



2

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

0



1



www.ma-vi-trade.it

INDICE

Lettera della Presidente

Capitolo 1 – Ma-Vi Trade e la sostenibilità

1.1 La Società

1.2 La materialità e gli stakeholder

1.3 L'Agenda 2030 e gli obiettivi di sviluppo sostenibile

Capitolo 2 – Sostenibilità economica e relazioni commerciali

2.1 Eticità nel business e compliance

2.2 Performance economica

2.3 Soddisfazione del cliente

2.4 Made in Italy

2.5 Pratiche di approvvigionamento e supporto alla filiera locale

2.6 Qualità e sicurezza dei prodotti

2.7 Etichettatura responsabile

Capitolo 3 – Le persone

3.1 Formazione e valorizzazione dei dipendenti

3.2 Empowerment femminile

Capitolo 4 – Sostenibilità Ambientale

4.1 Prodotti sostenibili

4.2 Promuovere un'alimentazione sana

4.3 Packaging sostenibile

4.3 Gestione della logistica

NOTA METODOLOGICA

Lettera della Presidente

Scrivo questa lettera introduttiva al nostro primo Bilancio di Sostenibilità in un momento storico che non ha precedenti, il biennio trascorso ha messo a dura prova sia il nostro saper sviluppare e sperimentare che la possibilità di mantenere costanti i rapporti con i nostri Clienti e Fornitori. Occupandoci essenzialmente di esportazione è necessario mantenere diretti contatti per non smarrire la corretta percezione della situazione di mercato, abbiamo altrettanto imparato a sviluppare maggiormente la performance aziendale mirata ai possibili cambiamenti che esulano dalla normale programmazione. Quest'ultima motivazione ci ha particolarmente persuasi a monitorare costantemente la centralità della persona e del suo benessere che è divenuto fattore preponderante per lo sviluppo e la continuità dell'Azienda. Abbiamo implementato nuovi modi di lavorare, creato nuove connessioni e spinto lo sviluppo digitale quanto più possibile. Da sempre, non di meno abbiamo messo in primo piano la persona ed il suo benessere, la sua professionalità, promuovendo e fornendo costanti corsi di aggiornamento per affrontare con mezzi concreti il cambiamento di mercato, fare squadra per sviluppare insieme nuove idee analizzando e monitorando costantemente i bisogni dei clienti fornendo nuovi stimoli ed emozioni. Con un duro e coeso lavoro in Team, siamo riusciti a consolidare un soddisfacente patrimonio di conoscenza, talento e creatività volta a fornire un servizio di eccellenza, sempre attenti alla persona, mantenendo inalterate le necessità primarie ed i rapporti sociali di ognuno, il nostro servizio è lo specchio di questa nostra scelta. Nelle righe di questo Bilancio di Sostenibilità troverete il nostro pensiero, aperto e collaborativo con tutti gli attori che gravitano attorno all'Azienda. Nella nostra missione sono importanti i rapporti umani, fiducia e rispetto nei confronti delle persone e dell'ambiente che ci circonda. Preservare l'ambiente attraverso l'uso intelligente delle risorse, evitando sprechi. Promuovere il rispetto per le persone anche attraverso il sostegno ad iniziative sociali che creino positività nei rapporti.

Nelle righe di questo Bilancio di Sostenibilità troverete il nostro pensiero, aperto e collaborativo con tutti gli attori che gravitano attorno all'Azienda. Nella nostra missione sono importanti i rapporti umani, fiducia e rispetto nei confronti delle persone e dell'ambiente che ci circonda. Preservare l'ambiente attraverso l'uso intelligente delle risorse, evitando sprechi. Promuovere il rispetto per le persone anche attraverso il sostegno ad iniziative sociali che creino positività nei rapporti.



Maria Rosaria Mastri - CEO



Capitolo 1

Ma-Vi Trade e la sostenibilità

1.1 La Società

1.2 La materialità e gli stakeholder

1.3 L'Agenda 2030 e gli obiettivi di sviluppo sostenibile



1.1 L'azienda

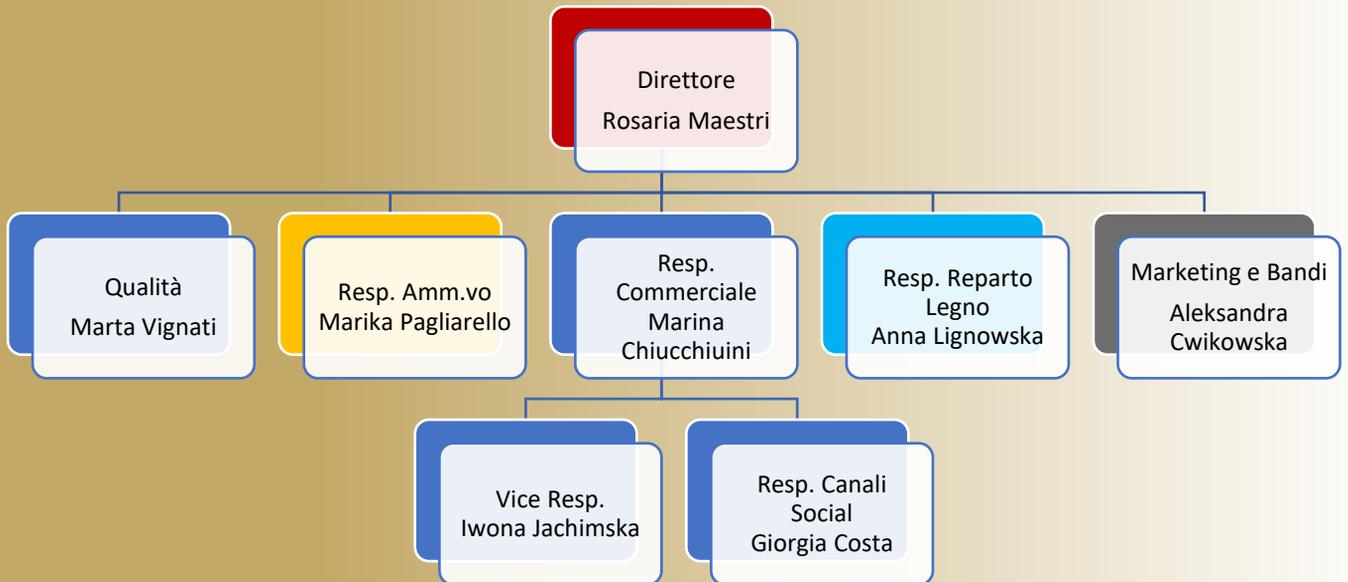
Ma-Vi Trade è una società in rosa, fondata da Maria Rosaria Maestri nel 1998, oggi titolare e amministratore delegato. L'azienda impiega complessivamente 8 dipendenti e ha sede legale in Italia nella regione Emilia-Romagna, nel comune di Piacenza (PC).

Ad oggi l'attività prevalentemente svolta dall'azienda è il commercio all'ingrosso di prodotti alimentari Made in Italy. Va inoltre specificato che Ma-Vi Trade svolge attività di commercio all'ingrosso di legname e semilavorati in legno, attività esercitata sin dalla fondazione del business.

