trasporti) Fornitori di frutta Istituti di credito Associazioni sul territorio (Confindustria e Coldiretti) Clienti Competitor Pubbliche amministrazioni (Comune Manta-Lagnasco)

Modalità di Coinvolgimento

INTERNI	Dipendenti e collaboratori Organo di amministrazione	Questionario e interviste Questionario
ESTERNI	Fornitori di servizi (consulente del lavoro, consulenti di sostenibilità, agrotecnico, commercialista, consulente qualità e controllo, logistica e trasporti) Fornitori di frutta Istituti di credito Associazioni sul territorio (Confindustria e Coldiretti) Clienti Competitor Pubbliche amministrazioni (Comune Manta-Lagnasco)	Questionario Questionario Questionario e interviste Questionario Questionario Questionario Questionario

Il coinvolgimento degli stakeholder è pianificato su un ciclo triennale. Per individuare i temi materiali è stato effettuato uno studio approfondito del contesto aziendale nonché delle tendenze e delle sfide globali legate alla sostenibilità. Questa fase ha permesso di fornire una panoramica completa delle tematiche critiche da affrontare da parte di La Manta Foods che vedremo nel capitolo successivo.
Una volta terminata la fase relativa all'individuazione dei temi materiali è stato redatto un questionario.

3.4. I TEMI RILEVANTI

La Manta Foods ha identificato quindici temi di sostenibilità critici e in grado di influenzare l'organizzazione e gli stakeholders. Questi temi, infatti, riflettono sia esigenze e preoccupazioni delle parti interessate che alcuni dei 17 obiettivi di sostenibilità dell'Agenda 2030. I temi si possono suddividere secondo i tre pilastri della sostenibilità, ossia governance, ambiente e sociale.

	AMBITO DI SOSTENIBILITÀ	ASPET TO SPECIFICO	ELEMENTI DA CONSIDERARE ALL'INTERNO DELL'ASPETTO SPECIFICO
1	GOVERNANCE	Solidità economica	Adottare strategie aziendali, pianificazione a lungo termine e processi decisionali per conferire solidità al business e al suo sviluppo al fine di rendere l'organizzazione affidabile, profittevole e duratura.
2	GOVERNANCE	Controllo della sostenibilità lungo la filiera	Selezionare fornitori che rispondano a requisiti di corretta gestione ambientale e sociale del proprio business.
3	GOVERNANCE	Qualità e sicurezza alimentare	Analizzare continuamente i propri prodotti e processi, al fine di mantenere alti standard qualitativi e garantire la sicurezza alimentare del prodotto.

	AMBITO DI SOSTENIBILITÀ	ASPET TO SPECIFICO	ELEMENTI DA CONSIDERARE ALL'INTERNO DELL'ASPETTO SPECIFICO
4	GOVERNANCE	Certificazioni di prodotto/processo	Ottenere e mantenere certificazioni legate alla qualità del prodotto e all'efficienza dei processi per continuare a garantire elevati standard qualitativi ai propri clienti.
5	AMBIENTE	Emissioni di gas serra	Selezionare fornitori che rispondano a requisiti di corretta gestione ambientale e sociale del proprio business.
6	AMBIENTE	Consumi idrici	Monitorare i propri consumi idrici e ridurre gli sprechi d'acqua dove possibile
7	AMBIENTE	Circolarità e gestione degli sprechi	Reintegrare nel ciclo produttivo gli scarti delle materie prime utilizzate, attraverso ad esempio la vendita a terzi.
8	AMBIENTE	Riduzione degli imballaggi	Riutilizzare i contenitori per il trasporto delle materie prime e ridurre il materiale utilizzato per gli imballaggi del prodotto finito.
9	AMBIENTE	Efficientamento energetico	Implementare sistemi di efficientamento energetico, prediligendo il consumo di energia da fonti rinnovabili.
10	AMBIENTE	Materie prime biologiche	Scegliere solamente fornitori di frutta che rispettino il criterio della produzione biologica certificata, in un'ottica di riduzione dell'impatto ambientale della materia prima.
11	SOCIALE	Salute e sicurezza sul lavoro	Adottare tutte le misure necessarie per la prevenzione di incidenti e infortuni sul lavoro, gestire rischi e investimenti in ambito salute e sicurezza.
12	SOCIALE	Sviluppo delle competenze dei lavoratori	Rendere il luogo di lavoro più appetibile, migliorando le condizioni di lavoro e permettendo ai propri dipendenti e collaboratori di sviluppare le proprie competenze.
13	SOCIALE	Benessere dei lavoratori	Fornire condizioni di lavoro adeguate per quanto riguarda i salari, le ore di lavoro, il riposo settimanale, le ferie, la protezione della maternità e la possibilità di combinare il lavoro con le responsabilità famigliari.
14	SOCIALE	Iniziative sociali sul territorio	Collaborare con enti e associazioni del territorio, e dialogare con la comunità locale per individuarne necessità e occasioni di collaborazione al fine di creare valore per il territorio.
15	SOCIALE	Diversità, parità e inclusione	Formalizzare politiche e procedure per favorire le pari opportunità e costruire un ambiente di lavoro inclusivo.

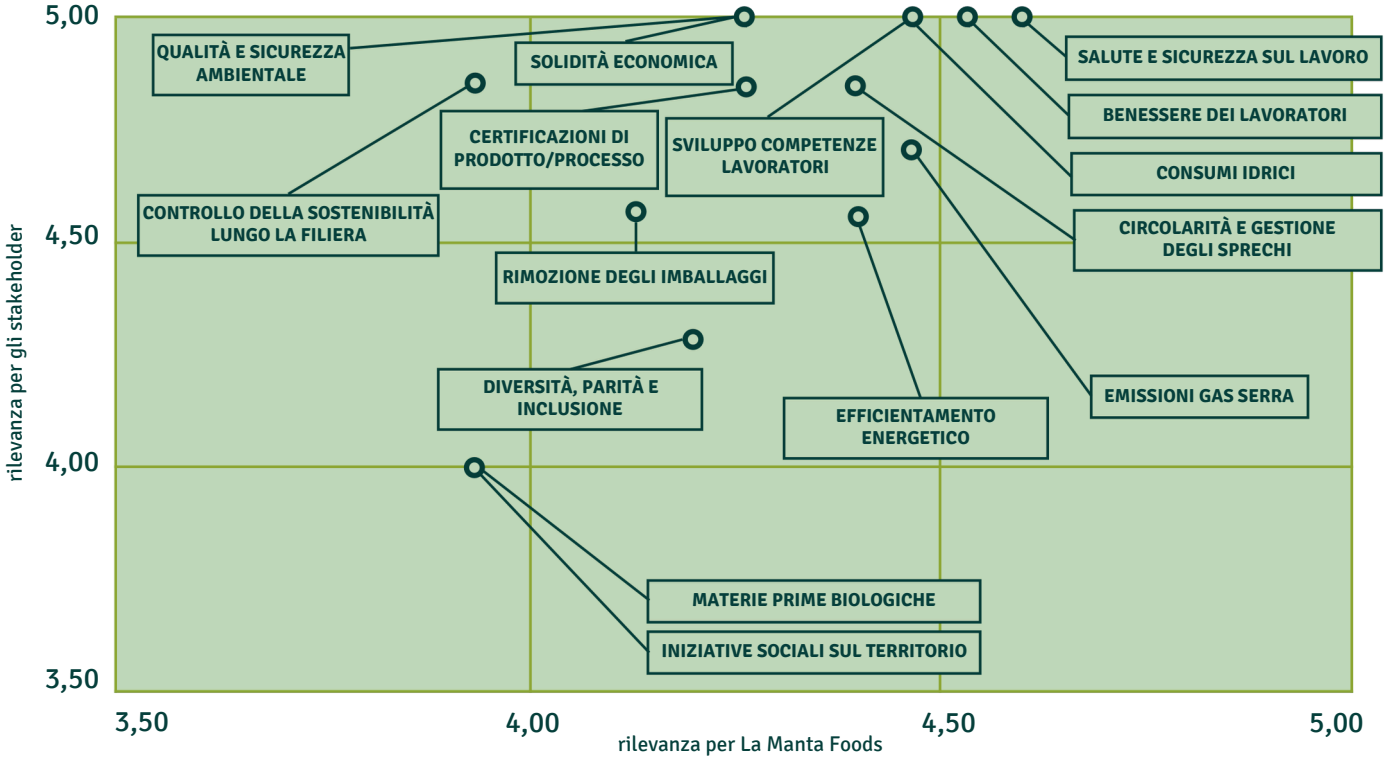
3.5. MATRICE DI MATERIALITÀ

Gli stakeholders, con ardita collaborazione, hanno contribuito all'avvio di un processo di prioritizzazione. È stata valutata la rilevanza di ciascun tema sia per l'azienda che per le parti interessate.

La Manta Foods ha quindi compreso quali siano le tematiche più sentite e ha potuto stabilire, di conseguenza, obiettivi chiari e misurabili secondo la scala di priorità ottenuta.

Il risultato di questo processo, che rappresenta un punto di partenza per continuare a evolversi e migliorarsi, sfocia nella prima matrice di materialità di La Manta Foods.

La matrice di Materialità viene costruita assegnando un valore da 0 (poco importante) a 5 (molto importante) agli "aspetti rilevanti" per l'azienda e per i suoi stakeholder. I valori ottenuti vengono poi rappresentati su un grafico cartesiano, come riportato a seguire.



All'interno della matrice vediamo rappresentati i temi rilevanti, posizionati in base al livello di importanza per La Manta Foods e per gli stakeholders esterni. Attraverso questa rappresentazione grafica, la matrice consente di individuare le questioni centrali che richiedono azioni prioritarie e che aiutano a guidare l'integrazione della sostenibilità nelle decisioni aziendali.

