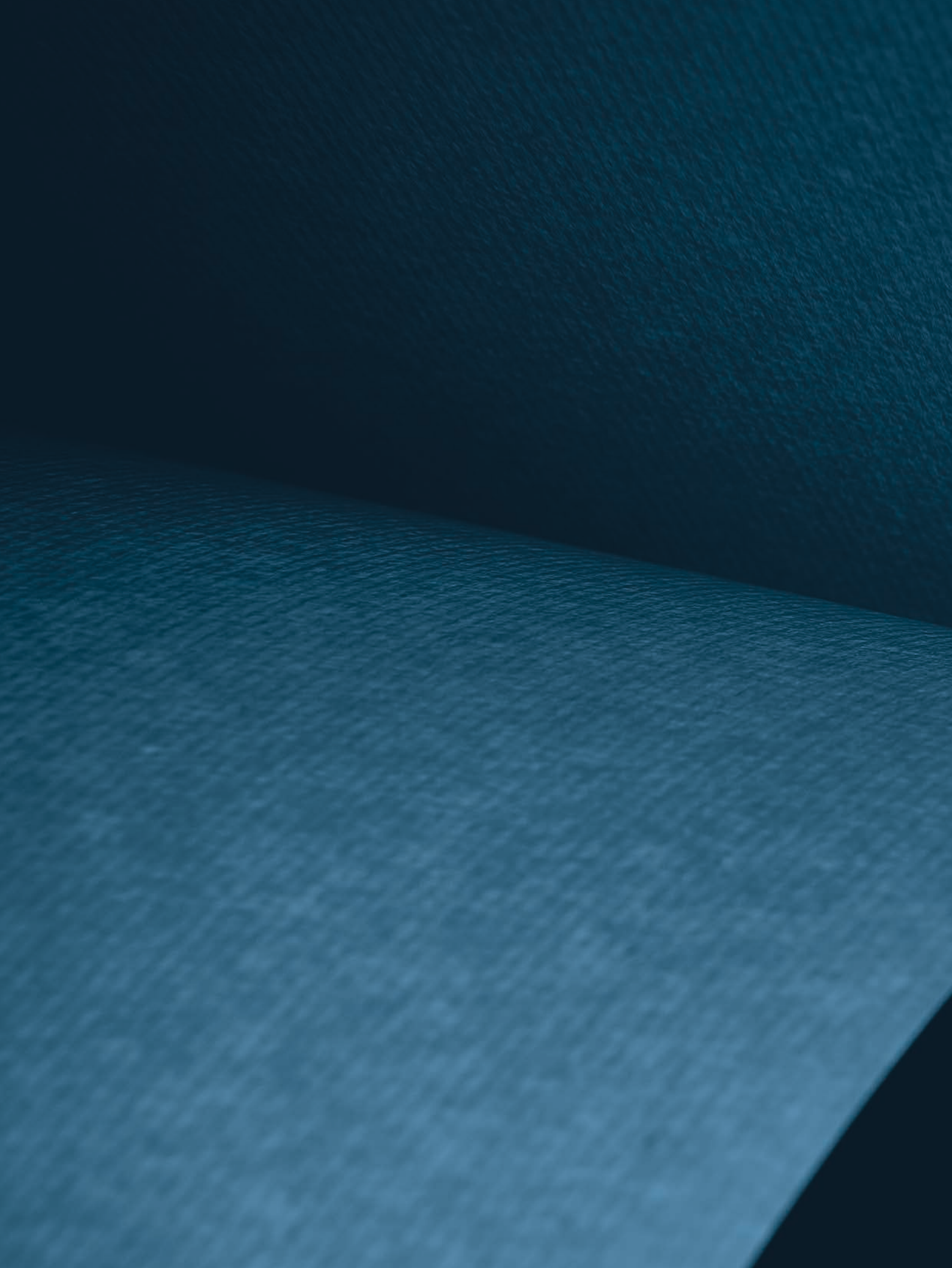


Persone
e Ambiente.
Due pesi
per un'unica
misura



REPORT
DI SOSTENIBILITÀ
2024





"Ci deve essere un modo migliore
per fare le cose che vogliamo,
un modo che non inquina il cielo,
o la pioggia o la terra."

Sir Paul McCartney

Indice

A low-angle, teal-tinted photograph of a hand reaching up towards large, ribbed leaves against a cloudy sky. The hand is positioned in the lower center, with fingers spread, reaching towards the leaves that dominate the upper and side portions of the frame. The leaves have a prominent ribbed texture. The sky is visible in the background, showing some clouds.

	Lettera agli stakeholder	5
1.	La nostra identità	6
1.1	Chi siamo	7
1.2	Dalle persone per le persone	10
1.3	Identità cooperativa e modello di governance	14
2.	Attori del cambiamento	20
2.1	Il nostro settore	21
2.2	Sostenibilità al cuore dell'impresa	28
2.3	La nostra visione per un futuro sostenibile	36
2.4	Il nostro contributo all'Agenda 2030 dell'ONU	40
3.	Approccio umano	42
3.1	Insieme per crescere	43
3.2	Salute, sicurezza e benessere	50
3.3	Generare valore per il territorio.....	56
4.	Partner di sviluppo	58
4.1	Oltre il prodotto: la nostra consulenza.....	59
4.2	Il valore dell'informazione.....	61
4.3	Crescere con la fiducia dei clienti	64
5.	Innovazione sostenibile	72
5.1	Ricerca e innovazione	73
5.2	L'importanza della scelta delle materie prime	80
5.3	Produzione responsabile	88
6.	Appendice	96
6.1	Nota metodologica	97
6.2	Performance di sostenibilità	98
6.3	Indice dei contenuti GRI	105

Lettera agli stakeholder

Cari lettori,

Il 2024 è stato per noi un anno positivo, pur in un contesto geopolitico ed economico ancora incerto. La passione che soci e collaboratori dedicano ogni giorno alla cooperativa ci distingue e alimenta il nostro successo, un impegno che si riflette anche nei numeri, con un fatturato di 45,5 milioni di euro.

Ma oggi più che mai, essere un'azienda responsabile significa guardare oltre le sole performance economiche, innovando con coraggio e visione per generare impatti positivi su ambiente, territorio e persone. La sostenibilità, da tempo valore alla base del nostro modo di fare impresa, è sempre più riconosciuta dal mercato e sostenuta dal legislatore, che incoraggia modelli produttivi più responsabili e circolari. In questo scenario, il nuovo Regolamento europeo sugli imballaggi (PPWR) rappresenta la sfida più ambiziosa: una sfida che affronteremo, come sempre, con proattività e con la determinazione di trarre valore dal cambiamento.

Proprio per rispondere alla dinamicità del settore in cui operiamo, continuiamo a ricercare e investire in prodotti innovativi a minor impatto: ai materiali PFAS-free, al lancio di soluzioni alternative alla plastica come le nuove vaschette in carta BeFresh, passando per la partecipazione al progetto europeo WOOD4PLASTIC per lo sviluppo di bioplastiche compostabili a partire da scarti di lavorazione del legno.

Al contempo, continuiamo a rafforzare l'affidabilità della nostra offerta, destinando risorse sempre maggiori ai sistemi di gestione della qualità – oltre 92 mila euro nel 2024, in crescita del 19% – e assicurando un presidio puntuale lungo tutta la filiera. Infatti, è proseguito l'impegno ad aumentare gli audit verso fornitori e abbiamo formalizzato un piano di controlli strutturato che applicheremo dal prossimo anno. La qualità si fonda anche sulla cura nella scelta delle materie prime: il 99,7% della carta, che rappresenta l'input produttivo principale, è certificata FSC o PEFC, a garanzia di tracciabilità e fonti gestite in modo responsabile.

Concorre al nostro concetto di crescita sostenibile anche la cura per le persone, a partire dall'ascolto e dalla valorizzazione di dipendenti e collaboratori. Abbiamo continuato a investire nella loro formazione, erogando quasi 900 ore di corsi, nonché negli strumenti di welfare, aspetti fondamentali per sostenere il loro benessere lavorativo e personale.

La propensione al dialogo e alla condivisione si estende anche alle altre categorie di stakeholder rilevanti, primi tra tutti fornitori, clienti e partner. Crediamo nell'importanza di fare rete per sostenere lo sviluppo del settore in chiave sostenibile. Per questo, nel 2024 abbiamo promosso diversi momenti di confronto, tra cui un convegno dedicato al packaging sostenibile e l'organizzazione di due eventi speciali in occasione del Marca incentrati sull'innovazione nel settore del packaging e sulla sua importanza come mezzo di comunicazione con i consumatori.

Guardiamo al 2025 come a un anno impegnativo ma cruciale: avvieremo un primo esercizio volontario di doppia materialità, utile a orientare le scelte strategiche, e aggiorneremo il Piano di Sostenibilità, per rispondere alle nuove richieste normative e consolidare la nostra maturità aziendale.

Vi invitiamo ad approfondire i risultati raggiunti e le sfide che ci attendono nel nostro Report di Sostenibilità.

Buona lettura.



Dott. Davide Faietti
Presidente



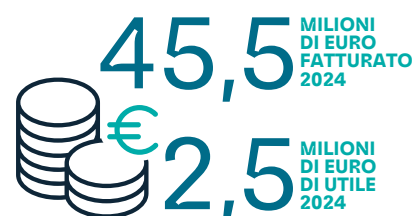
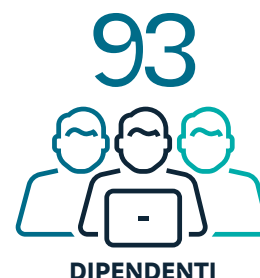
1. La nostra identità



1.1

CHI SIAMO

LA NOSTRA IDENTITÀ



Forte di un'esperienza che supera il mezzo secolo, CCM si conferma una realtà di primo piano nella produzione di packaging in Italia. La nostra cooperativa è specializzata nella progettazione, produzione e commercializzazione di packaging alimentare in carta e altri materiali riciclabili e compostabili, vantando un catalogo di oltre 5.000 articoli.

Il nostro approccio integra capacità produttiva e competenze consulenziali, permettendoci di offrire ai nostri clienti un supporto qualificato e personalizzato, capace di soddisfare le esigenze di differenti canali, dalla grande distribuzione ai negozi al dettaglio.



1.1 CHI SIAMO

VALORE ECONOMICO CREATO

45,7 MLN

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO

44,3 MLN

VALORE TRATTENUTO

1,4 MLN

L'area produttiva, la principale sede logistica e i nostri uffici si trovano a **Modena**, mentre ulteriori presidi logistici sono collocati ad **Ancona** e a **Pavullo**. Questa configurazione ci permette di servire il territorio nazionale in modo capillare e tempestivo. Inoltre, grazie a due punti vendita, possiamo mostrare direttamente ai nostri clienti la varietà della nostra offerta.

In un mercato in cui i consumatori sono sempre più attenti all'impatto ambientale e sociale dei prodotti che acquistano, ci impegniamo a sviluppare soluzioni di packaging innovative, funzionali e

FOOD



sostenibili, in grado di garantire elevate performance tecniche. Il packaging non è solo un elemento protettivo, ma un vero e proprio ambasciatore del brand: ne riflette l'identità, ne esalta l'unicità e ne comunica i valori in modo coerente e distintivo.

Offriamo un'ampia gamma di prodotti: dagli **articoli a uso alimentare** agli **articoli non food**.

Nella prima categoria rientrano i sacchetti e gli incarti per i freschi di nostra produzione. Completano l'offerta prodotti quali vaschette,

articoli per la tavola come stoviglie e posate monouso, scatole e vassoi che selezioniamo dai migliori produttori. I nostri clienti possono affidarsi a noi anche per prodotti per l'organizzazione dei loro punti vendita, come accessori per la pasticceria, cartoni da imballaggio e nastri, carte e confezioni regalo, shopper, attrezzature e prodotti per la pulizia.

NON FOOD

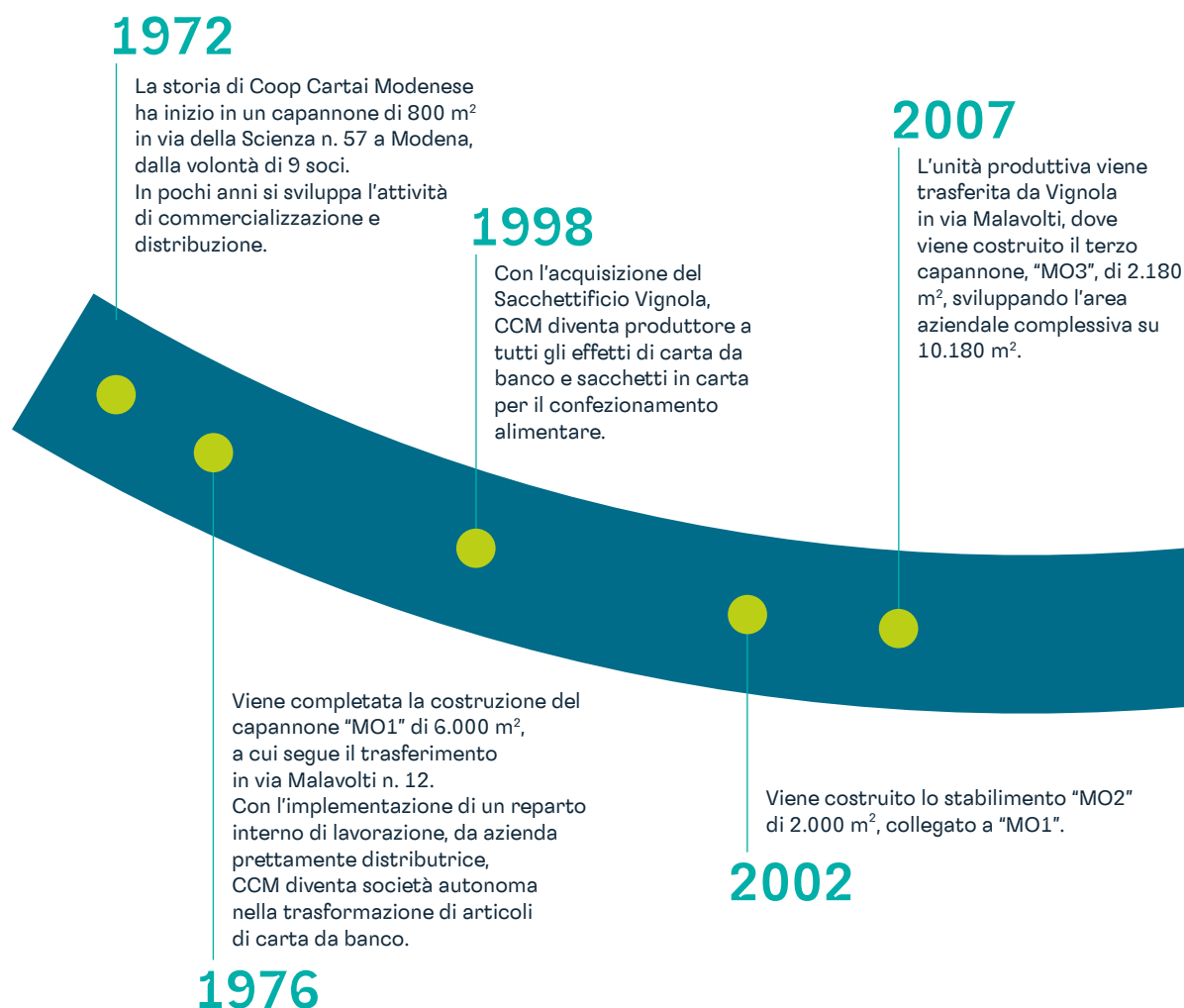


1.2

DALLE PERSONE PER LE PERSONE

DOVE LA PASSIONE INCONTRA LA COMPETENZA

Nata nel 1972 da una piccola realtà cooperativa territoriale, con gli anni CCM si è evoluta arrivando a coprire tutto il territorio nazionale. Nell'ultimo decennio abbiamo registrato una crescita significativa, sostenuta anche dall'internalizzazione di competenze sempre più specialistiche.



2012

Viene acquisita La Cartaria Pavullese, piccola realtà nell'Appennino Modenese sita a Pavullo nel Frignano, e viene aperto un punto vendita. La controllata Biemme S.r.l. di Camerata Picena acquisisce la società Centro Carta Marchigiano. Nello stesso anno il Gruppo festeggia il suo 40° anniversario, con l'organizzazione di donazioni e attività a sostegno di associazioni no-profit del territorio.

2020

CCM è finalista all'Oscar dell'imballaggio Best Packaging 2020 con il nuovo sacco rosticceria brevettato "Buon Pollo".

2023

Insieme a CopTip Industrie Grafiche, CCM acquisisce CARTEX S.r.l., società attiva nel settore della cartotecnica con sede a Gambassi Terme (Firenze), mirando ad ampliare e diversificare il portafoglio prodotti e integrare nuove competenze.

2022

CCM celebra il 50° anniversario dalla sua nascita.

2016

La produzione e gli uffici sono trasferiti nel nuovo stabilimento di Via Portogallo a Modena.

2008

Dopo aver ottenuto due nomination agli Oscar dell'Imballaggio l'anno precedente, CCM vince l'Oscar nella sezione speciale ambiente con "Vaskette Più di UNAxTUTTE"

I PILASTRI DELLA NOSTRA IDENTITÀ

Fin dalle sue origini, la nostra cooperativa ha messo al centro i valori della collaborazione tra le persone e della responsabilità verso le comunità e il nostro territorio. Vista la crescita del business sperimentata negli ultimi anni, abbiamo confermato e formalizzato i principi in cui maggiormente ci riconosciamo e che orientano il nostro impegno quotidiano, per una trasformazione che guarda al futuro.

PERSONE

Crediamo nelle persone, perché sono le persone a fare la differenza.

Dalla forma cooperativa, che è all'origine della storia di CCM, deriva forte e presente il valore delle persone. Anche nell'evoluzione e nella crescita della realtà aziendale questo valore non si è mai perso. Infatti, continuiamo a fondare il nostro lavoro sulla cura che riserviamo alle nostre persone le quali, a loro volta, trasferiscono questa attenzione nello sviluppo dei prodotti e servizi offerti ai clienti, che prima di essere aziende sono innanzitutto persone.

PROGETTI

I nostri prodotti hanno un ingrediente segreto: la nostra consulenza.

L'imballaggio è ormai parte integrante del prodotto, un ingrediente fondamentale che deve saper rispondere a specifiche esigenze. Per questo crediamo che produrre imballaggi non significhi offrire semplicemente una fornitura: abbiamo

anche la responsabilità di progettare tenendo conto di ogni singolo aspetto tecnico e qualitativo e di accompagnare i nostri clienti in scelte strategiche che valorizzino il prodotto e allo stesso tempo salvaguardino l'ambiente e rispettino la società.

PACKAGING

Quando l'imballaggio è l'evoluzione della carta.

È straordinario come un prodotto antico come la carta conservi da secoli le sue caratteristiche di base, in apparenza come se ben poco fosse cambiato dal Medioevo a oggi. In realtà, appena sotto la superficie, gli imballaggi di carta raccontano un'evoluzione altrettanto straordinaria, fatta di ricerca e innovazione, che di recente ha conosciuto un'accelerazione importante. Il packaging di CCM è un distillato di lunga esperienza e professionalità, che rappresenta appieno tale evoluzione e ha portato alla realizzazione di prodotti sostenibili e originali, nella prospettiva di salvaguardia del pianeta.

La cooperativa si inserisce in un network di associazioni che rappresenta un importante punto di riferimento per prendere parte all'evoluzione del mercato e del contesto normativo. Aderiamo a **Legacoop Estense**, a **Legacoop Nazionale** e, dal 2024, a **Confindustria Emilia**. Inoltre, siamo partner delle maggiori associazioni di settore, tra cui **l'Istituto Italiano dell'Imballaggio**, **Assobioplastiche** e **Comieco**, con le quali collaboriamo costantemente in un'ottica di innovazione e sviluppo della filiera del packaging in Italia. Ci facciamo da anni promotori di iniziative di confronto e divulgazione: a ottobre 2024, abbiamo organizzato presso la nostra sede il convegno "Packaging sostenibile", in collaborazione con **Legacoop**, coinvolgendo relatori di rilievo, tra cui rappresentanti del comparto packaging, della grande distribuzione e dell'industria alimentare. Il dibattito si è concentrato sulle sfide generate dai recenti aggiornamenti normativi in materia di packaging per il settore agroalimentare e sulle soluzioni innovative capaci di trasformarle in opportunità. È stata

anche l'occasione di presentare la nostra nuova vaschetta BeFresh.

Parallelamente, abbiamo partecipato a fiere e convegni di settore come **Ecomondo**, **Cibus**, **Sigep**, **Marca** e **Champagne Experience**, momenti utili per cogliere le principali tendenze del mercato in termini di prodotti, soluzioni innovative e materie prime. Inoltre, abbiamo intensificato ulteriormente le occasioni di dialogo con clienti e altri stakeholder, attraverso **visite in stabilimento** e **convegni tematici** dedicati al packaging sostenibile. Questi momenti hanno rappresentato per CCM un'opportunità di presentare le proprie innovazioni, raccogliere feedback e rafforzare le collaborazioni lungo la filiera. Nel 2024 abbiamo vissuto diversi appuntamenti di rilievo: dalla visita a un impianto di riciclo per i materiali da packaging agli incontri con i clienti per condividere soluzioni innovative, dal meeting con la rete commerciale alla scoperta di un impianto per il trattamento della frazione organica, fino al dialogo con partner internazionali del settore.

Il futuro del packaging a Marca 2024

Anche nel 2024 abbiamo preso parte alla fiera Marca, l'evento annuale organizzato da BolognaFiere dedicato alla marca commerciale, portando la voce di CCM su un tema che ci sta particolarmente a cuore: l'evoluzione in chiave sostenibile del comparto del packaging. All'interno dello stand condiviso con Cartex e CopTip, abbiamo organizzato **due talk** insieme a LifeGate, nostro partner storico in materia

di sostenibilità, incentrati sull'**innovazione nel settore del packaging sostenibile** e sulla sua importanza nella **comunicazione con i consumatori**. Sono state occasioni importanti di confronto con relatori di rilievo provenienti dal mondo accademico, dal settore del packaging, dall'industria alimentare e dalla grande distribuzione.

La nostra presenza a Marca 2024 conferma che il futuro del packaging passa anche dalla **capacità di fare sistema**, coinvolgendo imprese, partner e clienti in un percorso di innovazione condivisa.

1.3

IDENTITÀ COOPERATIVA E MODELLO DI GOVERNANCE

CCM è una società cooperativa di produzione e lavoro a mutualità prevalente, in cui lo scopo statutario di **garantire continuità occupazionale a condizioni migliori rispetto al mercato** prevale sulla logica di massimizzazione del profitto. Il modello cooperativo è orientato al **mutuo sostegno nel lavoro** verso il raggiungimento di un obiettivo comune e alla **condivisione dei benefici**, con particolare attenzione al benessere dei soci e alla loro partecipazione attiva nella gestione dell'impresa e nella definizione delle scelte strategiche.

Prestito sociale (in euro)

806.128

Tutti i soci hanno la possibilità di partecipare alla vita della cooperativa attraverso l'**Assemblea dei Soci**, che elegge i membri del Consiglio di Amministrazione e, nelle sessioni deliberative, approva il Bilancio d'Esercizio e la distribuzione degli utili. Inoltre, a supporto del dialogo interno, l'azienda organizza più volte all'anno assemblee informative aperte anche ai dipendenti non soci, durante le quali il Presidente comunica l'andamento economico e le novità aziendali e raccoglie richieste e opinioni da parte dei lavoratori, nello spirito di libera partecipazione che caratterizza la cooperativa.

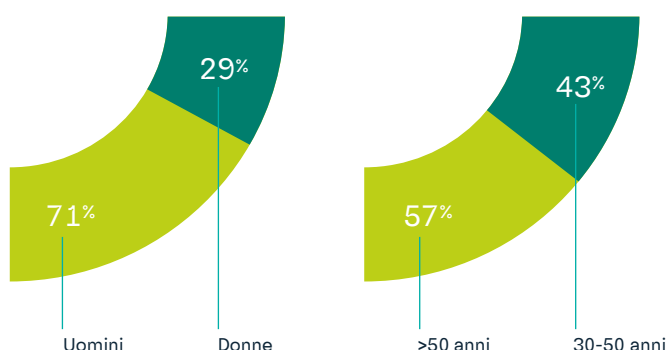
Indice di mutualità

63,5%

Il governo di CCM è affidato al **Consiglio di Amministrazione**, le cui funzioni, tra cui decidere sulle materie attinenti ai rapporti mutualistici e deliberare sull'ammissione di nuovi soci, sono definite dallo Statuto. Nel 2024, il CdA di CCM risulta composto da sette membri eletti tra i soci della cooperativa. Fondamentale è il ruolo del **Presidente e Amministratore Delegato**, che nello svolgimento dei suoi compiti è assistito dalla **Direzione Operativa**, costituita dai Dirigenti e dai responsabili delle funzioni aziendali principali. Quest'ultima svolge un ruolo centrale nel definire le linee di sviluppo del business e nel valutare le priorità d'investimento.



COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE



INTEGRITÀ AZIENDALE

La gestione della cooperativa è improntata a principi di etica, integrità e massima trasparenza. Abbiamo adottato da diversi anni un **Codice Etico** e la **parte speciale riguardante la salute e la sicurezza sul lavoro** del modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del decreto legislativo 231/01.

Il Codice Etico definisce i principi e le norme di condotta responsabile che tutti coloro che lavorano per CCM o che intrattengono relazioni con l'azienda sono tenuti a rispettare. Nello specifico, il Codice illustra le pratiche etiche fondate sulla trasparenza e la

correttezza che la società si impegna a adottare nei confronti dei propri stakeholder, tra cui dipendenti e soci, clienti, fornitori, istituzioni e comunità. Particolare rilievo è attribuito alla tutela delle persone e dei soci, dichiarando l'importanza dei principi di informazione, dell'ascolto e coinvolgimento dei dipendenti nel processo decisionale e della salvaguardia dell'interesse collettivo della cooperativa. Abbiamo inoltre istituito un sistema di segnalazione che permette di monitorare l'applicazione delle norme del Codice e, con la massima riservatezza, indagare e rimediare alle eventuali violazioni.

GESTIONE DEI RISCHI

La dimensione aziendale e le dinamiche di collaborazione stretta tra organo amministrativo e direttivo permettono una gestione pragmatica degli impatti sociali e ambientali in tutti i processi aziendali. Ciò è assicurato in prima istanza dalla Presidenza e dalla Direzione Operativa che, nell'ambito della definizione della linea d'azione per il raggiungimento degli obiettivi strategici, considerano sempre i rischi e le opportunità di sviluppo del business, senza dimenticare la minimizzazione degli impatti negativi all'esterno dell'organizzazione.

A supporto di questo processo, dal 2017 disponiamo di una **procedura strutturata per l'identificazione e la valutazione quantitativa dei rischi e delle opportunità più rilevanti per l'azienda**. Tale approccio, che ha dato prova della sua utilità nel fronteggiare la complessità degli scenari internazionali degli ultimi anni, si conferma imprescindibile per le aziende che vogliano rimanere competitive sul mercato, anticipando i rischi e prevedendo piani di mitigazione per aumentare la resilienza e l'adattabilità del business. Le categorie di rischio analizzate e monitorate da CCM riguardano sia il contesto esterno, con particolare attenzione all'introduzione di nuove normative, all'andamento economico e competitivo, all'avanzamento tecnologico del settore e alle preferenze di clienti e consumatori; sia il contesto interno, in relazione all'impostazione strategica, alla capacità organizzativa e di valorizzazione di persone e capitale aziendale. Su questa base costruiamo la pianificazione degli interventi di sviluppo, approvata annualmente durante il Riesame della Direzione. Le procedure prevedono, inoltre, il monitoraggio costante delle attività e dei progetti implementati per la valutazione dei risultati ottenuti, in un'ottica di miglioramento continuo.

