

GRAN SASSO S.P.A. – REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2022

Simona Silvestri
Gaia Carlucci
Erika De Dominicis
Alessia Fiore Smargiassi

Indice:

- 1. Framework;**
- 2. Lettera agli stakeholder;**
- 3. Profilo dell'azienda;**
- 4. Stakeholder engagement;**
- 5. Sustainable Development Goals;**
- 6. Performance economica**
 - 6.1. Core business;
 - 6.2. Clienti;
 - 6.3. Fornitori;
- 7. Performance ambientale**
 - 7.1. Ambiente;
 - 7.2. Comunità locale;
- 8. Performance sociale**
 - 8.1. Occupazione;
 - 8.2. Formazione;
 - 8.3. Welfare aziendale;
- 9. Leadership e governance;**
- 10. Piano di azione;**
- 11. GRI e conclusioni finali.**

1. Framework.

Il report di sostenibilità del maglificio Gran Sasso, che abbiamo analizzato, fa riferimento all'anno 2022.

L'azienda di riferimento ha fatto della sostenibilità il suo punto cardine affrontando le sfide proprio come una vera green company.

Il maglificio Gran Sasso ha posto attenzione nei confronti dei temi della sostenibilità (economica, sociale ed ambientale), seguendo l'ottica della triple bottom line e del programma d'azione dell'ONU del 2015 che include 17 specifici obiettivi per lo sviluppo sostenibile.

2. Lettera agli stakeholder.

GRI 2 – 22.

Il bilancio sociale della società maglificio Gran Sasso, coerentemente con i concetti studiati, si apre con una lettera agli stakeholders.

In questo paragrafo viene spiegato l'obiettivo primario, ovvero la gestione efficiente e strategica di tutte le risorse a disposizione in modo da creare valore per l'impresa e migliorare lo sviluppo socio-economico della comunità in cui l'azienda opera.

L'azienda immagina un mondo utopico che va migliorando grazie alla:

- Comunità:
 - Tutela dell'artigianalità Made In Italy;
 - Welfare e ambiente di lavoro sicuro;
 - Rapporto con il territorio.
- Ambiente:
 - Raccolta differenziata e recupero del 90% degli scarti;
 - Depuratore interno;
 - Filtraggio dell'aria;
 - Autoproduzione di energia tramite pannelli fotovoltaici;
 - Utilizzo materiali con bassissime emissioni di sostanze volatili.
- Brand:
 - Catena di fornitura virtuosa;
 - Economia circolare;
 - Prodotti di qualità e duraturi nel tempo;
 - Innovazione 4.0.

3. Profilo dell'azienda.

GRI 2-3; GRI 2-4; GRI 2-5.

Maglificio Gran Sasso, nata come piccola azienda familiare, rappresenta oggi un'icona internazionale della moda Made In Italy.

La sua storia inizia nel 1952 a Sant'Egidio alla Vibrata, un piccolo paese tra Marche e Abruzzo, grazie allo spirito imprenditoriale dei fratelli Di Stefano.

La società pubblica i risultati sulla sostenibilità all'interno di un report a partire dal 2022 e con cadenza annuale.

Il report è stato redatto secondo gli standard dell'indice GRI, definiti nel 2016 e aggiornati al 2022, in associazione con il SASB per la definizione dei temi materiali. La rendicontazione è stata sottoposta a revisione dal revisore designato CRIF-CRIBIS in base ai principi e alle indicazioni nell'ISAE3000 dell'International Auditing and Assurance Standard Board.

Il documento è pubblicato sul sito www.gransasso.it e la rendicontazione è stata effettuata sulla base di un questionario somministrato a Maglificio Gran Sasso da Synesgy ed è relativa al periodo 01.01.2022-31.12.2022.

4. Stakeholder engagement.

GRI 2-29.

Il rafforzamento di un modello di business sostenibile comporta il presidio e il miglioramento degli impatti ambientali e sociali e l'esigenza di dialogo con gli stakeholder.

La valutazione dei bisogni degli stakeholder assume importanza nella condivisione di un valore comune orientato al miglioramento degli impatti della qualità ed efficienza dei servizi aziendali e del benessere degli stakeholder che direttamente, o indirettamente, si rapportano alla società.

