

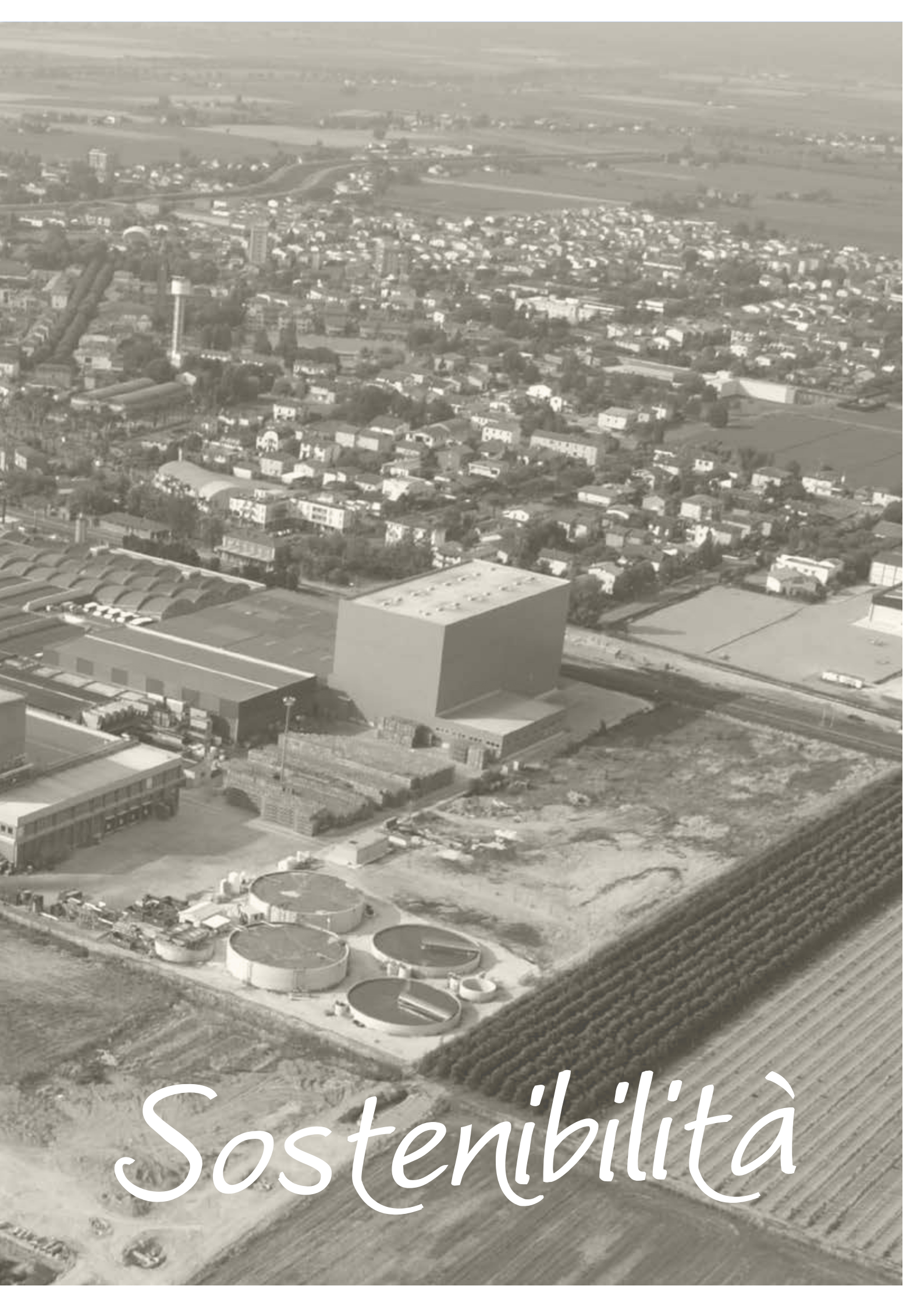
BILANCIO 2017

di Sostenibilità

SINTESI







Sostenibilità

Sommario

<i>Fruttigel in cifre</i>	5
<i>Storia</i>	6
<i>Modello istituzionale e organizzativo</i>	10
<i>Etica e controlli</i>	11
<i>Servizi, trasformazione, mercato</i>	12
<i>Lavoro</i>	19
<i>Qualità, sicurezza alimentare e innovazione</i>	21
<i>Le politiche</i>	27

Con la supervisione di **Mario Viviani**, hanno collaborato:

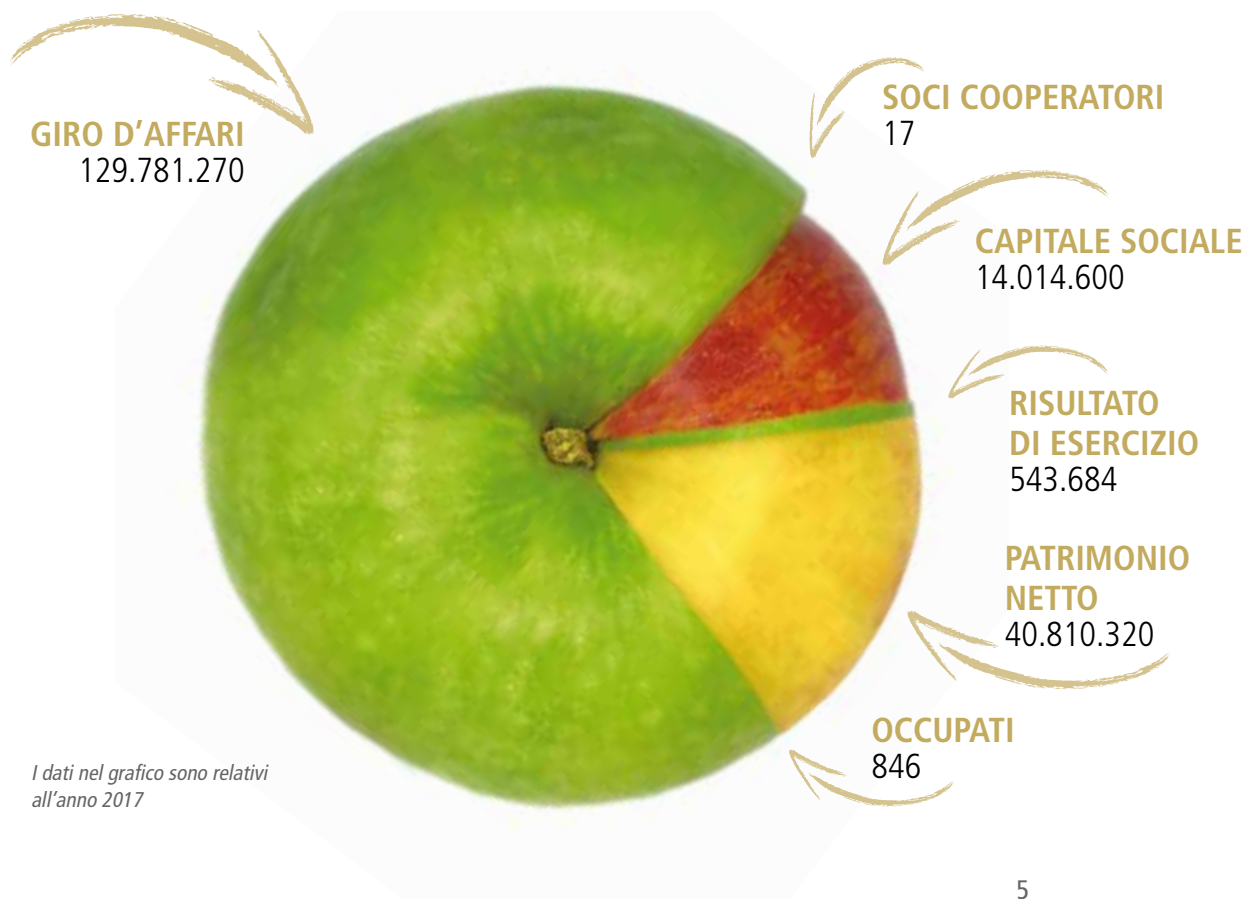
Giorgio Alberani, **Paolo Cristofori**, **Cristina Di Lenardo**, **Stanislao Fabbrino**, **Valeria Ghetti**,
Lucio Malaguti, **Stefano Malpassi**, **Stefano Muccifora**, **Paola Albonetti**, **Cristina Staffa**,
Francesca Stefanini, **Massimo Tampieri**, **Davide Vecchi**, **Donata Venturi**, **Paolo Ziliani**

Progetto grafico, impaginazione, coordinamento Agenzia **Pagina**, Ravenna
maggio 2018

Fruttagei in cifre

Dati Essenziali

	2015	2016	2017
Soci cooperatori	17	17	17
Occupati	898	878	846
Giro d'affari (€)	138.217.234	126.671.062	129.781.270
Risultato di esercizio (€)	3.635.560	661.669	543.684
Capitale sociale (€)	13.517.600	13.517.600	14.014.600
Patrimonio netto (€)	39.339.409	39.876.981	40.810.320





Storia

Missione di Fruttage!

Un protagonista significativo della filiera agroindustriale che qualifica la presenza cooperativa nella produzione, nella trasformazione e nella distribuzione per il benessere alimentare delle persone.

- **Nutrire** le relazioni imprenditoriali, professionali e umane di responsabilità, partecipazione, rispetto e trasparenza
- **Consolidare** il valore patrimoniale, industriale, relazionale dell'impresa come dotazione per i soci attuali e futuri e per lo sviluppo della cooperazione
- **Realizzare** l'innovazione, il miglioramento del servizio e la qualificazione professionale che aumentino l'efficienza della filiera e la competitività
- **Adottare** i sistemi tecnologici e organizzativi che garantiscano la salute dei consumatori, dei lavoratori e la salvaguardia dell'ambiente; concorrere allo sviluppo sociale delle comunità di riferimento
- **Dimostrare** che anche in condizioni di forte complessità industriale è possibile fare impresa rispettando le persone, il loro lavoro, la competizione e il mercato.