Ma-Vi Trade, guidata da un'esperienza ventennale sul mercato internazionale, è protagonista nell'esportazione di prodotti alimentari italiani in tutto il mondo, continuando a crescere e a diventare un riferimento sempre più riconosciuto per l'export di eccellenze Made in Italy. Ma-Vi Trade opera prevalentemente in un'ottica B2B avendo come clienti grossisti e importatori di prodotti alimentari. Nel 2021 è stato inoltre aperto un negozio online (e-commerce) che vende prodotti alimentari italiani a marchio *Maveat* per il mercato polacco. Ad oggi i principali mercati serviti da Ma-Vi Trade sono: Francia, Germania, Regno Unito, Svezia, Svizzera, Polonia, Romania, Belgio, Spagna, Libano, Israele, Arabia Saudita, Dubai, Giappone, Stati Uniti, Marocco e Tunisia



L'organigramma



1.2 Materialità Stakeholder

Prendendo come spunto di riferimento quanto indicato dalla *ISO 26000 - Guida alla responsabilità sociale* e dai *GRI Standards*, Ma-Vi Trade ha implementato un'**analisi di materialità volta a identificare e comprendere i temi prioritari per l'azienda in ambito di sostenibilità**. Il processo di analisi di materialità, articolatosi in più fasi, ha permesso quindi a Ma-Vi Trade di individuare le proprie priorità in ambito di sostenibilità e di definire i contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità. L'analisi rappresenta per Ma-Vi Trade un passaggio sostanziale nel **delineare il proprio percorso strategico in materia di sostenibilità**.

Per materialità si intendono gli aspetti specifici di natura economica, sociale ed ambientale maggiormente significativi per un'organizzazione e per i suoi stakeholder. Per questo motivo, il processo di analisi di materialità è partito con l'individuazione degli stakeholder prioritari per la nostra realtà aziendale. Attraverso un questionario online sottoposto alla direzione aziendale e ai referenti delle principali funzioni aziendali sono state identificate le categorie di stakeholder chiave per l'organizzazione.

Successivamente, Ma-Vi Trade ha condotto un'analisi volta a definire il contesto di sostenibilità nel quale opera l'azienda. Prendendo in considerazione diverse fonti informative sono stati analizzati sia l'ambiente esterno sia il mercato di riferimento al fine di verificare gli aspetti e i fattori di sostenibilità prioritari per il settore, per gli stakeholder e per Ma-Vi Trade. Questa attività di analisi e mappatura del contesto di sostenibilità in cui opera l'organizzazione ha portato all'**individuazione di un elenco di temi economici, sociali e ambientali potenzialmente rilevanti per Ma-Vi Trade**.



1.2 Materialità e Stakeholder

Si è poi proseguito, attraverso un **questionario online sottoposto alla direzione aziendale e a tutti i dipendenti di Ma-Vi Trade**, con la valutazione del grado di rilevanza dei temi di potenziale rilievo individuati attraverso l'analisi di contesto. Sulla base di una scala di punteggi predefinita (da 1 "non significativo" a 5 "prioritario"), la popolazione aziendale si è espressa fornendo per ciascun tema una valutazione di rilevanza sia dal punto di vista interno, dell'azienda, sia dal punto di vista esterno, sulla base della percezione degli stakeholder aziendali con cui ciascun referente intrattiene un dialogo continuativo. Seguendo la stessa modalità **sono state direttamente coinvolte nella compilazione del questionario di materialità e quindi nella valutazione della priorità dei temi anche alcune categorie di stakeholder prioritari quali: clienti, fornitori e associazioni di categoria/consorzi.**

Raccogliendo i questionari di materialità e ponderando le valutazioni interne e quelle fornite dagli stakeholder, Ma-Vi Trade ha così identificato una rosa di **13 temi materiali** che vengono rendicontati e approfonditi all'interno del presente Bilancio di Sostenibilità. I temi materiali sono riassunti all'interno della **Matrice di Materialità** nel seguito graficamente rappresentata, risultato finale dell'analisi di materialità condotta, dove sull'asse orizzontale è indicata la significatività dei temi per l'azienda, mentre sull'asse verticale la rilevanza per gli stakeholder.

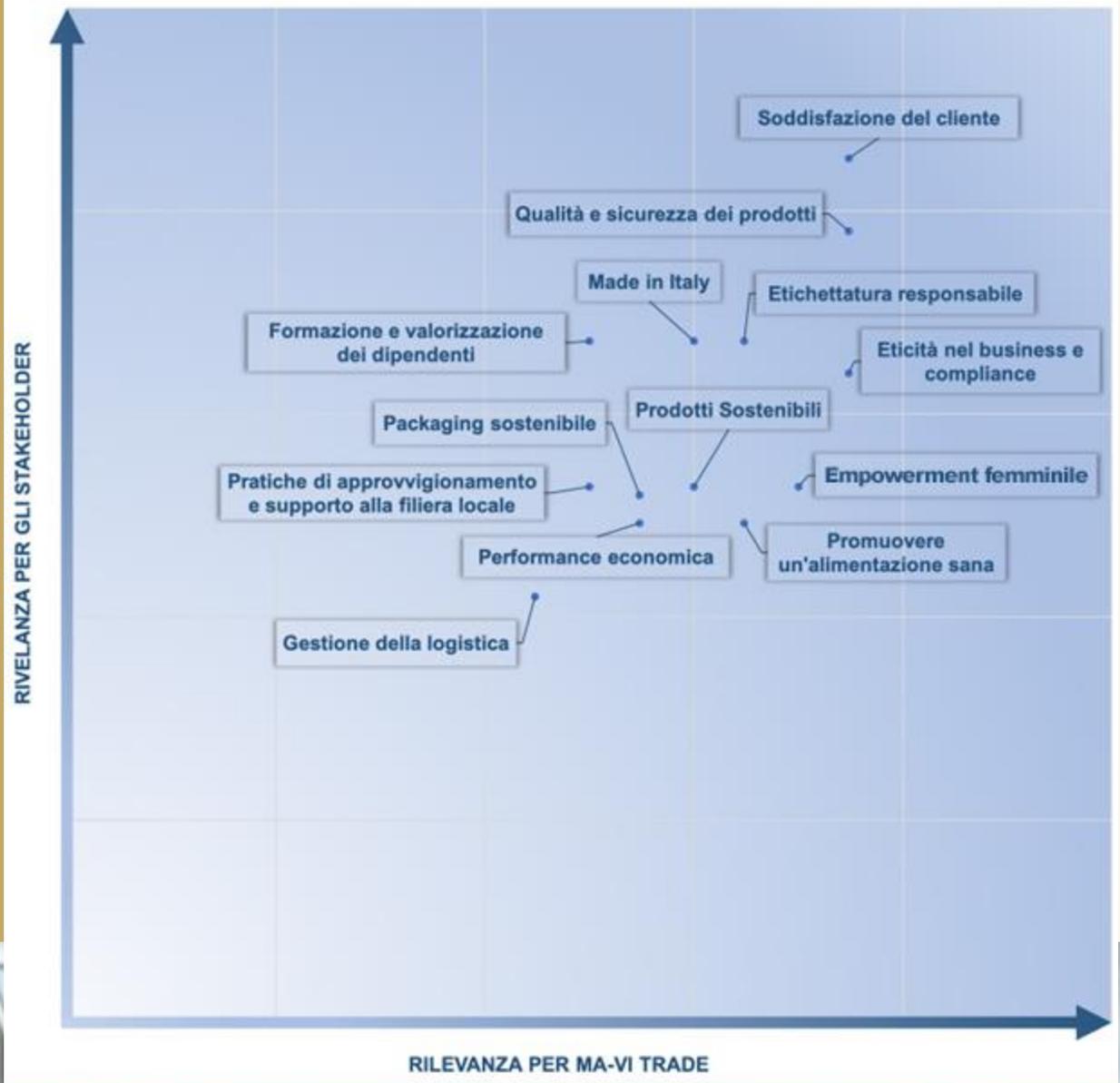
GRI 102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder

1- GRI 102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder

2- GRI 102-47 Elenco dei temi materiali



Matrice di materialità



Stakeholder

La "mappa degli stakeholder" di seguito riportata costituisce il primo esito di questa attività di analisi e ha rappresentato un importante momento di riflessione per ragionare e approfondire i potenziali impatti delle azioni e decisioni aziendali su ciascuna categoria di stakeholder individuata.

