



Relazione di Impatto 2025



Madama Oliva

Gli specialisti delle olive.

Sommario

A

Sezione A.
Il nostro modo di essere azienda

1. Chi siamo	4
1.1. Highlights	4
1.2. Lettera dell’organo amministrativo agli stakeholder	5
1.3. Note sulla Relazione di Impatto e sul Percorso Benefit	6
2. Identità e contesto operativo	7
2.1. Azienda e mercato	8
2.2. La nostra Mission	9
2.3. La nostra Vision	10
2.4. Il nostro Purpose	11
2.5. Madama Oliva Società Benefit	12
2.6. Processi e prodotti/servizi	13
2.7. Sistema dei rischi aziendali e politiche di mitigazione	15
3. La Governance	16
3.1. Assetto Proprietario	17
3.2. Sistema di Governance	17
3.3. Organi di controllo	17
4. Assetto organizzativo	18
4.1. Organigramma	19
4.2. Procedure e Policy	20
4.3. Codice Etico e Codice di Condotta	20
4.4. Certificazioni	21

B

Sezione B.
Gli obiettivi di beneficio comune e il percorso di creazione del valore

5. Business Model	22
5.1. Descrizione del Business Model Canvas	24
5.2. Stakeholder engagement	25
5.3. Analisi di materialità	26
5.4. Swot Analysis	28
6. Madama Oliva Società Benefit: il beneficio comune	29
6.1. Gli impegni statutari e gli obiettivi di beneficio comune	30
7. Madama Oliva Società Benefit: la creazione del valore	31
7.1. L’andamento dell’azienda nel 2025 e le principali linee strategiche	32
7.2. Stato dell’arte e rendicontazione rispetto agli impegni statutari di Società Benefit	32
7.3. Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione	33
7.4. Impegni e azioni 2025	36
7.5. Distribuzione del valore economico	48

C

Sezione C.
Prospettive future

8. Madama Oliva Società Benefit: Prospettive future	49
8.1. Prospettive evolutive in relazione agli impegni statutari e anche in relazione ai Goals Agenda 2030	50
8.2. Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future	51

Note Metodologiche	56
---------------------------	-----------

1.

Sezione A. Il nostro modo di essere azienda

CHI SIAMO

- 1. Chi siamo
 - 1.1. Highlights
 - 1.2. Lettera dell'organo amministrativo agli stakeholder
 - 1.3. Note sulla Relazione di Impatto e sul Percorso Benefit

Chi siamo



Negli anni '20, nel pittoresco borgo di Castel Madama, immerso tra le suggestive colline laziali, la comunità locale sviluppa una passione profonda per la trasformazione dei frutti della terra in prodotti di eccellenza. Questo piccolo centro agricolo, tra uliveti rigogliosi e antiche tradizioni contadine, vede i carretti carichi di frutta fresca dirigersi verso Roma. Con l'arrivo dell'inverno, le olive, affumicate ed essiccate nei camini delle case, diventano il fulcro della vita del villaggio.

Nel periodo del dopoguerra, tra gli anni '50 e '60, l'originaria attività familiare si evolve in una forma imprenditoriale più strutturata. A Castel Madama sorgono le prime imprese dedicate alla lavorazione delle olive, guidate dalla determinazione e dalla visione delle famiglie Mancini e Salvatori. Queste famiglie, unendo la ricchezza della tradizione con tecnologie industriali avanzate e una passione inesauribile, ottengono rapidamente risultati straordinari.

Il 1989 rappresenta un punto di svolta: in un'Italia in continuo cambiamento, Angelo Mancini ha l'intuizione di fondare Madama Oliva. Con l'ambizione di trasformare un sapere antico in un progetto moderno e internazionale, nasce un'azienda specializzata nelle Olive da Tavola, fondata sul rispetto delle origini ma con uno sguardo proiettato verso il futuro.

Cinque fondatori condividono una visione unica: diventare gli Specialisti delle Olive da Tavola, portando l'eccellenza del gusto italiano in tutto il mondo. Questo obiettivo diventa la chiave del successo di Madama Oliva. Con l'ingresso nel nuovo millennio, l'azienda

consolida la sua leadership in Italia e si afferma nei mercati internazionali. Gli Stati Uniti accolgono con entusiasmo i suoi prodotti, rendendola presto la principale esportatrice italiana di olive da tavola. Successivamente, l'espansione raggiunge il Giappone, l'Asia e altre culture, dove i consumatori apprezzano l'autenticità dei suoi prodotti.

Negli stessi anni, l'azienda investe costantemente in innovazione per creare nuove linee di prodotto, pensate per mercati sia nazionali che internazionali. Inoltre, per assicurare la qualità e la quantità della materia prima, avvia importanti investimenti nelle aree strategiche di produzione delle olive da tavola, come a Castelvetro in Sicilia e a Larissa in Grecia.

La partecipazione a fiere nazionali e internazionali rafforza la notorietà del brand, permettendo a Madama Oliva di raggiungere un pubblico sempre più ampio e specializzato. Nel 2008, la sensibilità verso le sfide ambientali si concretizza in un gesto visionario: Madama Oliva installa il più grande impianto fotovoltaico integrato mai registrato in Italia, segnando un primato anche nella sostenibilità. Inoltre, l'impegno per il territorio si manifesta attraverso iniziative sociali e culturali, come la collaborazione con il FAI, che continua a rafforzare i legami con la comunità e promuovere la cultura locale.

1.1.

Highlights

Visione strategica e impegno verso lo sviluppo sostenibile.

Per Madama Oliva S.p.A., il 2025 è stato un anno di trasformazione storica e consolidamento commerciale.

A partire dal 1° gennaio 2025, l'azienda ha ufficializzato due importanti passaggi. La **trasformazione in S.p.A.** segna il passaggio da S.r.l. a Società per Azioni, con l'obiettivo di sostenere al meglio l'espansione nazionale e internazionale. Contestualmente, l'acquisizione dello **status di Società Benefit** ha comportato l'integrazione formale degli obiettivi di beneficio comune all'interno dello statuto aziendale.

Lettera dell'organo amministrativo agli stakeholder

“

Cari Collaboratori, Clienti e Partner,

è con grande orgoglio che presentiamo la nostra Relazione di Impatto 2025, il primo documento nella nuova veste di Società Benefit. Questo traguardo rappresenta non solo un cambiamento formale, ma una trasformazione sostanziale del nostro modo di fare impresa.

Per la nostra azienda, questo non rappresenta solo un cambio di forma giuridica, ma l'evoluzione naturale della nostra identità: dal 1° gennaio 2025, Madama Oliva S.p.A. ha integrato nel proprio statuto obiettivi di beneficio comune, consolidando un impegno che da sempre caratterizza la nostra identità aziendale. La decisione di diventare Società Benefit nasce dalla convinzione profonda che l'impresa del futuro debba generare valore non solo per gli azionisti, ma per l'intera società.

Il nostro Green Claim "Nourishing the Future" non è uno slogan, ma una promessa concreta: ogni nostra azione è orientata a nutrire il futuro attraverso prodotti genuini, pratiche sostenibili e un impegno costante verso le persone e l'ambiente. Questa Relazione di Impatto non è un bilancio di ciò che è stato, ma una promessa di ciò che saremo, convinti che le tematiche ESG siano al centro del nostro sviluppo. La strada verso la sostenibilità integrale è lunga e complessa, ma siamo certi che, con il contributo di tutti voi, sapremo nutrire un futuro più equo e rigenerativo.

Grazie per essere parte di questo viaggio,
Organo Amministrativo - Madama Oliva S.p.A.

”

Note sulla Relazione di Impatto e sul Percorso Benefit

Le Società Benefit (SB) rappresentano un'evoluzione della tradizionale accezione di impresa secondo la quale lo scopo primo dell'impresa è la generazione di reddito volto alla remunerazione degli shareholder; la natura di Società Benefit affianca allo scopo reddituale la ricerca di un positivo impatto sulla società e sull'ambiente.

In linea generale, le due caratteristiche fondamentali delle Società Benefit sono, quindi, quelle di:

- esplicitare nel proprio oggetto sociale l'attenzione verso tutti i portatori di interessi (sia Shareholder che Stakeholder);
- misurare i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una Relazione di Impatto che delinei i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno. In merito si precisa che la presente risulta essere la prima Relazione di Impatto per Madama Oliva S.p.A. Società Benefit, avendo quest'ultima modificato lo statuto sociale nell'esercizio 2025 al fine di divenire "Società Benefit". Per quanto concerne la misurazione quantitativa dell'impatto la società adotta uno standard di valutazione che soddisfi i requisiti di correttezza, trasparenza e completezza. In merito, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha utilizzato come protocollo di misurazione il B Impact Assessment (<https://www.bcorporation.net/>): uno standard di valutazione esterno che soddisfa le caratteristiche descritte nell'allegato 4 della legge n. 208 del 28 dicembre 2015 e che comprende le aree di valutazione identificate nell'allegato 5 (governo d'impresa, lavoratori, altri portatori d'interesse, ambiente) della medesima, fornendo una valutazione su una scala di valori che va da 0 a 200 punti. Con il superamento degli 80 punti una società può valutare se chiedere il riconoscimento di B Corp certificata.

Nella redazione della presente Relazione di Impatto, per allineamento rispetto all'evoluzione degli standard di rendicontazione ESG, la società ha fatto riferimento ai principi di rendicontazione per le aziende che redigono il Report di sostenibilità volontariamente, noti come VMEs.

Responsabile dell'Impatto è il **Dott. Matteo Subelli** con il ruolo di Impact Manager.



2.

Sezione A. Il nostro modo di essere azienda

IDENTITÀ E CONTESTO OPERATIVO

- 2.1. Azienda e mercato
- 2.2. La nostra Mission
- 2.3. La nostra Vision
- 2.4. Il nostro Purpose
- 2.5. Madama Oliva Società Benefit
- 2.6. Processi e prodotti/servizi
- 2.7. Sistema dei rischi aziendali e politiche di mitigazione

Azienda e mercato

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit nasce da una visione: integrare l'antica tradizione gastronomica mediterranea con l'innovazione industriale sostenibile. Come Società Benefit, abbiamo fatto una scelta consapevole e impegnativa: ogni euro di fatturato che generiamo deve portare con sé un impatto positivo duraturo per l'ecosistema agricolo e per le comunità con cui collaboriamo.

Non si tratta solo di un modello commerciale, ma di un patto di responsabilità verso la terra, i produttori e i consumatori che scelgono i nostri prodotti.

Nel cuore della nostra attività c'è una passione per la qualità autentica: la selezione, lavorazione e confezionamento di olive e lupini, realizzati secondo principi di eccellenza e rispetto, mettendo sempre l'innovazione al servizio della tradizione.

Nel **2025** abbiamo immesso sul mercato nuove linee di prodotti ad alto valore aggiunto che rispecchiano i nuovi bisogni dei consumatori consapevoli, come la linea **Lupamì**: prodotti vegetali ad alto contenuto proteico con ricette innovative; e abbiamo consolidato le **Olive Novelle**, frutto del nuovo raccolto, come primizia autunnale. Sono prodotti che raccontano una storia di qualità, tracciabilità e genuinità.

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit è riconosciuta come **leader nel settore delle olive fresche confezionate**, con una presenza capillare in 45 Paesi e una rete di distribuzione che abbraccia tre canali strategici.

In Italia e all'estero, collaboriamo con le maggiori insegne della Grande Distribuzione Organizzata, portando la qualità del banco gastronomia nel libero servizio, rendendo accessibile l'eccellenza a milioni di consumatori.

Il nostro export racconta il modello alimentare italiano in Nord America, Europa e Asia, adattando i nostri formati alle esigenze di mercati diversi - dagli snack monoporzione ai formati familiari - senza compromettere mai la qualità.

Nel **Foodservice**, forniamo soluzioni personalizzate alla ristorazione professionale che ricerca materie prime tracciabili e di eccellenza, diventando partner affidabili di chef e gestori consapevoli.

Il nostro modello non è lineare: è un ecosistema circolare che coinvolge centinaia di attori, dalla terra alla tavola, generando valore condiviso in ogni fase.

Lo stabilimento di Carsoli (AQ) funge da hub tecnologico dove tradizione e innovazione convivono. Qui, l'energia utilizzata proviene per oltre il 30% da fonti rinnovabili autopro-



dotte, una scelta che riduce significativamente la nostra impronta carbonica e dimostra il nostro impegno concreto verso la transizione energetica.

Ogni processo produttivo è stato ripensato per minimizzare l'impatto ambientale, senza mai sacrificare la qualità dei nostri prodotti.

Il nostro impegno non si esaurisce nella produzione. Distribuiamo i nostri prodotti ottimizzando ogni carico, riducendo i viaggi a vuoto e minimizzando l'impatto della logistica.

Chiudiamo il cerchio con il consumatore finale attraverso il packaging 100% riciclabile e istruzioni chiare per il corretto smaltimento post-consumo. Vogliamo che ogni persona che sceglie Madama Oliva S.p.A. Società Benefit sappia di partecipare a una storia di responsabilità ambientale, dalla selezione al consumo fino allo smaltimento.

La nostra Mission

Ci impegniamo ogni giorno per valorizzare la tradizione delle olive di Castel Madama e offrire una gamma completa di olive da tavola di alta qualità provenienti da molteplici cultivar. Investiamo nell'innovazione e nella ricerca, crediamo nella conoscenza e vogliamo diffondere maggiore cultura sul nostro prodotto.

