



# Bilancio di Sostenibilità 2024



**Madama Oliva**  
*Gli specialisti delle olive.*

# Sommario

# A

## Sezione A. Il nostro modo di essere azienda

<b>1. Introduzione</b>	<b>5</b>
1.1. Gli Specialisti delle Olive	6
1.2. Il nostro mantra	7
1.3. Nourishing the Future	8
1.4. Note metodologiche sul Bilancio di Sostenibilità	9

## 2. L'azienda oggi: struttura, mercato, visione

2.1. L'azienda e il mercato	11
2.2. La nostra Mission	12
2.3. La nostra Vision	13
2.4. Il nostro Purpose	14
2.5. Madama Oliva verso società Benefit	15
2.6. I nostri valori aziendali	16
2.7. Processi produttivi e gamma	17
2.8. Sistema dei rischi aziendali e politiche di mitigazione	19

## 3. Governance

3.1. L'assetto proprietario	21
3.2. Assetto societario	21
3.3. Organi di controllo	21

## 4. Assetto organizzativo

4.1. Organigramma	23
4.2. Policy e Procedure	24
4.3. Codice Etico e Codice di Condotta	24
4.4. Certificazioni	25

# B

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

<b>5. Business Model</b>	<b>26</b>
5.1. Descrizione del Business Model: il Business Model Canvas	28
5.2. Stakeholder engagement	29
5.3. Analisi di materialità	30
5.4. Swot Analysis	32

## 6. La creazione del valore e prospettive evolutive

6.1. Stato dell'arte e standard di riferimento	34
6.2. Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment	38
6.2.1. Ambiente	38
6.2.2. Comunità	42
6.2.3. Clienti	46
6.2.4. Fornitori	47
6.2.5. Personale	48
6.2.6. Governance	51
6.3. Prospettive future	52

# Radici profonde che guardano al futuro.

Tutto ha inizio negli anni '20, a Castel Madama, un piccolo borgo agricolo incastonato tra le colline laziali. Qui, tra uliveti e tradizioni contadine, nasce la vocazione di un'intera comunità: trasformare i frutti della terra in eccellenza da condividere. I carretti colmi di frutta fresca raggiungono Roma, e con l'arrivo dell'inverno, sono le olive, affumicate ed essiccate nei camini di casa, a diventare le vere protagoniste.

Nel dopoguerra, tra gli anni '50 e '60, quella che era un'attività familiare prende forma imprenditoriale: a Castel Madama sorgono le prime imprese dedicate alla lavorazione delle olive. È qui che emergono, per determinazione e visione, le famiglie Mancini e Salvatori. Unendo tradizione, tecnologie industriali sempre più evolute e un'infaticabile passione, raggiungono da subito risultati sorprendenti.

Il 1989 segna l'inizio di una nuova era: in un'Italia in rapido cambiamento, Angelo Mancini ha un'intuizione e fonda **Madama Oliva**, con l'ambizione di trasformare un sapere antico in un progetto moderno e internazionale. Nasce così un'azienda specializzata nelle Olive da Tavola, fondata sul rispetto delle origini ma con lo sguardo rivolto al futuro.

Cinque fondatori, una sola visione: diventare **gli Specialisti delle Olive da Tavola**, portando in tutto il mondo l'eccellenza del gusto italiano. Questa visione sarà la chiave del successo di Madama Oliva.

Con l'ingresso nel nuovo millennio, Madama Oliva consolida la sua leadership in Italia e conquista i mercati internazionali. Gli Stati Uniti accolgono con entusiasmo i suoi prodotti, rendendola presto la prima esportatrice italiana di olive da tavola. Poi è la volta del Giappone, dell'Asia, di nuove culture e nuovi consumatori che riconoscono e premiano l'autenticità.

Negli stessi anni, l'azienda investe in innovazione continua, così da creare nuove linee di prodotto pensate per i mercati internazionali e nazionali. Inoltre, per garantirsi la qualità e la quantità della materia prima e il controllo diretto della catena di approvvigionamento, vengono avviati importanti investimenti nelle aree strategiche di produzione delle olive da tavola in Sicilia a Castelvetrano ed in Grecia a Larissa.

La partecipazione alle più importanti fiere nazionali e internazionali rafforza la notorietà del brand e le permette di raggiungere un pubblico specializzato sempre più ampio.

Nel 2008, la sensibilità verso le sfide ambientali si traduce in un gesto concreto e visionario: Madama Oliva installa il più grande impianto fotovoltaico integrato mai registrato in Italia, segnando un primato anche nella sostenibilità. Non solo: l'impegno per il territorio prende forma attraverso iniziative sociali e culturali, come la collaborazione con il FAI, che continua tutt'oggi.

# La trasparenza come scelta, la sostenibilità come strada.

“

Care lettrici, cari lettori,

è con orgoglio che vi presentiamo il nostro **Bilancio di Sostenibilità 2024**: un documento che non rappresenta solo numeri e strategie, ma riflette il nostro modo di essere impresa.

Questo bilancio nasce da una convinzione profonda: oggi più che mai, essere azienda significa **assumersi una responsabilità più grande**. Verso il pianeta, verso le persone, verso il futuro.

È uno strumento di trasparenza, certo, ma anche un atto di fiducia e apertura verso chi ci accompagna ogni giorno: dipendenti, clienti, fornitori, comunità, territorio.

I **valori** che guidano il nostro impegno:

- **trasparenza**, perché la fiducia si costruisce raccontando con sincerità ciò che facciamo;
- **responsabilità**, perché ogni nostra scelta ha un impatto sull'ambiente, sulla società, sull'economia;
- **impegno**, perché non ci basta "essere sostenibili": vogliamo migliorarci ogni giorno;
- **valore**, perché siamo convinti che la sostenibilità possa creare valore per l'azienda e per i suoi stakeholder;
- **futuro condiviso**, perché crediamo che la sostenibilità sia un cammino collettivo, fatto di dialogo, ascolto, collaborazione.

Con questo bilancio desideriamo offrire uno sguardo sincero e concreto sul nostro percorso, i nostri obiettivi, i risultati raggiunti e le sfide che ci attendono.

Ogni passo che facciamo oggi è un impegno verso il futuro che vogliamo costruire.

Ringraziandovi per l'attenzione,

**Antonio Mancini**

Amministratore Delegato – Madama Oliva S.p.A.

”

1.

**Sezione A. Il nostro modo di essere azienda.**

# INTRODUZIONE

- 1.1. Gli Specialisti delle Olive
- 1.2. Il nostro mantra
- 1.3. Nourishing the Future
- 1.4. Note metodologiche sul Bilancio di Sostenibilità

# Gli Specialisti delle Olive

## Un posizionamento che diventa impegno

Essere *Gli Specialisti delle Olive* non è uno claim, ma la sintesi di ciò che siamo: un'identità precisa, una vocazione radicata nel tempo, una responsabilità che si rinnova ogni giorno.

Da sempre Madama Oliva è specializzata nella produzione di olive da tavola. Questa specializzazione ci ha permesso di costruire **una filiera controllata, una competenza profonda e una cultura aziendale interamente dedicata alla qualità, alla ricerca e alla valorizzazione del prodotto.**

Essere specialisti significa:

- **conoscere ogni varietà**, ogni origine, ogni stagionalità;
- **curare il processo in ogni dettaglio**, dalla raccolta alla lavorazione, dal confezionamento alla distribuzione;
- **innovare continuamente**, per offrire prodotti che uniscono gusto, benessere e sostenibilità;
- **educare il consumatore**, promuovendo una cultura alimentare consapevole e rispettosa della materia prima.

Il nostro posizionamento trova oggi un significato ancora più profondo: essere specialisti vuol dire anche essere responsabili. Verso l'ambiente, attraverso scelte produttive sempre più sostenibili. Verso le persone, garantendo tracciabilità, sicurezza e trasparenza. Verso il futuro, con uno sguardo che non si limita al mercato, ma guarda al valore che possiamo generare come impresa.



## Il nostro mantra

Le radici come bussola del nostro futuro



“ Per quanto lontano andremo, non perderemo mai il luogo dal quale siamo partiti. ”

Questa frase del Presidente Angelo Mancini, racchiude il senso profondo del nostro modo di essere **impresa**. In un mondo che cambia rapidamente, in cui mercati e tecnologie ci spingono a crescere e innovare, noi di Madama Oliva continuiamo a riconoscere nelle nostre radici il fondamento di ogni passo verso il futuro.

La nostra storia nasce da una terra generosa, da una cultura che ha fatto della semplicità un valore e della qualità una promessa. Ed è da lì che continuiamo a partire, ogni giorno. Anche quando ci spingiamo lontano, anche quando affrontiamo nuove sfide, ci portiamo dentro quella radice profonda che ci ricorda chi siamo e cosa vogliamo rappresentare.

Sostenibilità, per noi, significa proprio questo: agire con responsabilità verso l'ambiente, verso le persone e verso il territorio, senza mai perdere di vista l'identità che ci ha resi riconoscibili e credibili. Crescere senza snaturarsi, innovare senza dimenticare, proiettarsi nel domani con la consapevolezza di chi ha salde radici.