Ma-Vi Trade aderisce, in qualità di azienda associata, alle seguenti associazioni di categoria: Consorzio Piacenza Alimentare; Confapi; ADI - Associazione per il disegno industriale; CONAI; Consorzio ICEA.

GRI 102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder

3- GRI 102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder



Fornitori

Logistica

Ambiente

Dipendenti

Territorio

Clienti

Consorzi

Ist. credito



Il contributo agli SDG

3 SALUTE E BENESSERE



Qualità e sicurezza dei prodotti
Promuovere un'alimentazione sana
Prodotti sostenibili
Etichettatura responsabile

4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ



Formazione e valorizzazione dei dipendenti

5 PARITÀ DI GENERE



Empowerment femminile
Formazione e valorizzazione dei dipendenti

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



Made in Italy
Pratiche di approvvigionamento e supporto alla filiera locale
Formazione e valorizzazione dei dipendenti
Empowerment femminile
Supporto alla comunità e solidarietà

9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



Pratiche di approvvigionamento e supporto alla filiera locale

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



Prodotti sostenibili
Packaging sostenibile
Gestione della logistica

16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE



Eticità nel business e compliance



Capitolo 2

Sostenibilità economica e relazioni commerciali

2.1 Eticità nel business e compliance

2.2 Performance economica

2.3 Soddisfazione del cliente

2.4 Made in Italy

2.5 Pratiche di approvvigionamento e supporto alla filiera locale

2.6 Qualità e sicurezza dei prodotti

2.7 Etichettatura responsabile



2.1 Eticità del business e compliance



Intendiamo svolgere la nostra attività nel **pieno rispetto del principio di legalità**, adempiendo a tutte le norme di legge e regolamenti applicabili. Ci impegniamo inoltre ad **agire in maniera etica, basando i nostri comportamenti e azioni su valori quali onestà, equità e integrità**. Questi valori implicano un'attenzione per le persone e per l'ambiente, la creazione di rapporti di fiducia con la nostra clientela e il rispetto dei legittimi interessi di tutti i nostri stakeholder.

A testimonianza del nostro agire in modo etico e nel rispetto della legalità, nel 2021 abbiamo deciso di fare domanda per l'attribuzione del Rating di Legalità. In data 3 Agosto 2021 Ma-Vi Trade ha ottenuto per la prima volta il Rating di Legalità conseguendo il punteggio di due stellette. Il Rating di Legalità è attribuito a imprese italiane **dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)** e rappresenta uno strumento volto alla promozione e all'introduzione di principi di comportamento etico in ambito aziendale. In particolare, si tratta di un indicatore sintetico del rispetto di elevati standard di legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta e, più in generale, del grado di attenzione riposto nella corretta gestione del proprio business. Tale riconoscimento prende la veste di un punteggio compreso tra un minimo di una stelletta e un massimo di tre stellette, ha validità biennale e può essere rinnovato su richiesta dell'impresa stessa. L'elenco delle imprese in possesso del Rating viene pubblicato e costantemente aggiornato dall' AGCM sul sito dedicato. Per questo il Rating garantisce non solo la trasparenza dell'impresa sul mercato, ma anche quella all'interno dell'impresa stessa, sia durante lo svolgimento delle attività che nei confronti dei propri collaboratori. Questo riconoscimento premia l'impegno di Ma-Vi Trade nel percorso di adeguamento ai più elevati standard etico/sociali e di gestione e conferma, più in generale, l'attenzione della nostra azienda verso il tema dell'eticità nel business e compliance, considerato uno dei temi prioritari all'interno della nostra strategia di sostenibilità.

2.1 Eticità del business e compliance

Ad ulteriore testimonianza del positivo agire aziendale in materia di eticità e compliance, nel triennio 2019-21 Ma-Vi Trade **non ha registrato episodi di corruzione** né sono stati avviati procedimenti legali in tale ambito. Analogamente, nel triennio 2019-21 Ma-Vi Trade **non ha registrato episodi di comportamento anticoncorrenziale e violazioni delle normative antitrust e relative alle pratiche monopolistiche** né sono stati avviati procedimenti legali in tale ambito.

Inoltre, per quanto concerne la **compliance in materia ambientale** nel triennio 2019-21 a Ma-Vi Trade non sono state comminate sanzioni pecuniarie, né sanzioni non monetarie, per violazione di norme ambientali.

4 -GRI 205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese

5- GRI 206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche

6- GRI 307-1 Non conformità con leggi e normative in materia ambientale



2.2 Performance economica



Il valore economico distribuito rappresenta la capacità di un'azienda di ridistribuire tra i propri stakeholder parte del valore economico generato attraverso le proprie attività. Ma-Vi Trade riconosce l'importanza di un'equilibrata distribuzione del valore generato dalla propria attività nei confronti dei propri stakeholder, valore che gli stessi, direttamente o indirettamente, hanno contribuito a produrre. Per questo attraverso l'analisi del valore economico distribuito intendiamo fornire evidenza del flusso di risorse indirizzato ai nostri dipendenti, ai soci, ai nostri fornitori, alla pubblica amministrazione e alla comunità.

Nell'esercizio fiscale 2021, il valore economico complessivamente generato da Ma-Vi Trade è stato pari a circa 19,7 milioni di Euro di cui il 99,5%, pari a circa 19,6 milioni di Euro, è stato distribuito agli stakeholder aziendali; in particolare, ai fornitori per una quota pari al 97,52%, ai dipendenti per il 1,13%, alle Pubbliche Amministrazioni per il 0,1% e ai Soci (sotto forma di compensi amministratori) per il 0,5%. Il 0,25% del valore economico generato è stato trattenuto per implementare progetti di miglioramento, in un'ottica di sviluppo e crescita aziendale

2.3 Soddisfazione dei clienti

L'attenzione al cliente è uno dei pilastri su cui si fonda la strategia di Ma-Vi Trade ed è perseguito attraverso rapporti ispirati a principi di trasparenza, affidabilità, responsabilità, efficienza e qualità. Il nostro modello operativo si fonda sulla **costruzione di una relazione di valore, che consenta di realizzare soluzioni personalizzate, progettate sui reali bisogni di ciascun cliente**. Alla base di questo approccio sta quindi una **apertura continuativa al dialogo e al confronto con i nostri clienti**.

