

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2024



00	Lettera agli stakeholder	4
----	--------------------------------	---

L'IDENTITÀ AZIENDALE	7
Missione	8
I valori a cui si ispira la nostra realtà	9
Assetto proprietario e strutture produttive	10
Le tappe principali della nostra storia	12
Riconoscimenti internazionali della nostra storia	16
Highlights 2024	18

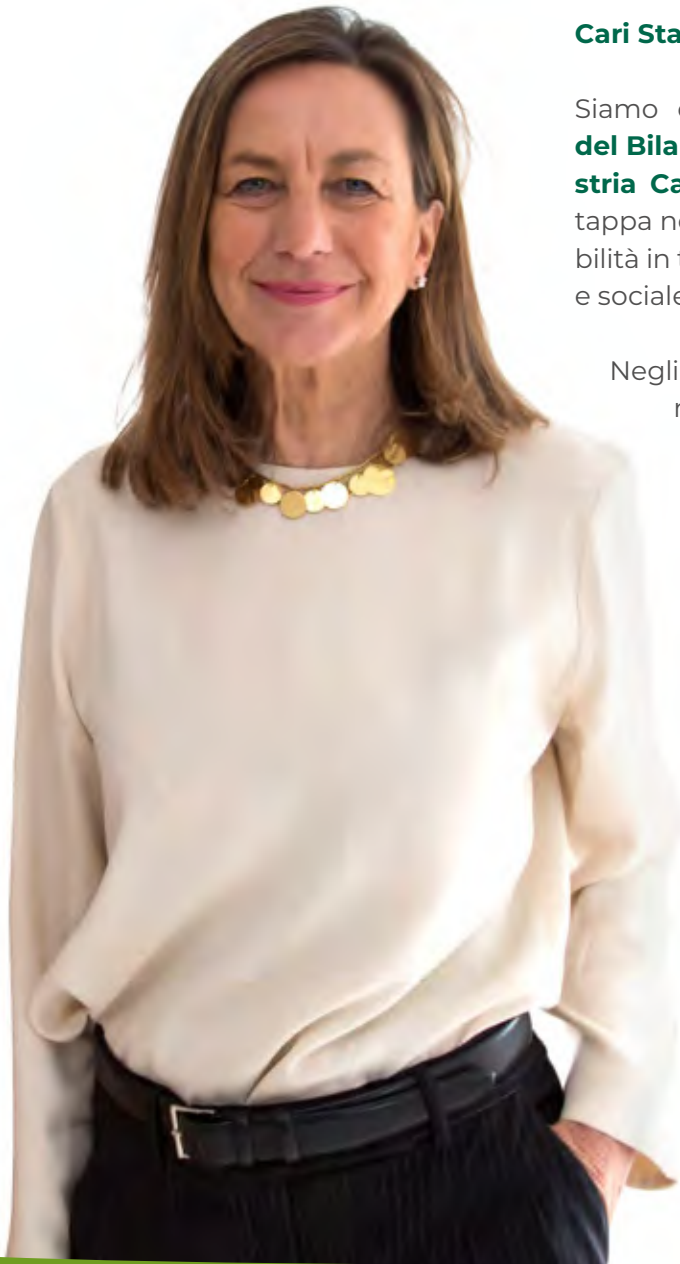
LA GOVERNANCE AZIENDALE	23
La struttura di governo	24
Modello organizzativo	28
Certificazioni di sicurezza alimentare e di prodotto	30
Packaging sostenibile: un impegno riconosciuto	31
Certificazione del benessere animale	32
Appartenenza ad associazioni	33

02	LA CREAZIONE DI VALORE	35
	Sostenibilità economica	38
	Il percorso ESG	40

AMBIENTE, PERSONE E CONDOTTA D'IMPRESA	55
Ambiente: crescere riducendo l'impatto	56
Persone: al centro, con responsabilità	58
Attività per le persone	59
Condotta d'impresa: sicurezza, continuità, fiducia digitale	60

APPENDICE	63
Nota metodologica	64
Indice GRI e raccordo ESRS	66
Le performance ambientali	70
Le performance sociali	76
Le performance delle attività economico-produttive	84
Glossario della sostenibilità	86

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Cari Stakeholder,

Siamo entusiasti di presentarvi la **prima edizione del Bilancio di Sostenibilità di Ferrari Giovanni Industria Casearia S.p.A.**, che rappresenta un'importante tappa nel nostro percorso verso una maggiore sostenibilità in tutte le sue dimensioni: ambientale, economica e sociale.

Negli ultimi anni abbiamo definito ed investito nel progetto “Casa della sostenibilità Ferrari” il cui nome testimonia di quanto questo sia per l'azienda un valore centrale.

Lo consideriamo un progetto ambizioso che ha come obiettivo la crescita sostenibile del business e come valore fondante la tutela del territorio, delle persone e il benessere degli animali.

La “Casa della Sostenibilità” si fonda su **tre pilastri strategici**:

- 1. Innovazione nei materiali e negli imballaggi**, con l'obiettivo prioritario di utilizzare confezioni realizzate in plastica riciclabile e riciclata, contribuendo così alla riduzione dell'impatto ambientale;
- 2. Benessere animale**, ambito in cui abbiamo raggiunto la certificazione “Benessere animale” per tutti i nostri caseifici, a conferma del nostro impegno costante verso pratiche etiche e responsabili;
- 3. Riduzione delle emissioni**, attraverso l'ottimizzazione di impianti, processi produttivi e logistica, nonché l'investimento in impianti fotovoltaici presso i nostri siti produttivi, con l'obiettivo di aumentare l'autoproduzione di energia da fonti rinnovabili.

A questo percorso si affiancano ulteriori impegni concreti, tra cui un **modello di crescita responsabile**, in cui lo sviluppo industriale procede di pari passo con la riduzione degli impatti ambientali – tra cui l'ampliamento dell'impianto fotovoltaico nel sito di Ossago Lodigiano, con oltre 460.000 kWh di energia autoprodotta; il **rafforzamento delle politiche per la salute e sicurezza dei lavoratori**, con investimenti aumentati di oltre il 200% rispetto al 2023; infine, la **protezione dei dati aziendali**, potenziata grazie a dispositivi tecnologici di ultima generazione, alla segmentazione delle reti e al rafforzamento del datacenter, a garanzia di efficienza operativa e reputazione del brand.

Abbiamo scelto volontariamente di adottare i principi e le linee guida della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) dell'Unione Europea, riconoscendo l'importanza di una rendicontazione strutturata e trasparente. Questo approccio rende il nostro Bilancio di Sostenibilità uno strumento essenziale per identificare le sfide e le opportunità del nostro settore, delineare una strategia chiara e orientata al futuro e monitorare l'avanzamento dei risultati.

Il nostro obiettivo è generare valore non solo per l'azienda, ma anche per tutti gli stakeholder con cui collaboriamo quotidianamente.

Laura Ferrari

01

L'IDENTITÀ
aziendale



MISSIONE

Ferrari Giovanni ha una chiara visione: **crescere in maniera sostenibile, con un prospettiva di lungo periodo mettendo al centro il rispetto delle persone e la tutela dell'ambiente**. I nostri principali obiettivi:

- **PRODUZIONE CASEARIA.** Produrre, selezionare, stagionare formaggi ricercando l'eccellenza della qualità e salubrità per soddisfare le aspettative di clienti e consumatori. In particolare, i caseifici di Montagna di Bedonia e Forno-vo rappresentano l'impegno di Ferrari per una produzione tradizionale e profondamente radicata nel suo territorio.
- **INNOVARE.** L'innovazione è nel DNA della nostra azienda, sia nella tecnologia del confezionamento che nella ricerca di nuovi prodotti al fine di differenziare l'offerta ed essere vicini alle esigenze di clienti, persone e famiglie.
- **ASSICURARE** sicurezza e salute sul lavoro. Garantire ai lavoratori e alle lavoratrici condizioni di lavoro sicure e salubri, l'integrità fisica e mentale, il rispetto della privacy sono priorità per la nostra azienda.
- **INCORAGGIARE** la crescita personale e professionale degli uomini e delle donne che lavorano per l'azienda.
- **CONTRIBUIRE** allo sviluppo economico e sociale dei territori dove opera l'azienda sostenendo attività di associazioni attive nel campo della solidarietà sociale e della promozione culturale.

I VALORI A CUI SI ISPIRA LA NOSTRA REALTÀ

Abbiamo una storia di oltre 200 anni, da caseificio tradizionale a moderna azienda orientata al servizio e all'internazionalizzazione.

I valori che ci guidano sono:

- **TRASPARENZA E ONESTÀ:** rispetto della verità, non mascherarla.
- **AFFIDABILITÀ E CORAGGIO:** esercitare pienamente le proprie responsabilità e riconoscere i propri errori
- **LEALTÀ:** essere fedeli all'azienda, supportare i suoi collaboratori e stakeholders
- **RISPETTO DEGLI ALTRI:** improntare le relazioni tra colleghi e colleghe e con gli stakeholders sul reciproco rispetto della dignità individuale e delle diversità. Offrire pari opportunità di accesso all'impiego e garantire lo sviluppo professionale e della remunerazione in base al merito, senza discriminazioni.
- **QUALITÀ:** Ricercare costantemente la soddisfazione delle aspettative dei clienti e dei consumatori attraverso l'eccellenza e salubrità dei prodotti, fonte di benessere.

Questi sono i pilastri fondamentali sui quali abbiamo costruito la nostra reputazione e abbiamo conquistato la fiducia di clienti, consumatori, fornitori, istituzioni e dei nostri collaboratori

ASSETTO PROPRIETARIO E STRUTTURE PRODUTTIVE

Ferrari Giovanni Industria Casearia, nata nel Lodigiano nel 1823, è un'azienda Italiana focalizzata sulla produzione, stagionatura, taglio, confezionamento e vendita di formaggi Italiani ed esteri, da sempre orientata all'innovazione. Una quota di minoranza è detenuta dal partner strategico Savencia Fromage & Dairy. La quota di maggioranza è della Famiglia Ferrari.

La sede principale è ad Ossago Lodigiano (Lodi), dove risiede anche il principale magazzino di stagionatura dei formaggi, diverse linee di taglio, grattugia e confezionamento dei prodotti, il magazzino dei prodotti finiti e tutti gli uffici a supporto delle attività aziendali.

Ferrari ha inoltre un secondo sito produttivo a Fontevivo (Parma), nel quale si concentrano tutte le lavorazioni legate al taglio, grattugia e confezionamento del Parmigiano Reggiano.

Sempre nell'ambito del Parmigiano Reggiano, l'Azienda è proprietaria di due caseifici di Parmigiano Reggiano prodotto di montagna, uno a Bedonia e l'altro a Fornovo di Taro, entrambi nell'Alta Val di Taro (Parma).



GRI 2-1 Dettagli organizzativi

GRI 2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione

ESRS 2 BP-1

LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA STORIA

1823

Fondazione del caseificio Rossi a Secugnago (LO), operante nel cuore della Pianura Padana, zona ricca di latte. (fratelli Gaudenzio e Luigi Rossi)

fine 1800

Giuseppe "Peppino" Rossi lancia i marchi "Burro Regina" e "Burro Sublime", consolidando la tradizione casearia locale.

inizio 1900

Rosa Rossi, sorella di Peppino, sposa Giovanni Ferrari, proveniente da una famiglia di agricoltori e produttori di latte e formaggi.



anni '20

Silvio Ferrari, figlio di Rosa e nipote di Peppino, espande la distribuzione dei prodotti caseari in tutta Italia, sino alla Campania e sposa Tina Paderni figlia di un commerciante napoletano.

anni '50

Giovanni Ferrari, assume la guida dell'azienda, dopo la morte del padre Silvio.

anni '60

Giovanni Ferrari trasforma il caseificio tradizionale iniziando il confezionamento dei formaggi, pioniere in Italia per questa attività.

anni '80

Lancio di "GranMix", miscela di formaggi grattugiati freschi, aprendo un nuovo comparto nel mercato dei formaggi duri.



anni '90/2000

Le figlie di Giovanni, Silvia, Laura e Claudia Ferrari, entrano in azienda, avviando una riorganizzazione manageriale.

2001

Implementazione di un sistema informatizzato di tracciabilità e rintracciabilità per garantire la sicurezza alimentare.



2004

Costruzione di un magazzino per la stagionatura di Grana Padano e Parmigiano Reggiano nello stabilimento di Ossago.



LE TAPPE PRINCIPALI DELLA NOSTRA STORIA

2008

Acquisto di un caseificio a Bedonia (PR) per la produzione di Parmigiano Reggiano di Montagna e biologico.

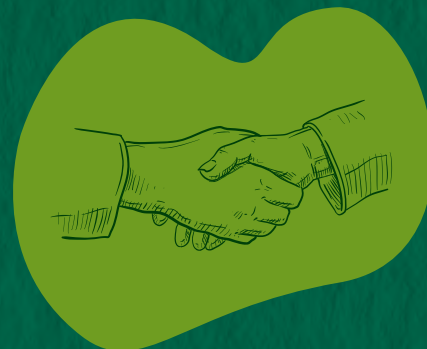


2009

Ferrari stringe un accordo con la multinazionale francese Savencia (prima Bongrain), diventando partner strategico in Italia per la distribuzione di marchi francesi, favorendo l'internazionalizzazione dei prodotti Ferrari.

2010

L'alleanza con il gruppo francese si rafforza e viene siglato un accordo finanziario in seguito al quale la società francese entra, con quota di minoranza, nel capitale Ferrari.



2011

Lancio del marchio Giovanni Ferrari destinato all'export, con particolare successo in Francia e Germania.

2012

Inaugurazione di un nuovo stabilimento a Fontevivo (PR) per il confezionamento del Parmigiano Reggiano.