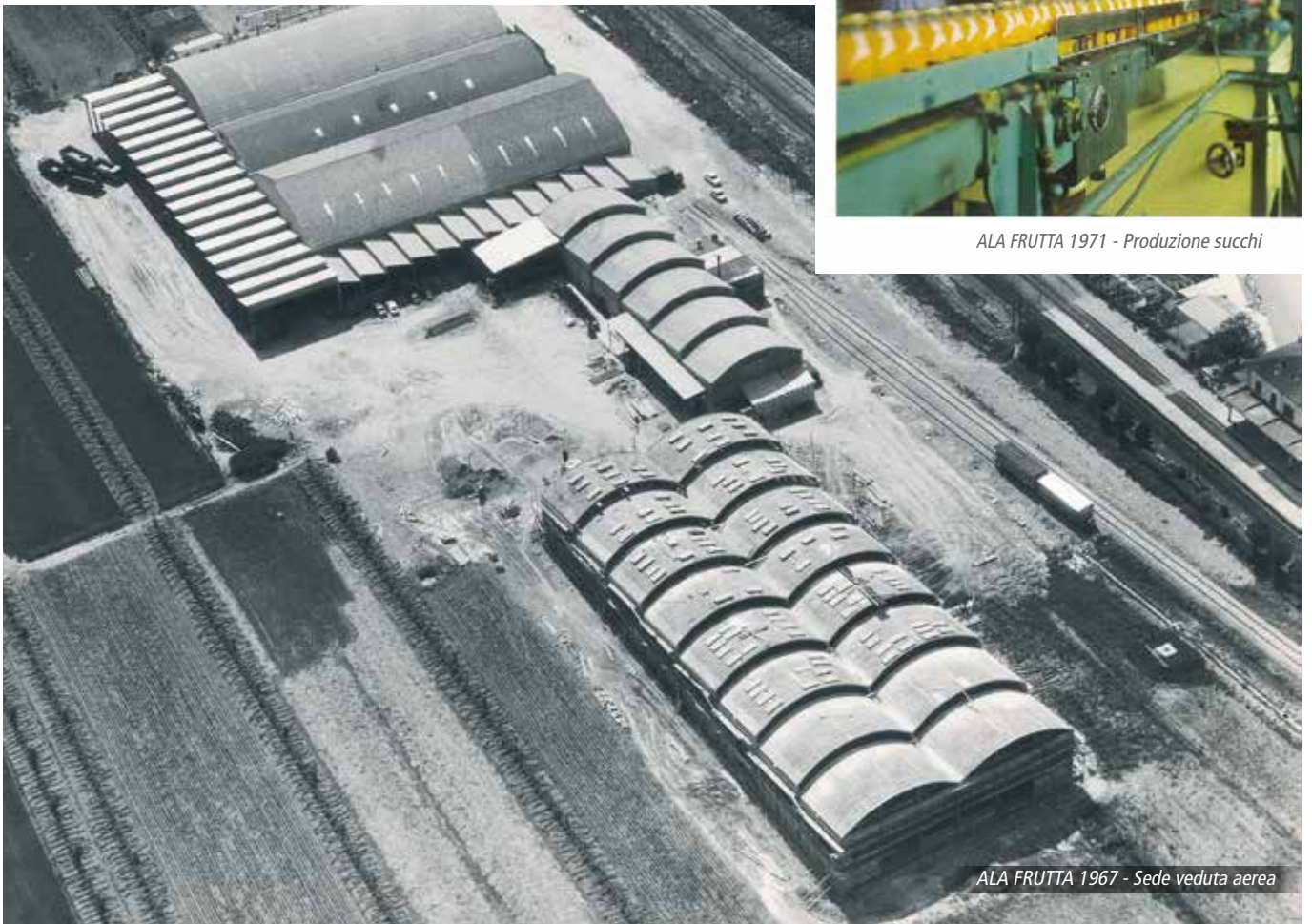
I passi fondamentali che hanno portato Fruttigel all'attuale configurazione, sono 3:

1)

- Nei primi anni 60 nasce Ala Frutta, azienda Cooperativa per la lavorazione della frutta fresca.
- A metà degli anni 60 inizia la lavorazione del prodotto di risulta: albicocche, pere, pesche, mele per la produzione di cremogenato di frutta e per la produzione interna di succhi di frutta.
- All'inizio degli anni 70 viene effettuato il primo investimento in una linea di succhi in vetro completamente automatizzata.
- Alla fine degli anni 70 iniziano i primi problemi finanziari che conducono al concordato e alla messa in liquidazione nell'agosto 1981 di Ala Frutta.



ALA FRUTTA 1971 - Produzione succhi



ALA FRUTTA 1967 - Sede veduta aerea

ALA FRUTTA 1971 - Veduta aerea



2)

- Nel mese di novembre 1981, Parmasole, un'azienda cooperativa di Martorano di Parma, leader del mercato per la lavorazione del pomodoro, affitta gli impianti Alafrutta in liquidazione di Alfonsine.
- Nel 1983 sono installati un impianto per la lavorazione del pomodoro e la prima linea dei succhi in brik, una linea di lavorazione per le mele solid pack.
- Alla fine degli anni 80 Parmasole acquisisce lo stabilimento Arrigoni di Cesena (azienda chiusa da ormai 10 anni), acquisizione che tuttavia non ottiene i risultati sperati.
- L'intero gruppo Parmasole entra in forti difficoltà: il sito produttivo di Alfonsine, con i debiti di tutto il gruppo, chiede il concordato preventivo.



PARMASOLE 1987 - Sede veduta esterna



PARMASOLE 1987
Inserzione pubblicitaria Arrigoni

3)

- Nel 1994 viene costituita Fruttigel che acquisisce lo stabilimento di Alfonsine (RA). Due anni dopo entra nella compagine sociale, Co.ind, cooperativa industriale con Sede a Castelmaggiore.
- Nel 1998 viene costituito a Termoli (CB) il Consorzio Fruttigel Molise per la gestione in affitto dello stabilimento di Larino, di proprietà della Regione Molise, per la produzione e lavorazione locale di ortaggi.
- Nel 2000 Fruttigel costituisce, unitamente ad altre importanti aziende Emiliano Romagnole, il Consorzio AlmaverdeBio per lo sviluppo e commercializzazione di prodotti Biologici.
- Nel 2009 il Consorzio Fruttigel Molise acquisisce dalla regione Molise lo stabilimento di Larino. In novembre, viene sottoscritto l'atto di fusione per incorporazione in Fruttigel.

FRUTTIGEL
Consorzio Molise 1997
Sede veduta esterna



FRUTTIGEL 2014
Ventennale della Costituzione

Modello istituzionale e organizzativo

Istituzione

I soci di Fruttigel si dividono in due categorie:

- Soci cooperatori conferenti**, ovvero cooperative di produttori agricoli o di conduzioni terreni, che vedono in Fruttigel uno strumento per il completamento della filiera agro-industriale e la valorizzazione economica e strategica delle loro produzioni sul mercato, dell'impresa agricola e del lavoro in generale.

Compagine societaria di Fruttigel
al 31.12.2017

Compagine societaria	Categoria	% Capitale	N. Voti	Quota capitale
Soci Cooperatori				
PROMOSAGRI soc. coop. p.a. (RA)	agricoltura	4,13	1	579.000
CO.IND. soc.coop (BO)	agro-industria	7,99	5	1.119.900
CO.IND. IMMOBILIARE S.R.L. (RE)	agro-industria	7,99	5	1.119.900
CO. IND. TRADING S.r.l. (BO)	agro-industria	7,99	5	1.119.800
ATTIBASSI S.r.l. (BO)	agro-industria	7,98	5	1.119.300
TERREMERSE soc.coop (RA)	agricoltura	10,66	5	1.495.000
Coop. Agric. Braccianti Giulio Bellini	agricoltura	2,14	1	300.000
APOFRUIT ITALIA soc. coop. agricola (FC)	agricoltura	6,14	1	860.000
AGRISFERA soc. coop. agricola p.a. (RA)	agricoltura	2,75	1	385.100
A.F.E. Associazione Frutticoltori Estense srl	agricoltura	2,50	1	350.000
CO. PRO. AGR. soc. coop. agricola (RA)	agricoltura	7,78	1	1.090.000
PEMPACORER soc. cons. agr. a.r.l. (RA)	agricoltura	2,80	1	392.000
AS.I.P.O. soc. coop. a.r.l. (PR)	agricoltura	2,51	1	351.900
ORTOFRUTTA SOL SUD OP soc. coop	agricoltura	2,50	1	350.000
APO CONERPO soc. coop. agricola (BO)	agricoltura	2,85	1	400.000
CAB MASSARI S.C	agricoltura	1,60	1	224.000
C.A.B. TER.RA Soc. Coop. Agricoltura	agricoltura	0,78	1	108.700
TOTALE		81,09	37	11.364.600
Soci sovventori e finanziatori				
Federazione delle COOPERATIVE della provincia di RAVENNA (RA)	finanziaria	4,64	1	650.000
COOPFOND S.p.a. (BO)	finanziaria	14,27	1	2.000.000
TOTALE		18,91	2	2.650.000
TOTALE GENERALE		100,00	39	14.014.600

Etica e controlli

Lo standard GRI prevede che l'impresa renda espliciti non solamente i suoi riferimenti di base (valori, missione e visione), ma che si soffermi anche sugli strumenti per il loro presidio.

Si fa riferimento in modo particolare alle istituzioni e ai meccanismi deputati a controllare il comportamento dei manager e di tutti coloro che a nome dell'impresa gestiscono relazioni con gli stakeholder, ma altrettanto rilevanti sono gli strumenti e le pratiche che riguardano i comportamenti di tutti coloro che concorrono alla realizzazione degli obiettivi dell'impresa, dai dipendenti ai fornitori.