RISCHI MONITORATI





2. Attori del cambiamento



2.1

IL NOSTRO SETTORE

ATTORI DEL CAMBIAMENTO

Gli imballaggi alimentari hanno come funzione primaria quella di contenere gli alimenti con lo scopo di proteggerli, conservarli e consentirne la manipolazione e consegna dal produttore al consumatore, nonché di presentarne le caratteristiche. È quindi fondamentale che i packaging alimentari rispettino i precisi standard igienici stabiliti dalle normative per garantire la sicurezza degli alimenti. Un elemento determinante è la scelta dei materiali, che devono essere atossici e in grado di minimizzare il deterioramento del prodotto anche in condizioni ambientali avverse.

Tra i materiali da confezionamento che soddisfano maggiormente questi requisiti, e perciò più diffusi, ci sono la **carta** e il **cartone**, varie tipologie di **materiali plastici**, il **metallo** e il **vetro**.

Il settore del packaging evolve continuamente in base alle scelte delle **aziende** sui materiali da utilizzare e sui trend da promuovere, come riciclo e riutilizzo. Queste strategie rispondono a due spinte principali: da un lato l'esigenza di innovare e restare competitivi sul mercato, dall'altro le **aspettative dei consumatori**, sempre più orientati a privilegiare soluzioni sostenibili rispetto a quelle tradizionali. Tutto ciò viene ovviamente favorito e incentivato dal **contesto normativo**, anch'esso in costante evoluzione.

IL SETTORE DEL PACKAGING IN ITALIA

Il 2024 ha segnato una lieve ripresa per il settore del packaging in Italia. L'andamento positivo dei dati produttivi è trainato dal comparto alimentare. Di pari passo, anche il fatturato ha registrato performance in leggero

miglioramento, sostenute in particolare dalla crescita del largo consumo (+4%). Sebbene il saldo commerciale si confermi negativo, si rileva un incremento sia nelle importazioni (+9%) che nelle esportazioni (+2,5%)¹



17,7 mln t (+1% vs 2023)

IMBALLAGGI PRODOTTI



14 mln t

IMBALLAGGI UTILIZZATI²



12 mln t

IMBALLAGGI RIUTILIZZABILI

¹ Imballaggio in Cifre 2024, Istituto Italiano Imballaggio – 2025.

² CONAI Consorzio Nazionale Imballaggi: Relazione Generale Consuntiva 2024 – Giugno 2025

SOSTENIBILITÀ DEL PACKAGING: UN FATTORE CHIAVE NELLE SCELTE DEI CONSUMATORI

Le tematiche di sostenibilità sono ormai un criterio decisivo nelle scelte di acquisto dei consumatori, che dedicano un'attenzione crescente alle caratteristiche degli imballaggi. Nel comparto alimentare, infatti, il 66% degli italiani dichiara di preferire un prodotto confezionato in modo rispettoso dell'ambiente piuttosto che uno con packaging tradizionale. **Il packaging non è più percepito come un semplice involucro, ma come un indicatore di responsabilità e di qualità**, capace di incidere sulle scelte d'acquisto tanto quanto il prezzo o la convenienza. Secondo l'Osservatorio del Packaging del Largo Consumo³, oltre un italiano su cinque considera fondamentale la presenza di confezioni realizzate secondo requisiti di sostenibilità, al pari di criteri economici come il risparmio e l'equità di prezzo. In particolare, i consumatori dichiarano di percepire un imballaggio come "sostenibile" quando è **completamente riciclabile (51%), elimina il packaging non necessario (43%), utilizza materie prime da fonti rinnovabili (40%)** o quando è **prodotto con ridotte emissioni di CO₂ (35%)**.

Questa sensibilità crescente è alimentata da una visione più ampia del cibo, che oggi non rappresenta soltanto nutrimento, ma anche convivialità, benessere e occasione per compiere scelte responsabili. Non sorprende quindi che, soprattutto nei prodotti considerati **healthy** e salutistici, i consumatori si aspettino packaging ad alto profilo di sostenibilità, mentre individuino proprio in questa scelta un fattore distintivo per rafforzare la relazione con i clienti e consolidare il posizionamento dell'insegna.

³ Osservatorio Packaging del Largo Consumo di Nomisma - Gennaio 2025

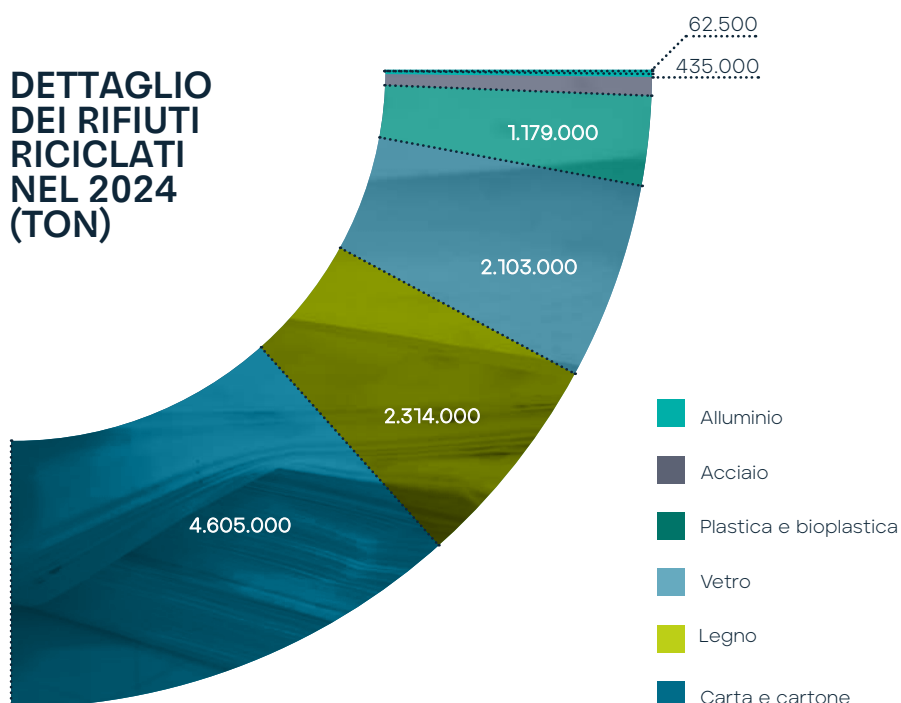
IL RUOLO DELLE IMPRESE NELLA TRANSIZIONE DEL PACKAGING

Le aziende del settore stanno progressivamente trasformando il modo in cui progettano e realizzano il packaging. Non si tratta più soltanto di scegliere materiali meno impattanti, ma di ripensare l'intero ciclo di vita dell'imballaggio, adottando una logica di **ecodesign** che mette al centro riduzione, riuso e riciclo. Tecniche come il **lightweighting** consentono di alleggerire le confezioni utilizzando materiali più performanti, capaci di garantire la stessa protezione del prodotto con un minore consumo di risorse. Parallelamente, il **right-sizing** riduce al minimo gli spazi inutili, creando imballaggi su misura che evitano sprechi e trasporti inefficienti. A queste strategie si affianca una sempre maggiore diffusione di **materiali bio-based**, realizzati a partire da materie prime di origine naturale come canna da zucchero, mais, bambù o funghi. Questi materiali non solo sostituiscono progressivamente quelli fossili, ma contribuiscono a dare forma a una nuova idea di packaging, percepito dai consumatori come più autentico e vicino a modelli di economia circolare.

La sfida più concreta e già misurabile resta però quella del **riciclo**. In questo ambito, **l'Italia si conferma tra le realtà più virtuose a livello europeo**, con una filiera che mostra risultati solidi e in costante crescita. Carta, plastica, bioplastiche compostabili, vetro, acciaio e alluminio sono recuperati con frequenza sempre maggiore e reimmessi nei cicli produttivi, a testimonianza di un sistema ormai strutturato ed efficace. Sommando anche il recupero energetico, cioè l'impiego dei rifiuti di imballaggio come combustibile alternativo, il tasso complessivo di recupero raggiunge l'86,4% del packaging immesso al consumo. Un risultato che anticipa di anni gli obiettivi fissati dall'Unione Europea e che conferma il ruolo trainante delle imprese italiane.



⁴ CONAI Consorzio Nazionale Imballaggi: Relazione Generale Consuntiva 2024 – Giugno 2025



Ma la sostenibilità del packaging non si gioca soltanto sul piano dei materiali. Un ruolo sempre più rilevante è assunto dalla **digitalizzazione**. L'integrazione di strumenti come **QR code** e **NFC** sugli imballaggi permette al consumatore di accedere a informazioni ambientali dettagliate e immediate, rafforzando la trasparenza e la tracciabilità dei prodotti. Per le aziende, questo significa non solo instaurare un rapporto di fiducia più solido con i clienti, ma anche ottenere dati preziosi per monitorare l'intera filiera e affinare le proprie strategie. Questa evoluzione digitale ha implicazioni concrete: consente una comunicazione semplificata che riduce il rischio di errori

o fraintendimenti, contribuisce alla riduzione dei resi attraverso istruzioni più chiare e facilita il monitoraggio delle performance ambientali del prodotto lungo tutto il ciclo di vita. In prospettiva, la combinazione di innovazione progettuale, capacità di riciclo e strumenti digitali diventa il cuore della nuova competitività delle aziende, chiamate a rispondere tanto alle richieste dei consumatori quanto alle sfide poste dal quadro normativo in continua evoluzione.

L'EVOLUZIONE NORMATIVA

Negli ultimi anni l'Unione Europea ha tracciato una traiettoria sempre più chiara verso un modello economico in cui la gestione delle risorse e la tutela dell'ambiente diventano elementi centrali della competitività industriale. La transizione si inserisce negli obiettivi del **Green Deal europeo**, che punta a rendere l'Europa il primo continente a impatto climatico zero entro il 2050.

In questo percorso rientrano la **Legge europea sul clima**, che fissa l'obiettivo vincolante della neutralità climatica entro metà secolo con una riduzione delle emissioni nette di gas serra del 90% al 2040 rispetto ai livelli del 1990, e il **Regolamento europeo sulla Deforestazione (EUDR)**, che introduce nuove regole per bloccare l'immissione sul mercato di prodotti legati a deforestazione o degrado ambientale, con attenzione verso l'approvvigionamento di alcune materie prime critiche, come legno e gomma.

All'interno del percorso tracciato dal Green Deal europeo, il settore del packaging è uno dei più interessati dal nuovo **Regolamento sugli imballaggi e i rifiuti da imballaggio (PPWR)**. Questa normativa rappresenta un cambio di paradigma perché introduce requisiti vincolanti già in fase di progettazione, obbligando le aziende a ripensare i propri imballaggi secondo criteri di riciclabilità, riutilizzabilità e riduzione dei materiali impiegati.

L'obiettivo non è soltanto ridurre i rifiuti generati, ma garantire che ogni imballaggio possa rientrare in un ciclo produttivo circolare, trasformandosi in risorsa e non in scarto.

Il PPWR prevede obiettivi progressivi e misurabili per ridurre i rifiuti da imballaggio pro-capite:

OBIETTIVI DEL PPWR

-5% ENTRO IL 2030

-10% ENTRO IL 2035

-15% ENTRO IL 2040

Questi traguardi rendono evidente come il Regolamento non si limiti a fissare standard minimi, ma disegni una vera **roadmap di transizione** per l'industria.

⁸ Parlamento europeo, 24 aprile 2024. Imballaggi: via libera a nuove norme UE su riduzione, riuso e riciclo.

Il Regolamento introduce inoltre obblighi di riutilizzo con sistemi strutturati di raccolta e ritorno degli imballaggi al ciclo produttivo, divieti specifici di alcuni imballaggi in plastica monouso, come bustine, mini-cosmetici, wrap per ortofrutta, e restrizioni sull'uso di sostanze perfluoroalchiliche (PFAS). Dal punto di vista delle aziende, l'impatto è duplice: da un lato si rafforzano le logiche di ecodesign, con la necessità di sviluppare soluzioni più leggere, modulari e riciclabili; dall'altro cresce l'importanza della **tracciabilità e della comunicazione verso i consumatori**, anche attraverso strumenti digitali come i QR code. La normativa introduce infine il principio di **eco-modulazione dei contributi EPR**, legando gli incentivi economici alla riciclabilità degli imballaggi.

2.2

SOSTENIBILITÀ AL CUORE DELL'IMPRESA

La sostenibilità è un punto chiave nella filosofia aziendale di CCM. Dalla cura per il benessere delle persone all'attenzione nella scelta delle materie prime, questa consapevolezza è evoluta nel tempo portandoci a considerare in maniera completa le varie sfaccettature della sostenibilità e ad assumerci responsabilità sempre maggiori. Affrontiamo con determinazione le sfide sociali e ambientali più importanti del nostro settore, integrando gli impegni di sostenibilità in modo strutturato e strategico nella gestione del business per poter continuare **a creare valore nel lungo periodo**, non solo per la nostra azienda ma per tutti gli stakeholder.

I NOSTRI STAKEHOLDER

In linea con la nostra natura cooperativa, per noi di CCM risulta spontaneo nutrire uno scambio continuo con i diversi gruppi di stakeholder, ovvero i portatori di interesse che si relazionano con l'azienda. È solo attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, basato su un dialogo costante e trasparente, che possiamo essere certi di perseguire correttamente lo sviluppo sostenibile del business e gestire con coerenza i nostri impatti.

Oltre ai momenti assembleari che ricorrono durante l'anno, intratteniamo relazioni quotidiane e di carattere familiare con i nostri **dipendenti** e **soci**. L'attività consulenziale, invece, è un'occasione per comprendere preoccupazioni e desideri di **clienti** e **partner**. Inoltre, la nostra presenza all'interno di molte associazioni di settore è essenziale per cogliere le necessità delle **comunità del territorio**, la percezione dei consumatori e gli indirizzi innovativi intrapresi da **competitor** e **fornitori**.

CATEGORIE DI STAKEHOLDER



CLIENTI



CONSUMATORI



PERSONE DI CCM



FORNITORI

COMUNITÀ LOCALE
E TERRITORIOASSOCIAZIONI
DI CATEGORIA

COMPETITOR



ISTITUZIONI E PA



SINDACATI

Al di là dei tradizionali canali di comunicazione, dal 2021 portiamo avanti una progettazione **strutturata delle attività di stakeholder engagement**, basata su una mappatura delle categorie per noi prioritarie, volta ad approfondire meglio le aspettative dei nostri stakeholder rispetto ai temi della sostenibilità e, soprattutto, in relazione alle aree di impegno su cui CCM dovrebbe concentrarsi. Negli anni abbiamo coinvolto progressivamente diverse categorie di portatori di interesse mettendo a punto molteplici attività.

Come ogni anno, anche nel 2024 è stata riproposta la **survey** ai nostri **dipendenti**, sviluppata per raccogliere opinioni e istanze sull'azienda e sulla loro esperienza in CCM. Nello specifico, è stato indagato il livello di soddisfazione generale dei dipendenti, con riferimento per esempio a clima aziendale, collaborazione, comunicazione, attività formative e di welfare offerte, e i

loro pareri sull'azienda, in termini di competitività e innovazione. I risultati sono stati spunti utili per indirizzare le decisioni strategiche future, sia in ambito di gestione delle risorse umane sia di sviluppo del business. Inoltre, è stata l'occasione per sottoporre una valutazione dei nostri temi materiali, funzionale a mantenere l'analisi di materialità aggiornata. In più, nel corso del 2023 abbiamo predisposto due survey indirizzate rispettivamente ai clienti **Normal Trade** e ai **fornitori di prodotti commercializzati**, i cui risultati sono stati raccolti e analizzati nel 2024. Nel primo caso, il questionario era volto a indagare il livello di soddisfazione dei clienti e raccogliere pareri costruttivi sui prodotti e servizi offerti. La survey fornitori, invece, era mirata ad approfondire le prassi di gestione degli impatti ambientali, sociali e di governance diffuse lungo la filiera, nell'ottica di valutare ambiti di sviluppo e collaborazione.



ANALISI DI MATERIALITÀ

La prima analisi di materialità del Gruppo CCM è stata condotta nel 2021, quando è iniziato il nostro percorso di rendicontazione, e ci ha permesso di individuare 18 tematiche ambientali, sociali ed economiche più rilevanti per l'azienda e gli stakeholder. Nel 2022 abbiamo ripetuto l'analisi, aggiornando il processo secondo le novità metodologiche introdotte dalla versione dei GRI Standard 2021.

Focalizzando la prospettiva sul concetto di impatto, l'aggiornamento dell'analisi ha permesso di razionalizzare e, in alcuni casi, ridefinire i temi emersi dal primo esercizio, prioritizzando gli aspetti che rappresentano gli impatti negativi e positivi più significativi che CCM genera su ambiente, persone, diritti umani ed economia, integrando anche il punto di vista degli stakeholder. A fronte della revisione, i temi materiali sono passati da 18 a 10. Questi ultimi, e il relativo ordinamento, sono stati confermati anche per il 2024

LE FASI DEL PROCESSO

➤ **Studio del contesto:** analisi di rischi e opportunità che caratterizzano il settore e la filiera di CCM, considerando l'evoluzione dello scenario normativo e le tendenze seguite dai competitor.

➤ **Analisi della catena del valore di CCM e delle relazioni con gli stakeholder:** identificazione di tutte le fasi che compongono la catena del valore, includendo le attività a monte e a valle, analizzando il livello di controllo che l'azienda esercita su tali attività e le categorie di stakeholder coinvolte.

➤ **Identificazione degli impatti:** per ogni fase della catena del valore, identificazione dei principali impatti positivi e negativi, siano essi effettivi o potenziali, direttamente o indirettamente associati alle attività del Gruppo CCM

➤ **Valutazione degli impatti:** valutazione del livello di significatività di ciascun impatto attraverso una scala di valore da 1 a 5 per individuare gli impatti più rilevanti. Nel caso degli impatti negativi, le dimensioni valutate sono la gravità, l'estensione degli effetti e la difficoltà nel rimediare agli stessi; per gli impatti positivi, invece, il livello del beneficio generato e la loro estensione; nel caso degli impatti potenziali, è considerata anche la probabilità di accadimento.

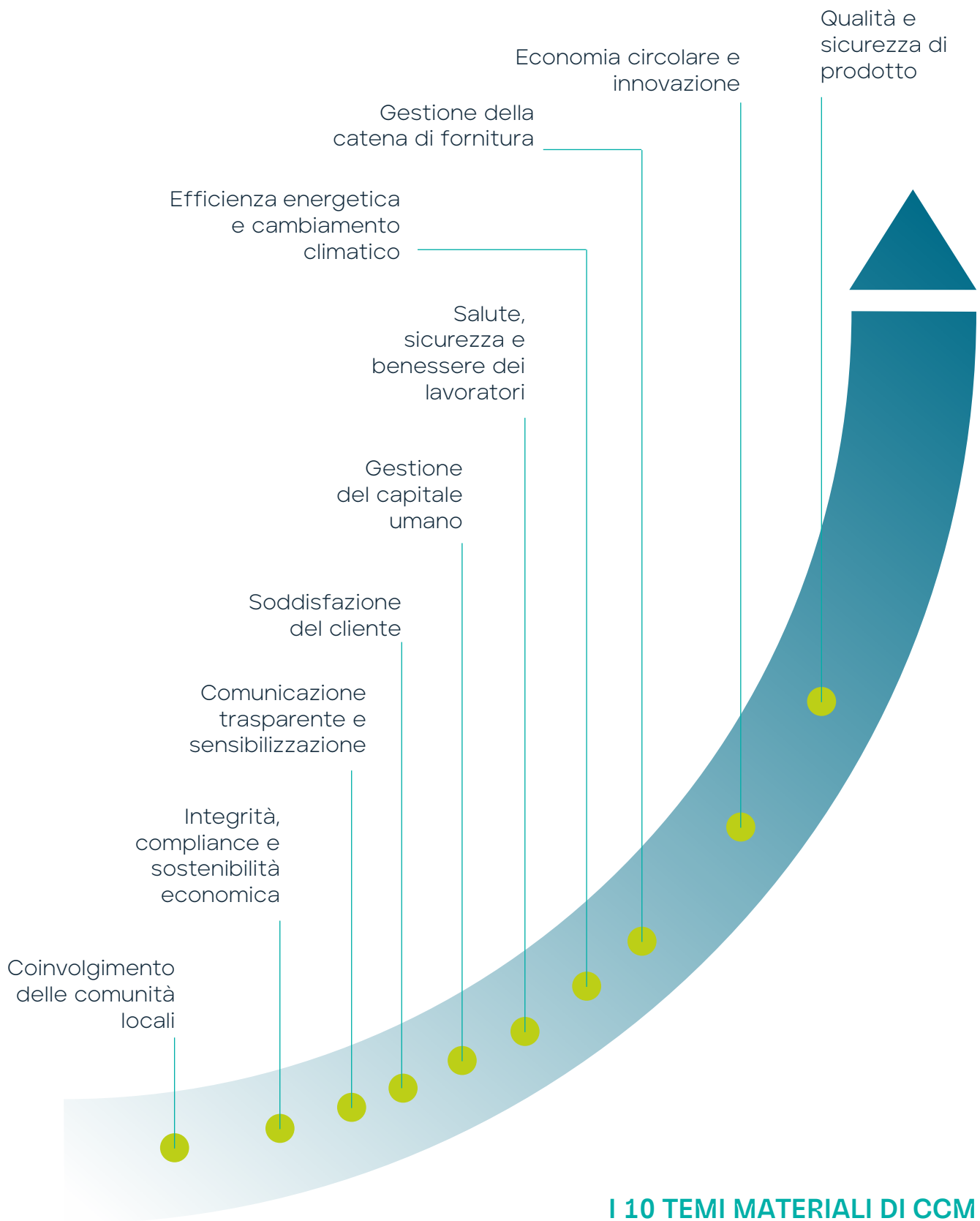
➤ **Raggruppamento e riconciliazione nei temi materiali:**

gli impatti vengono raggruppati e ricondotti in temi materiali più ampi. Questi, elencati in ordine di priorità sulla base della rilevanza degli impatti ad essi associati e tenendo conto delle opinioni degli stakeholder consultati, rappresentano gli ambiti più significativi per CCM rispetto ai quali l'azienda si impegna a rendere conto delle proprie performance e dei propri obiettivi di miglioramento.

Verso una metodologia più evoluta

Con la volontà di rafforzare il nostro approccio e spinti dalla proattività che da sempre ci contraddistingue, nel 2025 avvieremo un primo esercizio volontario di **doppia materialità**, in linea con la metodologia evoluta e integrata proposta dalla normativa europea CSRD (*Corporate Sustainability Reporting Directive*). **Questo nuovo approccio non si limita a valutare gli impatti generati, ma integra anche l'analisi dei rischi, delle opportunità e delle relative ricadute economico-finanziarie, configurandosi come uno strumento di grande utilità strategica per rafforzare la resilienza del nostro modello di business.**

2.2 SOSTENIBILITÀ AL CUORE DELL'IMPRESA





2.2 SOSTENIBILITÀ AL CUORE DELL'IMPRESA

CORRELAZIONE TRA TEMI MATERIALI E IMPATTI

TEMA MATERIALE	IMPATTI ASSOCIATI	EFFETTIVO (E) POTENZIALE (P)	POSITIVO (P) NEGATIVO (N)	DIRETTO (D) INDIRETTO (I)	STAKEHOLDER IMPATTATI
Qualità e sicurezza di prodotto	Pericoli per la salute e sicurezza dei consumatori dovuti al contatto di packaging non conformi con gli alimenti consumati	P	N	D	  
	Mantenimento della sicurezza degli alimenti grazie alla protezione fornita dal packaging	E	P	D	  
Economia circolare e innovazione	Inquinamento e contaminazione delle acque dovuti alle sostanze chimiche utilizzate nei processi di colorazione e stampa del packaging	P	N	D	 
	Inquinamento di suolo, aria e acqua dovuto allo smaltimento di rifiuti pericolosi (es. solventi)	P	N	D	 
	Inquinamento di suolo, aria e acqua dovuto alla dispersione di rifiuti generati a monte della catena del valore	P	N	I	
	Inquinamento di suolo, aria e acqua dovuto alla dispersione di rifiuti generati dal consumo dei prodotti di packaging di CCM a valle della catena del valore, specialmente in presenza di criticità nella gestione del riciclo di determinati tipi di materiali	P	N	I	
	Contributo alla transizione verso modelli di produzione e consumo circolari	E	P	D	   
	Riduzione dello spreco alimentare grazie alla funzione del packaging di preservare le caratteristiche dei prodotti a lungo e proteggere gli alimenti durante il trasporto	E	P	D	  
	Creazione di occasioni di sviluppo economico per la filiera e il settore (creazione di posti di lavoro, partnership per progetti innovativi, brevetti, ecc.)	E	P	DeI	 
Gestione della catena di fornitura	Degrado degli ecosistemi dovuto all'approvvigionamento delle materie prime	E	N	I	
	Violazione dei diritti dei lavoratori e dei diritti umani lungo la catena di fornitura	P	N	I	 
	Remunerazione non equa dei lavoratori lungo la catena di fornitura	P	N	I	 
Efficienza energetica e cambiamento climatico	Consumo di fonti fossili per la produzione di energia necessaria ai processi produttivi, alle attività di magazzino e alla movimentazione delle vetture aziendali, e conseguente rilascio di emissioni di gas serra	E	N	D	
	Produzione indiretta di emissioni di gas serra nelle fasi a monte e a valle della catena del valore	E	N	I	
	Contributo alla transizione energetica attraverso investimenti in energia da fonti rinnovabili (autoproduzione, acquisto di elettricità con GO)	E	P	D	 

legenda:



clienti



consumatori



potenziali consumatori



comunità locale



collettività



altri business

ATTORI DEL CAMBIAMENTO

TEMA MATERIALE	IMPATTI ASSOCIATI	EFFETTIVO (E) POTENZIALE (P)	POSITIVO (P) NEGATIVO (N)	DIRETTO (D) INDIRETTO (I)	STAKEHOLDER IMPATTATI
Salute, sicurezza e benessere dei lavoratori	Infortuni e malattie professionali collegati alle attività lavorative che compromettono la salute dei lavoratori	P	N	D	
	Inadeguato equilibrio vita-lavoro e clima di lavoro non favorevole con insorgenza di stress da lavoro correlato	P	N	D	
	Tutela della salute e del benessere dei lavoratori attraverso la formazione	E	P	D	
Gestione del capitale umano	Inadeguata e/o iniqua remunerazione dei dipendenti	P	N	D	
	Trattamento discriminatorio, non equo e non inclusivo sul luogo di lavoro	P	N	D	
	Crescita delle competenze professionali e personali delle persone dell'azienda	E	P	D	
	Crescita della consapevolezza del personale rispetto all'adozione di comportamenti sostenibili e responsabili	E	P	D	
Soddisfazione del cliente	Mancata soddisfazione di clienti e/o consumatori con conseguente aumento del numero di reclami	P	N	D	
	Aumento del livello di soddisfazione di clienti e consumatori grazie a una gestione efficace della qualità e del servizio clienti	E	P	D	
Comunicazione trasparente e sensibilizzazione	Comunicazione di informazioni ambigue, scorrette o tendenziose che influenzano le scelte di clienti e/o consumatori	P	N	D	
	Aumento della consapevolezza dei consumatori rispetto all'importanza del proprio ruolo per una corretta raccolta differenziata che favorisca il riciclo dei rifiuti di packaging	E	P	D	
Integrità, compliance e sostenibilità economica	Impatti derivati da comportamenti non etici o reati nella gestione del business (es. corruzione, conflitto di interessi, pratiche commerciali scorrette)	P	N	DeI	
	Perdite economiche e/o mancati guadagni dovuti a inefficienze organizzative e gestionali	P	N	D	
	Violazione della privacy e scorretto utilizzo di dati sensibili, dovuti alla mancanza o inefficacia delle pratiche di trattamento e conservazione dei dati	P	N	D	
	Creazione di valore economico nel lungo termine	E	P	DeI	
Coinvolgimento delle comunità locali	Creazione di posti di lavoro e supporto alle famiglie e alle comunità limitrofe	E	P	D	
	Miglioramento dei servizi sociali e culturali nel territorio a favore della popolazione locale	E	P	I	
	Condivisione del valore economico generato con la collettività attraverso donazioni, sponsorizzazioni, collaborazioni e progetti sociali	E	P	D	

2.3

LA NOSTRA VISIONE PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Nel 2021, comprese le priorità di sostenibilità per gli stakeholder e l'azienda, abbiamo concretizzato il nostro impegno attraverso la definizione di un **Piano di Sostenibilità con obiettivi per il triennio 2022-2024**, integrato con gli indirizzi strategici aziendali. L'assunzione di obiettivi sociali e ambientali ci ha guidato e continua a indirizzarci nell'implementazione di progetti di sviluppo significativi e coerenti con le necessità degli stakeholder, garantendo la trasparenza e la responsabilità delle nostre azioni. Solo con una visione lungimirante è possibile affrontare le nuove sfide e rendere il nostro business resiliente.

