

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

PIZZA
RONCADIN
dal 1968

SECONDA EDIZIONE

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

PIZZA
RONCADIN
dal 1968

INDICE

L'azienda in numeri	4
Lettera agli stakeholder	6
Corporate identity	8
L'azienda	11
Vision, mission e valori	12
La nostra storia...di sostenibilità	14
Roncadin come Società Benefit	18
Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile	19
I prodotti [GRI 2-6]	20
I mercati [GRI 2-6]	24
La governance di impresa	28
Struttura della governance	29
La nostra etica	32
Rating ESG	34
Stakeholder Engagement	38
I nostri temi materiali	39
Il modello integrato di Roncadin	46
Valutazione dei rischi	56
Capitale finanziario	58
I risultati economici	61
Capitale produttivo	68
La nostra catena di approvvigionamento	72
La produzione	80
Le nostre certificazioni	90
Capitale intellettuale	94
Ricerca e sviluppo: verso prodotti più sostenibili ed inclusivi	97
Prodotti inclusivi: pizza everywhere, for everyone	100
Zero: la pinsa fresca, totalmente artigianale di Roncadin	101

Capitale umano	104
La persona al centro	108
Promozione della salute	113
Benessere	114
Sicurezza	118
Capitale sociale e relazionale	124
La relazione con i nostri clienti	128
Le fiere a cui abbiamo partecipato	131
Prodotti sicuri e di qualità	132
Come gestiamo i rapporti con i nostri stakeholder	136
Capitale naturale	142
I nostri consumi di energia	146
Emissioni in atmosfera	148
I nostri consumi idrici	155
Standard	158
Nota metodologica e framework utilizzati	160
Tabella GRI	162
Relazione d’impatto	166
Report d’impatto	168
Raggiungimento degli obiettivi 2022	170
La matrice di Beneficio Comune di Roncadin	176
Attività e nuovi obiettivi 2023	180
B Impact Score	182
Punteggio complessivo: B Impact Score	184

L'AZIENDA IN NUMERI



4

PROFIT:



94.531.280 di pizze



18.294.053 kg di farina

7.969.777 kg di pomodoro



5.772.653 kg di mozzarella

160.368.431 € valore

creato dal modello di business



PEOPLE:

743 dipendenti attivi 

3,46% dell'utile 

in premio produzione

Sett. lavorativa da **38,5 ore:** 

personale impiegatizio

Sett. lavorativa da **30 ore:**

personale a turno

PLANET:

34%* del CAPEX investito 

in efficientamento energetico

↳ di cui **+17%** rispetto al 2021

24.467.000 kWh 

di energia elettrica utilizzata

1,5 kg di CO₂ per pizza 

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



[GRI 2-22] Con grande orgoglio vi presento il secondo Rapporto di Sostenibilità di Roncadin. È un documento importante per noi, perché testimonia la maturità del nostro impegno verso la sostenibilità e illustra la solidità con cui conduciamo le nostre attività in modo responsabile.

Come ben sapete la pizza, per noi e per tutti quelli che la amano come noi, è molto più di un alimento. È un simbolo: rappresenta la nostra identità italiana, la passione per il buon cibo e, per noi che la facciamo, anche la ricerca costante degli ingredienti che possano dare il risultato migliore. È condivisione, convivialità e tradizione, e ha il potere di riunirci intorno a un tavolo e farci sentire orgogliosi delle nostre radici. Ecco perché ci teniamo tanto: un alimento così importante per la nostra cultura merita sempre il massimo dell'attenzione.

Il 2022 è stato un anno ricco di soddisfazioni per Roncadin: la tendenza positiva del 2021 è stata confermata e questo non può che rendermi felice. Anche perché le situazioni socio-politiche che hanno influenzato il mercato hanno inevitabilmente gettato qualche ombra sulla crescita economica: lo scoppio della guerra, l'interruzione delle catene di approvvigionamento, l'aumento dei costi energetici e le spinte inflazionistiche si sono riflesse sulle dinamiche produttive aziendali.

Abbiamo però affrontato ogni sfida con determinazione e abbiamo domato le complessità del mercato: oggi ci ritroviamo

a tirare le somme e il bilancio è positivo, e questo è per me motivo di grande vanto. Ogni sfida porta con sé un prezioso insegnamento, e il 2022 ci ha insegnato, ancora una volta, che dobbiamo intensificare i nostri sforzi per costruire un futuro maggiormente sostenibile per l'intera comunità.

Quest'anno abbiamo completato l'acquisizione di Zero srl, il nuovo laboratorio artigianale nel quale ricerchiamo processi e metodologie flessibili, che ci consentono di esplorare costantemente nuove possibilità e di sperimentare con ingredienti di altissima qualità.

Riconosciamo sempre di più che la comunità di lavoratori di Roncadin è la nostra principale fonte di successo e, nel corso dell'anno, abbiamo consolidato gli impegni presi verso i nostri dipendenti, rafforzando il dialogo e la condivisione, oltre ad aver implementato nuovi progetti volti al loro benessere, alla sicurezza e alla salute. Siamo una grande famiglia e siamo fermamente convinti che ogni dipendente per dare il massimo debba sentirsi bene come a casa.

Rinnoviamo con entusiasmo il nostro impegno nel ridurre l'impatto sull'ambiente e nel promuovere una produzione ecologica. Abbiamo ampliato l'impianto fotovoltaico già presente nello stabilimento: questo ci consente di aumentare ulteriormente la produzione di energia da fonti rinnovabili e ci permette di alimentare gli impianti dell'azienda al 100% con energia elettrica pulita e sostenibile.

Come Società Benefit, abbiamo scelto di includere nella nostra missione obiettivi che promuovano il bene comune, sia per il nostro territorio che per l'intera comunità. La relazione di impatto incorporata nel Bilancio di Sostenibilità evidenzia l'impegno raggiunto nel 2022 e definisce i nuovi obiettivi di beneficio comune per il 2023.

Vogliamo ringraziarvi per il vostro sostegno e per la fiducia nel nostro marchio. Continueremo a lavorare duramente per offrirvi prodotti di alta qualità, soddisfare le vostre esigenze e superare le vostre aspettative.



Dario Roncadin

CORPORATE IDENTITY







L'AZIENDA

Roncadin nasce dalla visione di un garzone di 16 anni, che, lontano dalla sua casa, il Friuli-Venezia Giulia, coglie un bisogno condiviso da molti: ritrovare un pezzetto d'Italia ovunque ci si trovi nel mondo.

La stessa scintilla pervade tutta la sua famiglia. È così, dunque, che nel 1992 nasce lo stabilimento di Meduno, dove viene prodotta la prima pizza Roncadin. Pur affacciandosi alla produzione su larga scala, la famiglia ha chiara fin da subito l'identità aziendale. Roncadin non è un'industria. Roncadin è un grande laboratorio artigianale. Una grande pizzeria che, grazie alla meticolosa cura dedicata all'impasto, alle materie prime e alla ricerca, porta sulle tavole di tutto il mondo il sapore della tradizione.

Oggi il Gruppo Roncadin si compone di 6 società, di cui le produttive sono: Roncadin S.p.A. SB [GRI 2-1] (di seguito abbreviato "Roncadin"), Zero S.r.l. e Roncadin USA Inc. negli Stati Uniti.

[GRI 2-1]

Roncadin SpA SB

Il Friuli-Venezia Giulia è una regione nella quale mare, montagna e pianura si fondono in un territorio ricco di luoghi da scoprire. Nella parte occidentale si trova la Val Meduna, selvaggia e caratterizzata dalle pozze smeraldine e gelide dell'omonimo torrente. Proprio qui, tra i boschi incontaminati e le acque cristalline, sorge il piccolo paese di Meduno, sede dello stabilimento Roncadin. La nostra identità fonda le sue radici nel territorio, fatto di natura, che preserviamo a tutti i costi, di cultura e di tradizioni, che sono preziose e che condividiamo perché sono anche le nostre.

Roncadin Usa Inc

Nel 2013 Roncadin sbarca Oltreoceano. Viene aperta una sede commerciale negli Stati Uniti, a Chicago, Illinois. Questa nuova sede rappresenta un passo significativo per l'azienda, in quanto riflette l'incremento della richiesta e la sempre crescente necessità di servire l'ampio mercato americano.

Zero srl

Nel 2022 Roncadin acquisisce Ada Food S.r.l., ribattezzata Zero S.r.l., aprendosi così ad un nuovo mercato: quello dei prodotti da banco frigo. L'esperienza di oltre trent'anni del settore fresco si rivela preziosa per il Gruppo Roncadin, che pensa a nuovi e promettenti progetti. Gli esperti dello stabilimento Zero lavorano per sviluppare soluzioni innovative in linea con i bisogni dei consumatori, bilanciando gusto, ingredienti di qualità ed estetica.

← Area impasti - spezzatrice linea 7
→ Roncadin Extravoglia - La Sottile - Tonno e Cipolla



VISION, MISSION, VALORI

VISION

PENSA IN GRANDE. COSTRUISCI CON PASSIONE.

Passione e forza di volontà: sono queste le caratteristiche che ci spingono a guardare lontano. A pensare in grande. Crediamo che a volte basti il profumo di una buona pizza per far svoltare una giornata, perché la pizza non è mai solo una pizza ma diventa condivisione, risate, piacere.

MISSION

LA NOSTRA PIZZA, EVERYWHERE.

Non poniamo limiti al gusto, e cerchiamo di accontentare proprio tutti. Noi, ci siamo dovunque ci sia voglia di pizza.

VALORI

1. CONDIVISIONE

Nella nostra azienda tutti i suggerimenti sono preziosi. Per questo diamo valore alle opinioni di chi ci circonda: sappiamo che dall'ascolto e dalla condivisione nascono le idee vincenti.

2. COMPLICITÀ

A volte basta uno sguardo per capirsi. È proprio questo che vogliamo per il nostro team: è quando siamo uniti che diamo il meglio di noi.

3. CURIOSITÀ

Siamo creativi. Non abbiamo paura di osare. Non ci accontentiamo dell'ovvio. Sperimentiamo, assaggiamo cose nuove, ci facciamo guidare dall'istinto e da un pizzico di fantasia. Perché, se c'è una frase che proprio non ci piace, è: "Abbiamo sempre fatto così". Cerchiamo e cercheremo sempre di sorprenderci e di sorprendere chi si affida ai nostri prodotti.

4. ENTUSIASMO

L'amore per il nostro lavoro, il clima in azienda, la consapevolezza che ci sarà sempre qualcuno, da qualche parte nel mondo, che conta su di noi per assaporare un pezzo d'Italia. Per tutto questo la mattina ci alziamo dal letto. Entusiasti, perché sappiamo che faremo qualcosa di bello, tutti insieme.

ZERO INFORTUNI

~~ABBIAMO
SEMPRE
FATTO COSÌ~~



PER UN FUTURO MIGLIORE

5. PERSEVERANZA

Niente ci può fermare. L'abbiamo dimostrato, non è una frase fatta. L'abbiamo dimostrato con la nostra storia recente, con la forza con cui abbiamo affrontato ostacoli e imprevisti. L'abbiamo dimostrato con la nostra storia più lontana nel tempo: con un garzone di 16 anni che parte dal Friuli-Venezia Giulia e, un passo alla volta, costruisce un'azienda. Per poi tornare, e ripartire con nuove idee. Nuove idee, ma sempre lo stesso spirito, la stessa tenacia. Quella tenacia che abbiamo ereditato, che portiamo avanti. La tenacia di quelli che non mollano e non si arrendono. Mai.

6. AMBIZIONE

La nostra più grande sfida è convincere anche i più scettici ad assaggiarci. Siamo pronti a riscrivere le regole e a scardinare i luoghi comuni. Vogliamo entrare nel cuore di chiunque abbia voglia di pizza: siamo pronti a sorprendere con la nostra qualità e i nostri sapori.

LA NOSTRA STORIA... DI SOSTENIBILITÀ

Roncadin racconta la storia di una famiglia. Una famiglia che, partendo dal Friuli-Venezia Giulia, tiene stretti i propri valori, pronta a condividerli con il resto del mondo. Roncadin racconta anche la storia di un sogno. Un sogno che, fetta dopo fetta, è diventato realtà. Il sogno di portare un pezzetto di Italia ovunque, sempre, per tutti. Questo sogno è stato alimentato dalla visione di una nuova generazione che, a partire dal 2009, è entrata nell'azienda e ha guardato avanti, pronta a guidare il percorso di crescita e innovazione, integrando la sostenibilità nella strategia aziendale

Inserire tappe più importanti della storia: proposta a partire da 2009. Questi importanti traguardi ci hanno portato ad acquisire, nel 2021, lo status di Società Benefit, un riconoscimento al nostro impegno non solo verso il profitto ma anche verso il benessere della comunità e dell'ambiente. Roncadin continua a crescere con determinazione e passione, portando avanti il suo sogno di condividere un pezzetto di Italia ovunque, sempre, per tutti, senza paura e con una forte volontà di crescita e cambiamento sostenibile.



↑ Tour in bicicletta elettrica - 18 giugno 2022
→ Famiglia Roncadin

RONCADIN

15

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

RONCADIN RACCONTA LA STORIA DI UNA FAMIGLIA.

PIZZA
RONCADIN
dal 1968



Il nostro percorso verso la sostenibilità, intrapreso nel 2010, ha rappresentato una pietra miliare nella nostra storia. In quell'anno abbiamo installato **5416 pannelli solari**, avviando così la **trasformazione in azienda 100% GREEN**. Questo è stato l'inizio del nostro impegno verso un futuro sostenibile.



Nel 2014 ci siamo orgogliosamente classificati **primi nella categoria 100% Sustainable Energy al Coop for Kyoto**. Questo riconoscimento ha confermato i nostri sforzi per ridurre l'impatto ambientale e promuovere l'energia sostenibile.



2009

2010

2011

2012

2013

2014

2015

La famiglia Roncadin ritorna alla guida dello stabilimento.



Premio "Italian Annual Awards 2011: miglior innovazione di prodotto - pizza"

Si festeggiano i 20 anni di attività Roncadin (nel 1992 la primaproprietà). Una grande occasione, condivisa con i dipendenti e i loro familiari.

La produzione si allarga. Viene inaugurata la **LINEA SNACK**: da luglio si producono calzoncelli e pizzette. Subito dopo vengono introdotti sul mercato anche i panzerotti e le pizze pala. Si costituisce **Roncadin USA Inc.**



Un anno segnato da grandi traguardi per il Gruppo. Si raggiungono i 78 milioni di euro di fatturato, record assoluto per Roncadin. Vengono investiti 23 milioni di euro per la realizzazione di nuove linee e per l'ottimizzazione degli impianti di cogenerazione.



Viene inaugurata la quinta linea dello stabilimento di Meduno, che arriva a 22.000 mq di superficie. I lavoratori sono ormai più di 400 e vengono prodotte 350.000 pizze al giorno.



Il 2020 è stato un altro anno significativo nel nostro percorso verso la sostenibilità. Abbiamo acquistato le **prime auto elettriche aziendali**, dimostrando il nostro impegno verso la mobilità sostenibile. Inoltre abbiamo installato un **nuovo impianto fotovoltaico**, aumentando la nostra capacità da 1 MWh a 1,5 MWh. Abbiamo anche costruito una nuova cella di stoccaggio del prodotto finito, ottimizzando così il processo produttivo in modo sostenibile.



Il 2018 ha segnato l'avvio della costruzione del nostro **nuovo stabilimento**, che è diventato il motore di sviluppo sostenibile della nostra produzione. Questa nuova struttura ci ha permesso di implementare ulteriori soluzioni innovative per **ridurre l'impatto ambientale e migliorare l'efficienza energetica**.



Nel 2021, abbiamo attivato un nuovo sistema per il recupero delle acque di scarico dell'impianto di depurazione, dimostrando ancora una volta la nostra dedizione alla **gestione responsabile delle risorse idriche**.

Nel 2022 abbiamo installato un ulteriore impianto che ci ha permesso di passare da 1,5 MWh a 3,5 MWh.



2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

Roncadin avvia una collaborazione con AR S.r.l. - The Gluten Free Company. Viene così estesa la linea di pizze, venendo incontro alle esigenze degli allergici e intolleranti al glutine.

Il 22 settembre un vasto incendio devasta buona parte dello stabilimento.

Il 26 settembre Roncadin, a pochi giorni dal rogo, è pronta a ripartire.

Il 26 ottobre iniziano ufficialmente i lavori di bonifica del complesso.

Il 3 dicembre si conclude la fase di smantellamento delle aree danneggiate dall'incendio.

Il 12 febbraio il progetto per il nuovo stabilimento è pronto. Da qui si riparte per aumentare ulteriormente la produzione, avvalendosi dell'utilizzo delle ultime innovazioni in fatto di tecnologia, sicurezza e sostenibilità ambientale.

Il 6 marzo prende il via il progetto per la costruzione del nuovo impianto.

L'8 agosto la settima linea dell'impianto è completata e in procinto di essere avviata. Inizia la seconda fase del piano di ricostruzione, che prevede una serie di nuovi edifici di servizio, pronti per la fine del 2018.

Il 13 febbraio viene avviata la nuova linea produttiva 8. Il 30 ottobre vengono completati i nuovi magazzini per la materia prima e il prodotto finito. Avviamento della nuova linea produttiva 9.

Roncadin diventa **Società Benefit**

Roncadin acquisisce Ada Food s.r.l., ribattezzata **Zero S.r.l.**, aprendosi così al mercato dei prodotti da banco frigo.

Si conclude inoltre il percorso della UNI EN ISO 14001:2015 che certifica che l'organizzazione possiede un Sistema di Gestione Ambientale adeguato a tenere sotto controllo gli impatti ambientali delle proprie attività, e ne ricerca sistematicamente il miglioramento in modo coerente, efficace e sostenibile. La UNI EN ISO 14001:2015 non è obbligatoria, ma è frutto della scelta volontaria dell'azienda che decide di mantenere attivo e migliorare il proprio sistema di gestione ambientale.



RONCADIN COME SOCIETÀ BENEFIT

Nel 2021 abbiamo preso la decisione di trasformarci in una Società Benefit, e anche quest'anno rinnoviamo il nostro impegno.

Riconosciamo l'importanza di preservare e promuovere il benessere del nostro territorio, non solo attraverso la nostra attività economica ma anche attraverso un'impronta positiva e responsabile. Continueremo a mettere in atto le nostre scelte mirate a promuovere il beneficio comune, tenendo conto dell'impatto sociale e ambientale delle nostre azioni.

Le aree sulle quali intendiamo concentrarci per perseguire finalità specifiche di beneficio comune sono le seguenti, declinate nelle relative azioni:

Economia circolare e innovazione:

- ⊕ Sviluppare progetti di efficienza energetica e produttiva. Questo nell'ottica di favorire la riduzione dello spreco energetico e delle materie prime impiegate nel processo produttivo, attraverso la ricerca e l'utilizzo di migliori pratiche, tecnologie e soluzioni innovative.
- ⊕ Incrementare l'utilizzo di energia rinnovabile.
- ⊕ Promuovere il rispetto per l'ambiente anche attraverso l'utilizzo di filiere di approvvigionamento sostenibili, che aiutino a conservare ecosistemi e biodiversità, rispettando i diritti delle persone.

Valorizzazione del territorio, benessere delle persone e occupazione:

- ⊕ Promuovere iniziative che vadano incontro ai bisogni dei dipendenti.
- ⊕ Contribuire a generare valore per il territorio attraverso la creazione di nuovi posti di lavoro.
- ⊕ Attrarre, formare e sviluppare nuovi talenti.
- ⊕ Divulgare e rafforzare la cultura del benessere, della salute e della sicurezza delle persone, anche al di fuori dell'ambiente di lavoro.

**SIAMO GRATI PER IL SUPPORTO
E L'OPPORTUNITÀ CHE IL NOSTRO
TERRITORIO CI HA OFFERTO,
E CONTINUEREMO A RESTITUIRE
IN MODO SIGNIFICATIVO
CIÒ CHE ABBIAMO RICEVUTO,
CONTRIBUENDO ATTIVAMENTE
A CREARE UN FUTURO MIGLIORE.**

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Ci impegniamo a perseguire gli obiettivi dell'Agenda 2030: nel nostro piccolo, vogliamo essere parte attiva di un cambiamento necessario. Necessario perché tutti hanno il diritto di vivere in un mondo sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale.



19

Sezione del Report	SDGs	Target
Capitale Finanziario	SDG 8	8.5
Capitale Produttivo	SDG 9 SDG 12 SDG 14	9.4 12.2 14.2
Capitale Intellettuale	SDG 9 SDG 10	9.2 10.2
Capitale Umano	SDG 3 SDG 8	3.4; 3.8 8.5; 8.8
Capitale Sociale e Relazionale	SDG 4 SDG 17	4.3; 4.4 17.16
Capitale Naturale	SDG 3 SDG 7 SDG 13	3.9 7.2 13.2

I PRODOTTI [GRI 2-6]

Non saremmo Roncadin senza i nostri prodotti e senza la cura che mettiamo in ciascuno di loro. La stessa cura che dedichiamo anche alla persona, all'ambiente e al contesto economico in cui siamo inseriti.

Il nostro reparto di ricerca e sviluppo nasce come un vero e proprio laboratorio artigianale, dove studiamo meticolosamente ogni nostro prodotto per offrire un'esperienza che faccia sentire le persone che scelgono Roncadin come se fossero in una vera pizzeria Roncadin.

In particolare, nello stabilimento di Zero i nostri esperti lavorano per sviluppare soluzioni innovative che poi verranno proposte ai nostri clienti.

La nostra filosofia di sviluppo si basa sull'ascolto attento dei bisogni dei consumatori. Sono proprio loro a indicarci la direzione da prendere. Da qui parte la nostra ricerca, che viene costantemente bilanciata tra gusto, ingredienti di qualità e componente estetica.

Certamente, l'approvazione finale non spetta solo a noi, ma al nostro collaboratore più importante: il consumatore. La sua soddisfazione è la nostra più grande gratificazione e rappresenta la conferma che il nostro lavoro è all'altezza delle aspettative.

Così, grazie alla combinazione tra ricerca di qualità, artigianalità e il costante coinvolgimento dei nostri consumatori, nasce una pizza curata nei minimi dettagli. Ogni fetta è il risultato di un processo attentamente studiato e realizzato, con l'obiettivo di offrire una gustosa esperienza che soddisfi i desideri e le esigenze di coloro che scelgono Roncadin come loro pizza preferita.

LE NOSTRE LINEE

Roncadin ha un obiettivo chiaro: portare nelle case di tutto il mondo una pizza dal gusto inconfondibile e di alta qualità. Per questo ha ideato 3 linee di prodotto che mirano a coprire tutte le esigenze di mercato.

- ✚ **ExtraVoglia**
- ✚ **Veracemente**
- ✚ **Per te**





ExtraVoglia

La linea ExtraVoglia è diventata la più amata e riconosciuta dai nostri consumatori. La combinazione di ingredienti di alta qualità e un sapore autentico rende questa linea un'esperienza culinaria unica per i veri appassionati della pizza. Questa linea di prodotto si declina a sua volta in 3 tipologie di pizza:

- ✚ **Classica bordo alto:** fanno parte della linea premium e sono realizzate esclusivamente in Italia con materie prime 100% italiane, secondo le ricette della tradizione, in collaborazione con il pizza ricercatore Renato Bosco. Queste pizze ad oggi sono due: Margherita e Parmigiana. Partnership di grande successo, che abbiamo deciso di estendere e sviluppare nuovi gusti.
- ✚ **ExtraSottile:** la linea dedicata a chi ama la leggerezza di un impasto extrasottile e la ricchezza di un'extra farcitura.
- ✚ **La sottile:** l'ultima nata della linea ExtraVoglia, che presenta la stessa qualità della Extrasottile ma con un impasto a lunga lievitazione di 24 ore.

Veracemente

La linea Veracemente, grazie all'inconfondibile bordo alto e alla cottura su pietra lavica, ha avuto un ottimo impatto sulla nostra notorietà.

Per Te!

Se curare la qualità dei nostri prodotti è per noi fondamentale, è altrettanto importante anche renderli accessibili a tutti. La linea Per Te! è un servizio dedicato alle aziende, creato per rispondere alle diverse esigenze alimentari dei consumatori. Ne fanno parte:

- ✚ La **pizza senza glutine:** per chi ha un'allergia, un'intolleranza o per chi semplicemente preferisce una dieta priva di glutine.
- ✚ La **pizza vegana:** per chi vuole assaporare il gusto della tradizione, senza consumare alcun componente di origine animale.
- ✚ La **pizza integrale:** per chi cerca il gusto della classicissima Margherita in un piatto altamente digeribile.

La pinsa

Non solo pizze. La pinsa è l'ultimo prodotto sviluppato da Zero Srl. La sua caratteristica? L'impasto è all'85% di idratazione, il risultato è leggero e la sua croccantezza variabile a seconda del grado di cottura desiderato. La nostra pinsa viene proposta:

- ✚ **Plain**, ovvero senza farcitura
- ✚ **Farcita**, nelle varianti margherita, caprese, salamino e prosciutto & provola.

Zero srl ha sviluppato anche altri 3 prodotti: la pizza rotonda fresca ad alta idratazione (70%), la pizza in teglia e le focacce in 3 formati diversi: formato famiglia 30x40 cm, porzione 20x30 e monoporzione 15x20.



↑ Roncadin Pinsa Margherita

I MERCATI [GRI 2-6]

Il valore della nostra produzione è il risultato delle vendite in ben 38 Paesi, dislocati in quattro continenti.

Il principale mercato è rappresentato dall'Europa. Essere apprezzati nel nostro Paese, patria della pizza, ci riempie d'orgoglio: l'Italia, infatti, rappresenta il 28% del fatturato totale.

Nel Regno Unito realizziamo il 19% delle nostre vendite, mentre gli Stati Uniti contribuiscono con il 15% e la Germania con oltre il 10%.

Il resto del fatturato è suddiviso in 35 Paesi, raggiunti grazie ad una distribuzione capillare e a partnership importanti con i fornitori logistici.

Distribuzione fatturato per continente

78% Europa
18% USA
3% Mondo
1% Asia



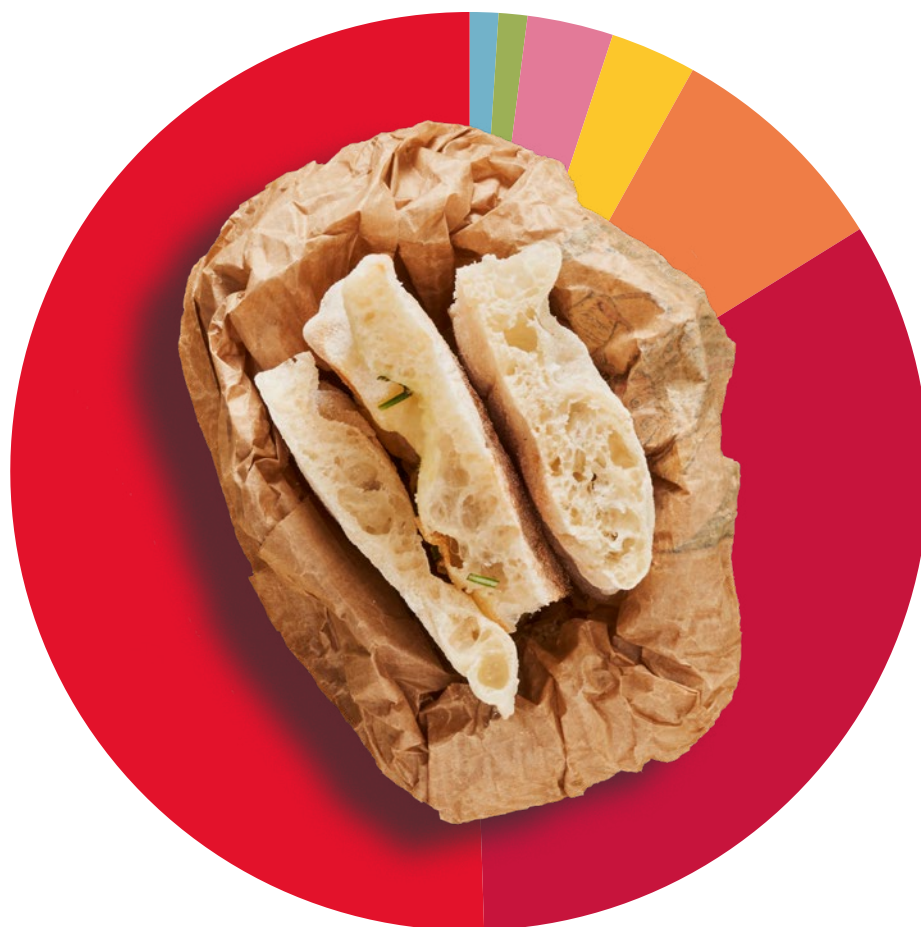
Dove pizza Roncadin è di casa



I nuovi mercati: Zero Srl

Il valore della produzione di Zero srl è il risultato delle vendite in 10 Paesi diversi. Il 50% di pinse, tranci, calzoni e pizze fresche sono stati serviti in Europa e in particolare il 33% in Danimarca, il restante 50% è stato consumato sulle tavole degli italiani. Il resto del fatturato si suddivide in 6 Paesi europei.