2018

Ferrari diventa leader nel segmento dei formaggi duri italiani in Germania e tra i primi marchi in Francia. Laura Ferrari è nominata Presidente della società.

2019

Anno della morte di Giovanni Ferrari.

2022

Ferrari lancia una nuova linea di formaggi DOP in confezioni riciclabili e con materiale riciclato 100%.

Acquisto del caseificio Valporzana, Fornovo di Taro, per la produzione di Parmigiano Reggiano di Montagna.

2023

Ferrari celebra il 200° Anniversario dell'azienda.



2023-2028

Piano di investimenti da 20 milioni di euro, di cui il 70% destinato a iniziative di sostenibilità ambientale, inclusi miglioramenti nell'efficienza energetica e nell'uso di energie rinnovabili.



RICONOSCIMENTI INTERNAZIONALI DELLA NOSTRA STORIA



Dal 2014, Ferrari si è affermata con costanza nei principali concorsi caseari internazionali, ricevendo oltre 30 premi che ne attestano l'eccellenza nella produzione di formaggi tipici italiani. Dalle medaglie d'oro ottenute al **World Cheese Awards** e agli **International Cheese and Dairy Awards**, ai riconoscimenti dei Consorzi di tutela come Emmentaler Switzerland, fino ai premi assegnati da Alma Caseus e Stiftung Warentest, ogni traguardo conferma il valore di una filiera di qualità, fatta di competenza, passione e rispetto per la tradizione.

Nel 2024, l'eccellenza è stata nuovamente premiata con quattro medaglie agli **International Cheese and Dairy Awards**, tra cui due ori per il Parmigiano Reggiano Prodotto di Montagna oltre 24 mesi e per l'Originale Italiano grattugiato: un risultato che consolida il prestigio di Ferrari a livello internazionale.



HIGHLIGHTS 2024

IL BUSINESS

14.256

tonnellate

PRODOTTI
VENDUTI

171

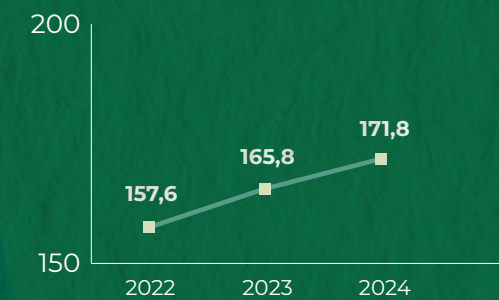
ML di €

FATTURATO

4

SITI PRODUTTIVI

FATTURATO NETTO (MLN€)



Una crescita costante
del volume di affari

LE PERSONE

1.144

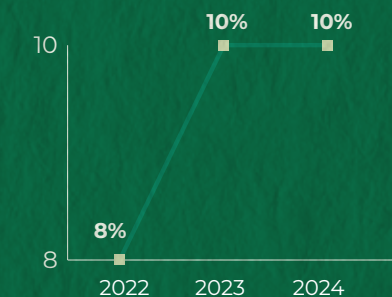
ore

FORMAZIONE
TOTALE

166

DIPENDENTI

TASSO DI NUOVE ASSUNZIONI



Un'azienda che crea
opportunità d'impiego

HIGHLIGHTS 2024

1529

tCO₂e

TOTALE EMISSIONI

690

tCO₂e

TOTALE EMISSIONI
DIRETTE GHG (SCOPE 1)

271

tCO₂e

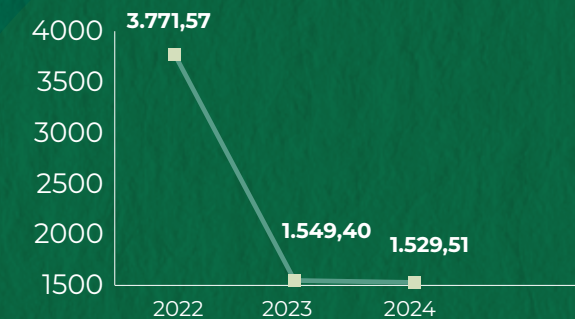
TOTALE EMISSIONI
INDIRETTE GHG (SCOPE 2)

804.864

kWh

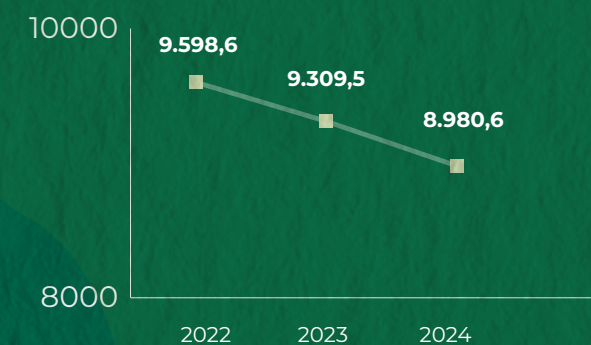
ENERGIA AUTOCONSUMATA
DA IMPIANTI FOTOVOLTAICI

SCOPE 1+2+3 (TCO₂EQ)



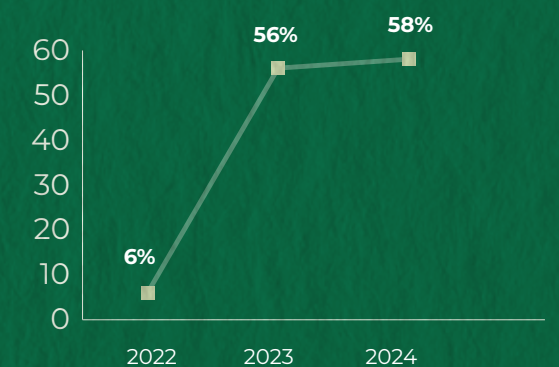
Una riduzione di quasi il 60%
in tre anni

CONSUMI ENERGETICI (MWh)



Riduzione dei consumi energetici
di circa il 7%

ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI



Quasi il 60% dell'energia consumata
proviene da fonti rinnovabili

02

LA GOVERNANCE *aziendale*

LA STRUTTURA DI GOVERNO

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

L'amministrazione della Società spetta al Consiglio di Amministrazione, composto da sei membri, di cui 3 donne, nominati dall'Assemblea ordinaria dei soci: 3 dalla Famiglia Ferrari, che detiene la maggioranza delle azioni e 3 da Savencia Fromage Dairy Europe (socio di minoranza)

Gli Amministratori sono formalmente nominati dall'assemblea ordinaria dei soci. Il Consiglio di Amministrazione elegge fra i suoi membri un Presidente a cui è attribuita la rappresentanza legale della Società, è Brand Ambassador della società ed in considerazione dell'esperienza supervisiona le relazioni con i principali fornitori e clienti, le relazioni esterne, e la politica di Responsabilità Sociale.

RUOLO: Gli Amministratori espressi dai soci sono impegnati a promuovere lo sviluppo dell'azienda. Il Consiglio si riunisce minimo 4 volte all'anno per approvare il bilancio annuale, approvare il budget annuale e i piani di sviluppo a lungo termine, esaminare lo sviluppo del business e per tutte le attività ordinarie e straordinarie inerenti alla gestione, come previsto dallo Statuto. Rientra nello scopo del consiglio rafforzare le possibili sinergie tra il Gruppo Savencia e la Ferrari Giovanni SPA, in particolare:

- in Italia promuovendo la collaborazione con Savencia Italia nelle attività logistica-commerciale ed amministrativa per lo sviluppo della distribuzione dei prodotti Savencia in Italia;
- all'estero impegnandosi Savencia a distribuire e sviluppare i prodotti di Ferrari, valendosi della struttura internazionale di marketing e dell'organizzazione commerciale, ovunque nel mondo il Gruppo Savencia sia presente con le sue filiali.

COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale, composto da tre sindaci effettivi che eleggono un Presidente e due supplenti, vigila sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione ed in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e al suo concreto funzionamento. Si compone di tre membri effettivi e di due supplenti nominati dall'assemblea la quale attribuisce inoltre ad un sindaco effettivo la qualifica di Presidente.

Conformemente alle Linee Guida di Confindustria si tratta di un organo caratterizzato dai seguenti requisiti:

- (i) autonomia e indipendenza;
- (ii) professionalità;
- (iii) continuità di azione.

Con questo quadro, e considerate le caratteristiche della società, l'Organismo di Vigilanza della Società è un organismo **monocratico**.

SOCIETÀ DI REVISIONE

La revisione legale dei conti sulla Società è esercitata da una Società di Revisione iscritta nell'apposito registro e nominata dall'Assemblea dei soci con scelta tra quelle indicate nello Statuto della società.

FUNZIONI E POTERI: Le attività poste in essere dall'Organismo di Vigilanza non possono essere sindacate da alcun altro organo o funzione della Società. L'attività di verifica e di controllo svolta dall'Organismo è, infatti, strettamente funzionale agli obiettivi di efficace attuazione del Modello e non può surrogare o sostituire le funzioni di controllo istituzionali della Società.

ORGANISMO DI VIGILANZA

In base alle previsioni del d.lgs. n. 231/2001 l'azienda ha affidato ad un organo di vigilanza nominato dal Consiglio di Amministrazione il compito di vigilare continuativamente sulla diffusa ed efficace attuazione del Modello, sull'osservanza del medesimo da parte dei destinatari, nonché di proporre l'aggiornamento al fine di migliorarne l'efficienza di prevenzione dei reati e degli illeciti.

L'Organismo di Vigilanza riferisce in merito all'attuazione del Modello, all'emersione di eventuali aspetti critici, alla necessità di interventi modificativi:

- su base continuativa, riporta all'Amministratore cui il Consiglio di Amministrazione ha conferito apposita delega per l'attuazione del Modello e per la gestione dei rapporti con l'Organismo di Vigilanza.
- su base periodica, almeno annuale, presenta una relazione al Consiglio di Amministrazione.

GRI 2-9 Struttura e composizione della governance
GRI 2-11 Presidente del massimo organo di governo
GRI 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti
GRI 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti

LA STRUTTURA DI GOVERNO

POTERI GESTIONALI OPERATIVI CDA

I poteri gestionali operativi sono delegati dal Consiglio di Amministrazione al Direttore Generale, quale Manager apicale della struttura operativa.

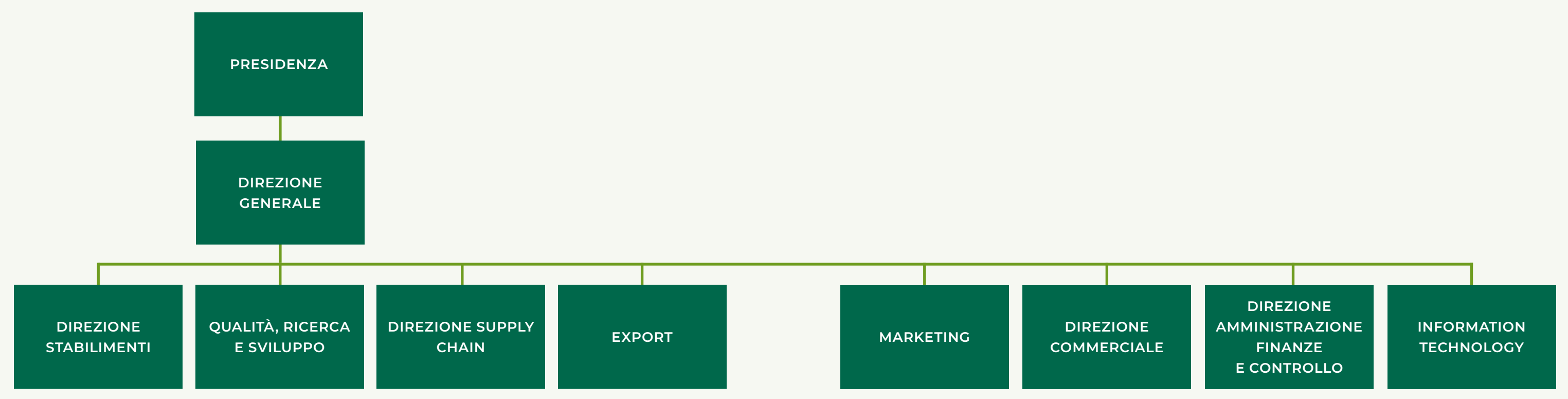
Il Direttore Generale è nominato dal Consiglio di Amministrazione su proposta del Presidente. Egli esercita i propri poteri e le proprie funzioni nei limiti dei budget annuali approvati dal Consiglio di Amministrazione. Il Direttore Generale riferisce al Consiglio di Amministrazione sull'andamento dei risultati conseguiti con scadenza almeno trimestrale.

Un monitoraggio periodico sul raggiungimento degli obiettivi gestionali concordati viene inoltre condiviso negli Operational Committee, riunioni periodiche cui partecipano obbligatoriamente il Presidente, due delegati dal partner Savencia, il Direttore Generale ed il Direttore Amministrativo e Finanziario

La società ha il seguente modello di organizzazione come da Organigramma/Funzionigramma rappresentato in Figura 1.

Il Direttore Generale guida il Management Team composto dal Direttore Amministrativo e Finanziario (CFO) e dai “Key Managers”: Direttore Commerciale, Supply Chain e Direttore Stabilimenti, oltre ad altri manager della struttura organizzativa che costituiscono la così detta prima linea.

ORGANIZZAZIONE: VERTICI E PRIMA LINEA



GRI 2-9 Struttura e composizione della governance
GRI 2-11 Presidente del massimo organo di governo
GRI 2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti
GRI 2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti

ESRS 2 GOV-1; GOV-2

Figura 1

MODELLO ORGANIZZATIVO

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE EX ART 231

La società opera conformemente ad un modello di organizzazione, gestione e controllo ex d.lgs. n. 231/2001 il quale, oltre a rappresentare un motivo di esenzione dalla responsabilità della Società con riferimento alla commissione delle tipologie di reato incluse nel Decreto, è un atto di responsabilità sociale da parte della Società dal quale scaturiscono benefici per tutti gli *stakeholder*: azionisti, manager, dipendenti, creditori e tutti gli altri soggetti i cui interessi sono legati alle sorti dell'impresa.