# Nourishing the Future

Madama Oliva ha scelto come Green Claim **“Nourishing the Future”**, un’espressione che racchiude la sua visione e il suo impegno verso la sostenibilità. Un **Green Claim** è una dichiarazione che comunica in modo chiaro e verificabile l’impegno di un’azienda per ridurre il proprio impatto ambientale e promuovere pratiche responsabili. Non è solo uno slogan, ma un concetto che riflette azioni concrete, valori e obiettivi a lungo termine.

“Nourishing the Future” significa **nutrire il futuro**, garantendo oggi qualità, benessere e rispetto delle persone e dell’ambiente per costruire un domani più sostenibile. Il termine **“Nourishing”** richiama l’idea di prendersi cura, non solo attraverso prodotti genuini e sicuri, ma anche attraverso politiche che tutelano le risorse naturali e la comunità. **“The Future”** sottolinea la prospettiva di lungo periodo: ogni scelta strategica è orientata a preservare le generazioni future, integrando **innovazione, responsabilità sociale e tutela ambientale**.

Con questo claim, Madama Oliva riafferma il proprio ruolo di **azienda consapevole, etica e proiettata verso un futuro sostenibile**, unendo tradizione, innovazione e responsabilità in ogni ambito della propria attività.



# Note metodologiche sul Bilancio di sostenibilità

Con la pubblicazione del suo primo **Bilancio di Sostenibilità**, Madama Oliva intende avviare un percorso di **rendicontazione trasparente, etica e responsabile** degli impatti generati in ambito **sociale, ambientale ed economico**.

Questo documento nasce con l'obiettivo di comunicare in modo chiaro e strutturato agli stakeholder l'impegno dell'azienda verso una gestione sostenibile delle proprie attività, contribuendo a creare valore condiviso per il territorio, le persone e l'ambiente.

La redazione del presente documento si basa sui principali riferimenti normativi e standard internazionali attualmente disponibili:

● i **GRI Universal Standards 2021**, riconosciuti a livello globale per la rendicontazione della sostenibilità;

● i più recenti **ESRS** (European Sustainability Reporting Standards), in via di progressiva implementazione;

● le **VSME** (Voluntary Standards for SMEs), ad oggi in fase di pubblicazione.

In coerenza con tali standard, sono stati individuati i **temi materiali prioritari**, ossia le tematiche più rilevanti in relazione agli impatti positivi e negativi che l'organizzazione può generare sulle dimensioni **ESG** (Environmental, Social, Governance).



## 2.

**Sezione A. Il nostro modo di essere azienda.**

# L'AZIENDA OGGI: STRUTTURA, MERCATO, VISIONE

- 2.1. L'azienda e il mercato
- 2.2. La nostra Mission
- 2.3. La nostra Vision
- 2.4. Il nostro Purpose
- 2.5. Madama Oliva verso società Benefit
- 2.6. I nostri valori aziendali
- 2.7. Processi produttivi e gamma
- 2.8. Sistema dei rischi aziendali e politiche di mitigazione

# L'azienda e il mercato

Madama Oliva ha sede nel Comune di Carsoli, in provincia dell'Aquila, nel cuore dell'Appennino centrale. È qui che prende vita un'impresa alimentare d'eccellenza, profondamente radicata nella tradizione agricola del territorio abruzzese e animata da una visione orientata all'innovazione e alla sostenibilità.

L'azienda è specializzata nella produzione e commercializzazione di **olive da tavola e prodotti tipici italiani come lupini e ortaggi**, con una gamma ampia e diversificata che valorizza la cultura gastronomica italiana. La qualità, la cura artigianale, la selezione delle materie prime e l'attenzione al gusto autentico sono i pilastri della proposta Madama Oliva, oggi riconosciuta a livello nazionale e internazionale.

Oltre al mercato italiano, l'azienda è presente in numerosi Paesi esteri tra cui **Stati Uniti, Giappone, Corea del Sud, Regno Unito, Russia, Svezia e Penisola Araba**, dove ha consolidato una rete distributiva affidabile e duratura. Nel corso dell'ultimo anno, la presenza internazionale si è ulteriormente ampliata, abbracciando una più vasta area europea: **Francia, Germania, Romania, Ungheria, Bulgaria, Danimarca e Norvegia** rappresentano oggi nuovi mercati di riferimento in espansione.

Questa progressiva internazionalizzazione si inserisce in un contesto in cui cresce l'interesse globale per **prodotti naturali, tracciabili e legati al benessere alimentare**. In risposta a tale evoluzione, Madama Oliva ha saputo rinnovarsi mantenendo salda la propria identità, riuscendo a **coniugare tradizione e innovazione**, filiera artigianale e tecnologie all'avanguardia. Il rafforzamento della digitalizzazione nei processi aziendali e la capacità di adattarsi con prontezza alle dinamiche del mercato hanno consentito all'azienda di consolidare la propria **leadership nel settore delle olive da tavola**.

In un mercato competitivo e in costante evoluzione, Madama Oliva si distingue per l'approccio flessibile e responsabile, attento alle sfide legate alla sostenibilità, alla sicurezza alimentare e alla conformità normativa internazionale. I suoi valori fondanti, **territorialità, autenticità, qualità e impegno sociale**, orientano ogni scelta strategica.

Il 2024 ha rappresentato un anno di **importanti trasformazioni**: Madama Oliva ha deciso di modificare il proprio statuto con l'obiettivo di diventare **Società Benefit** e di assumere



la forma giuridica di **S.p.A.** dal 1° gennaio 2025. Una scelta fortemente simbolica e sostanziale, volta a **rafforzare l'impegno verso la sostenibilità integrata e il miglioramento continuo dei servizi offerti**.

Nello stesso anno, l'azienda ha ottenuto la **certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla Parità di Genere**, confermando la volontà di sviluppare politiche inclusive, eque e orientate al benessere organizzativo.

Questo approccio integrato ha permesso a Madama Oliva di dar vita a un **modello di business sostenibile**, che si traduce in iniziative concrete in tutte le aree operative: economiche, ambientali, sociali ed etiche.

Il presente Bilancio di Sostenibilità si propone di raccontare in modo trasparente e strutturato questo percorso, illustrando le azioni intraprese, i risultati ottenuti e gli obiettivi futuri, con l'intento di restituire una visione d'insieme autentica, misurabile e orientata al miglioramento continuo.

## 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 verso società Benefit

Le **Società Benefit (SB)** rappresentano un'evoluzione del modello d'impresa tradizionale, superando la logica incentrata esclusivamente sulla generazione di profitto per gli azionisti. In questo nuovo paradigma, alla dimensione economica si affianca un impegno concreto a produrre **valore positivo per la società e per l'ambiente**, integrando finalità di beneficio comune nella strategia aziendale.

Nel settore agroalimentare, questo approccio assume un significato particolarmente rilevante, e si fonda su due principi fondamentali:

## 1 Inclusività dell'oggetto sociale

Le Società Benefit sono chiamate a tener conto dell'impatto delle proprie attività su tutti i portatori di interesse, non solo sugli azionisti, ma anche su **dipendenti, fornitori, clienti, comunità locali e ambiente**, promuovendo un modello d'impresa orientato alla relazione e alla responsabilità condivisa.

## 2 Misurazione dell'impatto

Le Società Benefit devono **valutare e rendicontare i risultati raggiunti** non solo sotto il profilo economico-finanziario, ma anche in termini di **impatto sociale e ambientale**, adottando strumenti e metriche rigorose, al pari di quelle utilizzate per la performance economica.

Madama Oliva ha scelto di trasformarsi in **Società Benefit** a partire dal **1° gennaio 2025**, integrando formalmente nel proprio statuto gli **obiettivi di impatto positivo a beneficio del territorio, delle persone e dell'ecosistema**. Una scelta che consolida e rafforza un impegno già intrinseco all'identità aziendale: **promuovere un futuro più sostenibile, equo e orientato al bene comune**.

La redazione annuale della **Relazione d'Impatto** permetterà di monitorare in modo trasparente i risultati raggiunti, comunicare gli obiettivi futuri e rendere sempre più concreta l'ambizione di essere un'impresa al servizio del bene collettivo.



## I valori aziendali



Crediamo che il vero successo non si misuri soltanto attraverso i risultati economici, ma anche attraverso **il valore che siamo in grado di restituire al mondo**.



Al centro del nostro agire ci sono **principi etici chiari e non negoziabili**, sanciti nel nostro **Codice Etico e di Comportamento**: legalità, integrità, trasparenza, eccellenza e competenza. Questi valori non sono dichiarazioni di intenti, ma **linee guida vive e concrete**, che orientano ogni nostra scelta, ogni relazione e ogni processo.



**Siamo molto più di un'azienda agroalimentare.** La nostra missione non si esaurisce nella trasformazione di materie prime in prodotti alimentari: **ambiamo a generare un impatto positivo, concreto e duraturo** sull'ambiente, sulle persone e sulle comunità in cui operiamo.