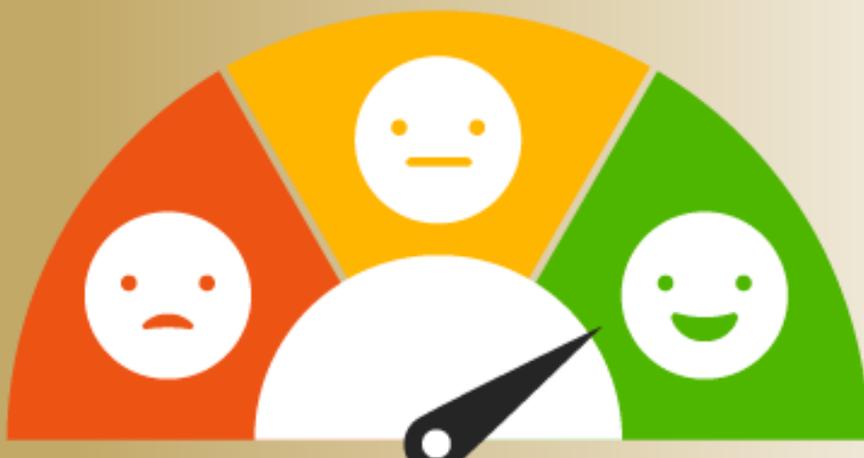
La qualità del servizio offerto da Ma-Vi Trade risiede principalmente nei seguenti elementi:

- Velocità di risposta alle esigenze del cliente;
- Verifica e selezione del prodotto che meglio soddisfa le esigenze del cliente;
- Capacità di gestire problemi o richieste particolari;
- Aggiornamento dei cataloghi/listini dei prodotti;
- Per ogni cliente un listino personalizzato con prezzi variabili che vanno costantemente aggiornati;
- Possibilità di gestire la logistica fino alla destinazione finale;
- Rappresentiamo un unico interlocutore in caso di groupage prodotti;
- Emissione certificati e documentazione specifica;
- Realizzazione packaging personalizzato;
- Qualità dei prodotti e giusto rapporto qualità/prezzo;
- Attività di customer care: supporto completo al cliente per tutto il ciclo dell'ordine (DDT, Fatture, Certificati di analisi e di origine)



2.3 Soddisfazione dei clienti

In un'ottica di miglioramento continuo della propria offerta e al fine di individuare eventuali criticità e possibili punti di miglioramento dei propri servizi, Ma-Vi Trade sottopone ai propri clienti, con cadenza annuale, un **questionario di valutazione della soddisfazione del cliente**. All'interno di tale questionario vengono sottoposte a valutazione del cliente, secondo una scala di giudizio che va da "insufficiente" a "ottima", le principali caratteristiche che compongono l'attività di Ma-Vi Trade: reparto commerciale/logistica (tempi di consegna, conformità dei carichi, celerità di risoluzione problemi ecc.); amministrazione (tempi di risposta, chiarezza e precisione della documentazione inviata, capacità di gestire problemi o modifiche ecc.); qualità (capacità di gestire reclami/non conformità; tempi di risposta; capacità di gestire problemi o richieste particolari ecc.); prodotto (concordanza con le specifiche tecniche, packaging dei prodotti, qualità dei prodotti, rapporto qualità/prezzo ecc.); immagine aziendale (giudizio complessivo). L'analisi degli esiti dei questionari sulla soddisfazione dei clienti rappresenta per noi un importante strumento per individuare eventuali criticità e definire iniziative di miglioramento.



2.3 Soddisfazione dei clienti

Attraverso le iniziative sopra descritte Ma-Vi Trade intende quindi:

- ascoltare le esigenze e le aspettative per massimizzare la soddisfazione del cliente;
- sviluppare e applicare metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei clienti;
- individuare nuove soluzioni organizzative volte a rafforzare la fidelizzazione del cliente.

Parte della soddisfazione del cliente si concretizza anche attraverso una pronta e efficace gestione di eventuali reclami/segnalazioni di non conformità.

L'apertura di una non conformità comporta sempre una immediata registrazione dell'accaduto in apposito registro aziendale e un'analisi delle cause che hanno generato la non conformità. In caso di reclamo il cliente viene sempre contattato in forma scritta per la comunicazione della presa in carico del problema.

Una volta chiusa la non conformità attraverso l'implementazione di apposite azioni correttive prende avvio una fase di valutazione dell'efficacia dell'azione correttiva o preventiva intrapresa per risolvere la non conformità emersa.

Anno 2021		
KPI GRI	Tipologia di reclamo	n° totale di reclami
N° di reclami registrati	Qualità prodotto finito (perdita sottovuoto o formazione microfori confezione in atm)	90
	Danneggiamento merce durante il trasporto	2
	Discordanza parametri prodotto rispetto a quanto dichiarato in scheda tecnica	1

2.4 Made in Italy



La nostra mission è di portare il buon cibo nelle cucine di tutto il mondo, mettendo anima e cuore nel **commercio dei migliori prodotti alimentari Made in Italy**. L'italianità e la valorizzazione delle eccellenze del territorio rappresentano il criterio centrale nella costruzione della nostra offerta. L'attenzione all'italianità e al Made in Italy è presidiata e promossa attraverso la **collaborazione con fornitori locali** e **all'interno della nostra offerta trovano spazio numerosi prodotti tipici locali**. È infatti significativo evidenziare che attraverso il nostro operato promuoviamo anche la commercializzazione di prodotti certificati Denominazione di Origine Protetta (DOP), Indicazione Geografica Protetta (IGP) e Indicazione Geografica Tipica (IGT). In particolare, nel 2021 Ma-Vi Trade ha promosso all'interno della propria offerta **144 referenze in possesso di tali certificazioni, di cui 131 DOP, 11 IGP e 2 IGT**.

<u>Anno 2021</u>		
GRI KPI		N° di referenze prodotto
N° totale di referenze prodotto commercializzate che possiedono tali certificazioni	DOP	131
	IGP	11
	IGT	2

2.4 Made in Italy



Premesso che il 100% delle referenze prodotto commercializzate che possiedono certificazioni DOP, IGP o IGT provengono da fornitori italiani, è inoltre significativo sottolineare che, con riferimento al 2021, **il 98% di queste eccellenze sono acquistate da fornitori locali: Regione Emilia Romagna o limitrofe**. In tal modo privilegiamo una filiera produttiva corta e favoriamo anche la crescita di piccoli produttori che grazie alla collaborazione con Ma-Vi Trade hanno accesso a importanti potenzialità di sviluppo commerciale. Con fornitori locali si intendono i fornitori che hanno partita IVA o sede operativa nella Regione Emilia Romagna o limitrofe.

<u>Anno 2021</u>	
GRI KPI	% di referenze prodotto con certificazioni DOP, IGP e IGT acquistate da fornitori locali
% di referenze prodotto DOP, IGP e IGT acquistate da fornitori della Regione Emilia Romagna o limitrofe (Lombardia, Veneto, Piemonte, Liguria, Toscana, Marche)	98%

2.5 Approvvigionamento e supporto alla filiera locale

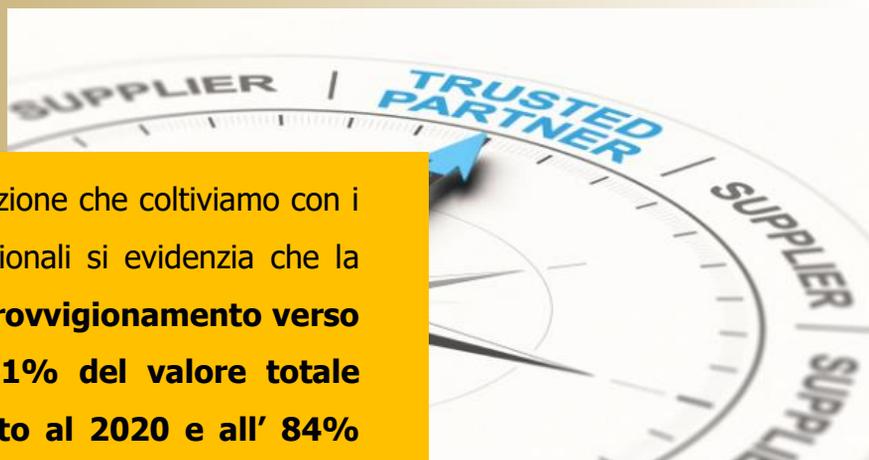
I fornitori sono per noi uno stakeholder di primaria importanza, dal rapporto con essi dipendono in gran parte la qualità e la sicurezza dei prodotti, perciò **puntiamo ad instaurare con loro relazioni commerciali solide e durature, nel rispetto dei principi di correttezza, integrità, professionalità, trasparenza, legalità e imparzialità**. Intendiamo operare con fornitori in grado di garantire il rispetto di elevati standard di qualità, di sicurezza alimentare e di gestione del processo produttivo. Per questo valutiamo e qualificiamo i nostri fornitori secondo criteri e modalità operative definiti in apposite linee guida e procedure aziendali.