Vogliamo avere un impatto positivo sull'ambiente e sulle persone e per questo promuoviamo uno sviluppo sostenibile adottando pratiche che tutelino l'ecosistema e garantiamo un ambiente di lavoro inclusivo e sicuro. **Vogliamo affermarci nel mondo come gli Specialisti delle Olive da tavola contribuendo al miglioramento collettivo.**



La nostra Vision



Madama Oliva nasce con una vocazione profonda: quella di coniugare impresa e responsabilità, qualità e rispetto, tradizione e futuro. Fin dalle origini, l'azienda ha fatto propri i principi della **sostenibilità ambientale e sociale**, integrandoli nel proprio modo di operare e rendendoli parte essenziale del proprio sviluppo.

Nel corso degli anni, ogni azione è stata guidata dalla convinzione che solo agendo con coraggio e responsabilità oggi, si possa garantire **un domani più sano, equo e prospero** per le future generazioni.

La nostra visione: “Vogliamo portare nel mondo la tradizione di Castel Madama e diventare il brand di riferimento per le Olive da Tavola, migliorando il benessere delle persone e dell'ambiente”.

Il nostro Purpose

Vogliamo creare un futuro in cui la nostra azienda possa crescere contribuendo attivamente a un mondo più sostenibile e giusto per tutti.

Per questo **crediamo che un approccio rispettoso e innovativo possa rappresentare il nostro contributo al miglioramento collettivo.**



Madama Oliva Società Benefit

Con la trasformazione in Società Benefit, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha compiuto una scelta fondamentale: integrare nella propria natura giuridica e nella propria strategia aziendale il perseguimento consapevole del beneficio comune, accanto agli obiettivi di redditività.

Questa decisione riflette la nostra convinzione che un'azienda responsabile deve operare in modo trasparente, sostenibile e consapevole nei confronti di tutti i suoi portatori di interesse: i dipendenti, le comunità locali, il territorio, l'ambiente e tutti coloro che, direttamente o indirettamente, sono toccati dalle nostre attività.



Processi e prodotti/servizi

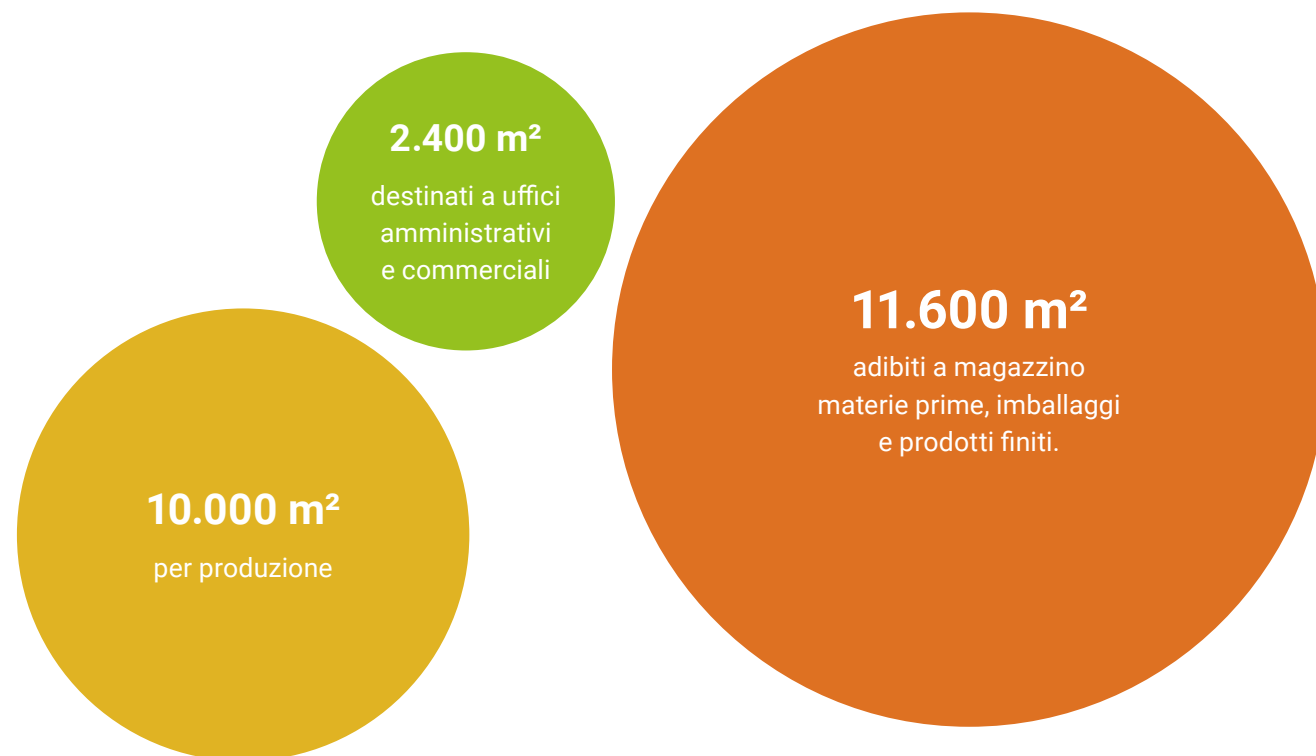
Lo stabilimento produttivo di **Madama Oliva S.p.A. Società Benefit** è specializzato nella realizzazione di **prodotti alimentari “ready to eat”**, realizzati con standard elevati di qualità, sicurezza e innovazione.

Ad oggi, l'azienda vanta un **catalogo di oltre 1.000 referenze**, alcune delle quali sviluppate su misura per specifiche esigenze del cliente. La gamma comprende, oltre alle migliori varietà di **Olive da Tavola**, anche lupini, sott'oli, capperi, peperoncini, pomodori secchi, aglio, pestati di olive in vari gusti, hummus di lupini, paté a base di olive e vegetali.

Tutti i prodotti sono sviluppati per garantire gusto, praticità e lunga shelf-life, mantenendo intatti i valori nutrizionali e organolettici.

L'attività produttiva si svolge in un moderno impianto situato in un'area industriale del Comune di Carsoli (AQ), all'interno di un capannone sviluppato principalmente su un unico livello, ad eccezione della zona uffici, disposta su due piani.

L'area complessiva dell'insediamento è di **70.000 m²**, con un **indice di occupazione del territorio pari a 0,40**. Le aree operative occupano circa **28.000 m²**, così suddivise:



Nel 2021 si è concluso un importante intervento di ampliamento che ha portato alla configurazione attuale dello stabilimento, migliorandone efficienza e funzionalità.

In ambito nazionale, **Madama Oliva S.p.A. Società Benefit collabora con le principali insegne della GDO**, tra cui **Metro Italia, Coop, Carrefour, Bennet, Conad, Esselunga** e molti altri. Oltre ai prodotti a marchio proprio, l'azienda realizza anche **private label** per i retailer partner.



Processi e prodotti/servizi

Nel mercato estero, l'attività commerciale si rivolge principalmente a **società importatrici, distributori e retailer** con cui il dipartimento export dialoga direttamente, costruendo relazioni commerciali consolidate in numerosi Paesi.

Le attività produttive di Madama Oliva S.p.A. Società Benefit comprendono:

stoccaggio e trattamento delle materie prime

analisi e controlli nel laboratorio interno

confezionamento in diversi formati

pastorizzazione

stoccaggio dei prodotti finiti

Lo stabilimento è dotato di **21 linee produttive** progettate per lavorare e confezionare:

prodotti in atmosfera protettiva

prodotti in salamoia

paté e pestati

prodotti conditi e preparazioni vegetali

spezie

I formati vanno dalle classiche **buste** alle **vaschette**, dai **secchielli** alle **latte** fino alle **confezioni di vetro**, particolarmente apprezzate nei mercati esteri. L'azienda ha inoltre investito in **packaging sostenibili**, ormai pienamente consolidati sia in Italia che all'estero, a dimostrazione del proprio impegno verso un'economia circolare e responsabile.

Tutti i prodotti realizzati da Madama Oliva rientrano nella **categoria alimentare fortemente regolamentata**, e sono conformi alle normative vigenti sia a livello nazionale che comunitario, nel pieno rispetto delle disposizioni in materia di **sicurezza, etichettatura e qualità**.



Sistema dei rischi aziendali e politiche di mitigazione

Per garantire il pieno raggiungimento della propria **Mission** e la concreta realizzazione della propria **Vision**, **Madama Oliva S.p.A.** ha definito un sistema integrato di gestione che si fonda su principi solidi e su un impegno costante verso la responsabilità, la trasparenza e il miglioramento continuo.

La **politica aziendale in materia di gestione dei rischi** si articola attraverso una serie di strumenti e azioni concrete, orientate alla prevenzione, alla protezione e alla sostenibilità:



- **adozione di un Codice Etico e di Condotta**, che definisce i valori fondanti dell'azienda e guida i comportamenti a tutti i livelli dell'organizzazione;
- **implementazione di un sistema informatico di Whistleblowing**, volto a garantire la segnalazione riservata e protetta di eventuali illeciti o comportamenti non conformi;
- **tutela e valorizzazione delle persone**, con particolare attenzione alla formazione continua, al benessere organizzativo e alla promozione della **Parità di Genere**;
- **mantenimento e miglioramento del Sistema di Gestione per la Qualità**, in conformità alla norma **UNI EN ISO 9001:2015**, per garantire processi efficienti e controllati;
- **adozione del Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza sul lavoro**, in accordo alla norma **UNI ISO 45001:2018**, per tutelare il personale e prevenire ogni rischio professionale;
- **allocazione delle risorse necessarie** al raggiungimento degli obiettivi aziendali e al miglioramento continuo delle performance organizzative;
- **diffusione della cultura della qualità e della sicurezza** a tutti i livelli aziendali, affinché siano compresi, condivisi e sostenuti i principi guida del sistema di gestione;
- **sviluppo della centralità del cliente**, attraverso la piena comprensione dei suoi requisiti e delle sue aspettative;
- **impegno verso la sostenibilità ambientale**, attraverso l'adozione dello standard **PEFC** per la gestione sostenibile delle risorse forestali e l'applicazione dei requisiti previsti dalla norma **ISO 14001** per il Sistema di Gestione Ambientale.

3.

Sezione A. Il nostro modo di essere azienda

GOVERNANCE

- 3.1. Assetto Proprietario
- 3.2. Sistema di Governance
- 3.3. Organi di controllo

Assetto Proprietario

I soci di Madama Oliva sono i seguenti:

Socio	%	Tipo di diritto
Madama Oliva immobiliare e servizi S.r.l.	40%	Proprietà
Fratelli Mancini S.r.l.	30%	Proprietà
Enrico Salvatori	18%	Proprietà
Antonio Mancini	12%	Proprietà

Sistema di Governance

A partire da **gennaio 2025**, **Madama Oliva** assumerà la forma giuridica di **Società per Azioni (S.p.A.)**, rafforzando la propria struttura organizzativa in coerenza con gli obiettivi di crescita e sostenibilità aziendale.

La governance della Società si articola attraverso i seguenti organi:

- **l'Assemblea dei Soci**, cui spettano le decisioni in merito alle materie previste dallo Statuto, tra cui la nomina del **Consiglio di Amministrazione** e del **Collegio Sindacale**, nonché l'approvazione del **Bilancio di esercizio**. In base a quanto stabilito dallo Statuto, l'Assemblea può altresì autorizzare specifiche operazioni di gestione straordinaria;
- **il Consiglio di Amministrazione**, nominato dall'Assemblea, detiene i poteri di gestione ordinaria e straordinaria della Società. È l'organo esecutivo più elevato, responsabile della guida strategica e operativa dell'azienda.

Attualmente, il **Consiglio di Amministrazione di Madama Oliva** è composto da **quattro membri**, tra cui l'**Amministratore Delegato**. L'attuale Consiglio resterà in carica fino all'approvazione del bilancio relativo all'esercizio 2027.

Organi di controllo

Il **Collegio Sindacale** ha il compito di **vigilare sull'osservanza della legge e dello Statuto**, nonché sulla corretta amministrazione della Società. In particolare, monitora l'**adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile**, assicurandosi che l'attività aziendale si svolga nel rispetto dei principi di trasparenza, correttezza e legalità.

L'organo è composto da **cinque membri**, di cui **tre sindaci effettivi** e **due supplenti**, e svolge anche le funzioni di **revisione legale dei conti**, contribuendo a garantire l'affidabilità e la regolarità dell'informativa economico-finanziaria.