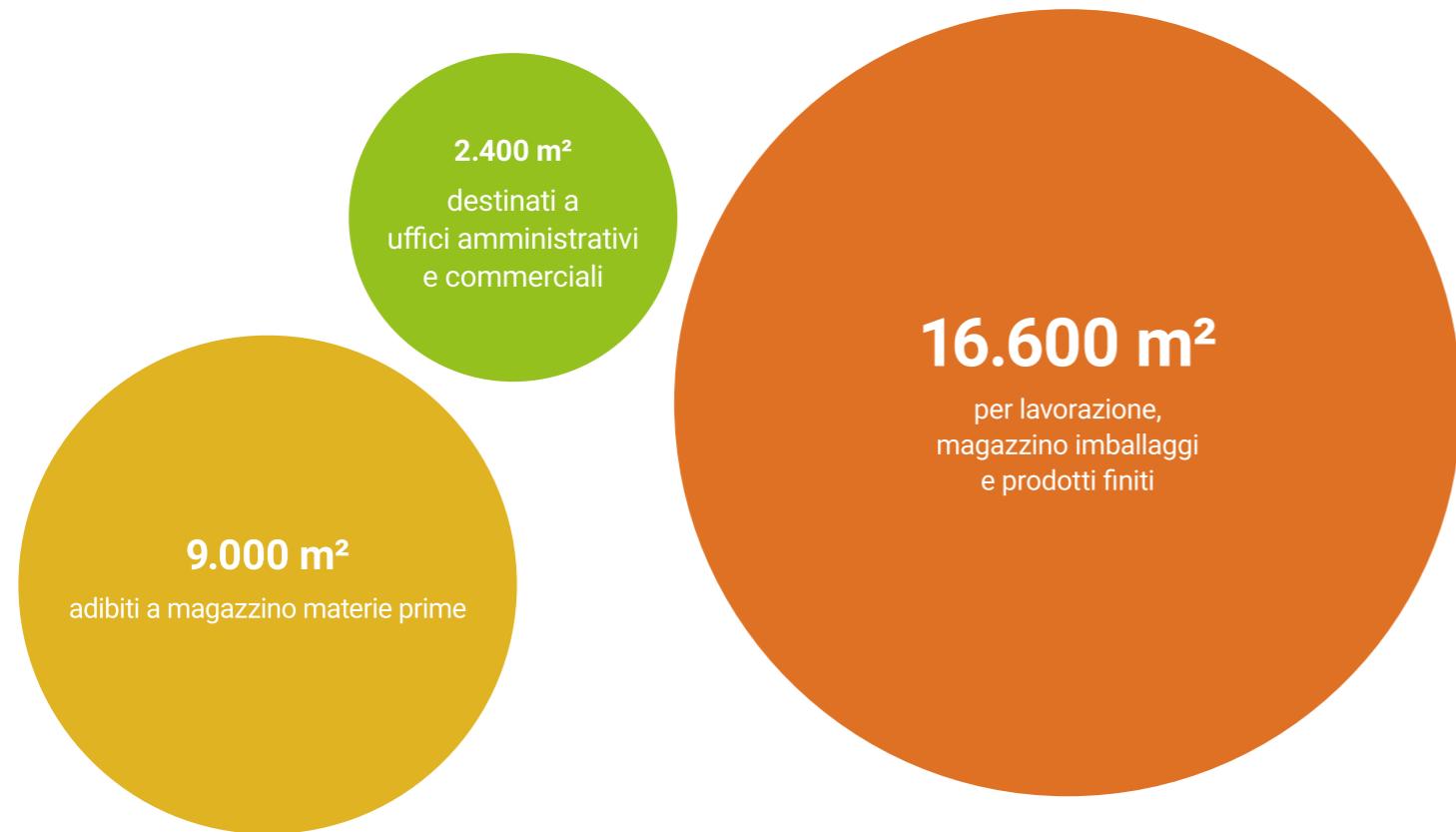
# Processi produttivi e gamma

Lo stabilimento produttivo di **Madama Oliva** 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 **69.000 m<sup>2</sup>**, con un **indice di occupazione del territorio pari a 0,40**. Le aree operative occupano circa **28.000 m<sup>2</sup>**, 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 collabora con le principali insegne della GDO**, tra cui **Metro Italia, Coop, Carrefour, Bennet, Conad** e molti altri. Oltre ai prodotti a marchio proprio, l'azienda realizza anche **private label** per i retailer partner.



# Processi produttivi e gamma

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 comprendono:

stoccaggio e trattamento delle materie prime

analisi e controlli nel laboratorio interno

confezionamento in diversi formati

stoccaggio dei prodotti finiti

pastorizzazione

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

I formati vanno dalle classiche **buste e vaschette** alle **confezioni in 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. Assetto societario
- 3.3. Organi di controllo

3.1.

## Assetto proprietario

I soci di Madama Oliva sono i seguenti:

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

3.2.

## Assetto societario

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.

3.3.

## 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.

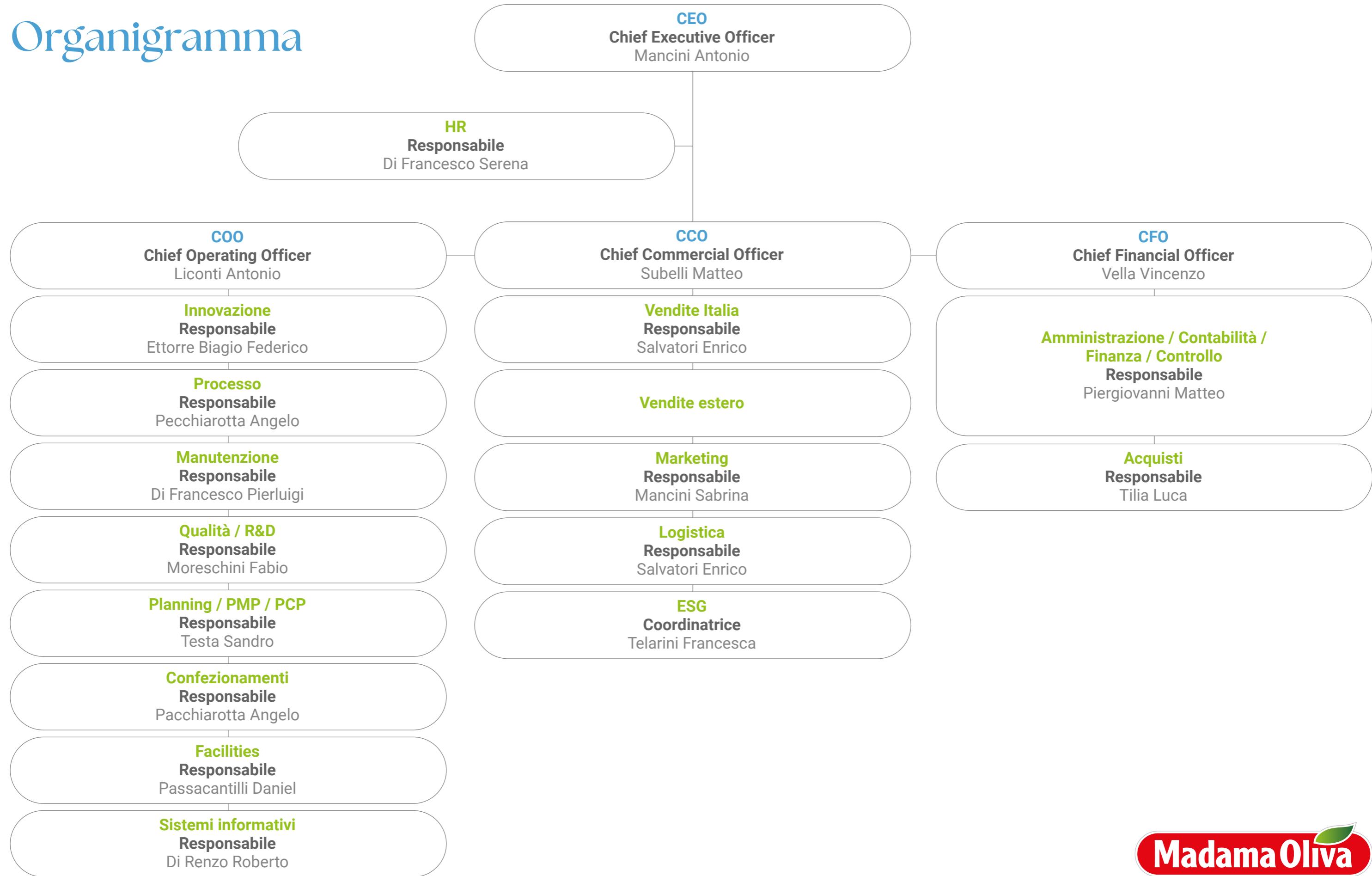
# 4.

**Sezione A. Il nostro modo di essere azienda.**

## ASSETTO ORGANIZZATIVO

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

# Organigramma



## Policy e Procedure

Madama Oliva adotta **procedure formalizzate e strutturate** per la gestione e la mitigazione dei principali rischi aziendali.

Tali procedure si fondano sulla piena conformità alle **normative di riferimento**, nonché sui requisiti previsti dai **sistemi di gestione certificati** in ambito **Qualità (ISO 9001)**, **Ambiente (ISO 14001)** e **Salute e Sicurezza sul Lavoro (ISO 45001)**.