Per gli stakeholders esterni sono di particolare importanza le tematiche riguardanti gli aspetti sociali legati alle condizioni lavorative, quali salute e sicurezza, benessere e sviluppo delle competenze dei lavoratori, così come è importante anche la solidità economica e le qualità e sicurezza alimentare. Dal punto di vista ambientale l'attenzione ai consumi idrici, la gestione degli sprechi e la sostenibilità lungo tutta la catena di fornitura risultano essenziali.

Anche per gli stakeholder interni i temi ritenuti fondamentali riguardano perlopiù gli stessi aspetti sociali e ambientali elencati in precedenza per gli stakeholder esterni, con l'aggiunta del tema delle emissioni di gas serra e dell'efficientamento energetico. Di egual importanza sono invece i seguenti temi: solidità economica, qualità e sicurezza alimentare e certificazioni di prodotto/processo.

Tutti gli altri temi si posizionano leggermente più in basso nella matrice, a indicare una minor rilevanza complessiva da parte degli stakeholder. Ciononostante, l'organizzazione si impegna a tenere conto di tali tematiche nel corso della messa in atto di iniziative di sostenibilità interne ed esterne all'azienda.

La matrice di materialità rappresenta un continuo percorso di monitoraggio, valutazione e miglioramento. Periodicamente, verrà rivista e aggiornata in base all'evoluzione del contesto esterno, alle nuove aspettative delle parti interessate e ai cambiamenti interni all'azienda. Questo consentirà a La Manta Foods di rimanere all'avanguardia in materia di sostenibilità e di guidare il cambiamento positivo a lungo termine.

3.6. AGENDA 2030 NAZIONI UNITE

Gli SDGs, acronimo di Sustainable Development Goals (Obiettivi di Sviluppo Sostenibile), sono un insieme di 17 obiettivi stabiliti dalle Nazioni Unite per affrontare le sfide globali e promuovere uno sviluppo sostenibile entro il 2030. Gli SDGs sono stati adottati nel settembre 2015 dai leader mondiali e costituiscono un piano d'azione per porre fine alla povertà, proteggere il pianeta e garantire la prosperità per tutti.

Gli obiettivi coprono una vasta gamma di temi interconnessi, tra cui la lotta alla povertà, la promozione dell'istruzione di qualità, l'assicurazione della salute e del benessere per tutti, l'accesso all'acqua potabile e all'energia sostenibile, la promozione della parità di genere, la riduzione delle disuguaglianze, la promozione di città sostenibili, l'adozione di pratiche sostenibili nell'agricoltura e nell'industria, la protezione dell'ambiente e la lotta al cambiamento climatico.

Questi obiettivi evidenziano la necessità di un approccio integrato e collaborativo tra governi, settore privato, società civile e cittadini. Vengono riconosciute le sfide globali interconnesse e si promuove una visione di sviluppo che tenga conto degli aspetti economici, sociali e ambientali in modo equilibrato.

I temi materiali individuati da La Manta Foods si conciliano con alcuni dei 17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile, secondo le specifiche della seguente tabella:

			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	GOVERNANCE	solidità economica								●									
2	GOVERNANCE	controllo della sostenibilità lungo la filiera								●									
3	GOVERNANCE	qualità e sicurezza alimentare		●															
4	GOVERNANCE	certificazioni di prodotto/processo		●						●									
5	SOCIALE	salute e sicurezza sul lavoro			●					●									
6	SOCIALE	sviluppo delle competenze dei lavoratori				●				●									
7	SOCIALE	benessere dei lavoratori			●					●									
8	SOCIALE	diversità, parità e inclusione					●					●							
9	SOCIALE	iniziative sociali sul territorio											●						
10	AMBIENTE	emissioni di gas serra													●				
11	AMBIENTE	consumi idrici						●											
12	AMBIENTE	circolarità e gestione degli sprechi												●					
13	AMBIENTE	riduzione degli imballaggi												●					
14	AMBIENTE	efficientamento energetico							●										
15	AMBIENTE	materie prime biologiche												●					

È così possibile identificare gli SDGs con maggior rilevanza per La Manta Foods:

Obiettivo 8

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

Obiettivo 12

Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

Obiettivo 5

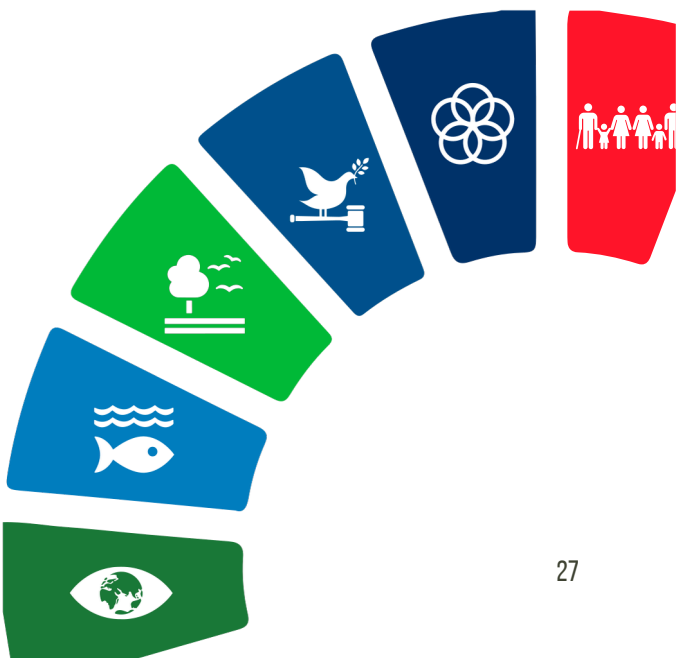
Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze

Obiettivo 3

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età

Obiettivo 2

Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile



4. Una crescita sostenibile

La Manta Foods si impegna a generare valore in modo responsabile, così da distribuirlo equamente tra i molti attori lungo la filiera e nelle comunità.

Attraverso prodotti di elevata qualità, cerchiamo ogni giorno di prenderci cura delle persone e delle loro famiglie, con attenzione alle diverse necessità e ricercando soluzioni sempre innovative per uno stile di vita più sostenibile.

4.1. LA MANTA FOODS IN NUMERI

Di seguito vengono riportati alcuni dati economici rilevanti che sono comunque reperibili sul bilancio finanziario pubblicato. Ci impegniamo nelle prossime edizioni ad integrarli con ulteriori indici finanziari utili all'analisi del Valore Economico Generato, Distribuito e Trattenuto.

	2024	2023
VALORE DELLA PRODUZIONE	8.921.839	12.263.373
MARGINE OPERATIVO LORDO	682.354	901.836
RISULTATO OPERATIVO	277.495	538.870
UTILE	39.554	253.570

4.1.1. Analisi dei principali indicatori di bilancio

Indicatori finanziari

Quoziente di disponibilità

L'indice misura il grado di copertura dei debiti a breve mediante attività presumibilmente realizzabili nel breve periodo e smobilizzo del magazzino.

1,06

31/12/2024

Indicatori economici

Return on Equity (R.O.E.)

L'indice offre una misurazione sintetica in % dell'economicità globale della gestione aziendale nel suo complesso e della capacità di remunerare il capitale proprio.

31/12/2024	31/12/2023
0,98	6,38

Return on investment (R.O.I.)

L'indice offre una misurazione sintetica in % dell'economicità della gestione corrente caratteristica e della capacità di autofinanziamento dell'azienda indipendentemente dalle scelte di struttura finanziaria.

31/12/2024	31/12/2023
2,12	3,79

Altri indicatori significativi

Quoziente di Struttura Primario (detto anche Margine di Copertura delle Immobilizzazioni)

L'indice misura la capacità della struttura finanziaria aziendale di coprire impieghi a lungo termi- ne con mezzi propri.

31/12/2024	31/12/2023
0,64	0,81

Quoziente di Struttura Secondario

L'indice misura lacapacitàdellastruttura finanziaria aziendale di coprire impieghi a lungo termi- ne con fonti a lungo termine.

es. corrente	es. precedente
0,98	1,24

4.2. QUALITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE

La Manta Foods da sempre lavora per la qualità prima di tutto, tanto da essere stati veri pionieri del Biologico. Per noi non è una dichiarazione di moda, né una scelta commerciale, ma una scelta di convinzione, una scelta per l'ambiente. Tutti i prodotti di La Manta Foods sono realizzati con impegno per i più alti livelli di qualità e sicurezza alimentare nell'ottica di soddisfare le molteplici esigenze dei consumatori. Per questo ci siamo impegnati per ottenere certificazioni che testimoniassero ciò in cui da sempre crediamo. Queste certificazioni dimostrano l'attenzione a garantire il livello più alto possibile per i nostri prodotti ma non rappresentano un punto di arrivo, bensì uno stimolo a perseguire obiettivi sempre più importanti in termini di qualità.

4.2.1. Certificazione IFS

La Manta Foods realizza prodotti sicuri, autentici e di qualità e ha infatti ottenuto la certificazione del sistema di gestione della qualità e della sicurezza alimentare secondo lo standard IFS 7. IFS Food è uno Standard Internazionale, riconosciuto dal Global Food Safety Initiative (GFSI), che definisce una serie di requisiti finalizzati alla corretta gestione degli aspetti igienici in tutte le fasi dei processi di gestione, produzione e distribuzione dell'industria di trasformazione alimentare. Nel mercato globale le aziende certificate IFS sono sinonimo di affidabilità, fiducia e sicurezza, dimostrando di soddisfare continuamente le aspettative del cliente.