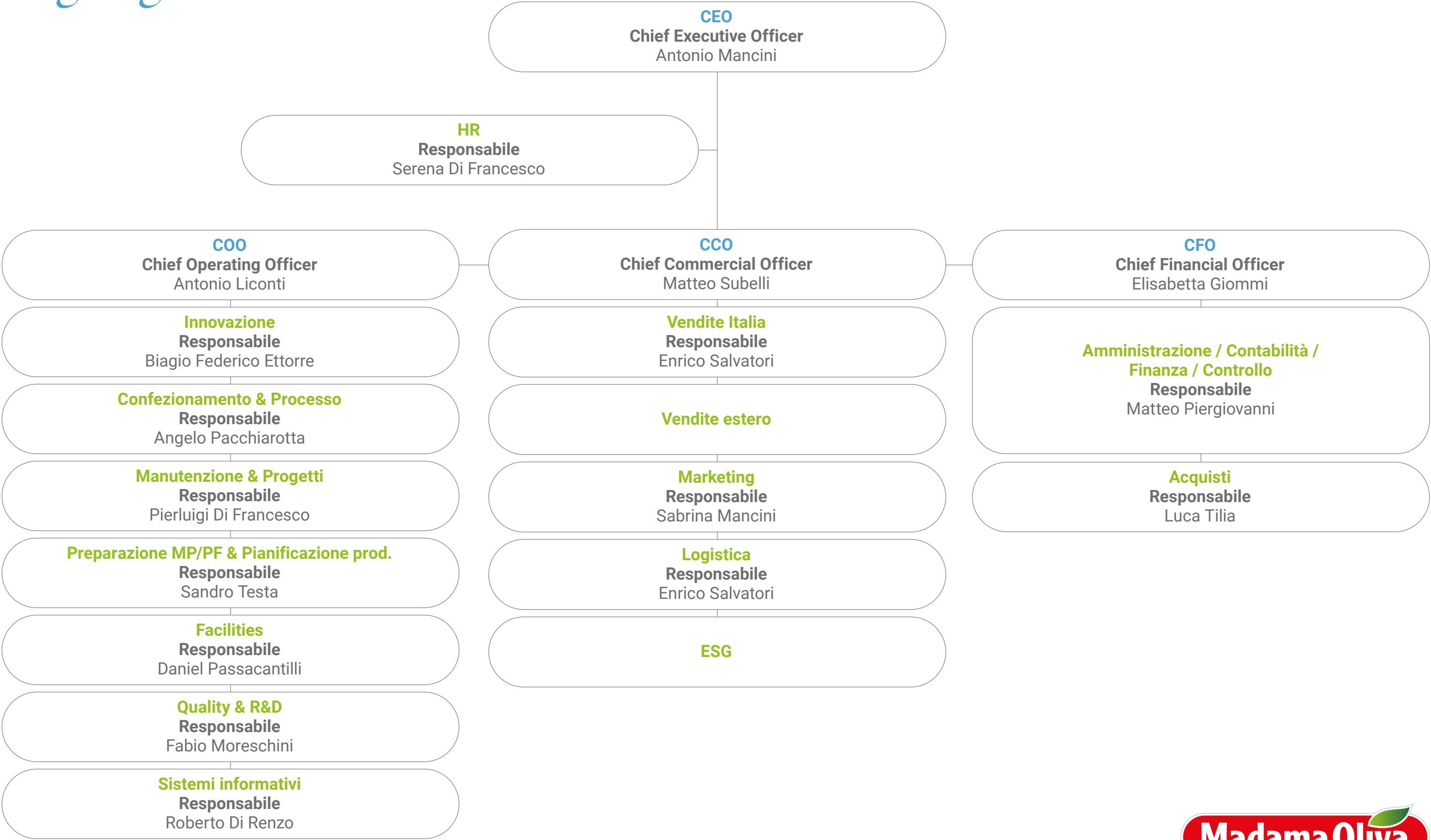
4.

Sezione A. Il nostro modo di essere azienda

ASSETTO ORGANIZZATIVO

- 4.1. Organigramma
- 4.2. Procedure e Policy
- 4.3. Codice Etico e Codice di Condotta
- 4.4. Certificazioni

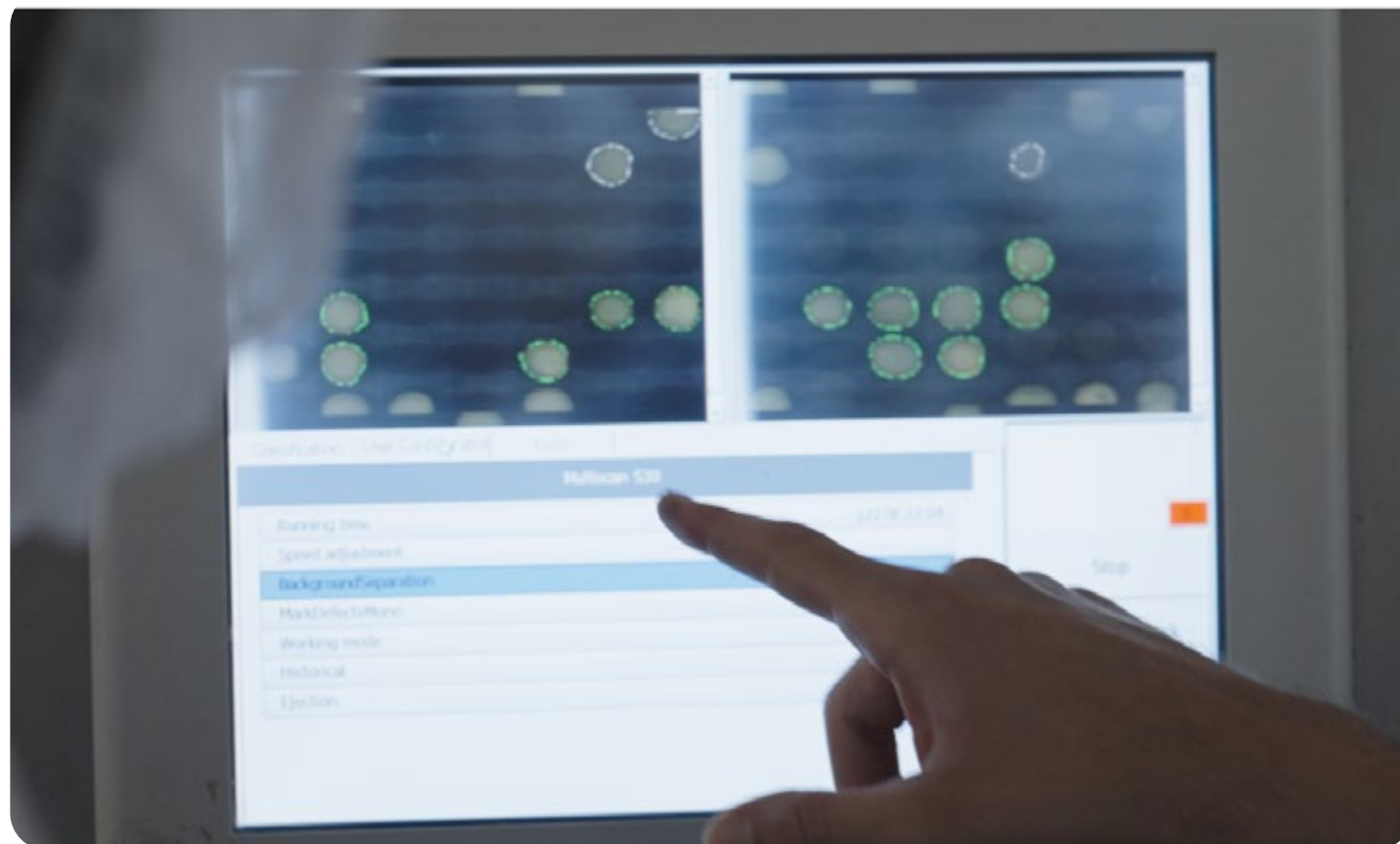
Organigramma



Procedure e Policy

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha implementato un Sistema Integrato di Gestione che unifica in un'unica struttura organizzativa e documentale i pilastri della Qualità, Ambiente, Sicurezza, BRC e IFS. Questa scelta strategica riflette il nostro impegno a operare secondo standard internazionali riconosciuti, garantendo coerenza, efficienza e tracciabilità in ogni aspetto della nostra attività.

L'adozione degli standard BRC (British Retail Consortium) e IFS (International Featured Standards) posiziona Madama Oliva S.p.A. Società Benefit tra le aziende alimentari più affidabili a livello internazionale. Questi standard certificativi, riconosciuti dai principali retailer e distributori mondiali, attestano il nostro impegno incondizionato verso la sicurezza alimentare e la conformità normativa. Attraverso il Sistema Integrato, monitoriamo continuamente la sicurezza dei processi, l'efficienza energetica, la gestione dei rifiuti e il benessere dei nostri collaboratori, trasformando la conformità in un valore aggiunto che distingue i nostri prodotti nel mercato globale e genera fiducia nei nostri stakeholder.



Codice Etico e Codice di Condotta

Madama Oliva persegue da sempre l'obiettivo di offrire **prodotti di eccellenza**, coniugando qualità, innovazione e rispetto per le persone e per l'ambiente. Questo impegno si fonda su una visione etica del fare impresa, che guida ogni aspetto dell'attività aziendale e si traduce in azioni concrete, quotidiane.

In questo contesto si inserisce il **Codice Etico e di Condotta**, che rappresenta molto più di un insieme di regole: è la dichiarazione dei principi che ispirano la cultura aziendale, un punto di riferimento costante per tutti coloro che collaborano con Madama Oliva, sia all'interno dell'organizzazione sia nel rapporto con il mondo esterno.

Il Codice definisce con chiarezza **diritti, doveri e responsabilità etico-sociali** che ogni persona è chiamata ad assumere nello svolgimento delle proprie attività, in coerenza con i valori fondanti dell'azienda. Al suo interno trovano espressione valori come la sostenibilità, la qualità, l'eccellenza, l'innovazione nel rispetto della tradizione, il benessere delle comunità, la consapevolezza e l'impatto positivo sul mondo.

Questi valori non sono dichiarazioni astratte, ma costituiscono le fondamenta del rapporto fiduciario tra l'azienda e i suoi stakeholder. Orientano le scelte strategiche e quotidiane, guidano i comportamenti individuali e collettivi, e rafforzano la coerenza tra identità aziendale e operato concreto.

Rispettare e condividere questi principi significa contribuire attivamente alla costruzione di un'organizzazione solida, responsabile, affidabile. L'etica d'impresa, così come delineata nel Codice, rappresenta infatti il modello a cui Madama Oliva si ispira nella gestione societaria, e si configura come uno **strumento positivo di tutela, reputazione e crescita sostenibile**.

Certificazioni

Nel 2024 Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha ottenuto la **certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere**, un riconoscimento concreto del nostro impegno verso l'inclusione, la valorizzazione delle diversità e l'empowerment femminile. Questa scelta nasce dalla consapevolezza che l'inclusione non è solo un valore sociale, ma un **fattore chiave di crescita, innovazione e benessere organizzativo**.

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit promuove la parità attraverso **principi guida chiari** - imparzialità, trasparenza, valorizzazione delle persone e tutela della genitorialità - tradotti in azioni concrete: una cultura aziendale orientata all'inclusione, pari opportunità lungo tutto il percorso professionale, ambiente di lavoro a "tolleranza zero" verso molestie e discriminazioni, e un **canale anonimo di segnalazione** accessibile a tutti. Attraverso questo percorso, rafforziamo il nostro impegno a prendersi cura delle persone, della salute e del pianeta: i tre pilastri della nostra visione di sostenibilità.

- + Uni En Iso 9001
- + Uni En 14001
- + Uni En 45001
- + UNI PDR 125 2022 "Parità di Genere"



5.

Sezione B. Gli obiettivi di beneficio comune e il percorso di creazione del valore

BUSINESS MODEL

- 5.1. Descrizione del Business Model Canvas
- 5.2. Stakeholder engagement
- 5.3. Analisi di materialità
- 5.4. Swot Analysis

Descrizione del Business Model Canvas

Il **Business Model Canvas** è uno strumento strategico visivo, ampiamente utilizzato per **descrivere, analizzare e progettare** modelli di business in modo semplice, intuitivo e strutturato. Consente di rappresentare graficamente tutti gli elementi fondamentali che compongono un'impresa, facilitando la comprensione dell'insieme e l'allineamento strategico tra le sue diverse componenti.

Grazie alla sua struttura sintetica e immediata, il Business Model Canvas permette di:

- visualizzare un'idea imprenditoriale in modo chiaro ed efficace;
- verificare la coerenza interna tra le varie aree del modello di business;
- individuare punti di forza, criticità, opportunità e rischi;
- stimolare il confronto e la collaborazione tra i membri del team aziendale.

Il modello è suddiviso in **nove blocchi** chiave, ognuno dei quali rappresenta un elemento essenziale per il funzionamento dell'impresa:

1

Partner chiave (Key Partnerships): individua i soggetti esterni strategici - fornitori, collaboratori, reti o alleanze - che supportano l'attività dell'azienda.

2

Attività chiave (Key Activities): descrive le attività fondamentali che l'impresa deve svolgere per realizzare la propria proposta di valore e raggiungere i clienti.

3

Risorse chiave (Key Resources): include le risorse principali (fisiche, umane, intellettuali, finanziarie) necessarie per supportare le attività e generare valore.

4

Proposte di valore (Value Propositions): definisce ciò che l'azienda offre ai clienti, ovvero il valore che intende creare e che la differenzia sul mercato.

5

Relazioni con i clienti (Customer Relationships): spiega come vengono gestite le relazioni con ciascun segmento di clientela, dal primo contatto alla fidelizzazione.

6

Segmenti di clientela (Customer Segments): identifica i diversi gruppi di clienti a cui l'azienda si rivolge, specificandone caratteristiche e bisogni.

7

Canali (Channels): illustra i mezzi attraverso cui l'azienda raggiunge i clienti e consegna la propria proposta di valore (es. vendite dirette, e-commerce, distributori).

8

Struttura dei costi (Cost Structure): analizza i costi più significativi legati all'operatività del modello di business.