Il Piano di Sostenibilità di CCM, elaborato tramite un processo condiviso e partecipativo, ruota intorno a tre **pilastri di sostenibilità**, individuati coerentemente con i valori dell'azienda e i temi emersi dal dialogo con gli stakeholder e che rappresentano le principali aree d'impegno del business rispetto alle quali CCM può avere un maggiore impatto. Principio trasversale

a tutti i pilastri è l'impegno a garantire la presenza costante di sistemi di gestione e procedure per un'amministrazione etica e responsabile delle attività, che integrino gli aspetti ambientali e sociali e l'ascolto dei bisogni degli stakeholder nel perseguimento dei risultati economici.

Il 2024 rappresenta il termine del Piano di Sostenibilità attuale. Alla luce delle novità normative, delle evoluzioni di settore e della crescente maturità aziendale, nel 2025 CCM avvierà un **aggiornamento del Piano**, per rafforzare ulteriormente l'integrazione della sostenibilità nella strategia d'impresa e rispondere in modo ancora più efficace alle sfide del futuro.

PILASTRI DI SOSTENIBILITÀ



aree strategiche



Impegno all'ascolto, alla valorizzazione e alla cura di tutte le persone di CCM; supporto al territorio per la condivisione del valore generato.



Attenzione alla qualità del prodotto e del servizio con l'obiettivo di garantire la massima soddisfazione del cliente, facendo leva sul ruolo di consulente anche per promuovere una consapevolezza diffusa sui temi ambientali legati al packaging.



Costante ricerca per lo sviluppo di prodotti con minori impatti ambientali, coinvolgendo tutti gli attori della catena del valore; attenzione ad una produzione e ad un'offerta responsabile anche nella scelta dei fornitori e dei materiali.



OPERARE RESPONSABILMENTE



2.3 LA NOSTRA VISIONE PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Ciascun pilastro vede la presenza di obiettivi associati, definiti di concerto con i responsabili delle funzioni aziendali e approvati dalla Direzione, caratterizzati da un orizzonte temporale di raggiungimento preciso e a cui sono collegate azioni

	Tema materiale	Obiettivo
 OPERARE RESPONSABILMENTE	Integrità, compliance e sostenibilità economica	Diffondere una cultura aziendale basata sui più alti principi etici e morali
		Adottare un approccio organizzativo condiviso basato sulla gestione dei rischi
		Favorire l'integrazione della sostenibilità nella governance aziendale
 APPROCCIO UMANO	Salute, sicurezza e benessere dei dipendenti	Diffondere una cultura della sicurezza sul lavoro basata sulla prevenzione
		Migliorare la comunicazione interna e aumentare il senso di appartenenza
	Gestione del capitale umano	Monitorare e migliorare il clima aziendale
		Favorire l'acquisizione di competenze digitali
		Promuovere l'inserimento di giovani risorse
 PARTNER DI SVILUPPO	Coinvolgimento delle comunità locali	Strutturare e rendere più efficiente la gestione del valore distribuito alle comunità locali
	Qualità e sicurezza di prodotto	Comunicare efficacemente agli stakeholder i principi e gli alti standard di qualità garantiti da CCM
	Comunicazione trasparente e sensibilizzazione	Promuovere l'evoluzione sostenibile del settore attraverso l'informazione
	Soddisfazione del cliente	Migliorare continuamente la relazione con i clienti e il loro livello di soddisfazione
 INNOVAZIONE SOSTENIBILE	Gestione della catena di fornitura	Migliorare il presidio della catena di fornitura
	Economia circolare e innovazione	Garantire il costante sviluppo di prodotti e servizi innovativi con caratteristiche di sostenibilità
	Efficienza energetica e cambiamento climatico	Aumentare l'efficienza energetica della produzione e degli stabilimenti
		Ridurre le emissioni di gas ad effetto serra associate alle attività di distribuzione

legenda:



concrete che ci impegniamo ad attuare per perseguirli.
Gli obiettivi definiti sono anche integrati nel quadro del piano di miglioramento previsto dal sistema di gestione della qualità ISO 9001.

Azione	Orizzonte temporale	Stato di completamento
Attività di sensibilizzazione interna e diffusione dei Valori aziendali tramite eventi dedicati	2023	
Attività formative sui contenuti del Codice Etico rivolte a tutto il personale	2023	
Istituzione di appositi canali per segnalare le violazioni al Codice Etico, anche in forma anonima	2023	
Implementazione di un sistema di analisi dei rischi semplificato da estendere a tutte le funzioni aziendali, elaborato sulla base delle procedure applicate dalla funzione Qualità	2023	
Redazione e diffusione di un Manifesto di Sostenibilità che incorpori la missione sostenibile e gli obiettivi di macro-livello	2022	
Attivazione di sessioni di formazione specifica sulle tipologie di infortuni più frequenti	2022	
Valutazione e attivazione del canale di comunicazione interna più strategico ed efficace	2022	
Organizzazione di attività di coinvolgimento rivolte a tutti i dipendenti	2022	
Predisposizione di un questionario di clima aziendale da sottoporre ai dipendenti annualmente	2023	
Organizzazione di attività di formazione per l'acquisizione di competenze digitali e la padronanza dei principali strumenti informatici	2022-2023	
Implementare una strategia di employer branding	2024	
Definizione di una politica di donazioni al terzo settore basata su criteri allineati ai valori e ai principi del business ⁵	2023	
Definizione di un budget annuale per le donazioni monetarie e di beni	2023	
Aggiornamento e diffusione della Politica della Qualità	2023	
Predisposizione di un piano di comunicazione dei temi di sostenibilità sui canali social aziendali	2022	
Partecipazione ad eventi per sensibilizzare e informare in merito a temi di sostenibilità rilevanti per il settore	-	
Implementazione di un CRM	2024	
Integrazione della gestione di tutte le tipologie di reclami nel sistema CRM informatizzato	2024	
Predisposizione e somministrazione di un questionario di valutazione della customer satisfaction secondo una metodologia misurabile e comparabile rispetto alle performance future	2024	
Predisposizione di un questionario di autovalutazione da somministrare ai fornitori strategici	2023	
Attività di audit presso un cluster strategico di fornitori, da ampliare progressivamente	2023	
Redazione di un Codice di Condotta Fornitori	2024	
Individuazione di criteri di sostenibilità attraverso cui definire un prodotto «sostenibile» e monitoraggio della composizione del portafoglio di prodotti con caratteristiche di sostenibilità	2024	 ⁶
Individuazione di KPI di efficienza energetica da monitorare e valutazione di opportunità di miglioramento	2022	
Monitoraggio dell'adozione di politiche e impegni di sostenibilità da parte dei vettori tramite un questionario di autovalutazione	2023	 ⁷
Implementazione di piani di revisione delle spedizioni	2023	

⁵ L'azione per raggiungere l'obiettivo è stata rivista: invece che definire una politica di donazioni al terzo settore, per il momento la Direzione ha ritenuto più opportuno individuare una causa sociale promossa da un'associazione del territorio allineata ai valori aziendali.

⁶ Per il momento sono stati definiti i criteri di valutazione (riduzione del peso e riciclabilità), mentre il monitoraggio del portafoglio prodotti è previsto per il 2025.

⁷ Per il momento è stato condotto un monitoraggio desk delle politiche e degli impegni di sostenibilità dichiarati dai partner nei propri canali e strumenti di rendicontazione.

2.4

IL NOSTRO CONTRIBUTO ALL'AGENDA 2030 DELL'ONU

I pilastri e gli obiettivi del nostro Piano di Sostenibilità sono stati formulati tenendo conto del contributo che CCM, grazie al suo impegno, può dare alla realizzazione degli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 dell'ONU**. Sottoscritta nel 2015 dai 193 Paesi membri dell'ONU, l'Agenda racchiude un programma d'azione per il benessere delle persone e del pianeta e si rivolge non solo a governi e organizzazioni internazionali, ma anche ad aziende e cittadini: la transizione a modelli produttivi e di consumo responsabili è, infatti, un elemento chiave per il successo dell'Agenda. Gli Obiettivi più rilevanti per il business di CCM sono stati identificati seguendo le linee guida per l'integrazione degli SDGs nel reporting aziendale ⁸.

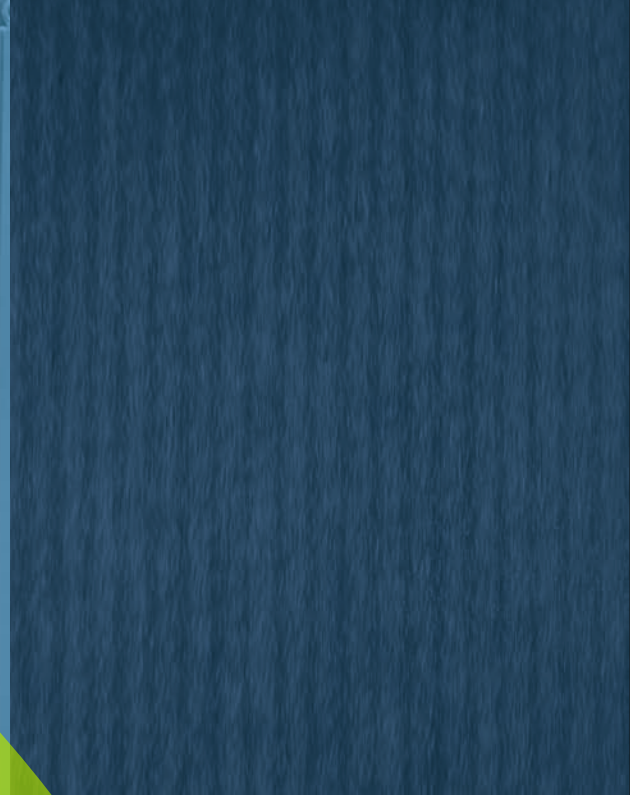
Il processo applicato:

- 1) Analisi di **rischi e benefici** per le persone e l'ambiente connessi alle attività produttive e commerciali dell'azienda;
- 2) Identificazione dei **target** degli SDGs associati ai rischi e ai benefici che più rappresentano il contributo positivo di CCM nei confronti della società e dell'ambiente attraverso lo sviluppo delle nostre attività e dei nostri prodotti;
- 3) Distinzione in due macro-categorie:
 - SDGs e target a cui possiamo **contribuire in modo diretto** grazie alle nostre azioni, come la promozione della salute e della sicurezza dei nostri dipendenti;
 - SDGs e target a cui **l'utilizzo dei nostri prodotti può dare un contributo indiretto**, come favorire l'accesso ad un'alimentazione sicura grazie al nostro packaging, capace di garantire la qualità e la sicurezza degli alimenti che protegge;
- 4) **Prioritizzazione** di rischi e benefici con i relativi target sulla base del grado di rilevanza che assumono per l'azienda e per i nostri stakeholder, ricollegandoli alle tematiche materiali. A questo scopo, le attività di coinvolgimento degli stakeholder sono state essenziali per integrare adeguatamente la prospettiva esterna.

⁸ GRI e UN Global Compact, 2018. Integrare gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) nel reporting aziendale. Una guida pratica.



3. Approccio umano



INSIEME PER CRESCERE

Fin dalla fondazione della cooperativa, sono stati il valore e l'intuizione delle persone a rendere possibile lo sviluppo e il successo dell'azienda. Le nostre persone, con la loro competenza e il loro entusiasmo, sono i portavoce dei valori distintivi di CCM che si riflettono nella qualità dei prodotti e dei servizi che offriamo. Senza il contributo di tutti i nostri collaboratori, anche le migliori carte non potrebbero essere trasformate in packaging sicuro, funzionale e indispensabile per la vita quotidiana. È per questo che **ci impegniamo a valorizzare le idee e il lavoro dei nostri dipendenti** attraverso la creazione di un ambiente stimolante e collaborativo, la promozione dello sviluppo professionale e personale e l'attenzione al benessere di tutti.

Durante ogni fase del rapporto lavorativo, dal processo di selezione, alla crescita professionale e fino al termine della collaborazione, riserviamo il massimo rispetto per le persone, tutelandone le diversità e valutandole solo sulla base dell'impegno e del merito. Nello spirito tipico del modello cooperativo, prestiamo attenzione ai bisogni di ciascuno, offrendo il nostro supporto e ascolto anche nei momenti di particolare difficoltà.

LA CENTRALITÀ DEL DIALOGO

Il valore dell'ascolto è fondamentale per la nostra azienda. Per questo abbiamo coinvolto le nostre persone nel percorso di sostenibilità di CCM sin dal suo avvio, affinché si improntasse come un progetto condiviso. Durante le attività di coinvolgimento propedeutiche alla definizione dell'analisi di materialità di CCM, abbiamo colto l'opportunità anche per sondare **il livello di soddisfazione del clima aziendale**. La prima indagine, effettuata nel 2021, ha restituito un quadro di soddisfazione generale positivo e ci ha permesso al contempo di raccogliere spunti utili per migliorare ulteriormente, che abbiamo integrato nella definizione del Piano di Sostenibilità. A partire da quell'anno, la survey è stata riproposta con cadenza annuale, diventando uno strumento stabile di ascolto e monitoraggio. Dai risultati dell'indagine effettuata nel 2024 emerge un clima molto favorevole al benessere e allo sviluppo, con un apprezzamento confermato negli anni anche su welfare e attività formative.

3.1 INSIEME PER CRESCERE

I dipendenti si sentono valorizzati e percepiscono buone opportunità di crescita personale e professionale. Inoltre, CCM è percepita come un'azienda sempre più innovativa. Il forte spirito propositivo dei dipendenti, confermato dall'alta partecipazione alla survey, ci fornisce preziosi spunti per continuare a migliorare per rendere CCM un luogo di lavoro sempre più soddisfacente e all'avanguardia.

Data l'importanza del dialogo tra azienda e risorse umane, abbiamo progressivamente potenziato gli strumenti di comunicazione

interna per garantire a tutti i dipendenti l'accesso semplice a informazioni chiare e puntuali sugli aspetti burocratici e di vita aziendale che li riguardano più da vicino, ma anche sulle attività e gli obiettivi di sviluppo di CCM. Oltre a ciò, organizziamo dei momenti di team building per promuovere la collaborazione e lo scambio tra le persone. In particolare, nel 2024 il **team building** è stato incentrato sul tema del people branding, integrando elementi di marketing per rafforzare la comunicazione dell'identità aziendale, sia all'interno che all'esterno dell'organizzazione.

OGNUNO FA LA DIFFERENZA

Ai 31 dicembre 2024, risultano impiegati **93** dipendenti, di cui **59 sono anche soci** (+26% rispetto al 2023). L'organico aziendale ha registrato un lieve aumento sul 2023 (+2,2%), pur mantenendosi stabile

rispetto agli anni precedenti. Ai dipendenti si aggiungono **26 professionisti esterni**, di cui CCM si avvale prevalentemente per le attività di vendita sul territorio, per un totale di 119 persone.

Base societaria



In CCM privilegiamo processi di selezione e assunzione diretta del personale, che nella maggior parte dei casi viene inserito fin da subito con contratto a tempo indeterminato per assicurare una condizione occupazionale stabile. Nel 2024 il 100% dei dipendenti è impiegato a **tempo indeterminato** e il 91% con un **contratto full-time**. Solo occasionalmente ricorriamo al lavoro interinale, in particolar modo per sopperire a specifiche esigenze nei reparti produttivo e logistico, e che comunque ha lo scopo di essere finalizzato in un'assunzione permanente.

Numeri chiave

93	DIPENDENTI	
100%	A TEMPO INDETERMINATO	
28	DONNE	
65	UOMINI	
26	COLLABORATORI ESTERNI	

Nel 2024, 5 nuove persone sono entrate a fare parte dell'azienda. Le cessazioni registrate, dovute a dimissioni volontarie, sono state 3, contro le 13 del 2023.

**CESSAZIONI
RISPETTO AL 2023**

-77%

Valorizzare il lavoro e le persone è il nostro obiettivo principale, per questo ci impegniamo per garantire un ambiente accogliente e inclusivo, dove le relazioni si basano sui principi di equità e trasparenza sanciti anche dal nostro Codice Etico. Consideriamo, infatti, la diversità come un'occasione di scambio e arricchimento all'interno dell'azienda.

3.1 INSIEME PER CRESCERE

La **popolazione femminile** rappresenta quasi un terzo del personale aziendale (30,1%) e ricopre principalmente mansioni amministrative. Pur essendo il personale di reparto tradizionalmente a prevalenza maschile, poniamo attenzione al fatto che le offerte di lavoro non presentino barriere per nessuna categoria e durante i nostri processi di selezione garantiamo un trattamento equo e non discriminatorio, esclusivamente basato sulla valutazione del merito e dell'allineamento ai valori aziendali.

Valorizziamo anche la **diversità generazionale**, cercando di facilitare il dialogo e favorendo il continuo scambio di conoscenze ed esperienze. Le persone appartenenti alla fascia 30-50 anni rappresentano il 47,3% del personale, seguite dalla popolazione oltre i 50 anni (39,8%) e dagli under 30 (12,9%). Infine, in azienda è impiegata una persona appartenente alle categorie protette.

Annualmente svolgiamo una revisione dei livelli contrattuali e retributivi, monitorando il **gender pay gap (GPG)** tra donne e uomini per verificare che il sistema di remunerazione sia equo e che non sussistano evidenti disparità. Nel biennio 2023-2024 il rapporto tra retribuzione base femminile e maschile per il personale di reparto è lievemente migliorato (da 96% nel 2023 a 98% nel 2024), mentre si è registrato un miglioramento più marcato per il personale amministrativo, il cui rapporto è passato dal 77% del 2023 al 92% del 2024.

Considerando, invece, i dati retributivi, che comprendono la retribuzione base e gli importi aggiuntivi corrisposti ai lavoratori, emerge una riduzione del gap per i ruoli amministrativi. Per il personale di reparto di registra un'inversione di tendenza: l'indicatore è passato dal 111% nel 2023 all'86% nel 2024.

L'integrazione dei dati retributivi di Biemme nel 2023 aveva temporaneamente ampliato i divari nelle categorie degli impiegati e del personale di reparto, ma nel 2024 la situazione è tornata in linea con gli anni precedenti. Infine, si segnala l'assenza di donne inquadrare tra i dirigenti e i quadri, circostanza che non consente il calcolo del relativo indicatore.



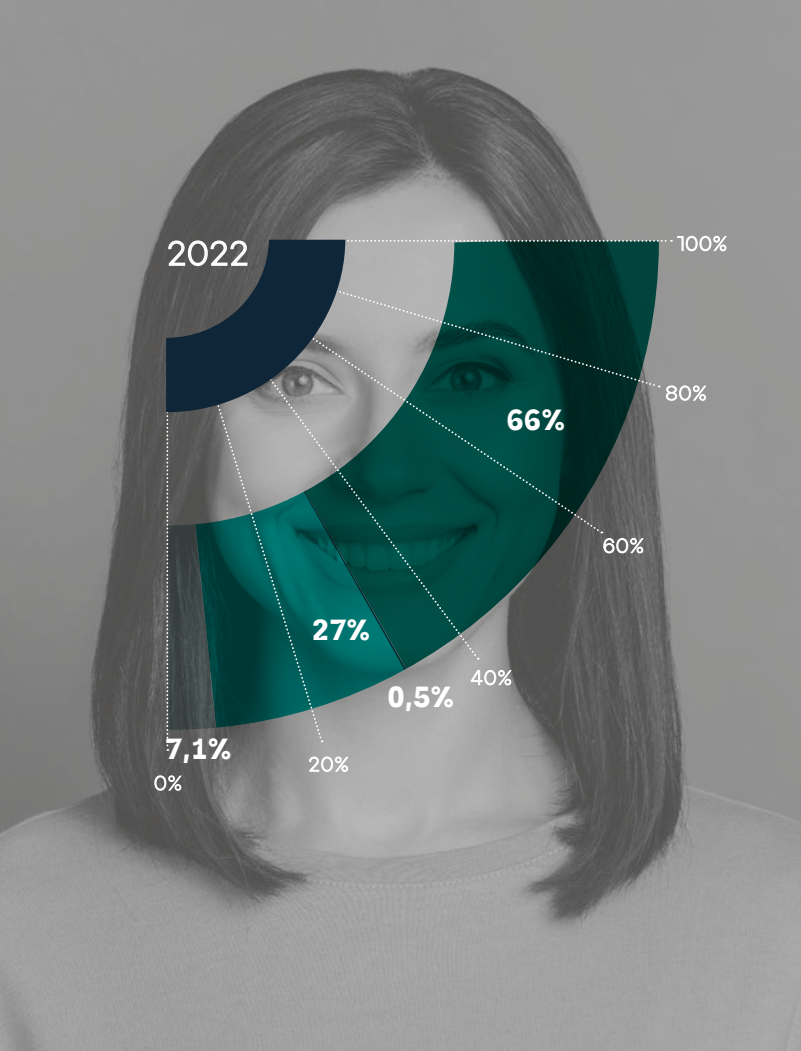
FORMAZIONE CONTINUA, CRESCITA DURATURA

Riteniamo che lo sviluppo del capitale umano sia fondamentale affinché l'azienda possa continuare ad avere successo, comprendendo e anticipando le esigenze del mercato. Per questo ci impegniamo a coinvolgere i nostri lavoratori in percorsi e attività formative per l'arricchimento non solo delle **competenze professionali e tecniche**, ma anche di **soft skill e competenze trasversali**. I bisogni formativi sono rilevati secondo una procedura gestita dai vari direttori di area i quali, attraverso la costruzione di una **Skill Matrix**, valutano la presenza delle competenze che hanno una ricaduta positiva sulle prestazioni e sull'efficacia del sistema di gestione aziendale. Ciò è funzionale anche alla gestione dei percorsi di carriera; i responsabili di area, supervisionati dall'Amministratore Delegato, dedicano infatti almeno tre momenti all'anno per la **revisione dei percorsi professionali** dei collaboratori rispetto a obiettivi di crescita precedentemente definiti e per individuare necessità individuali di sviluppo di nuove competenze. Una volta identificate le opportunità formative, queste sono programmate all'interno del **Piano Formativo annuale**, il quale comprende sia percorsi rivolti a tutta la popolazione aziendale che momenti di

formazione tecnica specifica. In base alle esigenze e alle tematiche trattate, la formazione può essere erogata sotto forma di corsi e seminari tenuti da figure interne specializzate o da enti ed esperti esterni.

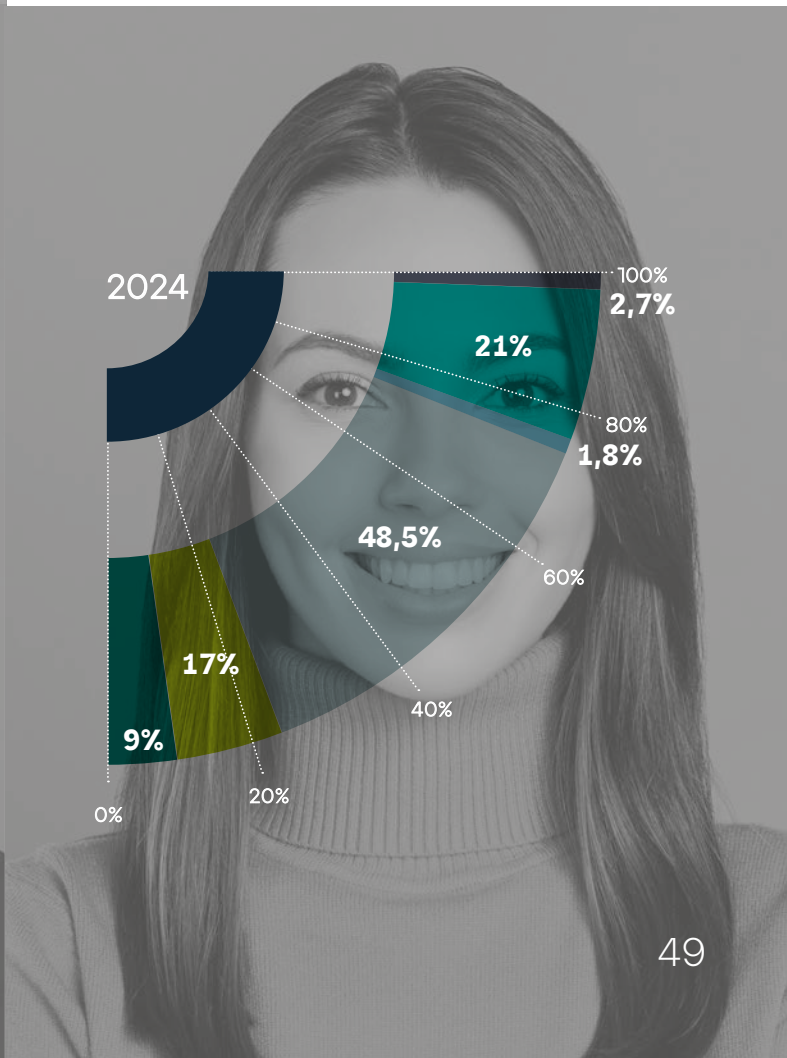
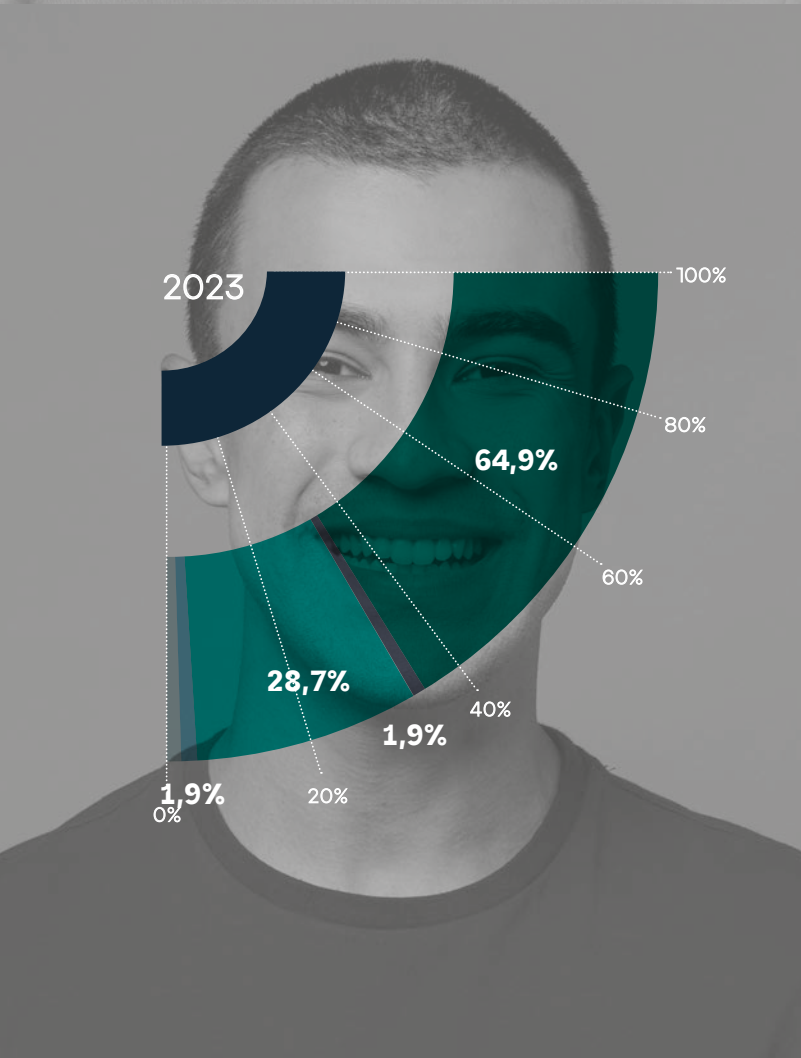
Per verificare l'efficacia del sistema di formazione aziendale, ogni anno monitoriamo gli investimenti in termini di ore erogate e risorse economiche impiegate. Nel 2024 abbiamo erogato **894 ore di formazione**, pari a **9,6 ore in media per dipendente**, in diminuzione del 24,8% rispetto al 2023, principalmente in ragione della riduzione delle ore destinate a dirigenti e quadri.