Un ulteriore aspetto, che sarà certamente meglio messo a fuoco in prospettiva, riguarda il *controllo dei rischi*, argomento che attiene contemporaneamente all'etica, alla sicurezza, all'efficienza.

Su tale aspetto si avvierà una riflessione, a partire dagli strumenti attivi e disponibili a questo riguardo.

A oggi, in Fruttigel, gli strumenti per il controllo dei comportamenti e delle relazioni sociali sono passati da due a tre, infatti con l'esercizio 2017 si dispone di:

- **Modello organizzativo e conseguente Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2001** (mappatura dei rischi e definizione delle responsabilità di amministratori e management);
- **Codice etico per la Rsi**, cioè strumento specificamente rivolto al presidio dei comportamenti di tutti i soggetti dell'impresa (dagli addetti ai fornitori, dai soci ai collaboratori di ogni tipo) in relazione ai principi e valori enunciati;
- **Carta dell'appartenenza**, rivolta in modo specifico ai dipendenti e di cui si darà conto specificamente nelle successive sezioni del documento.

Uno degli obiettivi di miglioramento di tali strumenti di controllo - enunciato nel 2016 per l'esercizio 2017 - riguardava la *revisione del Codice etico*. Per non accavallare tale attività con la redazione della Carta dell'Appartenenza si è stabilita nel corso dell'anno di rimandare questa attività all'esercizio in corso. Se ne darà dunque conto nella prossima rendicontazione.

Commissione Etica

Menghetti Natalina - *Presidente*
Di Lenardo Cristina
Petitto Salvatore
Tampieri Massimo
Zannoni Daniela

Organismo di Vigilanza 231

Sabadini Riccardo - *Presidente*
Pezzi Sergio
Tampieri Massimo

Servizi, trasformazione, mercato

Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile

L'ONU dice:

Obiettivo n. 2 "...migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile"

Obiettivo n. 12 "garantire modelli sostenibili di produzione e consumo"



I valori nei nostri investimenti: ambiente e valorizzazione della filiera

Depuratore: recupero delle acque pari a circa 250.000 mq nel 2017; emungimento a 474.000 mq nel 2017 (autorizzati per 750.000 mq)

Impianto estrazione soia e cernite ottiche vantaggi per i produttori, qualità del prodotto, efficienza

Cogenerazione: massima efficienza utilizzo energie - meno CO₂

Pack compostabile: busta biodegradabile Cert. UNI EN 13432

Nuovo magazzino automatico surgelato (2019-2020) Mobilità e Riduzioni CO₂ (130.000 km in meno; 47.000 l di gasolio non utilizzati; stima di oltre 120 t di CO₂ non immesse)

Servizi ai produttori conferenti e controllo della filiera

FruttageL – Produttori

Condivisione: programmazione, obiettivi, regole, investimenti.

Fidelizzazione: utilità reciproca duratura nel tempo, intenti comuni, investimenti industriali e di ricerca.

Specializzazione: innovazione, qualità prodotto, mercato, vocazione aziende agricole.



Delle relazioni ed aspettative di sviluppo strategico che FruttageL intende costruire con i propri soci conferenti si darà conto diffusamente nell'ultima parte del presente report.

In questa parte ci limitiamo ad evidenziare le pur importanti e consolidate attività "operative" che caratterizzano in modo continuativo la relazione con i conferenti, contraddistinta da una sempre maggiore necessità di specializzazione e fidelizzazione.

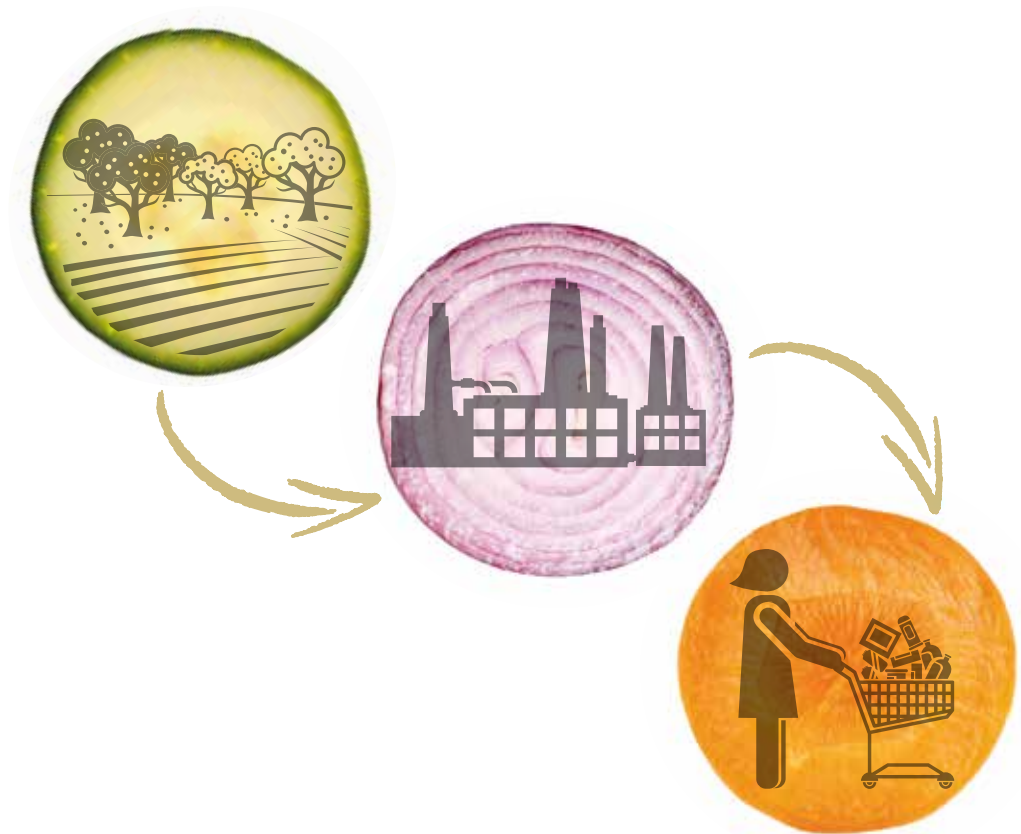
La continua ricerca della diversificazione e dell'innovazione di prodotto ha reso necessario incrementare qualitativamente e quantitativamente la ricerca di filiere innovative caratterizzate dalla necessità di una relazione sempre più stretta tra conferenti, istituzioni e centri universitari da un lato, servizio agronomico e Ricerca e Sviluppo di FruttageL dall'altro.

In tale direzione, i principali progetti e sperimentazioni portati avanti in questi ultimi anni sono i seguenti:

- Anagrafica dei produttori: quaderni di campagna e diario di laboratorio. (consente la mappatura informatizzata di terreni - trattamenti, visite effettuate ecc - e piani colturali appartenenti alle filiere seguite da FruttageL);
- Filiera dell'Asparago italiano (integralmente operativa dal 2015 con la piena funzionalità della nuova linea di confezionamento asparagi presso lo Stabilimento di Larino);
- Sperimentazione/coltivazione varietale: cavolo nero (realizzata positivamente e già oggetto di raccolti e trasformazione in FruttageL);
- Sperimentazione/coltivazione varietale: cavolo riccio rosso e verde (Kale) (realizzata positivamente su superficie ridotta e già oggetto di trasformazione in FruttageL); in itinere ulteriore sperimentazione allargata propedeutica alla coltivazione vera e propria.

Le principali attività e servizi gestiti e/o forniti da FruttageL ai propri soci conferenti (attraverso la propria Area Agronomica), sono:

- acquisto sementi dalle principali aziende multinazionali olandesi e americane, richiedendo la certificazione "OGM FREE";
- disponibilità di 15 macchine per la raccolta, di cui 9 per la raccolta del borlotto e del pisello, 4 per il fagiolino e 2 per i prodotti in foglia (spinacio, bieta e cicoria);
- trasporto degli ortaggi dai campi allo stabilimento a carico di FruttageL (frutta e pomodoro sono viceversa gestiti direttamente dai conferenti).



Un approfondimento specifico, inoltre, meritano le attività di campionamento e controllo che FruttageL esegue. In fase di pre-raccolta, **il campionamento** avviene mediante piani *ad hoc*, in funzione delle difficoltà della specie nel raggiungimento di determinati livelli di qualità:

- ***pisello***: campionamento del 100% delle aziende agricole per il prodotto Bio e del 10% per convenzionale (non sussiste un elevato grado di difficoltà di coltivazione);
- ***fagiolino***: campionamento del 100% del prodotto;
- ***prodotti in foglia***: campionamento del 100% (grado di difficoltà legato principalmente alla presenza d'insetti);
- ***borlotto***: campionamento al 100% del prodotto;
- ***biologico***: campionamento pre-raccolta al 100% (per obbligo normativa CE).

La gestione dei **controlli** sulle materie prime agricole, ha invece le seguenti caratteristiche:

Ortaggi: FruttageL compra il seminativo degli ortaggi (che vende ai soci senza ricarico) e concorda il piano di semina e raccolta secondo precisi disciplinari, che prescrivono le caratteristiche tecniche e organolettiche del prodotto a seconda delle richieste dello specifico cliente. I tecnici di FruttageL controllano periodicamente lo stato di avanzamento della coltivazione del prodotto.

In fase di pre-raccolta l'Ufficio qualità (Laboratorio pesticidi) organizza un piano di campionatura per verificare il rispetto dei disciplinari e dei tempi di coltivazione.

A maturazione del prodotto vengono organizzate le raccolte e i trasporti. La determinazione dei

prezzi di conferimento avviene l'anno precedente all'anno di coltivazione, secondo specifiche di conferimento relative al livello qualitativo richiesto per le surgelazioni e secondo gli andamenti previsionali del mercato.