9

Flussi di ricavi (Revenue Streams): indica le fonti di entrata dell'azienda, ovvero come essa monetizza la propria attività e le sue offerte.

Il Business Model Canvas è quindi uno strumento versatile e potente per migliorare la **consapevolezza strategica** e supportare processi di **innovazione, pianificazione e sostenibilità del modello di impresa**.

Descrizione del Business Model Canvas



Stakeholder engagement

Attraverso lo **stakeholder engagement** Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha identificato e coinvolto le “parti interessate” in modo da rilevare e rispondere alle loro aspettative. Madama Oliva S.p.A. si relaziona con ognuna delle categorie di stakeholder, avvalendosi di specifici canali di coinvolgimento, di seguito dettagliati.

Personale	Bilancio di Sostenibilità, Codice Etico, Formazione, Eventi, Iniziative interne, Comunicazione interna, Survey, Convention aziendali, reportistica.
Personale in forza per contratti con soggetti Terzi	Bilancio di Sostenibilità, Codice Etico, Formazione, Eventi, Comunicazioni con soggetti erogatori del servizio.
Clienti	Bilancio di Sostenibilità, Codice Etico, Assistenza al cliente, Eventi, Survey, Meeting periodici in presenza e/o online, reportistica.
Agenti	Bilancio di Sostenibilità, Codice Etico, Meeting periodici, Formazione, Eventi, Iniziative interne, Comunicazione interna, Survey, Convention aziendali, reportistica.
Fornitori	Bilancio di Sostenibilità, Codice Etico.
Banche	Bilancio di Sostenibilità, Codice Etico.
Comunità e Ambiente	Iniziative sociali e ambientali, Codice Etico, Bilancio di Sostenibilità, Sponsorizzazioni, Partnership, Eventi.



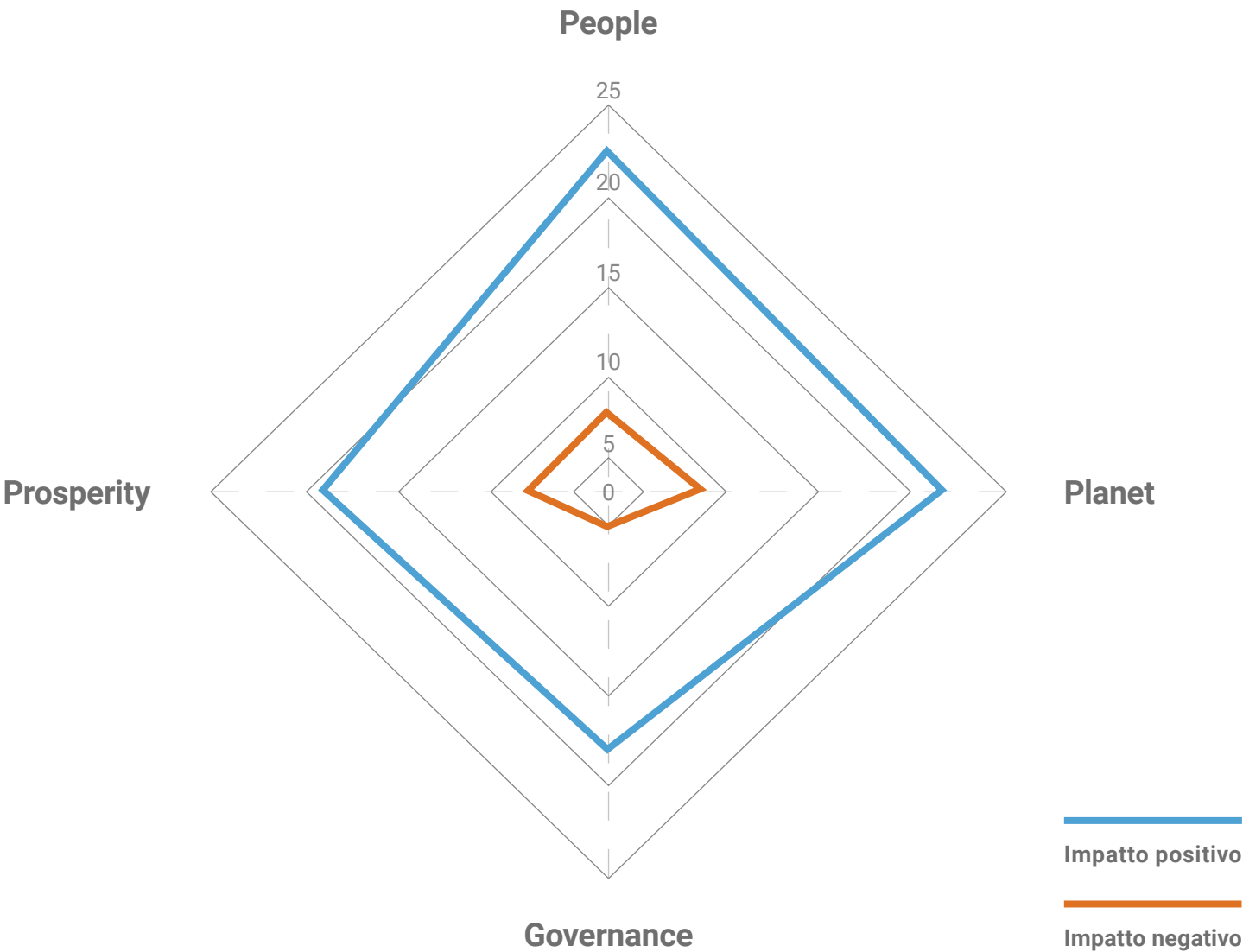
Analisi di materialità

L'**analisi di materialità** è stata condotta adottando un approccio analitico e strutturato, basato sull'attribuzione di punteggi relativi al grado di impatto di ciascuna tematica rilevante. Ogni elemento valutato è stato ricondotto a una delle quattro **macro-categorie di riferimento: People, Planet, Prosperity e Governance**. Questo metodo ha permesso di rappresentare in modo sintetico ma efficace l'impatto delle diverse aree tematiche trattate all'interno del presente **Bilancio di Sostenibilità**, evidenziandone il livello di rilevanza strategica.

A ciascuna area è stato assegnato un punteggio, utile a **identificare punti di forza e ambiti di miglioramento**, orientando così l'azione aziendale in una logica di miglioramento continuo e allineamento con le aspettative degli stakeholder.



Analisi di materialità



Legenda:
Per ogni macrocategoria si sono calcolati gli Impatti Positivi e Negativi considerando la media dei risultati ottenuti tra i diversi topics specifici. *L'Impatto Positivo o Negativo* deriva dal prodotto tra *L'Entità o la Gravità e la Probabilità* che si verifichi un determinato aspetto. Sia all' Entità/Gravità, sia alla Probabilità sono stati assegnati scores da 0 a 5, secondo l'impostazione della tabella seguente:

Entità/Gravità	Probabilità	Impatto Positivo e Impatto Negativo
0 = nullo	0 = impossibile	Entità o Gravità × Probabilità
1 = trascurabile	1 = improbabile	
2 = contenuto	2 = raro	
3 = significativo	3 = possibile	
4 = rilevante	4 = probabile	
5 = catastrofico	5 = molto probabile	

Come si evince dal grafico, le aree in cui la Società dimostra maggiore attenzione e sensibilità sono quelle legate alle **Persone** e all'**Ambiente**. Tale risultato è riconducibile al fatto che **Madama Oliva S.p.A. Società Benefit** considera centrali tematiche come la **salute e sicurezza sul lavoro**, la **formazione continua** e, più in generale, la **valorizzazione e l'ascolto dei collaboratori**, che hanno generato un impatto positivo significativo.

Anche in ambito ambientale, l'azienda si impegna da tempo nella **riduzione dell'impatto ambientale**, grazie a investimenti mirati in **processi produttivi sostenibili, infrastrutture efficienti** e al mantenimento di **certificazioni ambientali** di riferimento.

Per quanto riguarda gli altri cluster analizzati, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit presenta un **profilo equilibrato**, a dimostrazione di un'attenta gestione di tutte le quattro aree materiali, con una visione orientata al **miglioramento continuo nel medio termine**.

Swot Analysis

Per il nostro business aziendale abbiamo analizzato principalmente le tendenze del settore in cui operiamo, i competitor, i possibili fattori endogeni, i punti di forza e di debolezza interni all'azienda e infine i clienti e consumatori attuali e potenziali.

Di seguito il risultato dell'analisi, utile all'identificazione delle opportunità competitive di miglioramento.

S

Punti di forza

- Trasformazione in Società Benefit
- Certificazione Parità di Genere
- Implementazione del sistema di kpi con indicatori complessi e di outcome
- Sistema valoriale aziendale

- Dichiarazione di responsabilità sociale
- Certificazioni di prodotto
- Sistema integrato sicurezza-qualità-ambiente
- Codice etico
- Flussi comunicativi con i dipendenti
- Industria 4.0
- Ricerca su packaging a minor impatto ambientale
- Piano di comunicazione social

W

Punti di debolezza

- Filiera dei fornitori
- Impatto del trasporto per il reperimento della materia prima e la consegna del prodotto finito

O

Opportunità

- MOG ex D.Lgs 231/2001
- Formalizzazione sistema di valutazione della performance

T

Minacce

- Normativa
- Concorrenza

Sezione B. Gli obiettivi di beneficio comune e il percorso di creazione del valore

MADAMA OLIVA SOCIETÀ BENEFIT: IL BENEFICIO COMUNE

6.1. Gli impegni statutari e gli obiettivi di beneficio comune

Gli impegni statutari e gli obiettivi di beneficio comune

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit, oltre allo scopo di utile, persegue le seguenti finalità di beneficio comune ed opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territorio ed ambiente, enti, associazioni ed altri portatori di interesse.

In particolare, Madama Oliva Spa Società Benefit ha per oggetto le seguenti finalità di beneficio comune:

- **Minimizzazione dell'impatto ambientale**, attraverso l'integrazione nel processo produttivo di buone pratiche rispettose dei principi della sostenibilità ambientale e sociale, in linea con criteri di innovazione e miglioramento dei processi, risparmio ed efficienza energetica, riduzione degli sprechi, utilizzo di fonti rinnovabili e impiego di prodotti a basso impatto ambientale.
- **Benessere dei propri dipendenti e collaboratori**, attraverso la costruzione di un clima di lavoro positivo e inclusivo, volto a tutelarne diritti e doveri, sicurezza, formazione, valorizzazione delle competenze e sviluppo delle potenzialità, considerate un valore reale per la collettività, nonché mediante la creazione di spazi e iniziative dedicate alla salute e al benessere dei dipendenti e dei collaboratori.
- **Sostegno allo sviluppo della comunità in cui opera**, attraverso il contributo alla crescita della comunità stessa mediante attività formative sui temi del benessere, della salute e, più in generale, del miglioramento della qualità della vita.



Sezione B. Gli obiettivi di beneficio comune e il percorso di creazione del valore

MADAMA OLIVA SOCIETÀ BENEFIT: LA CREAZIONE DEL VALORE

- 7.1. L'andamento dell'azienda nel 2025 e le principali linee strategiche
- 7.2. Stato dell'arte e rendicontazione rispetto agli impegni statutari di Società Benefit
- 7.3. Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione
- 7.4. Impegni e azioni 2025
- 7.5. Distribuzione del valore economico

L'andamento dell'azienda nel 2025 e le principali linee strategiche

Nel 2025 Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha registrato un trend commerciale decisamente favorevole, riflettendo una crescita sostanziale della domanda di mercato e un incremento significativo del volume delle vendite. In conseguenza di tale andamento positivo, la direzione ha deliberato l'acquisizione di ulteriori macchinari dedicati alla trasformazione e al processing dei prodotti, al fine di incrementare la capacità produttiva e rispondere adeguatamente alle esigenze della clientela. Tale decisione ha comportato, quale naturale conseguenza, l'ampliamento dell'organizzazione del lavoro attraverso l'implementazione di turni aggiuntivi, determinando così un incremento della forza lavoro impiegata nei cicli produttivi. Questo aumento dell'attività operativa ha condotto, inevitabilmente, a un maggiore consumo energetico complessivo dell'azienda, riflettendo l'intensificazione delle operazioni di trasformazione e la conseguente elevazione dei fabbisogni di alimentazione elettrica necessari al funzionamento dei nuovi impianti e delle linee produttive potenziate.

Stato dell'arte e rendicontazione rispetto agli impegni statutari di Società Benefit

Con la trasformazione in Società Benefit e la redazione del primo Bilancio di Sostenibilità, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha compiuto un passo significativo nel proprio percorso di responsabilità. Oggi, con questa prima Relazione di Impatto, vogliamo raccontare una storia diversa: non solo quello che misuriamo, ma il valore reale che generiamo ogni giorno per le persone, il territorio e l'ambiente con cui collaboriamo.

In un'ottica di superamento dell'autoreferenzialità, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha adottato il B-Impact Assessment (BIA), strumento riconosciuto internazionalmente e sviluppato da B Lab, organizzazione non profit impegnata a generare valore condiviso per imprese, persone e ambiente. Il BIA consente una valutazione rigorosa e verificabile delle performance non finanziarie attraverso una metodologia standardizzata che valuta governance, risorse umane, ambiente, comunità, clienti e fornitori, ricondotti alle macrocategorie ESG.