L'introduzione di un sistema di controllo dell'agire imprenditoriale, unitamente alla fissazione e divulgazione di principi etici, migliorando i già elevati *standard* di comportamento adottati dalla Società, assolvono una funzione normativa in quanto regolano comportamenti e decisioni di coloro che quotidianamente sono chiamati ad operare in favore della Società in conformità ai suddetti principi etici e *standard* di comportamento.

La Società ha, quindi, inteso avviare una serie di attività (di seguito, il "Progetto") volte a rendere il proprio modello organizzativo conforme ai requisiti previsti dal d.lgs. n. 231/2001 e coerente sia con i principi già radicati nella propria cultura di *governance* sia con le indicazioni contenute nelle Linee Guida di Confindustria.

Parte integrante del Modello è Il Codice Etico, approvato dal CDA, distribuito a tutti i dipendenti, pubblicato sul sito aziendale, ha lo scopo di fornire il quadro di riferimento etico sul quale è basata ogni decisione, sia a livello individuale che come membri dell'organizzazione nel suo complesso.

Il Codice Etico contiene i principi guida che devono essere seguiti da tutti i dipendenti al fine di orientare il proprio comportamento nelle diverse aree di attività.

L'osservanza delle norme del Codice Etico è uno specifico adempimento derivante dal rapporto di lavoro.

Il Codice Etico raccoglie i principi etici e i valori che formano la cultura aziendale e che devono ispirare condotte e comportamenti di coloro che operano nell'interesse della Società sia all'interno sia all'esterno dell'organizzazione aziendale, al fine di prevenire la commissione dei reati presupposto della responsabilità amministrativa degli enti. Il rispetto del codice Etico è richiamato come clausola obbligatoria dei contratti stipulati dall'azienda.

FUNZIONE DEL SISTEMA DISCIPLINARE

L'art. 6, comma 2, lett. e) e l'art. 7, comma 4, lett. b) del d.lgs. n. 231/2001 indicano, quale condizione per un'efficace attuazione del modello di organizzazione, gestione e controllo, l'introduzione di un sistema disciplinare idoneo a sanzionare il mancato rispetto delle misure indicate nel modello stesso.

L'osservanza delle prescrizioni contenute nel Modello adottato dalla Società deve considerarsi parte essenziale delle obbligazioni contrattuali dei "Destinatari" di seguito definiti.

La violazione delle norme degli stessi lede il rapporto di fiducia instaurato con la Società e può portare ad azioni disciplinari, legali o penali. Nei casi giudicati più gravi, la violazione può comportare la risoluzione del rapporto di lavoro, se posta in essere da un dipendente, ovvero all'interruzione del rapporto, se posta in essere da un soggetto terzo.

PIANO DI FORMAZIONE E COMUNICAZIONE

La Società, al fine di dare efficace attuazione al Modello, ha inteso assicurare una corretta divulgazione e comprensione dei contenuti e dei principi dello stesso all'interno ed all'esterno della propria organizzazione avviando una formazione specifica.

L'attività di comunicazione e formazione è supervisionata dall'Organismo di Vigilanza, cui sono assegnati, tra gli altri, i compiti di "promuovere e definire le iniziative per la diffusione della conoscenza e della comprensione del Modello, nonché per la formazione del personale e la sensibilizzazione dello stesso all'osservanza dei principi contenuti nel Modello" e di "promuovere e elaborare interventi di comunicazione e formazione sui contenuti del d.lgs. n. 231/2001, sugli impatti della normativa sull'attività dell'azienda e sulle norme comportamentali".

CERTIFICAZIONI DI SICUREZZA ALIMENTARE E DI PRODOTTO



Food Safety

CERTIFICATED

Il BRC Global Standard for Food Safety è nato per garantire che i prodotti a marchio siano ottenuti secondo standard qualitativi ben definiti.

Presente nelle sedi di Ossago Lodigiano, Fontevivo, Fornovo di Taro e Bedonia.



La certificazione IFS Food (International Food Standard) è uno standard riconosciuto a livello globale, sviluppato per garantire che i fornitori di prodotti alimentari rispettino rigorosi requisiti di sicurezza e qualità. È riconosciuto dalla Global Food Safety Initiative (GSFI) e si applica a tutte le aziende che forniscono prodotti alimentari a marchio della grande distribuzione organizzata (GDO).

Presente nelle sedi di Ossago Lodigiano (LO), Fontevivo (PR) e Fornovo di Taro (PR).



Certificazione europea relativa alla produzione di prodotti biologici.

La certificazione biologica attesta che i prodotti rispettano le normative europee, garantendo qualità e sostenibilità nella filiera agroalimentare.

Presente nelle sedi di Ossago Lodigiano (LO), Fontevivo (PR) e Bedonia (PR).

ORGANISMI DI CONTROLLO E VIGILANZA SULLE PRODUZIONI DOP

- Organismo Controllo Qualità Produzioni Regolamentate Soc. Coop. - ente di certificazione e controllo per le produzioni Parmigiano Reggiano DOP
- IFCQ Certificazioni S.r.l. - ente di certificazione e controllo per le produzioni Pecorino Romano DOP
- CSQA Certificazioni - ente di certificazione e controllo per le produzioni Grana Padano DOP

PACKAGING SOSTENIBILE: UN IMPEGNO RICONOSCIUTO

L'attenzione di Ferrari alla sostenibilità ambientale si riflette anche nella progettazione degli imballaggi, attraverso soluzioni che uniscono funzionalità, sicurezza alimentare e rispetto per l'ambiente.

Un impegno premiato negli anni dal **Consorzio CONAI**, che ha riconosciuto l'azienda in più occasioni per l'adozione di soluzioni di ecodesign e per l'ottimizzazione dei processi logistici, contribuendo alla riduzione dell'impatto ambientale lungo tutta la filiera.



CERTIFICAZIONE DEL BENESSERE ANIMALE

Abbiamo a cuore anche l'aspetto del benessere animale, ponendo particolare attenzione alle pratiche di allevamento e cura delle vacche per assicurare lo «stare bene» del singolo animale.

Per questo motivo abbiamo ottenuto la **Certificazione di benessere animale in allevamento** attraverso la quale viene garantita la conformità ai requisiti di benessere animale lungo tutta la filiera: fornitori di latte, caseifici, stabilimenti di confezionamento.

Tutte le stalle dei nostri conferenti latte seguono le buone pratiche di allevamento e sono verificate e valutate secondo lo standard del Centro di Riferenza Nazionale del Benessere Animale disponibile sul sistema informativo **ClassyFarm**.

Lo stato di Benessere Animale in allevamento è certificato da **CSQA** che effettua i controlli sulla base dei requisiti disciplinati dallo strumento di valutazione (check list) realizzato dal Centro di Riferenza Nazionale per il Benessere Animale.

- Certificazione riguardo la Rintracciabilità nelle filiere agroalimentari – standard UNI EN ISO 22005:2008
- Certificazione del benessere animale in allevamento – DTP 122

LE BUONE PRATICHE DI ALLEVAMENTO PREVEDONO:



Spazi ampi e confortevoli con temperatura ideale



Alimentazione controllata e bilanciata



Libertà di movimento e cura degli animali



APPARTENENZA AD ASSOCIAZIONI

ASSOCIATI

- ASSOLATTE: Associazione delle aziende Lattiero Casearie. Laura Ferrari Componente del CdA (Confindustria Categorie)
- ASSOCASEARI Associazione Nazionale commercio prodotti Lattiero caseari (Confcommercio). Laura Ferrari membro del CdA
- ASSOLOMBARDA Associazione degli industriali di Milano - Lodi - Monza Brianza - Pavia (Confindustria Territoriale). Laura Ferrari membro Consiglio Generale e Presidente Gruppo di Alimentazione
- UPI UNIONE Industriali Parma
- CENTROMARCA Associazione Italiana dell'Industria di marca
- AIC: Associazione Italiana Celiachia

SOCI

CONSORZIO TUTELA DOP:

- Consorzio per la Tutela del Grana Padano. Laura Ferrari Membro del CdA. Stagionatori con convenzione per confezionamento e grattugia.
- Consorzio per la Tutela del Parmigiano Reggiano. Produttori, stagionatori con convenzione per produzione formaggio, confezionamento, grattugia. Convenzioni per progetto Territorio per Parmigiano Reggiano prodotto di montagna.
- Cons. Tutela Formaggio Pecorino Toscano
- Cons. Tutela Pecorino Romano
- Cons. Tutela Formaggio Montasio
- Cons. Tutela Formaggio Asiago
- Cons. Tutela Formaggi Valtellina Casera e Bitto
- Consorzio Tutela Aceto Balsamico Modena

03

LA CREAZIONE *di valore*



STRATEGIA, PRODOTTI, MERCATI E SOSTENIBILITÀ

IL CONTESTO IN CUI OPERIAMO

La società opera nel **settore lattiero caseario**, nelle categorie dei **formaggi duri** e semiduri e **principalmente DOP** Parmigiano Reggiano e Grana Padano. Le principali peculiarità del settore formaggi duri sono legate alle DOP, le cui produzioni sono strettamente regolamentate dai disciplinari e si distinguono per il mantenimento di pratiche tradizionali (quali ad esempio l'impiego di caldaie in rame ed una consistente manualità nella lavorazione). Inoltre, attraverso la definizione dei piani produttivi, regolamentano le quote di produzione. Il settore si caratterizza per frammentazione della capacità produttiva, che è anche sinonimo di artigianalità. Un numero considerevole di produttori, sia cooperative che industria privata, di dimensioni piccole-medie vende ad altre aziende, che si occupano della stagionatura e della commercializzazione.

In tale contesto peculiare, le principali sfide per chi opera nel settore sono rappresentate dalla necessità di rispondere alle richieste di clienti e consumatori in modo efficiente ed efficace, tenendo conto di tutte le implicazioni lungo la filiera.

In linea generale siamo convinti che la qualità, il livello di servizio e la maggior sostenibilità ambientale ed economica siano un driver di scelta importante per i consumatori e che concretamente tale obiettivo sia perseguibile attraverso: standard qualitativi elevati; innovazione nel packaging con l'impiego di materiali riciclabili adatti all'inserimento nell'economia circolare; prodotti per diverse e nuove occasioni di consumo; processi di produzione più sostenibili e competitivi; filiera rispettosa del benessere animale, della sostenibilità ambientale e della biodiversità.



IL NOSTRO CORE BUSINESS

Ferrari opera nel settore lattiero-caseario, le attività principali consistono nella produzione, stagionatura, taglio, confezionamento e vendita di formaggi duri e semi duri. I principali prodotti venduti sono formaggi duri DOP, quali Grana Padano e Parmigiano Reggiano, altre tipologie di formaggio sia Estero che Italiano e blend di formaggi misti grattugiati freschi. Proprio in questo segmento dei formaggi grattugiati freschi Ferrari è da sempre l'azienda di riferimento sul mercato, avendo di fatto creato tale categoria di prodotti attraverso il genio e la capacità realizzativa di Giovanni Ferrari.

Nel tempo l'azienda ha voluto indirizzare gli investimenti per valorizzare al meglio il formaggio lungo la filiera, creando prodotti finiti confezionati di alta qualità ed elevato valore di servizio per i consumatori.

La **parte principale delle vendite avviene in Italia, soprattutto nel segmento grattu-**

giati, attraverso il marchio iconico GranMix nel canale retail, dove l'azienda è presente sugli scaffali di tutti i principali punti vendita italiani. Il marchio Ferrari è tra i più noti e distribuiti nel territorio nazionale.

Una parte rilevante del Business, e sulla quale ci sono importanti piani di sviluppo, è rappresentata dalle esportazioni, principalmente attraverso i formaggi Italiani Dop con il marchio Giovanni Ferrari. Anche in questo caso la scelta strategica è quella di valorizzare al meglio i formaggi e la filiera, attraverso prodotti confezionati di alta qualità.



IL RUOLO DEL PACKAGING NELLA RIDUZIONE DELLO SPRECO ALIMENTARE

Il packaging svolge un ruolo fondamentale nella conservazione, nel mantenimento delle proprietà di un alimento e nella sua garanzia di salubrità e sicurezza.

Importante obiettivo nella progettazione di un pack è di ottimizzare la shelf life in modo che la maggior quantità di cibo raggiunga il consumatore per un ammontare di risorse dato. Allungando il termine di consumazione dei prodotti, si diminuisce la perdita nella distribuzione e nella conservazione domestica, dando un contributo determinante alla riduzione dello spreco.

La sostenibilità dei materiali e dei processi di confezionamento è divenuto un pilastro fondamentale nel percorso verso una maggiore sostenibilità ambientale dei prodotti alimentari. La nostra ricerca ed i nostri investimenti sono indirizzati ad inserire il packaging nell'economia circolare.

Per i formaggi, prodotti freschi di origine animale, il ruolo del packaging è fondamentale per migliorare la sostenibilità del prodotto. Infatti, la confezione incide per pochi punti percentuali al totale dell'impronta ambientale, ma è essenziale ad evitare lo spreco del prodotto e delle risorse ambientali ed economiche impiegate a monte della filiera.

Evitare l'over packaging è sempre stato per Ferrari un principio guida. Ridurre ed evitare qualsiasi materiale non essenziale agli scopi funzionali del pack.