4.2.2. Certificazione Biologica

La scelta bio ci contraddistingue da anni. Attraverso l'ottenimento della certificazione biologica, il cui fulcro normativo è rappresentato dai Reg. (CE) 834/2007 e 889/2008, rafforziamo la nostra reputazione garantendo attenzione all'ambiente, qualità del prodotto e garanzie sull'origine delle materie prime. Il biologico rappresenta quel delicato equilibrio tra uomo e ambiente che è fondamentale per immaginare un futuro sostenibile su questo pianeta, è una scelta sicura nel rispetto dell'uomo, della natura e della stagionalità. Un'etichetta chiara e completa con la certificazione biologica è il primo passo per instaurare il patto di fiducia tra noi e i nostri clienti.

4.2.3. Certificazione Bio Cina

Grazie al sempre più crescente interesse da parte dei consumatori cinesi verso i prodotti sani e di qualità La Manta Foods ha deciso di richiedere e ha poi ottenuto la certificazione per la produzione biologica secondo lo standard nazionale cinese. Si tratta di un iter complesso e farraginoso che fa sì la maggioranza delle aziende biologiche italiane scelgano volontariamente di non intraprendere, ma che La Manta Foods con impegno e dedizione è riuscita a portare a termine.

4.2.4. Certificazione Demeter

L'attenzione di La Manta Foods va ben oltre il biologico. L'etichetta con il marchio Demeter assicura al consumatore che il prodotto è ottenuto attraverso il metodo biodinamico. Questo non solo conferisce un valore aggiunto al prodotto, ma garantisce anche un'alimentazione sana e rispetto- sa dell'ambiente, assicurando il nutrimento ottimale del nostro corpo. In particolare, la certificazione Demeter garantisce che i prodotti:

- siano privi di residui tossici;
- offrano un maggior contenuto nutritivo;
- siano ottenuti senza inquinare l'ambiente;
- presentino una migliore qualità organolettica;
- siano in sintonia con le stagioni.

4.2.5. Certificazione Kosher

Kosher, dall'ebraico 'conforme alla legge' o 'adatto', indica che un alimento è stato prodotto secondo le regole dietetiche stabilite dalla Bibbia. Questa scelta permette a La Manta Foods di soddisfare le esigenze di un ampio bacino di consumatori, che altrimenti potrebbero sentirsi esclusi. Inoltre, questi alimenti hanno un ampio mercato di consumatori, non solo tra gli ebrei osservanti, ma anche tra musulmani, indù, vegetariani e persone con allergie poiché ad oggi questa certificazione è considerata essere la più affidabile nell'analisi degli ingredienti.

4.2.6. Certificazione Halal

La Manta Foods è da sempre sensibile alle differenti esigenze di ordine religioso e culturale dei consumatori. La certificazione "Halal" serve ad attestare che i prodotti delle filiere agroalimentari siano conformi alle norme etiche ed igienico sanitarie, della legge e della dottrina dell'Islam. Ottenere la certificazione Halal è importante non solo negli scambi internazionali con i paesi di credo islamico, ma anche nel mercato domestico dove è presente un pubblico molto grande e con esigenze particolari.

4.2.7. Registrazione U.S. Food and Drug Administration Registrar Corp

Nell'ottica di un'espansione verso un mercato sempre più globale, La Manta Foods ha richiesto e ottenuto la registrazione alla U.S. Food and Drug Administration (FDA), l'agenzia governativa americana responsabile della regolamentazione e della supervisione dei prodotti alimentari, dei farmaci, dei dispositivi medici, dei cosmetici e di altri prodotti che entrano nel mercato degli Stati Uniti. Ottenere la registrazione FDA è un processo complesso e rigoroso che prevede l'invio di informazioni dettagliate su prodotti, impianti e processi di produzione, controllo qualità ed etichettatura. Registrando il nostro stabilimento presso la FDA, non solo garantiamo la conformità alle normative federali ma intendiamo contribuire a promuovere la sicurezza dei consumatori e a costruire la loro fiducia nei nostri prodotti.

4.2.8. Il nostro laboratorio

Nel corso degli anni, abbiamo visto un'evoluzione verso richieste sempre più stringenti nel settore del Babyfood e soprattutto del Bio Babyfood (semilavorati destinati a prodotti biologici per l'infanzia).

La ricerca infatti fa sì che si studino sempre nuovi principi attivi potenzialmente dannosi per l'uomo e che quindi giustamente se ne verifichi l'eventuale presenza anche nei prodotti che realizziamo. Inoltre, se alcune sostanze sono tollerate fino a una certa soglia sul Biologico per il consumatore adulto, tali soglie si abbassano drasticamente per il Bio Babyfood. Qui conta anche l'innovazione.

Per questo abbiamo realizzato nel 2021 un laboratorio interno, che ci consente di:

- svolgere un'analisi all'ora;
- correggere eventuali criticità in tempo reale;
- stilare una scheda tecnica che segue, lungo tutta la produzione, l'andamento di alcuni parametri (pH, acidità, grado Brix);
- svolgere analisi microbiologiche a garanzia di un prodotto sterile al 100%

Tutto ciò oltre alle analisi eseguite sui campionamenti dai carichi di frutta che ci arrivano e quelle richieste dai nostri clienti sui prodotti finali, entrambe svolte da appositi laboratori certificatori. Il laboratorio è stato attrezzato con i migliori strumenti per garantire l'affidabilità delle analisi svolte:
• un amidometro per stabilire con sempre maggiore certezza il punto ottimale di maturazione della frutta;
• uno specifico strumento per misurare la densità dei punti neri presenti nella purea e derivanti dalla buccia di mela e pera;
• uno strumento per identificare il colore della purea, per stabilire quanto si avvicini agli standard richiesti
• per le analisi dell'acido ascorbico (vitamina C) utilizziamo lo stesso titolatore adottato per la determinazione dell'acidità. Il metodo applicato è di tipo iodometrico, basato sulla reazione redox tra l'acido ascorbico e lo iodio – generato in situ da iodato e ioduro in ambiente acido - successivamente titolato con tiosolfato di sodio. Tale procedura garantisce un elevato livello di accuratezza analitica e si inserisce nel nostro modello di qualità responsabile, che valorizza il controllo del processo, la sicurezza laboratoristica

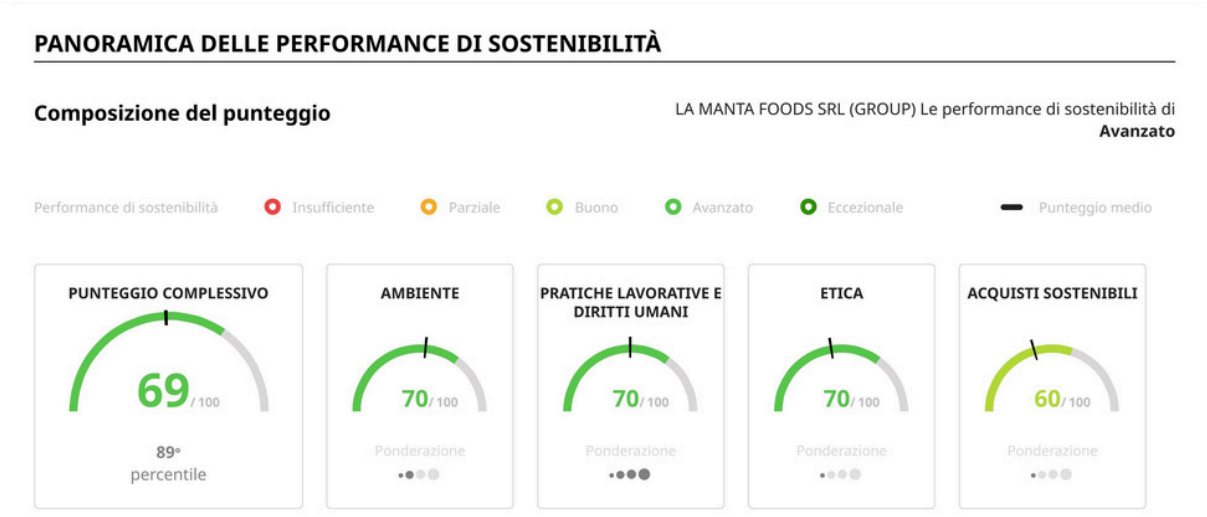
4.2.9. Rating EcoVadis

Nel 2024 abbiamo raggiunto un traguardo significativo nel nostro percorso di miglioramento continuo delle performance ESG (Environmental, Social and Governance): abbiamo ottenuto per la prima volta la valutazione da parte della piattaforma EcoVadis.

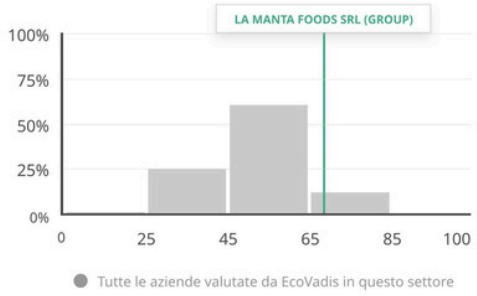
EcoVadis è una delle principali piattaforme internazionali per la valutazione della sostenibilità aziendale. Fornisce un'analisi indipendente e strutturata delle pratiche ambientali, sociali ed etiche lungo la catena del valore.

A seguito della nostra prima valutazione, ci è stato assegnato un rating EcoVadis di 69/100, che ci ha permesso di ottenere la medaglia d'argento. Un risultato che riflette l'impegno concreto già messo in atto in diversi ambiti della sostenibilità, ma che evidenzia anche margini di miglioramento su cui siamo già al lavoro.

DI seguito un estratto delle performance de La Manta Foods rilevate dalla piattaforma Ecovadis:



Distribuzione del punteggio complessivo



Paragone dei punteggi dei temi

4.3. LA CATENA DI FORNITURA

4.3.1. Materie prime biologiche

Nel contesto dei rapporti commerciali attuali, una delle sfide principali per le aziende è gestire i rischi derivanti dalla complessità della catena di approvvigionamento. Con un gran numero di attori coinvolti e la necessità di un monitoraggio continuo, diventa arduo per le aziende individuare i potenziali rischi che possono minacciare le loro operazioni. In questo contesto complesso da gestire, La Manta Foods si impegna a migliorare la sua catena di fornitura in linea con i principi fondamentali di promozione e protezione dei diritti umani, tutela dell'ambiente ed etica aziendale. Gli acquisti di materie prime impiegate nell'attività produttiva, e relative forniture aziendali, sono essenzialmente rappresentati da materie prime alimentari e imballaggi.