Ai nostri fornitori vengono assicurate modalità di pagamento tempestive, in conformità agli accordi commerciali. Nel condurre le negoziazioni economiche con i propri fornitori, Ma-Vi Trade basa la propria attività sui principi di proporzionalità e reciproca corresponsabilità delle prestazioni, evitando di imporre - direttamente o indirettamente - condizioni contrattuali ingiustificatamente gravose.

La finalità ultima cui l'impresa tende è quella di creare **relazioni di fiducia** nonché **occasioni di miglioramento reciproco**, dando importanza alla continuità e all'affidabilità qualitativa ed economica delle controparti. A testimonianza del nostro impegno a costruire collaborazioni a medio-lungo termine è significativo sottolineare che **con il 98% dei nostri fornitori di prodotti abbiamo intrattenuto rapporti commerciali continuativi negli ultimi 3 anni** (almeno un contratto di fornitura per ciascuna annualità del triennio 2019-2021).

Inoltre, l'italianità e la valorizzazione delle eccellenze del territorio rappresentano il criterio centrale nella costruzione della nostra offerta: per questo **prediligiamo la collaborazione con fornitori locali per la commercializzazione di prodotti tipici italiani**, promuovendo i principi di collaborazione diretta con il produttore, anche con l'obiettivo di **valorizzare la filiera corta e favorire lo sviluppo locale**.

2.5 Approvvigionamento e supporto alla filiera locale



A riprova della proficua collaborazione che coltiviamo con i fornitori di prodotto locali e nazionali si evidenzia che la **quota parte di spesa per approvvigionamento verso fornitori italiani è pari al 91% del valore totale dell'acquistato con riferimento al 2020 e all' 84% con riferimento al 2021**. Considerando i **fornitori locali**, ossia i fornitori ubicati in regione Emilia-Romagna, la **quota parte di spesa per approvvigionamento verso tali fornitori è pari al 50% del valore totale dell'acquistato con riferimento al 2020 e al 44% con riferimento al 2021**.

Va segnalato che, con riferimento ai dati del 2020, la percentuale di acquisti da fornitori italiani ha subito un incremento rispetto ai nostri normali trend, valore che va letto alla luce della specificità dell'anno 2020 e alle condizioni dettate dalla Pandemia da COVID-19.

		Anno 2020	Anno 2021
Quota parte di spesa per approvvigionamento verso fornitori locali e italiani sul valore totale dell'acquistato (%)	Fornitori Locali (Regione Emilia Romagna)	50%	44%
	Fornitori Nazionali (Italiani)	91%	84%

2.6 Qualità e sicurezza dei prodotti

Qualità e sicurezza alimentare sono due valori in cui Ma-Vi Trade crede fermamente. Per questo lavoriamo costantemente al fine di garantire la massima qualità e sicurezza dei prodotti che commercializziamo, i quali vengono monitorati attraverso un continuativo sistema di controlli.

Questo approccio è confermato anche dalla decisione aziendale di essere **certificati BRC Agent and Broker e IFS Broker**.

- *BRC Agent and Broker*, sviluppato dal British Retail Consortium, indica i requisiti indispensabili per garantire la sicurezza alimentare applicando i principi HACCP;
- *IFS Broker*, standard nato con lo scopo di fornire un sistema omogeneo di valutazione delle attività di broker, importatori ed agenzie di commercio nell'approvvigionamento di prodotti destinati alla GDO.

Tali certificazioni riconosciute a livello internazionale tutelano i clienti e soprattutto garantiscono un servizio sicuro e qualificato, oltre che il costante miglioramento per l'igiene e la sicurezza del prodotto.

A monte della catena del valore, **la gestione del rapporto con i nostri fornitori gioca un ruolo fondamentale**. La garanzia di qualità e sicurezza dei prodotti passa anche da certificazioni, volte a dare una maggiore garanzia qualitativa sulla fornitura. Per questo, al fine di garantire gli obiettivi sopra esposti, **abbiamo definito in apposite procedure aziendali i criteri e le modalità operative attraverso cui Ma-Vi Trade svolge le operazioni di selezione, valutazione, qualifica e controllo nel tempo dei propri fornitori**.

2.6 Qualità e sicurezza dei prodotti



Nello specifico, la valutazione dei fornitori è attuata dal Responsabile Qualità, con il supporto del Responsabile Acquisti e la collaborazione delle funzioni interessate, e prevede la raccolta e la conservazione di:

- Certificazioni del Fornitore;
- Dichiarazioni accertanti la presenza di un piano di autocontrollo aziendale basato sui principi dell'HACCP: per tutti i fornitori inseriti nel database Fornitori Ma-Vi Trade siamo in possesso della dichiarazione corrente attestante la presenza di un piano HACCP sistematico e implementato;
- Estratti dei piani HACCP (Analisi dei rischi e Diagrammi di flusso);
- Procedura di rintracciabilità;
- informazioni raccolte tramite questionari di valutazione o altre metodologie;
- Informazioni di mercato;
- esiti di forniture di prova (facoltativo);
- risultati di verifiche ispettive presso la sede del fornitore (facoltativo);
- Condizioni commerciali proposte.

Sulla base degli elementi raccolti il Responsabile Qualità e, se necessario, altre funzioni aziendali, valuta la qualifica del fornitore; l'esito e i documenti inerenti la valutazione sono riepilogati nel database fornitori Ma-Vi-Trade e la presenza del fornitore nell'elenco presuppone il suo stato di qualifica positiva.

Il Fornitore può essere giudicato:

- **Qualificato;**
- **Qualificato con Riserva**, riportando gli estremi dell'eventuale piano di miglioramento e/o di un'eventuale verifica ispettiva;
- **Non Qualificato**: non potrà quindi essere inserito nel database.

I fornitori qualificati con riserva necessitano di maggior attenzione nel corso delle forniture, a tale scopo è possibile effettuare, a seconda della tipologia di fornitura:

- Applicazione di piani di controllo speciale,
- valutazione del fornitore in un intervallo di tempo più ridotto,
- volumi di approvvigionamento ridotti.