È necessario comunicare ed informare circa il ruolo essenziale del packaging nella conservazione del prodotto. Diffondere la consapevolezza che il packaging è fondamentale per evitare lo spreco alimentare e combattere la disinformazione per la quale nessun pack è il pack più sostenibile.

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

IL VALORE ECONOMICO-FINANZIARIO

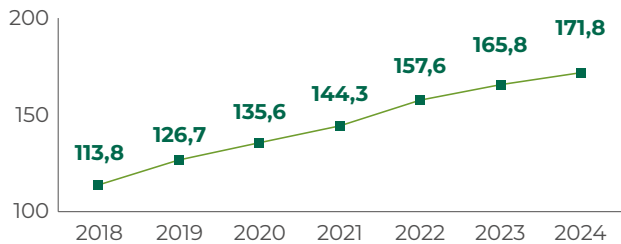
Il 2024 è stato un anno nel quale la principale sfida è stata la gestione delle dinamiche inflattive.

Come avvenuto nei due esercizi precedenti, anche nel 2024 il costo del venduto è aumentato in tutte le sue principali componenti, ossia prezzo del latte, prezzo dei formaggi all'ingrosso nonché costo del lavoro, come previsto dal contratto collettivo. Inoltre, il costo del denaro è rimasto su livelli elevati per gran parte dell'anno e solo nell'ultimo trimestre i tassi Euribor hanno iniziato a calare.

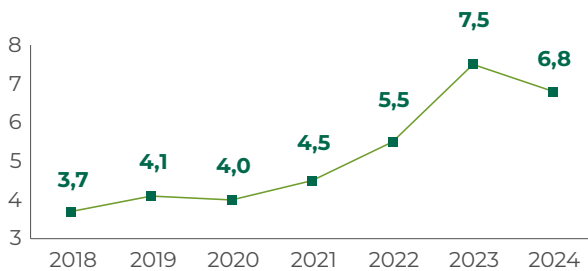
L'aumento significativo, generalizzato e continuo dei costi di produzione ha reso indispensabile il susseguirsi di aumenti di listino dei nostri prodotti, la cui piena materializzazione è stata però resa difficile dalle complesse dinamiche di mercato.

In tale contesto, Ferrari ha sempre operato con un'ottica di lungo periodo, evitando quindi inasprimenti conflittuali e confermando gli investimenti industriali programmati in materia ambientale e di sicurezza. Il risultato del 2024 riflette positivamente questa scelta strategica, confermando un trend crescente nel fatturato (di cui 26% sviluppato nei mercati esteri) e una leggera flessione dell'EBTDA, ma comunque in crescita rispetto agli anni precedenti.

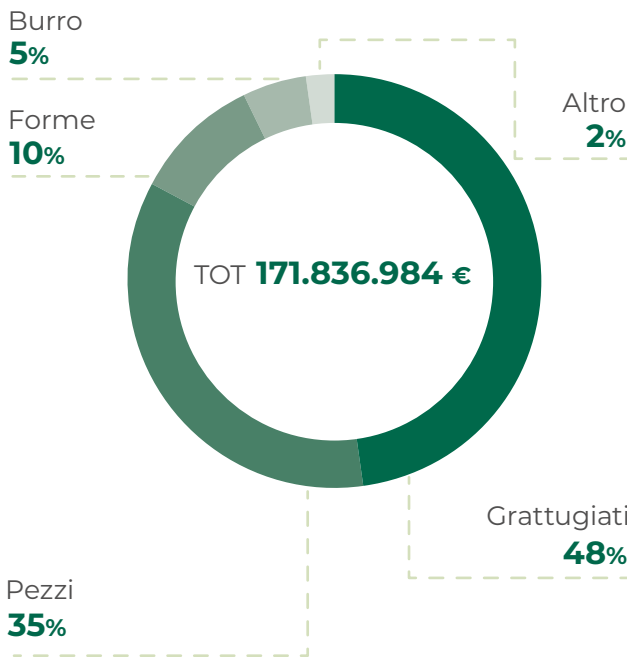
FATTURATO NETTO (MLN€)



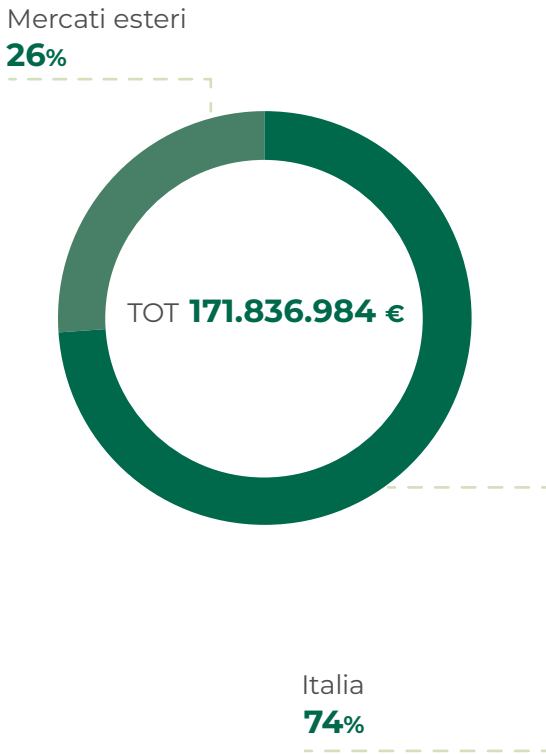
EBITDA (MLN€)



RICAVI PER TIPOLOGIA
DI PRODOTTO



RICAVI PER AREA
GEOGRAFICA



GRI 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business

ESRS 2 SBM-1

IL PERCORSO ESG

LA DOPPIA MATERIALITÀ

L'analisi di doppia materialità ha rappresentato il punto di partenza per la definizione del piano ESG triennale di Ferrari. Un processo strutturato che ha permesso di identificare le priorità ambientali, sociali e di governance più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder, ponendo le basi per un impegno sostenibile solido e coerente.

Anche se non obbligati alla direttiva europea CSRD, l'azienda si è ispirata a tale analisi per individuare i temi ESG più rilevanti, valutandoli sotto due prospettive:

- **Materialità d'impatto:** gli effetti delle attività aziendali su ambiente e società.
- **Materialità finanziaria:** i rischi e le opportunità economico-finanziarie legate ai fattori ESG.

L'analisi realizzata si è articolata in cinque fasi:

- 1. Identificazione dei temi significativi** su cui condurre l'analisi di doppia materialità. Essi derivano da un'analisi di contesto, di benchmark e delle principali fonti normative e scientifiche che riguardano il settore di appartenenza.
- 2. Mappatura e valutazione degli impatti:** Nel contesto dell'analisi di doppia materialità, l'identificazione degli Impatti intende fare luce su elementi certi o potenziali, positivi o negativi, legati alle attività dell'azienda con ricadute su ambiente e società. Un team interfunzionale ha identificato gli impatti ambientali e sociali dell'azienda sui temi selezionati, classificandoli secondo quattro categorie (positivo/negativo; certo/potenziale). Successivamente il team, supportato dal contributo dei responsabili di funzione interni competenti, ha valutato quantitativamente gli impatti (in termini di magnitudo e probabilità). Nella figura 2 una sintesi dei principali elementi rilevati.

IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ

Tema di riferimento	Impatti
Emissioni di CO ₂	Impatto negativo legato alle emissioni derivanti dai processi produttivi.
Energia	Impatto negativo legato al consumo di energia nei processi produttivi.
Valorizzazione delle produzioni di montagna	Impatto positivo con progetti a tutela della valorizzazione economica di produzioni di montagna, presidio e cura degli ecosistemi montani.
Economia circolare e packaging (generazione di rifiuti)	Impatto negativo legato all'attuale produzione di rifiuti da imballo. Impatto positivo per la quota di utilizzo di plastica riciclata. Impatto positivo per riduzione spreco alimentare (protezione alimento e allungamento shelf life).
Sviluppo delle competenze e benessere dei dipendenti	Impatto positivo grazie alle politiche aziendali che incidono sul benessere delle persone e sulla crescita delle competenze attraverso la formazione.
Salute e sicurezza dei dipendenti	Impatti potenziali (si registra un numero di infortuni prossimi allo zero grazie agli investimenti in sicurezza). Impatti negativi legati a possibili infortuni ed incidenti sul lavoro.
Creazione di valore per la comunità	Impatto positivo legato a creazione di posti di lavoro ed indotto a livello locale e sovra-locale, oltre che supporto ad organizzazioni no profit.
Benessere animale	Impatti positivi legati a sistemi di certificazione e controllo consolidati e verificati.
Collaborazioni con la filiera	Impatti positivi legati alla gestione etica dei rapporti con i fornitori e stakeholders lungo tutta la filiera.
Cultura d'impresa e sistemi di governance	Impatti positivi legati ad un modello di governance chiaro, strutturato e consolidato.

Figura 2

GRI 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali
GRI 3-2 Elenco di temi materiali

ESRS 2 IRO-1

IL PERCORSO ESG

3. Valutazione dei rischi e opportunità finanziarie: con il supporto del responsabile Finance, sono stati analizzati quali tra gli impatti esterni generino, o possano generare, rischi o opportunità finanziarie per l'azienda. Sono stati considerati anche rischi e opportunità derivanti da fattori esterni e non direttamente da impatti interni, come evoluzioni normative o cambiamenti nelle preferenze

dei consumatori, che potrebbero ugualmente influenzare il business aziendale. Infine, sono stati valutati quantitativamente i singoli rischi e opportunità, in termini di portata e probabilità di accadimento. La sintesi dell'analisi è rappresentata in figura 3.

Tema di riferimento	Effetti economico-finanziari
Valorizzazione delle produzioni di montagna	I progetti di valorizzazione delle produzioni di montagna, e quindi della biodiversità, rappresentano un'opportunità di differenziazione e quindi di creazione del valore, oltre che influire positivamente sulla qualità del prodotto
Economia circolare e packaging (generazione di rifiuti)	Da un lato il tema rappresenta un potenziale rischio legato a investimenti per l'innovazione dei processi, e alla conformità alle normative nazionali ed europee in tema di packaging. Dall'altro un'opportunità derivante da consumatori sempre più attenti alla sostenibilità del packaging, aspetto sulla quale l'azienda pone una forte attenzione
Gestione dei rapporti con i fornitori	Controlli sulla filiera assicurano continuità nelle forniture e qualità costante delle materie prime, generando effetti positivi su efficienza produttiva, reputazione e competitività
Cultura d'impresa e sistemi di governance	Il modello organizzativo adottato e il sistema di governance rappresentano un'opportunità in tema di gestione e controllo delle attività aziendali e delle aree di rischio connesse

Figura 3

GRI 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali
GRI 3-2 Elenco di temi materiali

ESRS 2 IRO-1

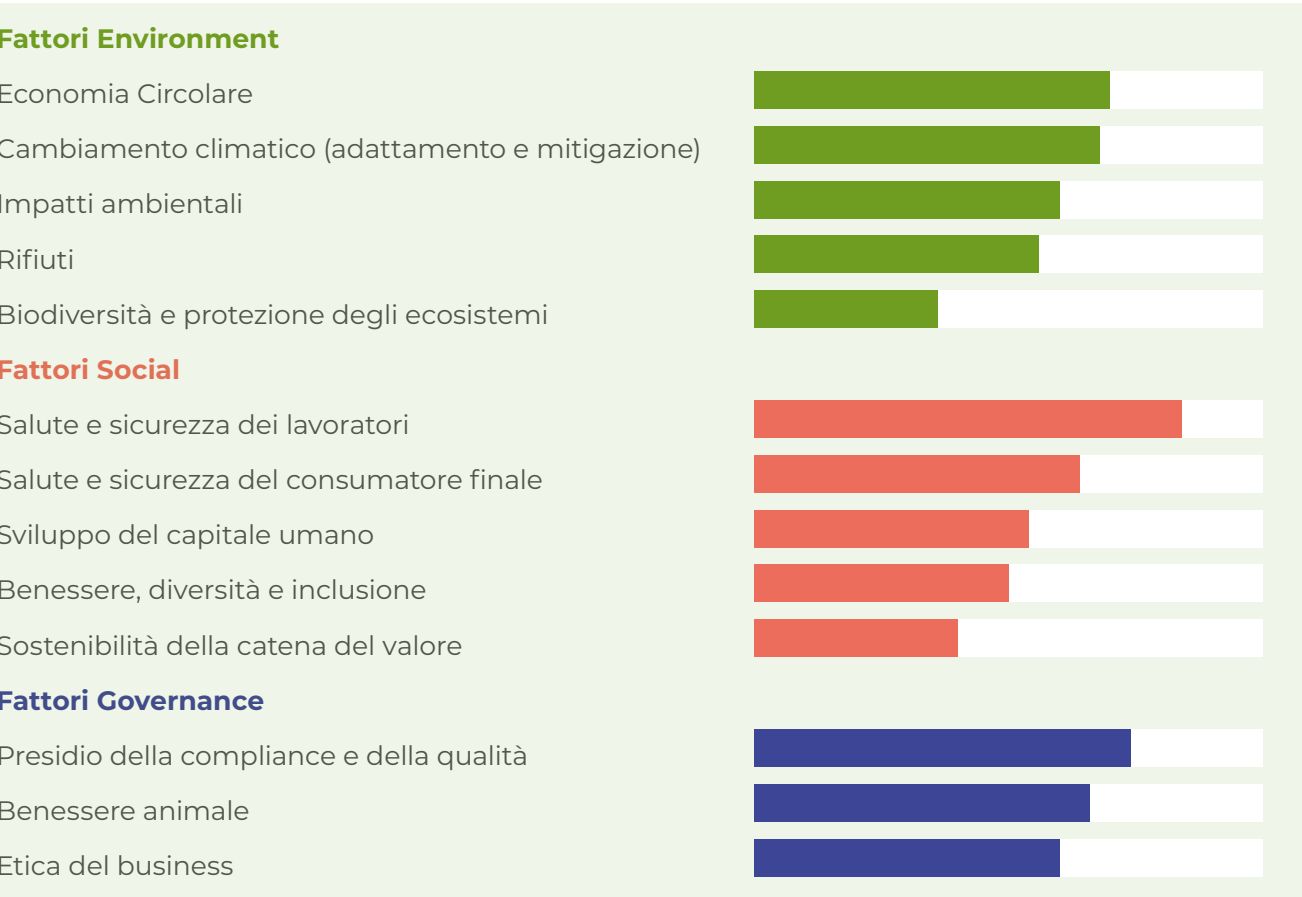


IL PERCORSO ESG

PROSPETTIVA E COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDERS

4. Il quarto passaggio del processo ha visto il coinvolgimento dei portatori di interesse al fine di rilevare indicazioni su quali temi ESG l'azienda dovrebbe dare priorità e rilevanza. In questo primo esercizio è stata realizzata una mappatura degli stakeholder chiave all'interno di quattro macro-categorie (dipendenti, fornitori, banche, clienti). Agli attori individuati è stato condiviso (tramite comunicazioni ad hoc) il percorso dell'azienda, le finalità dell'ingaggio, le mo-

dalità di voto ed una survey in cui si è chiesto di indicare - in ordine di priorità - le diverse tematiche ESG oggetto di analisi sulla base di quanto le ritenessero rilevanti per Ferrari. La media delle risposte, da cui emerge come i primi tre temi siano la **salute e sicurezza sul lavoro**, il **presidio delle norme e della qualità** e l'**economia circolare**, è rappresentata nel grafico che segue.