Nel 2024, l'attività di approvvigionamento di materie prime alimentari ha coinvolto 118 fornitori. Il nostro successo è il frutto di anni di lavoro dedicati alla costruzione di relazioni di collaborazione e fiducia con i partner della nostra catena di approvvigionamento, in questo senso puntiamo ad instaurare con loro relazioni commerciali solide e durature, nel rispetto dei principi di integrità, professionalità, trasparenza e imparzialità.
Al fianco dei nostri fornitori, definiamo i protocolli e i calendari dei trattamenti che vengono da loro sottoscritti e rispondono ai differenti standard al fine di garantire la qualità del nostro prodotto fin dalle sue origini. Oltre ai protocolli vengono definite le analisi da eseguire al momento del raccolto, alle quali si aggiungono quelle eseguite successivamente quando la frutta raggiunge il nostro stabilimento al fine di garantire che il processo di trasformazione avvenga su prodotti rispondenti ai livelli qualitativi richiesti.
I nostri fornitori vengono valutati sulla base di criteri ambientali, tra cui, imprescindibile, il possesso della certificazione biologica e una serie di altri criteri richiesti dalla certificazione IFS. Vengono eseguite anche delle visite presso le aziende dei fornitori ai quali viene rilasciato un report sentiment su determinate questioni ambientali e sociali. Ai nostri fornitori vengono assicurate modalità di pagamento in conformità agli accordi commerciali.

4.3.2. Approvvigionamento etico e responsabile

Ogni lavoratore nella catena di fornitura merita un ambiente di lavoro sicuro, uguaglianza e mezzi per sostenersi. Ora più che mai è fondamentale costruire una catena di fornitura etica; per questo La Manta Foods aderisce al programma Sedex, un'organizzazione no profit impegnata nella diffusione dei principi etici lungo le catene di fornitura globali. Essa costituisce la più ampia piattaforma in Europa che raccoglie ed elabora dati relativi alle performance etico-sociali in tutta la catena del valore. L'approccio Sedex supporta acquirenti e fornitori nella condivisione e acquisizione di dati, nella gestione dei rischi sociali e ambientali e nell'utilizzo delle risorse in modo responsabile, corretto e positivo. A questo scopo, Sedex offre ai suoi membri una serie di strumenti e servizi di orientamento e formazione per aiutare le aziende a rilevare e gestire i rischi nella catena di approvvigionamento così da prendere decisioni aziendali informate e di apportare miglioramenti continui nelle loro catene del valore.

5. L'ambiente

Non possiamo più trascurare l'importanza di promuovere un nuovo paradigma di sviluppo economico.

Qui a La Manta Foods siamo fermamente determinati a fare la differenza, e prendere coscienza dei nostri impatti è il primo passo verso la mitigazione degli stessi. Questa è la ragione per la quale tutti i nostri sforzi sono diretti ad analizzare e gradualmente minimizzare l'impatto ambientale della nostra attività, adottando un approccio orientato al monitoraggio e al miglioramento continuo delle performance, nel massimo rispetto delle normative vigenti.
La Manta Foods intende adottare una politica fortemente orientata alla sostenibilità e implementare soluzioni mirate alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni, al monitoraggio dei consumi idrici e riduzione degli sprechi d'acqua, alla gestione responsabile dei rifiuti.

5.1. EFFICIENZA ENERGETICA ED EMISSIONI DI CO^2

Nel corso del 2024, la nostra azienda ha continuato a perseguire gli obiettivi di riduzione dell'impatto ambientale legati ai consumi energetici, consolidando il proprio impegno verso una transizione energetica sostenibile.
Il consumo complessivo di energia elettrica è stato pari a 463.666 kWh.

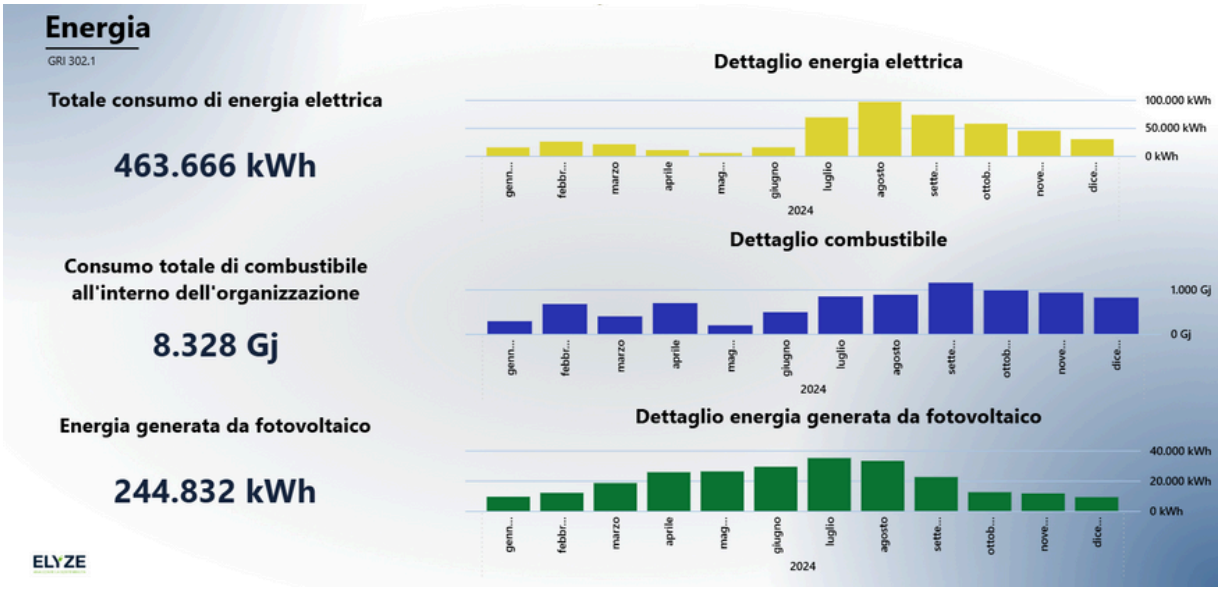
Uno degli investimenti strategici più significativi dell'anno è stato l'ampliamento del parco fotovoltaico aziendale, in linea con il nostro piano di decarbonizzazione.
Nel 2024 sono stati installati nuovi impianti fotovoltaici per una potenza complessiva aggiuntiva di 193 kWp, che si aggiunge ai 260 KWp già operativi. Grazie a questo ampliamento, la capacità installata totale raggiunge i 453 kWp, consentendo di coprire una buona parte del fabbisogno energetico annuale degli stabilimenti attraverso autoproduzione da fonte solare.

In particolare:

- L'impianto presso lo stabilimento di La Manta Foods ha una capacità di 0,453 MWp e produce in media 285.625 kWh/anno.
- I nuovi pannelli installati utilizzano tecnologie ad alta efficienza e sono stati posizionati su coperture esistenti ottimizzate per l'irraggiamento solare.

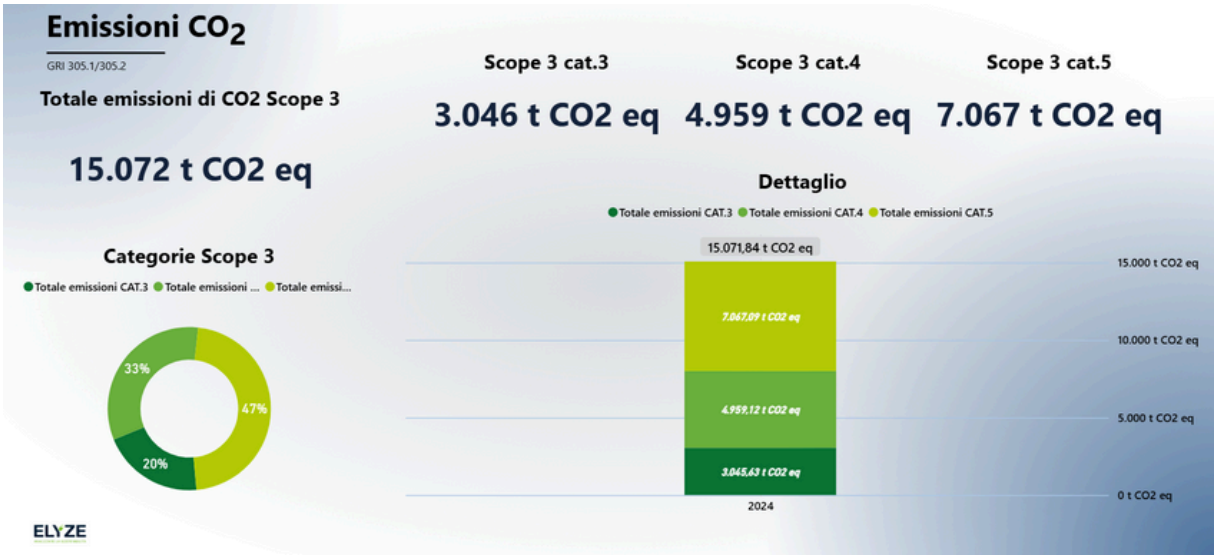
Grazie a questi interventi, nel 2024 l'energia elettrica autoprodotta da fonte solare è cresciuta evitando l'emissione in atmosfera di circa 116,29 tonnellate di CO_2.