Pomodoro: l'assistenza agronomica alla produzione è affidata direttamente alle OP (Organizzazione di Produttori), FruttageL è solo responsabile del prodotto dal momento del conferimento fino al termine della sua lavorazione.

Frutta: viene effettuata una programmazione per l'approvvigionamento giornaliero o settimanale in modo da permettere l'aggiornamento costante dei fabbisogni, sulla base dell'andamento dei prezzi di mercato. I controlli sulla frutta e sul pomodoro vengono fatti a campionamento solo nel momento del conferimento o dell'acquisto.

Trasformazioni

Le linee di produzione rappresentano un momento fondamentale per la determinazione della qualità del prodotto finito. Di seguito vengono descritte le principali caratteristiche delle due linee di produzione di FruttageL, linea del freddo per gli ortaggi surgelati e linea del caldo per i succhi di frutta e i derivati del pomodoro.

Le lavorazioni della linea del freddo

La linea del freddo si compone dei processi di lavorazione di prodotti in foglia (*spinaci, bieta, cicoria, cime di rapa*), i fagiolini, i piselli e i borlotti, oltre alla miscelazione degli ortaggi per i minestrini, le linee di confezionamento per i surgelati e la linea di produzione di pomodoro per cubetti surgelati. Le linee del freddo lavorano alternativamente per circa 10 mesi all'anno, tranne il confezionamento surgelato che lavora in modo continuativo.

Nello stabilimento di Larino sono presenti solo lavorazioni della linea del freddo: è presente una linea per la lavorazione della foglia (*spinacio, cicoria, bieta e cime di rapa*), le lavorazioni di zucchine a rondelle e cubetti, le carote a rondelle e cubetti, poi sedani in cubetti, verze, porri, patate, broccolo, cavolfiori, asparagi, gran parte di questi ortaggi utilizzati per le miscele dei vari minestrini, altri vengono confezionati in busta come mono ingrediente.

Lo stabilimento è dotato inoltre di una linea di grigliatura di melanzane, zucchine peperoni, patate, prodotti che vengono surgelati e dopo il loro scongelamento domestico sono pronti per l'immediato consumo. A partire dal mese di gennaio 2015 è inoltre entrata in funzione la nuova linea per la lavorazione ed il confezionamento di asparagi integralmente provenienti da filiere italiane.

Le lavorazioni della linea del caldo

La linea del caldo comprende la lavorazione della frutta in succhi e nettari di diversi gusti (*albicocche, pesche, pere e mele*) in brik e bottiglia nei diversi formati; la lavorazione del pomodoro; la lavorazione di latti vegetali in diverse tipologie e ricette.

Sia per i prodotti che provengono dai conferimenti dei soci che per quelle che arrivano come semilavorati in fusti congelati o in cisterne a zero gradi, FruttageL effettua controlli per non compromettere ex ante la garanzia qualitativa del processo di trasformazione.

I controlli sui pesticidi vengono compiuti su ogni materia prima in ingresso. Sul pomodoro, di cui FruttageL è responsabile anche nella coltivazione, questi controlli vengono effettuati anche in campagna per validarne ulteriormente la qualità.

La frutta lavorata in FruttageL si divide in tre tipologie:

- convenzionale,
- lotta integrata,
- biologico.

Il pomodoro invece si distingue tra biologico e lotta integrata.

Produzioni biologiche

La quantità di ortaggi e frutta biologica certificata risulta in crescita nell'ultimo triennio.

Nel 2017 essa rappresenta il 24,66 % del totale ortaggi e frutta complessivamente lavorati. La quantità di pomodoro biologico acquistato nell'anno subisce un incremento in termini percentuali rispetto al totale pomodoro lavorato nel biennio precedente.

Tali dati rappresentano, complessivamente, un ulteriore rafforzamento del ruolo di FruttageL quale primo trasformatore di materia prima biologica nel nostro paese e consolidano allo stesso tempo, unitamente a quanto già contenuto nella nostra *Mission*, il recepimento delle indicazioni ed interessi emersi, in sede di consultazione degli stakeholder, dai soci conferenti e dai nostri principali clienti.

	MPA	2015	2016	2017
Quantità totale MPA (tonnellate)		107.437,22	108.577,85	109.326,60
Quantità totale MPA biologica (tonnellate)		18.442,69	23.993,54	26.964,28
% bio sul totale MPA		17,17	22,10	24,66

*Materia prima agricola (MPA)
biologica lavorata nel triennio*



Commercializzazione

La Grande Distribuzione Organizzata indirizzata verso il consumatore finale rappresenta per FruttageL un patrimonio relazionale da salvaguardare e promuovere. Oltre alla GDO, FruttageL sviluppa il suo fatturato principalmente anche nei seguenti canali:

- **ristorazione commerciale;**
- **food service;**
- **porta a porta;**
- **distribuzione indipendente;**
- **industria.**

Canali di vendita

FruttageL opera sul mercato attraverso diversi canali di vendita applicando sia strategie di marchio proprio, sia attraverso la produzione con marchi di proprietà delle catene Retail, di gruppi distributivi Catering, di Porta a Porta. I marchi che FruttageL gestisce su queste categorie sono:

- **Almaverde Bio** per verdure surgelate, bevande e succhi di frutta, bevande vegetali, passata e polpa di pomodoro biologici;
- **Sucor, Sica, Sungel** per ortaggi e surgelati convenzionali;
- **Sucor** per pietanze vegetariane surgelate;
- **Il Giardino dei Sapori**, marchio "ombrello" che raggruppa e valorizza i prodotti ambient nel mercato domestico e internazionale (passata di pomodoro, bevande vegetali, nettari, succhi 100% e bevande di frutta).

abbinato a bevande ad alto contenuto di frutta (95-97%) ha consentito alla Cooperativa di siglare importanti operazioni di co-marketing con primarie aziende alimentari italiane (Amica Chips, Nuova Ruggeri, Citterio, Grandi Salumifici Italiani) che hanno scelto FruttageL come partner per comporre snack box indirizzati a target diversi di consumatori (bambini/adulti).





Carta dell'Appartenenza

Percorso educativo alla cultura del lavoro e dell'appartenenza all'azienda: doveri, valori, principi, buone prassi, comportamenti eticamente corretti, solidali e sostenibili.

Avvio progetto: febbraio 2017 attraverso specifici incontri del gruppo di lavoro composto da personale di ogni reparto aziendale.

Definizione documento: maggio 2017.

Struttura della Carta

Insieme di comportamenti virtuosi inerenti:

- a) *Lavoro, comunicazione, relazioni*
- b) *Sicurezza e Ambiente*
- c) *Qualità e igiene alimentare*

Diffusione Documento: incontri formativi finalizzati ad illustrare e consegnare la Carta a tutti i dipendenti sia nello stabilimento di Alfonsine che di Larino → n. 15 incontri di un'ora per 850 dipendenti.

Controlli: istituita apposita Commissione di Verifica in veste di Organismo di Controllo previsto dalla Carta stessa, che ha iniziato la sua attività nel mese di agosto 2017 → n. 53 verifiche settimanali **con finalità educative**; rilevate N. 148 violazioni soggettive a carico dei lavoratori e n.49 violazioni oggettive (anomalie rispetto a qualità e gestione rifiuti).

Attività realizzate a seguito di segnalazioni

- 1) ristrutturazione spogliatoi e area ristoro
- 2) revisione dotazioni di vestiario
- 3) stanziamento budget 2018 di fondi per il clima dei reparti ambiente
- 4) ampliamento area ristoro all'entrata.

Lavoro

Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile

L'ONU dice:

Obiettivo n. 8 "incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti"



I valori del lavoro in FruttageI

Alcuni principali aspetti:

Assenza cause-vertenze lavorative

Rispetto norme inserimenti collocamento obbligatorio

Formazione e tirocini ordinari e di solidarietà sociale

Relazioni Sindacali e Welfare az.

Stabilità rapporti di lavoro OTD

Corretto utilizzo tipologie contrattuali - No voucher

Dipendenti Alfonsine	2017					
	Uomini	%	Donne	%	Totale	%
Dirigenti	6	3,14	0	-	6	0,87
Quadri	11	5,76	4	0,80	15	2,17
Impiegati	23	12,04	41	8,18	64	9,25
Apprendisti impiegati	2	1,05	3	0,60	5	0,72
Operaio tempo indeterminato	50	26,18	1	0,20	51	7,37
Apprendisti operai	1	0,52	0	-	1	0,14
Operaio a tempo determinato	98	51,31	452	90,22	550	79,48
Totale generale	191	100,00	501	100,00	692	100,00

Dipendenti Larino	2017					
	Uomini	%	Donne	%	Totale	%
Dirigenti	0	-	0	-	0	-
Quadri	1	2,56	0	-	1	0,65
Impiegati	2	5,12	4	3,48	6	3,90
Apprendisti impiegati	0	-	0	-	0	-
Operaio tempo indeterminato	7	17,95	0	-	7	4,55
Apprendisti operai	0	-	0	-	0	-
Operaio a tempo determinato	29	74,37	111	96,52	140	90,90
Totale generale	39	100,00	115	100,00	154	100,00

Dipendenti per genere, qualifica e stabilimento al 31.12.2017

Turnover Alfonsine	Impiegati	Operai t. i.	Operai t. d.	Totale
Nuove assunzioni	2	0	7	9
Cessazioni	3	2	12	17
Turnover Larino	Impiegati	Operai t. i.	Operai t. d.	Totale
Nuove assunzioni	0	0	2	2
Cessazioni	0	0	2	2