La formazione erogata nel 2024 si è focalizzata soprattutto su **negoiazione vincente, time management e people branding**, pari al 48,5% delle ore totali. A questi temi, si aggiungono attività formative su salute e sicurezza, competenze informatiche, qualità e sicurezza alimentare e gestione delle risorse umane. Inoltre, come programmato nel Piano di Sostenibilità, abbiamo organizzato un corso dedicato all'approfondimento dei **contenuti del nostro Codice Etico**.



ORE DI FORMAZIONE PER TIPOLOGIA

- Qualità e sicurezza alimentare
- Salute e sicurezza
- Codice etico
- Competenze informatiche
- Soft skills
- Gestione del capitale umano
- Negoziazione vincente



3.2

SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE

UN AMBIENTE DI LAVORO SICURO E PROTETTO

Attenzione verso le persone e il loro benessere significa anche garantire **condizioni e ambienti di lavoro sani e confortevoli** per tutelare la salute e la sicurezza di coloro che lavorano con noi. Nel rispetto della normativa vigente basiamo la gestione della salute e della sicurezza sulla valutazione dei rischi e sulla prevenzione dei pericoli sia attraverso l'adozione di misure di adeguamento degli spazi e delle condizioni di lavoro che la promozione di una cultura fondata sulla consapevolezza e sulla responsabilità. Il presidio della salute e sicurezza sul lavoro è promosso anche lungo la catena di fornitura: infatti, in fase di prequalifica, si richiede ai fornitori di osservare i principi in materia di salute e sicurezza contenuti nel Codice Etico di CCM.

La presenza di un **sistema di gestione della salute e sicurezza** che copre l'intera popolazione aziendale, come previsto dal D. Lgs. 81/2008, assicura l'implementazione di adeguate procedure per l'individuazione dei rischi e la predisposizione di presidi idonei per la loro mitigazione. A ulteriore garanzia, CCM ha adottato **la parte disciplinare speciale prevista dal D. Lgs. 231** che attribuisce alle imprese obblighi e divieti precisi in materia di salute e sicurezza dei lavoratori.

La società è responsabile della redazione e dell'aggiornamento periodico del DVR (Documento di Valutazione dei Rischi), che fornisce una descrizione dei processi di individuazione di eventuali pericoli sul lavoro e di valutazione dei rischi associati alle attività condotte da CCM. Ci affiancano in queste procedure i preposti di reparto, il medico competente e i consulenti esterni che eseguono periodici sopralluoghi in azienda. I lavoratori stessi hanno la possibilità di segnalare direttamente alla Direzione ogni anomalia, comportamento pericoloso o violazione al regolamento interno per la salute e la sicurezza comunicandolo tempestivamente ai preposti e compilando l'apposito modulo e sono in ogni caso tenuti ad allontanarsi o sottrarsi da situazioni di lavoro che possono provocare lesioni o malattie professionali.

Dalle analisi condotte emerge che l'area produttiva è interessata da livelli di rischio più elevati, anche se di entità limitata, seguita dalla logistica e, in modo molto ridotto, dalle attività impiegate. Il personale di produzione è maggiormente esposto al rischio di contusione e taglio, nonché ai rischi legati al contatto con agenti chimici. Negli stabilimenti logistici i principali

pericoli sono associati all'utilizzo di attrezzature e mezzi, come lo scivolamento e cadute di oggetti dall'alto, mentre i rischi correlati alle attività amministrative riguardano l'utilizzo delle attrezzature da ufficio, scivolamento e inciampo.

Sulla base delle valutazioni condotte e delle segnalazioni ricevute, il Servizio di Prevenzione e Protezione valuta e propone le misure di prevenzione, che la Direzione si occupa di predisporre con gli opportuni interventi di cui periodicamente monitora e valuta l'efficacia. Allo stesso modo, attraverso riunioni periodiche, il Servizio di Prevenzione e Protezione e le funzioni aziendali indagano gli eventuali incidenti professionali per determinare le azioni di mitigazione necessarie. I lavoratori, attraverso la partecipazione del Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza alle riunioni, sono costantemente consultati nei processi decisionali aziendali in materia di salute e sicurezza e hanno accesso a tutta la documentazione correlata. Inoltre, i lavoratori sono sottoposti a sorveglianza sanitaria da parte del medico competente che, nel pieno rispetto delle normative a tutela della privacy, valuta l'idoneità di ogni dipendente

alle mansioni assegnate e conduce controlli medici periodici, comunicando direttamente ai lavoratori i risultati della valutazione.

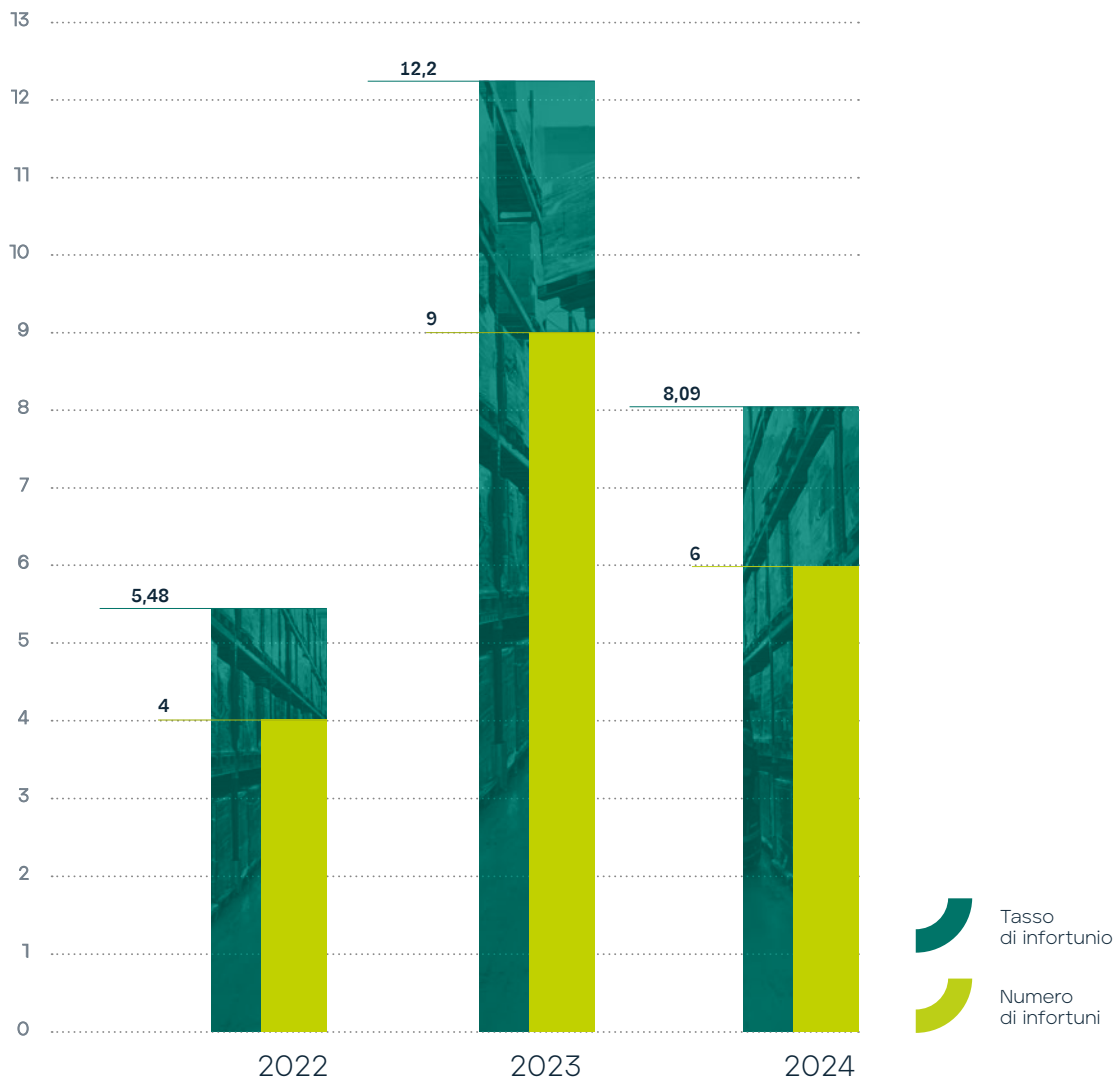
Parallelamente all'analisi dei rischi e alla disposizione delle misure di mitigazione, ci assicuriamo che a tutti i dipendenti venga offerta adeguata **formazione in materia di salute e sicurezza** affinché siano informati sulle procedure interne e sulle corrette modalità per svolgere le proprie mansioni in sicurezza. Oltre alle informazioni fornite in fase di assunzione e alle attività specifiche di addestramento all'uso di macchine e impianti per gli impiegati di produzione, prevediamo un programma formativo rivolto a tutti i lavoratori in base al livello di rischio della mansione, che ogni cinque anni viene aggiornato.

Oltre a promuovere la sicurezza negli ambienti di lavoro, ci teniamo a diffondere tra le persone di CCM una cultura della salute e della prevenzione. Per questo offriamo la possibilità di usufruire di screening ed esami gratuiti per la prevenzione del melanoma e dei disturbi della tiroide. Le iniziative, apprezzate dai nostri dipendenti, si sono rivelate in alcuni casi cruciali per l'identificazione e il trattamento tempestivo di gravi rischi per la salute.

Nel 2024 si sono verificati 6 infortuni non gravi, dovuti a ferite da taglio, traumi da schiacciamento, lesioni da sforzo e contusioni, in diminuzione rispetto ai 9 casi del 2023.

Rapportando gli eventi alle ore complessive lavorate, il tasso di infortuni si è attestato a 8,09, registrando una riduzione significativa rispetto all'anno precedente (12,20). Inoltre, nel 2024 non si sono verificati infortuni tra i lavoratori non dipendenti.

INFORTUNI SUL LAVORO REGISTRABILI (DIPENDENTI)



PARTECIPAZIONE E BENESSERE

Oltre ad agire in conformità agli obblighi per assicurare la protezione della salute e della sicurezza in azienda, rispettiamo la normativa italiana del lavoro e promuoviamo i diritti dei lavoratori, tra cui la **libertà di associazione e di espressione**. Infatti, in aggiunta agli incontri periodici con la Rappresentanza Sindacale Unitaria, siamo sempre disponibili al dialogo con le associazioni sindacali. Inoltre, la dimensione aziendale e l'organizzazione cooperativa facilitano il rapporto diretto tra dipendenti e direzione, la quale è costantemente attenta a cogliere le necessità di ciascuno.

L'azienda applica gli accordi di contrattazione collettiva stabiliti dai CCNL di riferimento a tutti i dipendenti del gruppo, nello specifico quello del terziario, della distribuzione e dei servizi per i lavoratori impiegati nelle sedi di Ancona e Pavullo e quello della comunicazione, dell'informatica e dei servizi innovativi per i dipendenti impiegati nella sede di Modena.

Oltre a questo, i dipendenti godono delle condizioni definite da un **contratto integrativo**. Questo prevede una serie di benefici aggiuntivi, come l'incremento dell'importo del buono mensa, l'erogazione di un contributo per gli spostamenti casa-lavoro, un'indennità caldo-freddo per gli impiegati di produzione, ai quali viene fornito anche l'abbigliamento necessario, e l'erogazione di un premio variabile assegnato alla totalità dei dipendenti sulla base di scaglioni definiti rispetto al livello di inquadramento.

L'accordo integrativo, rinegoziato nel 2022 con l'introduzione di misure per la regolamentazione del lavoro agile come strumento per promuovere maggiore equilibrio e soddisfazione tra la popolazione aziendale, è stato rinnovato a febbraio 2023. In questa sede sono stati stipulati due giorni settimanali di smartworking, 12 ore di permesso retribuite per visite mediche, flessibilità d'orario in entrata e in uscita e l'istituzione della "Banca del Tempo

3.2 SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE

Solidale” a favore dei dipendenti che, per far fronte a gravi e documentate situazioni familiari, necessitano di permessi aggiuntivi.

Infatti, in quanto azienda cooperativa, CCM si distingue anche per l’attenzione che presta al **benessere psicofisico delle persone** che lavorano in azienda e all’**equilibrio vita-lavoro**. A completamento dei benefit previsti dal contratto integrativo, offriamo una copertura assicurativa sanitaria ulteriore per tutti i dipendenti corrispondente a 1.000 euro per i soci e 500 euro per i non soci. Infine, all’interno del programma di sostegno al benessere delle persone vi è anche un piano di welfare, grazie al quale i dipendenti possono accedere a beni e servizi in diversi ambiti, dalla sanità alla formazione, allo sport e tempo libero.

Nel 2024 sono stati riconfermati gli investimenti in welfare, per un valore pari a 509.817 euro, in **aumento del 10%** rispetto al 2023.



**COPERTURA SANITARIA CASSA SALUS
PARI A 500 € PER I NON SOCI E 1.000 €
PER I SOCI**



**ASSICURAZIONE SANITARIA
PER IL DIPENDENTE E IL
NUCLEO FAMILIARE**



**ASSICURAZIONE
DIFESA PATENTE**



**INDENNITÀ
CASA-LAVORO**



**INDENNITÀ
CALDO-FREDDO**

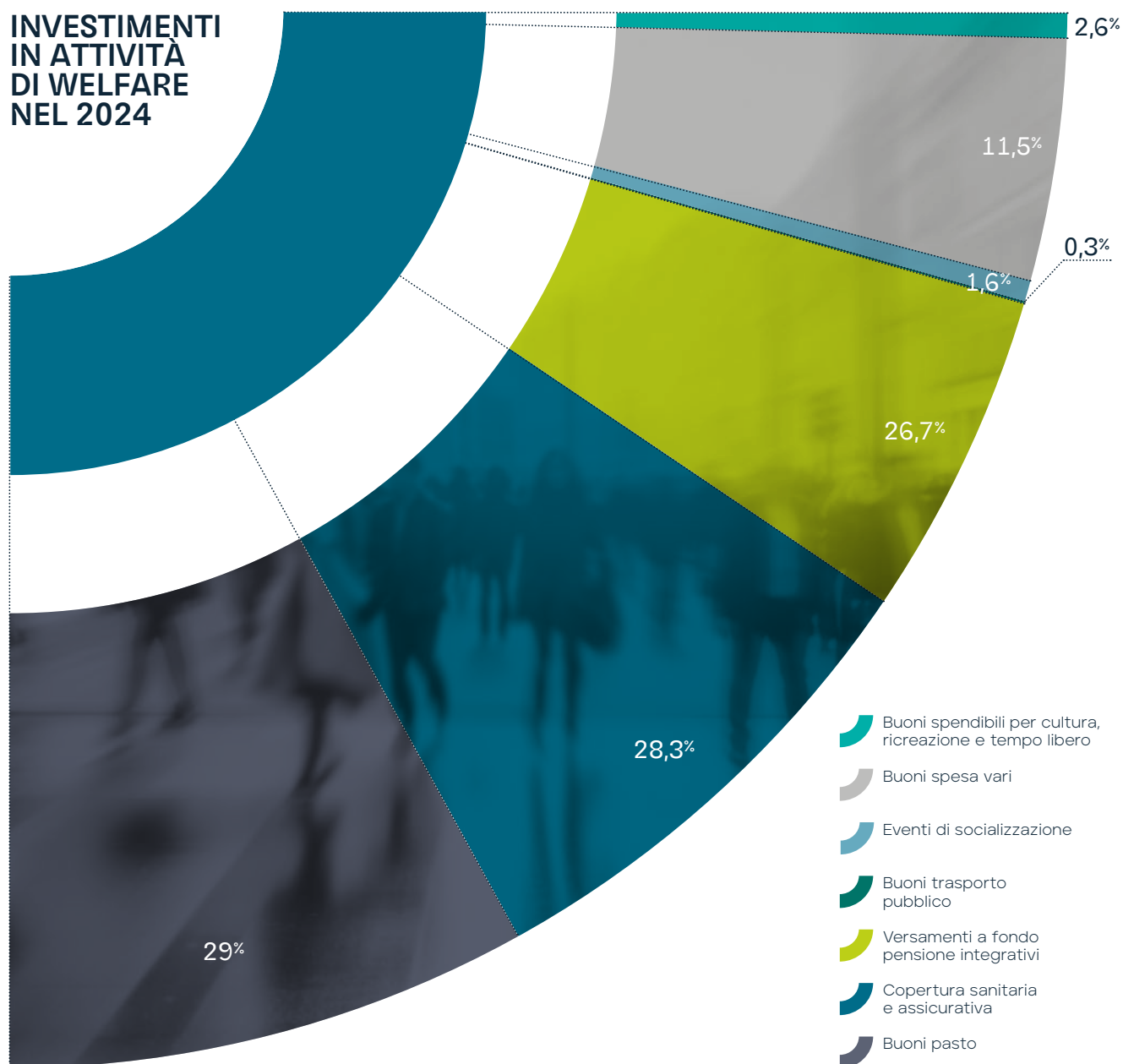


**ORE DI PERMESSI RETRIBUITI
AGGIUNTIVI DA USUFRUIRE PER VISITE
MEDICHE**



**PIANO DI WELFARE PER L'ACCESSO A
PRODOTTI E SERVIZI**

INVESTIMENTI
IN ATTIVITÀ
DI WELFARE
NEL 2024



3.3

GENERARE VALORE PER IL TERRITORIO

Coltiviamo con cura il legame con il nostro territorio, convinti che la prosperità della comunità e dell'azienda si rafforzino reciprocamente. Per questo, vogliamo garantire uno scambio equo **restituendo valore al territorio** della provincia di Modena dal quale traiamo i nostri valori, il capitale umano e le risorse necessarie per la crescita del business.

Concretizziamo il nostro impegno attraverso donazioni in denaro per lo sviluppo di servizi di prevenzione sanitaria e attività culturali a beneficio dell'intera collettività. Inoltre, forniamo prodotti di packaging a organizzazioni del territorio che possano impiegarli nelle proprie attività a sostegno di persone in difficoltà. Per esempio, dal 2013 doniamo forniture di packaging al market sociale Portobello di Modena, un emporio che facilita l'accesso a beni di prima necessità per famiglie vulnerabili. Nel 2024 abbiamo sostenuto la nostra comunità con oltre 25,5 mila euro tra donazioni e sponsorizzazioni.

Le principali **associazioni e iniziative** che sosteniamo:

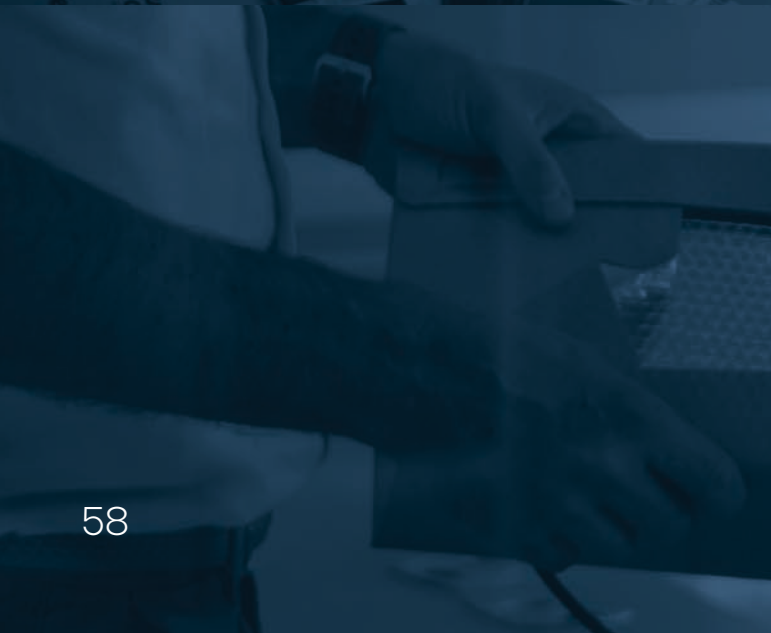
- Portobello di Modena – emporio sociale a supporto di famiglie con situazioni di disagio
- ANT (Fondazione Nazionale Tumori) – servizi di prevenzione e assistenza medica per malati oncologici
- ASEOP (Associazione Sostegno Ematologia Oncologia Pediatrica) di Pavullo – sostegno per la ricerca e la cura delle patologie oncoematologiche nei bambini
- ALL Modena OdV (Associazione Italiana contro le Leucemie, Linfomi e Mieloma) – sostegno a pazienti oncoematologici e alle loro famiglie
- Coopfond di Legacoop – fondo per l'iniziativa "Coop start-up" per lo sviluppo di idee imprenditoriali in forma di startup cooperativa
- Food For Soul – organizzazione per la trasformazione dello spreco alimentare in un'occasione di inclusione e cambiamento sociale
- Soccorso Alpino Regionale e Protezione Civile di Modena.

Nel 2023 siamo diventati sponsor di **Food For Soul**, organizzazione senza scopo di lucro fondata a Modena dallo chef Massimo Bottura e la moglie Lara Gilmore. Grazie a un'estesa rete di partner, Food For Soul gestisce refettori in tutto il mondo con l'intento di generare cambiamento sociale e contribuire alla lotta contro lo spreco alimentare. Il sostegno a questo progetto è per noi fonte di grande orgoglio, innanzitutto perché è un'idea virtuosa che nasce nel nostro territorio

e che, con il tempo, ha esteso il suo impatto positivo a livello globale. In più, condividiamo il nobile obiettivo che Food For Soul persegue: come noi concorriamo a proteggere e conservare il cibo mettendo a disposizione packaging performanti, così i refettori recuperano eccedenze alimentari per donare pasti a chi ne ha bisogno, con l'ambizione comune di non sprecare una preziosa risorsa che ancora in troppi danno per scontata.



4. Partner di sviluppo



OLTRE IL PRODOTTO: LA NOSTRA CONSULENZA

L'approccio **"human to human"**, che pone al centro la relazione tra le persone, l'ascolto delle esigenze e il valore delle idee, è la carta vincente per instaurare collaborazioni virtuose. CCM infatti è, prima di tutto, un **partner** per i suoi clienti e per gli attori della filiera: non vogliamo solo fornire imballi che soddisfino le necessità dei clienti, ma anche guidarli e supportarli attraverso la **consulenza**, il nostro ingrediente segreto, nelle loro scelte verso soluzioni sicure, di qualità, funzionali, personalizzabili e che, al contempo, generino un minor impatto sull'ambiente.

Da un lato, combiniamo la **selezione di materie prime di qualità** con il nostro **know-how tecnico** per progettare un packaging alimentare che sappia rispondere alle esigenze specifiche di ciascun cliente. Come nel lavoro sartoriale, ci impegniamo per realizzare soluzioni su misura che valorizzino il prodotto studiando insieme al cliente la scelta più efficace dei materiali, della grafica, dei colori e di altre caratteristiche specifiche. Dall'altro lato, non ci limitiamo solo a curare l'ambito tecnico ed estetico, ma crediamo

anche nell'importanza di **informare e sensibilizzare i nostri clienti e tutti i nostri partner** lungo la filiera sui temi sociali e ambientali che ruotano attorno al packaging.

Ci assicuriamo che tutte le informazioni che comunichiamo siano corrette, sostanziate da studi e analisi approfondite, e trasparenti. Individuare le scelte più sostenibili, che si tratti di packaging o di un qualsiasi prodotto o servizio, infatti, non è un esercizio semplice e immediato. Consapevoli che il grado di sostenibilità di un prodotto dipende da una molteplicità di fattori che devono essere considerati lungo l'intero ciclo di vita e il contesto di utilizzo, ci impegniamo a sensibilizzare i nostri interlocutori a adottare una visione completa e critica rispetto ai potenziali impatti associati a ciascuna scelta.

L'attività di **consulenza**, insieme all'investimento nella **gamma ECO**, è il nostro principale strumento per supportare proattivamente la transizione del settore verso la riduzione degli impatti associati al packaging

4.1 OLTRE IL PRODOTTO: LA NOSTRA CONSULENZA

e alla diffusione di una maggiore consapevolezza rispetto ai temi della sostenibilità.

Per offrire un servizio consulenziale sempre affidabile e allineato alla visione aziendale, a cadenza mensile coinvolgiamo il reparto commerciale e i nostri agenti di vendita in **sessioni di formazione e aggiornamento**. I nostri clienti riconoscono il valore della consulenza di CCM e si affidano alla nostra expertise, specialmente per quanto riguarda la qualità dei prodotti, le caratteristiche dei materiali, la riciclabilità e gli aggiornamenti normativi.

A testimonianza dell'impegno, puntualità e serietà che ci contraddistinguono, nel 2024 abbiamo ottenuto il **"Cribis Prime Company"**, riconoscimento di massima affidabilità commerciale assegnato da Cribis, azienda specializzata in sistemi di informazioni creditizie e business information.



IL VALORE DELL'INFORMAZIONE

I clienti, prima che aziende, sono persone. Per questo curiamo le relazioni attraverso un **rapporto continuo e diretto** che si svolge prevalentemente in contesti consulenziali e commerciali.