Questo approccio consente di presidiare efficacemente i processi critici, garantendo il rispetto degli standard operativi e promuovendo un modello di gestione improntato alla prevenzione, alla responsabilità e al miglioramento continuo.



## 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** ha ottenuto la **certificazione UNI/PdR 125:2022**, relativa alla parità di genere, rafforzando in modo concreto il proprio impegno per la valorizzazione delle diversità, l'inclusione e l'empowerment femminile.

Un riconoscimento importante che conferma la volontà dell'azienda di promuovere una cultura basata su **integrità, rispetto e condivisione**, dove ogni persona possa sentirsi valorizzata nelle proprie peculiarità e libera di esprimere il proprio potenziale.

La scelta di implementare un sistema di **gestione orientato alla parità di genere** nasce dalla consapevolezza che l'inclusione non è solo un valore sociale, ma anche un **fattore chiave di crescita e innovazione**. Per Madama Oliva, costruire un ambiente di lavoro equo significa favorire benessere, collaborazione, fiducia reciproca e sviluppo sostenibile.

L'azienda si impegna a promuovere la parità attraverso azioni concrete, non solo in linea con gli indicatori previsti dalla norma, ma anche realmente percepite come significative dalle donne e da tutte le persone che vivono la quotidianità aziendale.

A tal fine, Madama Oliva ha adottato una serie di **principi guida** che orientano l'intera organizzazione:

- **imparzialità, inclusività, correttezza e trasparenza** nei processi decisionali e organizzativi;
- **valorizzazione delle risorse umane**, al di là di ogni pregiudizio o stereotipo;
- **tutela della persona e della genitorialità**, con un impegno chiaro contro ogni forma di violenza, molestia o discriminazione.



Questi valori si traducono in **azioni operative**, tra cui:

- la promozione di una cultura aziendale orientata all'inclusione e alla parità di genere, attraverso l'esempio e la formazione costante del personale;
- l'adozione di pratiche organizzative che garantiscono **pari opportunità** lungo l'intero percorso professionale di collaboratori e collaboratrici;
- la creazione di un **ambiente di lavoro inclusivo e a "tolleranza zero"** verso qualsiasi forma di molestia o discriminazione;
- l'attivazione di un canale anonimo e sicuro per la segnalazione di eventuali episodi indesiderati, accessibile al link: <https://www.madamaoliva.it/whistleblowing/>;
- la comunicazione trasparente, interna ed esterna, delle politiche aziendali in tema di diversità, inclusione ed empowerment femminile.

Attraverso questo percorso, Madama Oliva **rafforza il proprio impegno a prendersi cura delle persone, della salute e del pianeta**: i tre pilastri fondanti della sua visione di sostenibilità. Le policy adottate e le regole di condotta sono **trasmesse in modo chiaro a tutta l'organizzazione**, in coerenza con i diversi ruoli e responsabilità, come descritto nell'organigramma aziendale.

# 5.

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

## BUSINESS MODEL

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

# Business model

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.

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: il Business Model Canvas

## Key partners

- Fornitori di materie prime e packaging
- Fornitori di servizi
- Partner commerciali
- Banche
- Associazioni di categoria e sindacati
- Comunità e territorio

## Key activities

- Lavorazione e commercializzazione di olive, lupini, hummus e paté, ortaggi in salamoia, sottolio e spezie
- Investimenti in ricerca e sviluppo
- Investimenti in tecnologie produttive e in innovazione

## Value proposition

- Elevata capacità nell'interpretazione delle richieste sempre più esigenti dei consumatori e dei buyer del trade, in termini di proposta di assortimento e di servizio
- Offerta gamma prodotti selezionata con cura e rinnovata periodicamente
- Strategia di marchio e di comunicazione chiara e coerente
- Garanzia di affidabilità dell'erogazione del servizio, in termini di:
  - Qualità e sicurezza del prodotto
  - Rispetto dei tempi di consegna
  - Attenzione all'impatto ambientale dell'imballaggio

## Customer proposition/relationships

- Spiccata attenzione alla sostenibilità ambientale e sociale
- Capillarità sull'intero territorio nazionale e su un vasto bacino internazionale
- Partecipazione a fiere di settore, sia nazionali che internazionali
- Panel test svolti in collaborazione con i principali Clienti, per verificare l'intenzione all'acquisto dei consumatori finali
- Soddisfare specifiche richieste dei Clienti
- Shareholder engagement

## Customer segments

- Mercato italiano: GD, GDO, HoReCa, Industria, Travel Retail, Normal Trade
- Mercato estero: importatori/distributori, catene distributive, industria
- Clienti finali: soggetti fisici che acquistano i prodotti

## Key resources

- Asset aziendali: stabilimenti produttivi, uffici amministrativi e commerciali, impianti e macchinari
- Risorse fisiche: materie prime, materiali di lavorazione ausiliari
- Risorse umane: dipendenti, collaboratori, consulenti
- Risorse finanziarie: erogazioni di credito, incentivi pubblici
- Risorse intellettuali: marchi, know-how aziendale, etica

## Channels

- Fiere nazionali ed internazionali del settore
- Presidio dei mercati con personale specializzato aziendale
- Sito Web
- Social media e Digital marketing
- Collaborazioni e sponsorizzazioni
- Servizio assistenza postvendita
- Sistemi di segnalazione

## Cost structure

- Costi per approvvigionamento delle materie prime e per utenze e servizi legati alla produzione
- Costo del personale
- Costi di manutenzione per i siti produttivi
- Costi per servizi accessori e consulenze

## Revenue Streams

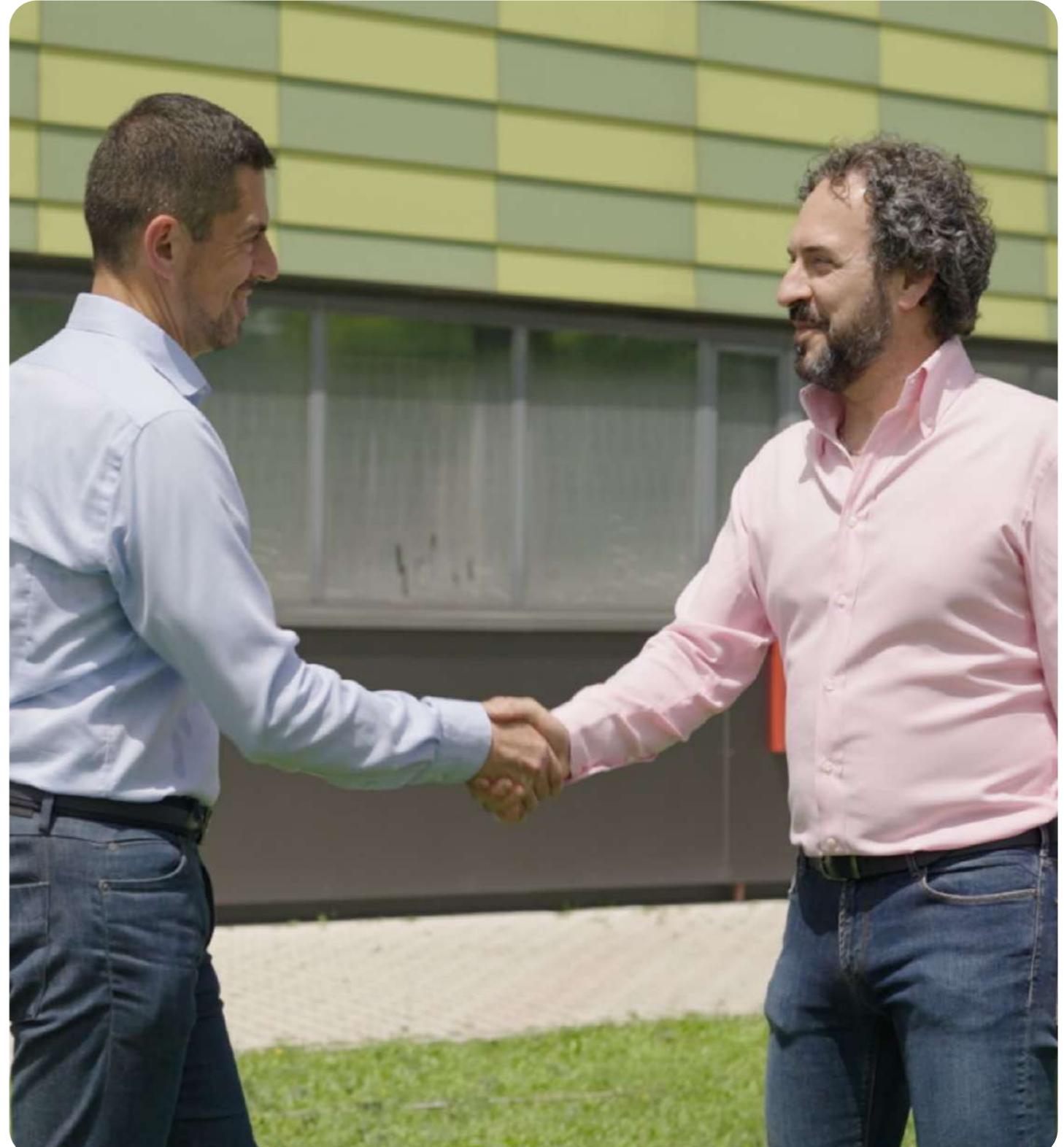
- Ricavi di vendita sul mercato italiano e sui mercati esteri

# Stakeholder engagement

Attraverso lo **stakeholder engagement** Madama Oliva 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.