La Manta Foods considera l'installazione del nuovo impianto un investimento significativo, non solo per l'ingente capitale destinato al progetto, ma anche perché rafforza il nostro impegno verso l'innovazione tecnologica e l'adozione di pratiche produttive sempre più sostenibili. Attraverso questo investimento intendiamo posizionarci come un'azienda all'avanguardia in grado di rispondere alle nuove esigenze del mercato, a cominciare dalla crescente attenzione alla sostenibilità ambientale.



Ad oggi, uno degli obiettivi per il futuro a lungo termine dell'umanità è limitare il riscaldamento globale al di sotto di 1.5°C rispetto alle temperature preindustriali. Tappa fondamentale di questo percorso è la rilevazione annuale delle proprie emissioni dirette ed indirette; per questo abbiamo avviato un percorso focalizzato sul monitoraggio delle emissioni che ci ha portato a elaborare la prima Carbon Footprint, realizzata secondo lo standard internazionale ISO 14064. Questo rappresenta per noi un passo significativo finalizzato a elaborare strategie e azioni efficaci per mitigare gli impatti ambientali delle nostre operazioni. Di seguito il totale delle emissioni di CO2:

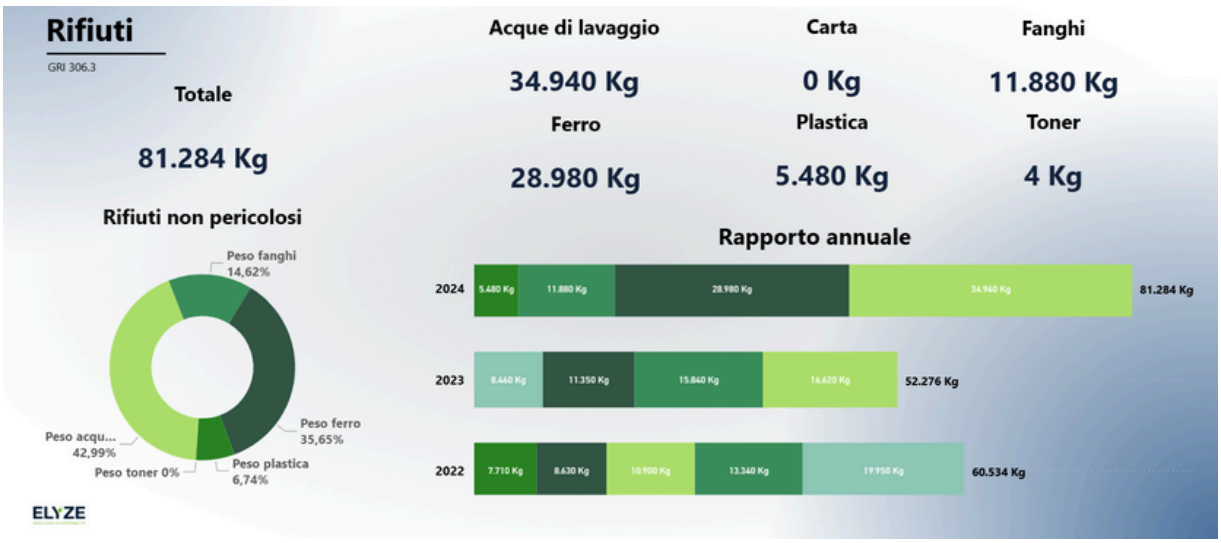
Rispetto all'anno precedente, siamo andati inoltre a monitorare le emissioni di Scope 3 che rappresentano le emissioni indirette derivanti dall'intera catena del valore, sia a monte che a valle. Di seguito il dettaglio di Scope 3:



5.2. LA GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI

I rifiuti, ove possibile, sono considerati da La Manta Foods una risorsa. I principali rifiuti prodotti sono gli scarti della frutta derivanti dal processo produttivo che vengono venduti a terzi come combustibile o per prodotti alimentari di vario tipo, e i noccioli, venduti come materia prima nel settore dolciario e nel settore della cosmesi.

Di seguito si riporta il numero totale dei rifiuti non pericolosi prodotti da La Manta Foods nel corso del 2024.



L'impatto dei materiali utilizzati per gli imballaggi è senz'altro un punto su cui La Manta Foods pone grande attenzione.

In particolare, l'azienda intraprende le seguenti azioni nell'ambito del ciclo di vita degli imballaggi da essa utilizzati:

- I cassoni di plastica a fine vita e/o in caso di rottura, vengono nuovamente trattati, riportati a polimero, rigenerati e reinserito nel ciclo aziendale come imballo a rendere.
- La carta e il cartone degli imballi vengono trattati da un compattatore interno in modo da ridurre lo spazio di stoccaggio prima dello smaltimento ad aziende preposte.
- Le cassette di legno vengono rivendute o recuperate.

LA MANTA foods

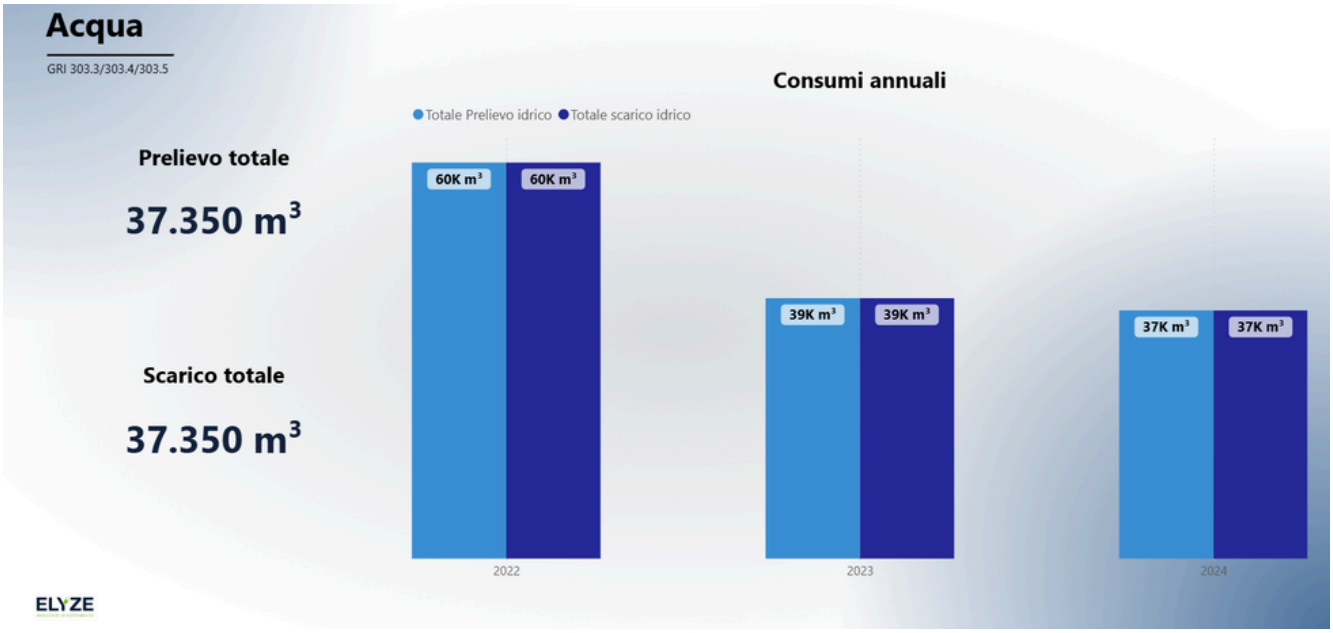
ETICHETTATURA AMBIENTALE DEGLI IMBALLAGGI
INDICAZIONI PER LA RACCOLTA DIFFERENZIATA
ENVIRONMENTAL LABELING OF PACKAGING
WASTE SORTING GUIDELINES

	TIPO DI IMBALLO/TYPE OF PACKAGING	CODICE RICICLAGGIO	CODIFICA E TIPO DI MATERIALE CODING MATERIAL AND TYPE	
	FILM IN PLASTICA	OTHER 7	Altri materiali in plastica	Plastica
	SACCHI ASETTICI	LDPE 4	Polietilene a bassa densità	Plastica
	CASSONI IN PLASTICA	HDPE 2	Polietilene ad altà densità	Plastica
	FUSTI IN ACCIAIO	FE 40	Acciaio	Metalli
	TAPPI IN ACCIAIO	FE 40	Acciaio	Metalli
	SACCO AZZURRO	LDPE 4	Polietilene a bassa densità	Plastica
	COMBO 1000L	PP 5	Polipropilene	Polipropi
	REGGETTA IN PLASTICA	PP 5	Polipropilene	Plastica
	PEDANE IN LEGNO	FOR 50	Legno	Legno
	BOTTIGLIE IN VETRO	GL 70	Vetro trasparente/incolore	Vetro
	CUPELLINE	OTHER 7	Altri materiali in plastica	Plastica
	DOYPACK	HDPE 2	Polietilene ad alta densità	Plastica
	TAPPI A CORONA	ALU 41	Alluminio	Metalli
	FILM CUPELLINE	OTHER 7	Altri materiali in plastica	Plastica
	SCATOLONI IN CARTONE	PAP 20	Cartone ondulato	Carta

5.3. L' ACQUA

L'approvvigionamento di acqua, risorsa indispensabile per i processi produttivi svolti, avviene attraverso il prelievo dal pozzo, in quanto l'azienda non è collegata alla rete idrica. L'acqua utilizzata viene messa in 3 vasche di raccolta e poi viene smaltita.
La Manta Foods monitora il consumo idrico rispetto alla sede aziendale di Manta, con l'obiettivo di ridurre il consumo totale attraverso pratiche di sensibilizzazione e di lotta allo spreco.
L'azienda cerca modi per purificare e riutilizzare l'acqua, come per la caldaia, e utilizza un circuito chiuso per l'acqua di raffreddamento ,che dal momento dell'installazione nel mese di luglio 2024, ha notevolmente diminuito il consumo di acqua aziendale.