L'attività di ascolto e confronto verso i portatori di interesse crea le condizioni per orientare le strategie di sostenibilità, definendo obiettivi nell'interesse comune.

Il sistema di relazioni prevede attività, strumenti, canali e modalità di coinvolgimento che tengono conto delle esigenze degli stakeholder e dell'assetto del sistema istituzionale.

5. Sustainable Development Goals.



Il questionario Synesgy ha permesso al maglificio Gran Sasso di individuare le materialità e i temi della sostenibilità ponendo in evidenza i fatti più rilevanti realizzati nell'anno di riferimento e fornendo ai propri stakeholder un piano immediato della propria attività.

Dei 17 obiettivi SDG, il Maglificio Gran Sasso ne prende in considerazione quattro:

- **3→ *Good Health and Well-Being***: assicurare la salute e il benessere per tutti.
- **7→ *Affordable and clean energy***: avere nel proprio ciclo produttivo soluzioni a basso impatto grazie all'utilizzo di fonti energetiche sostenibili.
- **8→ *Decent work and economic growth***: condizioni di lavoro dignitose ed incentivare una crescita economica duratura.
- **9→ *Industry, Innovation and Infrastructure***: infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione.

6. Performance economica.

GRI 203-1.

La dimensione economica riguarda gli impatti di un'azienda sulle condizioni economiche degli stakeholder, ma anche sui sistemi economici a livello locale, nazionale e globale. L'impatto economico ha un'influenza sul benessere della comunità e degli stakeholder, quindi sulle prospettive di sviluppo a lungo termine.

Gli investimenti effettuati dalla società rispondono ad obiettivi nazionali e internazionali in materia di sviluppo sostenibile, e nel caso del Maglificio Gran Sasso, sono state effettuate donazioni e investimenti in favore della comunità per un totale di 40.000 euro nell'ultimo anno.

6.1. Core business

Il core business del Maglificio Gran Sasso è rappresentato da prodotti che rientrano nel settore dell'abbigliamento. I capi realizzati vengono creati esclusivamente con antiche tecniche artigianali combinate a moderni processi produttivi con pregiati filati naturali lavorati solo in Italia.

6.2. Clienti.

GRI 418.

L'azienda pone grande importanza circa gli impatti sulla salute e sicurezza dei propri clienti. Lo stesso impatto va ricercato nelle fasi di realizzazione ma anche nel marketing comprendendo una fase di supporto post-vendita fino al ciclo di fine vita del prodotto.

6.3. Fornitori.

La società svolge la propria attività applicando un sistema per la gestione dei rapporti di fornitura. Gli investimenti in Ricerca & Sviluppo sono volti anche all'implementazione di sistemi per favorire l'economia circolare lungo la catena del valore, e sono volti anche alla realizzazione di sistemi per raccogliere dati e valutare le performance da parte dei macchinari.

Il più importante fornitore di materie prime (circa il 50%) redige ogni anno il proprio bilancio di sostenibilità: la scelta dell'azienda di operare con un fornitore virtuoso sottolinea il profondo impegno della società nei confronti del controllo della propria filiera produttiva.

Maglificio Gran Sasso si è impegnato ad avviare nel 2023 un percorso di mappatura-monitoraggio della propria filiera.

7. Performance ambientale.

GRI 2-25; GRI 3-3; GRI 307.

Le aziende possono essere coinvolte negli impatti o tramite le proprie attività o a causa dei loro rapporti commerciali con altre entità, quindi è fondamentale individuare gli impatti che provoca ai suoi prodotti o servizi o all'ambiente esterno.