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

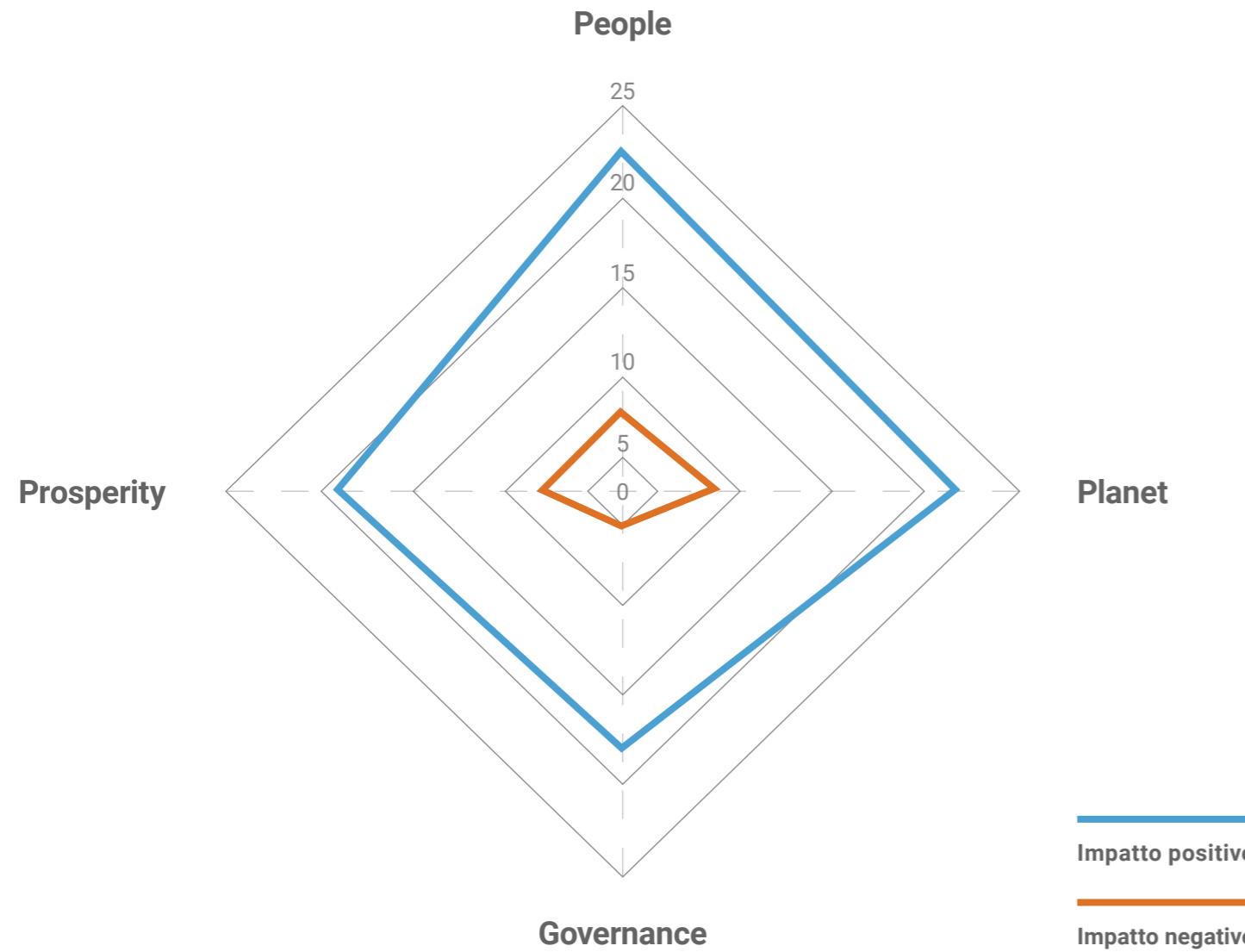


In particolare, per quanto riguarda l'ambito **People**, nel mese di dicembre è stata somministrata ai dipendenti di Madama Oliva una **survey sul benessere organizzativo**, con l'obiettivo di raccogliere elementi utili per alimentare il processo di analisi di materialità.

I risultati dell'indagine hanno confermato la rilevanza attribuita dai dipendenti a tematiche come: **recruiting, sviluppo di carriera, equità salariale, bilanciamento vita-lavoro, tutela della genitorialità e prevenzione di abusi e molestie**. Tali elementi rafforzano la volontà dell'azienda di continuare a lavorare su queste priorità, ponendo al centro il benessere delle persone e il rispetto della dignità individuale.



# 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	
1 = trascurabile	1 = improbabile	
2 = contenuto	2 = raro	Entità o Gravità x Probabilità
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** 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 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

- Sistema valoriale aziendale
- Dichiarazione di responsabilità sociale
- Certificazioni di prodotto
- Sistema integrato sicurezza-qualità-ambiente
- Codice etico e comitato 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
- Trasformazione in Società Benefit
- Implementazione del sistema di kpi con indicatori complessi e di outcome

## T

### Minacce

- Normativa
- Concorrenza

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

# LA CREAZIONE DEL VALORE E PROSPETTIVE EVOLUTIVE

- 6.1. Stato dell'arte e standard di riferimento
- 6.2. Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment
  - 6.2.1. Ambiente
  - 6.2.2. Comunità
  - 6.2.3. Clienti
  - 6.2.4. Fornitori
  - 6.2.5. Personale
  - 6.2.6. Governance
- 6.3. Prospettive future

# Stato dell'arte e standard di riferimento

Il presente Bilancio di Sostenibilità è redatto in conformità alle logiche e ai contenuti proposti dai **GRI Universal Standards 2021**, nonché ai più recenti riferimenti normativi quali **ESRS** e **VSME**, attualmente in fase di pubblicazione.

In un'ottica di **trasparenza** e superamento dell'autoreferenzialità, Madama Oliva ha adottato il **B-Impact Assessment (BIA)**, strumento riconosciuto a livello internazionale, sviluppato da **B Lab**, organizzazione non profit impegnata a generare valore per le imprese e impatti positivi su persone e ambiente, andando oltre la visione centrata esclusivamente sugli stakeholder finanziari.

Il BIA si basa su un set selezionato di standard per rendicontare le informazioni relative ai seguenti ambiti: **governance, risorse umane, ambiente, comunità, clienti, fornitori**, riconducibili alle macrocategorie ESG: **Ambiente (Environment), Sociale (Social) e Governance**.

Lo strumento risulta utile alle aziende per la **valutazione, gestione e miglioramento** delle performance non finanziarie, attraverso l'assegnazione di punteggi basati sulle risposte



fornite. Il tool consente anche di verificare il **posizionamento dell'azienda rispetto al settore, al Paese e alle realtà di pari dimensione**, su una scala internazionale che prevede un punteggio massimo di **200 punti**.

Per questa prima edizione del Bilancio di Sostenibilità, i punteggi ottenuti da **Madama Oliva** hanno consentito di:

- acquisire consapevolezza sul proprio posizionamento rispetto ai benchmark per settore, Paese e dimensione;
- individuare e mappare gli ambiti prioritari su cui investire per sostenere un percorso di **miglioramento** continuo.

Madama Oliva intende inoltre integrare, nel lungo periodo, i **Sustainable Development Goals (SDGs)** dell'**Agenda 2030**, valutandone la rilevanza all'interno della strategia aziendale e in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità già in corso.

Segue quindi la rappresentazione dei punteggi estratti dall'analisi di impatto, suddivisi per ambito di competenza.



# Stato dell'arte e standard di riferimento

## Impact Assessment

**Data rilevazione: 31 dicembre 2024**

**Punteggio complessivo: B Impact Score**

**Pt. 60,8**

Azienda



Punteggio minimo B Corp



Paese



Settore



Dimensioni



Dall'analisi del punteggio complessivo risulta che l'azienda si colloca al di sotto della media nazionale, delle aziende di dimensioni simili e a quelle attive nel medesimo settore. Seguirà un'analisi dettagliata del posizionamento per ogni ambito.

## Ambito Governance

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

**Pt. 5,2**

Azienda



Paese



Settore



Dimensioni



Il punteggio ottenuto da Madama Oliva nell'ambito governance è significativamente inferiore alla media Paese e alle aziende di analoghe dimensioni così come a quelle operanti nel medesimo settore.

## Ambito Lavoratori

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

**Pt. 20,7**

Azienda



Paese



Settore



Dimensioni



Nell'ambito lavoratori il punteggio di 20,7 ottenuto da Madama Oliva le consente di posizionarsi sopra il dato medio di Paese e delle aziende del medesimo settore e/o con analoghe dimensioni aziendali.