Nella tabella sottostante sono riportati i consumi relativi all'anno 2024:



L'azienda si impegna a:

1

trovare un modo di purificarla e riutilizzarla, per la caldaia ad esempio

2

invece che buttare acqua di raffreddamento, l'acqua viene messa in un circuito chiuso, raffreddata e messa in circolo

3

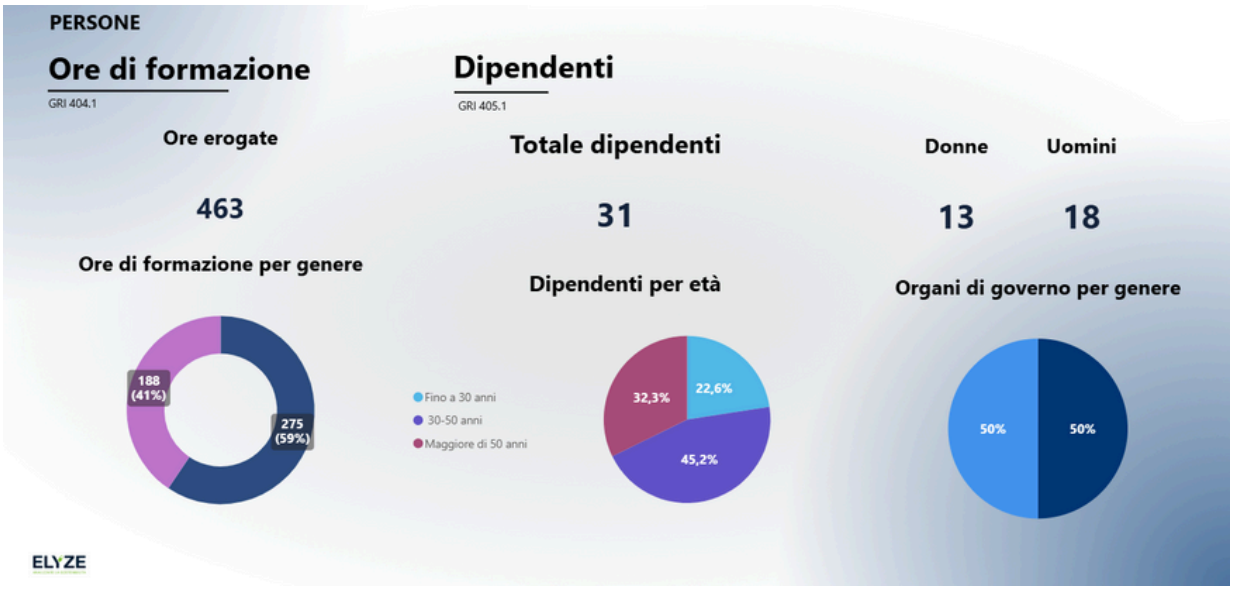
progetto per il risparmio prelievo d'acqua. Stima: risparmio 70% consumo d'acqua

6. Le persone

Ogni anno La Manta Foods si impegna a promuovere l'inclusione e il rispetto delle diversità, con l'obiettivo di rafforzare costantemente le relazioni con il proprio team.

La salute, la sicurezza e il benessere dei lavoratori, insieme alla formazione, al rispetto dei diritti e alla promozione della parità di genere, sono priorità assolute.

Le iniziative che animano la nostra organizzazione aziendale sono guidate dalla crescita professionale e dall'ascolto attento dei dipendenti. La Manta Foods si avvale di un team di dipendenti altamente qualificati e motivati che lavorano con passione e dedizione. Nel corso del 2024 i dipendenti a tempo indeterminato e stagionale di La Manta Foods ammontano a 31, 18 uomini e 13 donne.



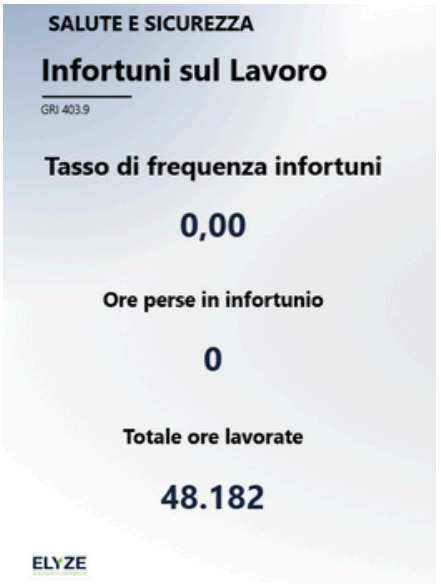
6.1. SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La tutela della salute e della sicurezza dei nostri collaboratori è per noi una priorità assoluta. Tutti i nostri dipendenti beneficiano delle protezioni stabilite dal Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro (CCNL). Per assicurare un ambiente sicuro e privo di rischi, conformemente al decreto legislativo 81/2008 abbiamo redatto un Documento di Valutazione Rischi (DVR). In coerenza con quanto prescritto dal decreto legislativo 81/08, il datore di lavoro affida l'incarico di RSPP ad un consulente esterno. Sulla base della valutazione dei rischi sono definite le misure di tutela, tra le quali i Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) necessari per salvaguardare la sicurezza dei lavoratori, i servizi di sorveglianza sanitaria e assistenza medica di primo soccorso. La Manta Foods si avvale di un medico competente con cui collabora ai fini della valutazione dei rischi per la salute, effettuando regolari visite mediche di sorveglianza sanitaria per i lavoratori. Il coinvolgimento dei lavoratori avviene mediante momenti formali, quali riunioni; infatti, almeno una volta all'anno viene eseguita una riunione con Medico Competente e RSPP.

Durante gli incontri vengono rendicontate le attività del precedente periodo ed emergono sempre spunti significativi per azioni di miglioramento. L'impresa fa, infine, riferimento alle indicazioni del rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS) a livello territoriale, designato a rappresentare i lavoratori per quanto concerne gli aspetti della salute e della sicurezza durante il lavoro. Investiamo in formazione per sensibilizzare le persone e migliorare gli standard di sicurezza tecnica. Tutta la popolazione aziendale riceve informazioni, formazione adeguata e differenziata su base mansionaria. In linea con quanto richiesto dal D.lgs. 81/2008 organizziamo corsi di formazione regolari per garantire che i collaboratori siano in grado di identificare e ridurre significativamente i rischi di incidenti.

6.2. LO SVILUPPO PROFESSIONALE E IL BENESSERE DEI DIPENDENTI

La tutela Il capitale umano è la risorsa primaria per un percorso di sviluppo sostenibile e di lungo termine. Per valorizzare al meglio i nostri collaboratori accrescendo ulteriormente la professionalità della nostra squadra, e contribuire a creare senso di appartenenza, pensiamo sia importante stimolare una cultura fondata sulla formazione in linea con le esigenze e richieste avanzate delle diverse funzioni e l'ascolto continuo dei nostri collaboratori.



La Manta Foods è fermamente convinta che sia fondamentale promuovere la felicità sul lavoro e uno stato di benessere psicofisico, sia per l'aumento della motivazione e del senso di appartenenza all'azienda, sia per un incremento di produttività aziendale. L'attenzione alla salute e al benessere dei lavoratori si manifesta in numerose iniziative tra cui:

- Favorire un equilibrio tra lavoro e vita privata. Attraverso l'implementazione del piano di welfare aziendale, La Manta Foods intende creare un ambiente di lavoro sano, sostenibile e inclusivo che favorisca il benessere complessivo dei dipendenti e, di conseguenza, il successo a lungo termine dell'azienda. La Manta Foods formalizza la possibilità di richiedere lo Smart Working e l'Orario Flessibile, in particolare per i dipendenti che si trovano in situazioni legate alla maternità o paternità tenendo conto della mansione svolta. Questa iniziativa è volta a favorire un equilibrio armonioso tra vita professionale e personale per i dipendenti che affrontano la speciale fase della maternità o paternità.

- Fornire opportunità di sviluppo professionale e crescita personale al fine di sviluppare le competenze dei dipendenti, migliorare le prestazioni e sostenere il successo dell'organizzazione. La pianificazione dei corsi di formazione è svolta dal reparto risorse umane in collaborazione con i responsabili dei dipartimenti interessati. Per garantire che le attività formative siano mirate ed efficaci, l'azienda conduce regolarmente valutazioni dei bisogni di formazione, identificando le aree in cui è necessario intervenire.

Ogni corso di formazione viene monitorato e valutato per assicurare che il contenuto sia adeguato e risponda alle esigenze dei partecipanti. Per migliorare ulteriormente i programmi formativi, al termine dei corsi i partecipanti sono invitati a fornire feedback e suggerimenti contribuendo così a un processo di miglioramento continuo.

- Riconoscere e premiare i successi dei dipendenti. La Manta Foods ha implementato una "Politica di crescita professionale" e redatto un "Programma di Premio Produzione Aziendale". Ogni dipendente ha l'opportunità di essere riconosciuto per il suo impegno e contributo, il premio viene infatti assegnato in base a criteri chiari e oggettivi, tra cui il raggiungimento degli obiettivi di produzione, la qualità del lavoro svolto e la dedizione al miglioramento continuo e la valutazione condotta in modo trasparente e oggettivo. Inoltre, l'azienda limita il ricorso all'overtime e promuove il rispetto dei limiti di orario stabiliti, tramite la definizione di precisi orari di inizio e fine della giornata lavorativa, nonché i limiti massimi di ore lavorative consentite per dipendente e tramite il sistema di timbratura elettronica viene tenuta traccia delle ore effettivamente lavorate da ciascuno. Nel caso si presentino situazioni in cui il ricorso all'overtime potrebbe essere necessario a causa di un sovraccarico di compiti, viene considerata l'ipotesi di ridistribuzione delle responsabilità o l'assunzione di personale aggiuntivo.