Movimentazioni personale dipendente per stabilimento nel 2017

Cause di cessazione Stabilimento Alfonsine	2017	Cause di cessazione Stabilimento Larino	2017
Dimissioni	4	Dimissioni	0
Pensionamento	12	Pensionamento	2
Fine contratto (assunti e cessati in corso d'anno)	0	Fine contratto (assunti e cessati in corso d'anno)	0
Licenziamento	1	Licenziamento	0
Totale	17	Totale	2

Numero di cessazione del rapporto di lavoro per causa

Qualità, sicurezza alimentare e innovazione

Agenda ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile

L'ONU dice:

Obiettivo n. 12 "garantire modelli sostenibili di produzione e consumo"



I valori delle scelte (produttive e di consumo) FruttageL: qualità e benessere alimentare

Le azioni intraprese:

Lo sviluppo del biologico: 24% MPA bio lavorata

I controlli: oltre 400.000 analisi interne e 3.400 esterne

I progetti con le scuole su corretta alimentazione e consumo sostenibile:
3 anni - 275 classi destinatarie - 95 a progetto

Le certificazioni

Certificazioni



STABILIMENTO DI ALFONSINE

15/10/2004	BRC	GLOBAL STANDARD FOOD SAFETY standard globale per la sicurezza alimentare. Pomodoro e derivati
12/03/2009	UNI EN ISO 9001	SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ
13/10/2009	BRC IF S FOOD	GLOBAL STANDARD FOOD SAFETY standard globale per la sicurezza alimentare. Estensione standard BRC a bevande, nettari, succhi e integrazione standard IF S FOOD
21/09/2010	BRC IF S FOOD	GLOBAL STANDARD FOOD SAFETY standard globale per la sicurezza alimentare. Estensione a prodotti surgelati
16/04/2015	SMETA SEDEX	Somma le certificazioni 14001-ISO 18001-SA8000 e certifica l'ASSENZA DI COMPORTAMENTI NON ETICI E DI SFRUTTAMENTO DI LAVORO MINORILE



STABILIMENTO DI LARINO

17/04/2011	UNI EN ISO 9001	SISTEMA DI GESTIONE PER LA QUALITÀ
13/12/206	BRC IF S FOOD	GLOBAL STANDARD FOOD SAFETY standard globale per la sicurezza alimentare.



STABILIMENTI DI ALFONSINE



LARINO

08/11/2011	CERTIF. DI ITALIANITÀ	ORIGINE ITALIANA DELLA MATERIA PRIMA AGRICOLA trasformata negli stabilimenti di Larino e Alfonsine
08/11/2011	CERTIF. DI PROD. INTEGRATA	Materia prima agricola coltivata secondo DISCIPLINARI DI PRODUZIONE INTEGRATA
08/01/2015	ISO 14001	Sistema di gestione della SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORATORE
08/01/2015	HOSAS 18001	Certificato per l'uso e assegnazione del marchio "OK COMPOST" per film surgelati

in itinere	ISO 26000	Relativo alla Governance in ambito di RESPONSABILITÀ SOCIALE
------------	------------------	--------------------------------------------------------------

Qualità e sostenibilità

Negli ultimi anni le filiere agroalimentari sono diventate oggetto di un crescente interesse, questo principalmente per due motivi:

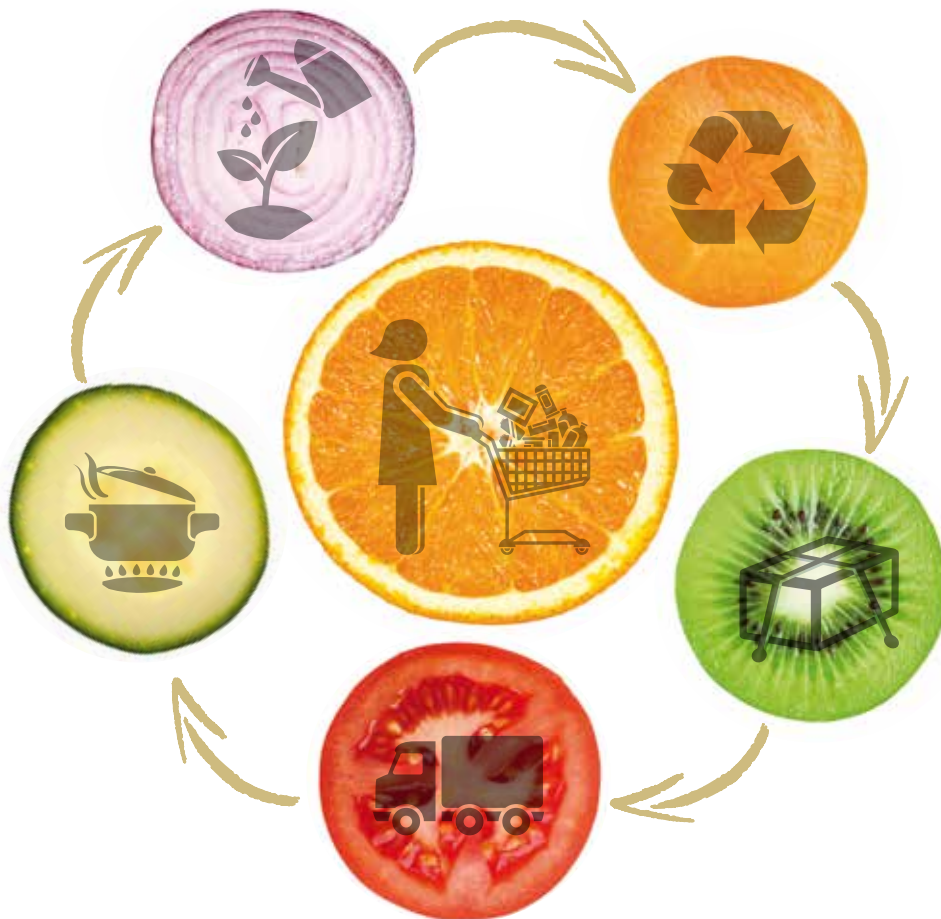
- la qualità e la sicurezza degli alimenti
- la sostenibilità, vale a dire la valutazione degli impatti che le stesse generano sull'ambiente circostante

Realizzare **Qualità** per l'industria alimentare significa integrare gli sforzi di tutti i soggetti coinvolti nella complessa filiera agroindustriale: produzione agricola, trasformazione, distribuzione, preparazione e consumo. Per mantenere la qualità e la sicurezza degli alimenti in tutta la catena alimentare sono necessarie, procedure operative e sistemi di monitoraggio per garantire che le operazioni vengano effettuate correttamente

La sicurezza di un alimento non è data solo da un'analisi chimica o microbiologica, ma si realizza attraverso una percorso sintetizzabile in diverse fasi.

Essere **Sostenibili** significa integrare la tutela dell'ambiente, la corretta nutrizione e lo sviluppo economico del territorio, lungo tutta la filiera agroalimentare. Ciò implica un equilibrio durevole nel tempo su più fronti: ambientale, sociale ed economico.

Ecco ad esempio come la FAO schematizza i rapporti tra agricoltura, trasformazione e consumo che possono influire positivamente sulla sostenibilità.



Comunicazione

Il tema di ciò *che Fruttage! intende comunicare e di come farlo*, affrontato in modo trasversale anche dagli ambiti descritti nella terza parte del presente rapporto, è stato oggetto negli ultimi anni di grande e consapevole attenzione ed ha avuto ulteriore impulso a seguito dell'inserimento della funzione Marketing, appositamente dedicata agli aspetti citati.

Uno dei primi bisogni sentiti ed affrontati, è stato quello di implementare e gestire strumenti comunicativi che, sia verso l'interno che verso l'esterno, possano trasmettere il principio cardine caratterizzante già da tempo l'attività produttiva di Fruttage!: l'attenzione alla qualità, sostenibilità e benessere alimentare dei consumatori. Ricordiamone schematicamente i motivi:

Valorizzazione dei prodotti ortofrutticoli e benessere alimentare

Stile di vita e alimentazione corretti si stanno affermando come strumento di prevenzioni di numerose e gravi patologie (*ridurre l'apporto delle proteine animali nella dieta e degli zuccheri semplici aumentando i consumi di frutta e verdura, in particolare da agricoltura biologica*)

Consumare frutta e verdura è molto più sostenibile per il nostro pianeta che consumare cibi di origine animale (*un ettaro di terreno utilizzato per produrre frutta e verdura può sfamare 30 persone in un anno; lo stesso ettaro utilizzato per produrre carne, latte e uova sfama solo 6 persone*)



I Progetti Didattici



All'interno del progetto, ogni anno viene proposto alle classi un concorso caratterizzato da differenti tematiche, che si sintetizzano nello storico qui di seguito:

- **2014:** *"Cuochi designer"*, si richiedeva alle classi di comporre delle vere e proprie "opere d'arte" utilizzando frutta e verdura;
- **2015:** *"Invito a pranzo con l'atleta"*, ogni classe doveva individuare un atleta ed elaborare un invito a pranzo con le varie portate studiate ad hoc per il tipo di sport praticato, basate soprattutto sull'utilizzo di frutta e verdura;
- **2016:** *"Le stagioni nel piatto"*, finalizzato alla conoscenza della stagionalità di frutta e verdura e all'importanza di un consumo orientato al rispetto della stagionalità medesima;
- **2017:** *"Lo Chef degli avanzi"*, ha lo scopo di far riflettere i ragazzi sul valore del cibo e sul riutilizzo sostenibile degli alimenti.