Prestiamo molta attenzione nel soddisfare le aspettative dei nostri clienti. È grazie alla loro fiducia che CCM ha potuto rafforzare nel tempo la propria posizione di leader nel settore della produzione di packaging alimentare e la capacità di creare valore economico nel lungo termine.

Le relazioni in ambito commerciale sono sicuramente il canale di comunicazione più importante verso i clienti. Infatti, il nostro personale, costantemente aggiornato sulle novità di prodotto e sulle normative vigenti, è preparato a condividere informazioni in modo diretto, rapido e personalizzato in base alla tipologia di cliente e a rilevarne le esigenze. Questo servizio è completato dall'**offerta di informazioni e approfondimenti sia attraverso canali online che offline**, come cataloghi e brochure che presentano specifiche gamme o tipologie di prodotti, realizzati anche in occasione di eventi. In particolare, negli ultimi anni abbiamo lavorato per rendere i nostri canali LinkedIn e Facebook uno strumento sempre più utile per i nostri clienti,

affinché possano conoscere meglio la nostra identità aziendale e la filosofia sulla quale si fonda il nostro lavoro, oltre che rimanere aggiornati sulle novità del settore in ambito normativo e di sostenibilità. Nel 2022 abbiamo lanciato il canale Instagram, rivolto principalmente al segmento Normal Trade e con focus su engagement visivo, storytelling di prodotto e fidelizzazione. Anche Facebook è dedicato principalmente a questo segmento, ma attraverso un approccio comunicativo più ampio e orientato alla promozione di iniziative e prodotti. LinkedIn, invece, è rivolto ai clienti della GDO e ci permette di perseguire obiettivi di posizionamento corporate, lead generation e promozione di contenuti tecnico-istituzionali. Inoltre, in occasione del cinquantésimo anniversario di CCM e del rebranding aziendale, il nostro sito web è stato sottoposto a un restyling completo, integrando nuove funzionalità e arricchendosi con maggiori informazioni, così che possa essere un riferimento per i nostri clienti, qualsiasi sia la loro esigenza.

Nel 2024 abbiamo rafforzato la nostra presenza digitale, sviluppando una **strategia multicanale** per migliorare la visibilità del marchio, favorire il dialogo con il pubblico e consolidare la reputazione aziendale. Nel corso

dell'anno abbiamo avviato anche le prime campagne sponsorizzate su Facebook e Instagram, introducendo un modello comunicativo più interattivo e misurabile. Queste attività hanno permesso di costruire un canale diretto con il pubblico, generando contatti qualificati che, in diversi casi, si sono tradotti in nuovi clienti. Un risultato che conferma l'efficacia di un approccio digitale strutturato e coerente con i valori aziendali.

Parallelamente, la strategia digitale è stata integrata con attività di **Direct Email Marketing (DEM) e newsletter periodiche**, rivolte a clienti attivi, contatti prospect e stakeholder qualificati del settore. Questi strumenti hanno una duplice finalità: da un lato, consolidare il rapporto con i clienti fidelizzati, garantendo aggiornamenti costanti su iniziative aziendali, novità e promozioni stagionali; dall'altro, stimolare l'interesse di nuovi interlocutori, favorendo l'ampliamento della base clienti e la diffusione dei valori distintivi di CCM.

Le tematiche trattate hanno riguardato, tra le altre, la partecipazione a fiere di settore, l'organizzazione del convegno "Packaging sostenibile", la presentazione di cataloghi stagionali, il lancio di

nuove collezioni grafiche e iniziative promozionali. Abbiamo colto l'occasione anche per svolgere un **sondaggio di customer satisfaction**.

Oltre alla comunicazione sui nostri canali proprietari, i valori e l'attività di CCM sono spesso ripresi anche in pubblicazioni cartacee e digitali e in alcune newsletter di riviste di settore, come Largoconsumo e Office Automation, di editori specializzati in sostenibilità e riviste e quotidiani locali. Rispetto a queste partecipazioni e in tutte le altre tipologie di comunicazione sia online che offline perseguiamo il principio di **massima trasparenza**. Un'informazione chiara e verificata, infatti, è funzionale a fornire ai nostri interlocutori una garanzia sul rispetto degli standard qualitativi e sulla tracciabilità dei prodotti.

La trasparenza e la verificabilità sono requisiti fondamentali anche nella **comunicazione delle caratteristiche di sostenibilità dei prodotti**, come testimoniato dall'emergere di un quadro normativo che richiede il rispetto di criteri sempre più stringenti. Noi di CCM siamo sempre pronti a cogliere queste evoluzioni e a fronteggiarle proattivamente. Per

esempio, in vista dell'entrata in vigore, nel 2022, della normativa relativa all'etichettatura ambientale ⁹, gli articoli di nostra produzione sono stati adeguati in modo volontario con largo anticipo, a testimonianza dell'impegno assunto: su ogni nostro prodotto i consumatori possono individuare con facilità le informazioni sul relativo utilizzo e smaltimento accanto all'icona di una foglia, affiancate dalle informazioni relative all'idoneità alimentare e alle condizioni d'uso. Infatti, riteniamo essenziale promuovere una cultura positiva del packaging, da una parte attraverso la progettazione basata sui principi dell'ecodesign, e dall'altra fornendo a clienti e consumatori elementi informativi chiari e non fuorvianti, affinché possano agire consapevolmente e compiere scelte che prendano in considerazione la tutela dell'ambiente.

L'approccio europeo per la lotta al greenwashing

Le dichiarazioni ambientali compaiono sempre più di frequente nelle etichette e nelle pubblicità dei prodotti, ma spesso risultano poco trasparenti o infondate. Uno studio della Commissione europea ha stimato che il **53% delle dichiarazioni ambientali delle aziende è vago e fuorviante, e che il 40% dei claim non è supportato da prove**¹⁰. Come dichiarato dall'organo esecutivo dell'Unione Europea in uno studio condotto in collaborazione con Icpn, la rete globale di autorità specializzata nel contrastare le pratiche di marketing ingannevoli e nel proteggere i consumatori, si stima che il 42% delle dichiarazioni ambientali comunicate nei prodotti della GDO risulta non veritiero.

L'Unione Europea sta lavorando per contrastare questo fenomeno: da un lato, con la proposta di Direttiva sui **"Green Claims"**, che, tuttavia, sta incontrando alcune resistenze da parte degli Stati membri; dall'altro, con la Direttiva **"Greenwashing"**, approvata a marzo 2024, che modifica e integra l'impianto normativo sulla concorrenza sleale. Le imprese sono tenute a dimostrare con prove scientifiche e verificabili la consistenza delle informazioni ambientali che descrivono i propri prodotti o servizi, basandosi su studi dell'impatto ambientale lungo il ciclo di vita, certificazioni e altri test e misurazioni che comprovino le caratteristiche e le performance dei prodotti. È vietato l'uso di termini ed espressioni generici come "green", "ecologico" o "amico dell'ambiente", a meno che non sia dimostrata un'eccellenza delle prestazioni ambientali. La norma, dunque, obbliga le aziende a adottare un approccio scientifico alla base della comunicazione di sostenibilità, contribuendo a migliorare la chiarezza e l'affidabilità delle informazioni in etichetta, per aiutare i consumatori a fare scelte d'acquisto più informate, che premino aziende realmente virtuose.

⁹ Decreto legislativo 3 settembre 2020, n. 116, che recepisce la direttiva UE 2018/851 sui rifiuti e la direttiva (UE) 2018/852 relativa agli imballaggi e ai rifiuti di imballaggio.

¹⁰ European Commission, 2023. Factsheet. Circular economy: New criteria to enable sustainable choices and protect consumers and companies from greenwashing.

4.3

CRESCERE CON LA FIDUCIA DEI CLIENTI

QUALITÀ CERTIFICATA

Il nostro agire quotidiano si fonda sul valore della qualità, per poter garantire ai nostri clienti e partner i più elevati standard di sicurezza dei prodotti e la massima professionalità ed efficienza del servizio. Le sedi di via Malvolti e di via Portogallo a Modena sono dotate di un **sistema di gestione della qualità certificato in conformità allo standard ISO 9001**. Attraverso questa certificazione, adottiamo un approccio sistematico al miglioramento continuo della qualità per i clienti.

Negli anni abbiamo potenziato la nostra funzione Qualità, supportandone lo sviluppo con il duplice scopo di fornire assistenza in tutti gli ambiti e i processi aziendali e di partecipare proattivamente all'evoluzione del settore. La nostra figura responsabile della qualità è iscritta all'Albo dei consulenti promosso dal CONAI ed è annoverata tra i Food Contact Expert riconosciuti da AIBO-FCE, associazione

per lo sviluppo tecnico-scientifico della filiera del packaging alimentare.

La funzione Qualità opera seguendo precise procedure formalizzate, derivate dalla **Politica della Qualità**, che definisce gli obiettivi di miglioramento non solo rispetto al controllo sui prodotti, ma anche in relazione a tutte le aree aziendali, tra cui la gestione delle infrastrutture e dei servizi logistici e il coordinamento delle risorse umane.

Attraverso il sistema procedurale condiviso, è possibile assicurare la conformità dei prodotti alle norme e agli standard di riferimento e, soprattutto, rispondere tempestivamente nel caso di non conformità o emergenze.

La Politica è stata **revisionata e integrata** nel 2023, mirando a renderla strettamente interconnessa agli impegni di sostenibilità di CCM e rispecchiando un'interpretazione della qualità come funzione spiccatamente trasversale a tutte le attività aziendali.



Nello specifico, la funzione qualità si occupa delle seguenti attività:

- **Presidio dei sistemi di gestione e delle certificazioni:** questo assicura a CCM di implementare un corretto coordinamento dei processi aziendali per soddisfare tutti i requisiti di sicurezza, legalità e idoneità tecnica, alimentare e igienico-sanitaria. Oltre a un addetto al controllo qualità, abbiamo istituito una figura interna dedicata alle certificazioni, ruolo innovativo nel settore. Ciò ci permette di aggiornare e mantenere la conformità agli schemi FSC® e PEFC per la rintracciabilità dei processi e la catena di custodia di materiali e prodotti che provengono dagli ecosistemi forestali.
- **Controllo sulla produzione interna:** la funzione garantisce un controllo completo del processo produttivo, dalle materie prime al prodotto finito, attraverso la predisposizione di piani di campionamento e analisi rispetto a una serie di parametri richiesti dalla normativa e dagli standard vigenti, con particolare attenzione al packaging alimentare che, essendo a contatto con il cibo, può costituire un rischio di contaminazione. Tale processo è esteso a tutti i fornitori a garanzia dell'integrità dei prodotti che commercializziamo.
- **Processo di qualifica dei fornitori:** la funzione interviene nei processi di valutazione e monitoraggio della catena di fornitura, basato sulla richiesta e verifica della documentazione prevista dall'accordo commerciale.
- **Consulenza a clienti e network del packaging:** grazie al ruolo attivo della funzione Qualità nel servizio di consulenza rivolto ai clienti, CCM è capace di accogliere e rispondere a richieste specifiche. Inoltre, la partecipazione al network di associazioni e istituti del packaging fa sì che la funzione sia sempre aggiornata in merito agli sviluppi del settore e che, a sua volta, contribuisca al coinvolgimento degli attori della filiera in progetti di ricerca e miglioramento a livello nazionale.
- **Collaborazione con la funzione Ricerca e Sviluppo:** la funzione Qualità collabora attivamente con il dipartimento R&D e il Commerciale ai progetti di innovazione di prodotto non solo dal punto di vista strettamente tecnico, ma anche attraverso l'elaborazione di protocolli di valutazione e modelli di rendicontazione delle fasi di sviluppo dei progetti e sull'elaborazione di Dossier Tecnici.

GARANTIRE LA SICUREZZA DEI PRODOTTI

La sicurezza alimentare dei prodotti che produciamo e commercializziamo rappresenta, per noi di CCM, una priorità assoluta.

Il nostro impegno si sostanzia nel garantire e promuovere gli alti standard definiti dal complesso quadro normativo comunitario e nazionale, caratterizzato da più regolamenti che si integrano tra loro per assicurare che qualsiasi prodotto che entri a contatto con alimenti destinati al consumo umano, tra cui il packaging, non presenti pericoli per la salute. La disciplina di riferimento, nota come **normativa MOCA** (materiali e oggetti che entrano a contatto con prodotti alimentari), è stata introdotta nel 2004 dal Regolamento CE n. 1953/2004. Il Regolamento stabilisce i requisiti generali a cui devono conformarsi gli oggetti destinati a contatto con gli alimenti, fornendo indicazioni sui materiali e le modalità di utilizzo previsti, le buone pratiche di fabbricazione e gli obblighi di etichettatura che ne assicurino la tracciabilità. La norma quadro è integrata da ulteriori normative specifiche, come il **Regolamento (UE) n. 10/2011** relativo alla composizione dei materiali plastici, e leggi nazionali, tra cui il **Decreto Ministeriale del 21/03/1973**.

Questo disciplina i requisiti igienici per imballaggi, recipienti e utensili a contatto con le sostanze alimentari o con sostanze d'uso personale, seguendo il principio delle cosiddette "liste positive"

delle sostanze che possono essere utilizzate nella produzione dei materiali da imballaggio e specificando limitazioni e restrizioni all'uso di determinati materiali. Inoltre, la norma specifica le modalità per il controllo dell'idoneità al contatto alimentare.

Secondo quanto previsto dall'articolo 16 del Regolamento n. 1953/2004, ci assicuriamo che ogni prodotto CCM sia corredato da una dichiarazione scritta (**Dichiarazione MOCA**) che attesti la sua conformità legislativa, alimentare, tossicologica, organolettica e microbiologica e che forniamo ai nostri clienti, insieme ai report dei test relativi alle idoneità dichiarate se richiesti. Nel 2024 la funzione Qualità ha promosso un programma formativo indirizzato a tutta la popolazione aziendale in cui è stato approfondito il quadro normativo MOCA, ribadendo l'importanza di conoscere a fondo il Regolamento per garantire i massimi standard di sicurezza.

La sicurezza dei prodotti nel mercato europeo è stata significativamente potenziata dall'entrata in piena applicazione, nel 2024, del **Regolamento (UE) 988/2023**. Questo provvedimento, direttamente applicabile in tutti gli Stati membri, abroga e sostituisce la precedente Direttiva 2001/95/CE, introducendo un approccio integrato e armonizzato per rafforzare la tutela dei consumatori nel mercato unico europeo.

La disciplina di riferimento, nota come **normativa sulla sicurezza generale dei prodotti** (GPSR), stabilisce il principio cardine per cui possono essere immessi sul mercato esclusivamente prodotti sicuri, ossia quelli che, in condizioni d'uso normali o ragionevolmente prevedibili, non presentano alcun rischio o presentano rischi minimi, considerati accettabili e compatibili con un elevato livello di protezione della salute. L'obiettivo è triplice: rafforzare il controllo sui prodotti, velocizzare lo scambio di informazioni per quelli non sicuri e implementare le azioni di ritiro e richiamo. La norma attribuisce obblighi di due diligence e controllo a tutti gli operatori economici della catena di fornitura: produttori, rappresentanti autorizzati, importatori e distributori. Ciascun operatore è tenuto a immettere sul mercato esclusivamente prodotti sicuri, valutandone le caratteristiche, l'effetto su altri prodotti, la presentazione e l'impatto sui consumatori più vulnerabili, seguendo il principio di una vigilanza rafforzata.

A tal proposito, applichiamo un rigido **sistema di controlli interni ed esterni** sia sui prodotti di nostra produzione che su quelli commercializzati. Le analisi prendono in esame parametri riguardanti l'idoneità al contatto alimentare, il rischio tossicologico, caratteristiche microbiologiche e sensoriali. Rispetto alla nostra produzione, nel 2024 abbiamo svolto 15.708 controlli interni, in leggera

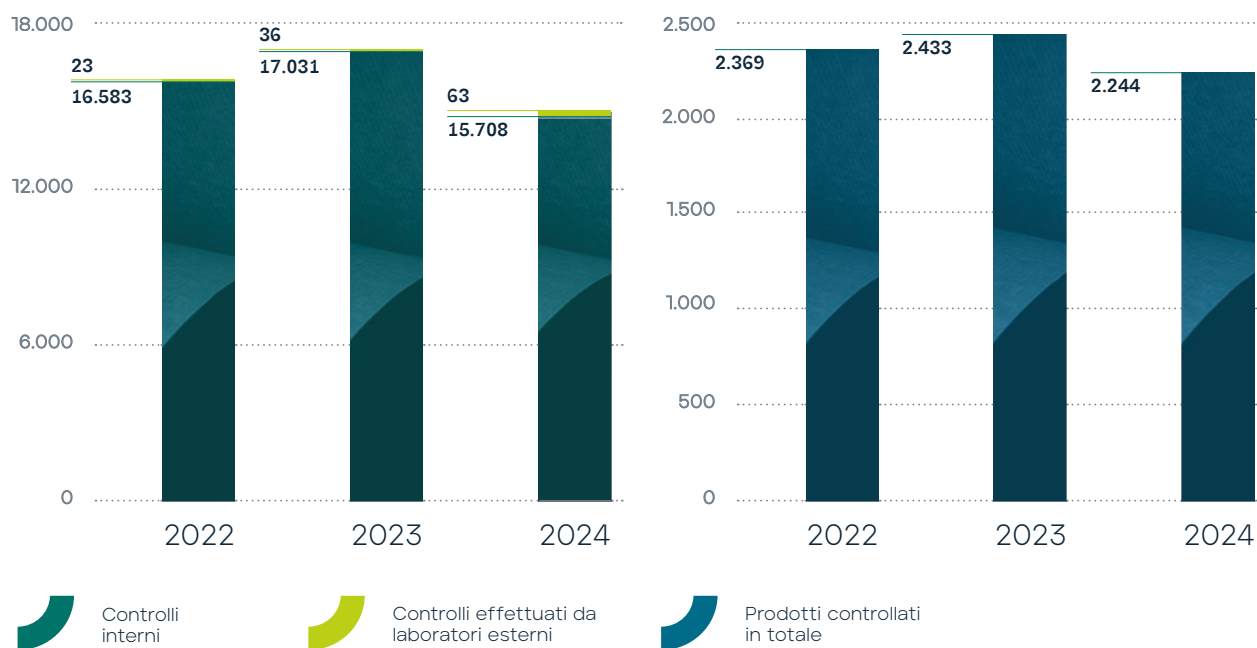
diminuzione rispetto al 2023 (-8%), e richiesto ulteriori 63 controlli da parte di laboratori terzi (+75% rispetto all'anno precedente), eseguiti su un totale di 2.244 prodotti. Nel 2024 abbiamo raddoppiato il numero di controlli interni sugli articoli commercializzati, passati da 72 a 149.

Tutte le categorie di articoli di produzione interna sono valutati rispetto agli impatti sulla salute e sicurezza, mentre i prodotti commercializzati sono soggetti a un processo di verifica di qualità tecnica e funzionale, completato da un'analisi documentale delle sottoscrizioni e certificazioni richieste ai fornitori.

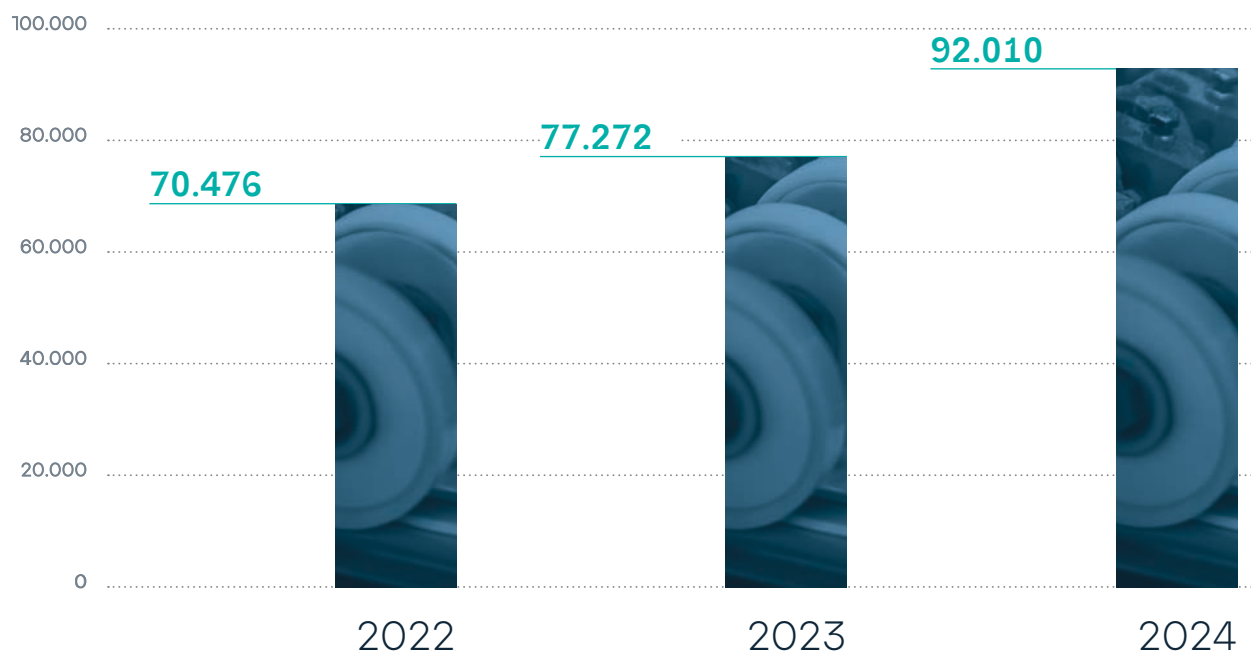
Nel 2024 l'investimento aziendale nella qualità è stato di oltre 92 mila euro, in aumento del 19,1% rispetto al 2023. Le maggiori voci di spesa corrispondono alla retribuzione degli addetti, a consulenze e processi di certificazione e alle analisi effettuate da laboratori esterni.

4.3 CRESCERE CON LA FIDUCIA DEI CLIENTI

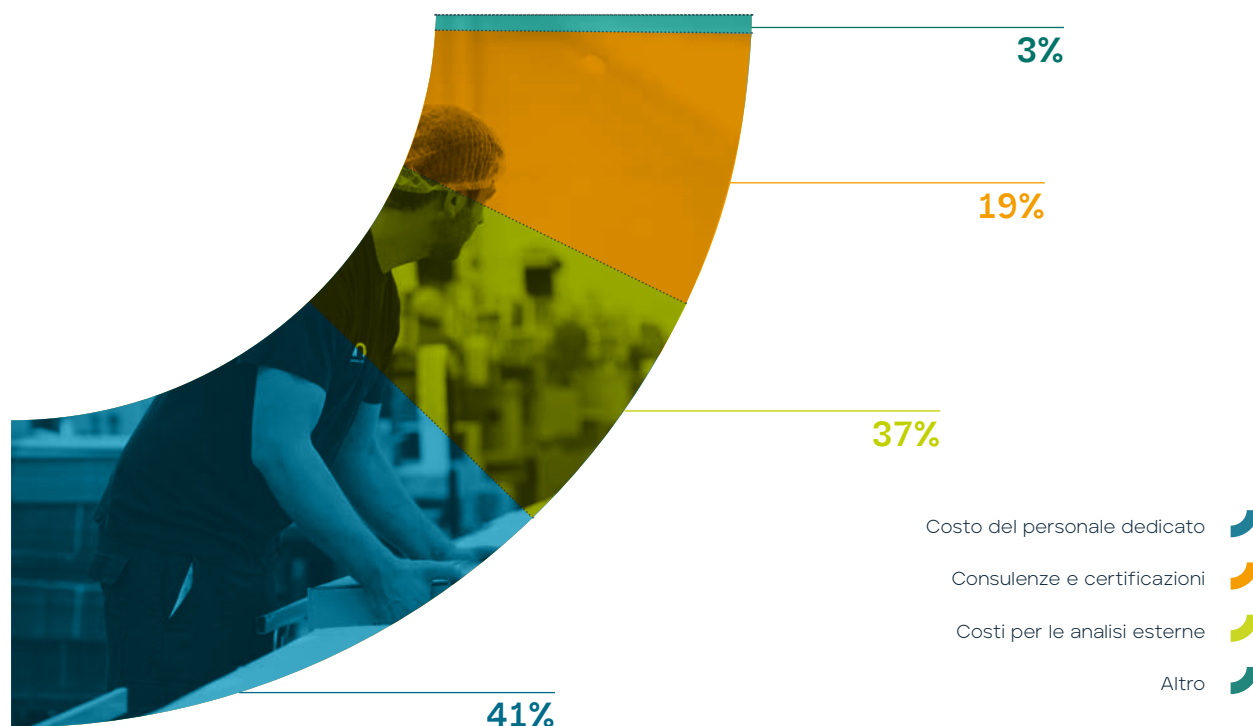
CONTROLLI EFFETTUATI SUGLI ARTICOLI DI PRODUZIONE



INVESTIMENTI IN QUALITÀ (IN EURO)



TIPOLOGIA DI COSTI SOSTENUTI PER LA QUALITÀ



Oltre al sistema di prevenzione e controlli interni ed esterni sulla conformità dei prodotti, abbiamo istituito un'**unità di crisi per la gestione tempestiva delle eventuali emergenze in ambito di sicurezza alimentare**. L'unità, coordinata dalla responsabile della Qualità, si attiva nel caso di segnalazioni interne o ricevute da clienti, consumatori o enti di controllo esterni. L'unità procede immediatamente ad analizzare e valutare il rischio applicando le linee guida del Ministero della Salute, per poi

porre in atto tutte le azioni necessarie all'eliminazione o mitigazione di qualsiasi rischio per la salute umana, l'immagine aziendale, i dipendenti e l'ambiente. Le azioni, in base alla natura e all'entità del rischio, solitamente possono consistere nella gestione interna delle non conformità, nel richiamo o ritiro dei prodotti interessati, oppure in un avviso di sicurezza. L'unità, inoltre, si occupa di comunicare tempestivamente le informazioni necessarie a tutti i soggetti coinvolti.

TRACCIABILITÀ

Un elemento fondamentale per assicurare la qualità e la conformità ai requisiti di sostenibilità delle materie prime impiegate è il sistema di tracciabilità delle forniture di CCM, che permette di individuare e gestire eventuali lotti non conformi o che presentano un potenziale rischio per la salute e l'ambiente.

Come previsto dalla normativa di riferimento, disponiamo di un sistema informatizzato per la rintracciabilità dei prodotti destinati al contatto con alimenti immessi sul mercato, a partire dal **sistema di lettura ottica** che registra i materiali e i componenti acquistati prima di essere inseriti nel ciclo produttivo.

Conserviamo tutte le registrazioni in modo da poter rintracciare in qualsiasi momento ogni lotto di produzione immesso sul mercato. Inoltre, il sistema di etichettatura e codici apposti sull'imballo della spedizione permette al cliente di segnalare e far rientrare in modo rapido ed efficiente i lotti difettosi.

QUALITÀ DEL SERVIZIO

Per assicurare un servizio sempre all'altezza, abbiamo adottato un **sistema di raccolta e gestione dei reclami** che permette di fornire al cliente una risposta rapida ed efficace alle problematiche riscontrate. Specifiche procedure, dirette dalla funzione Qualità, agevolano il trasferimento della segnalazione sulla non conformità del prodotto o del servizio alla funzione di competenza, affinché analizzi le circostanze e provveda all'adozione delle azioni correttive necessarie. Rispetto ad ogni canale di vendita, tracciamo e misuriamo mensilmente i reclami ricevuti e ne analizziamo le motivazioni.