2.6 Qualità e sicurezza dei prodotti



Con cadenza almeno annuale il Responsabile Acquisti o personale dell'ufficio acquisti da lui delegato, coadiuvato dal Responsabile Qualità, **sottopone a riqualifica ciascun Fornitore**. Questo avviene attraverso l'analisi delle prestazioni del fornitore nel corso dell'anno (eventuali non conformità, disservizi, andamento dei costi di fornitura, ecc.). Sulla base dell'analisi delle prestazioni del fornitore il Responsabile Qualità può confermare o rivedere lo stato di qualifica del fornitore; può essere stabilita la sospensione temporanea del fornitore e la necessità di indagini atte a verificare nuovamente le capacità del fornitore stesso; in questo caso il Responsabile Qualità valuterà di volta in volta il metodo da adottare per la rivalutazione del Fornitore: definizione di un piano di miglioramento e/o verifica ispettiva presso il fornitore. Nel caso in cui si evidenzino non conformità particolarmente gravi nel corso dell'anno, il Responsabile Qualità e la Direzione possono attuare un'immediata revisione dello stato di qualificazione del fornitore coinvolto. In tali occasioni il Responsabile Qualità deve richiedere maggiori informazioni relative alle cause della non conformità ed alle azioni correttive attuate dal Fornitore.

Ma-Vi Trade svolge inoltre **attività continuativa di monitoraggio e verifica delle caratteristiche in materia di qualità e sicurezza dei prodotti commercializzati in base ad una pianificazione definita in un apposito piano annuale di campionamento**. Tale piano prevede la conduzione di analisi microbiologiche, chimico fisiche e di shelf life a rotazione tra i diversi fornitori. Tali analisi sono state svolte presso dei laboratori esterni qualificati.

Parte dell'impegno dell'Azienda su questo tema è costituito anche dalla **pronta gestione delle segnalazioni o dei reclami ricevuti dai clienti**. Ma-Vi Trade gestisce eventuali segnalazioni/reclami ricevuti dai clienti su aspetti inerenti alla qualità e sicurezza dei prodotti effettuando adeguate verifiche e fornendo sempre un riscontro al cliente che ha effettuato la segnalazione. In caso di non conformità inerenti alla qualità e sicurezza dei prodotti Ma-Vi Trade svolge un'analisi della gravità della non conformità a cui eventualmente in decisione congiunta con il cliente può far seguito un richiamo o ritiro del prodotto.

2.7 Etichettatura responsabile

Ma-Vi Trade supporta i propri clienti anche nella realizzazione delle etichette e del packaging di prodotti alimentari. Le etichette dei prodotti rivestono una grande importanza nell'ambito della filiera e del sistema produttivo agroalimentare poiché rappresentano il mezzo attraverso cui vengono veicolate importanti informazioni relative ad esempio agli ingredienti, ai valori nutrizionali, alla data di scadenza, alle modalità di utilizzo e di smaltimento del packaging e ai processi produttivi. La normativa che regola tale settore è rilevante in quanto, non solo è deputata ad assicurare al consumatore il proprio diritto all'informazione, ma è anche volta a garantire un elevato livello di tutela della sua salute, conseguibile attraverso informazioni adeguate sugli alimenti che si consumano. Per questo attraverso il proprio servizio di etichettatura **Ma-Vi Trade intende supportare i propri clienti nel comunicare informazioni chiare ed accurate circa le caratteristiche dei prodotti, nel rispetto di tutte le normative applicabili**, nazionali e internazionali, che disciplinano l'informativa sui prodotti.

In linea con tale impegno, Ma-Vi Trade richiede specifica documentazione e informazioni sui prodotti ai propri fornitori quali ad esempio: scheda tecnica, ultime analisi effettuate, test di shelf life e aspetti inerenti a eventuali informazioni volontarie da indicare in etichetta. In alcuni casi ci affidiamo anche a consulenti esterni per svolgere ulteriori verifiche di conformità dei contenuti delle etichette alla normativa vigente per ciascun paese di commercializzazione. Infine, la bozza di ogni nuova etichetta viene sottoposta all'ufficio qualità del cliente per approvazione dei contenuti e verifica dell'allineamento ai requisiti specifici del paese di destinazione.

Va inoltre specificato che le etichette delle referenze prodotto con certificazione DOP devono essere approvate dal Consorzio di pertinenza.

Ma-Vi Trade gestisce eventuali segnalazioni/reclami ricevuti dai clienti su aspetti inerenti all'etichettatura dei prodotti effettuando adeguate verifiche e fornendo sempre un riscontro al cliente che ha effettuato la segnalazione. In caso di non conformità inerenti all'etichettatura Ma-Vi Trade svolge un'analisi della gravità della non conformità a cui eventualmente in decisione congiunta con il cliente può far seguito un richiamo del prodotto. A testimonianza del buon operato aziendale, **con riferimento al 2021 Ma-Vi Trade non ha registrato alcun caso di non conformità in materia di etichettatura di prodotti.**

Ad ulteriore riprova dell'importanza che l'azienda dà alla corretta gestione dell'etichettatura è significativo sottolineare che nel 2021 la Responsabile Qualità di Ma-Vi Trade e altro personale aziendale ha partecipato ad un **corso formativo** intitolato **"Etichettatura dei prodotti alimentari"** della durata di 24 ore. Tale corso aveva l'obiettivo di fornire alle imprese agroalimentari le conoscenze e gli strumenti pratici necessari ad aggiornare e predisporre le etichette dei prodotti alimentari, così come di verificarne l'adeguatezza.

3.1 Formazione e valorizzazione dei dipendenti

Un importante strumento che consente alle aziende di sviluppare e accrescere il potenziale dei propri collaboratori è dato dalla formazione trasversale (soft skills) o specifica (ad esempio tecnico-specialistica) che costituisce la chiave fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. Per Ma-Vi Trade i collaboratori rappresentano il vero motore del successo dell'Azienda, **riteniamo quindi che la formazione continua sia parte indispensabile e strategica per la crescita di ciascuno**. Vogliamo garantire un'adeguata formazione ai collaboratori, durante tutto il loro percorso professionale, ricorrendo a diverse modalità e strumenti. I nostri corsi sono tenuti direttamente in azienda da docenti altamente qualificati o erogati attraverso Enti di Formazione e possono essere personalizzati secondo delle singole esigenze.

Complessivamente **nel corso del 2021, Ma-Vi Trade ha erogato ai propri dipendenti 166 ore di formazione**.

In particolare, nel 2021, la formazione erogata si è incentrata sulle seguenti tematiche: **Competenze tecniche (corso etichettatura), Trasformazione digitale e sostenibilità**

Formazione Anno 2021		
GRI KPI	Tematiche formative	n° di ore formative erogate
N° totale di ore formative erogate da Ma-Vi Trade nel 2021	Competenze tecniche (corso etichettatura)	96 ore
	Trasformazione digitale	30 ore
	Sostenibilità	40 ore

3.2 Empowerment femminile

La nostra è una storia di imprenditorialità al femminile e la promozione della parità di genere è saldamente radicata nella nostra cultura aziendale. Ma-Vi Trade si contraddistingue infatti per essere **un'azienda che ha sempre investito nel potenziale femminile**, che non è solo una scelta socialmente responsabile, ma di **valorizzazione del merito** e anche una sfida imprenditoriale.

Nel condurre la propria attività Ma-Vi Trade si ispira agli Women's Empowerment Principles (WEP) delle Nazioni Unite che sono stati istituiti nel 2015 da UN Women e dal Global Compact delle Nazioni Unite. Questi principi rappresentano la prima iniziativa mondiale per affrontare il tema della **promozione e del rafforzamento del ruolo delle donne nelle aziende**.