# Stato dell'arte e standard di riferimento

## Ambito Comunità

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

Pt. 11,1

Azienda



Paese



Settore



Dimensioni



Nell'ambito comunità il punteggio di 11,1 ottenuto da Madama Oliva si posiziona al di sotto del dato medio di Paese e delle aziende del medesimo settore e/o con analoghe dimensioni aziendali e sarà oggetto di azioni di presidio e miglioramento.

## Ambito Ambiente

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

Pt. 19,6

Azienda



Paese



Settore



Dimensioni



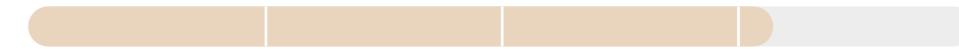
Come illustrato nella prima sezione del documento, l'azienda da anni investe nel presidio e miglioramento dell'impatto ambientale e ciò le consente di posizionarsi, con il punteggio di 19,6, ben sopra la media del Paese e delle aziende del medesimo settore e/o con analoghe dimensioni aziendali.

## Ambito Clienti

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

Pt. 3,9

Azienda



Paese



Settore



Dimensioni



Grazie anche alle certificazioni qualità ottenute l'azienda si posiziona, con il punteggio di 3,9, significativamente sopra la media del Paese e delle aziende del medesimo settore e/o con analoghe dimensioni aziendali.

# Stato dell'arte e standard di riferimento

Analizzando l'impatto delle proprie attività in relazione all'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e con l'intento di indirizzare le proprie azioni verso la Sostenibilità, Madama Oliva ha individuato **6 obiettivi di Sviluppo Sostenibile** come prioritari. Questi obiettivi sono applicabili a tutti gli aspetti della catena del valore dell'azienda e guideranno gli impegni nei prossimi anni per integrare al meglio le pratiche sostenibili nel proprio modello di business.



## Goal 3: Salute e Benessere

Madama Oliva propone ai propri clienti prodotti genuini, promuove stili di vita e abitudini alimentari salutari, e si impegna a promuovere un ambiente di lavoro positivo e tutelante, per offrire le migliori condizioni possibili affinché le persone raggiungano un elevato stato di benessere fisico, psicologico e sociale.



## Goal 5: Parità di Genere

Madama Oliva si impegna a promuovere l'equità, l'inclusione e la valorizzazione delle diversità dentro e fuori l'azienda per tutte le persone e ad ogni livello aziendale. Con l'obiettivo di svolgere al meglio la propria missione e in coerenza con la visione strategica, la società ha deciso di adottare un Sistema di Gestione per la Parità di Genere (SGPG) conforme alla UNI/PdR 125:2022.



## Goal 7: Energia Pulita e Accessibile

Madama Oliva si impegna a promuovere l'efficienza energetica e ad utilizzare energia pulita e proveniente da fonti rinnovabili; nel 2008 ha installato quello che, ai tempi, era il più grande impianto solare fotovoltaico integrato registrato in Italia.



## Goal 11: Città e Comunità sostenibili

Madama Oliva supporta e sponsorizza dal 2010 associazioni sportive locali e associazioni culturali locali e nazionali.



## Goal 13: Lotta Contro il Cambiamento Climatico

Tutti i processi di produzione sono automatizzati e ottimizzati per ridurre i consumi; la raccolta differenziata permette di contenere i rifiuti prodotti e aviarli quanto più possibile a riciclo o riuso. Siamo partner dei nostri fornitori per individuare materiali e imballi ecosostenibili. Adottiamo strategie di logistica intelligente.



## Goal 15: Vita sulla Terra

Ogni fase del processo, dalla coltivazione alla raccolta e trasformazione, è studiata per ridurre l'impatto ambientale, rispettare le risorse naturali e promuovere pratiche agricole sostenibili.

# Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment

## 6.2.1.

## Ambito Ambiente

L'ambiente è un ambito strategico per la nostra azienda, perché riteniamo che la sostenibilità non sia solo una scelta etica, ma anche un fattore chiave per costruire un futuro prospero e responsabile. In un contesto globale in cui la tutela delle risorse naturali e la riduzione dell'impatto ambientale sono sempre più centrali, adottare politiche ambientali efficaci è ormai una necessità, sia per proteggere il pianeta che per rispondere alle attese di consumatori e stakeholder.

La strategia ambientale guida il nostro operato con un approccio integrato e coerente a livello internazionale, coinvolgendo attivamente tutti gli attori della filiera. È sostenuta dalla **Policy per la Qualità, la Salute, la Sicurezza e l'Ambiente**, che pone al centro la tutela dell'ambiente, il risparmio energetico e la sicurezza di lavoratori e lavoratrici come elementi fondamentali per uno sviluppo responsabile del business.



Le attività aziendali sono gestite attraverso un **Sistema di Gestione Integrato**, volto a promuovere l'uso consapevole delle risorse e una crescita sostenibile che rispetti l'ambiente e tuteli le persone e i diritti delle generazioni future. La validità del nostro impegno è attestata dalla **certificazione ISO 14001** e dalla **Registrazione EMAS**, che assicurano la pianificazione, il controllo e il miglioramento continuo delle performance ambientali, attraverso ruoli e responsabilità chiaramente definiti.

La Registrazione EMAS, strumento volontario riconosciuto a livello europeo, evidenzia l'attenzione dell'azienda verso l'ambiente mediante azioni concrete, trasparenti e verificabili, da aggiornare regolarmente. In coerenza con il regolamento EMAS, Madama Oliva ha formalizzato la propria **Dichiarazione Ambientale**, che descrive in dettaglio l'impatto ambientale dell'azienda, le prestazioni raggiunte e gli obiettivi di miglioramento continuo.

Il processo di misurazione degli impatti rappresenta un passaggio fondamentale per orientare la strategia aziendale, in quanto consente di attivare efficacemente le successive fasi di riduzione e compensazione. Tra gli impatti monitorati figurano il consumo di risorse energetiche (gas naturale, elettricità, combustibili), i materiali utilizzati nel processo produttivo, la generazione di rifiuti e scarti, l'uso dell'acqua e dei materiali da imballaggio.

#### 6.2.1. Ambito Ambiente

##### A. Area politiche ambientali

###### La politica green di Madama Oliva: economia circolare, certificazioni ambientali ed energia rinnovabile.

Madama Oliva prosegue con determinazione il proprio percorso verso l'economia circolare e la sostenibilità ambientale. L'azienda è certificata **UNI EN ISO 14001** ed è registrata **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 un **Piano di Emergenza** aggiornato annualmente, che prevede simulazioni su evacuazione, antincendio e gestione di sversamenti di sostanze pericolose.

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 CO<sub>2</sub>**.

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);

###### ■ Impegni e azioni 2024

Da febbraio 2024 tutte le confezioni del take away del reparto gastronomia sono realizzate in **RPET** (riciclato e riciclabile al 100%), pari a **3,5 milioni di vaschette**, che comportano una riduzione del consumo annuo di plastica di circa **69 tonnellate**.

L'iniziativa segna un passo significativo nel percorso ambientale di Madama Oliva e si affianca al **restyling del 2023** delle linee *Frutto d'Italia* e *del Mediterraneo*, anch'esse in plastica riciclata certificata **ISCC PLUS**, con circa **4,8 milioni di vaschette annue**, equivalenti a una riduzione di **61 tonnellate di plastica**.

La transizione verso imballaggi in plastica riciclata rappresenta un investimento green che coinvolge complessivamente **8,3 milioni di vaschette all'anno**, per un risparmio totale di circa **130 tonnellate di plastica**.

###### Risultati 2024:

- packaging riciclato-riciclabile: sostituzione al **100%** delle referenze della linea *Freshissimi* (imballo in RPET);
- energia autoprodotta da fotovoltaico: **2,3 kWh/anno**.



#### 6.2.1. Ambito Ambiente

### B. Area politiche relative alla diminuzione dei consumi

L'acqua è una risorsa primaria essenziale nei processi produttivi di Madama Oliva, 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, nel 2024, è iniziata la realizzazione di un secondo pozzo, con portata prevista di 15 mc/ora. I consumi relativi saranno analizzati al 31.12.2025 in rapporto ai kg di prodotto finito.

In tema di gestione dei reflui industriali, l'azienda ha potenziato il proprio impianto interno, che oggi utilizza la tecnologia **MBBR** (Moving Bed Biofilm Reactor), un sistema biologico avanzato che combina fanghi attivi convenzionali con supporti mobili a biofilm. I biochip flottanti offrono una superficie estesa su cui i microrganismi possono svilupparsi, consentendo la scomposizione efficace dei residui organici.

L'impianto, progettato da **Veolia Water Technologies Italia S.p.A.**, è strutturato in più sezioni di trattamento e ha superato con successo il collaudo ad **aprile 2024**, contribuendo a ridurre il carico inquinante dei reflui prodotti dallo stabilimento.

Inoltre, 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.

### ■ Impegni e azioni 2024

Madama Oliva utilizza l'acqua come risorsa essenziale nel processo produttivo. Il volume impiegato è proporzionale all'aumento della produzione registrato negli ultimi anni; tuttavia, l'azienda monitora costantemente i consumi e definisce obiettivi di miglioramento continuo.