CRUSCOTTO RISULTATI SURVEY DI MATERIALITÀ



GRI 2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder
GRI 3-1 Processo di determinazione dei temi materiali
ESRS 2 SBM-2
ESRS 2 IRO-1

IL PERCORSO ESG

LA MATRICE DI DOPPIA MATERIALITÀ

5. Definizione dei temi materiali: l'ultimo passaggio del processo consiste nell'incrociare le valutazioni di impatto interno-esterno e la prospettiva degli stakeholder, per individuare i temi ESG più rilevanti combinando entrambi gli approcci. La risultante di questo processo è la matrice di doppia materialità (figura 4), in cui i temi materiali sotto il profilo degli impatti sono situati a destra della linea tratteggiata, mentre quelli materiali secondo l'aspetto finanziario sono collocati sopra la linea tratteggiata. Questa analisi ha costituito le fondamenta del piano di sostenibilità triennale.

Nello specifico, il posizionamento delle tematiche ESG all'interno della matrice è basato su un'elaborazione dei punteggi quantitativi assegnati ai singoli impatti, rischi e opportunità afferenti alla specifica tematica.

Inoltre, in linea con quanto previsto dagli ESRS, nell'elaborazione dei punteggi prevale il principio della materialità: è infatti sufficiente che il team abbia identificato anche un solo impatto, rischio od opportunità come materiale per considerare come tale la tematica ESG associata.

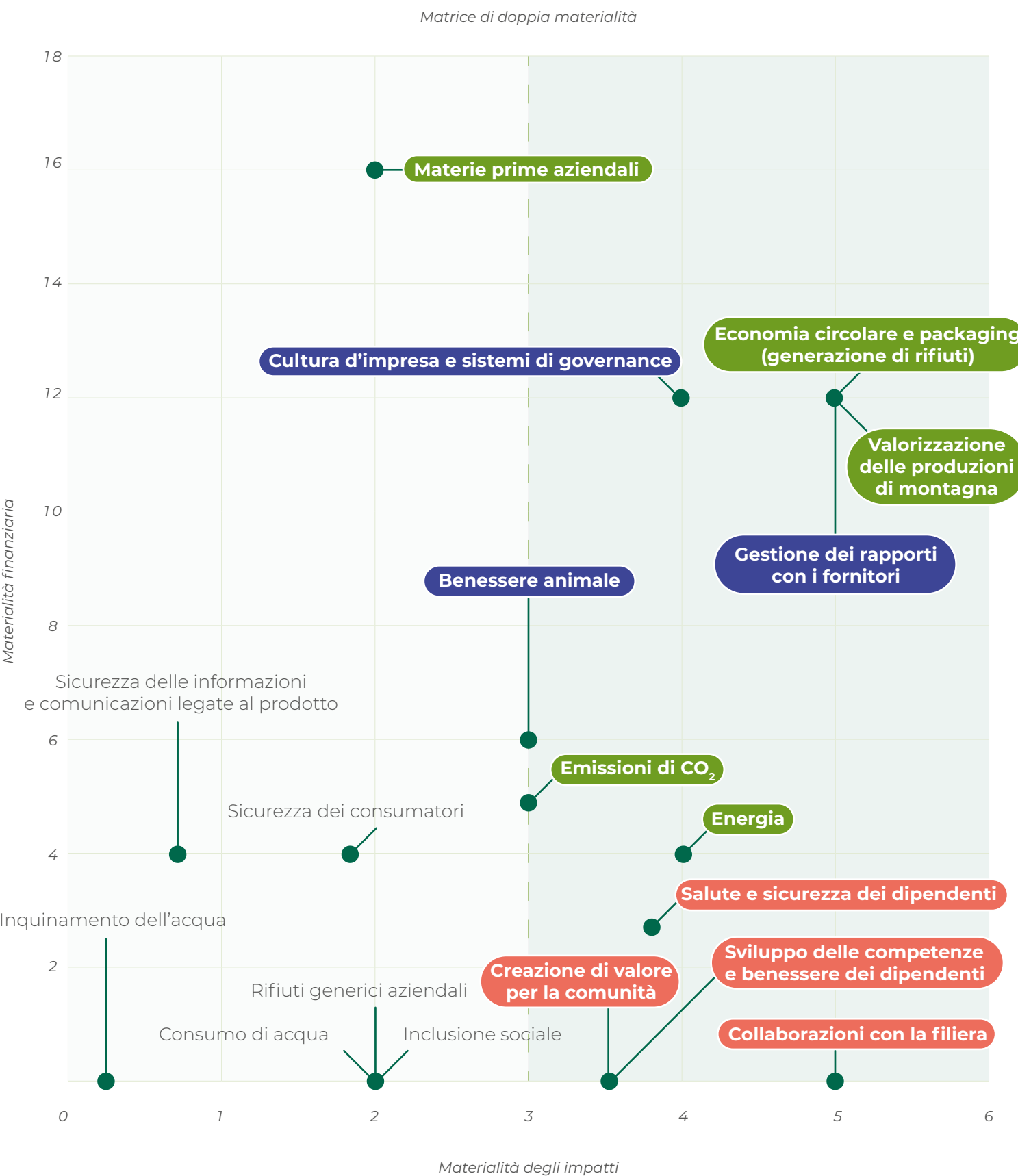


Figura 4

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

L'analisi di doppia materialità ha restituito all'azienda i temi ESG più rilevanti, ponendo le basi per un percorso strutturato di sostenibilità. Per ciascuna tematica, l'organizzazione, con l'aiuto dei referenti aziendali, ha definito una serie di obiettivi strategici, coerenti con una visione di lungo periodo e con l'impegno verso il miglioramento continuo.

Dagli obiettivi di medio/lungo termine sono state poi derivate azioni puntuali, target operativi, tempistiche ed ownership, nell'ottica di rendere il piano pragmatico e massimamente eseguibile.

Tematica materiale	Stakeholder interessati	Obiettivo	Azioni	2025	2026	2027
EMISSIONI DI CO ₂ E GESTIONE DELL'ENERGIA (Efficienza energetica, fonti rinnovabili, riduzione delle emissioni)	Istituzioni Enti di certificazione Dipendenti Comunità locali Clienti Opinion leader e media di settore	Aumentare la quantità di energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	Installazione impianto Fotovoltaico nello stabilimento di Fontevivo (Parma)	●		●
			Estensione impianto Fotovoltaico di Ossago Lodigiano (Lodi)	●	●	
			Installazione impianti Fotovoltaici nei caseifici di Parmigiano Reggiano			●
		Ridurre le emissioni di CO ₂ generate dal network di trasporti dei formaggi	Revisione del network di trasporti dai caseifici ai magazzini di stagionatura		●	●
			Revisione del network di trasporti tra i nostri stabilimenti		●	●
		Ridurre i consumi energetici sia elettrici che di gas	Miglioramento sistemi di controllo e efficienza dei consumi elettrici	●	●	●
ECONOMIA CIRCOLARE E PACKAGING (Progettazione sostenibile degli imballaggi, riduzione dei rifiuti, materiali riciclabili o compostabili)	Clienti Fornitori Enti di certificazione Consumatori finali	Estendere la percentuale dei nostri prodotti con packaging riciclabile	Estensione numero referenze con pack riciclabile	●	●	●
		Aumentare la quantità di plastica riciclata presente nel packaging dei nostri prodotti	Estensione numero referenze con pack riciclato		●	●
			Aumentare la % di utilizzo di materiali riciclati		●	●
		Continua ottimizzazione dei materiali di imballaggio per evitare l'over packaging	Riduzione utilizzo plastica vergine		●	●
			Revisione dei sistemi di packaging per ridurre l'utilizzo di materiali non sostenibili	●	●	●
		Riduzione dello spreco nella gestione dei materiali di imballaggio (dall'acquisto all'utilizzo)	Ottimizzazione della gestione degli approvvigionamenti e degli utilizzi		●	●
VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI DI MONTAGNA (Filiere sostenibili, origine certificata, tutela del territorio montano, biodiversità, sostegno alle economie locali)	Consorzi di tutela Clienti Consumatori finali Enti di certificazione Comunità locali	Investire nelle aree di produzione del Parmigiano Reggiano prodotto di montagna	Confermare costanti investimenti presso i nostri caseifici di Parmigiano Reggiano prodotto di montagna	●	●	●
			Valutazione investimenti aggiuntivi sul territorio		●	●
		Espandere le vendite di Parmigiano Reggiano prodotto di montagna	Ampliare l'offerta commerciale di Parmigiano Reggiano prodotto di montagna	●	●	●
		Accrescere la consapevolezza degli stakeholder delle specificità e valori dei territori di produzione del Parmigiano Reggiano prodotto di montagna	Eventi ad hoc		●	●
			Programmi di formazione		●	●

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Tematica materiale	Stakeholder interessati	Obiettivo	Azioni	2025	2026	2027
SVILUPPO DELLE COMPETENZE E BENESSERE DEI DIPENDENTI (Formazione continua, crescita professionale, welfare, clima aziendale e work-life balance)	Dipendenti Management aziendale Enti formativi	Investire nella formazione professionale dei dipendenti	Programmi di formazione mirati	●	●	●
		Aumentare il numero di donne in posizioni di rilievo all'interno dell'organizzazione	Maggiore attenzione ai temi di parità di genere nei processi di selezione di personale esterno	●	●	●
			Maggiore attenzione ai temi di parità di genere nei processi di promozione del personale interno		●	●
		Aumentare il livello dei servizi diretti ed indiretti a disposizione dei dipendenti	Ampliamento servizi welfare		●	●
			Valutazione inserimento servizi a disposizione dei dipendenti			●
SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI (Prevenzione degli infortuni, sicurezza negli ambienti di lavoro, investimenti strutturali e tecnologie per la protezione del personale)	Dipendenti Organizzazioni sindacali Istituzioni e organismi di vigilanza	Costante aggiornamento e formazione dei dipendenti	Formazione continua dei dipendenti	●	●	●
			Estensione numero dei dipendenti formati su tali tematiche	●	●	●
		Aumentare il focus sul tema all'interno dell'organizzazione	Aumento appuntamenti formali su tematiche salute e sicurezza	●		
			Maggiore coinvolgimento dei dipendenti su status e aree di miglioramento		●	●
			Investimenti sulle azioni e prevenzione di potenziali rischi	●	●	●
COLLABORAZIONI CON LA FILIERA E RAPPORTI CON I FORNITORI (Partnership di lungo periodo, selezione responsabile dei fornitori, condivisione dei valori ESG, trasparenza contrattuale)	Fornitori ConSORZI e produttori locali Enti di certificazione Clienti	Consolidamento degli strumenti interni per una filiera sostenibile	Revisione del processo di qualifica fornitori esistenti in ottica ESG		●	●
			Inserimento progressivo di criteri ESG nei capitolati tecnici/qualifica fornitori		●	●
			Sviluppo di una politica per gli acquisti sostenibili		●	
		Aumentare la sostenibilità della propria filiera	Ingaggio dei fornitori di materiali specifici sui temi di sostenibilità		●	●
			Identificazione di un primo gruppo-pilota di fornitori			●
CREAZIONE DI VALORE PER LA COMUNITÀ (Sostegno al territorio, sponsorizzazioni locali, progetti sociali e culturali)	Comunità locali Istituzioni territoriali Scuole Associazioni e realtà no profit	Contribuire allo sviluppo di iniziative culturali sul territorio	Sostegno alla fondazione Platea di Lodi	●	●	●
		Partecipazione a programmi di sostegno a persone in stato di bisogno alimentare e riduzione spreco alimentare	Donazione di prodotti alla Fondazione Casa della Comunità	●	●	●