Utilizzando il BIA, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha ottenuto punteggi che le hanno permesso di acquisire consapevolezza sul proprio posizionamento rispetto a benchmark settoriali, geografici e dimensionali, nonché di identificare ambiti prioritari su cui concentrare gli investimenti per un percorso di miglioramento continuo. La scala internazionale del BIA (massimo 200 punti) consente un confronto oggettivo e trasparente con altre realtà.



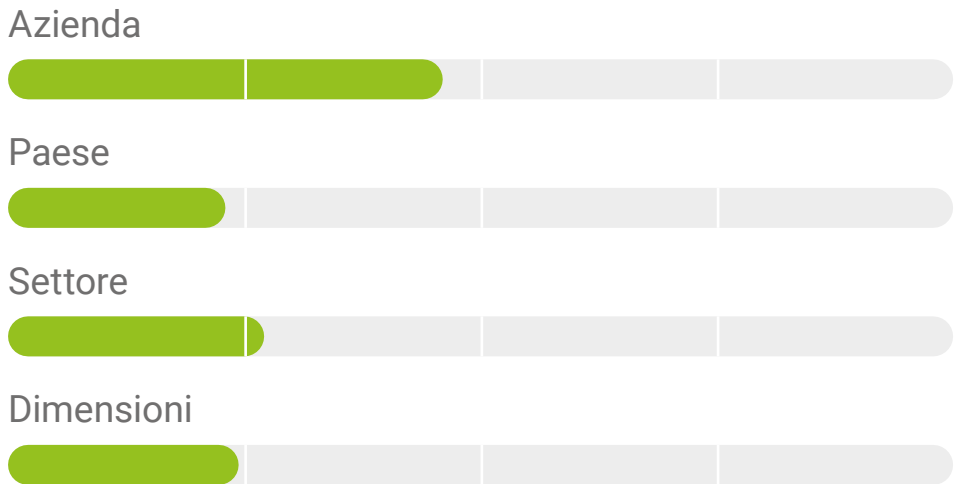
Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione

Nei paragrafi seguenti sarà presentata un'analisi dettagliata del posizionamento per ciascun ambito.

Ambito Ambiente

Come l'azienda può migliorare la propria gestione ambientale in generale.

2024 Punteggio = 19,6 2025 Punteggio = 19,5

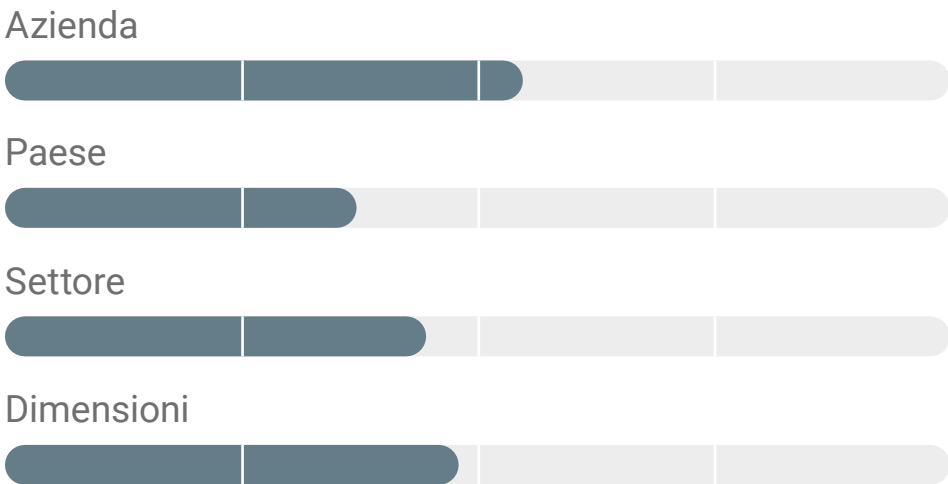


Grazie a una strategia di lungo periodo focalizzata sulla sostenibilità ambientale, l'azienda mantiene un rating di 19.5, che conferma un vantaggio competitivo rilevante rispetto ai competitor diretti e al tessuto imprenditoriale italiano, superando ampiamente gli standard medi delle realtà con profilo dimensionale analogo. L'impatto dei nuovi investimenti per l'ampliamento del numero macchinari e l'aumento delle ore di produzione hanno assorbito i benefici delle politiche di sostenibilità implementate.

Ambito Lavoratori

Come l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

2024 Punteggio = 20,7 2025 Punteggio = 21,2

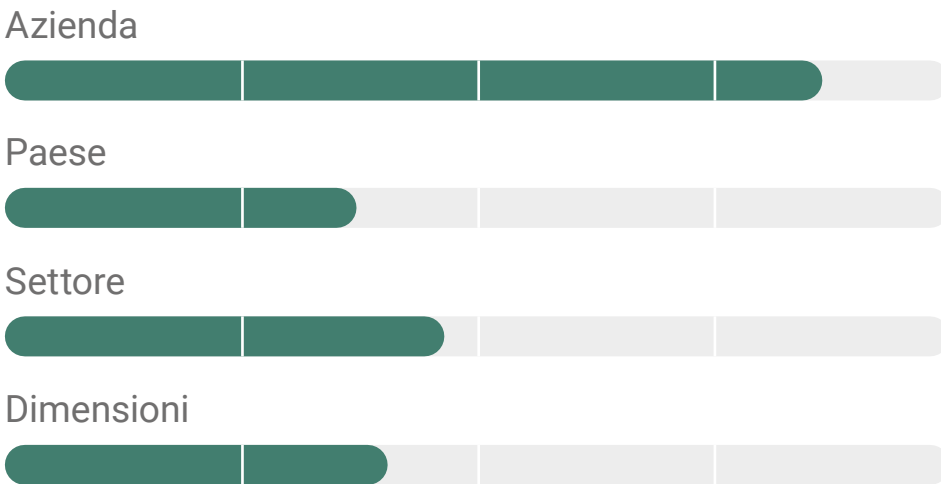


Il risultato superiore alla media nella sezione Lavoratori è frutto di un approccio integrato che combina la tutela del benessere fisico e finanziario con una cultura del coinvolgimento. L'intensificazione delle attività formative e dei canali di ascolto ha permesso di elevare significativamente gli standard di gestione del capitale umano.

Ambito Clienti

Come l'azienda può migliorare il valore che crea per i clienti e consumatori diretti dei propri prodotti e servizi.

2024 Punteggio = 3,9 2025 Punteggio = 4,3



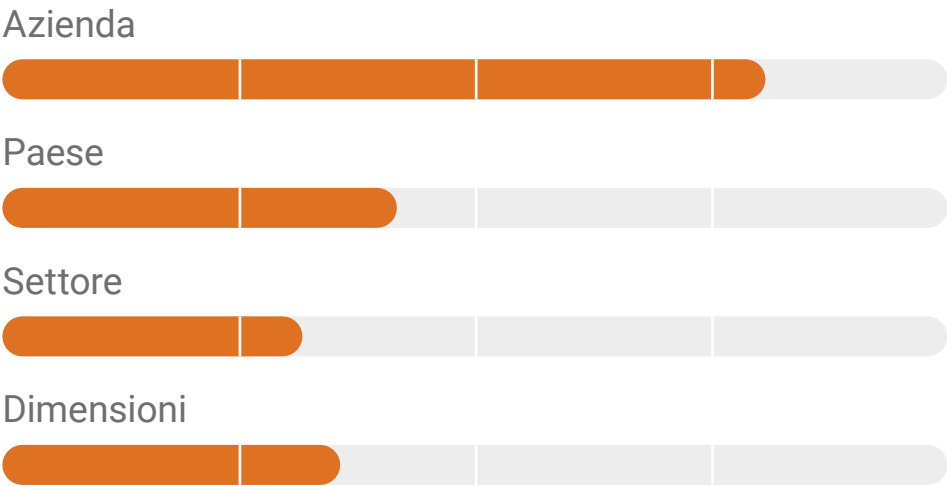
L'ambito Clienti registra una performance d'eccellenza con uno score di 3,9, superando ampiamente le medie delle aziende comparabili per dimensione e settore. Questo successo è sostenuto sia dalle certificazioni ottenute da Madama Oliva S.p.A. Società Benefit, sia da una gestione rigorosa del rapporto con il mercato, basata sulla sicurezza del prodotto, la garanzia di tutela della privacy e lo sviluppo di iniziative di sensibilizzazione a favore del benessere dei consumatori.

Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione

Ambito Governance

Come l'azienda può migliorare le politiche e le pratiche pertinenti alla propria missione, all'etica, alla responsabilità, alla trasparenza.

2024 Punteggio = 5,2 2025 Punteggio = 16,4

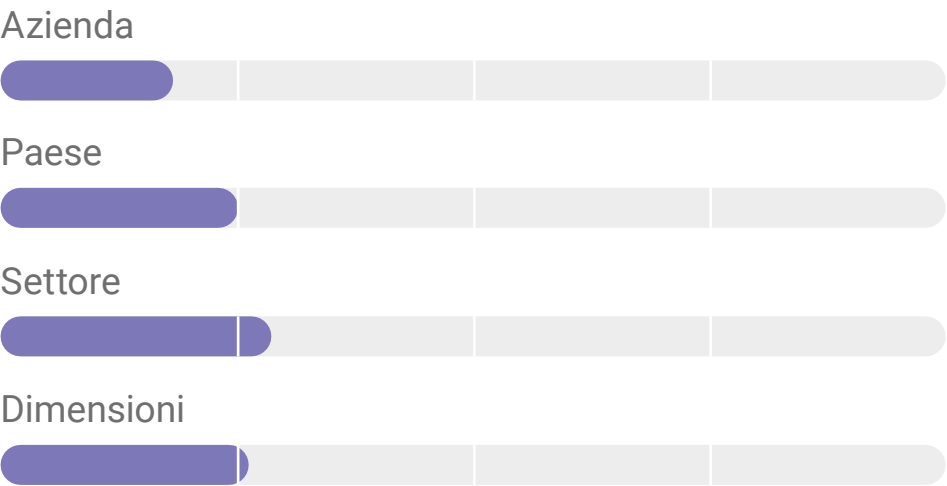


Il punteggio relativo alla Governance è cresciuto nettamente grazie all'acquisizione della qualifica di Società Benefit. L'ufficializzazione degli impegni sociali e ambientali nello Statuto, unita a un piano di coinvolgimento attivo degli stakeholder, ha permesso di elevare gli standard di trasparenza e responsabilità.

Ambito Comunità

Come l'azienda può contribuire al benessere economico e sociale delle comunità in cui opera.

2024 Punteggio = 11,1 2025 Punteggio = 11,5



Nell'architettura del B Impact Assessment, l'area Comunità misura la capacità dell'impresa di creare valore per il proprio ecosistema di riferimento, attraverso una gestione responsabile della catena di fornitura, il sostegno al territorio e alle comunità locali e la promozione di relazioni positive con gli stakeholder. Un ruolo particolarmente significativo è svolto dalle attività di comunicazione e sensibilizzazione, che diffondono i valori della sostenibilità, dell'inclusione e del consumo consapevole, rafforzando il dialogo con la comunità e contribuendo alla diffusione di una cultura orientata alla generazione di impatti positivi e duraturi.

Impegni e azioni 2025

7.4.1. Ambito Ambiente

A. Area politiche ambientali

Date le premesse sopra, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit prosegue con determinazione il proprio percorso verso l'economia circolare e la sostenibilità ambientale, attraverso il mantenimento delle certificazioni UNI EN ISO 14001 e della registrazione EMAS dal 2004, oltre ad aver aderito volontariamente allo standard ISCC Plus.

Promuove attivamente la circolarità attraverso l'utilizzo di packaging riciclati e riciclabili, contribuendo alla riduzione dei rifiuti e all'estensione del ciclo di vita dei materiali.

A seguito dell'analisi ambientale iniziale, e in conformità alle normative vigenti, ha implementato e aggiorna annualmente il Piano di Emergenza, che prevede simulazioni su evacuazione, antincendio e gestione di sversamenti di sostanze pericolose.



A fronte dei costanti investimenti per l'ottimizzazione delle risorse idriche ed energetiche, la traiettoria di riduzione dei consumi complessivi risulta ancora in fase di consolidamento, risentendo della dinamicità operativa del periodo in esame. Tale risultato è direttamente attribuibile all'acquisizione di ulteriori macchinari per la trasformazione dei prodotti e all'incremento dei turni di lavoro, implementati al fine di rispondere alla crescente domanda di mercato e alle richieste della clientela.

L'aumento della capacità produttiva ha determinato fabbisogni energetici e idrici superiori ai risparmi conseguiti mediante le misure di efficientamento implementate. L'azienda continua tuttavia a valutare opportunità di miglioramento attraverso il potenziamento della generazione da fonti rinnovabili e l'ottimizzazione dei sistemi di gestione idrica, al fine di raggiungere progressivamente gli obiettivi di sostenibilità ambientale prefissati.

B. Politiche per il consumo di energia all'interno dell'organizzazione

Nel 2008 ha installato il primo impianto solare fotovoltaico, all'epoca il più grande del suo genere registrato in Italia, generando oltre 2,3 milioni di kWh/anno e contribuendo alla riduzione di circa 1,2 tonnellate/anno di CO₂.