● periodo 2024: 167.318 mc/anno, con un indice pari a **24,62 l/kg**.

Per quanto riguarda il consumo di carta, nel 2024 l'azienda ha registrato una riduzione del **71%** nelle risme utilizzate, passando da **1.750** a **505**.



## C. Area politiche per la gestione dei rifiuti

La gestione responsabile dei rifiuti è un aspetto centrale per **Madama Oliva**, 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 emerge una **riduzione del 3,69%** dei kg smaltiti, un risultato significativo considerando il contestuale aumento della produzione.

Nel dettaglio:

- **al 31/12/2023** sono 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 sono 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 si impegna 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**.

È inoltre prevista **l'installazione di un nuovo impianto fotovoltaico**, con una produzione annua stimata di **2.573.943 kWh**, pari a un **+28% rispetto al 2024**.

Per migliorare l'impatto ambientale complessivo, l'azienda ha definito i seguenti obiettivi operativi:

- **costruzione di un nuovo pozzo** (portata 15 mc/h);
- **riduzione del rapporto acqua/prodotto finito del 2%**
- **ulteriore riduzione del consumo di carta dell'1%**, dopo il -71% già registrato tra 2023 e 2024;
- **riduzione dei rifiuti urbani non differenziati del 4%**.

In prospettiva:

- **rifiuti destinati a riciclo o riutilizzo**: 70.440 kg (tra carta, plastica, vetro e metallo);
- **rifiuti destinati a smaltimento**: 89.510 kg.

Target	Obiettivi 2025
% packaging riciclato-riciclabile	Lanciare nuovi formati di vaschette RPP per due nuove linee di prodotti (Lupamì, Fruttino), allo scopo di raggiungere, per quanto sopra, il 100% di packaging sostenibile
kWh autoprodotti da impianti fotovoltaici	Vedi sopra
Consumo di acqua/prodotto finito (kg) Consumo risme carta	Vedi sopra
% di rifiuti smaltiti	In prospettiva: ● rifiuti destinati al riciclo o riutilizzo ● rifiuti destinati allo smaltimento

# Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment

## Ambito Comunità

**Madama Oliva nasce nel piccolo paese di Castel Madama**, da cui prende il nome, e consolida la propria crescita con la costruzione dello stabilimento a **Carsoli**. In questo territorio l'azienda è oggi una realtà di rilievo, con **quasi 200 dipendenti**, e rappresenta un punto di riferimento economico e occupazionale per la comunità locale.

Fin dalle origini, **Madama Oliva 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** 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 a 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.

### ■ Obiettivi e target 2025

L'impegno dell'azienda per il 2025 è quello di incrementare del 10% i fondi, oltre che di mantenere il numero di Associazioni coinvolte.

## 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.

Dal 2024, grazie al nostro ufficio stampa, abbiamo preso parte a diverse iniziative di **product placement a Milano**, tra cui **Donna Moderna** e **Milano Vibra**.

### ■ Impegni e azioni 2024

Il sostegno dato alla Neways per portare avanti il progetto nelle scuole è di 11k euro l'anno. Il progetto raggiunge ogni anno 3000 classi, oltre alle relative famiglie, consentendo di ampliare la campagna di sensibilizzazione sui temi della salute e del benessere alimentare e psico-fisico.

### ■ Obiettivi 2025

Nel 2025 l'Azienda riconfermerà il progetto per le scuole e parteciperà a più eventi/iniziative sulla piazza di Milano.



### C. Area comunicazione esterna

L'azienda promuove stili di vita salutari 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 salutari. 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. Per questo, dal 2015 collaboriamo con un ufficio stampa dedicato, con l'obiettivo di consolidare un posizionamento nazionale autorevole per il brand Madama Oliva.

- **Comunicati stampa diffusi nel 2024: 5**

#### ■ Obiettivi 2025

Continueremo a nutrire i nostri canali social e il sito web con contenuti stimolanti, di valore e coerenti con i nostri valori.

- **Comunicati stampa del 2025: 7**

# Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment

## Ambito Clienti

Madama Oliva 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.



### ■ Area customer satisfaction

#### Impegni e azioni 2024

Anche nel corso del 2024 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 2025, i seguenti strumenti:

- sentiment analysis su cliente finale;
- customer satisfaction survey.



# Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment

## 6.2.4.

## 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 non si tratta di un semplice adempimento formale, ma dell'avvio di un percorso condiviso che coinvolge attivamente tutta la filiera. Crediamo fermamente che i nostri 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 abbiamo formalizzato il Codice Etico e di Condotta, che vede coinvolti tutti i nostri stakeholder, nello specifico, i produttori agricoli che ci forniscono le materie prime, le aziende di trasporto, i fornitori di utilities.

### ■ Obiettivi 2025

Nel 2025 ci impegniamo a condividere le nostre buone pratiche e a 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.

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.

# Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment

## Ambito Personale

I nostri collaboratori sono il cuore pulsante di Madama Oliva e rappresentano il motore del nostro successo.

Ogni persona contribuisce in modo unico alla creazione di valore, attraverso competenze tecniche, passione ed energia quotidiana. La qualità dei nostri prodotti e servizi, così come l'efficienza dei processi, nasce dal lavoro e dalla creatività delle persone che compongono l'azienda.

Per questo, Madama Oliva investe con convinzione nei propri dipendenti, attraverso politiche di diversity & inclusion, sistemi di remunerazione e benefit, percorsi formativi e strategie di tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

Investire nelle persone significa anche promuovere una cultura aziendale fondata su fiducia, rispetto e collaborazione. Formazione, benessere e opportunità di crescita contribuiscono a creare un ambiente positivo, capace di stimolare motivazione, produttività e innovazione.

Dipendenti soddisfatti e coinvolti diventano ambasciatori dei nostri valori, rafforzando la reputazione dell'azienda anche all'esterno.

In quest'ottica, Madama Oliva ha ottenuto la certificazione di parità di genere UNI/PdR 125:2022, formalizzando il proprio impegno nella riduzione del gender gap e allineandosi agli standard previsti dalla normativa.



## A. Area politiche di diversity & inclusion

La "Politica di Gestione delle Risorse Umane e Comunicazione" adottata da Madama Oliva si fonda sul rispetto dei principi di libera concorrenza, parità di trattamento, non discriminazione, trasparenza e proporzionalità.

Attualmente, le donne rappresentano oltre il 60% della forza lavoro aziendale; l'organico include 11 responsabili di unità operative, pari al 46% del totale, e il 73% dei capi reparto è composto da donne.

Per valorizzare le idee dei collaboratori, Madama Oliva ha avviato un'iniziativa originale che premia economicamente le proposte di miglioramento. I riconoscimenti vengono conferiti durante una serata istituzionale dedicata, che celebra l'innovazione interna e rafforza la motivazione, sottolineando il valore di ogni contributo nel percorso di crescita continua dell'azienda.

Nell'ambito produttivo, i turni di lavoro sono di 7 ore e 30 minuti giornaliero, ma la retribuzione corrisponde a 8 ore, garantendo ogni mese circa 10 ore retribuite in più, con un beneficio economico tangibile per i dipendenti.

Inizialmente pensato per le sole dipendenti donne, questo vantaggio è stato successivamente esteso a tutti, in un'ottica di equità e inclusione. Una scelta che rispecchia l'impegno di Madama Oliva verso un ambiente di lavoro sempre più giusto, attento alle persone e alle loro esigenze.

### ■ Impegni e azioni 2024

Dal 2024 l'azienda ha istituito un Comitato Guida con l'obiettivo di valutare e misurare in modo oggettivo, dettagliato e preciso il livello di garanzia delle pari opportunità all'interno dell'organizzazione, indipendentemente dal genere.

**Percentuale dei dipendenti che beneficiano dell'agevolazione sull'integrazione stipendiaria per la pausa retribuita: 84,35%.**

In particolare:

- 124 dipendenti (84,35%) lavorano meno di 8 ore e ricevono comunque l'intera retribuzione giornaliera;
- di questi, 24 (16,33%) lavorano 7 ore e 45 minuti, con una pausa retribuita di 15 minuti;
- 100 (68,03%) lavorano 7 ore e 30 minuti, beneficiando di una pausa retribuita di 30 minuti.

## B. Area politiche di remunerazione e benefit

Le politiche di remunerazione e benefit rappresentano un elemento strategico per sostenere gli obiettivi aziendali nel breve, medio e lungo termine. Sono pensate per attrarre, motivare e fidelizzare le persone, favorendo al contempo il loro benessere all'interno dell'ambiente di lavoro.

I dipendenti possono usufruire di una sala break dedicata, uno spazio accogliente per consumare i pasti e rilassarsi durante la pausa. Al suo interno sono disponibili due postazioni per la gestione del cartellino e, se possibile, per accedere a informazioni utili come regolamenti aziendali, Codice Etico e procedure interne. Inoltre, Madama Oliva ha installato quattro distributori d'acqua potabile dotati di filtri a carboni attivi e ioni d'argento, posizionati in diversi punti dell'azienda.