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

GOVERNANCE

Tematica materiale	Stakeholder interessati	Obiettivo	Azioni	2025	2026	2027
CULTURA D'IMPRESA E SISTEMI DI GOVERNANCE (Visione strategica, etica aziendale, trasparenza, responsabilità nei processi decisionali, presidio dei rischi, integrazione dei principi ESG nella gestione)	Management aziendale Proprietà Dipendenti Clienti Enti di certificazione Istituzioni e autorità di vigilanza	Modello organizzativo 231	Continuo monitoraggio del modello in essere	●	●	●
			Meeting periodici con OdV	●	●	●
		Continuo aggiornamento del sistema di procedure interne	Monitoraggio e aggiornamento delle procedure	●	●	●
			Procedure aziendali accessibili per tutti i dipendenti	●	●	●
		Mantenimento di un sistema di Governance adeguato agli standard etici, reputazionali e di controllo dell'azienda	CdA trimestrali	●	●	●
			Operational Committees periodici	●	●	●
			Leadership team meetings periodici	●	●	●
BENESSERE ANIMALE (Adozione di pratiche e standard lungo la filiera che garantiscano il rispetto e la tutela degli animali da allevamento, anche in relazione alla qualità delle materie prime)	Fornitori di materie prime Consorzi di tutela Enti di certificazione Clienti e consumatori Organizzazioni e media specializzati	Certificazione per il Benessere Animale di tutti i siti produttivi e di trasformazione	Cerfiicazione stabilimenti di Ossago e Fontevivo	●	●	●
			Cerfiicazione caseifici di Bedonia e Valsporzana	●	●	●
		Certificazione per il Benessere Animale dei conferenti di latte utilizzato nei nostri caseifici DOP	Conferenti caseificio di Bedonia	●	●	●
			Conferenti caseificio di Valsporzana	●	●	●
		Certificazione per il Benessere Animale dei caseifici fornitori di formaggio DOP	Aumento acquisti di Grana Padano DOP da caseifici certificati	●	●	●
			Aumento acquisti di Parmigiano Reggiano DOP da caseifici certificati			●

04

AMBIENTE, PERSONE
e condotta d'impresa

AMBIENTE: CRESCERE RIDUCENDO L'IMPATTO

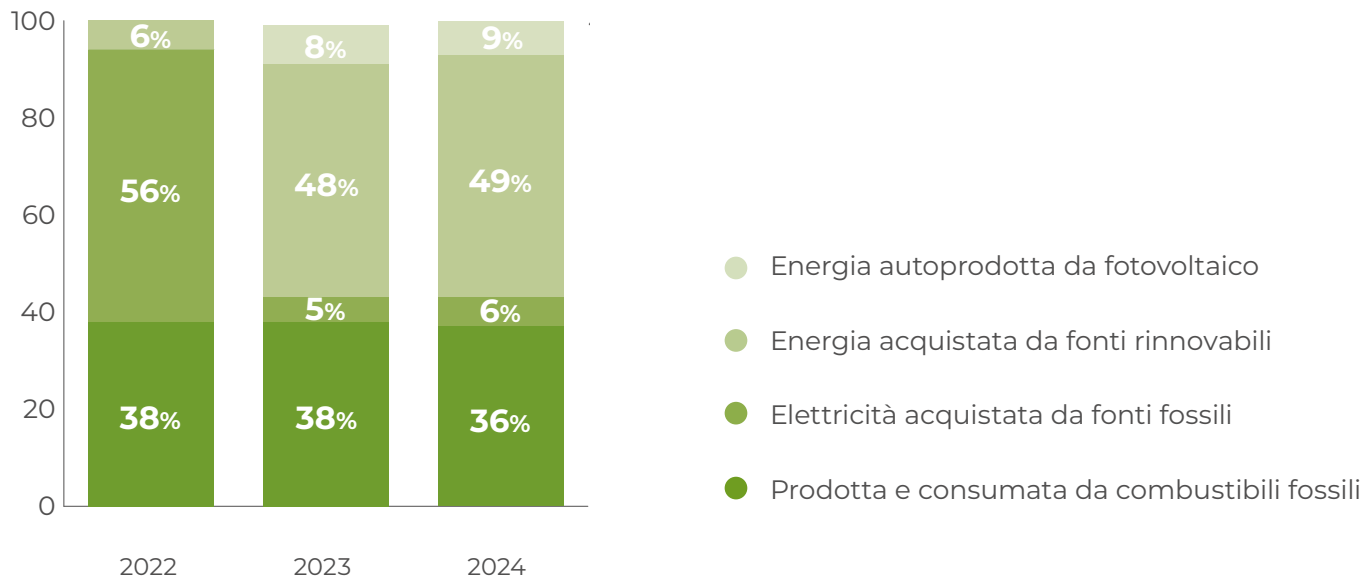
Nel 2024, Ferrari conferma il proprio impegno per un modello di crescita responsabile, in cui lo **sviluppo industriale procede di pari passo con la riduzione degli impatti ambientali**.

A fronte di un incremento del volume d'affari, l'azienda ha infatti registrato una diminuzione dei consumi energetici (oltre il 7% rispetto all'anno precedente), delle emissioni complessive di CO₂ (Scope 1, 2 e 3) e dell'utilizzo di acqua e risorse, con una riduzione costante anche dei rifiuti prodotti.

Tra gli interventi più significativi si segnalano l'ampliamento dell'impianto fotovoltaico nel sito produttivo di Ossago Lodigiano, con **oltre 460.000 kWh di energia autoprodotta**, e la sostituzione della terza UTA nel magazzino stagionatura, che ha consentito un'ulteriore riduzione dei consumi legati al raffrescamento.

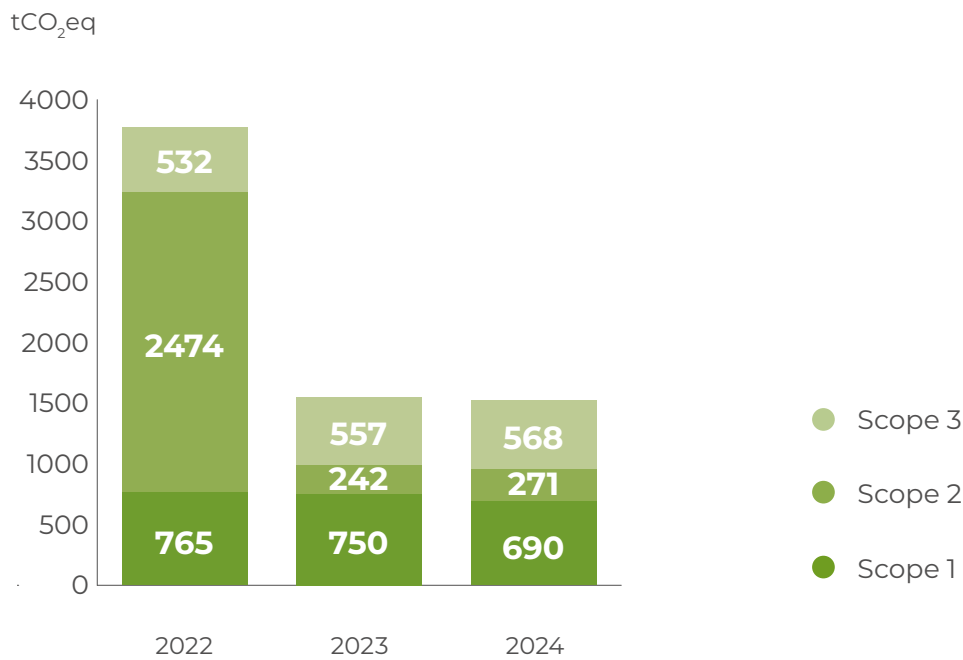
Inoltre, entrambi i principali stabilimenti – Ossago e Fontevivo – sono oggi alimentati **esclusivamente da energia da fonti rinnovabili**, certificata tramite il sistema I-ECS (Italian Energy Certificate System).

CONSUMI ENERGETICI



Il totale dei consumi energetici diminuisce e aumenta la quota di approvvigionamento da fonti rinnovabili.

EMISSIONI



PERSONE: AL CENTRO, CON RESPONSABILITÀ

Ferrari investe nelle persone con la consapevolezza che ogni scelta d'impresa ha un impatto diretto sul benessere individuale e collettivo. La quasi totalità dei lavoratori è assunta a tempo indeterminato, a testimonianza di un modello occupazionale stabile e orientato alla valorizzazione delle competenze.

Nel 2024, l'impegno in materia di **salute e sicurezza** ha conosciuto un'accelerazione senza precedenti, con un incremento degli in-

vestimenti pari a +216,67% rispetto all'anno precedente. Tra gli interventi più rilevanti: l'adeguamento antisismico del magazzino di stagionatura, la bonifica del tetto falda dedicato ai grattugiati e il rifacimento delle scaffalature nella cella prelievi del porzionato.

Un'attenzione concreta, che abbraccia non solo le persone che lavorano in azienda, ma anche chi interagisce ogni giorno con i suoi prodotti, i suoi servizi e i suoi valori.

ATTIVITÀ PER LE PERSONE

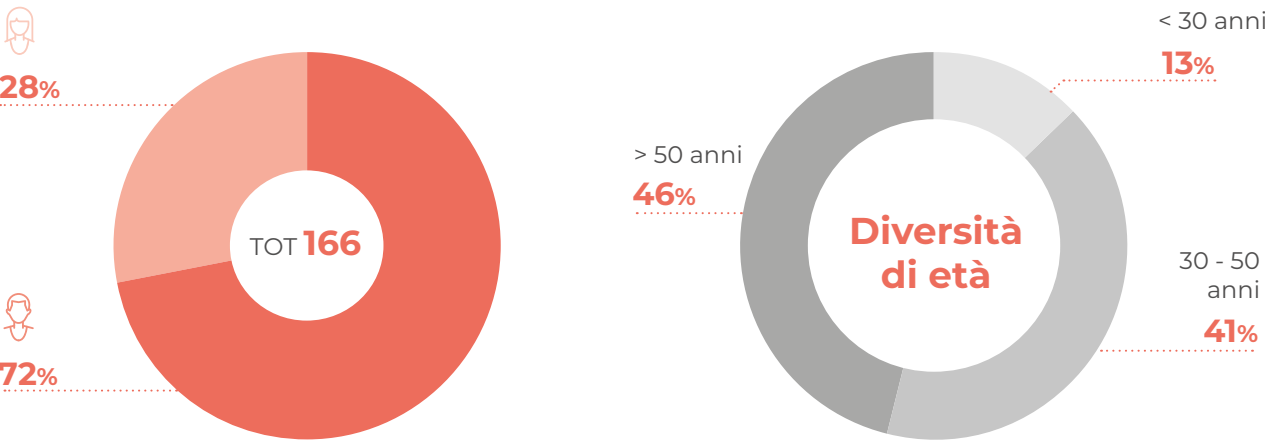
Ferrari è Socio sostenitore della Fondazione Casa della Comunità per il diritto al cibo. L'azienda contribuisce con la donazione di prodotti di qualità non vendibili per motivi legati a difformità commerciali (non qualitative) alla distribuzione solidale del cibo a persone e famiglie del territorio in stato di bisogno. La distribuzione avviene attraverso Empori Solidali, mense e preparazione di pacchi alimentari. In tal modo si riduce lo spreco alimentare, e delle risorse economiche ed ambientali impiegate nella produzione, riducendo le emissioni CO₂ equivalenti.

Ferrari è impegnata nel sostegno all'Associazione Culturale Platea Palazzo Galeano, per la promozione dell'Arte Contemporanea ed il sostegno a giovani artisti e curatori. Oltre alle mostre nella vetrina aperta su strada 24X24 e 7X7, l'Associazione organizza eventi

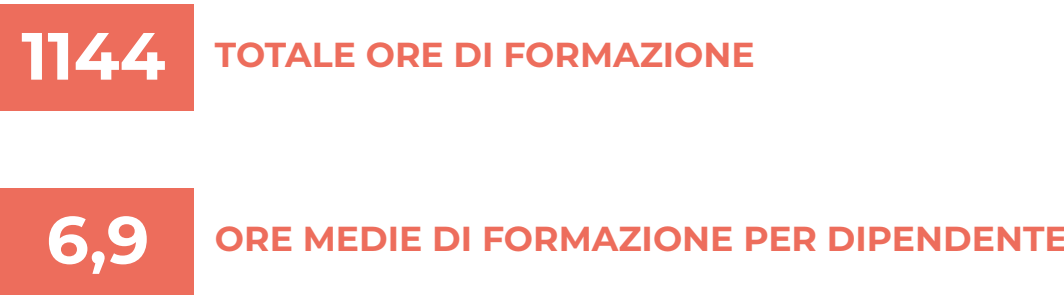
in collaborazione con enti del territorio quali l'Unità Operativa di Neuropsichiatria dell'infanzia e dell'adolescenza dell'ASST di Lodi, scuole d'arte con iniziative rivolta a studenti, oratori della città di Lodi, sempre coinvolgendo i giovani artisti.

Nel 2024 il programma si è articolato dalla mostra, a tema territoriale sul fiume Adda "SW2km/h debole" di Maria Teresa Sartori, fino al programma principale di 4 collettivi di giovani artisti. Infatti, a seguito della crisi economica e sociale Post-Covid, molti artisti hanno unito risorse economiche e forza lavoro per creare gruppi che si aiutano e collaborano. È a loro che Platea con il progetto "Collettivi nell'arte emergente italiana" vuole fornire visibilità e supporto nel 2024. Si sono inoltre svolti workshop con le scuole e gli enti sopracitati.

DIVERSITÀ PER GENERE E PER ETÀ DIPENDENTI (2024)



FORMAZIONE (2024)



CONDOTTA D'IMPRESA: SICUREZZA, CONTINUITÀ, FIDUCIA DIGITALE

In un contesto dove la reputazione aziendale si gioca anche sulla protezione dei dati e sulla capacità di garantire continuità operativa, Ferrari ha intrapreso un percorso strutturato di **rafforzamento della propria infrastruttura digitale**.