Questo monitoraggio costante ci aiuta a individuare le opportunità di miglioramento e pianificare gli interventi opportuni. L'attenzione e l'impegno di CCM per la qualità sono confermati dagli ottimi risultati ottenuti, che negli anni hanno soddisfatto gli obiettivi relativi al limite di accettabilità per i reclami definiti dalla Direzione.

Nel 2024 sono stati registrati 192 reclami, in aumento del 40% rispetto all'anno precedente. Questi riguardano principalmente non conformità funzionali del prodotto, come rotture o problemi di incollaggio, mentre già dal 2021 sono stati azzerati i reclami per motivi di sicurezza alimentare.

L'analisi dei reclami ricevuti durante l'anno è estremamente utile sia per indirizzare azioni correttive interne, sia per cogliere indirettamente la soddisfazione dei clienti.

Tuttavia, vogliamo anche consolidare un dialogo più diretto e completo per comprendere come migliorarci costantemente, per soddisfare al massimo le necessità dei clienti.

Per questo, nel 2023 abbiamo predisposto un **questionario di customer satisfaction** per sondare elementi come la soddisfazione generale, la qualità percepita e i driver di acquisto, che è stato somministrato ai nostri clienti Normal Trade all'inizio del 2024.

Dai risultati del questionario emerge un quadro complessivamente positivo: nessun cliente si è dichiarato del tutto insoddisfatto e oltre la metà dei rispondenti (344, pari al 51%) si è detta molto o estremamente soddisfatta dei

prodotti e servizi forniti da CCM. La soddisfazione media per la qualità dei prodotti è complessivamente elevata, confermando un apprezzamento diffuso da parte dei clienti.

Alcune criticità sono comunque emerse, ma sono state prese in carico e gestite prontamente, a conferma del nostro impegno nel garantire standard qualitativi sempre più elevati e in linea con le aspettative dei clienti.

RECLAMI PER TIPOLOGIA



5. Innovazione sostenibile



RICERCA E INNOVAZIONE

IL VALORE DELLA RICERCA

Il settore del packaging sta vivendo un'evoluzione costante e inarrestabile. Negli ultimi anni, con la crescente sensibilità e consapevolezza dei consumatori e di tutti gli attori del mercato rispetto agli impatti ambientali degli imballaggi, **l'innovazione si è concentrata su tre ambiti: progettazione e design, scelta dei materiali e fine vita del prodotto.**

CCM ha colto fin da subito la portata di questo cambiamento, investendo in attività di ricerca per lo sviluppo di prodotti capaci di rispondere alle nuove aspettative di sostenibilità del mercato. In azienda il processo di innovazione è guidato dalle funzioni Ricerca e Sviluppo e Qualità, che hanno definito **protocolli chiari per la gestione e la rendicontazione delle varie fasi progettuali:** dal brief di prodotto alla definizione dei requisiti tecnico-normativi, dai test sui prototipi all'analisi di costi e tempistiche, fino al collaudo finale. Tutte le altre funzioni interne partecipano al processo, informando sulle richieste o sui risvolti potenziali del progetto negli altri ambiti aziendali.

Quotidianamente sperimentiamo materiali differenti per individuare le strade più promettenti verso soluzioni utili a mercati diversi. Al contempo, con il nostro approccio consulenziale, studiamo le richieste specifiche che arrivano dai nostri clienti per garantire

risposte personalizzate. Stiamo investendo su soluzioni di packaging **facilmente riciclabili** e sullo sviluppo di imballi **compostabili certificati**. Non mancano l'attenzione all'**origine delle materie prime**, soprattutto della fibra di cellulosa, l'impegno per una generale **riduzione della quantità** di materiale utilizzato per la produzione e la ricerca di soluzioni sempre più evolute per facilitare il riciclo o il riutilizzo in fase di consumo.

A seconda della tipologia di progetto, il processo di ricerca e sviluppo può essere condotto in partnership con i **fornitori**, con i quali stipuliamo specifici accordi per il rispetto della proprietà intellettuale delle innovazioni, specialmente nel caso di sviluppo di brevetti, oltre alle condizioni commerciali e ad altri eventuali termini della collaborazione, con altre **aziende del settore** o con rinomate **università** del territorio.

5.1 RICERCA E INNOVAZIONE

Nel 2024 le attività di ricerca e sviluppo si sono concentrate sull'individuazione di **alternative alle carte antigrasso contenenti PFAS**, in vista dell'entrata in vigore, prevista per agosto 2026, del Regolamento europeo PPWR che introdurrà obblighi stringenti in materia. Al momento, stiamo testando diversi tipi di carte PFAS-free per le linee di sacchetti di nostra produzione realizzate da partner specializzati.

Parallelamente, è stata conclusa l'attività di sviluppo delle nuove vaschette per gastronomia BeBio® in cartoncino laminato biopolimero, che stanno progressivamente sostituendo la precedente linea in polpa. Inoltre, abbiamo avviato una collaborazione con **Versalis** e **Coopbox** per lo sviluppo di una nuova linea di **vaschette in polistirolo riciclato**, rafforzando ulteriormente la nostra rete di partnership.

Per supportare l'impegno sancito nel

nostro Piano di Sostenibilità di costruire un portafoglio con soluzioni sempre più sostenibili, nel 2024 abbiamo definito criteri chiari e condivisi per valutare i packaging di nostra produzione. In particolare, le nostre linee guida si basano su due pilastri:

RIDUZIONE:

valutazione della possibilità di ridurre il peso dei prodotti mantenendo inalterate le prestazioni, grazie al miglioramento tecnico dei materiali impiegati.



RICICLABILITÀ:

valutata secondo standard tecnici riconosciuti, come il metodo Aticelca® 501 per i packaging cellulosici e la norma EN 13432 per i packaging compostabili.

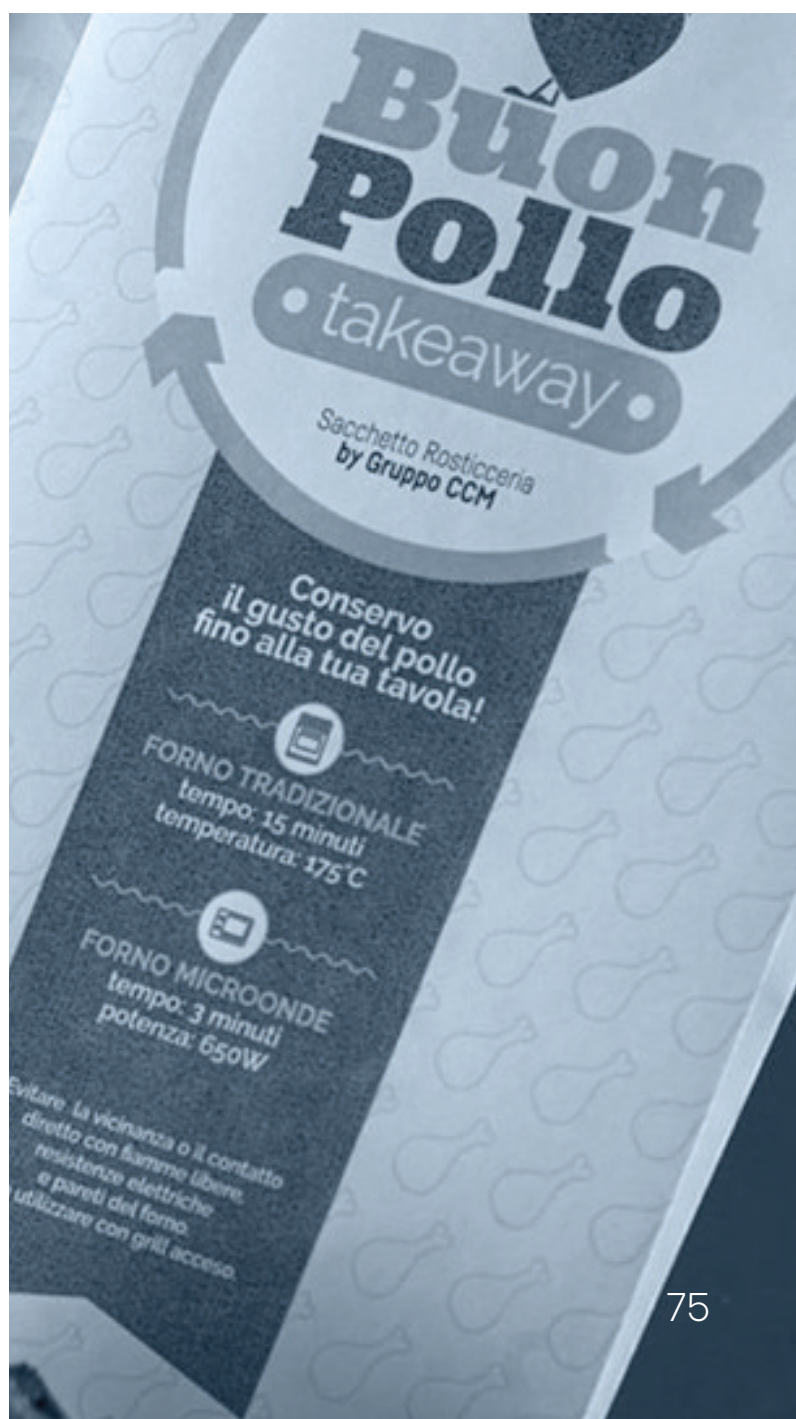


A partire dal 2025, inizierà un'attività di monitoraggio sistematico del portafoglio prodotti per misurare i risultati ottenuti in termini di riduzione, riciclabilità e compostabilità.

SOLUZIONI CON MIGLIORI PERFORMANCE AMBIENTALI

L'integrazione di requisiti rispondenti a criteri di sostenibilità e standard ambientali è diventato uno dei driver principali di sviluppo e continuerà a indirizzare gli sforzi di innovazione di CCM nei prossimi anni.

Nel 2020 abbiamo lanciato il nostro **sacchetto in carta con finestra per rosticceria "Buon Pollo -Take Away"** che, oltre a soddisfare i requisiti di funzionalità, risponde alle aspettative di sostenibilità. Realizzato in carta e cellophane certificati FSC®, il sacchetto è brevettato per l'uso prolungato nelle campane termiche delle gastronomie e il riscaldamento nel forno tradizionale o microonde da parte del consumatore, preservandone le caratteristiche organolettiche e senza il rilascio di sostanze nocive per gli alimenti. L'incarto, inoltre, è completamente riciclabile nella carta. Questa innovazione ha valso al nostro sacchetto rosticceria il titolo di finalista all'"Oscar dell'imballaggio – Best Packaging 2020".



5.1 RICERCA E INNOVAZIONE

Se nel 2021 lo sviluppo di prodotto si è focalizzato su **linee di articoli compostabili**, rispondenti ai requisiti della Direttiva SUP che vieta la commercializzazione di determinati articoli monouso in materiale plastico, nel 2022 abbiamo puntato su alternative alle carte poliaccoppiate e soluzioni di confezionamento per la riduzione di film in materiale plastico. In particolare, abbiamo depositato due **brevetti**:

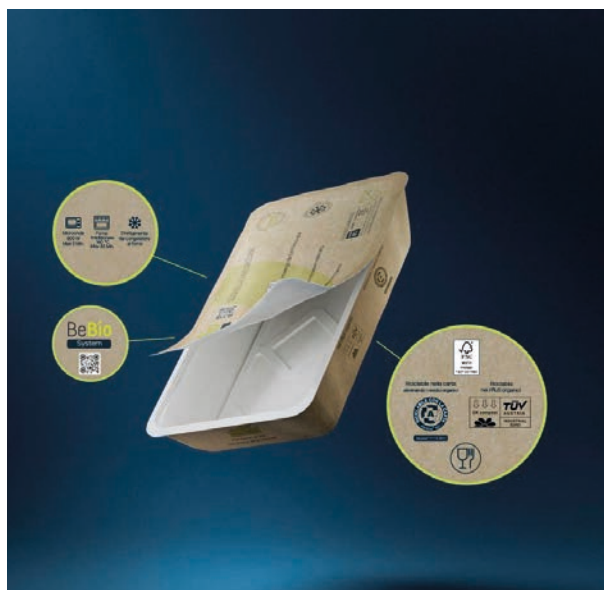


Il primo è una **carta da imballo** alla quale viene applicato un trattamento superficiale che la rende resistente all'umidità e ai grassi. In seguito all'utilizzo, l'incarto monomateriale può essere smaltito nella raccolta della carta per il riciclo. Questo prodotto permette di sostituire le carte da imballaggio accoppiate con film plastici o in biopolimero, senza compromessi sulle prestazioni.



Il secondo brevetto riguarda una **vaschetta in polpa di cellulosa o cartoncino rivestita in biopolimero proveniente da fibre certificate FSC®**, sigillabile con un film in carta, anch'esso rivestito da un lato in biopolimero. Il **BeBio® System** permette di evitare l'utilizzo di un film di chiusura in materiale plastico o biopolimero di uso tradizionale che non renderebbero il prodotto riciclabile. Al contrario, le componenti possono essere conferite nella raccolta della carta o smaltite nell'organico, in quanto certificate in conformità alla norma EN 13432. La vaschetta, inoltre, garantisce la massima funzionalità e qualità: può essere utilizzata per riscaldare gli alimenti in forno elettrico o microonde e la tipologia di materiale cartaceo facilita la stampa di grafiche personalizzate, secondo le esigenze del cliente. Avvalendoci di uno strumento di LCA (Life Cycle Assessment) messo a disposizione dal CONAI, in fase di progettazione abbiamo potuto simulare gli impatti positivi dell'applicazione di criteri di eco-design lungo le fasi del ciclo di vita del prodotto.

Dal 2024 un cartoncino laminato biopolimero sta progressivamente sostituendo la tradizionale polpa di cellulosa delle vaschette BeBio®. Inoltre, abbiamo avviato una nuova collaborazione con un costruttore di macchine saldatrici JPACK. Grazie a BeBio® System siamo stati selezionati tra i finalisti di **"Best Packaging 2022"**.



In occasione del convegno "Packaging sostenibile" promosso da CCM e Legacoop Estense a ottobre 2024 abbiamo presentato **BeFresh**, la nuova vaschetta in cartoncino sviluppata da CCM. Realizzata in fibra cellulosica certificata FSC® con struttura a tre strati e rivestimento multistrato ad alta barriera, BeFresh rappresenta una soluzione innovativa per il confezionamento in atmosfera protettiva di alimenti freschi come carne, pesce e salumi, garantendo la stessa shelf-life degli imballaggi in plastica tradizionali. Termoformabile in un unico passaggio e compatibile con le linee MAP standard, consente alle aziende di adottarla senza ulteriori investimenti. La vaschetta è riciclabile nella raccolta della carta (Aticelca® 501 - livello B) e idonea a microonde e forno tradizionale, offrendo così versatilità d'uso e riduzione dell'impatto ambientale, a testimonianza dell'impegno di CCM nell'innovazione sostenibile e nell'economia circolare.

LA NOSTRA LINEA SOSTENIBILE: GAMMA ECO

Per facilitare i clienti nell'individuazione dei prodotti con caratteristiche eco compatibili, li abbiamo raggruppati sotto la Gamma Eco, la linea di prodotti che risponde alla nostra ambizione di ridurre gli impatti sull'ambiente. Ispirata ai **principi di rigenerazione e riutilizzo** alla base dell'economia circolare, la Gamma Eco riunisce prodotti riciclabili o compostabili, realizzati in materiali provenienti da fonti rinnovabili e certificate. La linea, che include incarti, contenitori e vaschette, articoli per la tavola e shopper, oggi conta poco più di 500 referenze.



WOOD4PLASTIC: INNOVAZIONE CIRCOLARE DAGLI SCARTI DEL LEGNO

Da settembre 2024 partecipiamo al **progetto europeo WOOD4PLASTIC**, finanziato dal bando della Commissione europea LIFE2023. L'iniziativa, con durata triennale, mira a sviluppare vaschette per gastronomia in cartoncino laminato con un biopolimero che viene ottenuto tramite processi chimici a partire da scarti di lavorazione del legno.

Il progetto coinvolge diverse aziende europee e vede in Novamont il partner incaricato della sintesi del biopolimero. Grazie alla collaborazione con partner di tre Paesi europei, CCM si impegna nella ricerca di soluzioni innovative per produrre bioplastiche compostabili, riducendo l'impatto ambientale e promuovere modelli produttivi ispirati ai principi dell'economia circolare.



NUOVI SPAZI PER NUOVE IDEE

Oltre a innovare i nostri prodotti, riteniamo fondamentale utilizzare macchinari e attrezzature ad alte prestazioni e aggiornati ai più recenti sviluppi tecnologici.

Per questo, siamo orgogliosi di aver ottenuto dei **finanziamenti industria 4.0** grazie ai quali abbiamo potuto installare una nuova linea di produzione completa, in sostituzione di due linee meno efficienti, mantenendo la stessa capacità produttiva, a fronte di maggior versatilità e compattezza. È stato inoltre effettuato un ulteriore investimento di minore entità per l'installazione di un **impianto di raffrescamento** per l'area industriale per abbattere i picchi di calore di quasi 3°C, migliorando l'ambiente lavorativo per i nostri dipendenti.

Infine, ad aprile 2024 è stato avviato il progetto di revisione del layout di **magazzino**, concluso nella prima metà del 2025. Insieme a interventi strutturali di ampliamento della superficie degli spazi disponibili per assecondare la crescita aziendale, sono stati rivisti anche i flussi logistici e i modelli di lavoro.



5.2

L'IMPORTANZA DELLA SCELTA DELLE MATERIE PRIME

Cerchiamo di essere sempre un passo avanti rispetto alle richieste del mercato, in modo da sperimentare le soluzioni ancor prima che il nostro cliente le cerchi. Questa attenzione si riflette anche nella selezione meticolosa delle materie prime da utilizzare e nella costruzione di **relazioni collaborative con i nostri fornitori**. I rapporti con i nostri partner commerciali sono fondati su dialogo, trasparenza e collaborazione, valori che ci permettono di operare in un clima di rispetto e fiducia. Oltre al contesto commerciale, le occasioni di scambio di idee, buone pratiche e percezioni sull'evoluzione del settore avvengono nel contesto dello sviluppo di progetti condivisi di innovazione e durante gli eventi e le fiere di settore.

Rispetto al volume delle vendite, il 40% degli articoli è composto dai sacchetti e dagli incarti alimentari di produzione interna; l'ampia offerta di CCM è completata da prodotti realizzati da terzi. Per realizzare gli articoli di produzione interna, acquistiamo bobine di carta, film plastici e biopolimeri, colle e inchiostri. Tra le principali categorie di prodotti finiti che commercializziamo, selezioniamo i migliori prodotti di packaging in cellulosa, plastica e alluminio, nonché carta tissue e altri accessori per la pulizia dei punti vendita. Infine, per le spedizioni ci riforniamo di cartoni da imballo e politene.

ARTICOLI DI NOSTRA PRODUZIONE VENDUTI NEL 2024 (A VOLUME)

74,4%

certificati FSC® o PEFC

62%

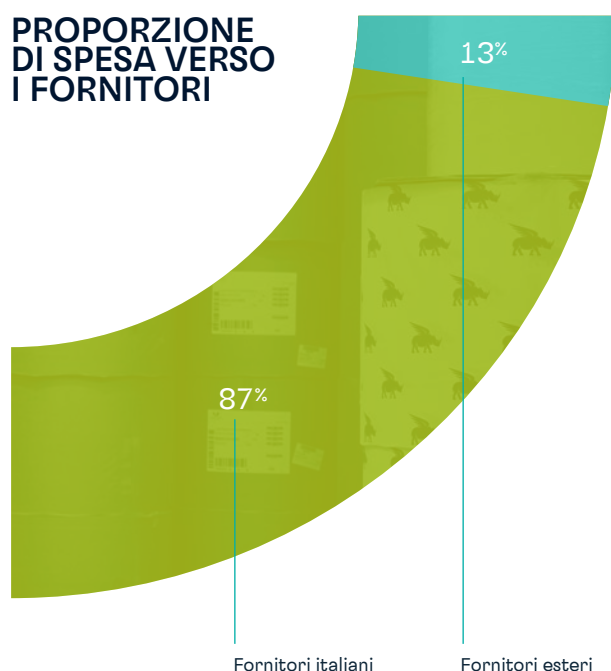
certificati Aticelca® 501

7,7%

certificati Ok Compost Industrial

Per tutte le nostre attività, collaboriamo con fornitori di fiducia, con i quali abbiamo instaurato **rapporti che durano da anni**, prediligendo in particolar modo i **migliori produttori nazionali** e vicini al nostro stabilimento. Infatti, i fornitori italiani rappresentano l'87% della spesa complessiva. Di questi, il 29% ha sede in Emilia-Romagna, nella nostra stessa regione.

**PROPORZIONE
DI SPESA VERSO
I FORNITORI**



Nel corso del 2023, a seguito dell'incorporazione della società controllata Biemme S.r.l., è stata razionalizzata l'anagrafica fornitori per unificare la gestione delle due aziende. Il processo è proseguito anche nel 2024.

Di conseguenza, il numero di fornitori diretti si è ridotto ulteriormente, passando da 289 nel 2023 a 223 fornitori nel 2024.

LA SELEZIONE DEI FORNITORI

Affidandoci prevalentemente a fornitori italiani, siamo sicuri che i nostri partner commerciali condividono la nostra stessa cultura del **rispetto di principi e alti standard sui temi della sicurezza sul lavoro, della tutela dei diritti umani e della salvaguardia dell'ambiente**, garantiti anche dal quadro normativo nazionale e comunitario.

Tuttavia, non trascuriamo di mantenere vigile l'attenzione su potenziali rischi sociali e ambientali che potrebbero emergere lungo la nostra catena di fornitura. Infatti, il nostro **sistema di individuazione e mitigazione dei rischi** prende in considerazione anche le attività di approvvigionamento e le relazioni con i partner. In particolare, ad oggi non sono stati rilevati specifici rischi di violazione dei diritti umani e dei lavoratori, mentre, dal punto di vista ambientale, alcune tipologie di forniture, come colle, inchiostri, carte con additivi e prodotti chimici per la detergenza professionale, potrebbero presentare dei rischi di contaminazione. Per questo, alle procedure di controllo della qualità e sicurezza alimentare dei prodotti, affianchiamo un processo di qualifica e valutazione periodica dei nostri fornitori, assicurandoci che tutti i nostri partner rispettino le normative e gli standard anche in materia ambientale.

In fase di **selezione**, richiediamo ai nostri fornitori di materie prime e componenti di packaging di dimostrare la conformità a una serie di **requisiti di qualità e di sostenibilità** definiti all'interno della Scheda Fornitore che sono chiamati a compilare e sottoscrivere. Inoltre, richiediamo a tutti i fornitori il rispetto dei principi di non discriminazione, valorizzazione del capitale umano, salute e sicurezza sul lavoro e impegno per la riduzione degli impatti ambientali contenuti nel nostro Codice Etico. Gli schemi di certificazione della catena di custodia delle carte e dei prodotti in cellulosa FSC® o PEFC offrono un'ulteriore garanzia del rispetto dei requisiti di sostenibilità ambientale, delle condizioni di lavoro e della tracciabilità lungo la catena di approvvigionamento di queste materie.

Il processo di **valutazione** dei fornitori avviene tramite l'assegnazione, da parte del Responsabile Qualità e del Direttore Operations, di un punteggio rispetto a una serie di requisiti che valutano i livelli di qualità, la compliance alle norme di sicurezza alimentare e ambientali, il rispetto delle condizioni commerciali contenute nella Scheda Fornitore, la flessibilità del servizio e il supporto tecnico. Tra i criteri ambientali si richiede che le informazioni riportate sul prodotto siano rispondenti alla

normativa sull'etichettatura ambientale, che l'azienda fornisca le opportune dichiarazioni per comprovare la conformità alle normative MOCA e alle idoneità dichiarate e, se applicabile, la presenza di certificazioni di prodotto (ad esempio FSC®, PEFC, certificazione di compostabilità EN 13432 e riciclabilità Aticelca® 501) e l'eventuale quota di materiale riciclato di cui è composto il prodotto. In seguito, nel corso del rapporto di collaborazione, i fornitori sono soggetti a **monitoraggio periodico** eseguito dalla funzione Qualità attraverso una revisione documentale.

Per quanto riguarda le forniture di prodotti finiti commercializzati da CCM, oltre alla valutazione documentale, una procedura di controllo della merce in entrata permette di verificare la conformità dei prodotti all'immissione sul mercato.

Infine, rispetto ai fornitori di altri prodotti accessori o servizi, come i servizi logistici e di pulizia, la procedura di selezione e monitoraggio è meno stringente, ma comporta comunque la valutazione di requisiti specifici in base alla categoria di fornitura.

Dallo scorso anno ci siamo impegnati a incrementare le attività di **auditing** volte a rafforzare il nostro presidio sulla catena di fornitura. Nel 2023 abbiamo effettuato 8 audit, di cui 5 su nuovi fornitori, mentre nel 2024 ne abbiamo eseguiti **10**, di cui 2 su nuovi fornitori, e uno su un'azienda partner di sviluppo R&D che si configura come fornitore indiretto. Inoltre, è stato formalizzato un **Piano di Audit Qualifica Fornitore** che prevederà visite programmate effettuate dalle funzioni Qualità e Acquisti a partire dal 2025.

Infine, per il prossimo anno abbiamo predisposto un questionario da rivolgere ai fornitori per indagarne le attività implementate in ambito ambientale e sociale.

REQUISITI AMBIENTALI VALUTAZIONE FORNITORI



Etichettatura ambientale

Dichiarazioni di conformità alle norme
MOCA sulla sicurezza alimentare

Eventuale presenza di certificazioni di prodotto

- FSC® / PEFC

- Aticelca® 501 accompagnata dalle prove di laboratorio della conformità alla norma UNI 11743:2019

- Biodegradabilità e compostabilità secondo la norma UNI EN 13432 e certificazioni "OK Compost" di TÜV, DIN CERTCO, Compostabile CIC

- Ecolabel

Valutazione della presenza di certificazioni di stabilimento e sistemi di gestione certificata come BRC, ISO14001, EMAS, ISO 9001

Eventuale conformità ai requisiti dei Criteri Ambientali Minimi (CAM) per articoli destinati alla Ristorazione Collettiva

Eventuale percentuale di contenuto di materiale riciclato

MATERIE PRIME E MATERIALI

Per realizzare i nostri sacchetti e incarti alimentari in cellulosa, selezioniamo bobine di carta di alta qualità, lavorate in stabilimenti che adottano sistemi di gestione per l'efficientamento dei processi e soluzioni di mitigazione degli impatti ambientali legati alle attività produttive. Infatti, se da una parte la carta è una materia prima altamente rinnovabile e riciclabile, dall'altra il suo processo di lavorazione è energivoro e ad alto dispendio idrico. Tuttavia, grazie all'impiego di tecnologie e processi più efficienti, è possibile ridurre significativamente gli impatti della produzione sull'ambiente. Prediligiamo, inoltre, cartiere integrate che gestiscono tutte le fasi di lavorazione della materia prima: dal processo di raccolta e trattamento del legname fino alla produzione delle bobine di carta. Per sostenere lo sviluppo di una filiera virtuosa, **delle oltre 3.600 tonnellate di carta che abbiamo impiegato nel processo di produzione, il 99,7% è certificato FSC® o PEFC.**

La **carta** costituisce il **91,8%** dei materiali che impieghiamo (in peso), mentre la quota rimanente è relativa ai prodotti accessori per la realizzazione dei nostri sacchetti e incarti, ovvero film plastici, colle e inchiostri. Rispetto agli inchiostri, preferiamo produttori che offrono prodotti che rispondono ai requisiti della normativa EN 13432, mentre per le colle ci rivolgiamo a fornitori specialisti in colle a bassa migrazione, ovvero che impediscono il trasferimento di sostanze chimiche agli alimenti, per garantire la massima sicurezza dei prodotti.