Le politiche

Ambito rilevante (Politica, DMA)	Descrizione	Stakeholder critico	Valore per gli stakeholder	Rilievo per l'impresa	Rilievo per gli stakeholder
1. Conferenti: aumento impegni nel biologico	Un gruppo fidelizzato di conferenti che sviluppino coltivazioni biologiche nel medio periodo	Coltivatori conferenti	Perseguire redditi maggiori e più stabili nel medio periodo. Sviluppare/innovare l'impresa	●●●●	●●●●
2. Clienti e "marketing del biologico"	Operare nei confronti dei clienti per promuovere/consolidare i prodotti bio	Clienti	Garanzia di qualità e di impegno complessivo (ambientale) di Fruttage	●●●●	●●●●
3. Sviluppo estero	Aprire e sviluppare un segmento di mercato verso i mercati esteri	Clienti esteri, azionisti	Promuovere il valore legato ai caratteri di "qualità" e "italianità" dei prodotti	●●●●	
4. Formazione/informazione	Fidelizzare, qualificare il lavoro e l'atteggiamento dei dipendenti	Dipendenti	Stabilità, remunerazione, qualità del lavoro e del clima interno	●●●●	●●●●
5. Società/territorio	Sviluppare e coordinare le politiche di sostegno a cause e iniziative sociali nei territori di riferimento	Comunità locali	Proporre e sostenere iniziative di impegno sociale con ricadute positive su fasce di cittadini	●●	●●
6. Welfare aziendale	Programmi e iniziative che qualifichino la condizione occupazionale	Dipendenti	Programmi di valorizzazione del "lavorare in Fruttage"	●●●	●●●
7. Appartenenza e Codice	Partecipazione dei dipendenti al sistema delle regole (Carta); revisione di Codice Etico	Dipendenti	Sicurezza di relazione tra i dipendenti per rafforzare gli aspetti etici e l'efficienza	●●●	●●●
8. Qualificazione fornitori	Coordinamento/ottimizzazione delle politiche di fornitura di beni e servizi	Fornitori di beni e servizi	Garantire la qualità della relazione e la fidelizzazione	●●	
9. Finanza e qualificazione fonti	Politiche specifiche relative alle fonti e ai programmi di investimento	Finanziatori	Garantire ai finanziatori un criterio convincente sugli investimenti e sui ritorni	●●●	
10. Innovazione e ricerca	Progetti, rapporti, iniziative riguardanti – oltre il core business – la ricerca in campo ambientale e della nutrizione	Clienti, azionisti	Progetti di sviluppo per aumentare le competenze e realizzare joint finalizzate	●●●●	●●●●
11. Nuovi prodotti	Realizzare nuovi prodotti e offerte che innalzino redditività e valore di medio periodo e consolidino la filiera	Conferenti, clienti, consumatori	Proporre ai consumatori nuovi prodotti allineati alla missione	●●●●	●●●
12. Sostenibilità ambientale	Garantire riduzione d'uso di energia e razionalizzazione d'uso delle risorse naturali, utilizzo di materiali compostabili	Ambiente, collettività	Impiegare metodi e impianti adatti, influire sulla filiera	●●●	●●●

1. Sviluppo impegni nel biologico dei conferenti

Descrizione

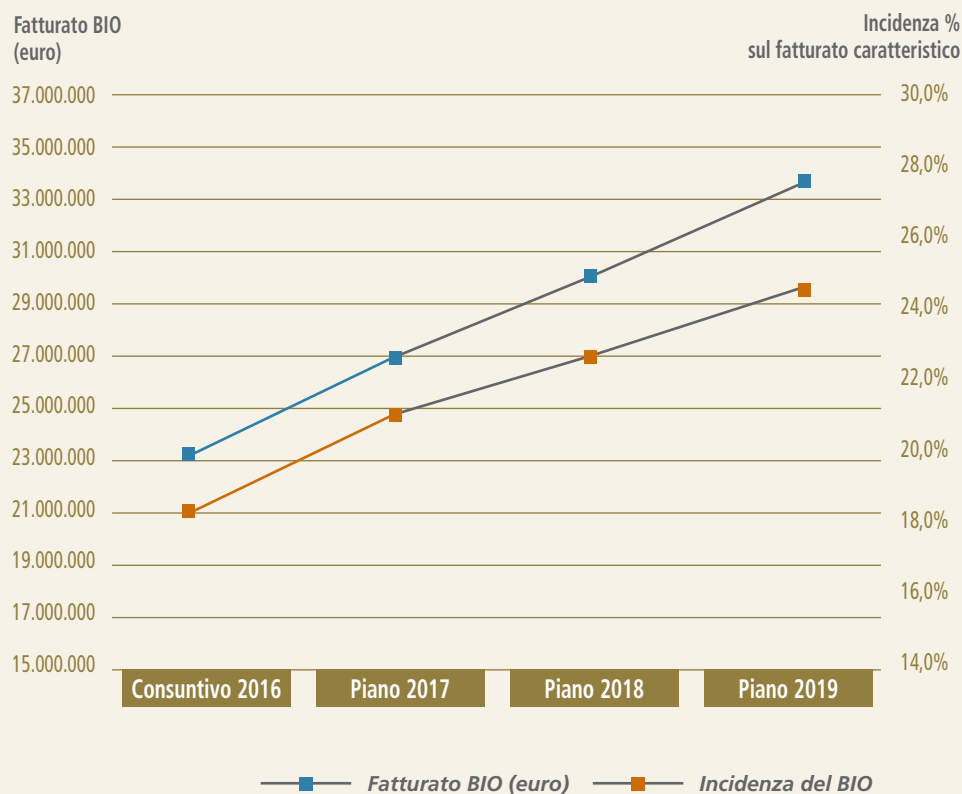
L'ambito in oggetto corrisponde alla necessità per Fruttage di implementare, in un rapporto di reciproca fidelizzazione, un solido gruppo di conferenti che sviluppino coltivazioni biologiche nel medio periodo. Gli stakeholder di riferimento sono principalmente rappresentati dai soci di Fruttage (Produttori agricoli, cooperative agricole, OP), con i quali e per i quali, pertanto, in ottica strategica di medio-lungo periodo, si vuole:

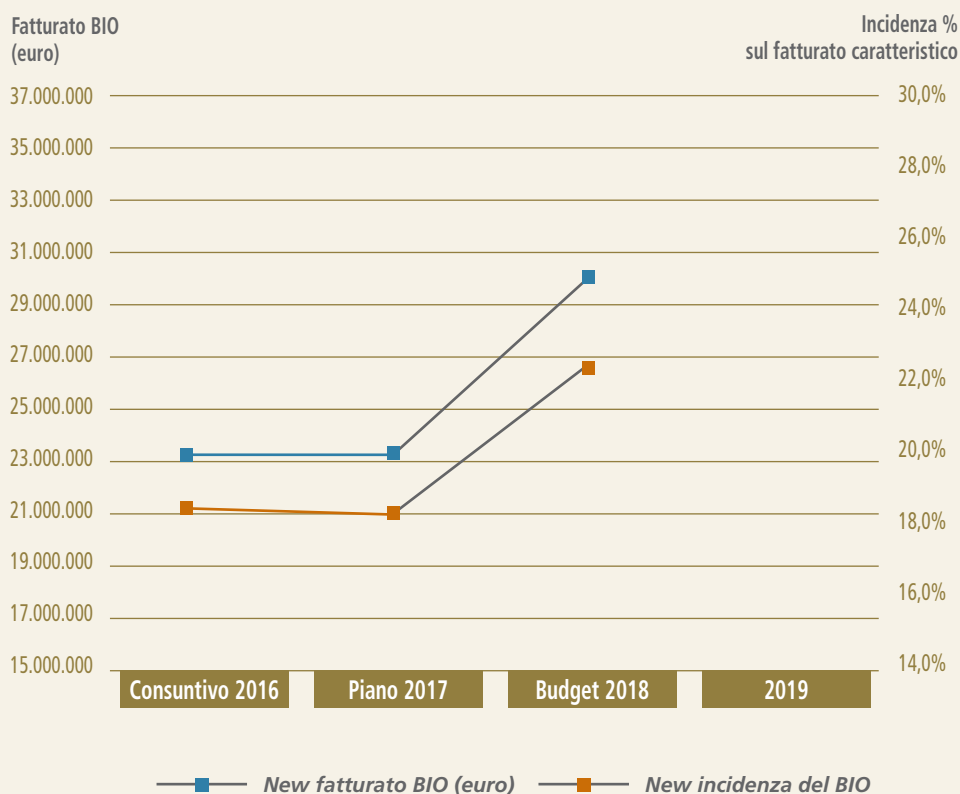
- perseguire l'integrazione tra colture, associando allo sviluppo delle colture bio più tradizionali coltivazioni adatte alla produzione di bevande vegetali;
- incrementare il valore della relazione, determinando per gli stakeholder maggiore e più stabile redditività nel medio-lungo periodo.

Stato dell'arte

I prodotti biologici costituiscono un'area di business fondamentale per Fruttage. Nel piano industriale 2017-2019, si prevede, infatti, una crescita significativa del fatturato derivante da prodotti biologici.

La figura seguente illustra gli andamenti del fatturato Biologico e della sua incidenza sul fatturato complessivo.





Obiettivi

Fruttage, come detto, ritiene che la propria strategia di incremento delle quantità di prodotti biologici possa generare un aumento dei benefici per i propri conferenti. In un contesto italiano ed internazionale nel quale il mercato dei prodotti biologici è in costante crescita, la focalizzazione delle produzioni agricole dei conferenti su questi prodotti va infatti anche nella direzione di un aumento della loro redditività nel medio termine.

Fruttage, si propone dunque di proseguire nell'incremento delle quantità trasformate di prodotti biologici, anche attraverso una riduzione delle tipologie convenzionali. Questo obiettivo, che Fruttage intende perseguire attraverso una stretta interazione con i propri conferenti, riguarda vari tipi di prodotti agricoli, tra i quali:

- piselli, fagiolini e ortaggi in foglia;
- soia e altre colture finalizzate allo sviluppo di bevande vegetali;
- Frutta Bio che rimane un patrimonio attuale e futuro per Fruttage in particolare su specifici canali quali retail e ristorazione collettiva.