Oggi l'energia rinnovabile proviene da tre impianti fotovoltaici posizionati sul tetto dello stabilimento:

- dicembre 2008 (picco 513 kW)
- dicembre 2009 (picco 773 kW)
- settembre 2023 (picco 485,44 kW)

C. Consumi totali di energia in MWh con una ripartizione tra combustibili fossili e energia elettrica risultante dalle bollette

2025 = 2092,7488 MWh = 976,5 MWh pari al 47% da fonti rinnovabili, 1116,3 MWh, pari al 53% da fonti non rinnovabili - (circa il 807 MWh da gas naturale, circa il 144 da carbone e circa 164 da altre fonti).

Nel corso del 2025 è stata avviata l'installazione di un nuovo impianto fotovoltaico, con una produzione annua stimata di 2.573.943 kWh, pari a circa il 28% in più rispetto a quanto prodotto nel 2025. L'impianto entrerà in funzione nel corso del 2026.

■ Obiettivo 2026

Riduzione del 10% sulla quantità di Energia Elettrica acquistata, in vista dell'entrata in funzione del nuovo impianto.

Produzione di energia grazie al nuovo impianto, pari a circa il 28% in più rispetto a quanto prodotto nel 2025.



D. Area politiche relative alla diminuzione dei consumi - acqua e carta

Acqua

L'acqua è una risorsa primaria essenziale nei processi produttivi di Madama Oliva S.p.A. Società Benefit, impiegata per il lavaggio di olive e lupini e per la preparazione della salamoia destinata alla loro conservazione. Per garantirne un utilizzo responsabile, l'azienda ha adottato soluzioni mirate a ridurre gli sprechi e migliorare l'efficienza in tutte le fasi di lavorazione. Lo stabilimento dispone di un pozzo privato e, dal 2025, l'azienda può utilizzare un secondo pozzo privato, con portata prevista di 15 mc/ora.

- **Utilizzo di acqua nel 2024:** 167.318 mc/anno, con un indice pari a 24,62 l/kg.
- **Utilizzo di acqua nel 2025:** 196.250 mc/anno, con un indice pari a circa 25 l/kg di prodotto finito, per acquisto ulteriori macchinari, aumento della produzione e diversificazione della tipologia di produzione.
- **Obiettivo 2026:** Riduzione del 2% totale di acqua emunta.

Reflui Industriali

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit ha potenziato il proprio impianto interno di trattamento delle acque reflue implementando la tecnologia **MBBR (Moving Bed Biofilm Reactor)**, un sistema biologico avanzato che integra i processi convenzionali di fanghi attivi con supporti mobili a biofilm. I biochip flottanti forniscono una superficie estesa su cui i microrganismi si sviluppano, facilitando la scomposizione efficace dei residui organici. L'impianto, progettato da **Veolia Water Technologies Italia S.p.A.** e strutturato in molteplici sezioni di trattamento, ha superato con successo il collaudo tecnico ad aprile 2024, contribuendo a ridurre significativamente il carico inquinante dei reflui prodotti dallo stabilimento.

Consumo di carta

- L'azienda ha avviato un percorso di digitalizzazione dei processi, con l'obiettivo di ridurre l'uso della carta, contenere l'impatto ambientale e aumentare l'efficienza operativa.
- **2024:** l'azienda ha registrato una riduzione del 71% nelle risme utilizzate, passando da 1.750 a 505.
 - **2025:** indice mantenuto, con una strategia di ottimizzazione dei costi di acquisto.

E. Area politiche per la gestione dei rifiuti

La gestione responsabile dei rifiuti è un aspetto centrale per Madama Oliva S.p.A. Società Benefit, che si impegna a ridurre al minimo la produzione di rifiuti indifferenziati.

Questa strategia, oltre a contribuire concretamente alla tutela ambientale, consente di ottimizzare i costi legati allo smaltimento e di favorire il riciclo e il riutilizzo dei materiali, promuovendo un approccio coerente con i principi dell'economia circolare.

■ Impegni e azioni 2024

Nel corso del 2024 l'azienda ha formalizzato una procedura per l'acquisto di prodotti ecocompatibili, con l'obiettivo di rafforzare il proprio impegno nella riduzione dei rifiuti indifferenziati (codice CER 200301). Dal confronto dei dati 2023-2024 è emersa una riduzione del 3,69% dei kg smaltiti, un risultato significativo considerando il contestuale aumento della produzione.

Nel dettaglio:

- al 31/12/2023 erano stati smaltiti 96.820 kg di rifiuti indifferenziati, a fronte di 6.737.961 kg di prodotti finiti (pari a 0,0154 kg di rifiuti/kg di prodotto);
- al 31/12/2024, i rifiuti smaltiti erano scesi a 93.240 kg, a fronte di 6.795.088 kg di prodotti finiti (equivalenti a 0,0137 kg di rifiuti/kg di prodotto).

■ Obiettivi e target 2025

Per l'anno 2025, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit si è impegnata a raggiungere il 100% di packaging sostenibile entro il 31.12.2025, attraverso il lancio di nuovi formati in RPP per due nuove linee di prodotto: Lupamì e Fruttino.

■ Risultato 2025

Tutte le referenze previste sono state sviluppate e lanciate sul mercato - Freschissimi, Fruttino, Lupamì, Frutto d'Italia e Frutto di Grecia 100% - che rappresentano circa il 20% del volume totale del prodotto; utilizzano packaging sostenibile.

- **Per il 2026** l'azienda continuerà ad ampliare le referenze con packaging sostenibile.

Riduzione dei rifiuti urbani

- **2024** = 93.240 kg
- **2025** = 100.800 kg - aumento dell'8% dei rifiuti urbani non differenziati. L'obiettivo di riduzione dei rifiuti urbani non differenziati non è stato pienamente raggiunto e diventa un obiettivo 2026.
- **2026** = Obiettivo ridurre del 2% i chilogrammi di rifiuti urbani non differenziati avviati a smaltimento. Per raggiungere questo traguardo, l'azienda implementerà un piano integrato che comprende attività di formazione dedicate e campagne di sensibilizzazione rivolte a tutti i dipendenti.

Impegni e azioni 2025

7.4.2. Ambito Clienti

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit si impegna a comprendere e soddisfare le esigenze dei propri clienti, sviluppando nuovi prodotti su misura.

Puntiamo all'eccellenza offrendo soluzioni alimentari certificate, sicure, naturali e salutari; selezioniamo con cura le materie prime e applichiamo severi controlli qualità.

Siamo orgogliosi di essere stati la prima azienda italiana a valorizzare la specificità delle cultivar, distinguendole anche attraverso etichette dedicate.

La nostra costante attenzione garantisce standard elevati e contribuisce al benessere dei consumatori.

Gestiamo con prontezza ogni segnalazione ricevuta, nell'ambito di un Sistema di Qualità orientato al miglioramento continuo.

A. Area customer satisfaction

Impegni e azioni 2025

Anche nel corso del 2025 abbiamo effettuato un attento monitoraggio delle segnalazioni pervenute dai clienti e delle non conformità rilevate, prestando una costante attenzione alla tempestività nel fornire il feedback.

Stiamo predisponendo, per l'anno 2026, il seguente strumento:

- sentiment analysis su cliente finale.



Impegni e azioni 2025

7.4.3. Ambito Fornitori

Nel 2024, l'azienda ha compiuto passi significativi formalizzando il proprio Codice Etico e di Condotta e avviando un percorso strutturato sui temi ESG. Per Madama Oliva S.p.A. Società Benefit non si tratta di un semplice adempimento formale, ma dell'avvio di un percorso condiviso che coinvolge attivamente tutta la filiera.

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit crede fermamente che i propri partner debbano comprendere e abbracciare questi valori: la sostenibilità è una responsabilità comune, un obiettivo che si può raggiungere solo attraverso il dialogo e la collaborazione.



■ Impegni e azioni 2024

Nel corso del 2024 la Società ha formalizzato il Codice Etico e di Condotta, che vede coinvolti tutti gli stakeholder, nello specifico, i produttori agricoli che forniscono le materie prime, le aziende di trasporto, i fornitori di utilities.

■ Obiettivi 2025

Nel 2025, come programmato, sono state condivise le nostre buone pratiche anche al fine di sensibilizzare i fornitori sui temi della sostenibilità.

Crediamo che solo attraverso il dialogo e la collaborazione si possa costruire una filiera che non solo tuteli l'ambiente, ma promuova un futuro più responsabile e consapevole. Il nostro obiettivo è creare un ecosistema in cui ogni attore sia parte attiva del cambiamento.

■ Obiettivi 2026

Nel 2026 l'azienda proseguirà nel percorso di coinvolgimento dei fornitori, già avviato, per promuovere una crescente consapevolezza sui temi della sostenibilità ambientale e sociale. A tutti i partner di filiera - dal trasporto alle materie prime, dalle utilities al packaging, fino alle aziende agricole - verrà inviato un link per la consultazione del Codice Etico, accompagnato da un estratto introduttivo.

Impegni e azioni 2025

7.4.4. Ambito Lavoratori

Come l'azienda può contribuire al benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori.

A. Composizione del personale e inclusione

Nel 2025 la nostra comunità aziendale conta 170 persone, con una prevalenza nella fascia d'età 35–54 anni (64,1%). La forza lavoro è composta per il 55,3% da donne e per il 44,7% da uomini. Il 88,2% dei collaboratori è di nazionalità italiana; sono presenti anche lavoratori provenienti da Romania, Polonia, Ucraina e altri Paesi. In termini di scolarizzazione, il 57,7% ha un diploma, il 12,9% una laurea e il 26,5% titolo di scuola media o professionale.

B. Stabilità occupazionale e sviluppo delle competenze

Il tasso di turnover al 31 dicembre 2025 è stato del 4,73, a testimonianza di un elevato livello di stabilità del personale. Nel corso dell'anno sono state erogate complessivamente 1.324 ore di formazione su pari opportunità, segnalazione whistleblowing e codice etico; a queste si sommano le attività formative e informative in materia di salute e sicurezza che hanno coinvolto l'intera forza lavoro.

Per i nuovi assunti è previsto un percorso di inserimento strutturato, comprensivo di welcome pack e formazione di ingresso.

La policy aziendale, comunicata a tutti i dipendenti, è allineata ai requisiti della certificazione per la parità di genere.



Diversity & inclusion e valorizzazione interna

Dall'indagine sul clima aziendale svolta nel 2025, i cui risultati sono stati presentati a novembre, è emersa una soddisfazione generale del personale.

Sulla base delle segnalazioni raccolte, per il **2026** abbiamo pianificato un programma di interventi mirati volto a rafforzare il coinvolgimento e le competenze interne: incontri periodici (mensili, trimestrali e semestrali) con i team per favorire il dialogo e il feedback, percorsi di sviluppo per consolidare le capacità di leadership e sessioni informative dedicate al corretto utilizzo e alla diffusione delle procedure aziendali. Tali iniziative saranno monitorate con indicatori di partecipazione e soddisfazione per valutare l'efficacia e apportare eventuali aggiustamenti.

Partecipazione attiva

Promuoviamo la partecipazione attiva del personale anche attraverso riconoscimenti economici per idee di miglioramento: nel 2025 sono stati premiati 8 dipendenti con voucher da 80 a 500 €. I nostri capi reparto in produzione sono per la maggior parte donne (71%), segnale del nostro impegno per la rappresentanza femminile nei ruoli di responsabilità.

Benessere lavorativo e conciliabilità

Negli uffici abbiamo adottato modalità di lavoro e turni che favoriscono il bilanciamento vita-lavoro; l'84% del personale impiegatizio usufruisce di flessibilità oraria. Nel 2025, 13 collaboratori (3 uomini e 10 donne) hanno usufruito di congedi parentali per un totale di 800 ore.

Remunerazione, welfare e servizi

Nel 2025 l'azienda ha erogato buoni pasto per un valore complessivo di 158.894,44 € (30.077 ticket). Il pacchetto welfare ha raggiunto un valore totale di 65.000 €, pari a una media di 459 € pro capite. Abbiamo altresì garantito la copertura della polizza sanitaria (obbligatoria) a tutti i dipendenti (costo totale 26.925 €), e reso disponibile una sala break attrezzata con Pc per la comunicazione interna e la consultazione delle procedure aziendali.

Salute e sicurezza

La formazione specifica in materia di salute e sicurezza ha raggiunto 451 ore nel 2025. Non si sono verificati infortuni gravi; è stato registrato un unico infortunio lieve, causato da uno scivolamento nel reparto materie prime. Continueremo a investire in prevenzione e formazione per garantire la sicurezza e la protezione di tutti i collaboratori.

I dipendenti si mostrano molto proattivi nel segnalare situazioni che richiedono maggior tutela della sicurezza: nel 2025 abbiamo ricevuto 19 segnalazioni, tutte seguite da azioni correttive o migliorative. Per il 2026 puntiamo a ridurre ulteriormente il numero di segnalazioni grazie alla crescente attenzione al tema e alle misure preventive già attivate.

Governance etica e conformità

Abbiamo aggiornato il sistema di whistleblowing, il Codice Etico e le procedure relative alla parità di genere. Per i lavoratori in somministrazione e per la cooperativa di servizi Coser sono state formalizzate le dichiarazioni di presa visione e di accettazione del Codice Etico.