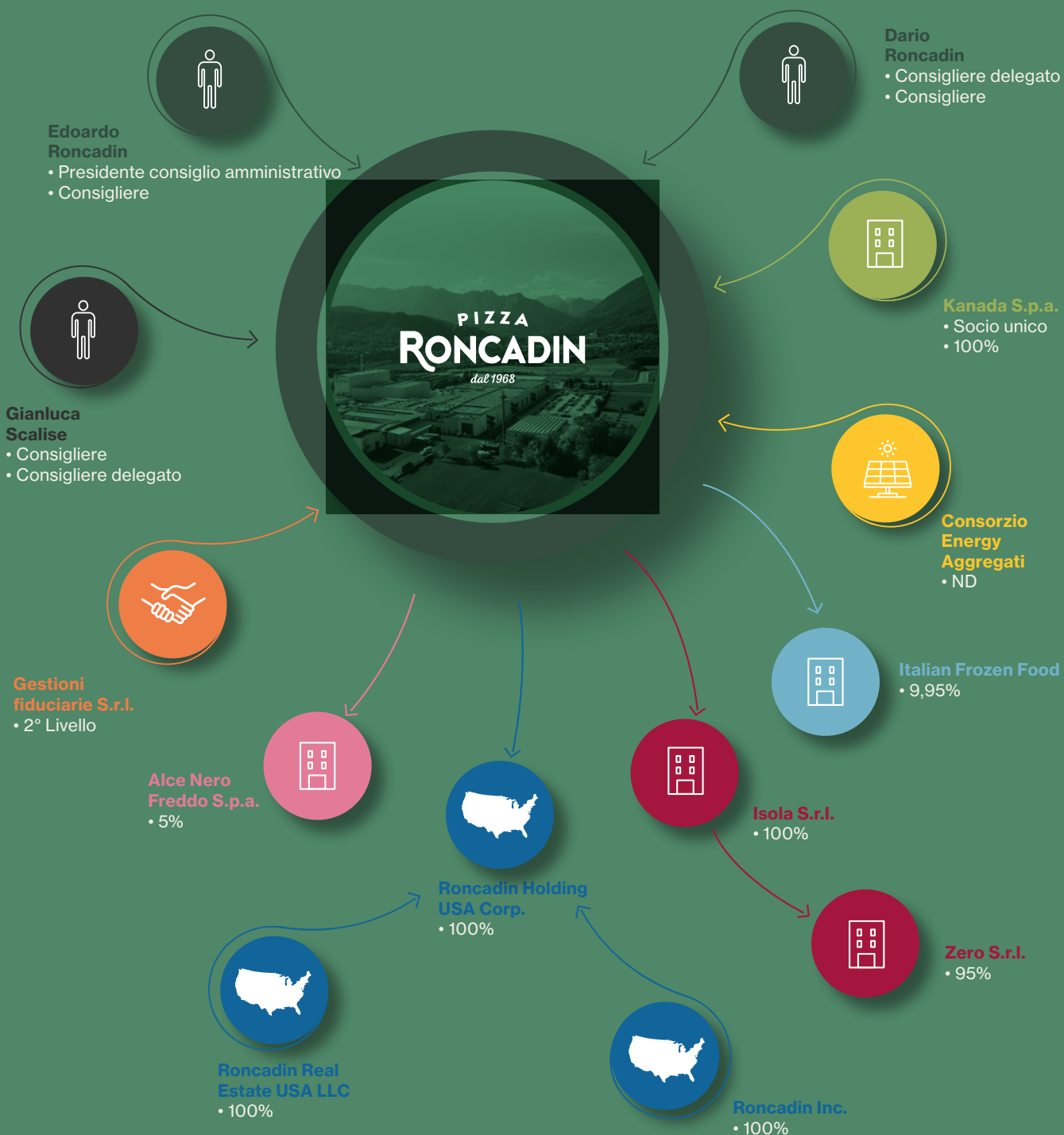
50%	Italia
33%	Danimarca
8%	Austria
3%	Germania
3%	Svizzera
1%	Francia
1%	Croazia





GOVERNANCE D'IMPRESA

ORGANIGRAMMA SOCIETARIO 2022



STRUTTURA DELLA GOVERNANCE

Siamo un'impresa familiare tradizionale.

Il sistema di amministrazione e controllo di Roncadin è strutturato nel seguente modo [GRI 2-9]:

[GRI 2-9]

- ⊕ **Consiglio di amministrazione:** con tre componenti, è responsabile della gestione ordinaria e straordinaria dell'azienda. Definisce le linee guida strategiche, valuta l'assetto organizzativo e amministrativo e monitora l'andamento complessivo dell'attività. Bilancia gli interessi dei soci con il perseguimento del beneficio comune. Il mandato del Consiglio di Amministrazione dura tre anni e viene nominato dall'assemblea dei soci [GRI 2-10].
- ⊕ **Amministratore delegato:** designato dal Consiglio di Amministrazione, ha la delega per la gestione ordinaria dell'impresa.
- ⊕ **Collegio sindacale:** vigila sull'attività degli amministratori e garantisce il rispetto delle leggi e dell'atto costitutivo dell'azienda.

[GRI 2-10]

Attualmente il Consiglio di Amministrazione è composto dall'Amministratore Delegato e due componenti che non ricoprono cariche operative all'interno dell'azienda.

L'amministratore Delegato e uno dei membri del CDA appartengono alla proprietà, mentre l'altro componente è terzo e indipendente rispetto alla proprietà. Inoltre, il presidente del CDA non è anche un alto dirigente dell'organizzazione [GRI 2-11].

[GRI 2-11]

Gli Amministratori assumono la piena responsabilità delle performance economiche, sociali e ambientali, ma al momento non è stata predisposta una procedura di valutazione nel controllo della gestione degli impatti [GRI 2-18].

[GRI 2-18]

Roncadin inc. è sottoposta al controllo e coordinamento di Roncadin SPA SB che la detiene al 100%, con amministratore Alessio Lucchese.

Isola srl sottoposta al controllo e coordinamento di Roncadin SPA SB con amministratore unico Dario Roncadin detiene il 95% di Zero srl, il restante 5% è in capo al socio Armando De Angelis.

La struttura di Governance di Zero srl è la medesima di Roncadin SPA SB, ad eccezione del collegio sindacale che per motivi dimensionali è assente.

Siamo impegnati a garantire una gestione delle remunerazioni equa e trasparente, al fine di valorizzare il contributo di ciascun membro del nostro team.

Nel nostro contesto aziendale, sono state adottate alcune norme specifiche in merito alle modalità di remunerazione. Innanzitutto, il compenso dell'organo amministrativo viene stabilito dall'Assemblea per un importo fisso che rimane valido per un triennio. Successivamente, il Consiglio di Amministrazione si occupa della distribuzione di tale compenso tra i suoi membri.

I dirigenti ricevono una retribuzione composta da una parte fissa e una parte variabile. Inoltre, beneficiano di un'auto aziendale e dei ticket restaurant come benefit aggiuntivi. È importante sottolineare che le remunerazioni dei dirigenti sono correlate alle performance economiche dell'azienda, e il parametro di riferimento utilizzato è l'Ebitda [GRI 2-19].

[GRI 2-19]

Per quanto riguarda la procedura di determinazione delle retribuzioni, queste

[GRI 2-20]
[GRI 2-21]

vengono verificate semestralmente per tutto il personale, considerando i compiti assegnati e le responsabilità esercitate. [GRI 2-20].
Infine, il rapporto di retribuzione totale annua è pari a 3,82⁰¹ [GRI 2-21].

Adottiamo un M.O.G. - Modello Organizzativo e Gestionale e di Controllo, conforme alle prescrizioni del D.lgs. 231/2001, al fine di:

- ⊕ vigilare e verificare circa la possibilità di riduzione dei rischi residui di incorrere in sanzioni pecuniarie e interdittive che possano mettere a rischio l'operatività ordinaria e la continuità aziendale a discapito di tutte le parti interessate;
- ⊕ consentire alla Direzione di avere un maggior controllo su tutte le aree aziendali e una maggiore garanzia che le attività vengano svolte nel rispetto delle normative vigenti e dei principi etici della società. Il Modello ha previsto la nomina dell'Organismo di Vigilanza, con il compito di controllare il funzionamento, l'efficacia e l'osservanza del presente documento di Sistema, nonché di vigilare sull'aggiornamento del documento stesso.



↑ Roncadin Extravoglia - La Sottile - Prosciutto e Funghi
↗ Roncadin Extravoglia - La Sottile - Verdure

01 Rappresenta il rapporto tra la retribuzione totale annua della persona che riceve la massima retribuzione e la retribuzione totale annua media di tutti i dipendenti dell'organizzazione (esclusa la suddetta persona). Tale rapporto rappresenta una metrica di trasparenza e responsabilità all'interno dell'organizzazione e riflette il nostro impegno verso un progresso sostenibile e un'effettiva condivisione del valore generato.



↑ Area confezionamento primario - linea 8

LA NOSTRA ETICA

Siamo fermamente convinti che l'azienda sia la comunità che la costituisce. Il benessere di Roncadin è il benessere dei dipendenti, dei lavoratori, dei fornitori, dei clienti e del territorio: i migliori risultati economici e commerciali si raggiungono per tutti e con la collaborazione di tutti. Nella piena osservanza della legge, in un quadro di concorrenza leale.

Per questo ci avvaliamo di un Codice Etico, il primo pilastro su cui si fonda il nostro Modello Organizzativo. Il nostro Codice Etico presenta le linee guida e i principi a cui ci ispiriamo nelle attività quotidiane, con l'obiettivo di supportare una crescita sostenibile e affermare la nostra identità.

Correttezza, equità, integrità, lealtà, trasparenza e rigore professionale. Questi sono i valori che ci muovono, ogni giorno. Questi sono i valori che muovono anche tutte le persone che lavorano con noi, che si impegnano ad osservare e a far osservare nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. In nessun modo la convinzione di agire a vantaggio dell'azienda può giustificare l'adozione di comportamenti in contrasto con questi principi [GRI 2-15].

[GRI 2-15]

Questo è il motivo che ci ha spinto a adottare il sistema del whistleblowing. Chiediamo a tutti i nostri colleghi e collaboratori di segnalare eventuali comportamenti irregolari attraverso appositi canali interni. Canali confidenziali, che ci permettono di salvaguardare la riservatezza delle comunicazioni. E, allo stesso tempo, di responsabilizzare chiunque lavori con noi [GRI 2-26].

[GRI 2-26]

Nel nostro mondo la persona è al primo posto, così come il bene comune lo è per le nostre attività economiche. Per questo professiamo il rispetto di tutti i soggetti coinvolti nel business aziendale, senza prevaricazioni e privilegi di alcun genere.

Il tema della tutela ambientale è fondamentale per noi. Prestiamo molta attenzione all'impatto delle nostre attività, anche attraverso lo sviluppo di risorse energetiche alternative.

Questo nostro impegno ci ha portato ad ottenere il punteggio massimo sul Rating di legalità a seguito della valutazione effettuata da parte dell'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato [GRI 2-15]. Infatti, anche quest'anno Roncadin non ha rilevato casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti⁰¹ [GRI 2-27]. [per grafica allegare lettera di dichiarazione come bilancio precedente]

[GRI 2-27]

01 Questo sistema di valutazione valuta il rispetto delle leggi, delle normative e delle regolamentazioni da parte delle imprese con l'obiettivo di promuovere e rafforzare la legalità nelle attività aziendali, incoraggiando comportamenti etici, trasparenti e conformi alle leggi. Il nostro punteggio dimostra che Roncadin adotti una gestione etica, riducendo il rischio di pratiche illegali e contribuendo a costruire un ambiente economico più equo e sostenibile

*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

Rif. RT4145

Spett.le
RONCADIN S.P.A. SB
in persona del legale rappresentante p.t.
amministrazione@pec.roncadin.it

COMUNICAZIONE VIA PEC

OGGETTO: *richiesta di attribuzione del Rating di legalità, ai sensi dell'art. 2, comma 1, del Regolamento adottato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato con delibera n. 28361 del 28 luglio 2020 (di seguito, Regolamento).*

Si comunica che l'Autorità, nella sua adunanza del giorno 5 luglio 2022, ha esaminato la domanda per l'attribuzione del Rating di legalità da Voi depositata in data 13 maggio 2022 e successivamente integrata in data 27 maggio 2022.

In base alle dichiarazioni rese, nonché all'esito delle valutazioni effettuate, l'Autorità ha deliberato di attribuire a RONCADIN S.P.A. SB (C.F. 01610130930) il Rating di legalità con il seguente punteggio: ★★ ★.

L'impresa sarà inserita nell'elenco previsto dall'art. 8 del Regolamento. Ai sensi dell'art. 6, comma 1, del Regolamento, il Rating di legalità ha durata di due anni dal rilascio ed è rinnovabile su richiesta.

Si rammenta, infine, che ai sensi dell'art. 7, comma 1, del Regolamento, l'impresa è tenuta a comunicare all'Autorità gli eventi che incidono sul possesso dei requisiti obbligatori, la perdita di requisiti premiali e le variazioni dei dati riportati nei propri certificati camerali rilevanti per il rilascio del Rating. La violazione di tali obblighi comporta l'applicazione dell'art. 7, commi 2 e 3, del Regolamento.

Distinti saluti.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

Firmato digitalmente da

Guido Stazi

C = IT
Data e ora della firma:
11/07/2022 18:15:16

RATING ESG

Anche nel 2022 abbiamo avviato la misurazione dei nostri impatti ambientali, sociali e di governance utilizzando Ecomate, un algoritmo di sostenibilità basato sulle normative europee e italiane, allineato agli standard internazionali e adattato alle esigenze delle piccole e medie imprese. Questo strumento ci consente di valutare i nostri impatti attraverso oltre 200 domande suddivise in 11 moduli relativi alle categorie ambientali, sociali e di governance. I punteggi ottenuti, su una scala da 0 a 100, ci permettono di posizionarci su una scala di rischio specifica a seconda dei risultati.

La valutazione comprende diverse aree di analisi.

Per quanto riguarda la governance, vengono valutati la trasparenza dell'azienda, il coinvolgimento degli stakeholder e il contrasto alla corruzione.

Nel modulo sui prodotti, si analizza la sostenibilità della filiera dei fornitori, l'affidabilità dei prodotti e l'affidabilità dell'azienda come stakeholder.

Nell'ambito dell'economia, si valuta la sostenibilità economica del modello di business. Infine si valuta l'approccio all'innovazione, la digitalizzazione e la capacità di cogliere nuove opportunità.

Rispetto all'area ambientale, vengono esaminati i rifiuti, in termini di produzione, gestione e rivalorizzazione, promuovendo l'economia circolare.

Nel modulo ambientale, si procede con la valutazione degli adempimenti e degli impatti ambientali dell'azienda.

Mentre la valutazione dei consumi energetici dell'azienda, con focus sulle fonti rinnovabili e il risparmio energetico, è oggetto di un modulo specifico.

Infine, si considera l'impegno dell'azienda per promuovere la mobilità sostenibile.

La dimensione sociale considera gli aspetti etici dell'azienda verso i vari stakeholder, inclusi i lavoratori e i consumatori e gli aspetti legati alla responsabilità sociale d'impresa. Inoltre, in un modulo specifico vengono valutati gli adempimenti gestionali relativi alla salute e sicurezza, compresi i dispositivi di controllo per l'inquinamento acustico, l'analisi dell'equilibrio psico-fisico dei dipendenti e la revisione delle forme di assistenza sanitaria e pensionistica.



Rongadin ha ottenuto il punteggio **60/100**, posizionandosi in classe A.

55 -99 Low risk	AAA	In harmony with the European Union 2030/2050 targets and frameworks, the company is looking at the future with positive impacts among the entire ESG materiality and a high transparency level towards the stakeholders.
	AA	
	A	
25 -54 Medium risk	BBB	The company has started a journey of sustainable development, which is opening the doors to new opportunities of growth. However, there is a moderate risk of not being able to stay aligned with the upcoming regulatory compliance.
	BB	
	B	
55 -99 High risk	CCC	Although the company is complying with its national regulatory system, it seems there is a difficulty in planning and executing strategie sustainable development objectives and/or the progress is too slow.
	CC	
	C	
	D	There is a high risk of fraud and/or prejudicials events.
00	E	Not enough information in arder to rate the company.





STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Le nostre scelte hanno un impatto significativo sulle persone che ci circondano, così come siamo costantemente influenzati dalle loro azioni ed esigenze.

[GRI 2-29]

In questo report abbiamo individuato chi sono gli attori fondamentali nella nostra attività aziendale; come entriamo in contatto con loro e quali sono le tematiche che ci stanno a cuore [GRI 2-29].

Stakeholder	Canali di comunicazione	Tematiche di sostenibilità
Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Incontri ✚ Email ✚ Team building ✚ Campagne di sensibilizzazione ✚ Social network ✚ Mynet ✚ Whistleblowing (cassetina anonima per segnalare problematiche da parte dei dipendenti) ✚ Abbonamenti e convenzioni ✚ Incontri extra-lavoro 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Salute e sicurezza sul luogo di lavoro ✚ Benessere delle persone ✚ Formazione e crescita dei lavoratori ✚ Promozione e supporto della salute dei dipendenti ✚ Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti ✚ Occupazione ✚ Etica e trasparenza
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Incontri ✚ Email ✚ Telefonate ✚ Messaggistica istantanea ✚ Social network ✚ Fiera ✚ Rating ESG ✚ Open day (incontro per conoscere prodotti) 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Sicurezza alimentare ✚ Approvvigionamento sostenibile ✚ Innovazione, ricerca e sviluppo ✚ Cambiamento climatico ✚ Gestione della risorsa idrica
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Incontri B2B ✚ Email B2B b2c ✚ Telefonate B2B e b2c ✚ Messaggistica istantanea B2B e b2c ✚ Fiera B2B ✚ Social network B2B e b2c ✚ Comunicazione tramite packaging del prodotto B2C ✚ Report di sostenibilità B2B e b2c ✚ Sito aziendale B2B e b2c 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Consumo consapevole B2C ✚ Sicurezza alimentare B2B E B2C ✚ Cambiamento climatico B2B E B2C ✚ Etica e trasparenza B2B E B2C ✚ Benessere delle persone B2B E B2C
Comunità locale	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Social Network ✚ Sponsorizzazioni ✚ Azioni di supporto ai bambini e alle famiglie ✚ Donazioni ✚ Visite in azienda ✚ Grest ✚ Report di sostenibilità ✚ Attività con Associazioni 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti ✚ Promozione e supporto della salute dei dipendenti ✚ Occupazione ✚ Benessere delle persone ✚ Attenzione all'ambiente circostante
Università e scuole	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Collaborazioni con istituti tecnici e professionali ✚ Collaborazioni con università ✚ Stage e tirocini ✚ Corsi con scuola primaria 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Innovazione, ricerca e sviluppo ✚ Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti ✚ Conoscenza del brand e dell'azienda
Banche e assicurazioni	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Incontri ✚ Conferenze ✚ Mail, messaggistica varia ✚ Comunicati stampa ✚ Report di Sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> Salute e sicurezza dei lavoratori Etica e trasparenza
Management	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Assemblea del CDA ✚ Rapporti annuali ✚ Comunicati stampa ✚ Report di Sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Etica e trasparenza ✚ Innovazione, ricerca e sviluppo ✚ Salute e sicurezza sul luogo di lavoro ✚ Benessere delle persone ✚ Promozione e supporto della salute dei dipendenti ✚ Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti ✚ Occupazione
Organismo di vigilanza	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Riunioni periodiche ✚ Report di sostenibilità 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Etica e trasparenza ✚ Salute e sicurezza sul luogo di lavoro

I NOSTRI TEMI MATERIALI

Per noi è fondamentale riuscire ad individuare i principali rischi e le questioni materiali, in modo da comprendere quali argomenti hanno un impatto maggiore sui nostri stakeholder e sul business, e quindi stabilire le priorità.

In un mondo in continua evoluzione, è fondamentale essere attenti ai cambiamenti e monitorare come possono influenzare il nostro impatto sulla società e sull'ambiente.

Per questa ragione in Roncadin abbiamo svolto una valutazione di materialità per individuare dove l'azienda ha il maggiore impatto sulla società e sull'ambiente e conoscere le tematiche che potrebbero influenzare maggiormente il successo aziendale.

Metodologia

Nel 2022, abbiamo iniziato a strutturare il processo per l'analisi della doppia materialità, effettuando ricerche e interviste con gli stakeholder interni [GRI 2-29]. All'interno dell'azienda, sono stati coinvolti membri del consiglio esecutivo, responsabili funzionali e responsabili di mercato. Il loro compito era quello di classificare gli impatti e la rilevanza delle tematiche di sostenibilità sul successo aziendale di Roncadin e l'impatto che Roncadin ha sulle persone e sull'ambiente, in relazione alle suddette tematiche di sostenibilità.

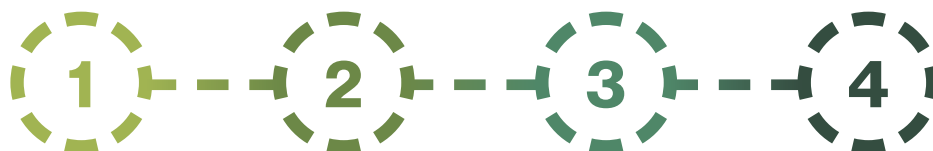
[GRI 2-29]

Attraverso il processo di due diligence, come richiesto dagli standard GRI, abbiamo individuato le tematiche ESG rilevanti considerando gli impatti positivi e negativi, potenziali e attuali. Abbiamo così individuato, coerentemente con la nostra strategia di business, le nostre priorità strategiche in ambito sociale ed ambientale. Il controllo della due diligence avviene attraverso la condivisione all'interno del CdA e con i principali responsabili d'area attraverso uno strumento di analisi e controllo degli impatti. Questo ci permette di valutare adeguatamente le nostre performance e adottare eventuali azioni correttive necessarie per garantire una gestione responsabile e sostenibile delle nostre attività [GRI 2-12] [GRI 2-14].

[GRI 2-12]
[GRI 2-12]

Il nostro processo di materialità [GRI 3-1]

[GRI 3-1]



Analisi di contesto

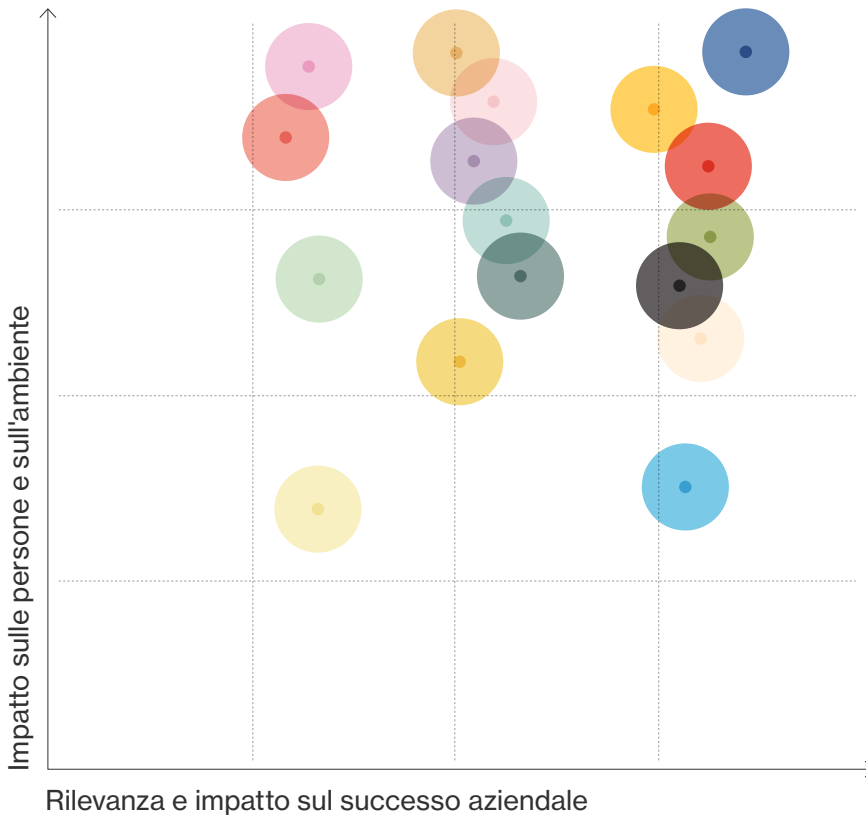
Revisione e aggiornamento delle tematiche materiali, individuate l'anno precedente

Classificazione e prioritizzazione degli impatti

Definizione della matrice di doppia materialità per Roncadin

↑ Visita operatori "bird control" al PizzaGrest Roncadin. Zago, Poiana del deserto (o falco di Harris) - classe 2007.

La matrice di doppia materialità



La governance d'impresa

- Etica e trasparenza

Capitale produttivo

La nostra catena di approvvigionamento

- Approvvigionamento sostenibile
- Gestione trasparente dei rapporti di fornitura

Capitale umano

La persona al centro

- Occupazione
- Formazione e crescita dei lavoratori
- Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti

Sicurezza

- Salute e sicurezza dei lavoratori

Promozione della salute

- Promozione e supporto della salute dei dipendenti

Benessere

- Benessere delle persone

Capitale intellettuale

Ricerca e sviluppo: verso prodotti più sostenibili ed inclusivi

- Innovazione, ricerca e sviluppo

Capitale sociale e relazionale

Prodotti sicuri e di qualità

- Consumo consapevole
- Sicurezza alimentare

Capitale naturale

I nostri consumi di energia

- Efficienza energetica

Emissioni in atmosfera

- Cambiamento climatico

I nostri consumi idrici

- Gestione della risorsa idrica

I nostri investimenti per ridurre l'impatto

- Biodiversità locale
- Gestione dei rifiuti ed economia circolare

Risultati della valutazione di materialità

I risultati ottenuti da questa prima valutazione di materialità ci permettono di orientare le nostre decisioni strategiche di sostenibilità sulle aree di maggiore rilevanza. Abbiamo integrato la nostra analisi di materialità con la metodologia di Enterprise Risk Management (ERM). Questo ci ha permesso di ottenere una visione completa di quali siano le tematiche di maggiore rilevanza per Roncadin [GRI 3-2]:

[GRI 3-2]

- ⊕ Occupazione
- ⊕ Salute e sicurezza dei lavoratori
- ⊕ Etica e trasparenza
- ⊕ Sicurezza alimentare
- ⊕ Gestione dei rifiuti ed economia circolare
- ⊕ Approvvigionamento sostenibile
- ⊕ Benessere delle persone
- ⊕ Innovazione, ricerca e sviluppo
- ⊕ Efficienza energetica
- ⊕ Formazione e crescita dei lavoratori
- ⊕ Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti
- ⊕ Gestione della risorsa idrica
- ⊕ Cambiamento climatico
- ⊕ Consumo consapevole
- ⊕ Promozione e supporto della salute dei dipendenti

Continueremo a monitorare e valutare l'impatto delle nostre attività, al fine di adottare misure correttive e migliorare costantemente la nostra performance sostenibile. Il nostro impegno rimane quello di contribuire positivamente al benessere delle persone e alla salvaguardia dell'ambiente, in linea con le tematiche di sostenibilità che abbiamo identificato come rilevanti e prioritarie per la nostra azienda [GRI 2-25].

[GRI 2-25]



→ PizzaGrest, figli dei dipendenti in visita agli impianti - Linea 7

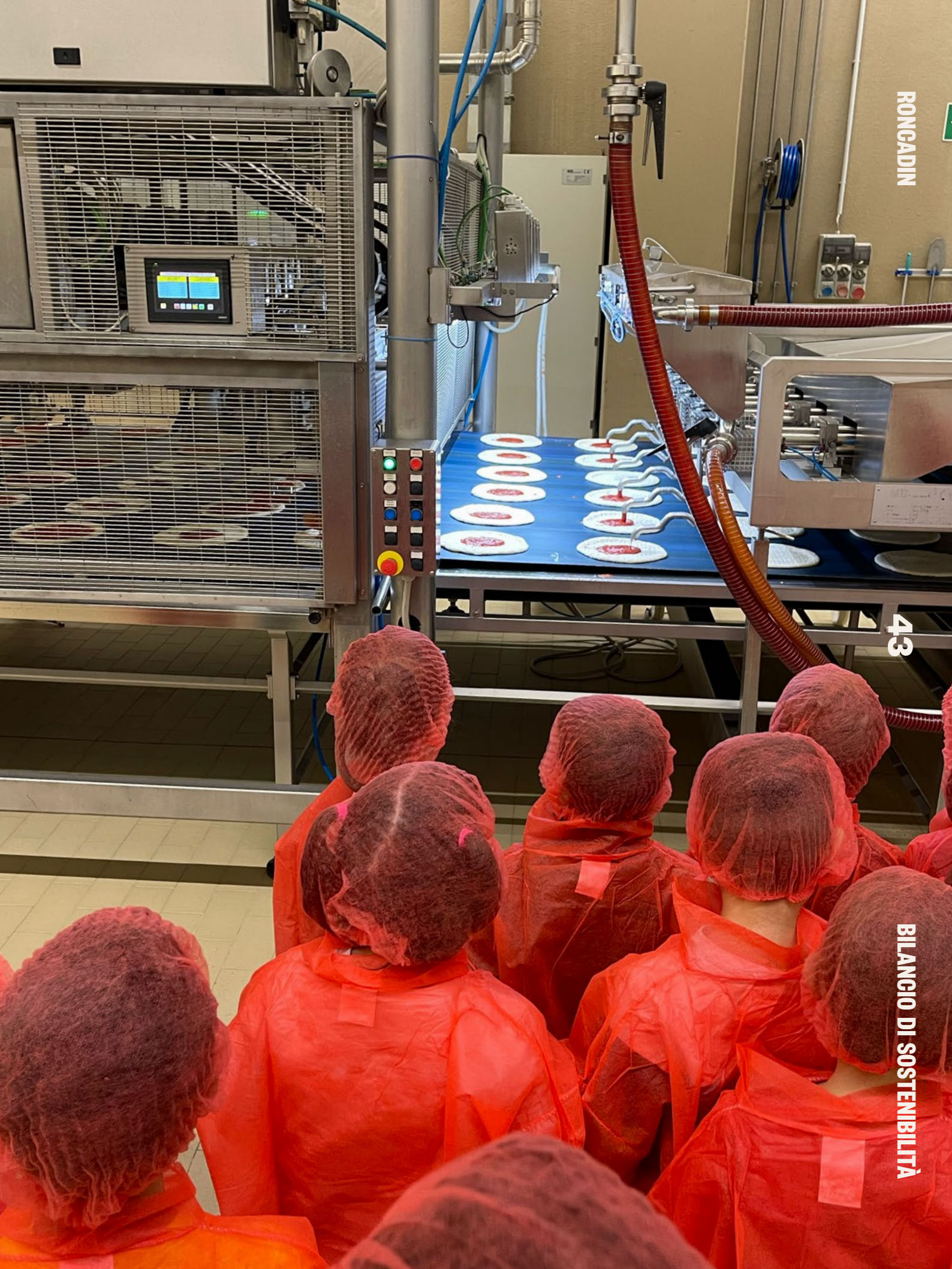


Tabella descrizione impatti

L'elenco degli impatti è stato sottoposto all'analisi e alla revisione da parte dei referenti che supervisionano internamente le attività aziendali.

La tabella seguente mostra gli impatti più significativi - sia positivi che negativi che potenziali che attuali - e una breve descrizione contestualizzata a Roncadin. Ad ognuno è stato associato il megatrend ESG e l'argomento materiale di competenza. Inoltre, è stata specificata la portata dell'impatto - se potenziale o attuale - e la rilevanza della tematica per l'azienda.