Quanto detto vale anche per il pomodoro, nonostante l'anno 2018 vedrà contrattate con i produttori minori quantità rispetto al 2017. Tale fenomeno, infatti, è attribuibile ad una sovrastima delle quantità del crop 2017/2018 con conseguente riduzione delle quantità necessarie per il 2018/2019.

2. Clienti e marketing del biologico

Descrizione

Il bisogno di una precisa strategia di marketing, finalizzata a comunicare e valorizzare l'attività, le produzioni e gli impegni di Fruttage, è emerso da tempo e con grande forza all'interno della direzione aziendale, che nel 2015 ha deciso di dotarsi di una funzione marketing e di intraprendere, nei confronti dei propri attuali clienti e sul mercato nazionale ed estero, un percorso di sviluppo anche comunicativo del "sistema agricolo Biologico".

Lo scopo è di valorizzare - anche rispetto alla concorrenza - le proprie caratteristiche di impresa, la propria storia (società cooperativa, i propri soci conferenti, produzione biologiche in essere da lunghissimo tempo, attenzione all'ambiente, ecc.) e le differenze, organizzative, di controllo e di attenzione a specifiche tematiche quali la sostenibilità ambientale (l'esistenza di un laboratorio pesticidi interno, di un impianto di depurazione, la realizzazione della cogenerazione, programma riduzione CO₂ ed energia, ecc.).

Stato dell'arte

Il marketing del biologico è oggi principalmente legato alle attività ed eventi programmati e realizzati dal Consorzio Almaverde Bio (di cui Fruttage è socio fondatore). In quelle attività ed eventi tuttavia emerge solamente il marchio Almaverde, ma non la relazione tra lo stesso e le aziende produttrici.

La scelta degli attori del mercato di rivolgersi a Fruttage per farle produrre la propria marca (*private label*), avviene sicuramente sulla base della solidità ed esperienza dell'azienda nello sviluppo di produzioni biologiche, ma rimane tuttavia un gap di valorizzazione di ciò che siamo, del grande lavoro svolto fin dalla fondazione del Consorzio (nel 2000) e degli impegni di questi ultimi anni in particolare, che in parte abbiamo iniziato a colmare comunicando ai clienti attuali e sul mercato italiano ed estero chi siamo, i valori, cosa facciamo e cosa vogliamo fare per il nostro contesto agro-industriale italiano.

Obiettivi

Per quanto sopra detto gli obiettivi prioritari sull'ambito in oggetto, sono i seguenti:

- mettere a punto strategie di Marketing "selettivo", finalizzato ad individuare, clienti potenziali con interessi e strategie imprenditoriali/commerciali, coerenti con i nostri valori;
- diversificare le politiche di partnership sulla base di una specifica attività di segmentazione (e valutazione) degli stessi clienti;
- attivare politiche e metodi di comunicazione istituzionale/commerciale, volte a promuovere e valorizzare la storia di Fruttage e il suo impegno per il futuro. Questa attività dovrà svilupparsi sistematicamente nel territorio nazionale ed estero (tenendo conto dei target Paese individuati), sui clienti attuali e potenziali.

3. Sviluppo estero

Descrizione

Le opportunità di sviluppo estero che per Fruttigel (come per buona parte del sistema agroalimentare italiano) si stanno manifestando e possono ulteriormente aprirsi in futuro, sono direttamente proporzionali alla capacità dell'azienda di produrre qualità, affidabilità, livelli di servizio eccellenti e personalizzazione della proposta commerciale.

Come previsto all'interno del nuovo Piano industriale triennale, lo sviluppo estero è parte essenziale dello sviluppo complessivo dell'azienda, fortemente orientata a valorizzare la propria filiera ed il controllo della stessa, la qualità dei propri prodotti, contemporaneamente promuovendo e facendo leva sul concetto stesso di "italianità".

Stato dell'arte

All'interno del nuovo piano industriale, sono stati individuati specifici progetti di espansione commerciale all'estero che vedono l'agricoltura Biologica la tipologia di agricoltura trainante.

Le destinazioni geografiche principali sono:

- USA;
- Canada;
- Nord Europa.

Per tali destinazioni/mercati abbiamo già provveduto a definire certificazioni e requisiti minimi necessari per poter partecipare alle negoziazioni. Per alcuni mercati, caratterizzati da normative e controlli stringenti, questo aspetto - che ha visto un grande sforzo della struttura organizzativa di Fruttigel - è essenziale.

Obiettivi

Gli obiettivi individuati per il prossimo triennio sono ambiziosi e sfidanti, ma qualitativamente e quantitativamente necessari per stabilizzare lo sviluppo futuro di Fruttigel e si ritengono alla sua portata ma strettamente collegati alle condizioni agricole e produttive delle varie colture coinvolte nel piano. Quindi:

- qualificare la proposta commerciale operando su mercati che cercano e premiano la filiera italiana ed il prodotto di qualità garantita e biologico;
- valorizzare anche i "marchi Fruttigel", a partire dai nostri prodotti a marchio AlmaverdeBio;
- incremento fatturato: arrivare all'esercizio 2019 con un fatturato estero di circa 15 ml di euro, raddoppiando pertanto in tre anni i livelli di fatturato estero in essere nell'esercizio 2016.

4. Formazione/informazione

Descrizione

La formazione e informazione dei dipendenti sono state individuate, già nei precedenti rapporti, quale strumento essenziale per rafforzare il senso di appartenenza all'Azienda ed entrare nel merito dei temi inerenti la cultura del lavoro e l'attaccamento che hanno trovato poi nella Carta dell'appartenenza (v. successiva scheda n. 7) uno straordinario strumento di discussione e realizzazione degli scopi espressi.

Riguardo alla formazione, si è proseguito sulla necessità di agire sul fronte dell'integrazione tra le funzioni aziendali e tra gli stabilimenti di Alfonsine e Larino, sulla consapevolezza degli impatti del proprio lavoro su quello altrui, aspetti ritenuti utili ad un miglioramento delle performance.

Stato dell'arte

Su quanto detto pertanto, anche nel 2017 (con inizio nei primi mesi nell'esercizio 2018) sono stati programmati specifici corsi di formazione integrati tra capituono, caposquadra e coordinatori di reparto, che hanno riguardato entrambi gli stabilimenti di Alfonsine e Larino. Si è agito nuovamente sul fronte della formazione manageriale, sia attraverso un ciclo di seminari interni su tematiche di attualità o legate agli interessi strategici di Fruttigel (tenuti da illustri docenti universitari), sia proseguendo nella qualificazione dei quadri aziendali attraverso la partecipazione al MIC (Master in Management dell'impresa Cooperativa).

L'informazione verso i dipendenti (oltre alle importanti iniziative pubbliche ad Alfonsine e Larino aventi ad oggetto il progetto complessivo) è proseguita principalmente attraverso l'uscita periodica di Noi di Fruttigel, l'House Organ pubblicato con periodicità trimestrale. Sono stati organizzati, ad Alfonsine e Larino, due eventi, estremamente partecipati, di informazione sui temi dell'andamento aziendale, Bilancio di Sostenibilità e Carta dell'appartenenza.

Ma il più importante strumento di comunicazione/condivisione delle informazioni, oltre che di ascolto dei dipendenti stessi, sono stati i tanti incontri organizzati per la condivisione della Carta dell'appartenenza.

Obiettivi

Gli obiettivi futuri sono certamente quelli di continuare nella direzione intrapresa, rafforzando ulteriormente le occasioni di confronto, ascolto e informazione attraverso:

- iniziative periodiche rivolte a tutti i dipendenti, sull'attività e i risultati di Fruttigel, sulle scelte fatte, sulla propria visione, sulle criticità da gestire;
- continuità nell'utilizzo degli strumenti già realizzati;
- continuità dell'attività formativa sia verso le funzioni intermedie con maggiori responsabilità, sia con focus specifici sul tema della conoscenza dell'organizzazione, delle deleghe e del corretto esercizio delle responsabilità.

5. Società e territorio

Descrizione

Il rapporto tra Fruttigel e le comunità locali di riferimento su cui insistono gli stabilimenti di Alfonsine e Larino, ha avuto negli ultimi anni, da parte di Fruttigel, molta attenzione, nel chiaro ed espresso tentativo di rafforzare fattivamente la positiva "percezione" dell'azienda presso i cittadini/consumatori e presso gli stessi dipendenti, oltre che costruire possibilità di sviluppo ed opportunità anche occupazionali nei territori di interesse.

Stato dell'arte

Come già ricordato nel precedente rapporto, la sensibilità espressa dalle Amministrazioni locali di Alfonsine e Larino rispetto ai temi citati è stata e continua ad essere differente. Più proattiva e disponibile a considerare la rilevanza del ruolo che Fruttigel può svolgere sul territorio l'Amministrazione di Larino. Più incline ad un atteggiamento di "prudente distanza" l'Amministrazione di Alfonsine, per la quale gli impatti "di attenzione" dell'Azienda sul territorio, i pur inevitabili problemi o disagi che le dimensioni ed i fabbisogni produttivi di una grande azienda come Fruttigel comportano, sono apparsi come prevalenti rispetto a tutto ciò che l'Azienda fa e rappresenta nel e per il territorio stesso, in termini valoriali, occupazionali, reddituali, di filiera agricola.

Nel 2017 Fruttigel ha partecipato a numerose iniziative: dalla sponsorizzazione e presenza con un proprio stand espositivo alla Sagra di Alfonsine, all'adesione all'iniziativa *Fate i Buoni* organizzata dall'unione dei comuni della Bassa Romagna, allo scopo di promuovere gli esercizi commerciali presenti sui territori dei Comuni aderenti all'iniziativa.