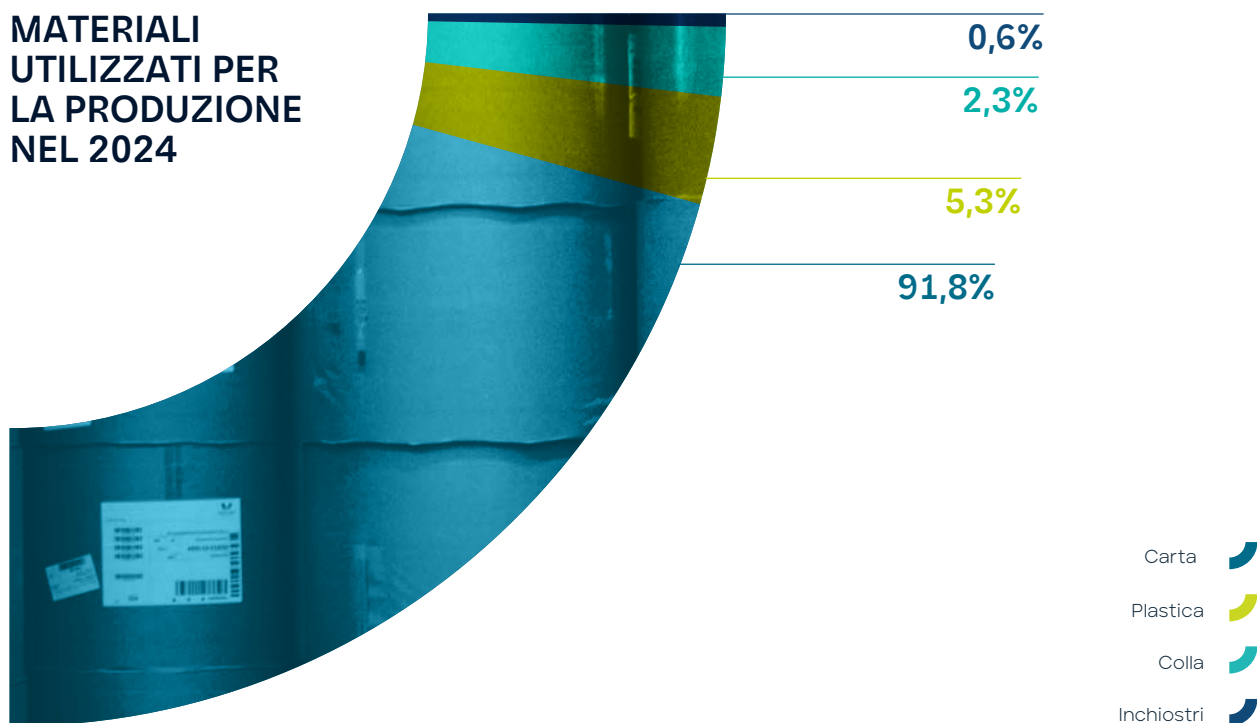


Il marchio della
gestione forestale
responsabile



5.2 L'IMPORTANZA DELLA SCELTA DELLE MATERIE PRIME

MATERIALI UTILIZZATI PER LA PRODUZIONE NEL 2024

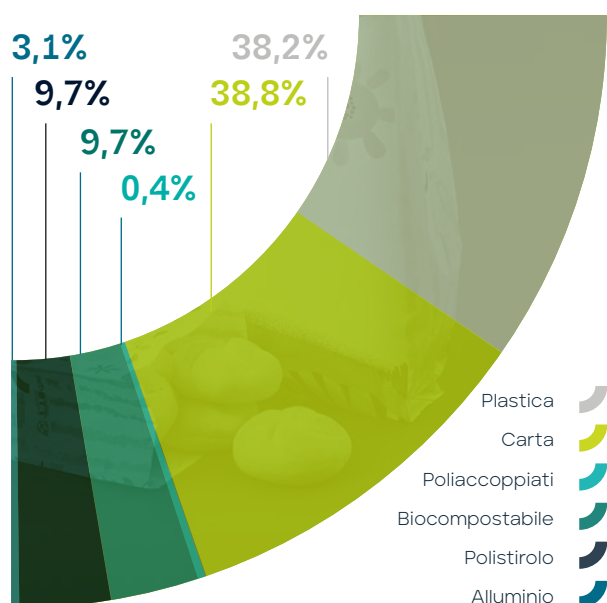


Gli **articoli per alimenti** che commercializziamo sono prevalentemente composti da carta e plastica, che nel 2024 hanno rappresentato rispettivamente il 39% e il 38% degli articoli food venduti (in peso). Rispetto al biennio precedente, si registrano degli scostamenti piuttosto marcati (-20% per la carta e + 15% per la plastica) dovuti principalmente alla riclassificazione di alcuni materiali da applicazioni food a non food nel nostro **nuovo sistema gestionale integrato** introdotto nel corso del 2024.

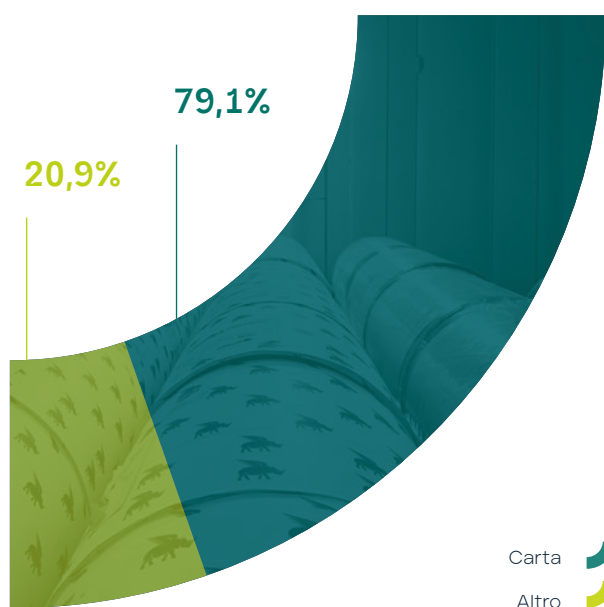
A carta e plastica seguono i prodotti in materiale biocompostabile (10%), in polistirolo (10%) e, in quota minore, di articoli in alluminio, materiale poliaccoppiato e legno. Per quanto riguarda gli **articoli non a uso alimentare**, il 79% del materiale di composizione è costituito da carta. Nella quota rimanente rientrano invece prodotti vari come guanti, etichette, nastri adesivi, attrezzature e articoli stagionali.

SUDDIVISIONE DEI PRODOTTI FINITI ACQUISTATI E COMMERCIALIZZATI NEL 2024 IN BASE ALLA COMPOSIZIONE (IN KG)

PRODOTTI FOOD



PRODOTTI NON FOOD



Per quanto riguarda i **materiali da imballo** per le spedizioni, utilizziamo esclusivamente cartone riciclato acquistato da una multinazionale leader del settore con stabilimento produttivo situato nelle vicinanze di Modena. Gli imballi sono progettati con caratteristiche che garantiscono la tutela del consumatore da qualsiasi tipologia di contaminazione diretta o indiretta. Inoltre, per la movimentazione e spedizione della merce ci riforniamo di bancali di legno e polietilene per l'imballaggio dei pallet. Attualmente, per la fasciatura dei pallet privilegiamo l'utilizzo di film plastici in polietilene

vergine, poiché garantisce una stiratura del film migliore e una tenuta ottima alle tensioni a cui il pallet è soggetto durante il trasporto. Queste performance, non ancora pienamente garantite dal polietilene riciclato, permettono di ridurre al minimo gli episodi di danneggiamento e, di conseguenza, gli impatti associati alla sostituzione della merce danneggiata e ai trasporti aggiuntivi che si renderebbero necessari.

Tuttavia, siamo sempre alla ricerca di soluzioni di imballaggio alternative con un minore impatto ambientale.

5.3

PRODUZIONE RESPONSABILE

Operiamo in uno dei settori con i più alti livelli di circolarità in Italia, dati dalla capacità di recupero e riciclo della carta e dei materiali in cellulosa. Per contribuire allo sviluppo sostenibile della filiera, abbiamo coltivato una progressiva consapevolezza delle tipologie di impatti derivati dalle nostre attività e della dimensione della nostra impronta sull'ambiente.

Oltre a porre particolare attenzione alla scelta delle materie prime, provenienti da fonti rinnovabili e preferibilmente certificate, ci impegniamo a valorizzare i materiali attraverso processi produttivi che permettano un uso sempre più efficiente e responsabile delle risorse energetiche e idriche, e una corretta gestione di scarti e rifiuti.

CONSUMI ENERGETICI



2.000 m²

SUPERFICIE DELL'IMPIANTO FOTOVOLTAICO



211.247 kWh

DI ELETTRICITÀ RINNOVABILE PRODOTTA E CONSUMATA



154.006 kWh

DI ELETTRICITÀ RINNOVABILE PRODOTTA E REIMMESSA IN RETE



30%

FABBISOGNO ELETTRICO DELLE SEDI DI VIA MALAVOLTI E VIA PORTOGALLO SODDISFATTO DALL'ELETTRICITÀ PRODOTTA DAGLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI

Il nostro approccio alla gestione responsabile delle risorse energetiche si fonda su un monitoraggio puntuale dei consumi, prevalentemente legati all'impiego di gas metano per il riscaldamento e di energia elettrica per le attività direzionali e produttive del Gruppo CCM, che complessivamente si sviluppano su circa 23.000 m² di superficie. L'**impianto fotovoltaico** installato sulla sede logistica di via Malavolti che si estende su 1.000 m² di superficie, ne ha coperto circa il 40% del fabbisogno elettrico.

Nel 2022 è entrato in servizio anche un secondo impianto fotovoltaico di pari dimensioni, installato presso la sede di via Portogallo, che, nel 2024, ha permesso di coprire il 25% del fabbisogno.

Qui, inoltre, si trova un **impianto solare** per il riscaldamento dell'acqua sanitaria. Complessivamente, l'energia elettrica autoprodotta ha coperto il 30% del fabbisogno elettrico delle due sedi.

5.3 PRODUZIONE RESPONSABILE

Grazie agli impianti fotovoltaici, nel 2024 sono stati prodotti e consumati 211.247 kWh di energia elettrica rinnovabile (-9% sul 2023 e -15% sul 2022), mentre 154.006 kWh sono stati reimmessi in rete (-19% sul 2023 e -10% sul 2022). L'**elettricità acquistata dalla rete** è stata pari a 572.152 kWh, in aumento del 7,8% rispetto al 2023, ritornando ai livelli del 2022.

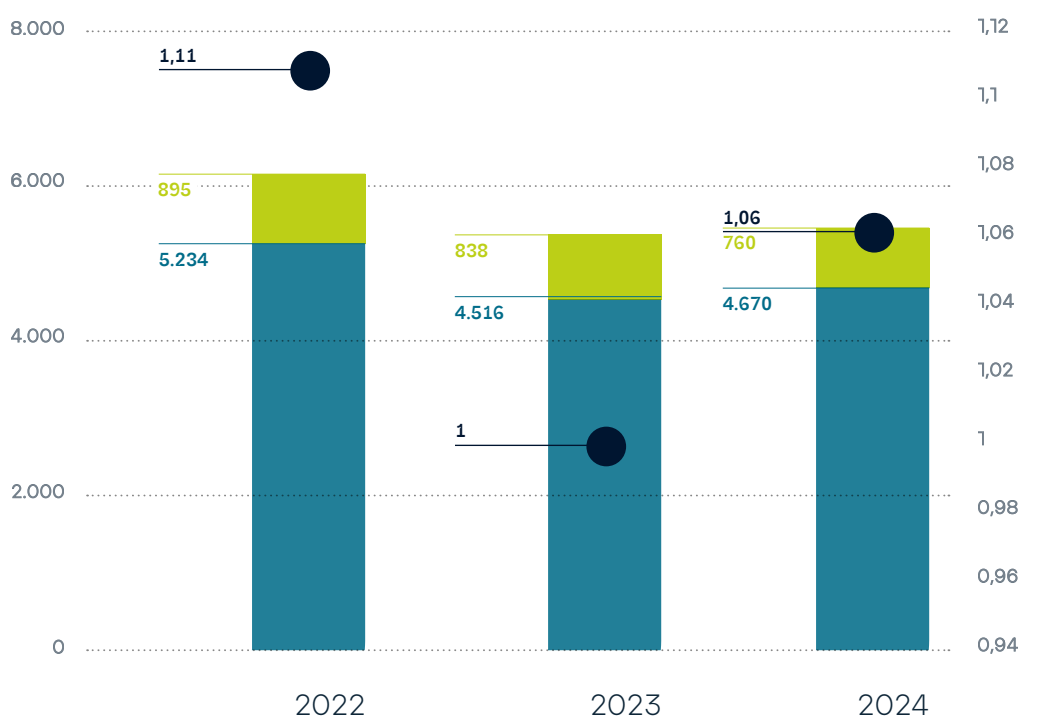
Nel 2024, il **gas metano** consumato è stato pari a 38.628 m³, registrando un aumento del 4% rispetto all'anno precedente e un calo del 12% rispetto al 2022. A settembre 2024 è stato completato il rifacimento della centrale termica a gas della sede di via Portogallo. L'impianto ha già affrontato un primo inverno di esercizio, sfruttando la pompa di calore per il riscaldamento degli uffici nelle stagioni intermedie e passando alle caldaie a gas nei mesi più freddi. Inoltre, il sistema è stato integrato nella piattaforma domotica di supervisione e termoregolazione. Proseguendo su questa stessa strada, nel 2025 realizzeremo anche un nuovo impianto di raffrescamento per il reparto produttivo, gestito dal sistema domotico, a conferma di un percorso di efficientamento energetico graduale e in continua evoluzione.

Completano i consumi dell'organizzazione quelli legati all'utilizzo di **carburanti per auto e furgoni** di proprietà aziendale, alimentati principalmente a diesel e, in quota minore, a benzina. Nel 2024, il fabbisogno di carburante è diminuito: l'impiego di benzina è calato del 31%, passando da 2.578 a 1.786 litri; anche i consumi di diesel si sono lievemente contratti, attestandosi a 29.902 litri, contro i 30.759 litri dell'anno precedente (-2,8%).

I consumi energetici complessivi nel 2024 sono stati pari a 5.431 GJ, in linea con l'anno precedente (5.355 GJ) e in calo dell'11% rispetto al 2022. L'**intensità energetica degli stabilimenti**¹¹, pari a 1,06 GJ/tonnellata di produzione, registra un leggero peggioramento rispetto al 2023 (1,00 GJ/t), mentre è in miglioramento rispetto al 2022, quando l'indicatore era 1,11 GJ/t.

¹¹ Calcolata come somma di gas naturale, elettricità acquistata dalla rete e elettricità prodotta e consumata dall'impianto fotovoltaico rapportata alla produzione annuale interna.

CONSUMI ENERGETICI TOTALI (GJ) E INTENSITÀ ENERGETICA (GJ/T)



Consumi energetici
da fonti non rinnovabili



Consumi energetici
da fonti rinnovabili

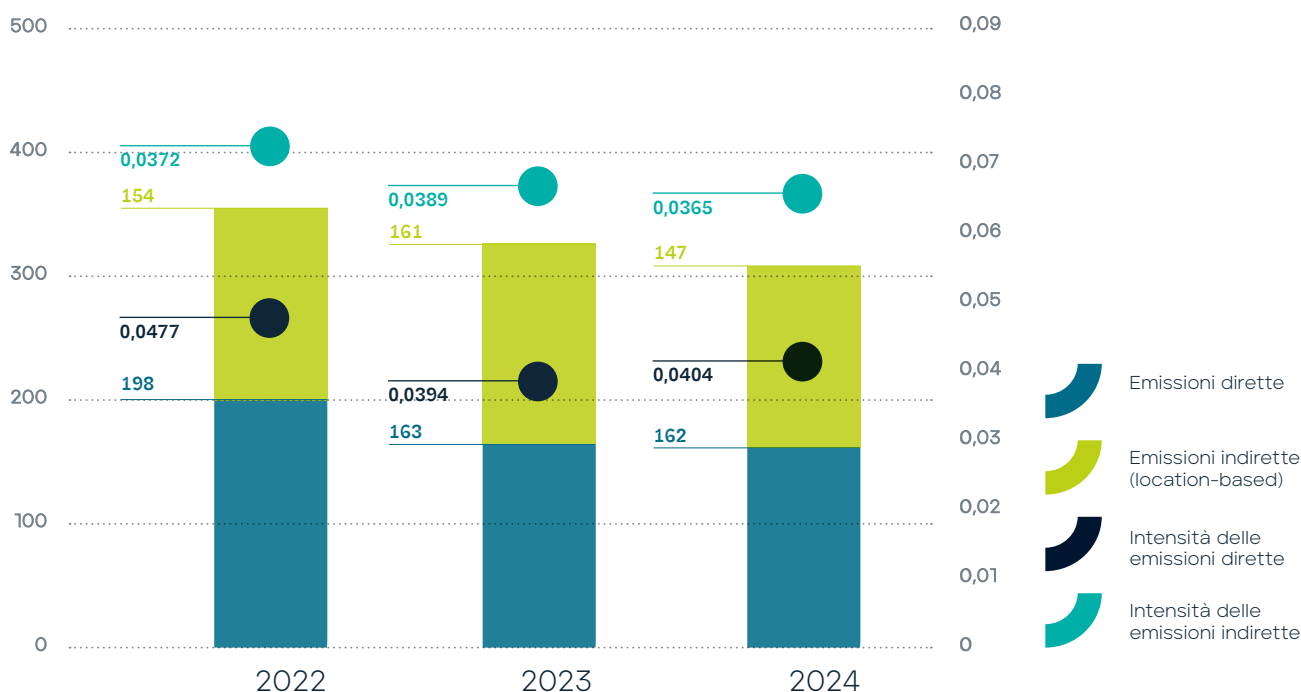


Intensità energetica
di stabilimento

EMISSIONI

Le nostre **emissioni dirette** sono legate al consumo di gas metano per l'alimentazione delle caldaie e della centrale termica e ai carburanti per il parco auto. Nel 2024, le emissioni dirette (Scope 1) sono state pari a 162 tonnellate di CO₂e, in linea con il 2023 e in diminuzione del 18% rispetto al 2022. Invece, le **emissioni indirette** prodotte dall'acquisto e consumo di energia elettrica dalla rete (Scope 2) nel 2024 sono state pari a 147 tonnellate di CO₂e (-8,9% sul 2023 e -5,0% sul 2022) secondo il metodo location-based e a 252 tonnellate di CO₂e (-4,9% sul 2023 e -4,0% sul 2022) se calcolate secondo il metodo market-based¹².

EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE TOTALI (T CO₂E) E INTENSITÀ DELLE EMISSIONI (T CO₂E/T)



¹² Il primo riflette l'intensità media delle emissioni relative alle reti dalle quali l'energia viene erogata, mentre il secondo riporta le emissioni connesse all'elettricità che la società ha deciso di acquistare.

-1,6%

intensità delle emissioni
di Scope 1 e 2
rispetto al 2023

54 ton

tonnellate di CO₂e evitate nel
2024 grazie all'impianto
fotovoltaico

Nel 2024 il dato sull'**intensità emissiva** complessiva¹³ risulta in miglioramento dell'1,6% rispetto al 2023 e del 9,3% se confrontato con il 2022. Nello specifico, l'intensità delle emissioni dirette rileva un lieve peggioramento rispetto all'anno precedente (+2,7%), mentre è in miglioramento del 15,2% rispetto al 2022. L'indicatore sull'intensità delle emissioni indirette, invece, continua a diminuire, sia rispetto al 2023 (-6%) che al 2022 (-1,8%), tracciando un trend positivo.

Grazie all'energia elettrica prodotta dal nostro impianto fotovoltaico e consumata all'interno dell'organizzazione nel 2024 **abbiamo evitato di immettere nell'atmosfera 54 tonnellate di CO₂e** (-23,4% sul 2023).

Anche se non abbiamo ancora applicato un sistema di monitoraggio puntuale dell'impronta di carbonio della nostra organizzazione, siamo intervenuti per ridurre l'impatto delle operazioni logistiche. Abbiamo portato avanti un progetto di revisione delle spedizioni e introdotto dei sistemi informatizzati per la revisione delle tratte, così da ottimizzare le rotte e l'impiego dei camion. Si tratta di progetti sfidanti, ma che ci permetteranno una gestione sempre più puntuale ed efficiente delle spedizioni, migliorando al contempo il livello di servizio al cliente.

¹³ Considerando Scope 1 e Scope 2 location-based.

GESTIONE DEI RIFIUTI

In CCM ci impegniamo a gestire correttamente i nostri rifiuti e a minimizzare gli scarti generati dall'attività produttiva, nell'ottica di ottimizzare l'uso delle risorse e recuperare i materiali per conferirli a riciclo, limitando il più possibile i quantitativi da inviare in discarica.

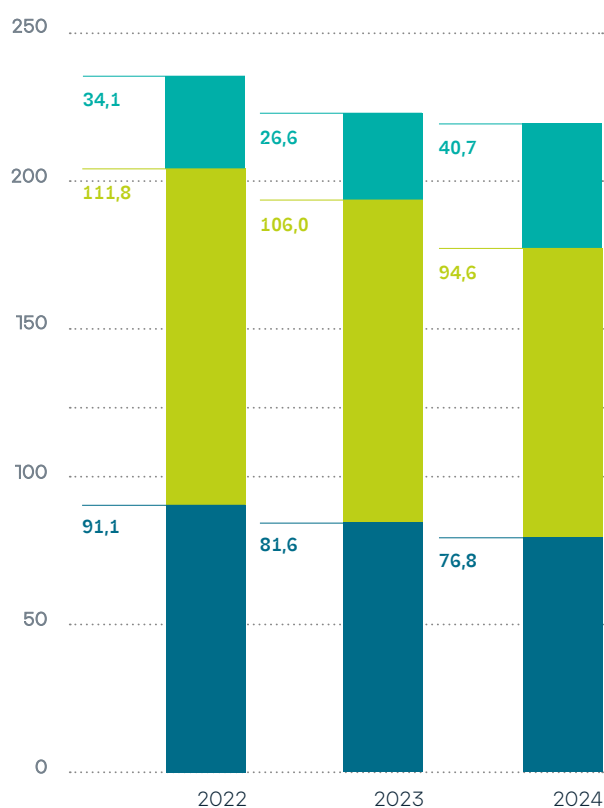
Le principali tipologie di rifiuto non pericoloso sono rappresentate dagli **scarti di produzione** e dalle **anime delle bobine di carta** utilizzate per la produzione, oltre ai **rifiuti degli imballaggi** in carta, plastica e legno provenienti dalle forniture. Inoltre, produciamo una parte di rifiuti contenenti residui di sostanze chimiche di colle, solventi e additivi impiegati per il trattamento delle carte, che sono trattati esternamente e smaltiti come rifiuti pericolosi, così come le acque reflue di lavaggio degli impianti.

Gli scarti di produzione sono misurati e suddivisi per tipologia e raccolti separatamente per permettere il **recupero dei materiali riciclabili**. Infatti, gli scarti composti di sola carta, dopo essere stati compattati, sono inviati a un operatore esterno che ne gestisce il riciclo. Le carte politenate, accoppiate con altri materiali e lavorate con additivi chimici, devono invece essere smaltite come rifiuti pericolosi o inviate a discarica. Periodicamente valutiamo l'andamento generale e la produzione di scarti per ogni linea in modo da individuare tendenze negative

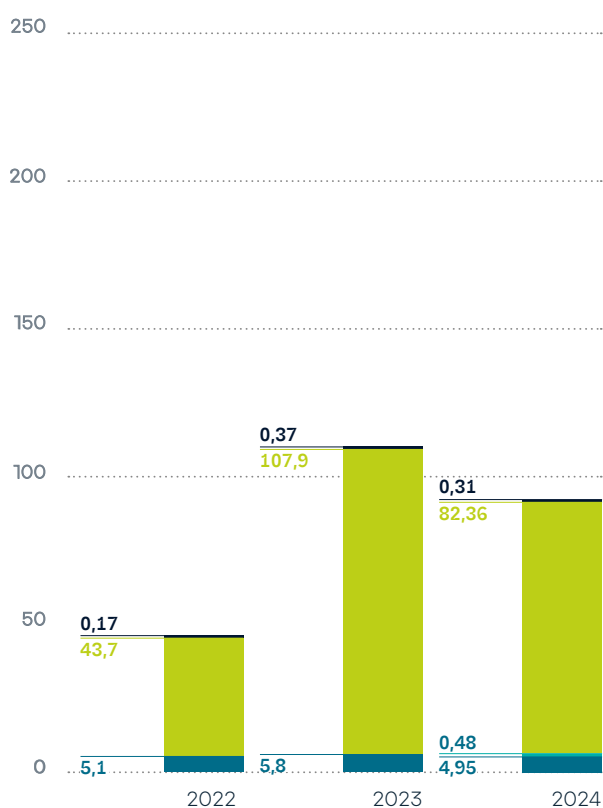
e intervenire per il miglioramento dei livelli di efficienza, i quali sono influenzati da molteplici fattori: la formazione del personale tecnico e degli operatori in linea, la qualità delle materie prime, la possibilità di lavorare su lotti lunghi per minimizzare l'impatto degli impianti e la manutenzione e pulizia dei macchinari. Nel 2024 l'**incidenza degli scarti totali sulle materie prime** utilizzate è stata pari al 2,52%, in diminuzione rispetto al 3,16% registrato nel 2023.

Nel 2024 abbiamo prodotto 300 tonnellate di rifiuti, in calo del 9% rispetto al 2023. Se si rapportano i rifiuti alla produzione si ottiene un indice pari a 0,075 t/t, che mostra un andamento in lieve miglioramento rispetto all'esercizio precedente (0,079 t/t nel 2023). Il 71% dei rifiuti totali è costituito da materiali non pericolosi composti da scarti di materiali di imballaggio, che sono inviati a riciclo. Nel 2024 la quota di rifiuti pericolosi, rappresentati principalmente da rifiuti liquidi acquosi contenenti inchiostro, è diminuita del 23%.

RIFIUTI NON PERICOLOSI (T)



RIFIUTI PERICOLOSI (T)



6. Appendice

6.1

NOTA METODOLOGICA

Attraverso il Report di Sostenibilità C.C.M. Coop. Cartai Modenese (di seguito anche "Gruppo CCM" o "CCM") intende comunicare ai propri stakeholder gli impatti dell'azienda e gli impegni assunti rispetto ai temi di sostenibilità sociale, ambientale ed economica con trasparenza e accuratezza.

Questa quarta edizione del Report di Sostenibilità riguarda il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2024.

Il perimetro di rendicontazione è relativo alla società C.C.M. Coop. Cartai Modenese, che ha sede legale a Modena, in via F. Malavolti, 12.