Trend ESG	Tematica materiale	Impatto negativo	Tipologia	Rilevanza
Environmental	Tutela ambientale e lotta al cambiamento climatico	Mancato contributo alla lotta contro il cambiamento climatico a causa dell'aumento delle emissioni di CO2 derivanti dall'utilizzo di materie prime non rinnovabili, dall'utilizzo di trasporti e conseguente deterioramento del territorio circostante	Potenziale	●●●○
	Gestione dei rifiuti	Aumento della quantità di rifiuti e conseguente perdita di marginalità a causa di una mancata programmazione della produzione	Potenziale	●●●●
	Gestione energetica	Spreco della risorsa energetica per sovrautilizzo delle fonti energetiche e riduzione della marginalità data da inefficienza energetica	Potenziale	●●●○
	Gestione dell'acqua	Danno ambientale e spreco della risorsa idrica derivante da un prelievo delle acque superiore alla capacità di rinnovo	Potenziale	●●●○
Social	Salute e sicurezza sul lavoro	Presenza anche di un solo infortunio	Potenziale	●●●●
	Occupazione	Rallentamento dell'innovazione, della ricerca e dello sviluppo a causa dell'invecchiamento della popolazione aziendale	Potenziale	●●●○
		Perdita del know how e competenze derivante dal turnover	Potenziale	●●●○
Governance	Approvvigionamento sostenibile	Interruzione della filiera a causa di una gestione non rispettosa da parte dei fornitori dell'azienda degli aspetti ambientali (deterioramento biodiversità, emissioni da trasporti, consumo idrico) e degli aspetti sociali (non equa retribuzione dei lavoratori lungo la filiera, mancato dei diritti umani)	Potenziale	●●●○
		Monoforniture parziali e totali relative al reperimento di alcune tipologie di materie prime che possono generare un'interruzione del business	Potenziale	●●●○
	Sicurezza alimentare	Problemi al consumatore dovuto da non conformità del prodotto	Potenziale	●●●○
	Anticorruzione	Svantaggio economico dovuto da condotte non trasparenti nella gestione delle forniture	Potenziale	●●○●
	Performance economiche	Diminuzione del valore per il territorio derivante dalla ridotta redditività causata da una capacità limitata nel trovare opportunità di mercato e decisioni strategiche non appropriate.	Potenziale	●●●○
	Sicurezza dei dati	Riduzione della capacità produttiva e interruzione del business derivante da attacco informatico	Potenziale	●●○●
		Perdita di reputazione a causa di perdita o divulgazione non autorizzata di dati sensibili	Potenziale	●●○●

Trend ESG	Tematica materiale	Impatto positivo	Tipologia	Rilevanza
Environmental	Tutela ambientale e lotta al cambiamento climatico	Contribuzione alla lotta contro il cambiamento climatico grazie all'utilizzo di energia 100% rinnovabile e costante monitoraggio e miglioramento attraverso un sistema di gestione ambientale	Attuale	●●●●
	Gestione dei rifiuti	Aumento del riutilizzo dei materiali grazie all'adozione di pratiche di economia circolare (riutilizzo dell'obsolescenza per biomasse e mangime animale)	Attuale	●●●●
		Contribuzione alla riduzione dello spreco di materia prima attraverso il ripensamento del design del packaging	Attuale	●●○○
		Creazione di una consapevolezza nel consumatore finale sulla riduzione dello spreco alimentare dei prodotti attraverso l'etichetta consapevole	Attuale	●●○○
	Gestione energetica	Impegno diffuso per un uso efficiente e sostenibile dell'energia in tutti i processi aziendali attraverso iniziative di efficientamento energetico volte a ridurre i consumi energetici e a promuovere le fonti rinnovabili	Attuale	●●●○
	Gestione dell'acqua	Contribuzione alla riduzione dello spreco idrico attraverso un sistema di riutilizzo delle acque di scarto	Attuale	●●●○
Social	Salute e sicurezza sul lavoro	Creare maggiore consapevolezza grazie al miglioramento della cultura della salute e sicurezza	Attuale	●●●○
		Potenziamento delle condizioni lavorative ottimali mediante l'implementazione di iniziative di ricerca e sviluppo finalizzate a migliorare il comfort della strumentazione	Attuale	●●●●
	Promozione della salute	Miglioramento del benessere delle persone attraverso il sostegno negli aspetti sanitari indipendenti dalle attività aziendali	Attuale	●●●●
	Benessere	Aumentare la qualità della vita e il benessere delle persone migliorando l'equilibrio tra lavoro e vita privata, il benessere psicofisico e gratificando le persone per interessi extra-lavoro	Attuale	●●●○
	Occupazione	Sviluppo del territorio grazie alla capacità di mantenere le persone all'interno della località ed evitare la migrazione in zone più industrializzate	Attuale	●●●○
Governance	Approvvigionamento sostenibile	Migliorare il valore del marchio e lo sviluppo delle comunità coinvolte in catena di fornitura attraverso la costruzione di un dialogo aperto, trasparente e innovativo con fornitori	Attuale	●●●○
	Sicurezza alimentare	Migliorare la sicurezza alimentare dei prodotti attraverso controlli ulteriori dei lotti in entrata e dopo la lavorazione	Attuale	●●●○
		Generare consapevolezza nei consumatori su quando un prodotto è considerato deperito	Attuale	●●●○
	Anticorruzione	Promuovere un ambiente di lavoro etico e prevenire comportamenti non conformi alle politiche aziendali mediante l'implementazione di un sistema di segnalazione anonima (whistleblowing system) per incoraggiare la divulgazione di pratiche non conformi.	Attuale	●●○○
	Performance economiche	Sviluppo del territorio e della comunità derivante da buone/ottime performance economiche che generano valore che viene distribuito nel territorio	Attuale	●●●○
	Sicurezza dei dati	Prevenire le violazioni dei dati attraverso la creazione di competenze sulla gestione sicura dei dati	Attuale	●●○○

Scala Tipologia Impatto:
potenziale e attuale

Trascurabile ●○○○
Moderato ●●○○

Significativo ●●●○
Notevole ●●●●

IL MODELLO INTEGRATO DI RONCADIN

Da sempre il nostro modello di business rispecchia i nostri valori. Perché Roncadin si fonda su un solido principio di rispetto: per le persone, per l'ambiente, per il mercato.

Il nostro obiettivo è contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico del territorio di cui facciamo parte, con la consapevolezza che senza la sua tradizione e le sue risorse non saremmo ciò che siamo oggi.

Il nostro modello di business prende in considerazione tutte le risorse che contribuiscono alla creazione e alla distribuzione di valore, che possono essere materiali, immateriali, naturali o sociali.

I capitali identificano invece la disponibilità di valore in un preciso momento d'esercizio aziendale, che per loro natura possono aumentare o diminuire nel corso del tempo.

Nella nostra riflessione vogliamo sottolineare in particolare alcuni aspetti della gestione aziendale:

- ⊕ gli input, che rappresenteranno l'insieme delle risorse materiali e immateriali che concorrono alla creazione del valore;
- ⊕ le attività aziendali, che sono le azioni concrete che, giorno dopo giorno, mettiamo in atto per accrescere il valore di ogni singolo stock di capitale;
- ⊕ gli output, che sono i risultati che raggiungiamo, attraverso le nostre attività, per ogni singolo stock di capitale;
- ⊕ gli outcome, che sono i risultati finali che raggiungiamo grazie al conseguimento degli output, e che hanno dei riflessi sui nostri stakeholder;
- ⊕ gli impatti, che corrispondono all'effetto che output e outcome hanno sui nostri stakeholder.

Il contesto

Il 2022 è stato l'anno che ha confermato la forte ripresa economica già vissuta nel 2021. Allo stesso modo, di pari passo alla crescita economica, c'è stata anche la conferma delle forti spinte inflazionistiche che nel 2022 hanno portato un aumento generalizzato dei prezzi dell'8,1%, il dato più elevato dal 1985. Il trend già evidenziato lo scorso anno di aumento dei costi delle materie prime è stato quindi confermato e addirittura rinforzato dall'invasione russa in Ucraina, dal conseguente aumento dei costi energetici e dalla crisi del grano.

La contrazione dei consumi alimentari in Italia in termini di volumi, ha influito sulle dinamiche produttive aziendali, contraendo il totale dei volumi prodotti e spostando la domanda su prodotti maggiormente elaborati e ricchi dal punto di vista delle lavorazioni.

Impatti positivi

Attraverso la nostra attività ascoltiamo le esigenze del territorio e ne valorizziamo le risorse ambientali e umane. Siamo il primo punto industriale della Val Meduna e nel corso degli anni abbiamo contribuito allo sviluppo economico del nostro territorio. Diamo particolare attenzione all'occupazione femminile attraverso contratti che favoriscono l'equilibrio fra lavoro e vita privata. Siamo costantemente alla ricerca di soluzioni che permettano di salvaguardare l'uso di risorse come energia, acqua e materie prime.

Impatti negativi

L'importante richiesta di materie prime implica un elevato impatto ambientale ed economico dell'approvvigionamento lungo la filiera. Come in ogni processo produttivo, esiste anche per noi uno scarto di produzione. Ci impegniamo a valorizzare la seconda scelta, riducendo lo spreco alimentare attraverso le donazioni alla comunità. Riconosciamo che dobbiamo lavorare anche per ridurre l'impatto della conservazione, del trasporto e degli imballi dei prodotti.

Partners

Per innalzare l'artigianalità, la qualità e visibilità siamo partner dello chef Renato Bosco e della marchio storico pizzeria "Da Michele" di Napoli, garanzia di qualità italiana nel mondo. Per poter completare la nostra offerta ci affidiamo ad aziende partner che ci forniscono prodotti complementari.



Proposta di valore

Vogliamo estendere la tradizione della pizza italiana ovunque, attraverso una vasta scelta di prodotti accessibili, semplici e veloci da preparare. 400 grammi di pizza e pinsa farcite da mani esperte e prodotte con energia rinnovabile che racchiude tutte le caratteristiche di un territorio incontaminato. Una storia che da sempre pone al suo centro il benessere e la soddisfazione della persona, sia all'interno dell'azienda che al suo esterno.



Relazioni con il cliente

Per noi è fondamentale l'ascolto dei nostri clienti che spingono l'innovazione del nostro prodotto. Raggiungiamo i nostri consumatori, promuovendo la cultura della convivialità, valorizzando le tradizioni dei territori. Lavoriamo costantemente per ridurre gli impatti del fine vita del prodotto e del packaging.

Attività

Creiamo prodotti in linea con i valori dei nostri clienti anticipando le loro esigenze. Lavoriamo attraverso progetti di efficienza energetica e produttiva e di innovazione di prodotto. Il nostro processo produttivo combina delle lavorazioni tipiche dei prodotti artigianali, come la farcitura a mano, con delle lavorazioni innovative (industriali) per garantire le qualità. L'integrazione nel nostro modello di business di Zero s.r.l. ha introdotto nuovi processi produttivi completamente eseguiti a mano.

Segmenti di clientela

Il nostro cliente è chi consuma la pizza e la pinsa a casa ma anche i grandi player della GDO, bar e ristoranti. Veniamo scelti per il gusto del prodotto e per la velocità di preparazione. Siamo consapevoli dell'impatto del nostro prodotto nella fase di utilizzo poiché l'abbiamo mappato attraverso uno studio di LCA. Abbiamo studiato e certificato la cottura in padella utile ad abbattere i consumi energetici derivanti dalla cottura in forno.

Struttura dei costi

Gli acquisti di materie prime e l'approvvigionamento energetico hanno il maggiore impatto economico sul nostro modello di business.



Canali

I nostri prodotti sono trasportati in 38 Paesi e 4 continenti da mezzi che garantiscano la sicurezza e la conservazione del prodotto, lungo la catena di fornitura fino al raggiungimento dei distributori (GDO, bar e ristoranti).

Risorse chiave

Le risorse che ci contraddistinguono sono l'esperienza dei nostri collaboratori e le linee produttive. Il territorio dove siamo posizionati ci permette di essere unici rispetto ai nostri concorrenti. L'integrazione di Zero s.r.l. ci permette di creare una nuova linea di business incentrata sui prodotti freschi taylor made ma rappresenta anche un laboratorio per le attività di ricerca e sviluppo.

Flussi di ricavi

Vendite da private label; vendite da pizze con marchio Roncadin Extravoglia "extrasottili"; vendite da pizza Extravoglia "classica bordo alto" in collaborazione Renato Bosco (100% italiano), pizze e pinse fresche a marchio Zero.

AMBIENTE

TARGET 7.2; 7.3 12.1; 12.2; 12.5; 13.1; 13.2



ECONOMIA

8.2; 8.3; 8.4; 8.5; 9.1; 9.2; 9.4



SOCIETÀ

3.9; 4.3; 4.4; 4.7



Roncadin Spa SB	Input Kpi		
	2020	2021	2022
Capitale finanziario			
Fonti nette	85.201.772	82.734.937 €	87.139.837 €
Fonti nette Zero Srl			901.074 €
Capitale investito netto	85.201.772	82.734.937 €	87.139.937 €
Capitale investito netto Zero Srl			901.074 €
Capitale produttivo			
Immobilizzazioni materiali	73.157.556	69.075.297 €	65.121.218 €
Immobilizzazioni materiali Zero Srl			698.557 €
% Utile reinvestito (capex/utile)	122%	112%	115%
% Utile reinvestito (capex/utile) Zero Srl			N.D.
% Materie prime da fornitori regionali		88%	70%
% Materie prime da fornitori locali Zero Srl			100%
Pallet movimentati		13.443	14.168
N° pallet movimentati Zero Srl			N.D.
Rating medio dei fornitori		97%	91,5%
Rating medio fornitori Zero Srl			N.D.
Anzianita' media fornitori		8,5	7,3
Anzianità media fornitori Zero Srl			7
Capitale intellettuale			
Ore R&S%		0,4%	0,0%
Ore di R&S Zero Srl			0,0%
Investimenti in ricerca e sviluppo		6%	36%
Investimenti in ricerca e sviluppo Zero Srl			0%
Capitale umano			
Ore lavorate	998.000	1.060.000	946.847
Ore lavorate Zero Srl			41.287
N° di dipendenti	763	779	743
N° dipendenti Zero Srl			28
Ore di formazione	4	5	5
Ore di formazione Zero Srl			-
€ Formazione	33.047	45.118 €	80.942 €
€ Di formazione Zero Srl			- €
% Reinvestimento utili in sicurezza	1%	5%	14%
% Di reinvestimento degli utili in sicurezza Zero Srl			0%
N° attività a favore dei dipendenti	5	13	83
N° attività a favore dei dipendenti Zero Srl			-

Output Kpi				Delta 2021
	2020	2021	2022	%
Ricavi totali	141.008.788	149.838.538 €	160.368.431 €	7%
Ricavi totali Zero Srl			3.347.803 €	
Roi	3,2%	3,4%	3,7%	7%
Roi Zero Srl			N.D.	
Totale produzione (n°)	95.503.356	103.231.139	94.531.280	-8%
Totale produzione (n°) Zero Srl			110.010	
% Non conformità interne nette	1,5%	1,4%	1,6%	14%
% Non conformità netta Zero Srl			N.D.	
Km percorsi			1.409.337	N.D.
Km percorsi Zero Srl			12.800	
Ricavi derivanti da nuovi prodotti	36.454.203	37.534.282 €	25.523.857 €	-32%
Ricavi derivanti da nuovi prodotti Zero Srl			1.910.000 €	
% Nuovi prodotti	29%	38%	26%	-30%
% Nuovi prodotti Zero Srl			6%	
€/Ora lavorata	24,2	24,4	26,3	8%
€/Ora lavorata Zero Srl			19,0	
Costo personale/totale ricavi	17,1%	17,2%	15,5%	-10%
Costo del personale/totale dei ricavi Zero Srl			23,4%	
Tasso di turnover	3%	9%	11%	17%
Tasso di turnover Zero Srl			0%	
Infortuni/ora lavorata	39.920	25.238	35.068	39%
			41.287	
Valore distribuito al personale	24.125.761	25.845.304 €	24.863.121 €	-4%
Valore distribuito al personale Zero Srl			785.019 €	

Roncadin Spa SB	Input Kpi		
	2020	2021	2022
Premio produzione	5%	3,69%	3,46%
Premio produzione Zero Srl			0,00%
Bambini partecipanti al centro estivo aziendale		25	40
Capitale sociale e relazionale			
€ Eventi	40.000	95.000 €	150.000 €
€ Eventi Zero Srl			- €
Fiere - company profile distribuiti	50	150	200
Fiere e company profile distribuiti Zero Srl			-
Costi pubblicità	67.000	207.950 €	300.000 €
Costi di pubblicità Zero Srl			- €
Persone raggiunte attraverso i social		89.042	1.632.431
Persone raggiunte attraverso i social Zero Srl			-
Capitale naturale			
Efficienza energetica investimento % sul capex		17%	34%
% Reinvestimento degli utili in efficientamento energetico Zero Srl			N.D.
Flotta aziendale elettrica		55%	56%
Flotta aziendale elettrica Zero Srl			0%
Rifiuti destinati al recupero		99,99%	99,980%
Rifiuti destinati al recupero Zero Srl			98,93%
Sottoprodotti venduti e riutilizzati in altri processi produttivi			6.941
Sottoprodotti venduti e riutilizzati in altri processi produttivi Zero Srl			30

**PRODUZIONE E
COMMERCIALIZZAZIONE
"PIZZA EVERYWHERE".**

**RICERCA E SVILUPPO DI
NUOVI PRODOTTI IN GRADO
DI ANTICIPARE LE RICHIESTE
DEI CLIENTI.**

**RE-INVESTIMENTI IN AZIENDA
PER RENDERE IL MODELLO
DI BUSINESS SEMPRE PIÙ
SOSTENIBILE SOTTO IL
PROFILO ECONOMICO, SOCIALE
E AMBIENTALE.**



Output Kpi				Delta 2021
	2020	2021	2022	%
Valore aggiunto	33.858.206	35.423.449 €	34.816.752 €	-2%
Valore aggiunto Zero Srl			515.116 €	
N° clienti attivi	74	116	102	-12%
N° di clienti attivi Zero Srl			36	
Spesa media per cliente	1.905.524	1.291.712 €	1.572.240 €	22%
Spesa media per cliente Zero Srl			92.995 €	
Reclami % dal consumatore	0,000%	0,000%	0,000%	99%
Reclami % dal consumatore Zero Srl			0,002%	
Co2/pizza		1,4	1,5	4%
Co2/prodotto Zero Srl			26,4	

Modello di business e di creazione del valore

Il modello è fondato sulla nostra vision e mission. Le nostre attività chiave vengono alimentate dagli input in tabella. Il tutto si basa sul nostro **BUSINESS MODEL CANVAS**.



Outcome/risultati**Capitale finanziario**

Globalmente il capitale finanziario è incrementato grazie ad un cospicuo aumento del valore dei nostri prodotti. La marginalità aziendale mantiene un livello costante segno di maturità e solidità del modello di business, ma anche di una maggiore incidenza dei costi di approvvigionamento energetico e di materie prime, spinti al rialzo dalle tensioni inflattive.

Le ricadute dunque sono positive per tutti gli stakeholder coinvolti nell'operare aziendale che hanno beneficiato del maggior valore creato e distribuito da Roncadin durante l'anno.

Capitale produttivo

Il valore del capitale produttivo nel 2022 si è ridimensionato. La volontà da parte di Roncadin di assecondare una domanda di prodotti ad alta complessità e ricchezza ha comportato una lieve riduzione dei volumi di produzione ed un altrettanto lieve aumento delle non conformità produttive dettate dalle mutate e più complesse esigenze della clientela. I costanti investimenti in efficienza produttiva hanno permesso all'azienda di rispondere positivamente alla domanda del mercato senza subire contraccolpi. Questa variazione di stock ha ricadute positive su management e clienti. Neutre su comunità e dipendenti.

Capitale intellettuale

Il valore del capitale intellettuale incrementa principalmente grazie all'investimento effettuato per l'acquisizione di Zero srl, che dal 2022 entra a far parte del modello di business di Roncadin e che permette all'azienda di entrare nel mercato dei prodotti panificati freschi. Inoltre, Zero srl è considerato un vero e proprio laboratorio in cui svolgersi sempre più intesamente attività di ricerca e sviluppo. Lo stock di capitale è quindi complessivamente cresciuto nel 2022, con ricadute importanti su clienti e management. Lievemente positive su comunità e dipendenti.

Capitale umano

Il benessere dei dipendenti è complessivamente migliorato. E' aumentato il valore condiviso per singolo dipendente da parte dell'azienda. La comunità aziendale di Roncadin è diminuita di 36 unità e di conseguenza è diminuito il valore complessivamente e percentualmente distribuito al personale. Questo fenomeno è spiegato dallo spostamento della domanda di mercato su prodotti più complessi e lavorati che hanno comportato una diminuzione delle quantità di prodotto complessive ed allo stesso tempo dalle dinamiche del mercato del lavoro legate al contesto storico. Unitamente a ciò negli anni precedenti Roncadin aveva beneficiato delle risorse provenienti dal settore terziario penalizzato dalla pandemia che nell'ultimo anno hanno ripreso le loro attività a pieno regime tali risorse a percorrere il percorso inverso. Particolarmente importante per l'azienda è il dato del turnover in Zero srl, che testimonia il forte legame tra azienda e dipendenti ed i dati sugli infortuni, nettamente diminuiti nell'ultimo anno. Nel complesso dunque la variazione dello stock di capitale umano ha portato impatti positivi sui dipendenti e sulla comunità, così come sul management, neutri sui clienti.

Capitale sociale e relazionale

Il lieve calo in valore assoluto del valore aggiunto, dovuto agli incrementi di spesa per approvvigionamenti e servizi generali esterni collegati all'inflazione vissuta nel 2022, viene in parte sopperito a livello consolidato dal valore aggiunto creato da Zero srl, che permette di avvicinarsi al pareggio rispetto allo scorso anno. In calo anche il numero di clienti al contrario della spesa media per cliente che aumenta abbondantemente, manifestando la crescita del valore del brand e la bontà delle relazioni con i clienti da parte di Roncadin, anche grazie alla politica di miglioramento continuo dell'azienda ed allo spostamento della domanda di mercato verso prodotti più complessi e ricercati. Gli investimenti in relazioni sul territorio e a favore dei dipendenti sono incrementati notevolmente. La variazione di stock ricade positivamente su dipendenti, comunità management e in maniera più lieve sui clienti.

Capitale naturale

La misurazione, il controllo e la volontà di ridurre le emissioni da parte di Roncadin, evidenziano un lieve peggioramento nelle performance ambientali di Roncadin, collegato al cambiamento di mix produttivo ma anche all'affinamento della misurazione delle emissioni. L'azienda rinnova l'impegno a diminuire le emissioni per unità di prodotto realizzato, coinvolgendo nel progetto anche Zero srl.

Ambito (e intensità) d'impatto

Dipendenti

Comunità

Management

Clients



↑ Area entrata forno - linea 7





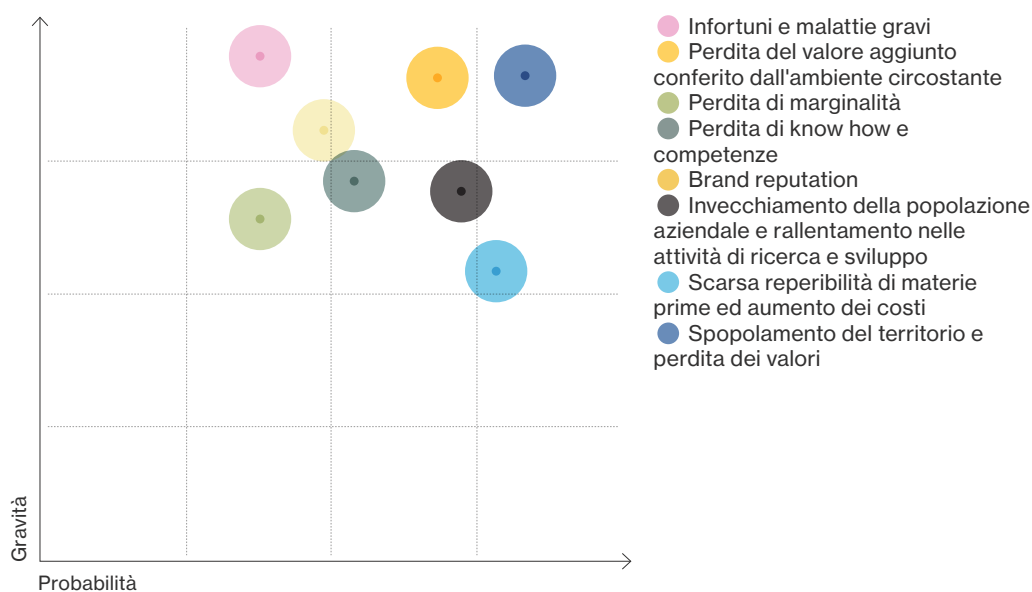
Valutazione dei rischi

Parte fondamentale del nostro lavoro è prevenire e gestire i rischi legati al modello di business aziendale. Lo facciamo prevedendo una politica di gestione per ogni rischio che potrebbe minare la continuità aziendale e la nostra capacità di creare valore condiviso. Abbiamo quindi identificato una serie di variabili basate sulla matrice di materialità e connesse al nostro business model da monitorare in maniera costante e gestire attraverso una politica e degli strumenti dedicati.

La valutazione dei rischi prende in considerazione due variabili principali:

- ⊕ la **probabilità** dell'accadimento dell'evento avverso
- ⊕ la **gravità** dell'eventuale accadimento

Per ciascuna di esse abbiamo individuato una politica e delle azioni di mitigazione che vengono costantemente implementate, utili ad abbattere la rischiosità aziendale complessiva.



I rischi individuati sono stati raggruppati per macro-temi che a loro volta possono essere associati a quattro categorie differenti, in modo da identificare in maniera efficace le strategie di mitigazione.

- ⊕ **Rischi strategici**, ovvero rischi legati strettamente al modello di business aziendale e all'andamento del mercato, nonché alle mutazioni del contesto competitivo. In questa categoria rientrano i rischi legati alla sostenibilità del business nella sua interezza: economica, sociale ed ambientale.
- ⊕ **Rischi operativi**, ovvero i rischi legati al settore di appartenenza, all'operatività aziendale, all'assetto organizzativo, ai sistemi informativi e ai processi di controllo e reporting.
- ⊕ **Rischi finanziari**: sono i rischi legati alla sostenibilità economica e alla gestione finanziaria dell'azienda. Vi rientrano i rischi di liquidità e redditività del modello di business.
- ⊕ **Rischi di compliance**: sono legati al mancato rispetto delle normative e dei regolamenti applicabili a livello nazionale ed internazionale, durante la gestione delle attività aziendali.

Rischio	Tipologia di rischio	Tema materiale	Capitale	Azioni di mitigazione
Spopolamento e perdita dei valori del territorio	Strategico	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Occupazione 	Capitale umano	Implementazione di un piano di assunzione e di crescita, con il supporto di enti ed istituzioni del territorio. Promozione del territorio con eventi dedicati ai dipendenti.
Infortuni e malattie gravi o croniche non necessariamente legate al lavoro	Operativo	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Salute e sicurezza ✚ Promozione e supporto della salute dei dipendenti 	Capitale umano	Sviluppare un piano di divulgazione della cultura della salute e della sicurezza all'interno ed all'esterno del contesto lavorativo.
Brand reputation	Strategico e finanziario	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Etica e trasparenza ✚ Sicurezza alimentare 	Capitale sociale e relazionale	Stabilire relazioni solide e durature con i nostri fornitori. Effettuare una mappatura sulla sostenibilità dei fornitori della filiera. Innalzare costantemente il livello di controllo qualità del prodotto.
Perdita del valore aggiunto conferito dall'ambiente circostante	Finanziario	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Gestione dei rifiuti ✚ Gestione della risorsa idrica ✚ Cambiamento climatico ✚ Consumo consapevole ✚ Biodiversità locale 	Capitale naturale e capitale produttivo	Proseguire nell'acquisto e nell'utilizzo di energia da fonti rinnovabili. Proseguire nell'ampliamento dell'impianto fotovoltaico. Proseguire nel piano di efficientamento produttivo volto ad ottimizzare l'utilizzo delle fonti energetiche, idriche e delle materie prime.
Scarsa reperibilità di materie prime e conseguente aumento dei prezzi	Operativo e finanziario	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Approvvigionamento sostenibile ✚ Gestione trasparente dei rapporti di fornitura 	Capitale produttivo	Continuare a coltivare buoni rapporti di partnership con i fornitori, che ci permettano di estendere le nostre politiche di sostenibilità anche lungo la catena di fornitura.
Invecchiamento della popolazione aziendale, rallentamento delle attività di ricerca e sviluppo e dell'innovazione	Strategico	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Innovazione, ricerca e sviluppo ✚ Attrazione e mantenimento in azienda dei talenti 	Capitale intellettuale e capitale umano	Sviluppo di un piano strategico di attrazione dei talenti, anche attraverso le collaborazioni con scuole ed università del territorio. Organizzazione di eventi in azienda, nelle scuole ed università dedicati ai ragazzi per far conoscere l'azienda. Utilizzare gli strumenti digitali in maniera efficace per comunicare e far conoscere i progetti ed i processi aziendali. Investire costantemente nella ricerca e nella sperimentazione di nuovi prodotti anche grazie al nostro nuovo laboratorio, Zero S.r.l..
Perdita di marginalità	Finanziario	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Efficienza energetica 	Capitale naturale	Attuazione del piano di ricerca, sviluppo ed investimento sui processi produttivi al fine di ottimizzare costantemente l'utilizzo delle risorse energetiche.
Perdita di know how e competenze	Strategico	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Formazione e crescita dei lavoratori ✚ Benessere delle persone 	Capitale umano	Implementare un piano di formazione continua e percorsi di crescita dedicati per accrescere il benessere dei nostri collaboratori.

CAPITALE FINANZIARIO



Quando parliamo di capitale finanziario, intendiamo il valore che la nostra azienda crea e condivide grazie al nostro modello di business e ai nostri fattori produttivi. Il capitale finanziario è il naturale risultato della somma di tutti gli altri capitali dell'azienda: il capitale produttivo, intellettuale, umano, sociale e relazionale e naturale.





Finalità di beneficio comune

Roncadin è una Società Benefit, per definizione a scopo di lucro. Per questo la sostenibilità economica rappresenta la base che ci permette di perseguire i nostri grandi obiettivi: la sostenibilità sociale e la sostenibilità ambientale. Alle performance di Roncadin si uniscono le risorse ed i risultati di Zero srl.



Gli input

87.139.837 €

Le fonti nette totali che alimentano l'operare di Roncadin

901.074 €

Le fonti nette totali che alimentano l'operare di Zero srl



Gli Output

160.368.431

Il valore creato dal nostro modello di business, un aumento del 7% rispetto al 2021

3,7%

il ritorno sul capitale netto investito nel 2022, con un miglioramento del 7% rispetto al risultato del 2021.

3.347.803 €

Il valore creato da Zero srl



Gli outcomes

Come nel 2021 gli output del capitale finanziario confermano per il terzo anno consecutivo che la strada che abbiamo intrapreso è quella giusta. L'aumento della redditività aziendale è stato del tutto proporzionale rispetto all'aumento del fatturato. (verificare?)

Anche le decisioni aziendali, volte alla condivisione del valore creato, hanno contribuito a questa situazione dunque i risultati della gestione dell'anno 2022 si sono rivelati moderatamente positivi per i dipendenti, il territorio, i consumatori e il management.