■ Obiettivi e target 2026

- Implementare la valutazione di gradimento e l'analisi dell'impatto della formazione per migliorarne efficacia e priorità tematiche.
- Tradurre i risultati dell'indagine di clima in piani operativi misurabili e monitorati.
- Proseguire il rafforzamento delle misure di salute e sicurezza, con specifiche campagne di prevenzione e il coinvolgimento periodico dei dipendenti impegnati nelle attività produttive.
- Ottimizzazione del welfare aziendale: mantenimento delle misure già in vigore, con i seguenti adeguamenti economici a favore dei dipendenti:
 - aumento di 1 € per i ticket di importo inferiore;
 - maggiorazione di 3 € per i turni notturni. L'intervento è attualmente in fase di definizione e verrà formalizzato con la sottoscrizione dell'accordo integrativo nel 2026.

Siamo impegnati a consolidare queste azioni nel prossimo esercizio per valorizzare il capitale umano, migliorare il benessere organizzativo e rafforzare il nostro impatto ESG.



Impegni e azioni 2025

7.4.5. Ambito Comunità

Fin dalle origini, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit è profondamente legata al territorio e si impegna attivamente per generare un impatto positivo non solo sul piano economico, ma anche sociale e culturale, attraverso la promozione di progetti e collaborazioni con realtà locali.

A. Area erogazioni liberali e sponsorizzazioni / rapporti con il territorio e comunità di riferimento

Madama Oliva S.p.A. Società Benefit crede nel valore di restituire al territorio, sostenendo chiese, società sportive ed eventi culturali legati alla tradizione locale, convinta che ciò porti benefici concreti alla comunità. Le finalità del nostro sostegno economico si concentrano su:

- la **tutela della cultura e delle tradizioni**, a cui siamo profondamente legati, attraverso il sostegno del FAI, delle feste popolari, celebrazioni religiose e manifestazioni storiche che rafforzano l'identità del territorio;
- la **promozione dell'aggregazione sociale**, offrendo occasioni d'incontro che favoriscono il senso di appartenenza e la coesione intergenerazionale;
- il **sostegno all'economia locale**, con eventi come fiere e sagre che attraggono visitatori e generano valore per commercio, turismo e ristorazione;
- il **supporto a iniziative solidali rivolte ai più fragili**, promuovendo inclusione e sostegno concreto;
- la **sponsorizzazione di eventi ricreativi per i giovani**, come serate musicali e danzanti, per incentivare esperienze positive, reali e condivise, alternative al mondo virtuale.

■ Impegni e azioni 2024

Madama Oliva ha contribuito al sostegno di numerose associazioni locali e nazionali, oltre che a eventi culturali e sportivi. Questa attività, avviata nel 2010, prosegue tutt'oggi con il supporto economico a iniziative di valore. In alcuni casi, il sostegno si è concretizzato anche attraverso **sponsorizzazioni** che prevedono l'utilizzo e la diffusione del **logo aziendale**.

Di seguito sono riportati gli eventi sostenuti nel corso del **2024**, grazie alle azioni promosse da Madama Oliva.



Tra le iniziative di maggior rilievo spicca la **collaborazione ultradecennale con il FAI - Fondo per l'Ambiente Italiano**, realtà riconosciuta come promotrice di valori culturali e ambientali a livello nazionale, impegnata nella tutela della bellezza e del patrimonio storico italiano.

L'azienda ha inoltre supportato l'**Associazione Cross Country Run Nazionale**, evento sportivo che ha coinvolto circa **2.500 partecipanti**, e la **Maratonina locale**, con oltre **1.000 partecipanti**, contribuendo a diffondere i valori del **benessere fisico e dell'alimentazione sana**.

Nello stesso ambito, Madama Oliva ha **sponsorizzato le squadre di calcio locali** Procalcio Castel Madama e Aniene Calcio, a conferma del proprio impegno a favore dello sport e della comunità territoriale.

L'attenzione di Madama Oliva verso le comunità locali si è concretizzata nel 2024 attraverso il sostegno a eventi significativi, tra cui:

- **UniStem Day - "L'infinito viaggio della ricerca scientifica"**, organizzato dall'Università di Teramo, ha coinvolto 500 studenti, omaggiati con i nostri prodotti. Incentrata sul tema delle cellule staminali, l'iniziativa promuove la cultura scientifica e l'orientamento universitario, con un programma ricco di contenuti stimolanti. L'evento è parte di una rete internazionale che coinvolge 99 università e centri di ricerca in 14 Paesi (Australia, Austria, Colombia, Francia, Germania, Grecia, Italia, Olanda, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Singapore, Spagna, Svezia, Ungheria);
- **evento sportivo promosso dall'Associazione "Per Lei" di Castel Madama**, impegnata nel sostegno alle donne colpite da tumore. La partecipazione di Madama Oliva conferma la sua vicinanza ai temi della salute e della solidarietà. L'evento ha visto la partecipazione di circa 50 persone.

A questi si aggiunge il supporto ad associazioni e realtà locali, come **"Ora tocca a noi"**, **"Associazione Scacchi Valle dell'Aniene"**, **"Palio Madama Margherita"**, e il **Teatro Ghione** di Roma.

■ Risultati 2025

In continuità con il 2024, Madama Oliva S.p.A. Società Benefit nel 2025 ha rinnovato con entusiasmo e convinzione il proprio impegno verso il territorio e la comunità, con uno stanziamento di circa 12.000 € per sostenere realtà locali, eventi culturali, iniziative sportive e donazioni. Con queste risorse sono stati sponsorizzati progetti ad alto impatto sociale, rafforzando la presenza come partner affidabile e promotore di coesione, cultura e benessere sul territorio.

Inoltre, grazie all'investimento nel digital marketing di 60.000 €, l'azienda ha supportato



le seguenti iniziative:

- Giornata internazionale risparmio energetico per promuovere consapevolezza sul consumo responsabile di energia e riduzione dei rifiuti
- Giornata mondiale del riciclo obiettivo per sensibilizzare sull'importanza del riciclo e dell'economia circolare;
- Giornata mondiale della salute obiettivo per promuovere benessere fisico e mentale
- Giornata mondiale dell'ambiente per sensibilizzare su questioni ambientali e clima
- Giornata 0 emissioni per promuovere trasporti ecologici e riduzione emissioni di carbonio
- Lupini snack salutare

■ Obiettivi e target 2026

Per il 2026 l'azienda rinnova con decisione il proprio impegno verso il territorio, incrementando del 20% il sostegno alle iniziative locali. Madama Oliva continuerà a finanziare e promuovere progetti culturali, sportivi e sociali, rafforzando partnership e destinando risorse concrete per massimizzare l'impatto delle azioni sul territorio, con l'obiettivo di ampliare il valore generato per la comunità, consolidare il ruolo dell'azienda come punto di riferimento locale e creare benefici condivisi e duraturi per tutti gli stakeholder. Per il 2026, nell'ambito digital, l'investimento sarà pari al 2025 ma ci saranno nuove rubriche che assoceranno il Brand a valori come la sostenibilità, la natura e l'impatto sociale.

B. Area rapporti con le scuole e università

Dal 2018 collaboriamo con l'agenzia Neways al progetto **"SALTainBOCCA"**, rivolto ai bambini della scuola primaria su tutto il territorio nazionale. L'iniziativa coinvolge anche le famiglie, con l'obiettivo di promuovere una sana alimentazione, fondamentale per il benessere fisico e mentale e per formare una generazione consapevole e in salute.

Educare i bambini fin da piccoli a una corretta alimentazione significa aiutarli a sviluppare abitudini sane che li accompagneranno per tutta la vita.

È dimostrato che uno stile di vita equilibrato riduce il rischio di obesità, diabete e patologie alimentari, migliorando anche concentrazione e rendimento scolastico.

■ Impegni e azioni 2024

Il sostegno dato alla Neways nel 2024 per portare avanti il progetto nelle scuole è stato di 11k euro l'anno. Il progetto raggiunge ogni anno 3000 classi, oltre alle relative famiglie, con-

sentendo di ampliare la campagna di sensibilizzazione sui temi della salute e del benessere alimentare e psico-fisico.

■ Risultati 2025

L'Azienda ha riconfermato la collaborazione con l'agenzia di Verona nel progetto "SALTainBOCCA" con scuole per educazione alla salute, con uno stanziamento confermato di 11.000 €.

■ Obiettivi e target 2026

Proseguire la collaborazione per il progetto "SALTainBOCCA" con un importo confermato di 11.000 €.



C. Area comunicazione esterna

L'azienda promuove stili di vita salutarie attraverso il proprio sito web e i canali social. La natura dei nostri prodotti si presta a numerose interpretazioni culinarie: per questo abbiamo collaborato con lo chef Daniele Rossi e altri professionisti, che hanno creato ricette salutari esaltando le qualità dei nostri ingredienti. Negli anni abbiamo attivato iniziative di influencer marketing per mostrare l'utilizzo quotidiano dei prodotti e ispirare nuove modalità di consumo. Sui nostri canali social e sul sito condividiamo regolarmente contenuti legati ai benefici nutrizionali, curiosità sotto forma di "olivenigmi" e post edutainment per approfondire, in modo semplice e coinvolgente, le caratteristiche delle olive. Anche su stampa digitale e cartacea promuoviamo articoli informativi, notizie e curiosità sui nostri prodotti.



■ Impegni e azioni 2024

Nel 2024 Madama Oliva ha continuato ad aggiornare i propri canali social (LinkedIn, Facebook, Instagram) e il sito web con articoli, notizie, ricette e contenuti dedicati a stili di vita salutarie. Ogni contenuto è progettato ad hoc per valorizzare le specificità di ciascun canale. La comunicazione, per noi, non è solo condivisione di informazioni, ma uno strumento chiave per costruire relazioni e generare fiducia. Proprio per questo, dal 2015 collaboriamo con un ufficio stampa che ha l'obiettivo di consolidare un posizionamento nazionale autorevole per il brand Madama Oliva. Dal 2024, grazie a loro, abbiamo preso parte a diverse iniziative di **product placement a Milano**, tra cui **Donna Moderna** e **Milano Vibra**.

● Comunicati stampa diffusi nel 2024: 5

■ Obiettivi 2025

L'azienda ha continuato anche nel 2025 a promuovere ricette e stili di vita salutarie attraverso il sito web e i canali social, rafforzando la propria presenza digitale per raggiungere più consumatori. Attraverso piani editoriali mensili ottimizzati per Instagram, Facebook e LinkedIn, comunicati stampa mirati, campagne pubblicitarie (Piano ADV), Flight TV e

Sito web, condividiamo contenuti esclusivi. Anche nel 2025 abbiamo partecipato a degli eventi editoriali in determinate location di Milano che ci hanno dato visibilità.

● **Comunicati stampa del 2025:** 7

■ Obiettivi e target 2026

Come è nostra prassi, anche per l'anno 2026 abbiamo destinato delle risorse per garantire la comunicazione esterna attraverso una strategia integrata:

● **Advertising su Riviste di Settore** (B2B e B2C);

● **Pianificazione Social** (Instagram, Facebook, LinkedIn);

● **Spot TV**, implementando una presenza televisiva volta a rafforzare la brand awareness su scala nazionale, puntando su messaggi che mettano al centro l'etica produttiva e il valore sociale.



7.5.6. Ambito Governance

■ Impegni e azioni 2025

Nel corso del 2025, la Direzione ha consolidato l'integrazione dei fattori ESG nella strategia aziendale, promuovendo iniziative strutturali volte a generare valore condiviso sotto il profilo ambientale, sociale e di governance.

Le principali iniziative avviate dalla Direzione di Madama Oliva nel 2025 includono:

- integrazione della mission aziendale con un impegno esplicito alla responsabilità sociale e ambientale, mediante trasformazione in Società Benefit;
- formazione e informazione agli stakeholder del Codice Etico e di Condotta adottato;
- introduzione del sistema di segnalazione "whistleblowing";
- coinvolgimento attivo del personale nel percorso di sostenibilità;
- individuazione di specifici KPI ESG per monitorare in modo costante le performance;
- attività di formazione interna sui contenuti del Codice Etico e di Condotta;
- mantenimento della certificazione di Parità di Genere UNI/PdR 125:2022.



7.5.

Distribuzione del valore economico

La distribuzione del valore economico di Madama Oliva S.p.A. Società Benefit mostra un impegno verso la responsabilità ambientale e sociale d'impresa, con particolare attenzione al benessere del personale e ai rapporti con fornitori e stakeholders in genere. L'obiettivo è creare valore nel tempo per gli stakeholder, attraverso una crescita sostenibile e politiche gestionali adeguate, assicurando trasparenza e comunicazioni tempestive. La tabella proposta desidera infatti rappresentare in maniera trasparente i risultati economici conseguiti dando la possibilità di comprendere verso quali stakeholder viene distribuita la ricchezza. In particolare, è fondamentale l'analisi della distribuzione della ricchezza verso i dipendenti, i fornitori e verso la comunità dove l'Azienda opera, come strumento per poter avere una dimostrazione chiara e tangibile del ruolo di Madama Oliva S.p.A. Società Benefit come azienda attenta alle tematiche ESG. La tabella segue l'impostazione del bilancio civilistico e funge dunque da raccordo tra i risultati economici e quelli relativi all'impronta di sostenibilità.