In particolare ci impegniamo a:

- Stabilire una **cultura di leadership aziendale equa**;
- **Promuovere l'educazione, la formazione e lo sviluppo delle donne**;
- **Promuovere l'imprenditorialità femminile e rafforzare l'ingresso delle donne sul mercato**;
- **Applicare politiche di retribuzione che si basano su criteri oggettivi** quali esperienza professionale, qualifiche e competenze;
- Garantire un **giusto equilibrio tra lavoro e vita privata**, specie per i lavoratori con responsabilità di accudimento o cura, al fine di consentire loro di **conciliare carriera e vita privata**;
- **T trattare tutti i dipendenti in modo equo sul lavoro**, secondo i diritti umani internazionali e il principio di non discriminazione.



3.2 Empowerment femminile

Questo nostro modo di agire è allineato anche al **goal numero 5 dell'Agenda 2030** che **si incentra sulla parità di genere** e più in particolare al **target 5.5** che prevede di **garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership** a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica.

A concreta riprova di quanto suddetto va sottolineato che Ma-Vi Trade è amministrata da un Consiglio di Amministrazione (CdA) che al 31/12/2021 risulta composto da una Presidente, nella persona di Maria Rosaria Maestri, e da una Consigliera Delegata, nella persona di Marta Vignati. Maria Rosaria Maestri ricopre anche la carica di socia unica. **Il più alto Organo Amministrativo dell'azienda risulta quindi composto al 100% da figure femminili.**

Inoltre, al 31/12/2021, **la popolazione aziendale risulta costituita al 100% da donne** inquadrare con la qualifica di impiegate. Tutte le dipendenti sono in possesso di **un contratto di lavoro a tempo indeterminato e sono coperte da accordi di contrattazione collettiva.**



Capitolo 4

4.1 Prodotti sostenibili

4.2 Promuovere un'alimentazione sana

4.3 Packaging sostenibile

4.4 Gestione della logistica



4.1 Prodotti sostenibili

Siamo consapevoli che in un panorama ricco di scelte, le motivazioni per cui si acquista un prodotto rispetto ad un altro derivano da molteplici fattori. Oggi i consumatori, date le crescenti preoccupazioni ambientali e sociali, sono sempre più sensibili a fattori quali l'impegno sociale o ambientale delle imprese e lo esplicitano attraverso le proprie scelte d'acquisto.

Ma-Vi Trade commercializza una selezione di prodotti alimentari orientandosi sui bisogni dei propri clienti, con l'obiettivo di offrire loro i migliori prodotti del Made in Italy. Come azienda lavoriamo per **migliorare continuamente la nostra offerta anche attraverso l'introduzione di prodotti sostenibili**, volti a promuovere una maggiore **tutela dell'ambiente**, una **sana alimentazione** e un **consumo consapevole**.

Per questo ci impegniamo quotidianamente per promuovere una **selezione di prodotti sempre più ricca di referenze che possiedono certificazioni in materia di sostenibilità**, in linea con i nostri obiettivi e con le esigenze dei nostri clienti e del mercato.

Nella tabella di seguito riportata, con riferimento al 2021, viene indicato il numero di referenze prodotto alimentari commercializzate da Ma-Vi Trade che possiedono una certificazione di sostenibilità.

Prodotti Alimentari - Anno 2021

Certificazioni	N° totale di referenze prodotto commercializzate che possiedono certificazioni di sostenibilità
BIO/Organic	20
Vegan	19
Senza OGM	18

4.2 Promuovere un'alimentazione sana

La **promozione di un'alimentazione sana ed equilibrata e di uno stile di vita consapevole**, sono variabili che prendiamo in considerazione nella definizione della nostra offerta e nella realizzazione di attività di comunicazione e sensibilizzazione.

I principi del salutismo e del benessere della persona rappresentano driver rilevanti nelle valutazioni di acquisto dei beni alimentari. Ne sono una prova la crescita del consumo di prodotti che contengono chiare ed evidenti indicazioni nutrizionali sulla salute e l'addizione o l'assenza di uno specifico ingrediente (ad esempio prodotti nei quali è assente il glutine o il lattosio o un ridotto contenuto di sale ecc.).

In particolare, al fine di promuovere un'alimentazione sana ed equilibrata inseriamo all'interno della nostra offerta linee di prodotto pensate per soddisfare le esigenze di tutta la clientela, proponendo articoli senza glutine, senza lattosio o vegani.

A conferma del nostro impegno su questo tema è significativo sottolineare che, con riferimento al 2021, Ma-Vi Trade ha commercializzato:

- 29 referenze prodotto senza lattosio (di cui 11 referenze naturalmente prive di lattosio: Grana Padano e Parmigiano Reggiano);
- 29 referenze prodotto senza glutine;
- 19 referenze prodotto certificate Vegan.

Attraverso il proprio impegno e la collaborazione con i propri fornitori Ma-Vi Trade sostiene un'alimentazione consapevole e contribuisce alla prevenzione dell'insorgere di rischi legati ad una nutrizione non equilibrata, come ad esempio l'obesità, il diabete e problemi cardiovascolari.

La nostra attenzione verso la promozione di un'alimentazione sana ed equilibrata e di uno stile di vita consapevole non si esaurisce solo con l'offerta di linee di prodotto dedicate ma si estende anche ad **attività di comunicazione aziendale incentrate sull'educazione alimentare e volte a sensibilizzare i consumatori sull'importanza delle scelte alimentari**. In particolare, **nel 2021 abbiamo pubblicato attraverso il nostro blog aziendale 5 articoli sul tema formaggi vegani**.

4.3 Packaging sostenibile

Il packaging è un elemento essenziale per la corretta conservazione della qualità dei prodotti alimentari e per il mantenimento delle caratteristiche peculiari degli stessi. L'impatto dei materiali utilizzati per gli imballaggi è senz'altro un punto su cui poniamo grande attenzione. Per questa ragione, in ottica di continuo miglioramento **stiamo lavorando con i nostri fornitori al fine di proporre nuove soluzioni di packaging che si adattino alle esigenze dei nostri clienti in termini di sostenibilità, shelf life e sicurezza.**

All'interno dei progetti che stiamo implementando per fornire soluzioni di packaging più responsabile merita di essere approfondita l'iniziativa per la **realizzazione di un film compostabile per barriera ATM, certificato OK COMPOST INDUSTRIAL.** In particolare, grazie all'impegno condiviso con il nostro partner leader nel confezionamento di formaggi grattugiati a Treviso, **a partire dal 2019 abbiamo la possibilità di aggiungere alle nostre proposte una nuova linea di Grana Padano grattugiato vestita con questo innovativo film compostabile.** Si tratta di un packaging innovativo, destinabile alla raccolta differenziata, rifiuto umido, che comporta quindi minori impatti sul fine vita del packaging. Il film, prodotto dall'azienda SDR PACK, ha ottenuto la certificazione [OK COMPOST INDUSTRIAL](#) in conformità alla norma EN 13432 ed è stato sottoposto a numerose prove di shelf life al fine di garantirne la sicurezza. Tutti i test effettuati hanno dato esito positivo consentendoci di presentare la nuova gamma di formaggi grattugiati con **shelf life garantita di 120 giorni.** Un esempio perfetto di soluzione eco-friendly per il packaging, che all'interno di un mercato che chiede sempre più attenzione all'ambiente rappresenta un valore aggiunto anche per il consumatore finale.



4.3 Packaging sostenibile

Il nostro lavoro non si ferma qui e ci impegnamo a sviluppare sempre più soluzioni di packaging responsabile con un occhio in particolare alla riduzione dell'utilizzo di plastica nel packaging. A tale proposito è infatti in fase un progetto per l'utilizzo di un nuovo materiale per la nostra linea di confezionamento di Grana Padano 200g finalizzato alla sostituzione delle attuali vaschette in plastica.