Il Report di Sostenibilità è stato redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "in accordance". Il GRI è il riferimento più diffuso a livello internazionale per la rendicontazione di sostenibilità; si tratta di un'associazione indipendente internazionale che promuove lo sviluppo di una rendicontazione volontaria delle performance economiche, ambientali e sociali. In appendice al documento è presente l'"Indice dei contenuti GRI", con il dettaglio delle informazioni qualitative e quantitative rendicontate in conformità alle linee guida sopra menzionate.

I contenuti del presente Report sono stati individuati attraverso un processo di analisi di materialità, che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo CCM e i suoi stakeholder.

Per restituire un quadro esaustivo e completo degli andamenti dell'azienda, laddove possibile, i dati pubblicati sono stati presentati in forma comparativa. Le informazioni quantitative per le quali è stato fatto ricorso a stime sono state debitamente segnalate. Inoltre, le riesposizioni dei dati comparativi precedentemente pubblicati, dovute ad un affinamento dei metodi di rendicontazione, sono chiaramente indicate come tali all'interno del documento.

La redazione del documento è avvenuta in modalità partecipata, coinvolgendo le principali funzioni aziendali. Il Report di Sostenibilità è stato sottoposto a valutazione del Presidente e Amministratore Delegato.

Il presente Report non è stato sottoposto a revisione da parte di un ente terzo indipendente.

Il documento è disponibile sul nostro sito istituzionale www.ccmpackaging.it. Per informazioni e comunicazioni sul Report di Sostenibilità, potete inviare una mail a info@ccmpackaging.it.

6.2

PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ

ORGANIZZAZIONE E PERFORMANCE ECONOMICA

Composizione del massimo organo di governo

Cognome e nome	Ruolo esecutivo o non esecutivo	Indipendenza	Numero di altre cariche importanti ricoperte e natura di tali cariche	Genere	Appartenenza a gruppi sociali sotto rappresentati	Competenze riguardanti i temi economici, ambientali e sociali	Categorie di stakeholder rappresentate
Faietti Davide	Presidente	No	Membro del CdA di altre 4 Società	M	No	Sì	Dirigenza Soci
Forti Fabio	Vicepresidente	No	-	M	No	No	Soci
Saccardi Annagiulia	Consigliere	No	-	F	No	No	Dipendenti soci
Bruni Paolo	Consigliere	No	-	M	No	No	Dipendenti soci
Menozzi Federico	Consigliere	No	-	M	No	No	Dipendenti soci
Cavazzuti Luca	Consigliere	No	-	M	No	No	Dipendenti soci
Ala Cristina	Consigliere	No	-	F	No	No	Dipendenti soci

Rapporto di retribuzione totale annuale

	2024	2023	2022
Rapporto fra la retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e la retribuzione totale annuale media di tutti i dipendenti	43%	44%	36%
Rapporto fra l'aumento percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e l'aumento percentuale medio della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti	138%	5,169%	-673%

Valore economico creato

In euro	2024	2023	2022
Ricavi netti delle vendite e prestazioni	45.500.124	46.309.259	44.330.581
Altri ricavi non finanziari	263.144	270.177	465.150
Variazione delle rimanenze	-316.652	42.768	328.241
Proventi finanziari	279.030	229.228	172.061
Valore aggiunto totale creato	45.725.646	46.851.432	45.296.033

Valore economico distribuito

In euro	2024	2023	2022
Ai fornitori (costi merci vendute, servizi, godimento di terzi)	36.508.479	37.905.533	39.124.394
Remunerazione dei fornitori	36.508.479	37.905.533	39.124.394
Al lavoro dei dipendenti soci	3.000.594	2.733.376	2.447.825
Ristorno ai dipendenti soci	675.123	616.842	148.764
Al lavoro dei dipendenti non soci	1.603.080	1.900.574	2.038.895
Al lavoro di altri soggetti	125.224	64.796	214.483
Remunerazione del lavoro	5.404.021	5.315.588	4.849.967
Ai soci (interessi prestito sociale)	18.503	18.857	19.424
Interessi finanziari alle banche	278.735	257.495	113.336
Remunerazione ai prestatori di capitale	297.238	276.352	132.760
Al Movimento Cooperativo (contributi e fondo di promozione coop.va)	98.791	85.911	45.224
Alle generazioni future	1.703.226	1.468.279	152.743
Remunerazione sistema sociale e cooperativo	1.802.017	1.554.190	197.967
Alle attività sociali e culturali	25.557	27.849	72.859
Remunerazione alla collettività	25.557	27.849	72.859
Imposte e tasse	295.999	330.168	434.433
Remunerazione pubblica amministrazione	295.999	330.168	434.433
Valore aggiunto totale distribuito	44.333.311	45.409.679	44.812.380

Valore economico trattenuto

In euro	2024	2023	2022
Ammortamenti	628.548	590.643	605.089
Accantonamenti	-	150.000	-
Altro	763.787	701.210	- 121.436
Valore aggiunto totale trattenuto	1.392.335	1.441.853	483.653

Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali

	2024	2023	2022
Spesa a favore di fornitori italiani	87,06%	88,23%	87,02%
Spesa a favore di fornitori locali ¹⁴	29,04%	29,60%	26,83%
Spesa a favore di fornitori esteri	12,94%	11,77%	12,98%

¹⁴ Per fornitori locali si intendono i fornitori con sede nella stessa Regione in cui avvengono le attività aziendali. La spesa a favore dei fornitori locali è calcolata sul Totale pagamenti e impegni assunti nei confronti di fornitori nel periodo di rendicontazione.

PERFORMANCE SOCIALI

Dipendenti per contratto di lavoro e genere

Contratto di lavoro	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Indeterminato	28	65	93	28	61	89	28	57	85
Determinato	-	-	-	-	2	2	2	6	8
Totale	28	65	93	28	63	91	30	63	93

Dipendenti per tipologia di contratto e genere

Tipologia di contratto	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Full-time	21	64	85	22	62	84	24	62	86
Part-time	7	1	8	6	1	7	6	1	7
Totale	28	65	93	28	63	91	30	63	93

Numero di assunzioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

Genere	2024				2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Donne	-	1	-	1	-	1	-	1	1	2	-	3
% sui dipendenti	-	8%	-	4%	-	8%	-	4%	100%	14%	-	10%
Uomini	1	3	-	4	7	6	-	13	6	7	2	15
% sui dipendenti	8%	10%	-	6%	64%	18%	-	21%	55%	23%	9%	24%
Totale	1	4	-	5	7	7	-	14	7	9	2	18
% sui dipendenti	8%	9%	-	5%	58%	15%	-	15%	58%	20%	5%	19%

Numero di cessazioni per genere e fascia d'età dei dipendenti

Genere	2024				2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Donne	-	1	-	1	-	-	2	2	-	-	2	2
% sui dipendenti	-	8%	-	4%	-	-	21%	7%	-	-	13%	7%
Uomini	-	2	-	2	8	3	3	14	6	4	3	13
% sui dipendenti	-	6%	-	3%	73%	9%	67%	22%	55%	13%	14%	21%
Totale	-	3	-	3	8	3	5	16	6	4	5	15
% sui dipendenti	-	7%	-	3%	67%	7%	15%	18%	50%	9%	14%	16%

Ore medie di formazione annua per dipendente, per genere e per categoria professionale

Categoria professionale	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	14,5	14,5	-	33,5	33,5	16,0	22,5	18,0
Quadri	-	-	-	-	24,0	24,0	-	16,0	16,0
Personale amministrativo	17,2	13,7	15,5	16,1	14,5	15,3	17,8	14,3	16,1
Personale di reparto	1,5	2,8	2,6	3,5	8,2	7,7	3,3	5,8	5,5
Totale	14,9	7,3	9,6	14,3	12,1	12,8	15,3	10,1	11,8

Percentuale di dipendenti che ha ricevuto una valutazione periodica delle performance

Categoria professionale	2024			2023			2022		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Personale amministrativo	21%	22%	21%	21%	14%	18%	32%	17%	25%
Personale di reparto	-	19%	17%	-	19%	17%	-	17%	15%
Totale	18%	19%	18%	18%	16%	16%	27%	16%	19%

Dipendenti per categoria professionale e genere

Categoria professionale	2024						2023						2022					
	Donne		Uomini		Totale		Donne		Uomini		Totale		Donne		Uomini		Totale	
	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%
Dirigenti	-	-	4	4,3	4	4,3	-	-	4	4,4	4	4,4	1	1,1	4	4,3	5	5,4
Quadri	-	-	1	1,1	1	1,1	-	-	1	1,1	1	1,1	-	-	1	1,1	1	1,1
Personale amministrativo	24	25,8	23	24,7	47	50,5	24	26,4	21	23,1	45	49,5	25	26,9	23	24,7	48	51,6
Personale di reparto	4	4,3	37	39,8	41	44,1	4	4,4	37	40,7	41	45,1	4	4,3	35	37,6	39	41,9
Totale	28	30,1	65	69,9	93	100	28	30,8	63	69,2	91	100	30	32,3	63	67,7	93	100

6.2 PERFORMANCE DI SOSTENIBILITÀ

Dipendenti per categoria professionale e fascia d'età

Categoria professionale	2024						2023						2022					
	<30		30-50		>50		<30		30-50		>50		<30		30-50		>50	
	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%	N° dip	%
Dirigenti	-	-	3	3,2	1	1,1	-	-	3	3,3	1	1,1	-	-	3	3,2	2	2,2
Quadri	-	-	-	-	1	1,1	-	-	-	-	1	1,1	-	-	-	-	1	1,1
Personale amministrativo	3	3,2	21	22,6	23	24,7	3	3,3	20	22	22	24,2	3	3,2	20	21,5	25	26,9
Personale di reparto	9	9,7	20	21,5	12	12,9	9	9,9	23	25,3	9	9,9	9	9,7	21	22,6	9	9,7
Totale	12	12,9	44	47,3	37	39,8	12	13,2	46	50,5	33	36,3	12	12,9	44	47,3	37	39,8

Rapporto del salario base delle donne rispetto agli uomini

	2024	2023	2022
Dirigenti	-	-	108%
Quadri	-	-	-
Personale amministrativo	92%	77%	90%
Personale di reparto	98%	96%	104%

Rapporto della retribuzione delle donne rispetto agli uomini

	2024	2023	2022
Dirigenti	-	-	113%
Quadri	-	-	-
Personale amministrativo	83%	74%	75%
Personale di reparto	86%	111%	80%

Indicatori di salute e sicurezza relativi ai dipendenti

	2024	2023	2022
Totale ore lavorate	148.422	147.552	146.028
Numero di infortuni gravi	-	-	-
Numero di infortuni totali registrabili	6	9	4
Tasso di frequenza degli infortuni gravi	-	-	-
Tasso di frequenza degli infortuni totali registrabili ¹⁵	8,09	12,20	5,48

Indicatori di salute e sicurezza relativi ai lavoratori non dipendenti che operano nello stabilimento

	2024	2023	2022
Totale ore lavorate	6.191	3.251	11.061
Numero di infortuni gravi	-	-	-
Numero di infortuni totali registrabili	-	1	1
Tasso di frequenza degli infortuni gravi	-	-	-
Tasso di frequenza degli infortuni totali registrabili ¹⁶	-	61,53	18,08

¹⁵ Il tasso di frequenza degli infortuni è calcolato come il rapporto tra il numero di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000.

¹⁶ Il tasso di frequenza degli infortuni è calcolato come il rapporto tra il numero di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000.

PERFORMANCE AMBIENTALI

Materiali utilizzati per peso e volume

In tonnellate	2024	2023	2022	Provenienti da fonti rinnovabili
Materie prime per la produzione interna				
Carta	3.666	3.758	4.265	X
Plastica	213	185	147	
Colla	91	126	115	
Inchiostri	25	36	26	
Materiali per il confezionamento dei prodotti				
Carta/cartone	221	127	141	X
Plastica	1,5	2,2	3,2	
Legno	106	47	115	X

Prodotti finiti acquistati e commercializzati per peso e volume

In tonnellate	2024	2023	2022	Provenienti da fonti rinnovabili
Articoli food				
Carta	1874	2.320	2.297	x
Plastica	1.849	1.605	1.648	
Alluminio	149	163	166	
Polistirolo	468	491	499	
Bio compostabile	468	497	496	x
Poliaccoppiati	22	114	119	
Altro	4	-	8	
Totale	4.833	5.191	5.233	
Articoli non food				
Carta	1.292	853	1.077	x
Altro*	341	330	384	
Totale	1.633	1.183	1.461	

* Guanti, etichette, nastri adesivi, attrezzature, articoli stagionali.

Energia consumata all'interno dell'organizzazione

in GJ	2024	2023	2022
Consumi da fonti di energia non rinnovabili	4.670,47	4.516,49	5.233,96
Gas naturale	1.438,50	1.389,71	1.643,84
Energia elettrica acquistata non rinnovabile	2.059,75	1.909,99	2.070,34
Metano per auto e altri veicoli aziendali	-	-	38,27
Benzina per auto e altri veicoli aziendali	57,00	76,44	1,35
Diesel per auto e altri veicoli aziendali	1.115,22	1.140,35	1.480,17
Consumi da fonti di energia rinnovabili	760,49	838,30	895,08
Energia autoprodotta da impianto fotovoltaico	1.314,91	1.521,82	1.510,27
Energia autoprodotta da impianto fotovoltaico e reimpressa in rete	(554,42)	(683,52)	(615,19)
Totale consumi energetici diretti e indiretti	5.430,96	5.354,79	6.129,04
Intensità energetica di stabilimento (GJ/t) ¹⁷	1,06	1,00	1,11
Intensità energetica complessiva (GJ/t) ¹⁸	1,35	1,29	1,48

Emissioni dirette e indirette di GHG (Scope 1 e 2) e intensità delle emissioni di GHG

in t CO ₂ e	2024	2023	2022
Emissioni dirette ¹⁹	162,14	162,78	197,69
Emissioni indirette - Location-based ²⁰	146,5	160,76	154,13
Emissioni indirette - Market-based ²¹	252,4	265,58	262,90
Intensità delle emissioni dirette (t CO ₂ e/t produzione)	0,0404	0,0394	0,0477
Intensità delle emissioni indirette - Location-based (t CO ₂ e/t produzione)	0,0365	0,0389	0,0372
Intensità delle emissioni indirette - Market-based (t CO ₂ e/t produzione)	0,0629	0,0642	0,0634
Intensità delle emissioni Scope 1 + Scope 2 LB (t CO ₂ e/t produzione)	0,0769	0,0782	0,0848

Rifiuti prodotti

In tonnellate	2024	2023	2022
Totale rifiuti non pericolosi	212,14	214,28	236,96
Imballaggi e scarti di carta e cartone	76,84	81,60	91,10
Imballaggi in legno	40,70	26,64	34,08
Imballaggi in materiali misti	94,60	106,04	111,78
Totale rifiuti pericolosi	88,10	114,10	48,94
Imballaggi contenenti sostanze pericolose	4,95	5,79	5,09
Rifiuti liquidi acquosi contenenti inchiostro	82,36	107,94	43,68
Adesivi e sigillanti di scarto	0,48	-	-
Stracci contaminati da sostanze pericolose	0,31	0,37	0,17
Totale rifiuti	300,24	328,38	285,90

¹⁷ Calcolata come somma di gas naturale, elettricità acquistata dalla rete e elettricità prodotta e consumata dall'impianto fotovoltaico rapportata alla produzione annuale interna.

¹⁸ Calcolata come somma di tutti i consumi energetici rapportata alla produzione annuale interna.

¹⁹ Fonte del coefficiente di emissione per gas naturale, benzina, diesel e GPL: ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2021. National Inventory Report 2024.

²⁰ Fonte del coefficiente di emissione 2024: ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2022, National Inventory Report 2024. Fonte del coefficiente di emissione 2023: ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2022, National Inventory Report 2024. Fonte del coefficiente di emissione 2022: ISPRA, Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2021, National Inventory Report 2023.

²¹ Fonte del coefficiente di emissione: Association of Issuing Bodies (AIB), Residual Mixes 2022 e 2024.

6.3

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Il Report di Sostenibilità 2024 di C.C.M. Coop. Cartai Modenese è stato redatto in completa conformità con i GRI Standards. La tabella che segue riporta le informazioni della società basate

sui GRI Standards con riferimento all'analisi di materialità condotta. Per ogni informazione fornita, si riporta il riferimento alla pagina del Report di Sostenibilità.

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	97	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	97	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	97	
	2-4 Revisione delle informazioni	97	Le riesposizioni di dati sono debitamente segnalate nel testo in nota.
	2-5 Assurance esterna	97	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	7-9; 82-83	
	2-7 Dipendenti	44-45, 100	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	44-45	
	2-9 Struttura e composizione della governance	14-15	b) All'interno dell'organo di governo non sono stati istituiti comitati responsabili dei processi decisionali e del controllo della gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia sull'ambiente e sulle persone,
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo		a) Ciascun socio ha diritto a proporre la propria candidatura alla nomina al CdA. L'Assemblea dei Soci vota i membri del CdA tra i candidati proposti: ciascun socio ha diritto ad esprimere al massimo sette preferenze. Una volta costituito, il CdA nomina il presidente e il vicepresidente. b) Non sono stati formalizzati criteri per la nomina dei membri del massimo organo di governo, ma l'obiettivo è rappresentare tutte le aree aziendali.

6.3 INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-11 Presidente del massimo organo di governo		a) Il Presidente del massimo organo di governo ricopre anche un ruolo di alto dirigente nell'ambito dell'organizzazione. b) Il Presidente ricopre la carica di Amministratore Delegato e Direttore Amministrazione Finanza e Controllo. Trattandosi di una società cooperativa, in cui è raro l'emergere di conflitti d'interesse, non sono state formalizzate procedure specifiche per la prevenzione e mitigazione, oltre a quanto previsto dal Codice Etico e dalla parte disciplinare speciale riguardante la salute e la sicurezza sul lavoro prevista dal Modello 231.
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti		a) Il presidente del massimo organo di governo, coadiuvato dai dirigenti delegati alle specifiche funzioni, supervisiona e approva lo sviluppo della missione, delle strategie e delle politiche per la gestione degli impatti su economia, ambiente e persone. b) Il CdA promuove la predisposizione e la conduzione di processi di due diligence periodici per identificare e valutare la significatività degli impatti. In particolare, la direzione supervisiona e approva lo svolgimento dell'analisi di materialità che richiede di valutare la significatività degli impatti generati dall'organizzazione su ambiente, economia e persone, e i processi di analisi dei rischi e riesame previsti dal sistema di gestione della qualità. Il coinvolgimento degli stakeholder nel controllo dei processi di due diligence è delegato alle figure operative che attuano gli indirizzi strategici, attraverso l'organizzazione di attività di coinvolgimento specifiche o in occasioni periodiche, come le riunioni tra direzione e RSU. c) L'efficacia dei processi è verificata periodicamente dalla direzione in occasione di audit interni.
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti		Il massimo organo di governo non ha delegato a dirigenti o altri dipendenti la responsabilità della gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità		Il presidente del Consiglio di Amministrazione verifica e approva il processo di definizione dei temi materiali e le informazioni rendicontate nel Report di Sostenibilità annuale.

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	41,769		a) Secondo quanto previsto dal Codice Etico di CCM, i destinatari sono tenuti a informare tempestivamente i superiori o i referenti delle situazioni o attività nelle quali vi potrebbe essere un interesse in conflitto. Le figure competenti prendono in carico la segnalazione e indagano la presunta violazione. b) Nel caso in cui sorgano conflitti di interesse, questi vengono comunicati agli stakeholder.
	2-16 Comunicazione delle criticità		a) CCM raccoglie e analizza ogni informazione ricevuta attraverso i suoi canali di comunicazione e in occasione di incontri periodici con gli stakeholder (segnalazioni all'Organismo di Vigilanza, segnalazioni al servizio clienti, incontri con RSU, ecc) e qualora tra queste informazioni risultino delle criticità in termini di reali e potenziali impatti negativi queste vengono riportate al massimo organo di governo. b) Non si sono registrate criticità da riferire al massimo organo di governo durante il periodo di rendicontazione.
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo		Le conoscenze collettive, le capacità e l'esperienza del massimo organo di governo riguardo allo sviluppo sostenibile sono incrementate e promosse attraverso la partecipazione di alcuni dei suoi membri a eventi e conferenze riguardanti lo sviluppo sostenibile nel settore.
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo		a) Attualmente non sono previste misure formalizzate di valutazione delle performance del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone. b) Non applicabile c) Non applicabile

6.3 INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni		a) La remunerazione dei consiglieri del Consiglio di Amministrazione corrisponde ad un gettone fisso erogato ad ogni presenza. La remunerazione del presidente e del vicepresidente è fissa ed è deliberata dall'Assemblea dei Soci al momento della nomina. Per quanto riguarda i dirigenti, oltre alla remunerazione fissa, è previsto un sistema di MBO (Management by objectives), ovvero una remunerazione variabile associata al raggiungimento di obiettivi definiti. b) Le remunerazioni dei membri del massimo organo di governo e degli alti dirigenti non sono attualmente correlate a obiettivi e risultati conseguiti in relazione alla gestione degli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone.
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione		a) Non vi sono procedure formalizzate che prevedano il ricorso a consulenti in materia di remunerazione e la consultazione degli stakeholder oltre al parere dell'Assemblea dei Soci. b) Non applicabile.
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	98	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	5	

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-23 Impegno in termini di policy		a) La Politica della Qualità stabilisce gli impegni dell'organizzazione in ambito di qualità e sicurezza alimentare, nonché di responsabilità sociale: i. gli impegni fanno riferimento agli standard internazionali definiti dalle norme ISO 9001; ii. gli impegni richiedono l'attuazione di un processo di due diligence che prevede la valutazione del contesto di riferimento, il monitoraggio degli impatti e dei rischi, la selezione e il monitoraggio di fornitori e partner e la valutazione periodica delle performance da parte della direzione; iii. nella valutazione degli impatti e dei rischi l'organizzazione adotta un approccio basato sul principio di precauzione; iv. gli impegni richiedono il rispetto dei diritti umani e dei diritti dei lavoratori. b) Il Codice Etico stabilisce i principi di rispetto dei diritti umani e non tolleranza verso le violazioni ai diritti umani, tra cui il lavoro coatto. Nel documento non si fa esplicito riferimento a specifici gruppi di stakeholder verso i quali l'azienda presta particolare attenzione, dal momento che gli impegni valgono verso tutte le categorie di stakeholder. c) Le politiche dell'organizzazione non sono pubblicate sul sito aziendale, ma vengono divulgate agli stakeholder direttamente interessati, tra cui dipendenti e fornitori, e condivisi a chiunque ne faccia richiesta. d) Le politiche dell'organizzazione sono approvate dall'Amministratore Delegato. e) Gli impegni assunti si applicano, oltre che ai dipendenti, ai collaboratori, ai fornitori e ai partner commerciali, e ad altri soggetti che intrattengono rapporti con l'Azienda. f) Le politiche dell'organizzazione sono condivise internamente e agli stakeholder direttamente interessati (es. fornitori).
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy		a) La Politica della Qualità e le procedure correlate definiscono le modalità con cui l'organizzazione integra gli impegni per una condotta responsabile nelle attività quotidiane, assegnando le responsabilità ai diversi livelli.

6.3 INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa generale 2021	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi		a) Gli impegni assunti e le azioni implementate per provvedere o collaborare al rimedio degli impatti negativi che l'organizzazione ritiene di aver causato o contribuito a causare sono debitamente descritti nel testo, in corrispondenza di ciascun ambito specifico. b) Gli stakeholder possono inoltrare reclami all'azienda all'Organismo di Vigilanza e al dipartimento qualità attraverso i recapiti messi a disposizione. I reclami sono gestiti dalla funzione competente e, in caso di criticità, comunicati all'organo di governo. c) Oltre alle procedure di reclamo, alle politiche e azioni descritte nel presente Report, l'organizzazione partecipa a iniziative di settore e collabora con i partner della filiera per contribuire a rimediare agli impatti indiretti che può aver concorso a causare. d) Attualmente gli stakeholder non sono direttamente coinvolti nella progettazione e revisione delle procedure di reclamo. e) L'organizzazione registra e monitora i reclami ricevuti con l'obiettivo di migliorare la gestione delle attività e degli impatti.
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni		Le richieste di chiarimenti sull'attuazione delle politiche e delle pratiche dell'organizzazione per una condotta aziendale responsabile e le preoccupazioni sulla condotta d'impresa dell'organizzazione possono essere segnalate dagli stakeholder ai recapiti dell'Organismo di Vigilanza, indicati all'interno del Codice Etico di Comportamento dell'organizzazione.
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti		Nel triennio 2022-2024 non si sono registrati casi di non conformità a leggi e regolamenti.
	2-28 Appartenenza ad associazioni	13	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	28-29, 31, 43-44, 61-62, 70	
	2-30 Contratti collettivi	53	

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
TEMI MATERIALI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	30-31	
	3-2 Elenco di temi materiali	32, 34-35	

QUALITÀ E SICUREZZA DI PRODOTTO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	64-71	
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	67	
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		Nel 2022 si è registrato 1 caso di non conformità riguardante impatti sulla salute e sicurezza di prodotti e servizi rispetto a codici di autoregolamentazione, individuato attraverso audit interni. Nel biennio 2023-2024, invece, non si è verificato alcun caso.

ECONOMIA CIRCOLARE E INNOVAZIONE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	73-79, 87, 94	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	94	
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	94	
	306-3 Rifiuti prodotti	95-104	
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso e volume	86-87, 103	

GESTIONE DELLA CATENA DI FORNITURA			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	80-84	
GRI 204: pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	81, 99	

EFFICIENZA ENERGETICA E CAMBIAMENTO CLIMATICO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	88-93	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	88-91, 104	
	302-3 Intensità energetica	90-91, 104	
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	92, 104	
	305-2 Emissioni indirette di GHG (Scope 2)	92, 104	
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	92-93, 104	

6.3 INDICE DEI CONTENUTI GRI

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
SALUTE, SICUREZZA E BENESSERE DEI LAVORATORI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	50-52, 53-54	
GRI 403 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	50-51	
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	50-51	
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	50-51	
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	50-51	
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	50-51	
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	53-54	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	50-51	
	403-9 Infortuni sul lavoro	52, 102	
GESTIONE DEL CAPITALE UMANO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	43-49	
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce d'età, genere e regione dei dipendenti	45, 100	
	401-2 Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno ma non per i lavoratori part-time e a termine	53-55	
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione pro capite, per genere e categoria di dipendente	48, 101	
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	101	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	46, 98, 101-102	
	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	46, 102	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate		Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati casi di discriminazione.
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	61-64, 70-71	

GRI Standard	Informativa	N. di pagina	Note e omissioni
COMUNICAZIONE TRASPARENTE E SENSIBILIZZAZIONE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	59-63	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Nel triennio 2022-2024 il 100% dei prodotti offerti da CCM è stato sottoposto a valutazione sulla conformità con le procedure di informazione ed etichettatura.
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi.
INTEGRITÀ, COMPLIANCE E SOSTENIBILITÀ ECONOMICA			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	12, 16-18	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		Nel triennio 2022-2024 non si sono verificati episodi di corruzione accertati.
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	8, 98-99	
COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ LOCALI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	56-57	

NOTE

NOTE

NOTE



**UFFICI
E AREA PRODUTTIVA**

Via Portogallo, 75
41122 Modena (Italia)

Tel. +39 059 2589211
Fax +39 059 2589289

**SEDE LEGALE
E LOGISTICA**

Via Malavolti, 12
41122 Modena (Italia)

info@ccmpackaging.it
ccmpackaging.it