7.1. Ambiente.

- Di primaria importanza è l'attenzione rispetto ai materiali utilizzati e al loro impatto sull'ambiente, l'azienda utilizza materie prime di origine animale e recupera, nel proprio processo produttivo materie prime inutilizzate, semi lavorati, scarti di lavorazione e prodotti non conformi.
In merito alla scelta del packaging l'azienda predilige materie prime riciclate e si attiva nella riduzione del consumo di plastica.
- La società dispone di impianti di produzione di energia di tipo fotovoltaico e ha stimato la percentuale pari al 20%, di riduzione dei consumi rispetto all'anno precedente gli interventi.
- L'acqua consumata in un anno è pari a 600 m³ e le principali fonti di prelievo per l'acqua sono di origine sotterranea e di terze parti.
- La percentuale di riduzione delle emissioni rispetto all'anno passato è del 15%.
L'azienda è dotata, nel proprio parco auto, di: quattro mezzi ibridi; dodici mezzi Diesel e un mezzo a benzina.
- Il totale dei rifiuti prodotto nel corso dell'ultimo anno è pari a 4600 tonnellate.

7.2. Comunità locale.

Il Maglificio Gran Sasso presenta quattro progetti che hanno come focus il territorio:

1. Percorsi di formazione per i giovani;
2. Vasca anti-incendio per la collettività;
3. Gran Sasso per il verde pubblico;
4. Tutela dell'artigianalità (Made In Italy).

8. Performance sociale.

La società svolge la propria attività applicando un sistema per la gestione della sicurezza e salute dei propri dipendenti. L'azienda presenta certificazioni riconosciute a livello nazionale e internazionale sulla tutela dei propri dipendenti ed ha delle policy interne in tema di gestione dei diritti umani.

8.1. Occupazione.

L'azienda presenta un turn over ridotto: circa 2000 collaboratori hanno trascorso gran parte della loro vita lavorativa in azienda, fino alla pensione.

L'età media dei dipendenti è tra i 30 e i 50 anni. I dipendenti con contratto a tempo determinato è pari all'1%, con contratto part-time è pari al 4% mentre gli stage sono pari al 10%.

8.2. Formazione.

GRI 403-5; GRI 404-1.

L'azienda dispone di fondi interprofessionali, nuove competenze o mezzi propri per la formazione del personale. Il numero di ore dedicate ai corsi di formazione è pari a 2000.

8.3. Welfare aziendale.

In tema di welfare aziendale, l'azienda mette a disposizione del proprio personale: premi di produttività; polizze vita\infortuni; flessibilità oraria\smartworking; convenzioni con realtà del territorio (buoni e/o sconti); un portafoglio welfare per spese di istruzione, assistenza familiare e sanitaria.

9. Leadership e governance.

L'azienda ha incaricato una persona dedicata alla sostenibilità; si è dotata di politiche e regole di gestione dei diritti umani e di gestione del rischio relativo al lavoro minorile forzato o obbligatorio. L'organo di governo societario è rappresentato da un amministratore unico. È presente una società di revisione: Deloitte.

La società dispone di controlli interni, in particolare di una funzione di internal audit.

10. Piano d'azione.

Piano d'azione 2023-2025.

Nel settore di business e governance aziendale si propongono di aumentare la presenza femminile negli organi di governo societari.

Nel settore di acqua, energia e rifiuti si propongono di offrire ai propri dipendenti degli incentivi per favorire l'utilizzo dei mezzi pubblici o veicoli eco-friendly per raggiungere il posto di lavoro.

Per quanto riguarda le certificazioni ambientali si propongono di adottare la certificazione ISO 14001 sulla gestione ambientale e ISO 50001 sui temi di gestione dell'energia.

Nel settore di gestione del personale e certificazioni si propongono di pubblicare sul proprio sito web la propria politica riguardante i temi equality, diversity e inclusion; e di adottare la certificazione ISO 26000 sulla responsabilità sociale delle imprese.

Infine, per quanto riguarda il rapporto con gli stakeholder si propongono di valutare gli impatti socio-ambientali della propria catena logistica e di adottare procedure per selezionare i fornitori sulla base del rispetto dei diritti delle persone.

11. GRI e conclusioni finali.

Maglificio Gran Sasso ha rendicontato in riferimento ai GRI standard per il periodo 01.01.22-31.12.22.

L'azienda ha inserito alla fine del documento i punti dell'indice GRI presi in riferimento per il principio di trasparenza nei confronti degli stakeholders.