I principali obiettivi che La Manta Foods si impegna a perseguire sono i seguenti:

1

miglioramento dello stato di salute fisica attraverso iniziative mirate di sensibilizzazione e prevenzione, tenendo in considerazione anche eventuali criticità rilevate all'interno dell'azienda, anche ad esempio tramite colloqui individuali con il medico aziendale per il miglioramento del proprio benessere

2

ottimizzazione dell'equilibrio psico-emotivo di ciascun dipendente, in modo da poter affrontare momenti critici o di difficoltà con maggiore consapevolezza e capacità di adattamento

3

miglioramento delle condizioni di microclima e rumore all'interno dello stabilimento al fine di prevenire eventuali danni, infortuni o malattie professionali

4

promozione di uno stile di vita sano, incoraggiando comportamenti individuali orientati al raggiungimento di un ottimale benessere fisico e scoraggiando abitudini nocive o atteggiamenti dannosi

5

promozione della sicurezza sul lavoro grazie all'incentivazione dell'uso di DPI e ad una formazione continua sul tema

Tramite il perseguimento dei sopracitati obiettivi, La Manta Foods contribuisce inoltre al raggiungimento dell'Obiettivo 3 – Salute e Benessere dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

6.3. IL NOSTRO IMPEGNO PER UNA AZIENDA INCLUSIVA

Eventi dal 31/12/2024 alla data di pubblicazione del bilancio che si ritengono rilevanti

La Manta Foods continua a prodigarsi per contribuire, in ogni fase e aspetto del rapporto lavorativo, al raggiungimento del miglior bilanciamento possibile di genere, eliminando ogni sorta di discriminazione, consapevole dell'importanza dell'inclusività e delle diversità al fine di favorire una piena realizzazione delle pari opportunità nella società e nell'economia, assicurando così la sostenibilità stessa del sistema socio-economico in termini di mantenimento e miglioramento continuo delle condizioni di vita, longevità e sostegno della natalità. In quest'ottica, La Manta Foods condivide e sostiene i valori contenuti nella sua Gender Equality Policy e dichiara l'impegno assunto nei confronti delle proprie persone per diventare un'azienda senza differenze da colmare. La Manta Foods si impegna a garantire e promuovere:

- l'utilizzo di un linguaggio (scritto, parlato, gestuale) rispettoso e inclusivo che tenga conto della percezione soggettiva di ciascuna persona e delle possibili variabili della sfera identitaria e personale di ciascun soggetto;
- un processo equo durante l'iter di selezione e assunzione;
- l'equità salariale e di retribuzione senza alcuna discriminazione, comprendendo stipendi, benefit, bonus e programmi di welfare;
- la valorizzazione di ogni persona tramite percorsi di formazione con la presenza di entrambi i sessi;
- il trattamento dignitoso, non tollerando alcuna forma di intimidazione, discriminazione, molestia o maltrattamento delle sue persone.

Si evidenzia che nel corso del 2024 non si sono registrati episodi di discriminazione.
Nella ferma convinzione che la parità di genere sia un imperativo sociale e un dovere etico, siamo orgogliosi di aver rinnovato la Certificazione UNI/PdR 125:2022. Approvata dall'Ente nazionale Italiano di Unificazione (UNI), offre un quadro chiaro e strutturato per le organizzazioni che intendono impegnarsi attivamente nella creazione di ambienti di lavoro inclusivi ed equi.

Tutto quello che abbiamo costruito negli anni ci ha permesso di avere basi solide per l'ottenimento della certificazione. Questo traguardo rappresenta la concretizzazione di un percorso volto alla promozione dell'eguaglianza di genere. Per questo La Manta Foods continuerà a lavorare per mantenere questo standard di eccellenza tramite una serie di attività quali: sensibilizzazione, formazione e diffusione dei principi fondamentali per favorire le pari opportunità, l'applicazione di politiche di sostegno alla maternità e alla paternità, politiche volte alla conciliazione dei tempi di vita e di lavoro nonché al contrasto delle discriminazioni e delle violenze sui luoghi di lavoro.

CERTIQUALITY

CISQ is a member of IQNET
The International Certification Network
www.iqnet-certification.com

CERTIFICATO n°
CERTIFICATE n° **2801 PDR**

SI ATTESTA CHE IL SISTEMA DI GESTIONE PER LA PARITA' DI GENERE DI
THIS IS TO CERTIFY THAT THE MANAGEMENT SYSTEM FOR GENDER EQUALITY OF

For information concerning the validity of the certificate, you can visit the site www.certiquality.it

The validity of this certificate depends on annual audit and on a complete review every three years of the Management System.

LA MANTA FOODS S.r.l.

I-12030 MANTA (CN) – Località Mattone, 2/A

NELLE SEGUENTI UNITA' OPERATIVE / IN THE FOLLOWING OPERATIVE UNITS

I-12030 MANTA (CN) – Località Mattone, 2/A

RISULTA CONFORME ALLA LINEA GUIDA / HAS BEEN FOUND TO CONFORM TO THE GUIDELINES

UNI/PdR 125:2022

PER LE SEGUENTI ATTIVITÀ / *FOR THE FOLLOWING ACTIVITIES*

Misure per garantire la parità di genere nel contesto lavorativo
per i processi di trasformazione ortofrutticola.

Measures to ensure gender equality at workplace
for processes of fruit and vegetables working.

IL PRESENTE CERTIFICATO È SOGGETTO AL RISPETTO DEL REGOLAMENTO PER LA CERTIFICAZIONE DEI SISTEMI DI GESTIONE
THE USE AND THE VALIDITY OF THE CERTIFICATE SHALL SATISFY THE REQUIREMENTS OF THE RULES FOR THE CERTIFICATION OF MANAGEMENT SYSTEMS

PRIMA EMISSIONE *FIRST ISSUE*	*17/04/2024*
DATA DELIBERA *DECISION DATE*	*17/04/2024*
DATA SCADENZA *EXPIRY DATE*	*16/04/2027*
EMISSIONE CORRENTE *CURRENT ISSUE*	*17/04/2024*

CERTIQUALITY S.r.l. IL PRESIDENTE
Via G. Giardino 4 – 20123 MILANO (MI) - ITALY

ACCREDIA L'ENTE ITALIANO DI ACCREDITAMENTO
SGQ n. 008 A
Membro degli Accordi di Mutuo riconoscimento EA, IAF e ILAC.
Signatory of EA, IAF and ILAC Mutual Recognition Agreements.

ORGANIZZAZIONI UNI

CISQ
www.cisq.com
CISQ è la Federazione Italiana di Organismi di Certificazione dei sistemi di gestione aziendale. CISQ is the Italian Federation of management system Certification Bodies.

C02 ED 03 151122

6.4. RELAZIONI CON LE COMUNITÀ

INSIEME PER DONARE: ALIMENTIAMO IL FUTURO

La Manta Foods è tra le aziende che hanno aderito al progetto “Insieme per Donare”, un progetto innovativo che ha tra i principali sostenitori la Banca Cassa di Risparmio di Savigliano e la Fondazione Cassa Risparmio di Savigliano rivolto alla popolazione più colpita per effetti della pandemia, dell’inflazione, della carenza di lavoro e della crisi economica, volto, tramite la partecipazione di Associazioni di Volontariato ed Enti Benefici, a donare loro beni di prima necessità. Attraverso la sua partecipazione, La Manta Foods consapevole della sua responsabilità verso il territorio vuole sottolineare il suo impegno nella lotta allo spreco alimentare, nella promozione della sostenibilità sociale e il sostegno ai più fragili attraverso la cultura del dono. Il progetto ha mosso i primi passi ad inizio 2024 ma già 2.000 persone hanno beneficiato finora delle donazioni, 80 mila sono gli euro di beni donati dalle aziende e 400 i chili di frutta e verdura che ogni settimana vengono ricevuti dal Caat (Centro agroalimentare di Torino). Maggiori informazioni sull’iniziativa sono disponibili al seguente link: https://www.insiemeperdonare.it/

PROGETTO DI COLLABORAZIONE CON L’UNIVERSITÀ DI TORINO

La Manta Foods è coinvolta in progetti di ricerca, anche dal punto di vista agronomico, come quello condotto sulle differenze dei terreni a seconda delle diverse zone e dei fornitori, realizzato in collaborazione con la Facoltà di Agraria dell’Università di Torino e in sinergia con gli agricoltori.

7. Nota metodologica

La Manta Foods rende disponibile ai propri stakeholder e in modo pubblico, con cadenza annuale, la rendicontazione delle proprie performance sugli aspetti sociali, ambientali ed etici attraverso il Bilancio di Sostenibilità.

Il presente documento è stato predisposto "con riferimento ai GRI Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016, nel 2020 e nel 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI).

7.1. FRAMEWORK E PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE: IL GLOBAL REPORTING INITIATIVE

Il Global Reporting Initiative (GRI) è un ente internazionale no-profit che promuove la rendicontazione di sostenibilità da parte delle organizzazioni in tutto il mondo. Fondata nel 1997, l'obiettivo principale del GRI è quello di sviluppare e diffondere linee guida per la preparazione di report di sostenibilità, al fine di promuovere la trasparenza e la responsabilità delle organizzazioni nei confronti delle questioni ambientali, sociali ed economiche. Le linee guida del GRI si basano su principi come la rilevanza, l'accuratezza, la comparabilità e la tempestività delle informazioni riportate. Questo quadro permette alle organizzazioni di valutare il proprio impatto sulla sostenibilità e di comunicare in modo chiaro e coerente le loro attività e risultati ai vari stakeholder, tra cui investitori, clienti, dipendenti, comunità locali e governi.