Gli obiettivi futuri

Il nostro desiderio è di proseguire nella direzione che abbiamo già intrapreso. Confermiamo quindi l'obiettivo fissato lo scorso anno, di continuare nel nostro percorso di crescita, attraverso un modello di business sempre più sostenibile

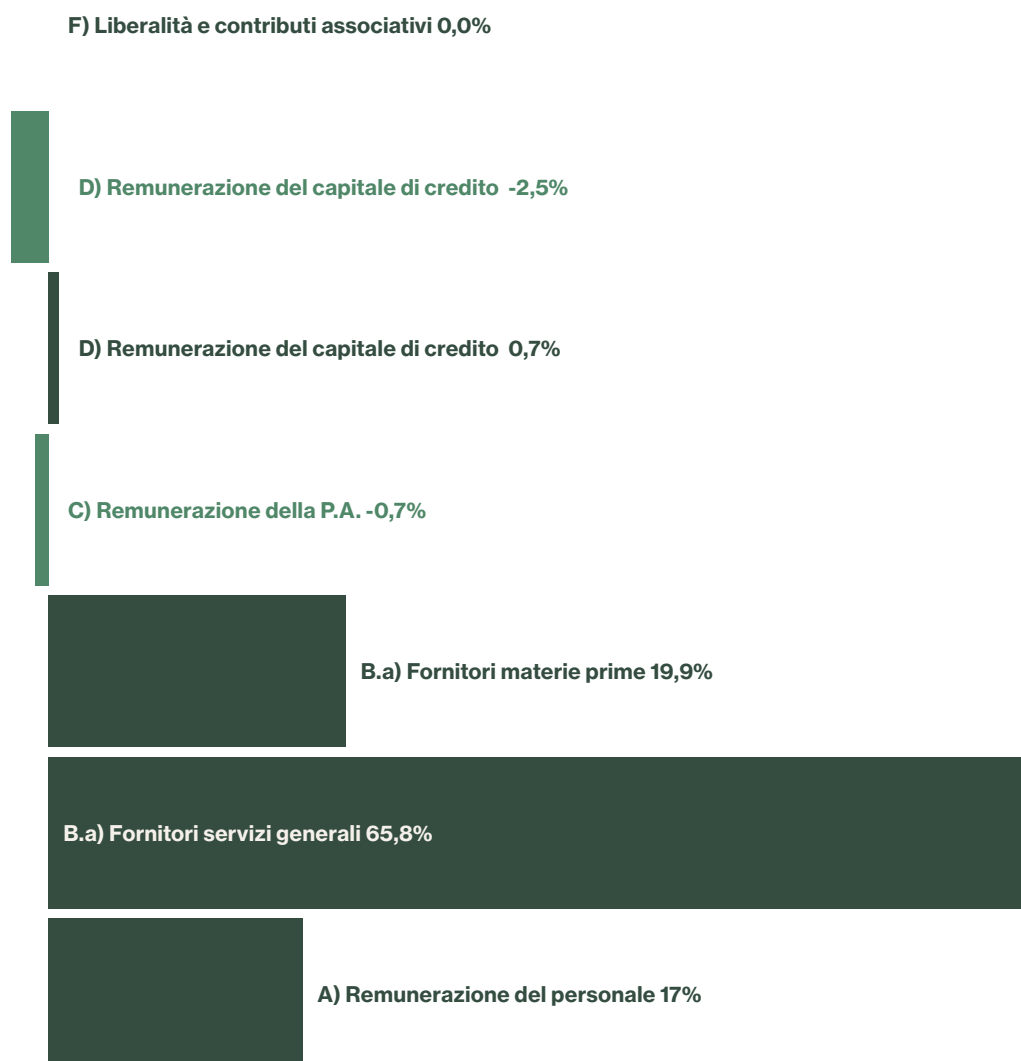
I RISULTATI ECONOMICI

Nel 2022 abbiamo abbondantemente superato la soglia dei 150 milioni di volume d'affari: il valore della produzione dell'anno corrisponde infatti a 160.368.431 €, con un aumento pari al 7% rispetto al 2021. Si tratta per noi del terzo anno consecutivo segnato da una forte crescita, dopo il periodo critico seguito all'incendio e alla ricostruzione dell'impianto.

Valore economico generato	2021	2022
A) Valore della produzione	149.838.538	160.368.430
1. Ricavi delle vendite	148.787.890	155.285.742
2. Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	47.693	2.747.276
3. Incrementi di immobilizz. Lavori in corso	66.214	37.931
4. Altri ricavi e proventi	936.741	2.297.481
Ricavi della produzione tipica	149.838.538	160.368.430
B) Componenti accessori e straordinari	-	-
1. +/- Saldo gestione accessoria	-	-
Totale valore economico generato	149.838.538	160.368.430
Valore economico distribuito	2021	2022
A) Remunerazione del personale	25.845.304	24.863.121
B) Fornitori	114.415.089	125.443.027
1. Consumi di materie prime, sussidiarie, di consumo, di merci	87.433.011	96.263.054
2. Costi per servizi	26.982.078	28.297.973
3. Costi per godimento beni di terzi	-	882.000
C) Remunerazione della P.A.	(1.082.008)	(1.353.655)
D) Remunerazione del capitale di credito	613.791	1.003.896
E) Remunerazione del capitale di rischio	(78.480)	(3.593.092)
F) Liberalità e contributi associativi	-	-
Totale valore economico distribuito	139.713.696	146.363.297
% valore economico distribuito	93%	91%
Valore economico trattenuto	2021	2022
A) Ammortamenti e svalutazioni	7.211.968	7.226.156
Altri accantonamenti		
B) Utile non distribuito	2.912.874	6.778.977
Totale valore economico trattenuto	10.124.842	14.005.133
% valore economico trattenuto	7%	9%

Già nel 2020 abbiamo registrato un +10,1% per il valore della produzione e nel 2021 un +6%. Ciò conferma la stabilità del volume d'affari di Roncadin e la capacità di crescita costante dell'azienda. Anche la marginalità aziendale si registra in crescita con un Ebitda del 6,9%, contro il 6,4% del 2021. Questo risultato è da considerarsi estremamente positivo soprattutto alla luce delle tensioni inflattive che hanno caratterizzato l'intero 2022, in particolare nel mondo alimentare e sulle componenti energetiche. Il tasso di inflazione medio del 8,1% riscontrato a livello generale è stato infatti trainato fortemente dal settore energetico e alimentare che ha subito rincari in particolare alla voce "pane e cereali" +10,9%. Siamo riusciti, grazie al nostro modello di business basato sulla ricerca di un equilibrio tra prodotti ad alto valore aggiunto e storicità nei rapporti con i fornitori, ad assorbire parte degli aumenti e contenendo in 1,5 punti percentuali la perdita a livello di margine di contribuzione.

Distribuzione del valore creato 2022 Roncadin Spa SB



Valore economico 2022 Roncadin Spa SB

- Tot. Valore economico trattenuto 8,8%
- Tot. Valore economico distribuito 91,2%



La parte più cospicua del valore creato da Roncadin nel 2022 è stata destinata alla remunerazione della catena di fornitura produttiva (65,8%) e dei fornitori di servizi operativi e gestionali (19,9%), per un totale che raggiunge l'85,7%.

Il 17,0% del valore da noi creato è stato destinato alla remunerazione delle risorse umane. Il costo del capitale di credito assorbe lo 0,3%, mentre la remunerazione del capitale di rischio vale il -2,5%, frutto di un versamento in conto capitale da parte degli azionisti. Verso la Pubblica Amministrazione l'azienda vanta un credito derivante dagli sgravi fiscali garantiti da iper e super ammortamento e originati dagli investimenti per la ricostruzione post - incendio.

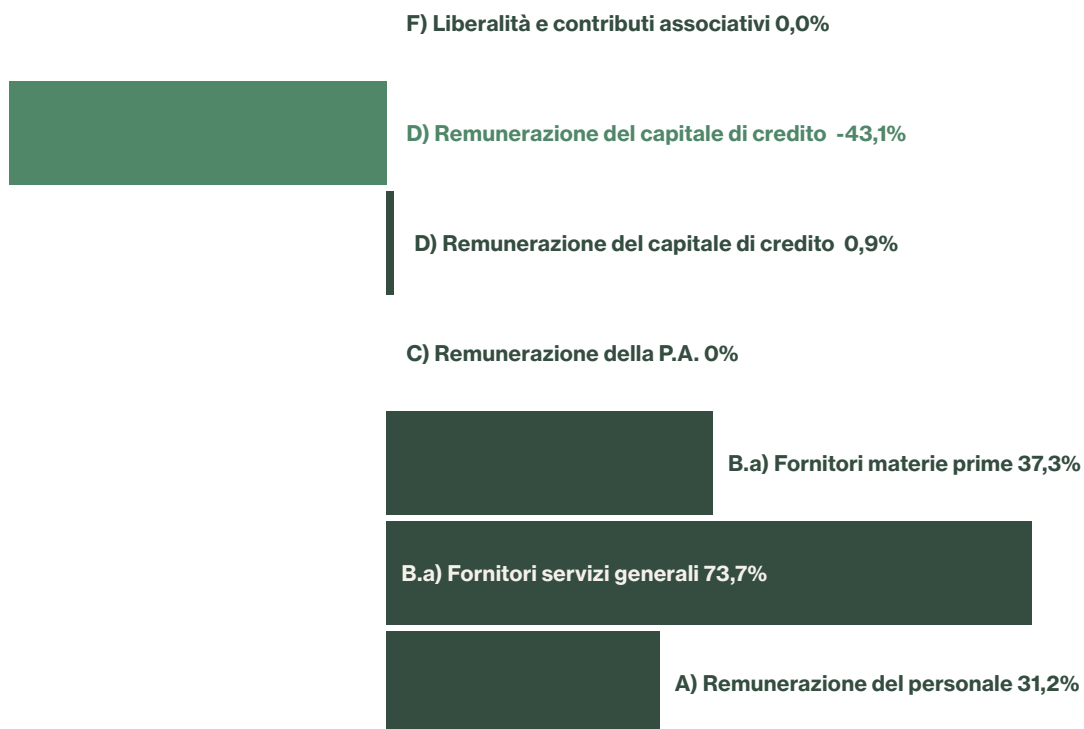
In Zero srl il 2022 ha rappresentato un anno di transizione e cambiamento a partire dal mix produttivo per finire alla gestione dell'intera azienda.

I risultati soddisfano dal punto di vista del valore della produzione ed erano stati ampiamente preventivati dal punto di vista di redditività e marginalità. L'intensificazione delle interazioni tra Rongadin e Zero srl spingerà a perseguire politiche di miglioramento finalizzate alla condivisione di valore nel tempo garantendo la continuità del business e un percorso di sviluppo sostenibile.

La parte più cospicua di valore creato da Zero srl nel 2022 è stata destinata alla remunerazione della catena di fornitura produttiva (73,7%) e dei fornitori di servizi operativi e gestionali a supporto dell'azienda (37,3%). Il 31,2% del valore creato è stato distribuito al personale, mentre lo 0,9% alla remunerazione del capitale di credito. La gestione ha assorbito invece il 43,1% di capitale dagli azionisti che hanno finanziato l'azienda.

Valore economico generato		2022
A) Valore della produzione		3.328.323
1. Ricavi delle vendite		3.341.904
2. Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti		(37.480)
3. Incrementi di immobilizz. Lavori in corso		-
4. Altri ricavi e proventi		23.899
Ricavi della produzione tipica		3.328.323
B) Componenti accessori e straordinari		-
1. +/- Saldo gestione accessoria		-
Totale valore economico generato		3.328.323
Valore economico distribuito		2022
A) Remunerazione del personale		785.019
B) Fornitori		2.795.207
1. Consumi di materie prime, sussidiarie, di consumo, di merci		1.855.784
2. Costi per servizi		762.333
3. Costi per godimento beni di terzi		177.090
C) Remunerazione della P.A.		-
D) Remunerazione del capitale di credito		21.476
E) Remunerazione del capitale di rischio		(1.085.001)
F) Liberalità e contributi associativi		-
Totale valore economico distribuito		2.516.701
% valore economico distribuito		76%
Valore economico trattenuto		2022
A) Ammortamenti e svalutazioni		318.083
Altri accantonamenti		-
B) Utile non distribuito		493.539
Totale valore economico trattenuto		811.622

Distribuzione del valore creato 2022 Zero Srl



Valore economico 2022 Zero Srl

- Tot. Valore economico trattenuto 24%
- Tot. Valore economico distribuito 76%





↑Nada e Laura De Angelis durante la produzione della Pinsa Plain - in Zero (Sommacampagna)



ZERO

RONCADIN
GROUP

CAPITALE PRODUTTIVO

PIZZA
RONCADIN
dal 1968

68

Il nostro capitale produttivo racconta una storia. La storia di come, giorno dopo giorno, riusciamo a creare valore in modo sostenibile dal punto di vista economico, sociale e ambientale. Questo è possibile grazie a tutte le strutture materiali e tecnologiche, oltre che ai solidi rapporti di collaborazione che abbiamo creato, un po' alla volta.

ES



Finalità di beneficio comune

Attraverso il nostro capitale produttivo vogliamo evolvere e far evolvere chi ci circonda. Il nostro obiettivo è favorire la nascita e lo sviluppo di supply chain sostenibili.



Gli input

65.121.218 €

Il capitale netto investito in immobilizzazioni materiali

177%

La percentuale di utile del 2021 che abbiamo reinvestito nel 2022 in azienda

91,5%

Il risultato medio del vendor rating (la valutazione di soddisfazione rispetto ai nostri fornitori) che abbiamo stimato

70%

La percentuale di materie prime proveniente da fornitori situati nel territorio nazionale

14.168

I pallet che riusciamo a gestire mediamente in 15 diversi magazzini europei

7,3 anni

La durata media delle collaborazioni con i nostri fornitori principali

698.557 €

Il capitale netto investito in immobilizzazioni materiali in Zero srl

7 anni

La durata media delle collaborazioni di Zero srl con i suoi fornitori



Gli Output

94.531.280

Le pizze che abbiamo prodotto nel 2022. Abbiamo registrato un -8% rispetto al 2021 nella nostra produzione

1.409.337 km

La distanza percorsa per consegnare tutti i nostri prodotti, sia in Europa che Oltreoceano

110.010

I prodotti sfornati da Zero srl nel 2022

12.800 km

Percorsi per consegnarli ai propri clienti

Gli outcomes



Gli output del capitale produttivo esprimono la volontà di portare nelle tavole di tutto il mondo la tradizione, la convivialità e i valori dell'eccellenza italiana. Il 2022 tuttavia, come già evidenziato è stato un anno particolarmente condizionato da tensioni inflattive che si sono manifestate con particolare forza nel settore alimentare. Tale fenomeno ha comportato una contrazione dei consumi.

La produzione quindi, si è spostata verso un arricchimento del prodotto, seguendo la visione e la volontà di mantenimento di una dimensione aziendale estremamente legata al nostro territorio e all'ambiente. Insomma, ci interessa espanderci e far arrivare ovunque la pizza Roncadin, ma vogliamo farlo investendo in primo luogo sull'approvvigionamento sostenibile, oltre che migliorando la nostra efficienza e la logistica. Tali obiettivi non solo hanno un effetto positivo sui nostri portatori d'interesse, ma ci permettono di investire costantemente gli utili in innovazione tecnologica, in automazione e nella scelta dei migliori fornitori ora valutati anche attraverso un rating ESG. Il nostro modello di business ha permesso un aumento del valore delle nostre vendite. Zero srl per noi rappresenta un nuovo sbocco sul mercato e un laboratorio artigiano di ricerca e sviluppo. Abbiamo lavorato e investito costantemente per gettare le basi utili alla crescita e allo sviluppo della capacità produttiva aziendale, mantenendo quella struttura snella che permette di rispondere velocemente alle mutevoli richieste del mercato.

Gli obiettivi futuri



- +
 - +
 - +
 - +
 - +
- Concludere la valutazione relativa agli impatti della nostra catena di fornitura raggiungendo uno degli obiettivi prefissati nel 2021
 - Inserire nel rating interno dei fornitori anche il risultato del rating ESG
 - Diminuire le non conformità produttive
 - Individuare modalità di trasporto che presentano un'impronta ecologica minore
 - Abbiamo ottenuto la ISO 14001 nel 2022 come prefissato nel 2021 (non è obiettivo futuro)

LA NOSTRA CATENA DI APPROVVIGIONAMENTO

Si sa, per realizzare un prodotto di qualità, la materia prima gioca un ruolo fondamentale. Quest'anno abbiamo iniziato a definire il processo di valutazione dei nostri fornitori basato su specifici criteri di sostenibilità.

Siamo partiti dalla definizione dei principali impatti ambientali e sociali sulla catena di fornitura, con l'obiettivo di identificare e mitigare eventuali impatti negativi.

Attraverso una prima valutazione, abbiamo deciso di valutare alcuni fornitori con i quali concordare una serie di miglioramenti significativi. Questi accordi prevedono l'implementazione di pratiche di sostenibilità che vanno dalla creazione di superfici fotovoltaiche aggiuntive all'introduzione di certificazioni ambientali, fino alla definizione di procedure volte a promuovere il miglioramento continuo rispetto all'approccio ambientale [GRI 308-2].

[GRI 308-2]

I rapporti che ci legano ai nostri fornitori sono una vera e propria partnership. Questa scelta ha per noi un elevato valore strategico: ci permette di instaurare rapporti duraturi e stabili, che sono sinonimo di affidabilità e sicurezza.

Grazie a questo approccio siamo riusciti a garantire continuità di fornitura a tutti i clienti anche nel 2022, nonostante le difficoltà di approvvigionamento riscontrate da tutto il mondo produttivo.

**Storicità media
dei fornitori 7,3 anni**

**Storicità media
dei fornitori di Zero Srl 7 anni**

SONO DUE LE RISORSE CHE PIÙ CI STANNO A CUORE: **LA FARINA E L'ACQUA**

La qualità delle nostre pizze dipende in larga misura dalla farina, la materia prima principale. Abbiamo sviluppato collaborazioni stabili con fornitori di fiducia che soddisfano rigorosi criteri di selezione.

Riconosciamo che la scelta della farina non può basarsi solo su motivazioni economiche, poiché eventuali non conformità possono avere un impatto negativo sull'intera produzione.



↑ Visita al Mulino Sima (Argenta) - molinatura grano biologico per Roncadin





L'acqua è un elemento altrettanto importante per noi e rappresenta un legame profondo con il nostro territorio. Utilizziamo acqua proveniente da una sorgente situata a 590 metri sul livello del mare, accanto al Parco Naturale delle Dolomiti Friulane, un sito UNESCO.

Le nostre pizze sono tali proprio perché portano dentro di loro un po' della nostra terra. Terra che ci impegniamo a proteggere, ogni giorno, utilizzando nuove tecnologie.

La scelta del pomodoro per le nostre pizze rappresenta un aspetto fondamentale per garantire la qualità e l'autenticità dei nostri prodotti. Abbiamo adottato una politica rigorosa di utilizzo esclusivo del pomodoro italiano proveniente da zone di origine selezionate, l'Emilia-Romagna e il Lazio. Inoltre, ci impegniamo a richiedere a tutti i fornitori la tracciabilità della filiera di origine italiana.

Selezioniamo con attenzione i fornitori delle materie prime, per garantire che soddisfino i nostri rigorosi standard di qualità.

La nostra scelta di lavorare con dei singoli e specifici fornitori per determinate materie prime si basa sulla nostra ferma convinzione che la qualità sia la chiave per il successo e ci consente di mantenere uno standard superiore, riconosciuto e apprezzato dai nostri clienti. [GRI 308-2].

[GRI 308-2]

La valutazione dei fornitori

La valutazione della sostenibilità dei fornitori rappresenta un aspetto fondamentale per Roncadin. Siamo consapevoli dell'importanza di collaborare con partner commerciali che condividano i nostri stessi valori di responsabilità ambientale, sociale ed economica.

Per farlo abbiamo ideato un modello di analisi della performance che si compone di tre indicatori. Assegniamo ad ognuno di questi un peso diverso, che ci permette di ponderare i risultati in base ai nostri obiettivi.

I nostri indicatori sono:

Servizio: viene calcolato in base alla puntualità di consegna.

Qualità: viene calcolata sulla base delle non conformità rilevate internamente.

Prezzo: viene calcolato dal differenziale tra il prezzo di acquisto dei prodotti del fornitore in esame e il prezzo target.

[GRI 308-2]

[GRI 414-2]

Inoltre, nel nostro processo di selezione dei nuovi fornitori - in particolare 5 per il 2022 - abbiamo adottato criteri ambientali [GRI 308-1] e sociali [GRI 414-2] come parte integrante della valutazione. In particolare consideriamo, come criteri ambientali, l'implementazione di sistemi per l'uso di fonti rinnovabili, la gestione dei sottoprodotti e dei rifiuti nonché le certificazioni ambientali. In termini sociali, sono richiesti criteri che dimostrano il rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori, soprattutto al di fuori dell'Unione Europea.

Rating di sostenibilità per i nostri fornitori

Nel 2022, inoltre, abbiamo iniziato a strutturare un processo di valutazione dei fornitori, analizzandoli secondo i criteri ESG. Abbiamo fatto ricorso al sistema di monitoraggio offerto dalla piattaforma Ecomate [GRI 308-2].

La valutazione dei fornitori svolta rappresenta il punto di partenza per il miglioramento della gestione della catena di approvvigionamento. Grazie a questo rating, siamo stati in grado di identificare con precisione le aree di miglioramento.

Questo processo di valutazione e analisi ci ha fornito una solida base su cui lavorare, e ha guidato Roncadin verso un percorso di miglioramento continuo e di ottimizzazione della nostra catena di approvvigionamento.

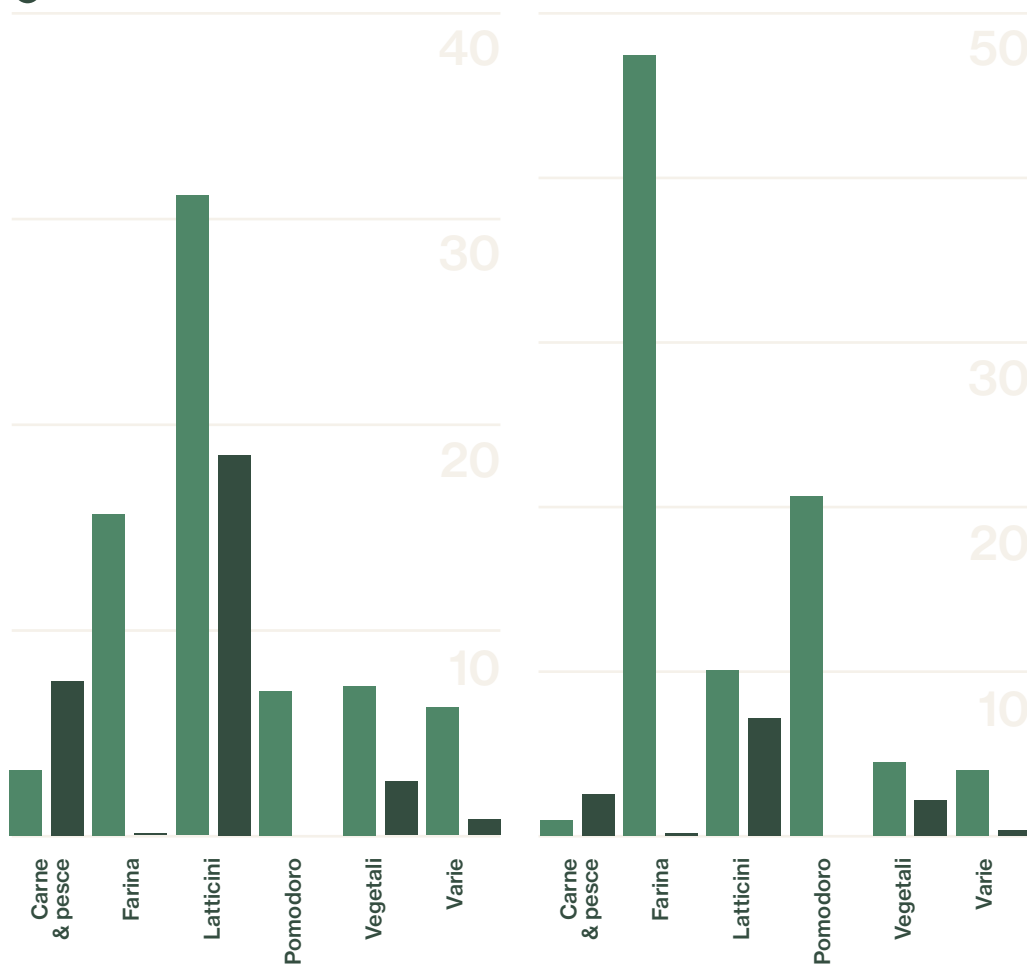
Quantità acquistate nel 2022:

Materia prima	Kg acquistati	Tot. kg acquistati	Tot. € spesi
Carne/pesce	1.244.303	3,24 %	10,58 %
Farina	18.294.053	47,57 %	15,74 %
Latticini	6.574.776	17,10 %	49,73 %
Pomodoro	7.969.777	20,72 %	7,08 %
Vegetali	2.572.101	6,69 %	9,94 %
Varie	1.802.614	4,69 %	6,92 %

Quantità espressa in euro spesi

Quantità espressa in Kg

- Italia
- Estero



Collaboriamo con consorzi e organizzazioni che garantiscono la qualità delle materie prime. Questi, rappresentano un punto di riferimento importante nel nostro impegno per offrire prodotti eccellenti ai nostri clienti.

[GRI 3-3] La Direzione si focalizza sull'instaurare rapporti di collaborazione con i fornitori, incoraggiandoli a fornire in modo continuativo le materie prime secondo gli standard concordati. Inoltre, vengono implementati processi che consentono di raccogliere informazioni sulle minacce passate e presenti alla catena di fornitura, al fine di mitigare i rischi di adulterazione o contraffazione delle materie prime. [GRI 3-3].

[GRI 204-1] Per Roncadin il concetto di "locale" trova piena espressione nella nostra regione, il Friuli Venezia Giulia: l'8% dei nostri fornitori proviene direttamente dalla nostra regione. [GRI 204-1]

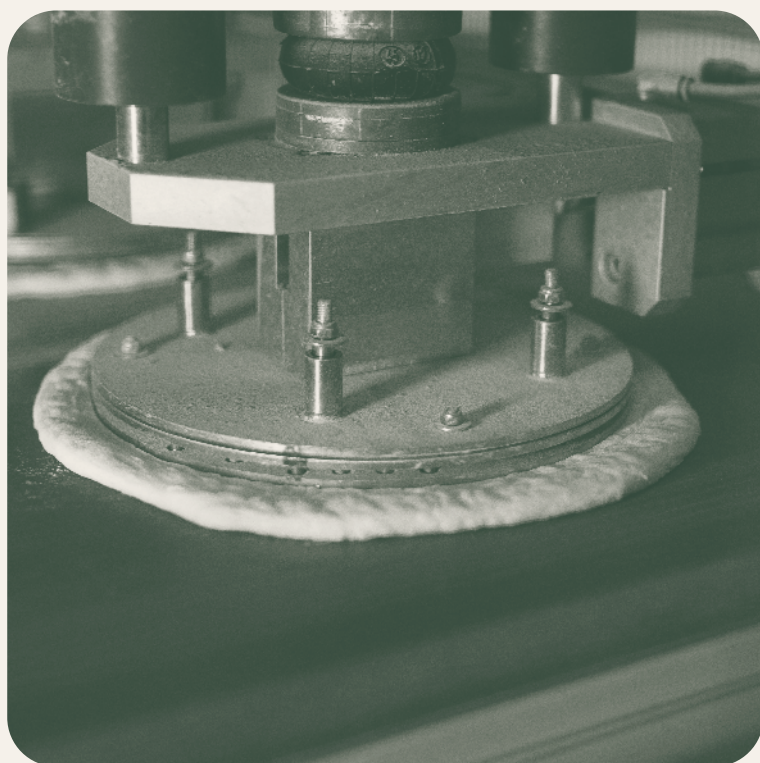
↓→ [Visita al campo di raccolta del Pomodoro italiano a Parma - Pomodori di tipo Ovalino](#)





LA PRODUZIONE

01. Preparazione impasto



03. Pressatura

04. Stesura del pomodoro



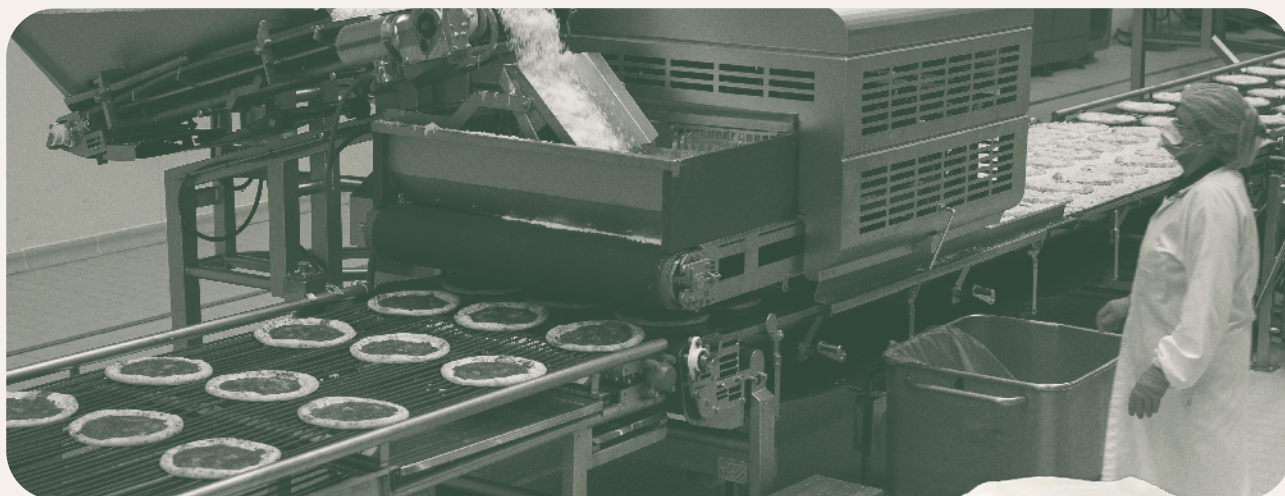


02. 24 ore di lievitazione



05.
Precottura





06. Arricchimento con la mozzarella



07. Farcitura a mano



08. Surgelazione

Dall'impasto al forno di casa tua

Roncadin non è un'industria. È un laboratorio artigianale su larga scala. Questa è la filosofia che seguiamo da sempre. Realizziamo le nostre pizze come se fossero fatte a mano, ma con l'ausilio di macchinari che ci permettono di arrivare sulle tavole di tutti, in ogni parte del mondo. Questo è il tratto distintivo che ci rende unici. Dietro ad ogni fase del processo produttivo si cela una ricerca lunga anni, sostenuta dalle nostre conoscenze e competenze. Su questo si fonda il nostro modello di business.

L'esclusiva stesura a caldo

Per riuscire nel nostro intento abbiamo studiato, realizzato e brevettato un impianto che ci permette di replicare un prodotto molto simile a quello della pizzeria. Lavoriamo l'impasto delicatamente, suddividendolo in piccole sfere, ciascuna corrispondente alla porzione di una pizza. In questo modo otteniamo la base con una sola operazione, la pressatura a caldo, che ci permette anche di ottimizzare i tempi riuscendo a produrre fino a 8.000 pezzi all'ora. Grazie alla pressatura a caldo otteniamo una pasta impermeabile, che garantisce una vera e propria barriera protettiva dall'umidità della salsa di pomodoro. Questo è il segreto che rende la nostra pizza friabile e fragrante.

Lunga lievitazione e basso contenuto di lievito

Il lievito è un altro ingrediente di fondamentale importanza. Noi lo utilizziamo esattamente come la tradizione ci insegna, il che rende le nostre pizze leggere e altamente digeribili. Ci prefiggiamo di utilizzare lievito di birra e il lievito madre naturale. E lo dosiamo con minuzia: meno dell'1%, lasciando alla lievitazione naturale il tempo di fare il suo lavoro. Infatti le nostre pizze riposano a lungo, anche fino a 24 ore. Perché si sa, per le cose fatte bene ci vuole tempo.

Farcitura a mano

Tutte le nostre pizze sono farcite a mano, utilizzando esclusivamente ingredienti di qualità, che verranno cotti solamente nei forni dei nostri consumatori. Non solo: anche l'occhio vuole la sua parte, ecco perché curiamo minuziosamente l'aspetto dei nostri prodotti, i cui ingredienti vengono dosati sotto gli occhi attenti dei nostri collaboratori.