Infine, nel report di sostenibilità abbiamo individuato alcune percentuali relative al grado di sostenibilità aziendale:

1. recupero del 90% degli scarti,
2. l'azienda acquista una parte di energia elettrica da un fornitore che immette in rete energia prodotta per oltre il 42% da fonti rinnovabili,
3. la riduzione dei consumi energetici è pari al 20%,
4. il packaging delle maglie è in plastica riciclata al 50% e totalmente riciclabile,
5. vengono utilizzati i nastri adesivi di carta per sigillare gli scatoloni e imballaggi con cuscini d'aria in plastica riciclata al 20% totalmente riciclabili,
6. la percentuale di articoli sostenibili all'interno dell'ultima collezione è pari al 10%.

DOMANDE REPORT DI SOSTENIBILITÀ - MAGLIFICIO GRAN SASSO SPA

1. Da quanto tempo viene redatto il bilancio sociale?

Questo è il primo report che il Maglificio Gran Sasso ha redatto nel 2023, in riferimento all'anno 2022.

2. Da chi viene redatto il vostro bilancio sociale?

Il bilancio sociale è stato redatto dal team di Luca Calcagnoli (CFO, Chief Financial Officer dell'azienda) in collaborazione con esg view (società esterna che supporta le aziende sui temi ESG).

3. L'azienda ha cambiato la propria rete di valore o ha prodotto solo la rendicontazione?

L'azienda, precedentemente alla redazione del report di sostenibilità, aveva già iniziato un percorso verso la sostenibilità con lo scopo di rendere le attività virtuose.

Infatti da tempo la Gran Sasso ha deciso di utilizzare pannelli per usufruire di energia rinnovabile. Inoltre, un obiettivo importante è quello di diventare un'azienda paperless, scopo che rientra nella transizione 4.0, iniziata negli anni precedenti quando l'azienda ha digitalizzato gli impianti ai computer e ha fatto leva sul controllo degli sprechi.

Viene fatta la raccolta differenziata in tutta l'azienda, vengono utilizzati bicchieri di carta e plastica riciclata.

Infine cercano di essere sostenibili anche nel caso di utilizzo di determinate materie prime come: l'eco cashmere, una fibra che viene prodotta attraverso l'utilizzo di fibre circolari e l'organic cotton (cotone organico), proveniente solo ed esclusivamente da coltivazioni biologiche controllate.

4. Qual è lo scopo del documento? Proviene dalla vostra volontà o da una richiesta/necessità del mercato?

Per il magnifico Gran Sasso è fondamentale svolgere attività che vadano verso questo tipo di sostenibilità. L'azienda nasce in un ambiente verde nel 2004 e cerca di impattare sull'ambiente il meno possibile, infatti, l'azienda è contornata di verde, gli uffici sono in vetro per sfruttare la luce del sole, le strategie sono rivolte verso la salute del territorio, il 90% dei dipendenti ha il contratto a tempo indeterminato e in azienda è già presente la terza generazione familiare, cioè i nipoti dei fondatori.

MOLTO IMPORTANTE → per l'azienda la sostenibilità è un tema fondamentale a prescindere dal mercato in cui si trova.

5. Qual è stato il processo che vi ha portati alla produzione di questo report e quali sono stati i costi più rilevanti?

C'è stato un grandissimo lavoro di analisi, tempo e recupero dei dati, in quanto tutte le informazioni sono certificate.

6. Leggendo il report sulla sostenibilità abbiamo notato che due dei vostri obiettivi sono l'economia circolare e l'innovazione 4.0. Consapevoli dei tempi e degli investimenti che questi aspetti implicano, il report può essere di supporto?

Il report di sostenibilità traccia all'azienda una strada da seguire e dice verso dove si deve andare per essere più virtuosi. Infatti la rendicontazione sociale è un investimento che l'azienda fa affinché si ottenga un alto livello di specializzazione sull'argomento.

7. Che sistema di welfare aziendale viene adottato per stimolare la sostenibilità da parte dei dipendenti (es. auto elettriche)?

Molti dipendenti abitano lì vicino quindi l'uso dell'automobile è ridotto al minimo, il report viene condiviso tra i dipendenti, si cerca di avere un'idea condivisa tra tutte le risorse umane e si scelgono fornitori attenti all'ambiente.