Da tempo è attivo un piano di Welfare aziendale, pensato per valorizzare e rispondere ai bisogni specifici dei lavoratori. Tutti i dipendenti beneficiano anche di un piano di assistenza sanitaria integrativa ENFEA SALUTE, che copre spese ospedaliere, alta diagnostica e servizi di prevenzione. A ciò si aggiungono i buoni pasto del valore di 5 euro, erogati quotidianamente a ciascun dipendente.

### ■ Impegni e azioni 2024

Nel corso del 2024 l'azienda ha sostenuto un costo di 149.868 € per l'acquisto di 32.695 ticket. Piano di assistenza per il 100% dei dipendenti = nel 2024 l'azienda ha sostenuto un costo di adesione di € 25.844.

## C. Area formazione del personale e valutazione della performance

Madama Oliva investe con convinzione nella formazione continua dei propri dipendenti, consapevole che solo attraverso l'aggiornamento costante è possibile garantire crescita professionale, adattamento alle nuove normative, padronanza di procedure e apertura all'innovazione tecnologica.

La formazione stimola la creatività, rafforza la sicurezza dei processi aziendali e contribuisce a fidelizzare le persone, creando un ambiente dinamico e orientato al miglioramento continuo.

### ■ Impegni e azioni 2024

Nel corso del 2024 sono state organizzate sessioni formative su temi legati alla formazione obbligatoria per le Certificazioni, ai principi Kaizen, alla Salute e Sicurezza sul lavoro e al nuovo Sistema di segnalazione Whistleblowing implementato nell'anno.

In totale, nel 2024 sono state erogate 1.126 ore di formazione, di cui 900 dedicate alla sicurezza e 226 ad altri ambiti. Nel 2023 le ore complessive erano state 946.



## D. Area politiche di gestione della salute e sicurezza dei lavoratori

Madama Oliva si impegna a tutelare la salute e la sicurezza dei propri dipendenti attraverso un processo continuo di formazione, svolto da professionisti qualificati. I responsabili di turno hanno il compito di raccogliere segnalazioni e osservazioni, garantendo ascolto e risposte puntuali. La sicurezza sul lavoro rappresenta per l'azienda una priorità assoluta, perseguita con azioni concrete volte a garantire un ambiente di lavoro sano, protetto e partecipativo.

### ■ Impegni e azioni 2024

Nel corso del 2024 sono stati sostenuti costi per attività di formazione pari a 6.900 € e sono state svolte 1126 ore di formazione in tema di sicurezza.

### ■ Obiettivi 2025

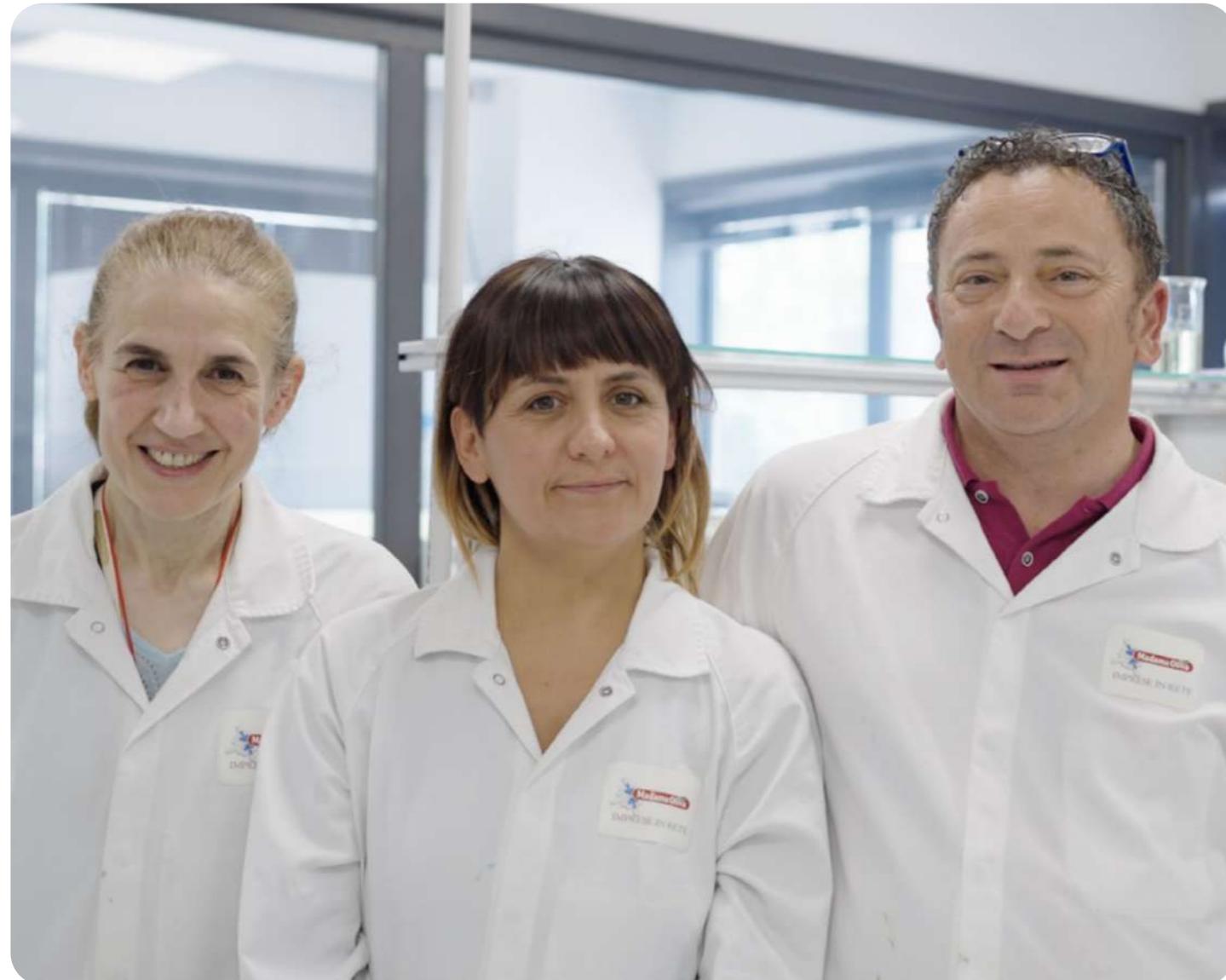
Nel 2025 l'azienda intende migliorare i propri target in relazione agli indicatori di misurazione della propria performance non finanziaria in tema di benessere dei propri dipendenti e collaboratori. Per chiarezza espositiva, nella tabella sottostante si riepilogano i relativi target 2025.

Target 2025	
Percentuale di dipendenti con pausa remunerata	+4%
Numero e valore di buoni pasto erogati sul totale dipendenti	+0,5%
Numero e valore di polizze sanitarie erogate sul totale dipendenti	+4%
Ore di formazione del personale (corsi no sicurezza)	+6% ore soddisfazione percepita/utilità, su qualche tema strategico
Formazione specifica su sicurezza e salute (certificazioni)	+6% ore

# Descrizione delle attività e dei relativi KPI di rendicontazione negli ambiti mappati dal B-Impact Assessment

## Ambito Governance

La Direzione aziendale ha scelto con determinazione di intraprendere il percorso ESG, pienamente consapevole dell'impegno e della complessità che questo comporta per l'intera organizzazione. Si tratta di un cambiamento profondo che investe non solo i processi operativi, ma anche la cultura d'impresa, la governance e il modo in cui si genera valore sostenibile nel tempo.



### ■ Impegni e azioni 2024

Nel corso del 2024, la Direzione ha condotto un'**analisi dello stato attuale (AS IS)** dell'organizzazione rispetto ai criteri **ESG**, individuando **punti di forza e aree di miglioramento**. A partire da questa valutazione, è stato definito un **piano di implementazione** volto a introdurre **azioni concrete** e a rafforzare l'impegno dell'azienda in **ambito ambientale, sociale e di governance**.

Le principali iniziative avviate dalla Direzione di Madama Oliva nel 2024 includono:

- **integrazione della mission aziendale** con un impegno esplicito alla **responsabilità sociale e ambientale**;
- **formalizzazione del Codice Etico e di Condotta**;
- **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;
- **avvio del percorso per ottenere la certificazione di Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**;
- **delibera del Consiglio di Amministrazione** per la trasformazione in **Società Benefit** dal 1° gennaio 2025 e la potenziale successiva **certificazione B Corp**.

# Prospettive future

L'Azienda considera costantemente l'**impatto ambientale e sociale** delle proprie attività, e il **2024** si è rivelato un anno particolarmente positivo e dinamico, durante il quale **Madama Oliva** ha saputo **crescere, evolversi e rafforzare la propria identità** di azienda attenta ai temi della **sostenibilità**, confermando anche una forte capacità di **innovazione**, come dimostrato dalla volontà di **trasformarsi in Società Benefit** e dall'**ottenimento della Certificazione di Parità di Genere** nel mese di dicembre 2024.

Nel **2025**, l'Azienda continuerà 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:

- **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 condividono i valori dell'azienda e integrino nella loro missione **ambiente, parità, inclusione e cultura**.



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



[madamaoliva.it](http://madamaoliva.it)

**Madama Oliva**  
*Gli specialisti delle olive.*