	31.12.2025
Costi per materie prime	30.885.293 €
Costi per servizi	12.814.630 €
Costi per godimento beni di terzi	945.008 €
ALTRI COSTI OPERATIVI	
Valore economico distribuito ai fornitori	44.644.931 €
Costi del personale	6.817.105 €
Valore economico distribuito ai dipendenti	6.817.105 €
Oneri finanziari	413.968 €
Valore economico distribuito ai conferenti di capitale	0 €
Imposte sul reddito di esercizio, correnti, differite e anticipate	116.717 €
Valore economico distribuito alle P.A.	116.717 €
TOTALE VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	51.992.721 €

Sezione C. Prospettive future

MADAMA OLIVA SOCIETÀ BENEFIT: PROSPETTIVE FUTURE

- 8.1. Prospettive evolutive in relazione agli impegni statutari e anche in relazione ai Goals Agenda 2030
- 8.2. Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future

Prospettive evolutive in relazione agli impegni statutari e anche in relazione ai Goals Agenda 2030

Per Madama Oliva S.p.A. Società Benefit, la gestione responsabile degli impatti ambientali e sociali è un impegno costante, che nel 2025 ha trovato una nuova e dinamica espressione. L'azienda ha accelerato il proprio percorso di sviluppo sostenibile attraverso due pilastri di innovazione: l'adozione dello status di Società Benefit (gennaio 2025) e il riconoscimento della Certificazione di Parità di Genere (dicembre 2024), posizionandosi come una realtà d'eccellenza nel panorama ESG.

Nel 2025, l'Azienda ha continuato il proprio percorso di consolidamento dell'identità valoriale e di creazione di valore, guidata da principi etici e da una visione d'impresa che pone al centro tutti gli stakeholder - dipendenti, fornitori, clienti, comunità - e l'ambiente, mantenendo come riferimento costante la sostenibilità economica, sociale e ambientale.

Per questo, Madama Oliva intende proseguire e consolidare la propria azione finalizzata a:

- **strutturare processi e attività** in grado di rafforzare il controllo sul proprio **impatto ambientale**, fissando obiettivi concreti di riduzione;
- **integrare le performance ambientali e sociali** nelle logiche di business, promuovendo tra gli stakeholder una piena consapevolezza del loro ruolo;
- **investire nella formazione e nelle soft skills**, per coinvolgere in modo sempre più attivo **dipendenti e fornitori** nel cambiamento della cultura aziendale;
- **puntare sull'innovazione** per offrire un'esperienza cliente evoluta e all'altezza dei nuovi bisogni;
- **continuare a sostenere realtà territoriali ed emergenti** che condividano i valori dell'azienda e integrino nella loro missione **ambiente, parità, inclusione e cultura**.



Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future

KPIs 2025	KPI 2025 DA BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ	DESCRIZIONE	TARGET 2026
MINIMIZZAZIONE IMPATTO AMBIENTALE	Installazione di un nuovo impianto fotovoltaico, con una produzione annua stimata di 2.573.943 kWh, pari a un +28% rispetto al 2024. Consumi totali di energia = 2.092,7488 MWh, di cui 976,5 da fonti rinnovabili e 1.116,3 da fonti non rinnovabili (- circa il 807 MWh da gas naturale, circa il 144 da carbone e circa 164 da altre fonti).	Installazione avvenuta. Messa in servizio del nuovo impianto a partire dal 2026.	Produzione annua stimata con nuovo impianto fotovoltaico = 2.573.943 kWh, pari a un +28% rispetto al 2024. ● -10% energia elettrica acquistata; potenziamento autoproduzione FV.
	Riduzione del rapporto acqua/prodotto finito del 2%.	Consumo = 196.250 m³ (≈25 l/kg), sostanzialmente simile al consumo del 2024, a causa della tipologia di produzione.	● -2% totale acqua emunta.
	Riduzione dei rifiuti urbani non differenziati del 4%.	A causa dell'aumento dei volumi e dei ritmi produttivi e della conoscenza non uniforme delle regole di separazione dei rifiuti, l'obiettivo non è stato raggiunto (rifiuti indifferenziati: 100.800 kg (+8%).	● 2% rifiuti urbani non differenziati; ● formazione e sensibilizzazione ambientale mirata; ● coinvolgimento attivo del personale; ● miglioramento della segnaletica e dei contenitori.
	Lancio di nuovi formati in RPP per due nuove linee di prodotto: Lupamì e Fruttino con packaging sostenibile.	Lanciati nuovi formati in RPP per due nuove linee di prodotto: Lupamì e Fruttino. Aumento delle confezioni di packaging sostenibile, pari a circa il 20% delle linee commercializzate.	Estensione del packaging sostenibile a ulteriori referenze.

Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future

	2025	NOTE	2026
BENESSERE DIPENDENTI E COLLABORATORI	<p>Composizione del personale: 170 dipendenti, di cui il 55,3% donne e l'88,2% di nazionalità italiana. Il livello di istruzione si distribuisce tra il 57,7% con diploma, il 12,9% con laurea e il 26,5% con licenza media o qualifica professionale.</p> <ul style="list-style-type: none">● Tasso turnover 2025: 4,73%.		<ul style="list-style-type: none">● Tradurre survey clima in piani operativi (almeno 80% delle azioni prioritarie attivate).● Formalizzare adeguamenti welfare.
	<p>Ore di formazione del personale (corsi no sicurezza) +6% ore.</p> <p>Formazione specifica su sicurezza e salute (certificazioni) +6% ore.</p>	<p>Pari opportunità, whistleblowing, codice etico, che hanno coinvolto tutti i dipendenti (oltre a 451 ore di formazione in ambito sicurezza).</p> <p>Ore di formazione = 1.324, quindi +486% rispetto al 2024.</p> <p>Le ore di formazione in ambito sicurezza sono state 451, quindi la metà delle ore del 2024 (= 900). Si è scelto di creare gruppi di lavoro e di coinvolgere i lavoratori con modalità differenti. La formazione e il coinvolgimento dei dipendenti hanno permesso di raccogliere 19 segnalazioni (alcuni near miss) e di migliorare ulteriormente la sicurezza dei processi lavorativi.</p>	<p>Oltre alle ore di formazione strutturata, favoriremo la creazione di gruppi di lavoro e confronto periodici dei lavoratori.</p> <p>I gruppi hanno la finalità di:</p> <ul style="list-style-type: none">● promuovere lo scambio di buone pratiche,● fornire supporto reciproco,● sviluppare soluzioni operative condivise. <p>Inoltre, introdurremo indagini sistematiche per valutare il gradimento e l'impatto della formazione.</p>

Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future

	2025	NOTE	2026
BENESSERE DIPENDENTI E COLLABORATORI	87,7% di dipendenti con pausa remunerata.		Mantenere alto il livello di integrazione stipendiale per la pausa retribuita.
	2024 Numero e valore di buoni pasto erogati sul totale dipendenti = 149.868 € per l'acquisto di 32.695 ticket. Target 2025 = + 0.5%.	Spesa sostenuta per buoni pasto = 158.894,44 €, pari ad un aumento del 6%.	È previsto un incremento di 1 € per i buoni pasto di valore inferiore e una maggiorazione di 3 € per quelli riconosciuti ai lavoratori impiegati nei turni notturni.
	Numero e valore di polizze sanitarie erogate sul totale dipendenti +4%.	2025 = Piano di assistenza per il 100% dei dipendenti. 26.925 €.	Mantenimento target 2025.

Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future

	2025	NOTE	2026
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ LOCALE	<p>Incrementare del 10% i fondi, oltre che di mantenere il numero di Associazioni coinvolte.</p> <p>Riconfermare il progetto per le scuole e partecipare a più eventi/iniziative sulla piazza di Milano.</p> <p>Impegni Area comunicazione esterna = 7.</p>	<p>Aumentato il n° di soggetti coinvolti per un totale di 17 soggetti. La cifra investita è stata di 11.259 € +12,6% VS 2024.</p> <p>Anche nel 2025 abbiamo partecipato a degli eventi editoriali in determinate location di Milano che ci hanno dato visibilità.</p> <p>Riconfermato l'evento "SALTAinBOCCA".</p>	<p>Incremento del 20% del sostegno alle iniziative locali > target di spesa circa 13.500 €.</p> <p>Riconfermare l'evento "SALTAinBOCCA" = 11.000 e iniziative su altre piazze.</p> <p>Anche per l'anno 2026 abbiamo destinato delle risorse per garantire la comunicazione esterna attraverso una strategia integrata.</p> <ul style="list-style-type: none">● + Advertising su Riviste di Settore (B2B e B2C)● Pianificazione Social (Instagram, Facebook, LinkedIn)● + Spot TV: implementare una presenza televisiva volta a rafforzare la brand awareness su scala nazionale, puntando su messaggi che mettano al centro l'etica produttiva e il valore sociale.
	<p>Trasformazione in Società Benefit e S.p.A.</p> <p>Punteggio BIA 2025: 73,1.</p>		

Descrizione per i vari ambiti illustrati nella sezione precedente delle prospettive future

	2025	NOTE	2026
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ LOCALE	Nel 2025 l'azienda ha condiviso le buone pratiche e ha sensibilizzato i fornitori sui temi della sostenibilità.	<p>Invio del Codice Etico ai fornitori e avvio attività di sensibilizzazione.</p> <p>Firma per accettazione del codice etico da parte del fornitore Coser. I lavoratori interinali hanno firmato per presa visione.</p> <p>L'azienda monitora costantemente la propria base fornitori per area geografica e tipologia, sulla puntualità degli ordini e sull'incidenza del fatturato. Verifica inoltre le certificazioni possedute dai propri fornitori strategici, per garantire la salubrità del prodotto commercializzato.</p>	Aumentare coinvolgimento fornitori, raggiungere adesione formale e condivisione buone pratiche ESG.
AMBITO CLIENTI			
	2025		2026
SOSTEGNO ALLO SVILUPPO DELLA COMUNITÀ LOCALE	<p>Predisposizione dei seguenti strumenti:</p> <ul style="list-style-type: none">● sentiment analysis su cliente finale;● customer satisfaction survey. <p>Garanzia di tutela della privacy e sviluppo di iniziative di sensibilizzazione a favore del benessere dei consumatori.</p>		Predisposizione sentiment analysis su cliente finale.

Note metodologiche

In quanto Società Benefit, Madama Oliva è tenuta - ai sensi dell'art. 1 c. 382 della L. 28.12.2015, N. 208 (Legge di Stabilità 2016) - alla redazione annua di una relazione concernente il perseguimento del beneficio comune, da allegare al bilancio societario. Poiché Madama Oliva S.p.A. Società Benefit non controlla altre società benefit, il perimetro della rendicontazione coincide con quello della stessa Madama Oliva. Il periodo di rendicontazione va dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025, come per il bilancio di esercizio.

In un'ottica di visione integrata che comprende le due società controllate da Madama Oliva, nel dettaglio MO19 SRL, con sede in Via Santa Costanza 35 00198 - Roma, CF 11570121001 controllata al 100% e PVG Hellas, con sede in Larissa 41500 Platikampos - Greece, P.IVA EL800683607 controllata al 50%, si precisa che le attività svolte dalle partecipate non hanno impattato negativamente nel corso del 2025 sulle azioni svolte da Madama Oliva S.p.A. Società Benefit per ottemperare ai propri impegni statutari e, quindi, sulla rendicontazione ESG illustrata nella presente Relazione di Impatto.

Le due società sono dotate di un Codice Etico che recepisce i valori socio-ambientali e di governance coerenti con gli obiettivi no profit di Madama Oliva S.p.A. Società Benefit.

La società Madama Oliva valuterà nel futuro, all'interno di questo percorso di miglioramento continuo intrapreso, di estendere il perimetro di rendicontazione.

Per valutare l'impatto generato da Madama Oliva S.p.A. Società Benefit è stato preso a riferimento il B-Impact Assessment come sopra illustrato. E' stato altresì considerato anche lo standard VSME - option B (Voluntary reporting standard for Small and Medium Enterprise - basic and comprehensive module) rilasciato nel Dicembre 2024 da EFRAG, associazione incaricata dalla Commissione Europea di produrre schemi di rendicontazione in ambito ESG condivisi a livello continentale.

Questi strumenti soddisfano i requisiti fissati dall'Allegato 4 della sopra citata legge per garantire una valutazione credibile e standardizzata degli impatti.

Si sottolinea che Madama Oliva S.p.A. Società Benefit non ricade nel campo di applicazione del D. Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 che, in attuazione delle Direttiva 2014/95/UE, ha previsto l'obbligo di redazione di una Dichiarazione Non Finanziaria ("DNF") per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie quantitative né della direttiva 2022/2464, pertanto gli strumenti sopra citati, dedicato ai reporting volontari, risultano appropriati.

Per quanto concerne gli indicatori di cui ai moduli B e C essi sono pari a 0 o non rilevanti. In particolare, nell'esercizio di riferimento:

- L'organizzazione non è incorsa in sanzioni per corruzione.
- L'organizzazione non ha rilevato rischi e/o eventi legati al cambiamento climatico rilevanti per il proprio modello business o per le proprie operazioni.
- L'organizzazione non trae profitto né opera nei settori delle mine antiuomo, delle bombe a grappolo, delle armi chimiche e biologiche, della coltivazione e lavorazione del tabacco, dell'estrazione e sfruttamento dei combustibili fossili e della produzione di pesticidi.
- Non risultano incidenti in merito ai diritti umani nella propria forza lavoro o in quella dei fornitori.
- Non sono avvenuti infortuni sul lavoro con giorni persi.

Carsoli 09/04/2026

Firma

Questo documento è stato creato per ridurre l'impatto ambientale. Stampalo solo se strettamente necessario.



madamaoliva.it