I report di sostenibilità basati sulle linee guida del GRI forniscono una visione olistica delle prestazioni di un'organizzazione, coprendo una vasta gamma di temi, tra cui l'impatto ambientale, i diritti umani, la governance aziendale, l'impatto sociale ed economico. Questa rendicontazione volontaria consente alle organizzazioni di gestire meglio i rischi e le opportunità legate alla sostenibilità e di migliorare la propria reputazione, promuovendo nel contempo uno sviluppo sostenibile a livello globale. Il GRI collabora con altre organizzazioni, governi e stakeholder per promuovere la diffusione delle sue linee guida e l'adozione di pratiche di reporting di sostenibilità in tutto il mondo. Le sue linee guida sono considerate uno dei principali strumenti per il reporting di sostenibilità e sono utilizzate da migliaia di organizzazioni in tutto il mondo per valutare, comunicare e migliorare le loro performance in materia di sostenibilità. Non sono stati considerati GRI relativi a standard di settore in quanto quelli disponibili al momento della redazione non risultano pertinenti con il settore in cui opera La Manta Foods.

7.2. PRINCIPI DI RENDICONTAZIONE

Di seguito si riportano i principi che ci hanno guidato nella creazione di questo report di sostenibilità:

- **Inclusività degli stakeholder** – La Manta Foods si impegna ad instaurare un dialogo aperto e trasparente con gli stakeholder che, a vario titolo, contribuiscono alle attività della società o sono influenzate da esse;
- **Sostenibilità e SDGs** - Il report è stato creato nell'ottica di raccontare e rendicontare i contri- buti attuali e futuri che La Manta Foods ha in piano nel quadro di riferimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile presenti nell'Agenda 2030 dell'ONU;
- **Base di partenza** - Questo primo report non ambisce ad essere completo nei minimi dettagli ma vuole essere la base di partenza per i prossimi anni, per allargare sempre più e in modo coordinato l'azione di sostenibilità di La Manta Foods a tutte le aziende del gruppo e ai contesti di riferimento.
- **Equilibrio** - i contenuti del presente documento riportano in maniera equilibrata le performance dell'azienda nel periodo di rendicontazione;
- **Chiarezz**a - la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile e l'utilizzo di grafici e tabelle per rappresentare le performance rendono i contenuti fruibili e di facile comprensione per i portatori di interesse;
- **Collaborazione** - la raccolta e il controllo dei dati prevede il coinvolgimento di molteplici funzioni aziendali con il supporto di sistemi informatici di raccolta dati.

7.3. PROCESSO DI RACCOLTA DATI

Per la raccolta dati è stato usato un software specifico per la rendicontazione di sostenibilità ESG, che prende il nome di Elyze. Una volta individuati i Key Performance Indicator (KPI) di riferimento per i temi materiali individuati in seguito al coinvolgimento degli stakeholder, sono stati raccolti i dati all'interno della piattaforma appena citata, che ha generato grafici e output usati successivamente all'interno del presente documento per la rendicontazione dell'impatto ambientale, sociale ed economico dell'azienda.

ELYZE
ANALIZZARE LA SOSTENIBILITÀ

7.4. PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Il perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità coincide con la sede di La Manta Foods S.r.l., al seguente indirizzo: La Manta Foods S.r.l.- Via Mattone, 2/A, 12030 Manta CN Per quanto concerne il perimetro temporale, viene preso in considerazione il periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024 nella rendicontazione degli Indicatori di Performance. Nel corso del documento viene specificato se l'iniziativa di riferimento si dovesse riferire a un periodo diverso da quello indicato.

7.5. GRI CONTENT INDEX WITH REFERENCE

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1 Organizational details	1.1, 1.3
	2-2 Entities included in the organization's sustainability reporting	7.4
	2-3 Reporting period, frequency and contact point	7.4
	2-4 Restatements of information	
	2-5 External assurance	1.3
	2-6 Activities, value chain and other business relationships	1.4, 1.5, 4.1, 4.3
	2-7 Employees	6
	2-8 Workers who are not employees	
	2-9 Governance structure and composition	1.3
	2-10 Nomination and selection of the highest governance body	
	2-11 Chair of the highest governance body	1.3
	2-12 Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	1.3.1
	2-13 Delegation of responsibility for managing impacts	1.3.1
	2-14 Role of the highest governance body in sustainability reporting	
	2-15 Conflicts of interest	
	2-16 Communication of critical concerns	
	2-17 Collective knowledge of the highest governance body	
	2-18 Evaluation of the performance of the highest governance body	
	2-19 Remuneration policies	
	2-20 Process to determine remuneration	
	2-21 Annual total compensation ratio	
	2-22 Statement on sustainable development strategy	2.1
	2-23 Policy commitments	2.2
	2-24 Embedding policy commitments	
	2-25 Processes to remediate negative impacts	
	2-26 Mechanisms for seeking advice and raising concerns	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
	2-27 Compliance with laws and regulations	
	2-28 Membership associations	
	2-29 Approach to stakeholder engagement	3.3
	2-30 Collective bargaining agreements	
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 Process to determine material topics	3
	3-2 List of material topics	3.4
	3-3 Management of material topics	3.5, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 5.3, 6.1, 6.2, 6.3, 6.4
GRI 201: Economic Per formance 2016	201-1 Direct economic value generated and distributed	4.1
	201-2 Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	
	201-3 Defined benefit plan obligations and other retirement plans	
	201-4 Financial assistance received from government	
GRI 202: Market Presence 2016	202-1 Ratios of standard entry level wage by gender compared to local minimum wage	
	202-2 Proportion of senior management hired from the local community	
GRI 203: Indirect Economic Impacts 2016	203-1 Infrastructure investments and services supported	
	203-2 Significant indirect economic impacts	
GRI 204: Procurement Practices 2016	204-1 Proportion of spending on local suppliers	
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-1 Operations assessed for risks related to corruption	
	205-2 Communication and training about anti-corruption policies and procedures	
	205-3 Confirmed incidents of corruption and actions taken	
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1 Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	
GRI 207: Tax 2019	207-1 Approach to tax	
	207-2 Tax governance, control, and risk management	
	207-3 Stakeholder engagement and management of concerns related to tax	
	207-4 Country-by-country reporting	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 301: Materials 2016	301-1 Materials used by weight or volume	
	301-2 Recycled input materials used	
	301-3 Reclaimed products and their packaging materials	
GRI 302: Energy 2016	302-1 Energy consumption within the organization	5.1
	302-2 Energy consumption outside of the organization	
	302-3 Energy intensity	
	302-4 Reduction of energy consumption	5.1
	302-5 Reductions in energy requirements of products and services	
GRI 303: Water and Effluents 2018	303-1 Interactions with water as a shared resource	5.3
	303-2 Management of water discharge-related impacts	
	303-3 Water withdrawal	5.3
	303-4 Water discharge	5.3
	303-5 Water consumption	5.3
GRI 304: Biodiversity 2016	304-1 Operational sites owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas	
	304-2 Significant impacts of activities, products and services on biodiversity	
	304-3 Habitats protected or restored	
	304-4 IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations	
GRI 305: Emissions 2016	305-1 Direct (Scope 1) GHG emissions	5.1
	305-2 Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	5.1
	305-3 Other indirect (Scope 3) GHG emissions	
	305-4 GHG emissions intensity	
	305-5 Reduction of GHG emissions	
	305-6 Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	
	305-7 Nitrogen oxides (NOx), sulfur oxides (SOx), and other significant air emissions	
GRI 306: Waste 2020	306-1 Waste generation and significant waste-related impacts	5.2
	306-2 Management of significant waste-related impacts	
	306-3 Waste generated	5.2
	306-4 Waste diverted from disposal	
	306-5 Waste directed to disposal	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016	308-1 New suppliers that were screened using environmental criteria	4.3
	308-2 Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	
GRI 401: Employment 2016	401-1 New employee hires and employee turnover	
	401-2 Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	
	401-3 Parental leave	
GRI 402: Labor/ Management Relations 2016	402-1 Minimum notice periods regarding operational changes	5.1
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-1 Occupational health and safety management system	6.1
	403-2 Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	
	403-3 Occupational health services	6.1
	403-4 Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	6.1
	403-5 Worker training on occupational health and safety	6.1
	403-6 Promotion of worker health	
	403-7 Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	
	403-8 Workers covered by an occupational health and safety management system	
	403-9 Work-related injuries	6.1
	403-10 Work-related ill health	
GRI 404: Training and Education 2016	404-1 Average hours of training per year per employee	6
	404-2 Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	6.2
	404-3 Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	
GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016	405-1 Diversity of governance bodies and employees	1.3, 6
	405-2 Ratio of basic salary and remuneration of women to men	
GRI 406: Non-discrimination 2016	406-1 Incidents of discrimination and corrective actions taken	6.3
GRI 407: Freedom of Association and Collective Bargaining 2016	407-1 Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	
GRI 408: Child Labor 2016	408-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	

GRI STANDARD	DISCLOSURE	LOCATION
GRI 409: Forced or Compulsor y Labor 2016	409-1 Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	
GRI 410: Security Practices 2016	410-1 Security personnel trained in human rights policies or procedures	
GRI 411: Rights of Indigenous Peoples 2016	411-1 Incidents of violations involving rights of indigenous peoples	
GRI 413: Local Communities 2016	413-1 Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs	6.4
	413-2 Operations with significant actual and potential negative impacts on local communities	
GRI 414: Supplier Social Assessment 2016	414-1 New suppliers that were screened using social criteria	
	414-2 Negative social impacts in the supply chain and actions taken	
GRI 415: Public Policy 2016	415-1 Political contributions	
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 Assessment of the health and safety impacts of product and service categories	4.2.8
	416-2 Incidents of non-compliance concerning the health and safety impacts of products and services	
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	417-1 Requirements for product and service information and labeling	4.2
	417-2 Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	
	417-3 Incidents of non-compliance concerning marketing communications	
GRI 418: Customer Pr ivacy 2016	418-1 Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	

realizzato da Studio Mariotta Gramondi ed ESGnext