Cottura a legna su pietra

Esattamente come al ristorante, la cottura avviene su forno a legna, realizzato in pietra refrattaria, che assicura un rilascio graduale del calore. In questo modo non solo i nostri prodotti sono più buoni ma fanno anche bene all'ambiente. La legna è infatti un combustibile naturale e rinnovabile, completamente ecologico e privo di collanti e idrocarburi.

Produzione italiana

L'intero processo di lavorazione avviene all'interno di stabilimenti italiani. Questo ci permette di portare sulle tavole di tutto il mondo la vera tradizione del nostro Paese.

OGM free

Da sempre apprezziamo quello che la natura ci offre. Questo ci ha spinto a selezionare esclusivamente fornitori che certificano OGM free tutti i prodotti destinati alle nostre pizze. Lo stesso vale anche per le nostre materie prime di origine animale. Ci affidiamo solamente ad allevamenti che fanno uso di mangimi 100% OGM free.

Acqua delle prealpi carniche

Le Prealpi Carniche, che circondano e proteggono con uno stretto abbraccio la Val Meduna, dove si trova il nostro stabilimento, ci forniscono l'acqua che utilizziamo per le nostre pizze. Questa sorge vicino al Parco Naturale delle Dolomiti Friulane, patrimonio UNESCO, a 590 metri sul livello del mare. Così, attraverso i nostri prodotti, portiamo un pezzetto del nostro territorio ovunque nel mondo.

La catena del freddo

Per garantire la qualità delle nostre pizze, utilizziamo sistemi di surgelazione all'avanguardia. Questi ci permettono di rallentare le reazioni chimiche ed enzimatiche e di conservare le caratteristiche organolettiche dei nostri prodotti. In meno di trenta minuti raggiungiamo la temperatura di -18°C e siamo subito pronti per la fase di stoccaggio.

L'imballaggio

Una fase cruciale della produzione è quella legata all'imballaggio. Diversifichiamo il processo in base alla destinazione dei nostri prodotti e in base alle richieste dei clienti. Le pizze a marchio Roncadin "ExtraVoglia", vengono imballate con un film primario (quello che avvolge la pizza) che viene realizzato con materiale organico di origine vegetale, completamente compostabile e facilmente smaltibile nel rifiuto umido. Inoltre, per tutti i prodotti realizzati, stiamo collaborando strettamente con i fornitori per ridurre il peso complessivo dell'imballaggio attraverso la riduzione dello spessore del materiale utilizzato, garantendo al contempo un'eccellente protezione del prodotto. In questo modo, riusciamo a coniugare l'efficienza nella gestione dell'imballaggio con la riduzione dell'impatto ambientale e la promozione di un'economia circolare.





↑ Operatrici addette alla farcitura - Linea 7



Vogliamo dare sempre il meglio di noi

Investimenti 2022

Sebbene gli investimenti più importanti si siano concentrati nell'ambito sicurezza e ricerca e sviluppo, i nostri obiettivi di efficientamento produttivo ci portano ad investire ogni anno in asset materiali utili ad innalzare la qualità del lavoro e la capacità produttiva aziendale.

In tal senso nel 2022 abbiamo investito 210.000 euro in nuove attrezzature, nello specifico:

- ✚ Una nuova affettatrice, specifica per servire i prodotti destinati al mercato americano, che ha aumentato la nostra capacità di soddisfare la domanda, incrementato la qualità del prodotto ed abbassato i tempi di produzione.
- ✚ Un essiccatore zona pre-cella che permette di abbattere l'umidità all'interno delle celle evitando la formazione di ghiaccio sul pavimento, in questo modo si aumenta la sicurezza degli operatori e si eliminano i tempi di attesa per lo scioglimento della patina ghiacciata.
- ✚ Un magazzino verticale ed automatico per la gestione dei ricambi delle macchine di produzione che permette di stoccare in maniera più efficiente tutti i ricambi delle macchine di produzione.
- ✚ Una nuova etichettatrice, che ci permette di soddisfare le diverse richieste di etichettatura permettendoci di etichettare anche il film protettivo oltre che l'astuccio di cartone.

Non conformità produttive, obsolescenze e sovraconsumo

Come in tutte le attività, ogni fase del ciclo produttivo presenta dei margini di errore. I principali rischi che abbiamo individuato sono:

- ✚ Le **obsolescenze**, ovvero tutti quei prodotti finiti a magazzino e non ritirati dai clienti.
- ✚ Il **sovraconsumo**, che si verifica quando viene utilizzata una quantità di materie prime superiore allo standard richiesto dal mercato. Il sovraconsumo non determina una non conformità produttiva ma comporta una necessità di approvvigionamento maggiore, con conseguente spreco alimentare.
- ✚ Le **non conformità produttive**, invece, nascono da errori in fase di produzione. Questi risultano nel mancato rispetto degli standard richiesti dal cliente.

Lavoriamo ogni giorno su questi aspetti, di modo da ridurli al minimo e da ottimizzare i nostri processi. Abbiamo infatti un team dedicato che, su base giornaliera, compila un report di produzione e che riferisce alla direzione eventuali difformità. Questo ci permette di individuare imprecisioni sistematiche nei singoli reparti

Nel 2022, l'ammontare di non conformità produttive è stato pari al 3% del totale. Nello stesso anno, lo spostamento della domanda di mercato verso prodotti di fascia più alta ha aumentato la complessità produttiva causando un incremen-

to, molto lieve in valore assoluto della percentuale di non conformità nette, pari all'1,6%, ovvero un 14% in più rispetto al 2021.

Gestione delle non conformità del modello di business

I prodotti non commercializzabili, ma consumabili dall'utente finale, vengono rivenduti all'interno dello spaccio aziendale di Meduno. Il prezzo applicato è pari al costo da noi sostenuto. In questo modo cerchiamo di ridurre al massimo lo spreco alimentare e di diffondere pratiche di consumo virtuose tra tutti i cittadini del territorio. Frazionamento delle non conformità produttive nel 2022:

	2021	2022
Formatura	1,5 %	1,4%
Farcitura	0,6 %	0,6%
Imballo	1,0 %	1,1%

In particolare, le non conformità produttive relative alla formatura e farcitura vengono reinserite nel mercato di seconda scelta e pertanto non sono classificabili come scarti; mentre le non conformità derivanti dall'imballo vengono rilavorate.

Gestiamo separatamente i prodotti non commercializzabili e non consumabili dall'utente finale, ma che hanno le caratteristiche per essere classificati come sottoprodotto. Pur essendo considerati scarti di produzione, vengono comunque da noi recuperati. In particolare, le categorie di materiali che gestiamo in quanto sottoprodotto sono due:

- ⊕ Prodotti di origine non animale, come pasta cruda o cotta, con o senza pomodoro. Queste vengono impiegate nella produzione di biogas o mangimi, per un ammontare di 6.209 tonnellate in totale.
- ⊕ Prodotti farciti, che utilizziamo per produrre biogas, con un totale che ammonta a 754 tonnellate.
- ⊕ Esiste anche una parte dello scarto che deve necessariamente essere gestita come rifiuto. In questa categoria rientrano le pizze scadute, provviste di packaging, non classificabili come sottoprodotto.



→ Roncadin Extravoglia - Classica a Bordo Alto - Margherita

LE NOSTRE CERTIFICAZIONI

Siamo orgogliosi di aver raggiunto importanti riconoscimenti e certificazioni che testimoniano il nostro impegno per la sicurezza e la sostenibilità lungo la catena di fornitura nel settore alimentare. [GRI 2-23] [GRI 2-24].

[GRI 2-23]
[GRI 2-24]



Oltre alla certificazione ISO 28000 di Accredia, che garantisce la sicurezza della nostra catena di fornitura e minimizza i rischi di contraffazione e sabotaggio, abbiamo adottato ulteriori misure per proteggere i nostri prodotti durante la distribuzione. I nostri camion e container, al momento della partenza dallo stabilimento di Meduno, sono sigillati e dotati di lucchetti che possono essere aperti solo al raggiungimento della destinazione finale. Questo sistema ci consente di evitare danni ai carichi e l'introduzione di merci o materiali di contrabbando.



Inoltre, la nostra attenzione per la qualità e la sicurezza alimentare si estende ai nostri sistemi di gestione. Siamo certificati secondo i rigorosi standard del settore alimentare come BRC ed IFS. Queste certificazioni, riconosciute dalla Global Food Safety Initiative (GFSI), sono ottenute attraverso un sistema di autocontrollo basato sui principi dell'HACCP.



La conformità al sistema di gestione della qualità è costantemente verificata, sia durante le visite ispettive dei nostri clienti più importanti, sia durante i rinnovi periodici delle certificazioni. Queste verifiche assicurano che il nostro Sistema di Gestione per la Qualità sia adeguato e coerente con i più elevati standard del settore.



Per garantire la produzione biologica e la sostenibilità ambientale dei nostri prodotti, manteniamo la certificazione Bio. Questa certificazione attesta che rispettiamo gli standard imposti dall'Unione Europea in termini di produzione biologica e sostenibilità ambientale.



Oltre a queste certificazioni, ci impegniamo anche a ottemperare ad altre norme e standard specifici per alcuni dei nostri prodotti. Ad esempio, siamo certificati MSC per la pesca sostenibile, la certificazione RSPO per l'utilizzo sostenibile dell'olio di palma, il marchio Demeter per i prodotti provenienti da coltivazioni biodinamiche, il marchio V-LOGO per prodotti vegetariani e vegani, nonché la certificazione per i prodotti vegani.



Infine, per quanto riguarda l'aspetto ambientale, ci siamo certificati secondo lo standard UNI EN ISO 14001:2015 centrando un obiettivo che ci eravamo posti nel 2021. Questa certificazione attesta che abbiamo un Sistema di Gestione Ambientale efficace per controllare e migliorare sistematicamente gli impatti ambientali delle nostre attività.

Queste certificazioni e riconoscimenti testimoniano il nostro impegno costante per garantire la qualità, la sicurezza e la sostenibilità dei nostri prodotti e dei nostri processi. Continueremo a seguire e adottare le migliori pratiche per soddisfare le esigenze dei nostri clienti e contribuire a un futuro più sostenibile.

→ Area preparazione salse - cucina Roncadin





↑ Laboratorio microbiologia interno - analisi ingresso materie prime



CAPITALE INTELLETTUALE



Il capitale intellettuale identifica i 3 elementi immateriali che portano un valore aggiunto all'azienda, quali ad esempio professionalità, know-how ed esperienza. Per la costruzione del nostro capitale intellettuale, ci siamo focalizzati soprattutto sulla valorizzazione delle attività di ricerca e sviluppo che riguardano i prodotti e i processi di lavorazione. L'obiettivo è quello di mantenerci al passo con le esigenze del mercato, garantendo la continuità aziendale.





Finalità di beneficio comune

Si tratta di sviluppare progetti di efficienza energetica e produttiva che, attraverso l'utilizzo di tecnologie innovative e migliori pratiche quotidiane, favoriscano la riduzione dello spreco energetico e delle materie prime impiegate nel processo produttivo.



Gli input

Quasi 1.010.000 €

L'investimento per acquisire il 95% di Zero s.r.l. il nostro investimento in ricerca e sviluppo, un valore pari al 36% del CAPEX.



Gli Output

176

I nuovi prodotti, pari al 26% del totale dei codici venduti

25.523.857 €

Ciò che deriva dalla vendita di nuovi codici

1.910.00 €

I ricavi derivanti da nuovi prodotti in Zero srl che rappresentano il 6% del totale dei codici venduti, inseriti grazie alla intensa collaborazione con i nostri esperti in ricerca e sviluppo



Gli outcomes

Quest'anno l'azienda ha deciso di ampliare la propria gamma di prodotti non solo attraverso attività di ricerca interna ma attraverso una differenziazione nella tipologia di prodotto e l'integrazione della produzione con l'acquisizione di Zero s.r.l.. I dati mostrano che i nostri investimenti per rispondere alle esigenze del mercato sono risultati efficaci: ci hanno permesso di fare il nostro ingresso nel mercato dei prodotti panificati freschi, differenziando ed ampliando in questo modo la nostra gamma di prodotti. Attraverso queste attività cerchiamo di accrescere la nostra capacità di ascoltare e anticipare le esigenze di mercato, in modo da soddisfare le richieste dei clienti. Questo modello di business porta uno sviluppo continuo all'interno dell'azienda, con importanti ricadute sulla comunità e sul territorio.



Gli obiettivi futuri

- ❑ Proseguire nel miglioramento continuo di prodotti e processi di lavorazione
- ❑ Investire nell'immagine dell'azienda
- ❑ Rendere il nostro modello di business sempre più adatto a supportare la nostra crescita
- ❑ Individuare e soddisfare tutti i trend del mercato

RICERCA E SVILUPPO: VERSO PRODOTTI PIÙ SOSTENIBILI ED INCLUSIVI

Le attività di ricerca e sviluppo sono i pilastri del nostro modello di business: mantengono la nostra azienda competitiva sul mercato e garantiscono la continuità aziendale. Si tratta di cercare di superare costantemente i nostri limiti, alzando sempre di più la qualità e il livello di innovazione dei prodotti.

Fanno parte della ricerca e dello sviluppo due macro-tendenze, fortemente interconnesse:

- ⊕ Lo sviluppo di nuove ricette, finalizzato a presidiare nuovi mercati, entrare in segmenti di mercato nuovi e a soddisfare i bisogni dei consumatori, in costante evoluzione.
- ⊕ La ricerca per ottimizzare i processi, con l'obiettivo di renderli più sostenibili sotto il profilo economico, umano e ambientale.

La nostra struttura aziendale sviluppa ciascun progetto utilizzando



L'area ricerca e sviluppo di nuovi prodotti segue la nostra mission: Roncadin, la pizza per tutti, ovunque. Questo ci fa trovare sempre nuove soluzioni affinché tutti, ma proprio tutti, possano mangiare la nostra pizza, anche in presenza di particolari scelte o regimi alimentari. I due valori che orientano la nostra progettualità sono l'inclusività e l'innovazione. Soprattutto a partire dal 2021, questo ci ha permesso da un lato di concentrarci sulla soddisfazione di tutte le esigenze alimentari, dall'altro di sviluppare nuove soluzioni di panificazione.



↑ Roncadin Extravoglia - Classica a Bordo Alto - Parmigiana

↑ Area ingresso tunnel di surgelazione





PRODOTTI INCLUSIVI: PIZZA EVERYWHERE, FOR EVERYONE

Go vegan

Sempre più persone decidono di sperimentare una dieta vegana. Per far fronte alla conseguente richiesta del mercato, il settore alimentare ha ampliato la qualità e la quantità di prodotti vegani. Per quanto riguarda le pizze surgelate, è necessaria una ricerca mirata, in quanto esistono delle criticità che possono penalizzare i consumatori, a causa del gusto e dell'aspetto dei prodotti. Avendo come obiettivi la qualità e la soddisfazione di chi ci sceglie, abbiamo ricercato nuovi ingredienti e nuove ricette, in modo da mettere sul mercato un prodotto che sia invitante sotto ogni punto di vista.

Impasti iperproteici e low-carb

La pizza si compone principalmente di carboidrati. Lo sanno benissimo le persone che devono seguire delle diete ipoglicemiche e chetogeniche. Ma perché privare qualcuno di questo piacere? Da anni siamo alla ricerca di nuovi impasti, partendo dallo studio di un innovativo mix di materie prime, per variare le caratteristiche nutrizionali proprie del cibo italiano più conosciuto al mondo e arrivare a tutti coloro che hanno voglia di pizza.

Impasti low salt

Uno dei punti più importanti del nostro statuto è il perseguimento di obiettivi di beneficio comune, tra cui la promozione a stili di vita sani e salutari. Proprio per questo è diventata fondamentale la ricerca che ha come fine la produzione di impasti a basso contenuto di sale. Tale riduzione interessa sia l'impasto che la farcitura, e prevede delle sperimentazioni tecniche per una corretta lievitazione dell'impasto e per la massimizzazione del sapore a fronte di una riduzione del sale.

ZERO: LA PINSA FRESCA, TOTALMENTE ARTIGIANALE DI RONCADIN

Zero rappresenta un vero e proprio laboratorio artigianale di ricerca e sviluppo, nel quale mettiamo in atto processi e metodologie flessibili che ci permettono di esplorare nuove possibilità e sperimentare con ingredienti di alta qualità. Attraverso un approccio creativo e un continuo scambio di idee, lavoriamo per creare prodotti che siano all'avanguardia nel settore della pinsa fresca, soddisfacendo le esigenze dei nostri clienti e anticipando le tendenze di mercato.

Il processo produttivo di Zero si basa principalmente su metodi artigianali, che consentono di ottenere prodotti di altissima qualità e di creare un'esperienza culinaria autentica e apprezzata dai nostri clienti.

Il processo è così strutturato:



Le fasi operative comprendono l'impasto - coadiuvato dall'ausilio di macchinari -, il rovesciamento e la spezzatura manuale dell'impasto, seguiti dalla lievitazione in una cella apposita. L'impasto presenta due lievitazioni: una lenta maturazione a freddo per 24 ore e, successivamente alla porzionatura in sezioni, una seconda lievitazione che dura alcune ore..

Successivamente avviene la PINSATURA, una laminazione esclusivamente manuale, seguita dalla cottura e dal raffreddamento.

È a questo punto che la base della pinsa viene trasferita su un nastro e infornata. Una volta cotta, passa attraverso una spirale di raffreddamento per poi essere confezionata mediante l'utilizzo di un macchinario in atmosfera controllata.

Per quanto riguarda la pinsa farcita, il condimento viene aggiunto dopo la fase di raffreddamento.

Segue il confezionamento in atmosfera modificata e il relativo imballaggio.

↑ [La produzione della Pinsa in Zero a Sommacampagna \(VR\)](#)





CAPITALE UMANO



Il capitale umano è centrale per la Roncadin. I valori etico-organizzativi, le competenze che le risorse umane esprimono rappresentano la base su cui l'azienda può guardare con ottimismo al futuro. Per garantire equità e trasparenza nelle condizioni lavorative l'azienda applica il CCNL. Grazie al nostro ambiente stimolante e alle opportunità di apprendimento, i dipendenti crescono professionalmente, sostenuti attivamente da percorsi di crescita sia collettiva che individuale mediante programmi formativi mirati, consentendo a chi lo desidera di sviluppare le proprie attitudini. Questo ci porta a creare un ambiente di lavoro dinamico improntato sul benessere e la realizzazione di tutte le persone. L'investimento sulla salute e sulla sicurezza dei nostri dipendenti, dentro e fuori il luogo di lavoro, è fondamentale perché riteniamo che il loro benessere sia essenziale per sviluppare al meglio le potenzialità delle nostre persone. Per migliorare costantemente il nostro approccio alla gestione delle risorse umane, utilizziamo degli indicatori appositamente individuati. Questi ci permettono di valutare in modo preciso e sistematico il valore aggiunto che i nostri dipendenti portano all'organizzazione.

ES



Finalità di beneficio comune

- ❏ Divulgare e rafforzare la cultura della salute anche al di fuori del contesto lavorativo.
- ❏ Promuovere iniziative che accolgano i bisogni dei dipendenti.
- ❏ Contribuire a creare valore per il territorio attraverso nuovi posti di lavoro.



Gli input

743

La quota di dipendenti raggiunta nel 2022

946,847

Il totale delle ore lavorate nel 2022

80.942 €

Il nostro investimento in formazione del personale

14%

L'utile del 2021 che abbiamo reinvestito in misure di sicurezza all'interno dell'azienda, pari a 450.000 euro

3,46%

L'utile del 2022 che abbiamo erogato attraverso accordi di II° livello, come premio di produzione ai dipendenti.

40

I bambini dei nostri collaboratori che hanno usufruito del centro estivo con laboratorio di panificazione, che abbiamo messo a loro disposizione a titolo completamente gratuito

28

Il numero di collaboratori presenti in Zero srl

41.287

Il totale delle ore lavorate in Zero srl



Gli Output



+8%

L'aumento del compenso medio ai nostri dipendenti per ora lavorata rispetto al 2021

15,5%

La percentuale del valore creato distribuita ai nostri dipendenti, un dato inferiore del 10% rispetto al 2021 a causa del minor personale impiegato.

11%

Il tasso di turnover del 2022

1 infortunio ogni 35.068 ore

La frequenza di infortuni del 2022 un miglioramento del +39% rispetto al 2021

24.863.121 €

Il valore totale distribuito al personale, - 4% rispetto al 2021

785.019 €

Il valore distribuito al personale, il 23,4% del valore della produzione in Zero srl

1

Gli infortuni riscontrati in Zero srl

Gli outcomes



I risultati del capitale umano, confermano il trend vissuto nel 2022. L'evoluzione della domanda ci ha portato a diminuire le quantità prodotte a favore della complessità dei prodotti offerti e del loro valore. Il calo dei volumi produttivi ed il ritorno ai propri settori produttivi di molti collaboratori che avevano cambiato durante la pandemia ha portato ad un turnover pari all'11%, ed un calo in termini assoluti del valore distribuito al personale proprio a causa del minore personale impiegato. Da sottolineare il miglioramento dal punto di vista della salute e della sicurezza sul lavoro, nostra priorità assoluta è l'aumento del valore distribuito per ora lavorata rispetto al 2021.

Questi risultati portano benefici alla comunità e ai dipendenti avendo impatti positivi anche sul management.

Gli obiettivi futuri



- ❑ Implementare il piano che ci permetterà di arrivare ad un tasso di infortuni pari a zero.
- ❑ Crescere parallelamente al valore condiviso con il territorio.

LA PERSONA AL CENTRO

La nostra azienda è fatta di persone. Persone che, con le proprie capacità e conoscenze, ci rendono quelli che siamo oggi. Persone che per noi hanno un valore inestimabile.

Per questo ci impegniamo a favorire il benessere personale e professionale di chi, ogni giorno, lavora al nostro fianco. Lo facciamo salvaguardando la loro sicurezza, la loro salute e il loro benessere. Lo facciamo valorizzando la professionalità, riconoscendo e dando spazio ai meriti dei nostri collaboratori.

Abbiamo investito molto nella nostra impresa. Siamo cresciuti. Abbiamo creato nuovi posti di lavoro ma non abbiamo mai perso di vista l'importanza delle persone che hanno reso tutto ciò possibile.

La nostra politica di gestione del capitale umano si basa su valori etici per noi fondamentali: equità, integrazione e nessuna tolleranza per qualsiasi forma di discriminazione. Allo stesso tempo, ci impegniamo a curare gli ambienti di lavoro, progettando per tutelare la salute psicofisica dei nostri dipendenti e per permettere loro di esprimere al massimo le loro potenzialità [GRI 3-3].

[GRI 3-3]

Tutto il personale di Roncadin è completamente coperto dal Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro (CCNL) dell'industria alimentare [GRI 2-30]. Non ci sono lavoratori non dipendenti con mansioni controllate dall'organizzazione [GRI 2-8].

[GRI 2-30]
[GRI 2-8]

Roncadin

Dipendenti	Determinato	Indeterminato
Donne	45	534
Uomini	11	153

[GRI 2-7]

i dati forniti si riferiscono al numero effettivo di persone impiegate nell'azienda, anziché alle unità di lavoro a tempo pieno equivalenti (FTE) [GRI 2-7]

[GRI 2-7]

Dipendenti	Tempo pieno	Part Time
Donne	92	487
Uomini	130	34

[GRI 2-7]

i dati forniti si riferiscono al numero effettivo di persone impiegate nell'azienda, anziché alle unità di lavoro a tempo pieno equivalenti (FTE) [GRI 2-7]

[GRI 2-7]

Dipendenti totali: 743

Nuove assunzioni	<30	30-50	>50
Donne 2022	15	39	2
Donne 2021	11	21	1
Uomini 2022	7	11	6
Uomini 2021	10	11	1

Turnover	<30	30-50	>50
Donne 2022	18	16	8
Donne 2021	11	19	9
Uomini 2022	16	11	3
Uomini 2021	7	16	1

[GRI 401-1]

Dipendenti	Hanno diritto al congedo parentale	Hanno usufruito diritto di congedo parentale	Sono tornati al lavoro dopo aver usufruito del diritto di congedo parentale negli ultimi 12 mesi	Tasso di rientro al lavoro in azienda dei dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale
Donne 2022	110	110	110	102
Donne 2021	50	50	50	48
Uomini 2022	12	12	12	12
Uomini 2021	6	6	6	5

[GRI 401-3]

Dipendenti	Tasso di rientro al lavoro	Tasso di fidelizzazione
Donne	100%	100%
Uomini	100%	92,7%

[GRI 401-3]**Zero**

Dipendenti	Determinato	Indeterminato
Donne	6	13
Uomini	0	9

[GRI 2-7]

Dipendenti	Tempo pieno	Part Time
Donne	18	1
Uomini	9	0

[GRI 2-7]

Dipendenti totali: 28



Roncadin inc

Dipendenti	Determinato	Indeterminato
Uomini	0	2
Donne	0	4

[GRI 2-7]

Dipendenti	Tempo pieno	Part Time
Uomini	2	0
Donne	4	0

[GRI 2-7]

Dipendenti totali: 6

↓ Company Sales Meeting Roncadin



Il piano talent Roncadin

Tra la innumerevole attività, l'impegno aziendale si concentra in modo particolare sulla promozione della crescita delle competenze dei nostri collaboratori. L'obiettivo principale è quello di creare una rete di risorse umane strettamente legate ad una strategia aziendale in costante evoluzione.

Al fine di realizzare ciò, cerchiamo persone dotate di leadership, pensiero flessibile e di problem solving, caratteristiche che contraddistinguono coloro che lavorano in Roncadin. Per rendere tutto ciò possibile abbiamo sviluppato il **"Piano Talent Roncadin"**.

Abbiamo identificato le figure chiave per ogni area dell'azienda. Questo ci ha consentito di formalizzare tutte le attività svolte in un documento programmatico stabilendo una solida base per rendere i nostri obiettivi altrettanto concreti per un futuro caratterizzato da uno sviluppo continuo.

Siamo così riusciti ad individuare delle caratteristiche che hanno particolare valore per noi. Caratteristiche che, dentro a Roncadin, possono essere espresse al massimo del loro potenziale:



Formazione

La formazione è la chiave che ci permette di migliorare, ogni giorno. È uno strumento più efficace che abbiamo a disposizione per raggiungere i nostri obiettivi. Per questo abbiamo ideato diversi piani di sviluppo, diversificati in base alle mansioni e alle funzioni svolte in azienda ed erogati continuamente ai nostri collaboratori.

Ore medie di formazione erogate:

Operai 2022	11,24
Impiegati 2022	17,65
Dirigenti 2022	60,4

[GRI 404-1]

Il miglioramento continuo rappresenta un processo integrato che coinvolge l'azienda in tutte le sue sfaccettature, affinché possa progredire in modo completo. Al centro di questo processo risiede la formazione continua, che gioca un ruolo fondamentale nel tessuto imprenditoriale.

Sono proprio le competenze in costante sviluppo del personale aziendale che consentono di generare soluzioni innovative, sia a livello di prodotto che di processo.

La formazione, sia teorica che pratica, assume molteplici forme e porta benefici non solo all'azienda stessa, ma anche alle persone coinvolte e al territorio circostante.

[GRI 3-3] Si tratta di un circolo virtuoso in cui l'acquisizione di nuove conoscenze e competenze contribuisce al progresso individuale e collettivo, stimolando allo stesso tempo l'innovazione e il benessere della comunità in cui l'azienda opera. [GRI 3-3]

[GRI 3-3] La valorizzazione delle persone è una priorità per ogni responsabile di direzione, funzione e area aziendale che, in collaborazione con responsabile delle risorse umane, ha il compito di riconoscere e stimolare le persone che lavorano con lui. Per garantire un approccio completo alla formazione, il responsabile delle risorse umane si consulta con i vari responsabili per identificare le necessità di formazione hard e soft. Contestualmente, vengono proposti percorsi di crescita trasversali, che coinvolgono le diverse funzioni aziendali [GRI 3-3].

[GRI 3-3] Successivamente all'erogazione della formazione, viene monitorata e verificata l'efficacia delle azioni formative intraprese. In particolare, nei settori legati alle competenze tecniche, si valuta l'impatto positivo sui KPI, mentre per quanto riguarda le competenze relazionali, si verifica il miglioramento delle dinamiche all'interno dei team e la conseguente efficacia nel raggiungimento dei risultati [GRI 3-3].

Questo processo di monitoraggio permette di adattare e personalizzare ulteriormente le azioni formative, garantendo un continuo miglioramento e sviluppo delle competenze dei dipendenti, in linea con gli obiettivi aziendali.

PROMOZIONE DELLA SALUTE

Il nostro bene primario

La salute è il nostro bene più prezioso.

Noi, in quanto azienda, sappiamo di avere una grande responsabilità: generare consapevolezza tra i nostri dipendenti con impegno, costanza e operando su diversi fronti.

Abbiamo creato per questa ragione un regolamento integrativo, che parte da quanto previsto dal contratto e lo completa con i temi legati alla salute che più ci stanno a cuore.

È così che siamo diventati promotori attivi di stili di vita sani che migliorano lo stato generale della salute. In particolare, siamo intervenuti su:

- ✚ Campagna “Zero infortuni”: abbiamo avviato tale campagna di sensibilizzazione con l’obiettivo di comunicare l’importanza per la salute, la sicurezza e la prevenzione.
- ✚ Utilizzo consapevole dell’energia: l’energia elettrica che utilizziamo è 100% green. Questo ha degli impatti positivi non solo sull’ambiente ma anche sulla nostra salute, grazie alla diminuzione dell’inquinamento.
- ✚ Lotta contro il fumo: abbiamo istituito il divieto di fumo all’interno del perimetro aziendale. Divieto che è già stato messo in atto dal 2020.
- ✚ Alimentazione: i distributori all’interno del nostro complesso sono forniti di alimenti adatti a tutti i bisogni nutrizionali
- ✚ Attività fisica: il movimento viene incoraggiato e promosso in azienda. Abbiamo realizzato un entusiasmante evento incentrato sulla promozione della bicicletta elettrica come soluzione sostenibile e alternativa ai mezzi di trasporto convenzionali, è stata organizzata una gita con i dipendenti per esplorare il territorio, incoraggiando l’uso delle biciclette elettriche.
- ✚ Campagne di sensibilizzazione: abbiamo condotto una campagna per sensibilizzare il nostro personale dipendente sul tema della sindrome da stanchezza cronica, attraverso la distribuzione di volantini informativi e l’utilizzo dell’app aziendale
- ✚ Prodotti di qualità: ci impegniamo continuamente per garantire un’elevata qualità dei nostri prodotti, che realizziamo con materie prime controllate.

Salute e prevenzione sono concetti interconnessi per noi.

Offriamo ai nostri dipendenti un servizio di welfare che comprende pacchetti di controlli e cure mediche.

Attraverso un documento che identifica i fattori di rischio aziendali, abbiamo stabilito un protocollo sanitario che regola i controlli medici per ciascun dipendente in base alle mansioni svolte. Le visite mediche rivestono un’importanza fondamentale per noi e ci guidano nel processo decisionale.

Siamo costantemente motivati a migliorare e a guardare al futuro.