Già nel 2023, l'azienda ha avviato un importante piano di investimento, con la realizzazione di una nuova infrastruttura hardware per lo stabilimento di Ossago Lodigiano e la creazione di una sala di disaster recovery presso il sito di Fontevivo, per assicurare la business continuity anche in caso di eventi critici.

Nel 2024, gli sforzi si sono concentrati sull'aggiornamento tecnologico e sulla sicurezza: sostituzione degli apparati di networking con dispositivi di ultima generazione, segmentazione delle reti per una maggiore protezione del traffico dati, potenziamento del datacenter aziendale con nuovi dischi di storage e backup.

A completare il quadro, l'introduzione della piattaforma EDR Sentinel One – in modalità SaaS – ha permesso di elevare ulteriormente il livello di protezione, grazie al monitoraggio proattivo delle minacce attraverso soluzioni basate su intelligenza artificiale.

Un impegno che rafforza non solo l'efficienza e la resilienza dei sistemi, ma anche la fiducia degli stakeholder nella condotta responsabile dell'azienda.



05

APPENDICE



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità 2024 di Ferrari Giovanni Industria Casearia S.p.A. (nel documento semplificato in “Ferrari”) rappresenta uno strumento di comunicazione per descrivere in modo trasparente gli obiettivi e i risultati conseguiti in ambito ESG (Environmental, Social, Governance), con il fine ultimo di creare valore nel tempo sia per l’Azienda che per i propri stakeholder.

Il perimetro del Bilancio di sostenibilità coincide con il perimetro del Bilancio economico (01/01/2024 – 31/12/2024).

Questo Bilancio rappresenta un primo esercizio di rendicontazione volontaria che si propone di recepire le indicazioni della direttiva europea **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, ispirandosi agli **European Sustaina-**

bility Reporting Standards (ESRS) - standard previsti dalla direttiva - per offrire al lettore un quadro strutturato della propria rendicontazione di sostenibilità, sempre più allineato alle pratiche europee volte a rafforzare il dialogo con gli stakeholder e promuovere una cultura aziendale orientata alla responsabilità sociale e ambientale.

Tuttavia, durante la redazione del presente documento, le disposizioni della direttiva europea CSRD sono state oggetto di profonda revisione e discussione (cd. “Pacchetto Omnibus I”) e, vista l’incertezza in relazione agli standard ESRS, l’azienda ha utilizzato i **GRI Standards (Global Reporting Initiative)** come metriche di misurazione, mettendole in relazione (ove possibile) agli ESRS, sia all’interno dei capitoli che in questa Appendice.



INDICE GRI E RACCORDO ESRS

DICHIARAZIONE D'USO: FERRARI GIOVANNI INDUSTRIA CASEARIA S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024 con riferimento agli Standard GRI. **UTILIZZO GRI 1:** GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021.

DICHIARAZIONE D'USO ESRS: FERRARI GIOVANNI INDUSTRIA CASEARIA S.p.A. si è ispirata, nella rendicontazione di questo Bilancio, anche agli standard ESRS.

Standard GRI	Informativa GRI	Standard ESRS	Informativa ESRS	Pagina
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi			10
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	ESRS 2	BP-1	10
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	ESRS 2	SBM-1	37, 38
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-7 Dipendenti	ESRS	S1-6	76
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-8 Lavoratori non dipendenti	ESRS	S1-7	79
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-9 Struttura e composizione della governance	ESRS 2	GOV-1; GOV-2	24, 26
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-11 Presidente del massimo organo di governo			24, 26
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	ESRS 2	GOV-1; GOV-2	24, 26
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	ESRS 2	GOV-1; GOV-2	24, 26
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	ESRS	S1-16	83
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	ESRS 2	SBM-1	4
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	ESRS 2	SBM-2	44
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-30 Contratti collettivi	ESRS	S1-8	79
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	ESRS 2	IRO-1	40, 42
GRI 3: Temi materiali 2021	3-2 Elenco di temi materiali			40, 42
GRI 201: Performance Economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito			85
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	ESRS	E1-5	71
GRI 302: Energia 2016	302-3 Intensità energetica	ESRS	E1-5	71

INDICE GRI E RACCORDO ESRS

DICHIARAZIONE D'USO: FERRARI GIOVANNI INDUSTRIA CASEARIA S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024 con riferimento agli Standard GRI. **UTILIZZO GRI 1:** GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021.

DICHIARAZIONE D'USO ESRS: FERRARI GIOVANNI INDUSTRIA CASEARIA S.p.A. si è ispirata, nella rendicontazione di questo Bilancio, anche agli standard ESRS.

Standard GRI	Informativa GRI	Standard ESRS	Informativa ESRS	Pagina
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-3 Prelievo idrico	ESRS	E3-4	71
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-4 Scarico idrico	ESRS	E3-4	71
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-5 Consumo idrico	ESRS	E3-4	71
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	ESRS	E1-6	73
GRI 305: Emissioni 2016	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	ESRS	E1-6	73
GRI 305: Emissioni 2016	305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	ESRS	E1-6	73
GRI 305: Emissioni 2016	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	ESRS	E1-6	73
GRI 306: Scarichi idrici e rifiuti 2016	306-3 Sversamenti significativi	ESRS	E5-5	75
GRI 306: Scarichi idrici e rifiuti 2016	306-4 Trasporto di rifiuti pericolosi	ESRS	E5-5	75
GRI 306: Scarichi idrici e rifiuti 2016	306-5 Bacini idrici interessati da scarichi idrici e/o ruscellamento	ESRS	E5-5	75
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	ESRS	S1-6	78
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-9 Infortuni sul lavoro	ESRS	S1-14	83
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-10 Malattia professionale	ESRS	S1-14	83
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	ESRS	S1-13	82, 85
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	ESRS	S1-9	81

LE PERFORMANCE AMBIENTALI

Consumo di energia e mix energetico		2022	2023	2024
Consumo di combustibile da petrolio grezzo e prodotti petroliferi	MWh	425,1	417,7	462,1
Consumo di combustibile da gas naturale	MWh	3.229,4	3.160,7	2.808,6
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti fossili, acquistata	MWh	5.412,5	483,8	541,1
Consumo totale di energia da fonti fossili	MWh	9.067,0	4.062,2	3.811,8
Quota di fonti fossili sul consumo totale di energia	%	94%	44%	42%
Consumo di energia elettrica, calore, vapore e raffrescamento da fonti rinnovabili, acquistata	MWh	0,0	4.497,0	4.364,0
Consumo di energia rinnovabile autoprodotta senza ricorrere a combustibili	MWh	531,7	750,4	804,9
Consumo totale di energia da fonti rinnovabili	MWh	531,7	5.247,4	5.168,8
Quota di fonti rinnovabili sul consumo totale di energia	%	6%	56%	58%
Consumo totale di energia	MWh	9.598,6	9.309,5	8.797,6

GRI 302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione
GRI 302-3 Intensità energetica
ESRS E1-5

Intensità energetica		2022	2023	2024
Consumo totale di energia (MWh) / Ricavi netti (MLN €)	MWh / MLN €	60,9	56,1	52,3
Consumo totale di energia (MWh) / ton di prodotto	MWh / t	0,81	0,82	0,78
Consumo totale di energia (MWh) / ton di venduto	MWh / t	0,67	0,66	0,63

Fotovoltaico		2022	2023	2024
Energia prodotta da fotovoltaico	MWh	533,9	760,9*	987,8
Energia ceduta alla rete	MWh	2,2	10,5	182,9
Autoconsumo effettivo	MWh	531,7	750,4	804,9

* Dal 2023 si aggiunge il fotovoltaico di Fontevivo, oltre all'impianto di Ossago Lodigiano

GRI 303-3 Prelievo idrico
GRI 303-4 Scarico idrico
GRI 303-5 Consumo idrico
ESRS E3-4

Nome area		2022	2023	2024
Prelievo di acqua	m³	30.759	29.481	29.675
di cui Ossago Lodigiano	m³	17.389	16.176	16.339
di cui Fontevivo	m³	1.370	1.305	1.336
di cui Bedonia	m³	8.000	8.000	8.000
di cui Fornovo	m³	4.000	4.000	4.000
Intensità idrica in base ai ricavi netti		2022	2023	2024
Consumo idrico/Ricavi netti	m³/MLN €	195,2	177,8	172,7

LE PERFORMANCE AMBIENTALI

GRI 305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)
GRI 305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)
GRI 305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)
GRI 305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)
ESRS E1-6

Emissioni dirette di GHG (Scope 1)		2022	2023	2024
Gas Naturale	tCO ₂ eq	652,4	638,5	567,4
Benzina	tCO ₂ eq	11,8	11,6	15,6
GPL	tCO ₂ eq	0,0	0,0	0,0
Diesel	tCO ₂ eq	101,2	99,4	107,2
Gas R404A *	tCO ₂ eq	42,2	0,0	0,0
Gas R449A *	tCO ₂ eq	0,0	0,0	62,8
Emissioni lorde di GHG di Scope 1 **	tCO ₂ eq	765,4	749,5	690,2

* Fattori di conversione Defra
** Fattori di conversione tratti da: "Tabella parametri standard nazionali" 2023 (ISPRA)

Emissioni indirette di GHG derivanti da energia importata (Scope 2)		2022	2023	2024
Emissioni lorde di GHG di Scope 2 (basate sulla posizione) *	tCO ₂ eq	1.586	1.195	1.177
Emissioni lorde di GHG di Scope 2 (basate sul mercato) **	tCO ₂ eq	2.474	242	271

* Fattori di conversione tratti da ISPRA: "Fattori di emissione per la produzione ed il consumo di energia elettrica in Italia"
** Fattori di conversione AIB

Emissioni indirette di GHG (Scope 3)		2022	2023	2024
Trasporto a valle *	tCO ₂ eq	531,861	557,684	568,479
Emissioni indirette lorde totali di GHG (Scope 3)	tCO ₂ eq	531,861	557,684	568,48

* Analisi fatta sul 70-75% dei trasporti totali

Scope 1+2+3		2022	2023	2024
Emissioni totali di GHG (basate sul mercato)	tCO ₂ eq	3.771,57	1.549,40	1.529,51

Intensità di GHG in base ai ricavi netti (market based)		2022	2023	2024
Emissioni totali di GHG (Market based) (tCO ₂ eq) / Ricavi netti (MLN €)	tCO ₂ eq/MLN €	23,9	9,3	8,9
Emissioni totali di GHG (Market based) (tCO ₂ eq) / t di prodotto	tCO ₂ eq / t	0,32	0,14	0,13
Emissioni totali di GHG (Market based) (tCO ₂ eq) / t di venduto	tCO ₂ eq / t	0,22	0,09	0,09

LE PERFORMANCE AMBIENTALI

GRI 306-3 Sversamenti significativi
GRI 306-4 Trasporto di rifiuti pericolosi
GRI 306-5 Bacini idrici interessati da scarichi idrici e/o ruscellamento
ESRS E5-5

Rifiuti suddivisi per materiale		2022	2023	2024
Totale rifiuti prodotti	kg	833.261	908.660	749.479
Plastica	kg	104.120	128.560	135.680
Carta	kg	111.700	116.830	116.270
Legno	kg	21.920	0	0
Ferro	kg	7.480	12.080	9.605
Fanghi	kg	474.690	566.340	400.980
Imballaggio in materiali misti	kg	112.470	80.830	86.610
Altro	kg	881	4.020	334
Rifiuti suddivisi per destinazione e pericolosità		2022	2023	2024
RIFIUTI DESTINATI AL RECUPERO				
Non pericolosi destinati al recupero	kg	169.213	215.046	223.565
Riciclaggio di cui Ossago Lodigiano	kg	82.840	91.760	86.280
Riciclaggio di cui Fontevivo	kg	28.860	25.070	29.990
Altre operazioni di recupero	kg	21.920	0	0
Riciclaggio plastica - Ossago Lodigiano	kg	28.113	86.136	97.690
Altre operazioni di recupero	kg	7.480	12.080	9.605
Totale rifiuti destinati al recupero	kg	169.213	215.046	223.565

Rifiuti suddivisi per destinazione e pericolosità		2022	2023	2024
RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO				
Non pericolosi destinati allo smaltimento	kg	663.167	689.594	525.580
Smaltimento in discarica - sito Ossago Lodigiano	kg	56.980	32.340	33.700
Smaltimento in discarica - sito Ossago Lodigiano	kg	76.007	42.424	37.990
Smaltimento in discarica - sito Fontevivo	kg	55.490	48.490	52.910
Altre operazioni di smaltimento sito Ossago Lodigiano	kg	315.840	402.640	327.600
Altre operazioni di smaltimento sito Bedonia	kg	96.740	115.730	37.920
Altre operazioni di smaltimento sito Fornovo	kg	62.110	47.970	35.460
Pericolosi destinati allo smaltimento	kg	881	4.020	334
Altre operazioni di smaltimento	kg	881	4.020	334
Totale rifiuti destinati allo smaltimento	kg	664.048	693.614	525.914
		2022	2023	2024
Percentuale di rifiuti non riciclati	%	14%	9%	9%
Percentuale rifiuti pericolosi	%	0,1%	0,4%	0,0%
Percentuale rifiuti non pericolosi	%	99,9%	99,6%	100,0%

LE PERFORMANCE SOCIALI

GRI 2-7 Dipendenti
ESRS S1-6

Dipendenti PER GENERE *	2022	2023	2024
Numero di dipendenti	177  125  52	176  122  54	166  120  46
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	169  117  52	170  119  51	162  116  46
Numero di dipendenti a tempo determinato	8  8  0	6  3  3	4  4  0
Numero di dipendenti a orario variabile	0  0  0	0  0  0	0  0  0
Numero di dipendenti a tempo pieno	160  118  42	160  115  45	151  113  38
Numero di dipendenti a tempo parziale	17  7  10	16  7  9	15  7  8
* Numero di persone al 31/12			

N.

