

MORATO GROUP: PUBBLICATO IL PRIMO BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO

Messi a sistema i dati dei 19 stabilimenti in Italia, Spagna e Francia: grande attenzione al riciclo degli imballaggi e alla valorizzazione degli scarti di produzione; importanti investimenti in innovazione e impegno verso le comunità locali.

Altavilla Vicentina, xx agosto 2024 - Il 4° rapporto di sostenibilità di Morato Group, disponibile sul sito Moratogroup.com, si arricchisce di un nuovo, fondamentale capitolo: per la prima volta sono stati messi a sistema tutti i dati e le evidenze delle diverse sedi e siti produttivi del Gruppo. Uno sforzo organizzativo di grande rilievo che consente di realizzare una fotografia dello stato dell'arte del percorso di sostenibilità e definire i prossimi obiettivi in una prospettiva data driven.

Attenzione alle persone, vicinanza alle comunità e salvaguardia dell'ambiente rappresentano le principali direttrici su cui si è sviluppato da oltre 5 anni il percorso di sostenibilità di Morato Group e che danno sostanza alla missione: **condividere con il mondo tutto il buono della bakery**, non solo in termini di qualità del prodotto e rispetto di rigorosi protocolli di sicurezza alimentare ma anche in termini di responsabilità sociale e ambientale. Il tutto coordinato dal Comitato di Sostenibilità che supporta il management nel definire strategie ed azioni concrete.

“In questi anni abbiamo intrapreso importanti iniziative per migliorare il nostro modo di fare business, affrontando le sfide della crescita sempre guidati dai nostri valori fondamentali e nel pieno rispetto delle nostre persone, dei partner, dei consumatori che ogni giorno scelgono i nostri prodotti, del pianeta e le comunità che ci ospitano” ha dichiarato **Stefano Maza, CEO di Morato Group**. *“Oggi, giunti alla 4° edizione del Report di Sostenibilità, inauguriamo un nuovo cammino, mettendo a sistema l'impegno di tutte le sedi del Gruppo, un passaggio fondamentale per consolidare la cultura della sostenibilità a tutti i livelli dell'organizzazione, processo accompagnato da importanti investimenti in formazione che ci hanno permesso di dare sostanza alla parola “sostenibilità”, renderla concreta, tangibile, alla portata di tutti.”*

Tra giugno 2023 e giugno 2024 Morato Group ha erogato oltre 800 ore di formazione per sviluppare consapevolezza e competenze nei vari ambiti della sostenibilità, con particolare focus sui temi produttivi e di recupero e riciclo, aree particolarmente sensibili e al centro della strategia di sostenibilità del Gruppo.

All'interno del Report, viene analizzata l'intera catena del valore partendo dalle materie prime per finire con gli imballaggi: le prime vengono scelte tramite procedure e controlli sistematici, grazie anche ad audit periodici presso i fornitori, mentre il packaging registra nel 2023 una riduzione complessiva di oltre il 30%. Tra monte e valle, degno di nota è il reimpiego degli scarti di produzione in chiave di economia circolare in campo zootecnico ed energetico, con conseguente riduzione delle emissioni di CO2.

Sicurezza e qualità alimentare rappresentano priorità irrinunciabili per Morato Group, impegnato nel perseguire un continuo miglioramento. Solo nel 2023 sono stati investiti oltre 3,7 milioni di € in ricerca e sviluppo con l'obiettivo di dare vita a nuove piattaforme prodotto o migliorare gli assortimenti esistenti.

In chiave sociale, da sottolineare l'impegno verso le comunità con atterraggio su 5 ambiti: difesa dell'ambiente e diffusione della cultura della sostenibilità, promozione dello sport, iniziative rivolte ai più giovani, solidarietà e sostegno alla ricerca, incentivo alla cultura. In questo ultimo ambito si collocano le collaborazioni con istituti del territorio e scuole di alta formazione, come il CUOA, centro formativo di eccellenza, che rinnova ormai da molti anni un importante sodalizio con Morato Group, coinvolto in percorsi formativi e testimonianze rivolte ai giovani studenti.

Un cammino che prosegue in modo ancora più convinto, quello di Morato Group, perché la sostenibilità è una leva strategica sempre più centrale per consolidare la propria presenza sul mercato grazie alla collaborazione degli stakeholder interni ed esterni.

Perché la sostenibilità non è un viaggio in solitaria.

Morato Group

Morato Group oggi è una realtà internazionale e rappresenta il secondo player nel mercato della panificazione industriale in Italia e in Spagna, con un fatturato consolidato di oltre 400 milioni di euro, di cui circa il 50% sviluppato all'estero.

Nei suoi 19 stabilimenti dislocati tra Italia, Spagna e Francia, che impiegano oltre 1.600 dipendenti, il Gruppo copre tutti i segmenti dei prodotti da forno, tra cui pani a fette (sandwich, cassetta, tramezzini), bruschette, panini dolci e salati, piadine e sostituti del pane croccanti quali grissini e crostini.

Completa l'offerta il gluten free – a cui sono dedicati ben 5 siti produttivi - con pane a fette, panini, sostituti del pane, biscotti, merendine, lievitati da ricorrenza, pangrattato e miscele di farine senza glutine. Costante è il presidio del mondo business B2B e Private Label in partnership con i maggiori retailer europei.