BENESSERE

Quando una persona sta bene sul posto di lavoro, si trova nelle condizioni di esprimere al meglio sé stessa. Sia dal punto di vista professionale che nella vita privata.

Uno dei nostri obiettivi di sostenibilità è proprio quello di creare, all'interno di Rongadin, un ambiente che garantisca il benessere psicofisico dei nostri dipendenti.

[GRI 3-3] Abbiamo sviluppato diverse iniziative per promuovere il benessere tra le nostre persone [GRI 3-3].

Per mantenere le relazioni aziendali e informare costantemente le nostre persone, utilizziamo l'applicazione MyNet e accogliamo le nuove risorse attraverso un programma di formazione chiamato "Welcome on Board", focalizzato sulla sicurezza, il codice etico e i valori aziendali.

Promuoviamo il CRAL (Circolo Ricreativo per i Lavoratori), che organizza attività ricreative e progetti sociali come il GREST e i centri estivi per i bambini.

Continuiamo a promuovere l'iniziativa di "Bookcrossing aziendale".

Incentiviamo le persone ad utilizzare le borracce personalizzate per ridurre l'uso della plastica.

Le nostre aree ristoro sono strutturate per favorire la condivisione e organizziamo un evento annuale chiamato "Open Day" per coinvolgere le famiglie dei dipendenti.

Abbiamo partecipato alla firma del documento delle pari opportunità di genere alla presenza dell'ex Ministra Elena Bonetti, sottoscritto da Unionfood e dalle OOSS nazionali di categoria, durante il quale abbiamo esaminato le tematiche legate alle pari opportunità, al fine di promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e diversificato.

Inoltre, abbiamo implementato un piano di welfare per i collaboratori offrendo vantaggi come i Ticket Compliments.

I dati del 2022 sono:

- ✚ € 166.634,76 erogati dall'azienda sotto forma di Ticket Restaurant
- ✚ €115.255 erogati come Premio Risultato sotto forma di welfare

Complessivamente, queste iniziative mirano a migliorare la comunicazione, le relazioni, la sostenibilità e il benessere dei nostri dipendenti.

Una gestione orientata alla famiglia

Abbiamo implementato per il personale impiegatizio un orario settimanale di 38 ore e mezza, che fin da subito ha avuto riscontri estremamente positivi.

Grazie a questo approccio, i nostri dipendenti possono aggiungere un tassello alla ricerca dell'equilibrio tra vita privata e lavorativa, con un conseguente aumento della soddisfazione generale. Sproniamo chi ci circonda a sviluppare i propri interessi e a coltivare le proprie passioni. Questo non solo ha un impatto sul benessere delle persone, ma anche sulla loro produttività e professionalità.

	Set. Tipo 1	Set. Tipo 2	Vantaggi
Lunedì	8	9	1. conciliazione vita-lavoro
Martedì	8	7	2. flessibilità orario di lavoro
Mercoledì	8	8	3. evoluzione processi aziendali
Giovedì	8	6,5	4. maggior coinvolgimento del team
Venerdì	6,5	8	5. aumento professionalità
Tot ore lavorate	38,5	38,5	6. nuovo approccio al lavoro
Differenza	-	-	7. crescita soft skills

↓ Progetto "A scuola con Rongadin" - Laboratorio con le Mani in pasta
PizzaGrest con i figli dei dipendenti



↑ OpenDay - Giornata di festa con dipendenti e famiglie





SICUREZZA

Per garantire la salute e sicurezza dei nostri dipendenti, cuore pulsante della nostra grande famiglia, ci basiamo sui principi espressi nel nostro Codice Etico.

IL NOSTRO GRANDE OBIETTIVO È RAGGIUNGERE QUOTA **ZERO INFORTUNI.**

Per farlo, adottiamo un approccio proattivo e ci avvaliamo di tutte le tecnologie disponibili. Un ruolo fondamentale in questo è ricoperto dalla formazione e informazione, strumento essenziale per aumentare la consapevolezza e il senso di responsabilità di tutti i dipendenti

OBIETTIVO **ZERO INFORTUNI**

**LA SICUREZZA È UNA PRIORITÀ:
PROTEGGIAMO NOI STESSI E
I NOSTRI COLLEGHI PER UN
AMBIENTE DI LAVORO SICURO
E PROTETTO.**

SICUREZZA



PER UN FUTURO MIGLIORE

Le performance le risorse più importanti: l'uomo. Il lavoratore è al centro del proprio sistema di sicurezza, è responsabile non solo della propria sicurezza, ma anche di quella dei colleghi e della tutela della propria famiglia.

OBIETTIVO **ZERO INFORTUNI**

**“SI TRATTA DI APPROFITTARE
DELL'OCCASIONE PER PRENDERE
QUALCHE PRECAUZIONE
PER L'AVVENIRE.”**

Indro Montanelli

PREVENZIONE



PER UN FUTURO MIGLIORE

La prevenzione è l'insieme di azioni e attività che mirano a ridurre la mortalità, la morbidità o gli effetti dovuti a determinati fattori di rischio o ad una certa patologia, promuovendo la salute e il benessere individuale e collettivo.

OBIETTIVO **ZERO INFORTUNI**

**“LA SALUTE NON È TUTTO,
MA SENZA SALUTE
TUTTO È NIENTE.”**

Arthur Schopenhauer

SALUTE



PER UN FUTURO MIGLIORE

Per salute si intende una condizione di relativo benessere fisico e psichico caratterizzato dall'assenza di gravi patologie invalidanti.

Ci avvaliamo di metriche specifiche per misurare i nostri sforzi in materia di sicurezza:

- ✚ **Ore di formazione aggiuntive rispetto a quanto previsto dalla normativa, comprendenti informazione e addestramento;**
- ✚ **Sorveglianza Sanitaria;**
- ✚ **Riunione periodica sulla Sicurezza;**
- ✚ **Investimenti effettuati;**
- ✚ **Monitoraggio e misurazione.**

Il sistema di gestione della sicurezza

Il sistema di gestione in materia di salute e sicurezza, in base alle norme di riferimento D.lgs. n.81/2008, D.lgs. 196/2003 e D.lgs. 231/01, copre tutta la sfera dei dipendenti di Roncadin S.p.A. ed il personale somministrato. I rischi specifici (SVR) relativi alle diverse mansioni sono mappati nel Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) aziendale, nel quale viene specificato per ogni scheda la tipologia di rischio, l'ambiente di lavoro, macchine ed impianti utilizzati, DPI, protocollo sanitario e programma formativo [GRI 403-1].

[GRI 403-1]

L'approccio aziendale è quello della prevenzione, che si traduce in un coinvolgimento complessivo di tutte le risorse umane presenti in Azienda.

L'analisi dei rischi viene infatti effettuata coinvolgendo tutti gli attori aziendali: il Datore di Lavoro, il Procuratore Speciale per la Sicurezza e l'Ambiente, il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione, il Medico Competente e i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza.



La valutazione dei rischi ci permette di individuare le migliori misure di prevenzione per eliminare o limitare al massimo l'esposizione al rischio del lavoratore. Questa è strutturata in 3 fasi:

- ✚ **Identificazione del pericolo**
- ✚ **Stima del rischio**
- ✚ **Ponderazione del rischio**



Nel nostro sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro, adottiamo processi mirati per individuare e valutare i rischi legati alle attività lavorative. Utilizziamo diversi strumenti e approcci, tra cui l'Analisi degli Infortuni, la segnalazione di Near Miss, il confronto con i preposti, la collaborazione con i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), i sopralluoghi del Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP), le consulenze tecniche, le istruzioni operative e la raccolta di suggerimenti per il miglioramento continuo da parte di tutti i lavoratori [GRI 403-2].

[GRI 403-2]

Qualora si manifestino situazioni e/o comportamenti pericolosi, questi possono essere comunicati direttamente ai preposti, tramite bacheche nei reparti produttivi e tramite il whistleblowing anonimo [GRI 403-2].

[GRI 403-2]

Successivamente, vengono registrati come previsto dalle procedure esistenti, e i dati raccolti vengono analizzati e vengono condivise eventuali modifiche a istruzioni di lavoro.

Infortuni

Per prevenire o mitigare impatti negativi in termini di salute e sicurezza sul lavoro, abbiamo adottato un approccio rigoroso basato sulla regolamentazione e la formalizzazione delle aree, attività e fasi che richiedono specifiche procedure o istruzioni operative

Il coinvolgimento, la consapevolezza e la sensibilizzazione sono elementi centrali della nostra politica di prevenzione infortuni a tutela della salute e sicurezza. Tutti, a seconda del ruolo ricoperto in Azienda, sono chiamati a portare a conoscenza degli aspetti che possono avere un impatto sullo svolgimento delle attività in sicurezza.

In azienda sono stati istituiti appositi comitati che hanno la responsabilità di continua analisi degli impatti di salute e sicurezza nei confronti dei lavoratori, verificandone la corretta certificazione dei macchinari, l'addestramento e formazione degli operatori, l'adeguatezza degli ambienti di lavoro, ecc. [GRI 403-4]

[GRI 403-4]

2021		
N. di infortuni	Giorni tot. di assenza per infortunio	Indice di Gravità
37	1.171	1.1
2022		
N. di infortuni	Giorni tot. di assenza per infortunio	Indice di Gravità
27	538	0.56



↑ Area Imballo - Confezionamento

[GRI 403-9]

In Roncadin nel 2022 l'indice di frequenza è diminuito, attestandosi al 29%, contro il tasso del 2021 pari al 34,9%. Tale indice è calcolato come rapporto del numero totale degli infortuni sulle ore lavorate dai dipendenti, che ammontano a 946.847,25 nel 2022; il risultato è calcolato su base di 1.000.000 di ore lavorate [GRI 403-9].

I pericoli sul lavoro che presentano un rischio di infortunio con conseguenze gravi sono stati determinati utilizzando il principio del Rischio (R) uguale alla Probabilità (P) moltiplicata per la Gravità (G) dell'evento. Rispetto all'anno precedente sia l'indice di frequenza che quello di gravità sono diminuiti. In particolare, l'indice di frequenza del 2022 è pari a 28,33 (rispetto al valore del 2021 pari a 34,91); mentre l'indice di gravità si è dimezzato passando da 1,10, registrato nel 2021 a 0,56 nel 2022.

Formazione specifica sulla sicurezza

Per ridurre al minimo i rischi, sono state intraprese diverse azioni:

- ✚ formazione dei lavoratori per sensibilizzare sui pericoli e promuovere comportamenti sicuri;
- ✚ formazione dei preposti per aumentare la consapevolezza e l'importanza del ruolo da loro ricoperto. Sono proprio i preposti le prime figure di riferimento nell'ambito dell'attività di vigilanza e controllo della corretta esecuzione delle attività da parte dei lavoratori. Questo compito implica un'importante responsabilità: garantire l'attuazione delle direttive ricevute e esercitare un funzionale potere di iniziativa, assicurando un ambiente lavorativo sicuro e rispettoso delle pratiche corrette. [GRI 403-9].

[GRI 403-9]

Nel 2022, il totale delle ore di formazione relative alla sicurezza sono pari a

2726 ore

Negli Stati Uniti i nostri collaboratori lavorano principalmente da remoto e viene applicata la normativa di riferimento per il mercato americano, OSHA (Occupational Safety and Health Administration). Questa regolamenta la predisposizione di un luogo di lavoro sicuro e sano. Il rischio di infortunio dello stabilimento americano è legato alle attività impiegate e non si sono registrati infortuni nel 2022.



CAPITALE SOCIALE E RELAZIONALE



Il capitale relazionale e sociale racconta le relazioni che costituiscono la comunità Roncadin, formata da tutti i portatori d'interesse, con particolare attenzione a quelli esterni, quali i clienti, i fornitori e la comunità territoriale. Si tratta di un concetto misurabile tramite l'analisi della percezione esterna del nostro brand.





Finalità di beneficio comune

Attrarre, sviluppare e formare nuovi talenti.



Gli input

6

Le fiere nel 2022 in cui sono stati distribuiti 200 company profile utili a presentare la nostra azienda

170.000 €

L'investimento per la partecipazione alle fiere di settore

83

Le attività e gli eventi promossi dall'azienda a favore dei dipendenti, i nostri primi brand ambassador

300.000 €

L'investimento in ambito marketing, per far conoscere il nostro marchio e la nostra qualità

1.632.431

Gli utenti raggiunti attraverso la nostra attività social 2022

1

Lo studente del corso "Origini" del MIB - School of Management di Trieste

4

Tirocinanti ospitati per un tirocinio formativo. Siamo soci di Confindustria Alto Adriatico ed Union Food, associazioni che ci permettono di ampliare la nostra comunità.



Gli Output

34.816.752 €

Il valore aggiunto creato da Roncadin, -2% rispetto al 2021

102

Il numero di clienti attivi nel portafoglio clienti Roncadin al 31 dicembre 2022, il 12% in meno rispetto al 2021

1.572.240 €

La spesa media di ogni singolo cliente in prodotti Roncadin, 22% rispetto al 2021

0,0003 %

la percentuale dei reclami sul totale delle pizze vendute

515.116€

il valore aggiunto creato da Zero srl nel 2022

36

Il numero di clienti attivi al 31 dicembre 2022

92.995 €

La spesa media di ogni singolo cliente di Zero srl nel 2022

0,0003%

La percentuale di reclami sul totale dei prodotti venduti

Gli outcomes



L'anno appena trascorso ha segnato una ripresa completa delle attività e degli eventi utili a coltivare le relazioni con i clienti e con i nostri collaboratori. Crediamo fortemente nel valore dell'incontro, che migliora la percezione del brand e le relazioni con i clienti. Non ci siamo fatti sfuggire la rinnovata opportunità di partecipare alle fiere, di promuovere momenti di incontro e condivisione con i collaboratori e di agevolare la loro partecipazione ad eventi culturali e sportivi. L'aumento della spesa media per cliente testimonia ancora una volta il cambio del mix di domanda, verso prodotti più complessi e ricchi ed allo stesso tempo la nostra capacità di fidelizzazione fondata sulla creazione di rapporti stabili e duraturi.

Gli obiettivi futuri



- Abbiamo raggiunto l'obiettivo di aumentare il valore della spesa media per cliente grazie agli importanti investimenti fatti sugli input sia in termini economici sia in termini di impegno.
- Vogliamo, nel breve termine, coinvolgere in questa strategia anche Zero srl, aumentando il valore portato da ogni cliente ed il valore aggiunto creato.

↓ Esposizione packaging - Fiera Marca (Bologna)



LA RELAZIONE CON I NOSTRI CLIENTI

La base della relazione con i nostri clienti è la collaborazione. Il nostro mercato principale è attualmente rappresentato dalla GDO, a cui forniamo prodotti in private label. Va da sé che il successo per questa tipologia di produzione si basa sull'ideazione di prodotti innovativi, di qualità e, soprattutto, pensati in modo specifico a seconda del target e del territorio.

Noi facciamo del nostro meglio, insomma, per fornire un prodotto che, spinto dalla comunicazione dei supermercati, possa soddisfare le esigenze dei consumatori attraverso prodotti di qualità pari o superiore rispetto ai prodotti di marca. Si tratta a tutti gli effetti di un lavoro di squadra. Questa collaborazione è la chiave che ci spinge al miglioramento costante, e che ci porta verso nuovi rapporti. L'obiettivo è la crescita di tutti gli attori della filiera, finalizzata alla soddisfazione dei consumatori

La nostra azienda valorizza l'interazione con ogni singolo cliente, poiché riteniamo che sia fondamentale definire linee guida e procedure specifiche per garantire un rigoroso controllo della qualità del prodotto. In particolare, con i nostri clienti di Private Label, stabiliamo un dialogo costante attraverso l'utilizzo di portali di condivisione dati, dove vengono dettagliate le specifiche del prodotto da realizzare.

Questo approccio ci consente di mantenere un tracciamento accurato e di adattarci alle esigenze specifiche di ciascun cliente. La gestione della qualità e della sicurezza alimentare avviene attraverso questi portali, dove vengono comunicate le richieste, segnalazioni e, se necessario, le azioni correttive da intraprendere.

Attraverso questa stretta collaborazione e comunicazione diretta, siamo in grado di garantire la massima soddisfazione dei nostri clienti, offrendo prodotti di alta qualità che rispondono alle loro esigenze e che rispettano rigorosi standard di sicurezza. La trasparenza e la tempestività delle interazioni ci permettono di affrontare prontamente eventuali problematiche e di adottare le misure correttive necessarie per garantire il pieno rispetto dei requisiti e la piena soddisfazione dei clienti.





Your private label specialist



LE FIERE A CUI ABBIAMO PARTECIPATO

- ✚ **Marca, Bologna:** unica fiera italiana dedicata alla marca commerciale dove la distribuzione moderna organizzata ha uno spazio espositivo per le proprie insegne. Questa fiera ci permette di coltivare ed espandere le relazioni con le principali insegne della GDO-DO alla ricerca di prodotti d'eccellenza made in Italy da mettere a scaffale. Alla fiera hanno partecipato 900 aziende espositrici principalmente focalizzate sul settore food e oltre 12.000 visitatori.
- ✚ **Cibus, Parma:** evento B2B dedicato a visitatori professionisti provenienti dai diversi settori di interesse del settore agroalimentare, GDO, Ho.Re.Ca & Food Service ed ospita tutte le diverse realtà produttive dell'industria agroalimentare italiana: dai grandi player alle eccellenze di nicchia. Nel 2022 erano presenti 3.000 espositori tutti italiani e 70.000 visitatori.
- ✚ **PLMA, Amsterdam:** fiera internazionale che riunisce produttori e rivenditori al dettaglio alla ricerca di nuovi prodotti, contatti ed idee in grado di favorire il successo e la crescita del business del private label. Nel 2022 sono stati ospitati oltre 2.500 espositori e 15.000 buyer provenienti da 122 paesi diversi.
- ✚ **PLMA, Chicago:** fiera internazionale che si svolge a Chicago, negli Stati Uniti, con una struttura simile all'evento fieristico organizzato ad Amsterdam ma con un pubblico più ampio e prevalentemente americano. L'evento è caratterizzato dalla partecipazione di numerosi consorziati con PLMA, che rappresentano aziende del settore dei prodotti a marchio privato.
- ✚ **Sial, Parigi:** evento che riunisce in un unico luogo il meglio dell'offerta agroalimentare internazionale, mettendo a disposizione uno spazio di confronto, dibattito e condivisione sulle sfide, le tendenze e le buone pratiche della filiera. L'edizione 2022 è stata dedicata alla sfida di riunire l'ecosistema alimentare per rispondere alle grandi trasformazioni in atto. Hanno partecipato 7.200 espositori e 310.000 operatori professionali provenienti da 120 paesi.
- ✚ **Hospitality Management Forum Milano:** evento il cui obiettivo primario è incentivare un dialogo diretto tra aziende e protagonisti dell'hotellerie finalizzato a mettere sul tavolo comune gli strumenti migliori per sviluppare e potenziare il proprio business.

PRODOTTI SICURI E DI QUALITÀ

In Roncadin, la sicurezza e la qualità degli alimenti sono elementi essenziali. La nostra attenzione costante verso il controllo della qualità ci permette di offrire prodotti che rispettano i massimi standard di sicurezza alimentare, garantendo, inoltre, un'esperienza di gusto e affidabilità senza compromessi.

[GRI 416-2]

ZERO CASI DI NON-CONFORMITÀ relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi [GRI 416-2].

Il nostro approccio per un prodotto sicuro e di qualità

I nostri processi interni per la sicurezza e la qualità ci aiutano ad anticipare e rispondere a qualsiasi sfida.

Nell'ottica di garantire la massima qualità e sicurezza dei nostri prodotti, l'azienda adotta un rigoroso processo di verifica interna per tutte le tipologie di prodotti [GRI 416-1]. Svolgiamo analisi approfondite sul prodotto finito e sulle materie prime utilizzate, seguendo scrupolosamente i nostri standard di qualità. Inoltre, effettuiamo controlli interni su diverse aree di produzione per assicurarci che ogni fase del processo rispetti i nostri elevati standard.

[GRI 3-3]

In Roncadin vengono effettuati accurati controlli quotidianamente, e operiamo nel rispetto di tutte le normative comunitarie in materia di corretta etichettatura degli alimenti (compresa la dichiarazione degli allergeni) [GRI 3-3].

La dichiarazione di contaminazione crociata in etichetta è richiesta dai regolamenti UE per garantire trasparenza e sicurezza alimentare ai consumatori sensibili a determinati allergeni e che potrebbero subire gravi conseguenze in seguito alla consumazione del prodotto.

La tempestiva gestione dei potenziali reclami qualitativi è fondamentale per noi. Il nostro team di qualità si occupa di analizzare prontamente eventuali segnalazioni da parte dei clienti.

La nostra dedizione alla qualità non si limita solo ai controlli, ma si estende anche all'efficacia delle azioni correttive. Un nostro team ristretto di controllo qualità verifica settimanalmente l'efficacia delle azioni intraprese in risposta alle non conformità interne. Inoltre, il nostro team completo valuta mensilmente tali azioni per garantire il miglioramento continuo.

[GRI 3-3]

La formazione del nostro personale è una priorità per noi, poiché crediamo che una cultura della sicurezza alimentare e della qualità inizi con una preparazione solida. Investiamo nella formazione costante del nostro team al fine di promuovere una cultura interna di attenzione e rispetto per la qualità e di conseguenza offrire ai nostri clienti prodotti di eccellenza che riflettano il nostro impegno costante per la bontà e la qualità [GRI 3-3].

Controlli esterni: la valutazione dei fornitori

Chiediamo ai nostri fornitori di rispettare dei protocolli molto più restrittivi rispetto a quanto sancito dalla normativa. Così facendo siamo in grado di individuare immediatamente le rare non conformità delle materie prime e di non farle avanzare nel processo produttivo.

Per tale motivo, richiediamo ulteriori controlli esterni:

- ✚ I fornitori delle nostre farine sono tenuti ad analizzare il grano in ingresso e la farina in uscita. Ci vengono così fornite delle garanzie sul prodotto, che poi verificiamo nuovamente attraverso controlli interni.
- ✚ Le altre materie prime vengono esaminate sia dal punto di vista organolettico che dimensionale, nel rispetto dei parametri indicati nella scheda tecnica del fornitore, inoltre vengono monitorate dal punto di vista analitico (microbiologico e chimico) con una frequenza stabilita dal piano di controllo redatto sulla base dell'analisi del rischio.
- ✚ Le materie prime più delicate vengono esaminate scrupolosamente per ogni singolo lotto.

Le nostre politiche di sicurezza e qualità

Per garantire il massimo livello di protezione, abbiamo sviluppato una rigorosa policy interna che affronta specificamente gli impatti legati alla salute e alla sicurezza. Questa policy è parte integrante del nostro piano aziendale per la qualità, che ci guida nella realizzazione di prodotti sicuri e di alta qualità.

È presente inoltre un processo di gestione dei reclami efficiente e inclusivo. I consumatori possono comunicare le loro preoccupazioni attraverso diversi canali, inclusi il nostro sito web e i social media. Sul nostro sito web, forniamo un modulo dedicato che consente loro di compilare i dettagli del reclamo in modo chiaro e completo. Inoltre, abbiamo attivato una presenza attiva sui principali social media, in modo da poter ricevere segnalazioni, commenti o messaggi diretti da parte dei clienti finali.

In aggiunta ai canali tradizionali, accogliamo anche lettere e suggerimenti inviati direttamente al nostro reparto qualità.

Una volta ricevute queste segnalazioni, ci impegniamo a rispondere tempestivamente a ciascuna di esse. Il nostro team dedicato valuta attentamente ogni segnalazione e lavora per risolvere il problema nel minor tempo possibile.

Oltre a gestire eventuali reclami individuali, analizziamo anche le segnalazioni in modo aggregato per identificare eventuali tendenze o problemi ricorrenti. Questo ci consente di adottare misure preventive e/o implementare azioni migliorative a livello per perfezionare la qualità dei nostri prodotti o servizi e prevenire reclami futuri. [GRI 2-25]

[GRI 2-25]

Il nostro impegno verso la sicurezza alimentare è ulteriormente sottolineato dalla nostra certificazione BRC/IFS, che rappresenta un riconoscimento fondamentale nel settore. Queste certificazioni, insieme alle normative standard ASFO, sono un chiaro segnale del nostro impegno nel garantire la sicurezza alimentare e nel rispettare i più elevati standard di qualità [GRI 3-3].

[GRI 3-3]





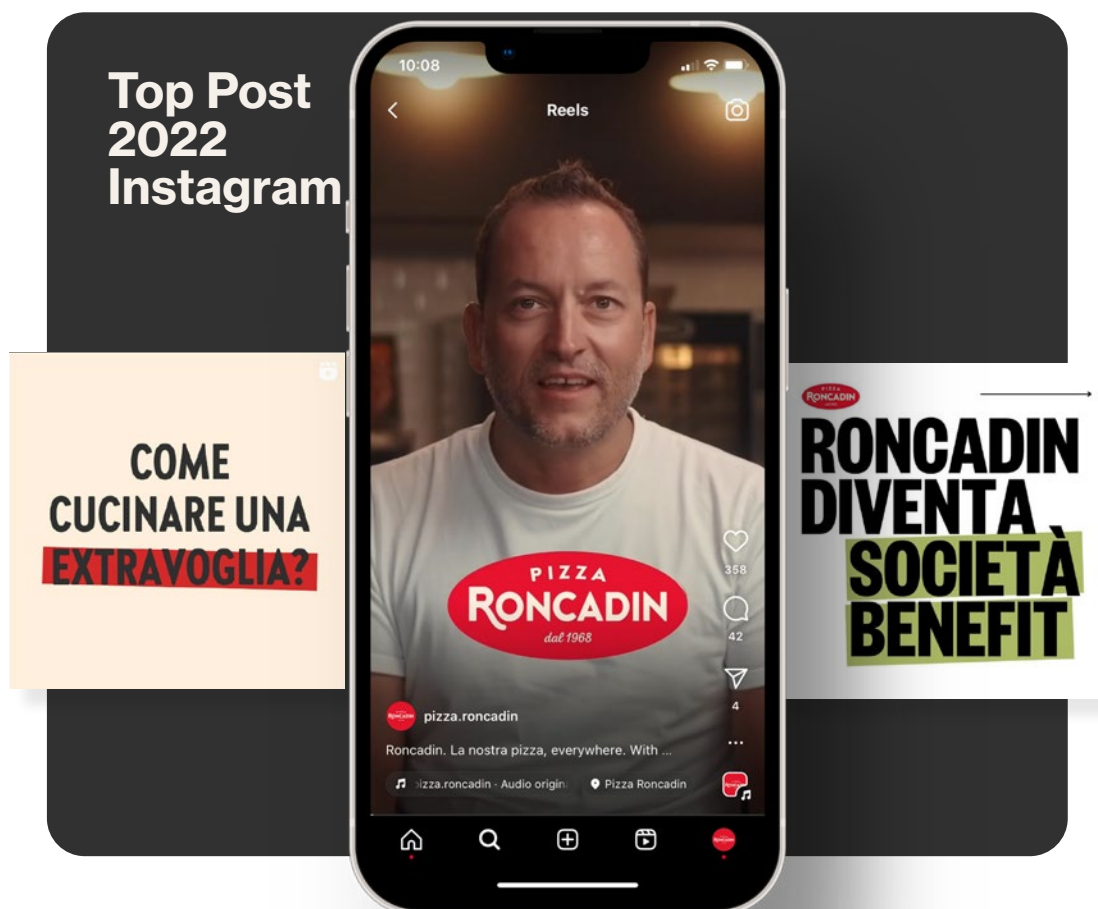
COME GESTIAMO I RAPPORTI CON I NOSTRI STAKEHOLDER

La collaborazione e il rapporto diretto e costante con i nostri stakeholder è fondamentale per il modello di business Roncadin. Un grande contributo in questo senso è dato dalla creazione di una comunità virtuale: il coinvolgimento degli utenti all'interno delle nostre piattaforme social rappresenta infatti un'occasione per monitorare le esigenze dei nostri clienti e accrescere il senso di comunità legato al nostro brand.

Comunicazione esterna

La nostra comunicazione deve essere aperta e diretta. Per raggiungere questo obiettivo ci avvaliamo di due elementi fondamentali: il sito web e i social media. Quest'anno sono cresciuti i follower sulle principali piattaforme social: contiamo 2.353 follower su Instagram e 12.351 like su Facebook, e continuiamo a crescere anche su TikTok con 146 follower e oltre 2700 like. Attraverso LinkedIn invece coltiviamo relazioni con i diversi partner del nostro business.

 **2.353** follower  **12.351** like  **146** follower **+2700** like



Sul sito web aziendale è invece presente una mail dedicata, grazie alla quale i nostri clienti possono inoltrare qualsiasi segnalazione, indicare suggerimenti o presentare richieste particolari.

Comunicazione interna

Per favorire una comunicazione efficace e promuovere il benessere dei collaboratori, utilizziamo l'applicazione aziendale "MyNet".

La sezione più utilizzata dell'applicazione è la Bacheca, che ci consente di condividere informazioni, programmare attività e presentare nuove iniziative. Questo strumento non solo facilita la comunicazione interna, ma ci permette anche di valutarne l'efficacia e la qualità.



MyNet Roncadin



Per accrescere il senso di appartenenza, svolgiamo una serie di attività finalizzate a sostenere i nostri dipendenti:

- ✚ Condividiamo i momenti di festa, proprio come una grande famiglia: a Natale non possono mai mancare l'aperitivo, la lotteria e i cesti pieni di regali; a Pasqua abbiamo mangiato l'uovo e Carnevale è l'occasione perfetta per ritrovarci e mangiare insieme le frittelle. Inoltre, ogni nuovo assunto viene accolto con un welcome kit.
- ✚ Allo spaccio aziendale l'offerta viene costantemente ampliata, fino a comprendere i prodotti freschi. In questo modo, all'uscita dal lavoro i nostri dipendenti sanno sempre che per il pane, il latte e altri beni di prima necessità possono contare su di noi.
- ✚ Nessun nuovo prodotto viene lanciato sul mercato prima di sentire l'opinione di chi lavora con noi: nell'area ristoro sono sempre disponibili le nuove pizze, e le opinioni sono ben accette.
- ✚ I nostri dipendenti hanno a disposizione una biblioteca aziendale, per prendere in prestito i libri o semplicemente per leggere in azienda durante la pausa pranzo.
- ✚ Partecipiamo alla gioia di ogni nuova nascita con un orsacchiotto personalizzato.
- ✚ Abbiamo stabilito dei momenti di dialogo e confronto tra i nostri dipendenti e l'Amministratore Delegato. Davanti a un caffè, discutere di dinamiche interne, di eventuali problematiche e trovare insieme possibili soluzioni è molto più semplice.
- ✚ Sappiamo quanto sia difficile per i genitori avere accesso ai servizi ricreativi per i bambini. Proprio per questo abbiamo organizzato un centro estivo totalmente gratuito per i figli dei nostri dipendenti. Il campus dura due settimane e si svolge prima dell'inizio delle scuole, a settembre: nel 2022 vi hanno partecipato ben 40 bambini.
- ✚ Abbiamo proposto 16 pranzi in altrettante giornate dell'anno da gennaio ad ottobre, invitando un food truck nel piazzale antistante l'azienda per proporre sfiziosi pasti ai nostri collaboratori e con la medesima modalità abbiamo agevolato l'incontro tra domanda ed offerta anche con i furgoni del mercato, in 17 occasioni.
- ✚ Il 17 settembre abbiamo invitato l'autoemoteca dell'Associazione Friulana Donatori Sangue per facilitare il dono da parte dei nostri collaboratori.
- ✚ Il 18 giugno abbiamo proposto un giro turistico in e-bike offerte dall'azienda.
- ✚ Per la volontà di rendere sempre più saldo il legame tra persone e territorio, da agosto 2022 abbiamo una partnership con il cinema di Maniago finalizzata a concedere un ingresso agevolato ai collaboratori Roncadin e alle loro famiglie e una con l'Udinese Calcio che ci permette di erogare dei biglietti omaggio per le partite casalinghe.
- ✚ Il 3 dicembre Roncadin partecipa con 3 squadre alla staffetta di Teletthon organizzata a Udine, percorrendo 620km con 72 corridori.
- ✚ Il 2 ottobre abbiamo organizzato in azienda una mostra didattica di rapaci notturni e diurni con i nostri partner Luca e Marco di FalconFly di Trivignano udinese.