Nella tabella riportata nel seguito vengono specificati i **quantitativi di carta, cartone e plastica utilizzati da Ma-Vi Trade nel corso del 2021 per realizzare il packaging.**



Quantitativo materiali utilizzati per il packaging (Peso: ton)

Anno 2021

Carta e Cartone 57,6 ton

Plastica 37,5 ton

4.4 Gestione della logistica



L'attenzione all'ambiente è un obiettivo che si estende anche alle attività di logistica e trasporto delle merci. Premesso che Ma-Vi Trade esternalizza in toto le attività di logistica a fornitori specializzati, **il nostro impegno su tale versante si concentra sulla scelta dei partner e sulla collaborazione con essi ai fini di ottimizzare il processo logistico e contribuire così alla mitigazione degli impatti ambientali associati.**

Con questa logica selezioniamo e ci affidiamo per i nostri trasporti fornitori di servizi di logistica che garantiscono il rispetto delle leggi e normative vigenti e che privilegiano l'impiego di mezzi di trasporto di ultima generazione, **sensibilizzando tali fornitori affinché acquistino sempre più mezzi alimentati con carburanti alternativi a emissioni ridotte.**

Va sottolineato anche che **buona parte dei fornitori logistici a cui ci affidiamo è in possesso della certificazione EcoVadis**, una certificazione che mira a migliorare le pratiche ambientali e sociali delle aziende sfruttando l'influenza delle catene logistiche globali.

Con specifico riferimento alla categoria formaggi il processo logistico prevede che le forme intere di formaggio vengano ritirate dal produttore per poi essere trasportate verso il nostro centro di confezionamento ed etichettatura o eventualmente verso fornitori che ci offrono servizio di confezionamento. Successivamente tali prodotti vengono conferiti presso piattaforma logistiche esterne da cui vengono poi ritirati per il trasporto ai nostri clienti esteri. Per quanto riguarda in generale tutti gli altri prodotti alimentari commercializzati da Ma-Vi Trade il processo logistico prevede il ritiro della merce dal produttore e il trasporto verso la piattaforme logistiche esterne.

Con tutti i nostri fornitori di logistica lavoriamo continuamente al fine di ottimizzare i carichi e l'efficienza delle tratte. In particolare nella logica di efficientamento dei trasporti i nostri partner lavorano esclusivamente con groupage di merce che hanno lo stesso paese di destinazione finale.

Infine va segnalato che tutti i nostri fornitori di servizi logistici sono in possesso della certificazione *IFS Logistics*. Tale standard prevede che le aziende di logistica:

- effettuino un'analisi dei pericoli e dei rischi secondo il sistema HACCP;
- abbiano un sistema di gestione qualità documentato ed efficace;
- abbiano un controllo sugli standard ambientali, di prodotto, di processo e del personale.

Nota metodologica



Il presente documento rappresenta il **primo Bilancio di Sostenibilità pubblicato da Ma-Vi Trade S.r.l.** Nel Bilancio sono rendicontati dati e informazioni sulle **performance e gli impatti economici, ambientali e sociali inerenti a Ma-Vi Trade S.r.l.** Per una corretta rappresentazione delle performance e per garantire l'attendibilità dei dati e delle informazioni, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate.

Il presente Bilancio descrive le **attività e i risultati** di Ma-Vi Trade S.r.l. **relativi all'esercizio chiusosi al 31/12/2021.** Ove disponibili, sono stati riportati i dati comparativi riferiti all'esercizio precedente, con l'obiettivo di presentare l'andamento delle performance aziendali su un orizzonte temporale più esteso.

Attraverso l'adozione di questo strumento di rendicontazione Ma-Vi Trade intende fornire ai propri stakeholder una rappresentazione completa, chiara e trasparente delle proprie scelte, modalità di gestione, progetti, performance e in senso più ampio del proprio percorso di sostenibilità aziendale. L'idea ormai diffusa, e condivisa da Ma-Vi Trade, è quella che anche le aziende possano impegnarsi e dare il proprio contributo, partecipando a questa sfida e migliorando le proprie performances dal punto di vista della sostenibilità. Il Bilancio di Sostenibilità di Ma-Vi Trade **verrà pubblicato con cadenza annuale.**

Il presente documento è stato **redatto facendo riferimento ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards"**, pubblicati dalla Global Reporting Initiative (GRI) nel 2016 e tenendo conto dei successivi aggiornamenti. In particolare, il Bilancio fa riferimento alla **selezione dei GRI Standards che vengono indicati nella tabella "GRI Content Index"** riportata in chiusura di Bilancio. L'obiettivo è quello di implementare un sempre maggiore grado di allineamento agli standard di rendicontazione con le prossime edizioni del Bilancio. Il processo di individuazione e di disclosure dei contenuti ha tenuto in considerazione i principi GRI di rilevanza, inclusività, contesto di sostenibilità e completezza definiti dal GRI (serie 101). In particolare, i temi trattati nel presente documento riflettono il principio di materialità, vale a dire il principio di rilevanza in termini di impatto generato e/o subito con riguardo alle diverse tematiche per l'attività aziendale. I temi materiali individuati da Ma-Vi Trade ai fini di implementare una gestione aziendale sempre più sostenibile sono sintetizzati nella **"matrice di materialità"**.

Con riferimento all'identificazione del contributo di Ma-Vi Trade al raggiungimento dei **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite** (Sustainable Development Goals – SDGs), si specifica che è stata svolta un'analisi di raccordo tra i GRI selezionati per una completa rendicontazione di sostenibilità aziendale e gli SDGs, successivamente, ulteriormente selezionati per maggior coerenza e rappresentatività rispetto all'attività e all'impegno aziendale.

Per la predisposizione di questo documento è stato strutturato un processo di reporting interno che ha coinvolto le diverse funzioni aziendali che hanno contribuito all'individuazione e valutazione dei temi materiali e alla fase di raccolta e analisi dei dati e delle informazioni, con il ruolo di verificare e validare i contenuti di propria pertinenza riportati nel Bilancio.

Nota metodologica



Con riferimento all'identificazione del contributo di Ma-Vi Trade al raggiungimento dei **17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite** (Sustainable Development Goals – SDGs), si specifica che è stata svolta un'analisi di raccordo tra i GRI selezionati per una completa rendicontazione di sostenibilità aziendale e gli SDGs, successivamente, ulteriormente selezionati per maggior coerenza e rappresentatività rispetto all'attività e all'impegno aziendale.

Per la predisposizione di questo documento è stato strutturato un processo di reporting interno che ha coinvolto le diverse funzioni aziendali che hanno contribuito all'individuazione e valutazione dei temi materiali e alla fase di raccolta e analisi dei dati e delle informazioni, con il ruolo di verificare e validare i contenuti di propria pertinenza riportati nel Bilancio.

Il Consiglio di Amministrazione di Ma-Vi Trade ha approvato il presente documento in data 21/20/2023

Questo Bilancio di Sostenibilità è stato redatto con l'assistenza tecnico-metodologica di Nexstrategy.

Per eventuali domande relative al presente Bilancio è possibile inviare una richiesta a: sostenibilità@ma-vi-trade.it

13 - GRI 102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato

14 - (GRI 102-50) Periodo di rendicontazione

15 - (GRI 102-52) Periodicità della rendicontazione

16 - GRI 102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi

17 - GRI 102-32 Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità

18 - GRI 102-53 Contatti per chiedere informazioni riguardanti il report