Numero di dipendenti per categoria



Uomini



Donne



LE PERFORMANCE SOCIALI

GRI 401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti
ESRS S1-6

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti
ESRS S1-7

Assunti e cessati	2022	2023	2024
DIPENDENTI ASSUNTI			
Totale dipendenti assunti	15	18	17
Tasso di nuove assunzioni dei dipendenti	8%	10%	10%
Dipendenti uomini assunti	14	12	15
Dipendenti donne assunte	1	6	2
Assunti con età <30	7	7	11
Assunti con età tra 30-50	8	9	4
Assunti con età >50	0	2	2
DIPENDENTI CHE HANNO LASCIATO L'IMPRESA			
Totale dipendenti cessati	12	19	27
Tasso di avvicendamento dei dipendenti	7%	11%	16%
Dipendenti uomini cessati	7	15	18
Dipendenti donne cessate	5	4	9
Cessati con età <30	2	5	9
Cessati con età tra 30-50	3	10	7
Cessati con età >50	7	4	11

Lavoratori non dipendenti	2022	2023	2024
Lavoratori in somministrazione *	4	3	5

* Numero di persone come media dell'intero periodo

GRI 2-30 Contratti collettivi
ESRS S1-8

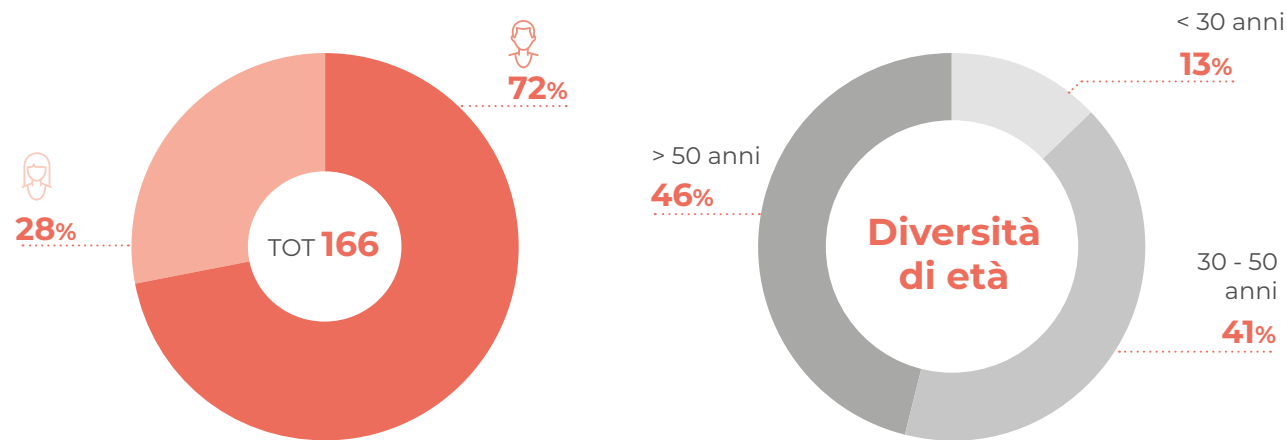
Contratti collettivi	2022	2023	2024
Contratti CCNL utilizzati in azienda *	CCNL 1 - 96,50% e CCNL 2 - 3,50%	CCNL 1 - 96,60% e CCNL 2 - 3,40%	CCNL 1 - 95,79% e CCNL 2 - 4,21%
Percentuale globale di dipendenti coperti da rappresentanti dei lavoratori	90%		

* CCNL 1: Alimentari e Industria; CCNL 2: Dirigenti e Industria

LE PERFORMANCE SOCIALI

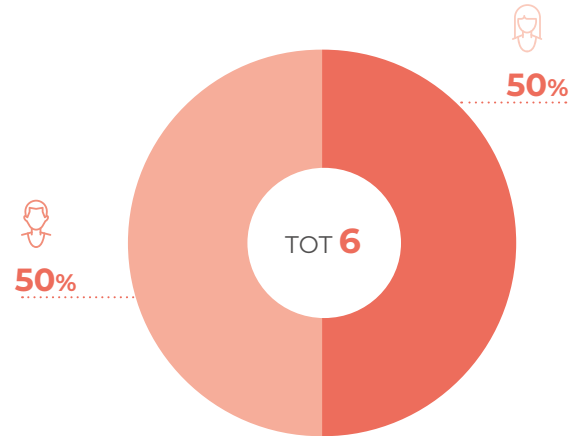
Dipendenti

2024



CdA

2024



GRI 405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti
ESRS S1-9

Diversità di genere per categoria	2022	2023	2024
Dipendenti per genere	177 71% (Uomini) 29% (Donne)	176 69% (Uomini) 31% (Donne)	166 72% (Uomini) 28% (Donne)
DIRIGENTI			
Dirigenti per genere	6 83% (Uomini) 17% (Donne)	7 86% (Uomini) 14% (Donne)	7 86% (Uomini) 14% (Donne)
QUADRI			
Quadri per genere	8 100% (Uomini) 0% (Donne)	8 88% (Uomini) 12% (Donne)	9 89% (Uomini) 11% (Donne)
IMPIEGATI			
Impiegati per genere	44 43% (Uomini) 57% (Donne)	48 42% (Uomini) 58% (Donne)	46 46% (Uomini) 54% (Donne)
OPERAI			
Operai per genere	119 78% (Uomini) 22% (Donne)	113 79% (Uomini) 21% (Donne)	104 82% (Uomini) 18% (Donne)

N. Numero di dipendenti per categoria

Uomini

Donne

LE PERFORMANCE SOCIALI

GRI 404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente
ESRS S1-13

GRI 403-9 Infortuni sul lavoro
GRI 403-10 Malattia professionale
ESRS S1-14

Formazione	2022	2023	2024
Ore medie di formazione	7,5  7,4  7,7	7,1  6,8  7,6	6,9  6,1  8,9
Totale ore di formazione	1.329  927  402	1.242  830  412	1.144  733  411
ORE DI FORMAZIONE PER DIRIGENTI			
Totale ore di formazione DIRIGENTI	-	128  104  24	85  70  15
Numero di DIRIGENTI	-	6  5  1	7  6  1
ORE DI FORMAZIONE PER QUADRI			
Totale ore di formazione QUADRI	20  14  6	72  8  64	114  58  56
Numero di QUADRI	8  7  1	9  8  1	9  8  1
ORE DI FORMAZIONE PER IMPIEGATI			
Totale ore di formazione IMPIEGATI	289  91  198	356  148  208	478  212  266
Numero di IMPIEGATI	48  20  28	54  24  30	52  23  29
ORE DI FORMAZIONE PER OPERAI			
Totale ore di formazione OPERAI	1.020  822  198	668  552  116	467  393  74
Numero di OPERAI	126  99  27	136  110  26	124  99  25

Metriche di salute e sicurezza

202220232024

TABELLA RIFERITA AI DIPENDENTI

Percentuale di lavoratori propri coperti dal sistema di gestione della salute e della sicurezza dell'impresa in base a prescrizioni giuridiche e/o norme od orientamenti riconosciuti	100%	100%	100%
Il sistema è stato soggetto ad audit interni o esterni o certificazione?	NO	NO	NO
Numero di decessi dovuti a lesioni e malattie connesse al lavoro	0	0	0
Numero di infortuni sul lavoro registrabili	5	10	6
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	18,7	37,5	22,4
Tipologie principali di infortunio	Schiacciamento dita - contusioni per urti	Schiacciamento dita	Schiacciamento dita
Numero di casi riguardanti malattie connesse al lavoro registrabili	0	0	0
Numero di giornate perdute a causa di lesioni	156	374	236
Numero di ore lavorate	266.701	266.950	267.301

GRI 2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale
GRI 405-2 Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini
ESRS S1-16

Metriche di remunerazione

202220232024

Divario di remunerazione totale *	12,41	7,80	7,50
Divario retributivo di genere **	-	14,76%	20,31%

* Remunerazione totale annua per la persona con il salario più elevato dell'impresa

Remunerazione totale annua mediana dei dipendenti
(ad esclusione della persona con il salario più elevato)

** (Media della retribuzione oraria lorda dei dipendenti di sesso maschile
- media della retribuzione oraria lorda delle dipendenti di sesso femminile)

x 100

Media della retribuzione oraria lorda dei dipendenti di sesso maschile

LE PERFORMANCE DELLE ATTIVITÀ ECONOMICO-PRODUTTIVE

DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO: UN IMPATTO SEMPRE PIÙ CONDIVISO.

L'indicatore GRI 201-1 misura la capacità dell'organizzazione di generare valore economico e di distribuirlo ai propri stakeholder sotto forma di costi operativi, salari ai propri dipendenti, pagamenti a fornitori, contributi fiscali e investimenti nella comunità.

Nel 2024, Ferrari Formaggi ha generato un valore economico complessivo pari a oltre 170 milioni di euro, distribuendone il 99,98%: una quota in crescita rispetto agli anni precedenti, che evidenzia un impatto positivo e sempre più inclusivo sul sistema economico e sociale in cui opera.

Il valore trattenuto dall'azienda – che rappresenta la quota non redistribuita – è sceso significativamente, passando da oltre 784 mila euro nel 2022 a poco più di 35 mila euro nel 2024.

Questo dato è da considerarsi positivo nell'ottica del GRI, poiché indica che la quasi totalità del valore generato viene redistribuita, contribuendo alla creazione di valore condiviso e allo sviluppo del territorio e della filiera.

GRI 201-1 Valore economico diretto generato e distribuito			2022	2023	2024
A	VALORE ECONOMICO GENERATO	€	160.730.260	169.606.362	170.462.387
A1	Fatturato netto	€	157.560.924	165.804.631	171.836.984
A2	Ricavi da investimenti finanziari	€	168.553	146.654	48.711
A2	Variazioni delle Rimanenze	€	1.772.964	2.146.732	-3.340.242
A3	Altri ricavi	€	1.227.819	1.508.345	1.916.935
B	VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	€	159.946.033	169.225.606	170.426.566
B1	Costi Operativi	€	148.263.970	155.231.671	156.860.222
B2	Salari e benefit dei dipendenti	€	9.482.431	9.547.210	9.584.862
B3	Pagamenti a fornitori di capitali	€	1.645.461	3.839.295	3.543.625
B4	Pagamenti ai governi	€	476.725	578.329	406.263
B5	Investimenti nella comunità	€	77.446	29.101	31.594
A-B	VALORE TRATTENUTO	€	784.227	380.756	35.822

GLOSSARIO DELLA SOSTENIBILITÀ



- **Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile:** è il programma d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità sottoscritto nel settembre 2015 dai governi dei 193 Paesi membri dell'ONU. L'Agenda ingloba i 17 Obiettivi per lo sviluppo, denominati SDGs (vedi voce successiva).
- **Carbon Footprint:** esprime in CO2 equivalente il totale delle emissioni di gas ad effetto serra associate direttamente o indirettamente ad un prodotto, un'organizzazione o un servizio. Questo termine è usato per misurare la sostenibilità ambientale delle imprese.
- **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive):** Direttiva UE che rafforza gli obblighi di rendicontazione sulla sostenibilità per le imprese, richiedendo informazioni dettagliate su impatti ambientali, sociali e di governance (ESG).
- **Economia Circolare:** modello di produzione e consumo che implica condivisione, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo di materiali e prodotti.
- **ESG (Environmental, Social, Governance):** indica le dimensioni della sostenibilità con cui le attività di un'organizzazione vengono valutate, non solo da un punto di vista economico e di governance, ma anche da un punto di vista ambientale e sociale.
- **ESRS (European Sustainability Reporting Standards):** standard europei per la rendicontazione di sostenibilità, definiti dall'EFRAG, che specificano i requisiti di divulgazione per le imprese soggette alla CSRD, coprendo aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG).
- **Global Reporting Initiative (GRI):** organismo internazionale senza scopo di lucro nato con il fine di definire gli standard di rendicontazione della performance di sostenibilità delle organizzazioni.
- **Governance:** Le persone o organi (ad es. il consiglio di amministrazione o un amministratore fiduciario aziendale) con la responsabilità di supervisionare la direzione strategica di un'organizzazione e dei suoi obblighi in materia di responsabilità e amministrazione.
- **Greenwashing:** attività di comunicazione della propria sostenibilità in maniera fraudolenta.
- **Report di Sostenibilità:** è uno strumento di comunicazione sintetica che illustra come l'azienda è impegnata sui temi della sostenibilità e ne misura le proprie performance.
- **SDGs (Sustainable Development Goals):** 17 obiettivi delle Nazioni Unite da raggiungere entro il 2030. Questi obiettivi fungono da linea guida per contribuire allo sviluppo globale, promuovere il benessere umano e proteggere l'ambiente.
- **Stakeholder:** enti, organizzazioni o individui che possono essere influenzati dalle attività, dai prodotti e dai servizi dell'organizzazione o che hanno la capacità di influenzare le decisioni dell'organizzazione.
- **Valore Condiviso (Shared Value):** modello imprenditoriale in cui la ricerca del successo economico finanziario e vantaggio competitivo di un'azienda include decisioni e strategie di carattere ambientale e sociale.



FERRARI GIOVANNI INDUSTRIA CASEARIA S.P.A.
Strada Provinciale 107 - 26816 Ossago Lodigiano (LO)
Tel 0371 2851
Fax 0371 87748
e-mail info@ferrariformaggi.it



Per qualsiasi domanda o approfondimento
relativo ai contenuti di questo report, vi invitiamo
a contattarci all'indirizzo info@ferrariformaggi.it
Il vostro contributo è importante per migliorare
la sostenibilità della nostra azienda.