Con le mani in Pasta e a Scuola con le Api sono infine due programmi studiati per le scuole del territorio ed interamente offerti da Roncadin per avvicinare le nuove generazioni al mondo della panificazione e sensibilizzarle sui temi della tutela del territorio e del pianeta.

→ Progetto "A scuola con Roncadin" - Laboratorio con le Api - PizzaGrest con i figli dei dipendenti





↑ Apiario aziendale nei pressi di Via Monteli, Meduno
 → Visita Mulino Sima (Argenta) - Grano Biologico

Le nostre associazioni [GRI 2-28]

Siamo orgogliosi di essere soci di **Confindustria Alto Adriatico** ed **Union Food**, due importanti associazioni che ci offrono l'opportunità di ampliare la nostra rete di contatti e connessioni. Essere parte di queste associazioni ci consente di entrare a far parte di una comunità di imprese che condividono valori e obiettivi simili ai nostri.



Attraverso la nostra partecipazione a **Confindustria Alto Adriatico**, siamo in grado di interagire con altre aziende della nostra regione, scambiare conoscenze e best practice e affrontare insieme le sfide che il settore industriale presenta. L'associazione ci offre anche l'opportunità di partecipare a eventi, seminari e workshop, che ci consentono di rimanere aggiornati sulle ultime tendenze e sviluppi del settore.



Un'altra associazione di cui siamo soci è **Union Food**, che rappresenta un'importante rete di aziende operanti nel settore alimentare. Essere parte di questa associazione ci dà la possibilità di collaborare con altre aziende alimentari, condividere esperienze e conoscenze nel settore e lavorare insieme per migliorare la qualità e la sicurezza alimentare.



CAPITALE NATURALE



142

Il nostro capitale naturale è composto da tutti i processi e da tutte le risorse ambientali - rinnovabili e non - che ci supportano e ci permettono di sviluppare il nostro modello di business.





Finalità di beneficio comune

Attraverso il nostro lavoro, ci poniamo l'obiettivo di sviluppare progetti che favoriscano l'uso di fonti di energia rinnovabile. Desideriamo promuovere e diffondere il rispetto per l'ambiente e responsabilizzare tutte le persone a prendersene cura. Noi lo facciamo attraverso una serie di azioni quotidiane, ormai parte integrante del nostro modello di business. Ci riforniamo esclusivamente attraverso filiere di approvvigionamento sostenibili e che garantiscono il rispetto degli ecosistemi e della biodiversità.



Gli input

Oltre 1.600.000 €

L'investimento in ambito ambientale, pari al 34% degli investimenti complessivi annui (CAPEX)

6.941

Le tonnellate di rifiuti evitati e venduti come sottoprodotti nel 2022

99,98%

La percentuale dei nostri rifiuti destinati al recupero

24.467.000 kWh

L'energia elettrica utilizzata nel 2022, proveniente da fonti rinnovabili al 100% una riduzione del 10% rispetto al 2021

30

Le tonnellate di rifiuti evitati e venduti come sottoprodotti nel 2022 da Zero srl

98,93%

La percentuale dei rifiuti generati dal ciclo produttivo di Zero srl e destinati al recupero



Gli Output

1,5

I kg di CO2 emessi per ciascuna pizza che produciamo, +4% rispetto al 2021

4,2

I kg di CO2 emessi per ciascun prodotto venduto da Zero srl nel 2022



Gli outcomes

I risultati relativi al capitale naturale fanno segnare un lieve incremento delle emissioni di CO2 per pizza: ciò è direttamente correlato all'affinamento della misurazione della carbon footprint, con dati più accurati, precisi e puntuali e al calo dei

volumi totali prodotti. Stiamo proseguendo il piano di investimenti utile a ridurre i consumi energetici, efficientare i processi e aumentare lo stock di energia auto-prodotta. Anche nel 2022 l'energia utilizzata proviene al 100% da fonti rinnovabili. Di fondamentale importanza sarà il percorso intrapreso con i nostri fornitori, di valutazione dei loro impatti e di condivisione di strategie di sviluppo sostenibile. Inoltre, il 56% del nostro parco auto è completamente elettrico. Rinnoviamo quindi il nostro impegno relativo alla riduzione delle emissioni per unità di prodotto, impegnandoci a coinvolgere in questo progetto anche Zero srl.

Gli obiettivi futuri



Abbiamo intenzione di proseguire nella politica di investimenti dedicati alla tutela ambientale. Il nostro obiettivo è limitare le nostre emissioni, in particolare di ridurre con costanza e determinazione la CO2 emessa per ciascuna pizza.

↓ Alessandro Condurro - L'Antica Pizzeria da Michele (Napoli)



I NOSTRI CONSUMI DI ENERGIA

Siamo fermamente convinti che sia nostra responsabilità e nostro dovere, in quanto impresa, dare un contributo a favore dell'ambiente, facendo un uso consapevole delle risorse. Stiamo percorrendo questa strada lavorando su diversi fronti: cerchiamo ogni giorno di aumentare l'efficienza degli impianti e diffondiamo una corretta cultura aziendale.

CI PONIAMO L'OBIETTIVO
DI RIDURRE I TRASPORTI
SU STRADA E INCREMENTARE
L'USO DI ENERGIA ELETTRICA
AUTOPRODOTTA.
**LE NOSTRE FONTI
SONO 100% SOSTENIBILI
E RINNOVABILI [GRI 3-3].**

[GRI 3-3]

I nostri impianti sono alimentati da energia elettrica proveniente al 100% da fonti rinnovabili. Parte di questa energia è prodotta direttamente all'interno dell'azienda, grazie all'impianto fotovoltaico dello stabilimento di Meduno. Intendiamo proseguire in questa direzione, continuando a fare esclusivamente uso di green energy e incrementando la quota autoprodotta.

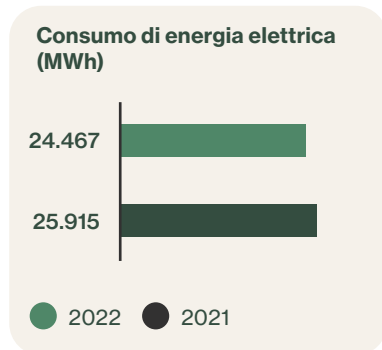
Energia certificata

Roncadin si impegna con determinazione a rispettare e tutelare l'ecosistema, adottando pratiche sostenibili nel suo stabilimento produttivo. L'intero fabbisogno energetico di Roncadin è soddisfatto utilizzando esclusivamente energia certificata proveniente da fonti rinnovabili.

In collaborazione con i nostri clienti, cerchiamo costantemente di individuare le migliori modalità per comunicare e diffondere il nostro impegno e la nostra responsabilità nei confronti dell'ambiente.

Panoramica dei nostri consumi energetici

Consumo di energia interna all'organizzazione



[GRI 302-1]

Consumo di combustibile da fonti rinnovabili

Energia	Consumo
Idroelettrica	85.591.447 Megajoule
Solare	2.491.200 Megajoule
Biomassa	14.208.480 Megajoule

[GRI 302-1]

Consumo da fonti non rinnovabili

Energia	Consumo
Gasolio (per parte della flotta aziendale)	1.245.861 Megajoule

[GRI 302-1]



*I dati del valore dei consumi derivano dalle fatture dell'energia elettrica ,dalle fatture di acquisto gasolio e pellet e comprendono anche i consumi delle auto elettriche e del gasolio [GRI 302-1]

[GRI 302-1]

**La fonte dei fattori di conversione utilizzati è così suddivisa [GRI 302-1]:Pellet = PCI 16.56 Mj/kg; Gas Metano= 38.5 Mj/mc; Gasolio= 42680 KJ/kg

[GRI 302-1]

EMISSIONI IN ATMOSFERA

Il cambiamento climatico è una delle sfide più urgenti e significative che l'umanità deve affrontare. Per contrastare questa minaccia, ci impegniamo a seguire il framework stabilito dall'Accordo di Parigi. Questo accordo mira a contenere l'aumento della temperatura media globale al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali attraverso una serie di azioni.

Dopo il nostro impegno preso nel 2021, abbiamo sviluppato anche quest'anno il calcolo della nostra impronta di carbonio aziendale. Questa iniziativa ci ha permesso di ottenere una valutazione accurata delle emissioni di gas serra generate dalle nostre attività del 2022.

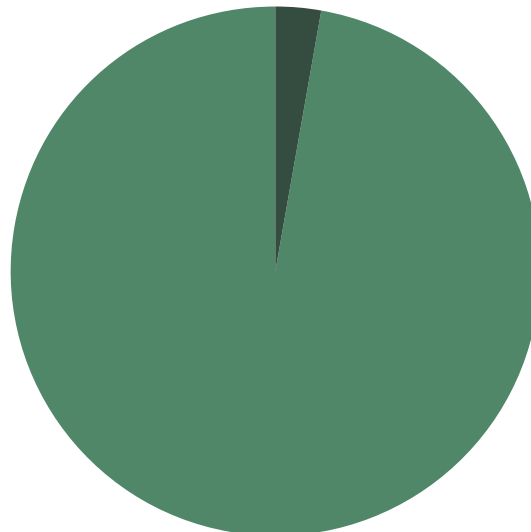
L'impronta di carbonio è un parametro utilizzato per stimare le emissioni di gas serra da parte dell'organizzazione. Per effettuare questo calcolo vengono considerate le emissioni su tre livelli:

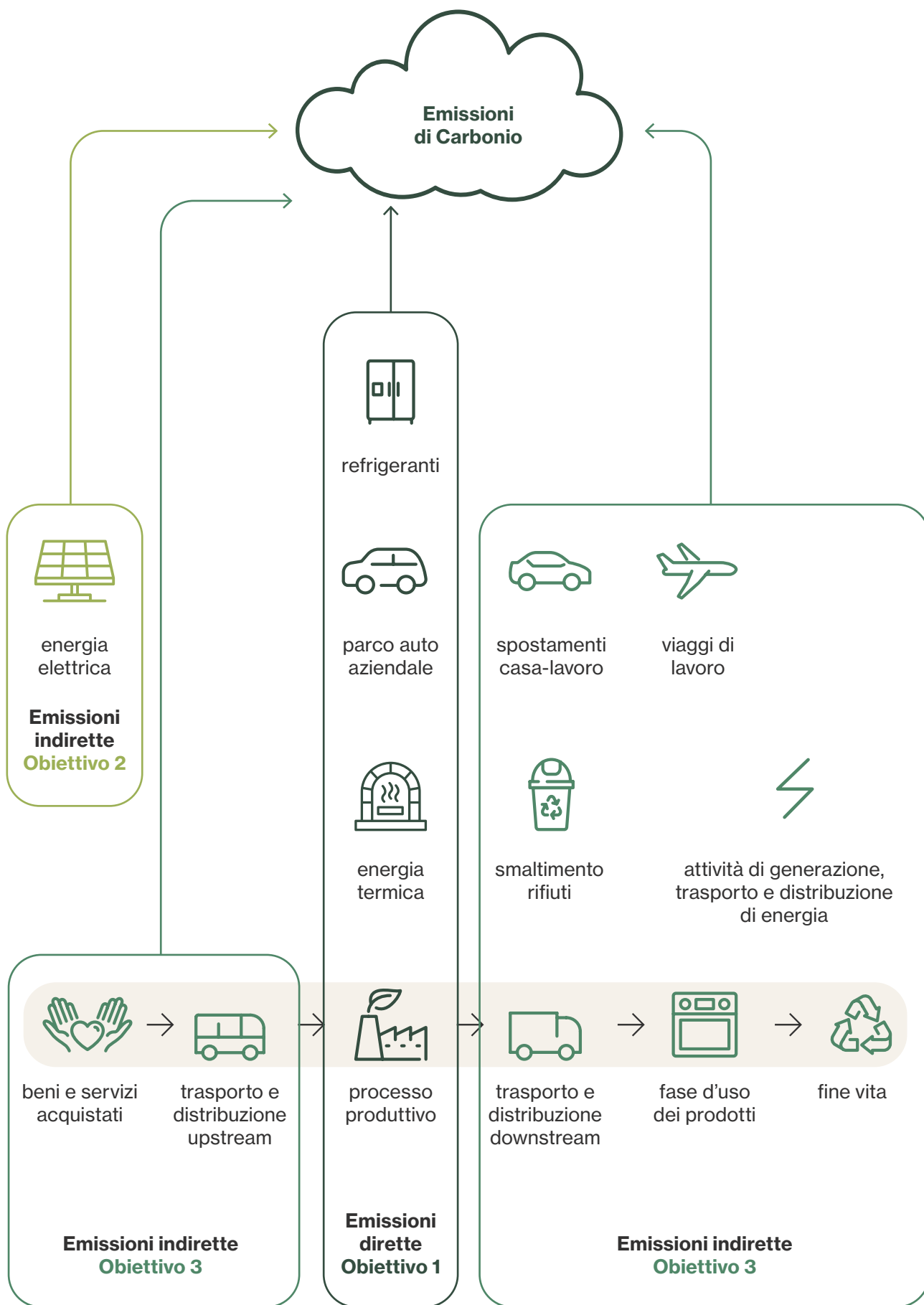
- ✚ **SCOPE 1:** le emissioni dirette dell'organizzazione. Ne fanno parte, ad esempio, quelle derivanti dagli automezzi aziendali, dall'energia termica e dai gas refrigeranti;
- ✚ **SCOPE 2:** le emissioni indirette generate da terzi e derivanti dal fabbisogno energetico dell'organizzazione;
- ✚ **SCOPE 3:** le emissioni indirette dell'organizzazione, legate al consumo di materie prime, utilizzo di trasporti di terze parti, trasferte, rifiuti, utilizzo e ciclo di vita dei prodotti venduti (riciclaggio, incenerimento, discarica), pendolarismo dei dipendenti.

Emissioni di carbonio

Le nostre emissioni sono così distribuite:

2,82% **Scope 1**
0,06% **Scope 2**
97,12% **Scope 3**





BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

150

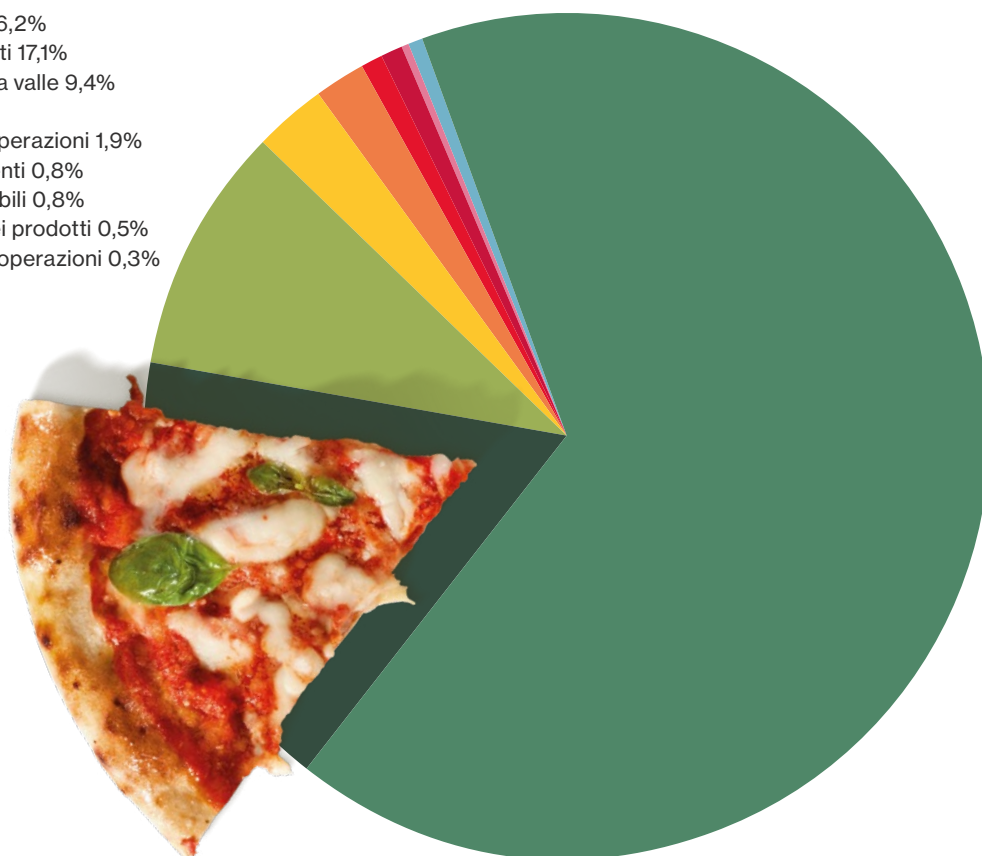
RONCADIN

RONCADIN TODAY
RUN FOR CARPE
RONCADIN



↑ Maglietta per i dipendenti partecipanti alla maratona Telethon

- Beni e servizi acquistati 66,2%
- Utilizzo dei prodotti venduti 17,1%
- Trasporto e distribuzione a valle 9,4%
- Energia Termica 2,9%
- Trasporto a monte delle operazioni 1,9%
- Pendolarismo dei dipendenti 0,8%
- Attività legate ai combustibili 0,8%
- Trattamento di fine vita dei prodotti 0,5%
- Rifiuti generati durante le operazioni 0,3%



EMISSIONI DIRETTE (Obiettivo 1) [GRI 305-1]	2022	2021
Automezzi aziendali	97 ton CO2q	87 ton CO2q
Energia termica	3962 ton CO2q	4839 ton CO2q
Refrigeranti	0 ton CO2q	0 ton CO2q
Totale	4.059 ton CO2q	4.926 ton CO2q
EMISSIONI INDIRETTE (Obiettivo 2) [GRI 305-2]	2022	2021
Energia elettrica acquistata - market based	90 ton CO2q	0 ton CO2q
EMISSIONI INDIRETTE (Obiettivo 3) [GRI 305-3]	2022	2021
Beni e servizi acquistati	91033 ton CO2q	89935 ton CO2q
Attività di generazione trasporto e distribuzione di energia	1038 ton CO2q	696 ton CO2q
Trasporto e distribuzione upstream	2612 ton CO2q	2690 ton CO2q
Rifiuti generati durante le operazioni	420 ton CO2q	515 ton CO2q
Viaggi di lavoro	41 ton CO2q	29 ton CO2q
Spostamento casa-lavoro	1074 ton CO2q	1121 ton CO2q
Trasporto e distribuzione downstream	12850 ton CO2q	13896 ton CO2q
Fase d'uso dei prodotti	29869 ton CO2q	37750 ton CO2q
Fine vita	895 ton CO2q	1071 ton CO2q
Totale	139.832 ton CO2q	147.703 ton CO2q

Metodologie per il calcolo della nostra carbon footprint

Nel nostro calcolo delle emissioni, abbiamo incluso tutti i gas serra, tra cui CO₂, CH₄, N₂O, HFC, PFC, SF₆ e NF₃.

I fattori di emissione utilizzati e i potenziali di riscaldamento globale (GWP) sono basati su fonti come Beis, ISPRA e Ecoinvent, seguendo la metodologia IPCC. Questo ci consente di valutare l'effetto relativo di ciascun gas serra in termini di contributo al riscaldamento globale

[GRI 2-25]

Il nostro anno base per il calcolo delle emissioni è il 2021, poiché il processo di analisi è stato consolidato e sono stati ricavati dati più puntuali rispetto al primo anno in cui abbiamo svolto la Carbon Footprint (2020) [GRI 2-4].

In merito all'analisi delle emissioni relativa all'obiettivo 1 e 2, queste sono consolidate utilizzando l'approccio di controllo operativo. Ciò significa che consideriamo le emissioni provenienti dalle attività direttamente controllate dalla nostra organizzazione.

[GRI 305-1]

[GRI 305-2]

[GRI 305-3]

Per il calcolo delle emissioni, seguiamo gli standard e le metodologie fornite dal GHG Protocol. Utilizziamo dati primari aziendali e calcoliamo le emissioni utilizzando uno strumento di calcolo basato su foglio di calcolo Excel. [GRI 305-1] [GRI 305-2] [GRI 305-3].

Desideriamo dare il nostro contributo anche influenzando positivamente le abitudini dei consumatori.

[GRI 3-3]

Ci impegniamo a diffondere la cultura dell'energia pulita attraverso una campagna dedicata alla green energy. Stiamo infatti agendo su diversi fronti per raggiungere i tre obiettivi di sostenibilità legati alle nostre emissioni dirette e indirette [GRI 3-3]:



↑ Pannelli fotovoltaici installati a Meduno

Obiettivo 1 [GRI 305-1]

Le nostre emissioni dirette derivano prevalentemente dai forni delle nostre linee produttive, alimentati da gas metano, e dal parco auto aziendale, comprensivo di muletti.

Le emissioni di CO2 biogenica ammontano a 1443 tonnellate di CO2 equivalente: questo valore tiene conto delle emissioni provenienti da fonti biologiche, come la combustione di biomasse o la decomposizione di materiali organici.

[GRI 305-1]

Obiettivo 2 [GRI 305-2]

Sono ormai anni che lavoriamo per minimizzare il nostro impatto indiretto e siamo orgogliosi dei risultati raggiunti. In particolare, le nostre emissioni legate all'uso di energia elettrica sono minime e sono riferibili all'acquisto di energia elettrica certificata e 100% rinnovabile.

Ciò è stato possibile grazie all'energia autoprodotta attraverso il nostro impianto fotovoltaico.

[GRI 305-2]

Obiettivo 3 [GRI 305-3]

Le emissioni indirette legate alle attività di fornitura, di distribuzione, di utilizzo e di smaltimento del prodotto sono quelle che hanno complessivamente l'impatto maggiore nel nostro modello di business. Le due aree che spiccano per emissioni sono legate all'acquisto di beni e servizi e l'utilizzo del prodotto da parte del consumatore finale (utilizzo indiretto).

Rinnoviamo il nostro impegno per ridurre l'impatto ambientale della nostra catena di fornitura attraverso la collaborazione con fornitori di luce e gas che offrono il 100% di energia proveniente da fonti rinnovabili.

[GRI 305-3]





I NOSTRI CONSUMI IDRICI

L'acqua è un elemento prezioso per noi ed è vitale per la sopravvivenza di ogni forma di vita; rappresenta per noi un legame profondo con il nostro territorio e le nostre radici: utilizziamo esclusivamente acqua proveniente da una sorgente situata a 590 metri sul livello del mare, nelle vicinanze del Parco Naturale delle Dolomiti Friulane.

Nel contesto delle nostre operazioni, riconosciamo che l'acqua svolge un ruolo essenziale all'interno delle nostre catene di approvvigionamento e per garantire il corretto funzionamento delle nostre attività.

Il nostro impegno verso la gestione sostenibile dell'acqua è fondamentale per la nostra visione di un futuro più sostenibile. Continueremo a investire in iniziative e tecnologie innovative per ridurre il nostro consumo idrico, migliorare la gestione delle acque reflue e collaborare con le parti interessate per promuovere pratiche sostenibili nel nostro settore. Siamo determinati a fare la nostra parte per proteggere e preservare questa risorsa vitale per le generazioni presenti e future [GRI 303-1].

[GRI 303-1]

Abbiamo stabilito l'obiettivo di mantenere un consumo di 1,2 litri (controllare) di acqua per ogni pizza prodotta [GRI 303-1]. Questo obiettivo mira a garantire un uso responsabile delle risorse idriche e a ridurre l'impatto ambientale legato all'acqua nel processo produttivo [GRI 3-3].

[GRI 3-3]

Prelievo della risorsa idrica

Per quanto riguarda il prelievo di acqua, ci affidiamo ad una condotta consortile per ottenere l'acqua potabile necessaria alle nostre operazioni. La maggior parte dell'approvvigionamento idrico proviene da fonti superficiali, che richiedono un'attenta gestione per preservare la loro qualità e disponibilità nel lungo termine [GRI 303-1].

[GRI 303-1]

Prelievo	Acqua di superficie
Prelievo idrico da acqua potabile*	102773 Mega Litri
Prelievo idrico da altra acqua*	15219 Mega Litri

[GRI 303-3]

*Secondo la definizione dei GRI standard per acqua potabile consiste in ≤ 1.000 mg/L di particelle solide totali disciolte; mentre altra acqua in > 1.000 mg/L di particelle solide totali disciolte

Utilizzo della risorsa idrica all'interno di Roncadin

[GRI 303-1] All'interno delle nostre attività, utilizziamo l'acqua per diverse finalità. Questo include il suo utilizzo per la produzione alimentare, il lavaggio delle linee di produzione e delle attrezzature, nonché l'integrazione del sistema di raffreddamento delle torri evaporative negli impianti frigoriferi [GRI 303-1]. Riconosciamo che il consumo di acqua rappresenta una parte significativa del nostro impatto idrico complessivo e ci impegniamo a ridurre il nostro utilizzo attraverso l'adozione di pratiche e tecnologie più efficienti [GRI 3-3].

Tot. consumo idrico in tutte le aree **5.117.992 Mega Litri**

[GRI 303-5]

Scarico idrico

Per quanto riguarda lo scarico delle acque reflue, ci impegniamo a gestirlo in modo responsabile. Le acque reflue prodotte dalle nostre attività vengono indirizzate a un impianto di depurazione, in cui vengono trattate per ridurre l'impatto sull'ambiente.

[GRI 303-1] Inoltre, abbiamo implementato un sistema di riutilizzo delle acque reflue trattate e filtrate, che vengono reinserite nei sistemi di raffreddamento delle torri evaporative. Questa pratica di riciclo ci consente di ridurre la nostra dipendenza dalle fonti d'acqua fresca e di limitare il nostro impatto sulla disponibilità idrica complessiva [GRI 303-1].

[GRI 3-3] Tuttavia, siamo consapevoli che le nostre attività possono contribuire a impatti correlati all'acqua, sia direttamente che attraverso le nostre relazioni commerciali. Per mitigare tali impatti, adottiamo misure preventive per garantire che le nostre acque di deflusso siano adeguatamente monitorate e trattate, evitando la diffusione di sostanze nocive nell'ambiente circostante [GRI 3-3].

Scarico idrico altra acqua **50.620 Mega Litri**

[GRI 303-4]

[GRI 303-2] La gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua è un aspetto fondamentale all'interno delle politiche ambientali di un'organizzazione. Per garantire standard minimi di qualità per lo scarico degli effluenti Roncadin fa riferimento al D.lgs 152/06 [GRI 303-2].



STANDARD





NOTA METODOLOGICA E FRAMEWORK UTILIZZATI

Ci sentiamo responsabili del nostro operato e dell'impatto che le nostre attività e relazioni possono avere sullo sviluppo sostenibile del territorio.

Questo ci ha portato a prendere una decisione: vogliamo che il nostro impatto sia assolutamente positivo. E vogliamo essere completamente trasparenti a riguardo: ecco cosa ci porta a rendere pubblico questo documento.

Il secondo anno di impegno della Roncadin come Società Benefit ha portato ulteriori sviluppi tangibili. Confermiamo il nostro impegno a perseguire non solo il profitto ma anche il benessere sociale e ambientale. Inoltre, abbiamo dedicato sforzi significativi per strutturare il nostro sistema di rendicontazione, con l'obiettivo di comunicare in modo chiaro e trasparente le nostre azioni e i risultati ottenuti. Con questo documento, desideriamo rendere accessibili le informazioni sulla nostra performance sostenibile a tutti gli stakeholder, utilizzando un linguaggio semplice e diretto. Vogliamo condividere apertamente i progressi compiuti, le sfide affrontate e le azioni intraprese nel nostro cammino verso una maggiore sostenibilità.

Riconosciamo l'importanza dei nostri fornitori nella creazione del valore complessivo del nostro operato e nella realizzazione dei nostri obiettivi di sostenibilità. Pertanto, abbiamo avviato un processo di valutazione dei nostri fornitori, che tiene conto degli aspetti ambientali, sociali ed economici. Tale valutazione è stata imposta seguendo il rating proposto dalla piattaforma Ecomate basata su 11 moduli relativi alle dinamiche ESG.

Nel redigere questo documento, abbiamo seguito i principi di rendicontazione dettati dagli standard pubblicati nel 2016 dal Global Reporting Initiative (GRI). In particolare, abbiamo operato secondo l'opzione "with reference to" e abbiamo seguito il framework 2021 dell'International Integrated Reporting Council (IIRC).

[GRI 2-5] Nel nostro impegno per la trasparenza e l'accountability, riteniamo importante sottolineare che il presente documento non è soggetto ad una assurance esterna [GRI 2-5]

Gli standard GRI promuovono una modalità di reporting che si basa sulla rendicontazione pubblica dell'operato in materia di sviluppo sostenibile da parte dell'impresa.

Allo stesso tempo, le nostre azioni sono guidate dai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs, Sustainable Development Goals), sottoscritti nel 2015 dai 193 paesi membri dell'ONU.

Ciò ci permette di identificare con chiarezza che tipo di impatto abbiamo dal punto di vista economico, sociale e ambientale e a comunicare ciò che emerge attraverso uno standard globalmente accettato.

Perimetro di rendicontazione e periodo analizzato

Il periodo temporale che abbiamo analizzato, al fine di creare il documento, è il 2022. Abbiamo ritenuto necessario presentare alcuni dati mettendoli a confronto con altri precedentemente rilevati.

I dati di rendicontazione sono riferiti principalmente a Roncadin S.p.A. SB, con sede in Via Monteli 3 a Meduno (PN) [GRI 2-1], ma sono state integrate le informative generali con i dati relativi a Roncadin Inc., con sede a Chicago, United States e Zero Srl, con sede in Via A. Salieri a Sommacampagna (VR). Mentre, i dati specifici sui dipendenti, sull'energia e sui consumi idrici fanno riferimento alla sede di Meduno. L'analisi della Carbon Footprint, invece, ha integrato per lo Scope 1 e 2 i dati di Zero Srl [GRI 2-2].

[GRI 2-1]

[GRI 2-2]
[GRI 2-3]

Il report integrato è redatto su base annua [GRI 2-3].

Contatti:

Le occasioni di confronto sono sempre gradite. Commenti, richieste, pareri e spunti di miglioramento sulle attività di sostenibilità di Roncadin S.p.A. SB e sulle informazioni contenute nel presente Report, possono essere inviate ai seguenti contatti [GRI 2-3]:

[GRI 2-3]

✉ luigi.villalta@roncadin.it

↓ Ufficio IT



TABELLA GRI

Dichiarazione d'uso

Roncadin SpA SB ha rendicontato le informazioni citate in questo indice dei contenuti GRI per il periodo dal 1/01/2022 al 31/12/2022 con riferimento agli Standard GRI.

Utilizzato GRI 1 GRI 1 - Principi fondamentali - versione 2021

Standard GRI	Informativa	Ubicazione
GRI 2: Informative Generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	Nota metodologica e framework utilizzati
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica e framework utilizzati
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica e framework utilizzati
	2-4 Revisione delle informazioni	Emissioni in atmosfera
	2-5 Assurance esterna	Nota metodologica e framework utilizzati
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	I mercati I prodotti
	2-7 Dipendenti	La persona al centro
	2-8 Lavoratori non dipendenti	La persona al centro
	2-9 Struttura e composizione della governance	Struttura della governance
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Struttura della governance
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Struttura della governance
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	I nostri temi materiali
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	I nostri temi materiali
	2-15 Conflitti d'interesse	La nostra etica
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	Struttura della governance
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	Struttura della governance
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	Struttura della governance
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	Struttura della governance
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder
	2-23 Impegno in termini di policy	Le nostre certificazioni

Standard GRI	Informativa	Ubicazione
GRI 2: Informativa Generali 2021	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Le nostre certificazioni
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	I nostri temi materiali Prodotti sicuri e di qualità
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	La nostra etica
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	La nostra etica
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Come gestiamo i rapporti con i nostri stakeholder
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Stakeholder engagement I nostri temi materiali
	2-30 Contratti collettivi	La persona al centro
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	I nostri temi materiali
ENERGIA		
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	I nostri consumi di energia
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	I nostri consumi di energia
ACQUA E AFFLUENTI		
GRI 303: Acqua ed effluenti 2018	3-3 Gestione dei temi materiali	I nostri consumi idrici
	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	I nostri consumi idrici
	303-2 Gestione degli impatti legati allo scarico dell'acqua	I nostri consumi idrici
	303-3 Prelievo idrico	I nostri consumi idrici
	303-4 Scarico idrico	I nostri consumi idrici
	303-5 Consumo idrico	I nostri consumi idrici
EMISSIONI		
GRI 305: Emissioni 2016	3-3 Gestione dei temi materiali	Emissioni in atmosfera
	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Emissioni in atmosfera
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Emissioni in atmosfera
	305-3 Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	Emissioni in atmosfera
CATENA DI FORNITURA		
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La nostra catena di approvvigionamento
GRI 204: Prassi di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	La nostra catena di approvvigionamento

Standard GRI	Informativa	Ubicazione
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	La nostra catena di approvvigionamento
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e misure adottate	La nostra catena di approvvigionamento
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-2 Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	La nostra catena di approvvigionamento
OCCUPAZIONE		
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	La persona al centro
	401-3 Congedo parentale	La persona al centro
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO		
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Sicurezza
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Sicurezza
	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Sicurezza
	403-3 Servizi per la salute professionale	Sicurezza
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Sicurezza
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Sicurezza
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Sicurezza
403-9 Infortuni sul lavoro	Sicurezza	
FORMAZIONE		
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	La persona al centro
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	La persona al centro
SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI		
GRI 3 - Temi materiali - versione 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	Prodotti sicuri e di qualità
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotti e servizi	Prodotti sicuri e di qualità
	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	Prodotti sicuri e di qualità



RONCADIN

PIZZA

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

↑ Merchandising Roncadin

RELAZIONE D'IMPATTO

PIZZA
RONCADIN
dal 1968



REPORT D'IMPATTO

Siamo lieti di comunicare che Rongadin ha mantenuto, per il secondo anno consecutivo, l'impegno nell'attuazione della valutazione d'impatto come Società Benefit. La nostra scelta di diventare una Società Benefit si traduce in un impegno concreto e continuo per perseguire azioni che mirano a beneficiare l'intera comunità. Questo significa che operiamo in modo responsabile, sostenibile e trasparente verso tutti i nostri stakeholder, inclusi clienti, collaboratori e anche gruppi di comunità, il territorio e l'ambiente, gli enti e le associazioni.

Secondo il comma 378 dell'art. 1 della legge 208/2015 (la legge istitutiva delle Società Benefit) è necessario predisporre una valutazione di impatto, per dare dimostrazione del nostro impegno in tal senso.

Le aree di analisi devono comprendere:

- ✚ **1. GOVERNO D'IMPRESA**
Si valuta il grado di trasparenza e responsabilità della società nel perseguimento delle finalità di beneficio comune, con particolare attenzione verso la società, il coinvolgimento degli stakeholder e il livello di trasparenza di tutte le politiche messe in atto.
- ✚ **2. LAVORATORI**
La relazione con i dipendenti e i collaboratori è valutata sotto diversi aspetti: retribuzione e benefit, piani di formazione e crescita personale e professionale, qualità dell'ambiente di lavoro, comunicazione interna, flessibilità organizzativa, sicurezza.
- ✚ **3. COMUNITÀ**
Una Società Benefit deve entrare in relazione con l'esterno, prendendo in considerazione i fornitori, il territorio e le comunità locali in cui opera. Per questo sono di grande importanza tutte le azioni di supporto alla catena di fornitura e allo sviluppo del territorio, come volontariato, donazioni, attività culturali e sociali.
- ✚ **4. AMBIENTE**
Nello svolgimento delle proprie attività l'azienda deve valutare il proprio impatto in termini di utilizzo di energia, risorse e materie prime. Allo stesso tempo è necessario valutare tutto il ciclo dei prodotti, considerando i processi produttivi, i processi logistici e di distribuzione, l'uso, il consumo, il riutilizzo degli scarti produttivi e il fine vita. Per ottemperare a detti obblighi di legge, utilizziamo lo standard internazionale di terza parte B Impact Assessment.
- ✚ **5. CLIENTI**
La relazione con i clienti si esprime anche attraverso la qualità dei prodotti e servizi, l'attenzione alle varie esigenze alimentari, il marketing etico, la privacy e la sicurezza dei dati e i canali di feedback. Da qui il nostro impegno a cercare sempre soluzioni che vengano incontro alle esigenze dei nostri clienti.

La legge non richiede espressamente che venga emessa una certificazione dell'impatto generato. Tuttavia, quando questa relazione è stata predisposta abbiamo deciso di intraprendere anche il percorso per ottenere la certificazione B Corp, a seguito del processo di audit che dovrà essere svolto da parte dell'ente di certificazione B Lab. La sintesi dell'impatto generato per l'anno 2022 si esprime con un punteggio di 106.9 (su una scala che va da 0 a 200).

↓ **Company Sales Meeting Roncadin**



RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI 2022

Tema materiale	Obiettivo di beneficio comune	Target 2022
Sicurezza	Divulgare e rafforzare la cultura della salute anche al di fuori del contesto lavorativo	Riuscire a coinvolgere il maggior numero di persone possibile (almeno il 2% di tutte le persone che collaborano con noi)
Attrazione talenti	Attrarre, formare e sviluppare talenti	Riuscire a proporre quattro nuove collaborazioni
Occupazione	Creare valore per il territorio	Promuovere cinque iniziative che abbiano come obiettivo la creazione di valore per il territorio
Benessere	Promuovere iniziative a favore dei dipendenti	Ideare sei iniziative che possano dare benessere ai nostri collaboratori
Efficienza	Riduzione dello spreco energetico e delle materie prime di processo	Raggiungere gli 0,242 kWh/pizza, migliorando in termini energetici la nostra produzione del 3,6%
Cambiamento climatico	Utilizzo di energia rinnovabile e promozione del rispetto per l'ambiente	Proporre cinque iniziative di promozione della tutela dell'ambiente.
Approvvigionamento sostenibile	Filiere di approvvigionamento sostenibili	Integrare il nostro sistema di valutazione dei fornitori con indicatori che misurino la loro sostenibilità sociale e ambientale

Risultati

- ▣ Gita con i dipendenti con la bicicletta elettrica
- ▣ Adesione alla corsa Telethon
- ▣ Organizzazione incontri con il presidente AFDS
- ▣ Campagna di sensibilizzazione “Zero infortuni”
- ▣ Sensibilizzazione verso la sindrome da stanchezza cronica

- ▣ Visita degli studenti del master IBM di Villach
- ▣ Collaborazione con istituti tecnici e professionali della regione
- ▣ Tirocinio studentessa dell’Università di Udine in area HR (piano KPeople)

- ▣ Donazione a favore del Soccorso Alpino di Maniago
- ▣ Opportunità di visite aziendali e laboratori per gli istituti scolastici
- ▣ Sponsorizzazione alle associazioni sportive con donazioni di pizze
- ▣ Organizzazione di Grest in collaborazione con la parrocchia
- ▣ Vendita allo spaccio aziendale dei prodotti locali

- ▣ Abbonamento Udinese calcio
- ▣ Convenzione con il cinema Manzoni di Maniago
- ▣ Adesione a un piano welfare
- ▣ Due settimane di Grest per i figli dei dipendenti
- ▣ Incontri aperitivo con i dipendenti per Natale e Pasqua
- ▣ Organizzazione di food truck e mercato di prodotti freschi
- ▣ Consegna di uno speciale omaggio in occasione di Epifania, Natale, Carnevale, e altre occasioni significative ai nostri dipendenti
- ▣ Lotteria di Natale con fini benefici
- ▣ Regalo personalizzato in occasione della nascita di un figlio,
- ▣ Attività di team building

Obiettivo non raggiunto, a causa di rottura impianto di surgelazione bi-stadio che ha costretto l’utilizzo di un sistema meno efficiente (0,251 kWh/pizza)

- ▣ progetto di etichetta consapevole di TGTG
- ▣ promozione metodo cottura in padella
- ▣ promozione utilizzo auto elettrica
- ▣ Evento per incentivare l’utilizzo della bicicletta elettrica
- ▣ sensibilizzazione dei bambini sul tema insetti impollinatori
- ▣ sensibilizzazione su metodo di “bird control”

Programma di sensibilizzazione per i nostri fornitori verso pratiche sostenibili

1 **Primo obiettivo di beneficio comune: divulgare e rafforzare la cultura della salute anche al di fuori del contesto lavorativo.**

Nel 2022, ci siamo impegnati a coinvolgere il maggior numero di persone che collaborano con noi attraverso l'organizzazione di eventi di promozione.

I nostri sforzi si sono tradotti di una serie di iniziative:

- ✚ Abbiamo incentivato l'utilizzo della bicicletta elettrica organizzando una gita con i dipendenti per scoprire il nostro territorio, promuovendo così uno stile di vita attivo e sostenibile.
- ✚ Siamo stati fieri di partecipare alla corsa Telethon, formando due squadre composte da 24 dipendenti ciascuna. Questa iniziativa non solo ha promosso la solidarietà ma anche l'importanza dell'attività fisica per il benessere generale.
- ✚ Abbiamo organizzato incontri con il presidente dell'Associazione per la Donazione di Sangue (AFDS), che ha raccontato e spiegato l'esperienza della donazione di sangue. Questo ci ha permesso di sensibilizzare i dipendenti sull'importanza di questa pratica altruistica per salvare vite umane.
- ✚ Abbiamo lanciato una campagna di sensibilizzazione chiamata "Zero infortuni", con l'obiettivo di comunicare un valore fondamentale per l'azienda: la salute, la sicurezza e la prevenzione. Attraverso questa campagna, abbiamo affrontato tematiche legate alla salute e alla sicurezza sul lavoro, incoraggiando tutti i dipendenti a essere consapevoli e responsabili.
- ✚ In occasione della giornata nazionale della sindrome da stanchezza cronica, abbiamo sensibilizzato il nostro personale dipendente su questo tema attraverso la distribuzione di volantini informativi e l'utilizzo dell'app aziendale. Ci siamo impegnati a diffondere la consapevolezza riguardo a questa malattia, promuovendo una cultura di sostegno e comprensione.

2 **Secondo obiettivo di beneficio comune: attrarre, formare e sviluppare talenti.**

Per raggiungere questo obiettivo abbiamo collaborato costantemente con scuole superiori ed Università, riuscendo a promuovere tre nuove collaborazioni:

- ✚ Visita degli studenti del master IBM di Villach: abbiamo aperto le porte di Roncadin agli studenti del master IBM di Villach, offrendo loro la possibilità di visitare la nostra azienda. Durante la visita, hanno avuto l'opportunità di conoscere le fasi di produzione e di interagire con i nostri professionisti, arricchendo così la loro comprensione del settore e delle dinamiche aziendali.
- ✚ Collaborazione con istituti tecnici e professionali della regione: abbiamo stabilito partnership con istituti tecnici e professionali della nostra regione, come Torricelli, Kennedy, Ipsia, Da Ronco, Ial di Udine e Trieste. Insieme a questi istituti, abbiamo attivato programmi di stage per i giovani studenti, fornendo loro un'opportunità preziosa per applicare le conoscenze e acquisire competenze specifiche.
- ✚ Tirocinio studentessa dell'Università di Udine in area HR (piano KPpeople): abbiamo offerto un tirocinio a una studentessa dell'Università di Udine nel nostro dipartimento delle risorse umane. Questa esperienza

le ha permesso di mettere in pratica ciò che aveva imparato a livello accademico e di acquisire una comprensione più approfondita delle dinamiche HR in un contesto lavorativo reale.

Terzo obiettivo di beneficio comune: creare valore per il territorio.

3

Per creare valore per il territorio, ci siamo impegnati a promuovere cinque iniziative nel 2022, con l'obiettivo di contribuire al beneficio comune. Ecco come abbiamo raggiunto questo obiettivo:

- ✚ Donazione a favore del Soccorso Alpino di Maniago: insieme ai nostri dipendenti abbiamo effettuato una donazione a sostegno del Soccorso Alpino di Maniago, un'organizzazione dedicata alla sicurezza e alla protezione delle persone nelle aree montane. Con questa donazione abbiamo contribuito al loro importante lavoro e abbiamo aiutato a garantire la sicurezza dei visitatori e degli appassionati di montagna nella nostra regione. Ci teniamo in particolar modo a sottolineare che l'iniziativa è nata proprio dai nostri dipendenti, che hanno dimostrato un grande spirito di solidarietà e responsabilità sociale.
- ✚ Opportunità di visite aziendali e laboratori per gli istituti scolastici: abbiamo aperto le porte della nostra azienda agli istituti scolastici locali, offrendo loro l'opportunità di visitare le nostre strutture e di partecipare a laboratori tematici. Questo ci ha permesso di condividere conoscenze e competenze con i giovani, promuovendo l'interesse per il settore e stimolando la formazione e l'occupazione nel territorio.
- ✚ Sponsorizzazione alle associazioni sportive con donazioni di pizze: abbiamo sponsorizzato diverse associazioni sportive del territorio, donando pizze per i loro eventi o le loro competizioni. In questo modo, abbiamo sostenuto lo sport locale e promosso uno stile di vita attivo e sano.
- ✚ Organizzazione Grest in collaborazione con la parrocchia di Meduno: abbiamo organizzato attività ricreative estive per i bambini e i ragazzi del territorio, conosciute come Pizza Grest. Queste attività hanno dato la possibilità ai giovani di frequentare un ambiente divertente e formativo, di socializzare, imparare e divertirsi durante le vacanze estive.
- ✚ Abbiamo promosso e venduto prodotti locali di qualità nel nostro spazio aziendale.

173

Quarto obiettivo di beneficio comune: promuovere iniziative a favore dei dipendenti.

4

Nel 2022, abbiamo superato l'obiettivo prefissato di promuovere almeno sei iniziative a favore dei nostri dipendenti e ci siamo impegnati a promuoverne dieci. Ecco come abbiamo raggiunto questo obiettivo:

- ✚ Abbonamento Udinese calcio: abbiamo organizzato un'estrazione tra i dipendenti e il vincitore ha avuto l'opportunità di assistere a una partita in casa dell'Udinese con un familiare.
- ✚ Convenzione con il cinema Manzoni di Maniago: è stata stipulata una convenzione con il cinema locale, consentendo ai nostri dipendenti di beneficiare di uno sconto sulla tariffa.
- ✚ Adesione a un piano welfare: abbiamo aderito a un piano welfare per of-

fruire ai nostri dipendenti vantaggi e agevolazioni extra al fine di promuovere un miglioramento complessivo del benessere dei nostri dipendenti.

- ✚ Due settimane di Grest per i figli dei dipendenti: sono state organizzate due settimane di attività estive per i figli dei nostri dipendenti. Questo ha offerto ai bambini un'opportunità di divertimento, apprendimento e socializzazione durante le vacanze estive.
- ✚ Incontri aperitivo con i dipendenti per Natale e Pasqua: abbiamo organizzato momenti di incontro informali con i dipendenti per festeggiare insieme il Natale e la Pasqua. Questi momenti hanno favorito la coesione del team e l'interazione sociale, creando un'atmosfera festosa all'interno dell'azienda.
- ✚ Organizzazione di food truck e mercato di prodotti freschi: durante il periodo estivo, abbiamo allestito un food truck e un mercato di prodotti freschi all'interno dell'azienda, con cadenza settimanale.
- ✚ Consegna di uno speciale omaggio in occasione dell'Epifania, Natale, Carnevale, e altre occasioni significative ai nostri dipendenti.
- ✚ Lotteria di Natale con fini benefici: abbiamo organizzato una lotteria di Natale, i cui ricavati sono stati destinati a famiglie del territorio che necessitano di sostegno.
- ✚ Regalo personalizzato in occasione della nascita di un figlio, per congratularci con la nuova famiglia.
- ✚ Attività di team building: Abbiamo organizzato diverse attività come il sales meeting per favorire la collaborazione, la comunicazione e il senso di appartenenza tra i nostri dipendenti.

5 Quinto obiettivo di beneficio comune: riduzione dello spreco energetico e delle materie prime di processo.

Alcuni imprevisti hanno influenzato il raggiungimento dell'obiettivo: a causa della rottura dell'impianto di surgelazione siamo stati costretti ad utilizzare un sistema meno efficiente.

Purtroppo, non siamo riusciti a raggiungere l'obiettivo di ridurre lo spreco energetico e delle materie prime di processo come desiderato, a causa di alcuni imprevisti che hanno influenzato le nostre operazioni. In particolare, la rottura dell'impianto di surgelazione bi-stadio ci ha costretto a utilizzare un sistema meno efficiente con un coefficiente di prestazione (COP) pari a 0,251 kWh/pizza. Questo ha comportato un consumo energetico più elevato del previsto.

Questo ha comportato un consumo energetico più elevato del previsto.

Per quanto riguarda la materia prima, siamo riusciti a ridurre lo spreco riducendolo del 1,1% rispetto all'anno precedente.

6 Sesto obiettivo di beneficio comune: utilizzo di energia rinnovabile e promozione del rispetto per l'ambiente.

Per ridurre il nostro impatto, ci siamo impegnati a promuovere sei iniziative per favorire l'utilizzo di energia rinnovabile e promuovere il rispetto per l'ambiente. Ecco come abbiamo raggiunto questo obiettivo:

- ✚ Abbiamo aderito con entusiasmo al progetto di Etichetta Consapevole

di TGTG (Too Good To Go), un'iniziativa che mira a ridurre gli sprechi alimentari e sensibilizzare i consumatori sull'importanza di valutare i prodotti prossimi alla scadenza. Come parte di questa iniziativa, abbiamo introdotto l'etichetta "Spesso Buono Oltre" sui prodotti della nostra linea Extravoglia, insieme ai relativi pittogrammi distintivi.

- ✚ Abbiamo promosso la cottura in padella come metodo alternativo per ridurre l'impatto dei consumi energetici. Questo approccio rappresenta un metodo alternativo di cucinare le nostre pizze, che va incontro alle esigenze di consumo familiare.
- ✚ Abbiamo avviato un'iniziativa in cui ogni settimana viene sorteggiato un dipendente che può utilizzare l'auto aziendale elettrica per un intero weekend.
- ✚ Abbiamo organizzato un evento volto a promuovere l'utilizzo della bicicletta elettrica come alternativa sostenibile ai mezzi di trasporto tradizionali.
- ✚ Sensibilizzazione dei bambini sugli insetti impollinatori, in particolare delle api: abbiamo condotto attività di sensibilizzazione rivolte ai bambini per far loro comprendere l'importanza degli insetti impollinatori, in particolare delle api, per la biodiversità e l'ecosistema. Questo ha contribuito a promuovere il rispetto per l'ambiente e la conservazione degli insetti impollinatori.
- ✚ Sensibilizzazione sul metodo di dissuasione e allontanamento dalle nostre strutture dei piccioni mediante il "bird control" sostenibile e non cruento, che contribuisce a preservare l'equilibrio ecologico e a minimizzare l'impatto negativo causato dai piccioni.

Settimo obiettivo di beneficio comune: filiere di approvvigionamento sostenibili.

7

175

Nel perseguire l'obiettivo di beneficiare la comunità attraverso l'implementazione di filiere di approvvigionamento sostenibili, ci siamo impegnati a integrare il nostro sistema di valutazione dei fornitori con indicatori che misurano la loro sostenibilità sociale e ambientale.

Nel 2022, abbiamo iniziato a strutturare un processo di valutazione dei nostri fornitori attraverso l'identificazione dei criteri di sostenibilità.



↑ Lavorazione Pomodoro italiano per Rongadin a Parma

LA MATRICE DI BENEFICIO COMUNE DI RONCADIN

La nostra Società opera nel settore alimentare mediante la produzione industriale di pizza e snack surgelati e la loro commercializzazione, nonché distribuzione all'ingrosso.

Roncadin, in qualità di Società Benefit e nell'esercizio dell'attività economica sopra indicata, oltre allo scopo di conseguire un profitto e di creare valore economico, intende perseguire anche finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territorio e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni e altri portatori di interesse.

In particolare, si intende perseguire finalità specifiche di beneficio comune nelle seguenti aree:

Economia circolare e innovazione

- ⊕ Sviluppare progetti di efficienza energetica e produttiva che favoriscano la riduzione dello spreco energetico e delle materie prime impiegate nel processo produttivo attraverso l'utilizzo delle migliori pratiche, tecnologie e soluzioni innovative;
- ⊕ sviluppare progetti che favoriscano l'utilizzo di energia rinnovabile;
- ⊕ promuovere il rispetto per l'ambiente anche attraverso l'utilizzo di filiere di approvvigionamento sostenibile che aiutino a conservare ecosistemi e biodiversità, rispettando i diritti delle persone.

Valorizzazione del territorio, benessere delle persone e occupazione

- ⊕ Promuovere iniziative che vadano incontro ai bisogni dei dipendenti;
- ⊕ contribuire alla creazione di valore per territorio attraverso nuovi posti di lavoro;
- ⊕ attrarre, formare e sviluppare nuovi talenti;
- ⊕ divulgare e rafforzare la cultura della salute e sicurezza delle persone anche al di fuori dell'ambiente del lavoro.

A trarre vantaggio dalle attività benefit della Società saranno tutti gli individui e cittadini, senza distinzione di genere, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e tenendo conto della loro condizione sociale.

Abbiamo mappato gli obiettivi di beneficio comune in relazione con i temi materiali, gli stakeholder, i rischi, il capitale, gli SDGs e la funzione responsabile:

Tema materiale	Obiettivo di beneficio comune	Stakeholder coinvolti	Rischio	Capitale/i	SDGs	Funzione responsabile
Benessere	Promuovere iniziative a favore dei dipendenti	Dipendenti e comunità	Assenza o scarsa efficienza della forza lavoro; Perdita di know how e competenze	Umano/relazionale e sociale	3	Risorse umane/direzione
Attrazione e mantenimento dei talenti in azienda	Attrarre, formare e sviluppare talenti	Dipendenti, azienda e comunità	Invecchiamento della popolazione aziendale e innovazione, R&S lente	Intellettuale/relazionale e sociale	4,8	Risorse umane/direzione
Occupazione e creazione e distribuzione del valore	Creare valore per il territorio	Comunità, dipendenti	Spopolamento e perdita dei valori del territorio	Intellettuale/relazionale e sociale/umano	8	Risorse umane/direzione
Approvvigionamento sostenibile	Filiere di approvvigionamento sostenibili	Ambiente, clienti, comunità	Scarsa reperibilità di materie prime e conseguente aumento dei prezzi; Reputazione	Ambientale relazionale e sociale/intellettuale	12,13	Acquisti/produzione/commerciale
Efficienza energetica	Riduzione dello spreco energetico e delle materie prime di processo	Azienda, ambiente	Aumento scarti, perdita di marginalità	Produttivo/finanziario	7,8,9,12	Produzione
Cambiamento climatico	Utilizzo di energia rinnovabile e promozione del rispetto per l'ambiente	Ambiente, comunità	Perdita del valore aggiunto conferito dall'ambiente circostante	Ambientale/relazionale e sociale	7,12,13	Produzione/direzione
Sicurezza	Divulgare e rafforzare la cultura della salute anche al di fuori del contesto lavorativo	Dipendenti, Visitatore esterno	Infortuni Incidente sul lavoro e non	Umano/relazionale e sociale/intellettuale	3	Risorse umane/produzione
Salute	Divulgare e rafforzare la cultura della salute anche al di fuori del contesto lavorativo	Dipendenti	Malattie croniche/ gravi lavorative e non	Umano/relazionale e sociale/intellettuale	3	Risorse umane



↑ Magazzino imballo - stoccaggio paletta in cella -20°



STILL



ATTIVITÀ E NUOVI OBIETTIVI 2023

Roncadin è una Società Benefit dal 2021.

In questa seconda relazione di impatto desideriamo rinnovare i nostri impegni definiti l'anno scorso, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente il nostro contributo a beneficio delle persone, della comunità e dell'ambiente.

1 **Primo obiettivo di beneficio comune: promuovere iniziative a favore dei dipendenti.**

I nostri collaboratori sono delle risorse chiave: da qui il nostro impegno per favorire il benessere di chi lavora al nostro fianco. Promuoviamo diverse iniziative per i nostri dipendenti volte al team building, ma anche per facilitare la conciliazione tra vita lavorativa e vita familiare. Nel corso del 2023, ci dedicheremo all'implementazione di almeno 10 iniziative volte a favorire il benessere dei nostri collaboratori.

2 **Secondo obiettivo di beneficio comune: attrarre, formare e sviluppare talenti.**

La nostra realtà si trova ai piedi delle Prealpi Carniche, in un paese di circa 1500 abitanti, a 40 km dai più grandi centri abitati della zona. È quindi fondamentale per noi essere un'azienda attraente dal punto di vista professionale, per assicurare la nostra continuità di business. Per raggiungere tale obiettivo, manteniamo una costante collaborazione con scuole superiori e università e ci impegniamo a stabilire almeno quattro nuovi incontri entro il 2023.

3 **Terzo obiettivo di beneficio comune: creare valore per il territorio.**

Siamo molto legati al nostro territorio e alla comunità locale. Questo legame si concretizza non solo nella costante offerta di posti di lavoro ma anche attraverso l'organizzazione di iniziative e sponsorizzazioni. In occasione di eventi particolarmente sentiti, per esempio, siamo soliti distribuire le nostre pizze. Nel corso del 2023, ci impegneremo a promuovere cinque iniziative mirate alla creazione di valore per il territorio.

4 **Quarto obiettivo di beneficio comune: filiere di approvvigionamento sostenibili.**

Nel 2022 abbiamo deciso di valutare i nostri migliori fornitori introducendo indica-

tori per misurare la loro sostenibilità sociale e ambientale. Un passaggio necessario per individuare partner che sostengano come noi un progetto di sostenibilità. L'obiettivo 2023 è quello di implementare un processo di audit per individuare una o due aziende specifiche i cui obiettivi di sviluppo sostenibile siano pari ai nostri.

Quinto obiettivo di beneficio comune: riduzione dello spreco energetico e delle materie prime di processo.

5

Per sua natura, il nostro processo produttivo necessita di molta energia e molte materie prime. Ogni anno ci poniamo come obiettivo la riduzione dell'energia elettrica che usiamo per ciascuna pizza prodotta e delle risorse in input. Per l'anno 2023 ci impegniamo a raggiungere un consumo energetico di 0,242 kWh per pizza. Inoltre, intendiamo ridurre il sovraconsumo di materie prime mediante un miglioramento del nostro processo produttivo.

Sesto obiettivo di beneficio comune: utilizzo di energia rinnovabile e promozione del rispetto per l'ambiente.

6

Per ridurre il nostro impatto, ormai da diversi anni utilizziamo solamente energia proveniente al 100% da fonti rinnovabili, una parte della quale è autoprodotta dai pannelli fotovoltaici installati sui nostri tetti. Il nostro obiettivo per il 2022 è quello di continuare in questa direzione. Siamo inoltre consapevoli che, per essere maggiormente sostenibili, all'azione dell'impresa bisogna affiancare quella del singolo. Proprio per questo promuoviamo iniziative che sensibilizzino la nostra comunità al rispetto dell'ambiente e a uno stile di vita sostenibile.

Nel corso del 2023, ci impegneremo a partecipare attivamente ad almeno cinque attività e a promuovere un'iniziativa ambientale correlata alle nostre attività.

181

Settimo obiettivo di beneficio comune: divulgare e rafforzare la cultura della salute anche al di fuori del contesto lavorativo.

7

Come azienda alimentare siamo convinti che sia fondamentale per il benessere di tutti adottare uno stile di vita sano. Per questo promuoviamo eventi e attività che aiutino a far comprendere l'importanza di un corretto regime alimentare abbinato all'attività fisica.

Il nostro obiettivo è quello di riuscire a coinvolgere sempre il maggior numero di persone possibile: per il 2023 ci impegniamo a mantenere almeno il numero di iniziative organizzate l'anno precedente, che ammonta a 5 iniziative.

B IMPACT SCORE





PUNTEGGIO COMPLESSIVO: B IMPACT SCORE

Roncadin Spa SB

Data di fine dell'anno fiscale: December 31st, 2022

Punteggio: 106.9

	Domande/Risposte	Punteggio generale
Governance	25/25	11.1
Lavoratori	55/55	24.3
Comunità	56/56	14.9
Ambiente	80/80	53.5
Clienti	39/39	2.8

Siamo attualmente in una fase cruciale del processo di certificazione, in cui B Lab sta verificando attentamente il nostro punteggio. È importante sottolineare che i dati attuali sono soggetti a variazioni e rappresentano la situazione attuale, ma non il punteggio finale. Stiamo lavorando a stretto contatto con B Lab per fornire loro tutte le informazioni e le prove necessarie per dimostrare il nostro impegno verso la sostenibilità e l'impatto positivo. Il punteggio definitivo sarà determinato una volta completata la valutazione da parte di B Lab.

Questa certificazione rappresenta un riconoscimento di eccellenza nel settore e siamo impegnati a dimostrare il nostro impegno nei confronti della sostenibilità e dell'impatto positivo che generiamo.

Ci assumiamo la responsabilità di analizzare costantemente i nostri progressi rispetto agli obiettivi che abbiamo inserito a statuto, trovando sempre nuovi traguardi in cui impegnarci, per creare un futuro per le nuove generazioni.

→ PIZZA. Funghi e tartufo (pizza destinata al mercato americano)



PONGADIN

185

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

RONCADIN.IT