Con il Comune di Larino, Fruttigel ha partecipato, sia attraverso sponsorizzazione che con la presenza di un proprio stand espositivo, alla tappa del Girolio Italia tenutasi proprio a Larino. Inoltre, nell'ambito di una nuova e strutturata collaborazione con l'Istituto Agrario e con lo stesso comune, Fruttigel ha collaborato (anche come sponsor) alla 39esima edizione del Premio Cultura Bartolomeo Scappi, premiando con un tirocinio presso lo stabilimento di Larino lo studente vincitore del concorso.

Obiettivi

Fruttigel non può prescindere dalla ricerca di un rapporto proattivo e di reciproca collaborazione con le comunità e le istituzioni territoriali di riferimento. Ne intende venir meno al proprio ruolo di Azienda che vuole, ogni qual volta possibile, contribuire attivamente ai problemi sociali ed occupazionali, alla ricchezza ed alle iniziative di impegno sociale organizzate sui territori, in particolare di Larino ed Alfonsine.

L'auspicio è che anche le Istituzioni ed Amministrazioni Comunali di riferimento abbiano un atteggiamento proattivo e piena consapevolezza della complessità e dei bisogni che un'azienda come Fruttigel ha nel dar seguito ai propri progetti di investimento e sviluppo.

Gli obiettivi futuri, pertanto, sono quelli di continuare ad essere parte attiva in iniziative quali:

- attivazione continuativa di specifici percorsi di tirocinio/alternanza scuola lavoro verso gli studenti delle scuole superiori;
- realizzazione di progetti scolastici sul benessere alimentare e corretta alimentazione;
- partecipazione/sponsorizzazione di iniziative locali in linea con nostra missione.

6. Welfare aziendale

Descrizione

Il percorso che ha caratterizzato la discussione sul welfare aziendale in Fruttigel è iniziato nel 2016, dapprima attraverso un diretto coinvolgimento dei dipendenti sul gradimento/preferenze rispetto ad un tema nuovo ed alle possibili soluzioni adottabili, poi attraverso la condivisione e sottoscrizione con le OOSS di un accordo per la "Dichiarazione di intenti in materia di responsabilità sociale", all'interno del quale vi era un preciso impegno a considerare il welfare aziendale quale parte rilevante del futuro rinnovo del contratto integrativo aziendale.

Allo stesso modo, rimane quale elemento di attenzione, ad es. sui temi della conciliazione vita-lavoro, la possibilità di una progettualità condivisa con le Amministrazioni locali di riferimento, che possa produrre benefici anche oltre la categoria dei dipendenti in senso stretto.

Stato dell'arte

L'esercizio 2017, come previsto dall'accordo sopra citato ed auspicato dalle conferenze di produzione organizzate ad Alfonsine e Larino nel 2016, ha visto l'inserimento dei temi del welfare aziendale all'interno della piattaforma per il rinnovo del contratto integrativo aziendale, la cui discussione è iniziata nel mese di ottobre 2017 e si concluderà nella primavera del 2018.

Ciò che, tuttavia, si è già condiviso con le Organizzazioni Sindacali è un aspetto essenziale e non scontato su come gli strumenti di welfare caratterizzeranno l'integrativo aziendale stesso, vale a dire con una rilevanza autonoma ed aggiuntiva rispetto al restante contenuto dell'accordo tesso ed in particolare rispetto al premio di risultato aziendale che verrà definito.

Parallelamente, come identificato tra gli obiettivi 2017, sono stati avviati i contatti con apposite strutture specialistiche, per l'introduzione di una forma di assistenza sanitaria integrativa di rilievo per i dipendenti con qualifica di Quadro, che andrà a regime nei primi mesi dell'anno 2018.

Obiettivi

Il 2018, per quanto detto sopra, vedrà certamente la nascita del primo vero e proprio piano di welfare aziendale, attraverso la messa a disposizione di ogni dipendente di un ammontare definito (che potrà comunque essere ulteriormente implementato con l'utilizzo a tali fini del premio di risultato) che potrà essere utilizzato usufruendo di misure che principalmente saranno riconducibili a:

- forme di contributi a rette scolastiche o allo studio dei figli dei dipendenti;
- consulenze in tema di nutrizione e benessere alimentare;
- forme di sostegno alla spesa sanitaria dei dipendenti e familiari;
- adozione e/o perfezionamento di strumenti volti a migliorare aspetti di conciliazione vita-lavoro.

L'obiettivo futuro è indubbiamente quello di strutturare ulteriormente tale sistema allo scopo di massimizzare i benefici ottenibili dai dipendenti, mantenendo contemporaneamente l'equilibrio dei costi aziendali

7. Appartenenza e codice

Descrizione

Il tema dell'appartenenza, già sviluppato dal rapporto 2015, è stato l'elemento attorno al quale si è sviluppato l'intero progetto "Cultura del lavoro e prospettive di Welfare aziendale", con il preciso intento di rafforzare all'interno di Fruttigel una cultura del lavoro di stampo cooperativistico ed un maggiore attaccamento all'azienda, attraverso i quali accrescere produttività e competitività.

Insieme ad altri specifici strumenti ad impatto comunicativo/organizzativo (dei quali si conto negli specifici paragrafi del presente report), la misura principale su cui si è focalizzata l'attenzione ha riguardato da subito la costruzione di una vera e propria *Carta dell'Appartenenza*, che identificasse in modo congiunto con un ampio numero di dipendenti, un serie di comportamenti etici, doverosi, virtuosi e sostenibili, attraverso i quali condividere una idea di buone pratiche da adottare, di buon esempio, che ogni dipendente dovrebbe dare, oltre che poterlo richiedere agli altri.

Stato dell'arte

La Carta dell'Appartenenza, i cui lavori erano iniziati sul finire dell'anno 2016, è stata definitivamente redatta nei primi mesi del 2017. Il gruppo di lavoro costituito ad hoc, ha visto il coinvolgimento di n. 30 dipendenti (di cui 6 tra impiegati/quadri e 20 tra operai avventizi e a tempo indeterminato) in rappresentanza delle seguenti funzioni: Risorse Umane, Qualità, Ambiente e Sicurezza sul lavoro; Produzione reparto caldo e reparto freddo (caposquadra, addette linea); manutenzione caldo e freddo: magazzini, cantina, controllo qualità.

Quanto realizzato è stato un documento essenziale, frutto di un lavoro attento e condiviso, suddiviso in 3 sezioni (Lavoro, Comunicazione e Relazioni; Sicurezza e Ambiente; Qualità e igiene Alimentare) in ognuna delle quali si è entrati nel merito dei principali comportamenti attesi e delle conseguenze che rischiano di prodursi in caso di mancata adozione dei comportamenti stessi.

Lo sviluppo non è stato meno rilevante: la Carta dell'Appartenenza è stata condivisa con tutti i dipendenti Fruttigel in entrambi gli stabilimenti di Alfonsine e Larino, in specifici incontri in aula della durata di oltre 1 ora, in cui ne sono state spiegate finalità, contenuti ed aspettative.

La stessa, inoltre, unitamente al Bilancio di Sostenibilità, è stata presentata in due specifici incontri/ eventi pubblici tenuti nel mese di giugno 2017 e rivolti ai dipendenti ed alle istituzioni territoriali.

Contemporaneamente, sono iniziati gli specifici controlli da parte della apposita *Commissione di verifica Carta Appartenenza*, allo scopo, dichiaratamente *educativo e non punitivo/disciplinare*, di verificare l'attuazione dei precetti contenuti nella carta, fornendo spiegazioni e indicazioni su aspetti di gestione non chiari ai dipendenti e acquisendo obiezioni, sollecitazioni, richieste su problematiche o necessità sottoposte dai dipendenti stessi.

Obiettivi

L'obiettivo per l'esercizio 2018, relativamente alla Carta Appartenenza, è quello di dare continuità al lavoro di condivisione e ascolto nato dalla stessa, che tanto è apparso come un innovativo ed utile strumento di condivisione reciproca di bisogni, quindi di attaccamento all'azienda.

Infine, dovrà essere ripreso, revisionato ed integrato il Codice Etico aziendale, con il preciso scopo di rafforzare la relazione tra azienda, dipendenti ed altri stakeholder, entrando nel merito degli aspetti etici della relazione stessa.

8. Qualificazione fornitori

Descrizione

L'ambito riguarda la segmentazione e qualificazione dei fornitori secondo criteri che tengano conto, oltre ai requisiti di qualità tecnica, economica, organizzativa anche della condivisione dell'approccio alla qualità, sicurezza, rispetto ambientale e della responsabilità sociale dell'impresa e *l'obiettivo di medio periodo è il miglioramento e il monitoraggio delle politiche di Fruttigel verso i fornitori.*

In considerazione della numerosità dei fornitori/forniture (materie prime, materiali di consumo, servizi, beni patrimoniali) e dei volumi/valori degli approvvigionamenti, l'obiettivo di breve periodo è la definizione dei criteri classificatori che meglio possono aiutarne il perseguimento.

Se infatti l'orizzonte strategico di Fruttigel è *"l'essere protagonista di una filiera agroindustriale efficiente e sostenibile per il benessere alimentare delle persone"*, la qualificazione del rapporto con i propri fornitori e collaboratori esterni è senza dubbio uno dei fattori chiave. Tutti i principali obiettivi di sviluppo sono dunque trasversalmente influenzati e influenzabili dalle politiche adottate verso i fornitori di materie prime, beni e servizi. La qualificazione dei fornitori rappresenta per Fruttigel un contributo al miglioramento e alla qualificazione del mercato che si traduce a vantaggio dei fornitori stessi nell'ambito di un processo avente una chiara valenza sociale.

Stato dell'arte

La prima parte del lavoro si è conclusa con l'elaborazione e la condivisione di una "matrice modello" che combina le informazioni anagrafiche, economiche e "tecniche" del fornitore a quelle "valutative" derivanti dalla procedura sugli approvvigionamenti dell'Assicurazione Qualità, con l'ulteriore asse valutativo relativo proprio alla sostenibilità espressa dal fornitore.

Una volta costruito il "contenitore" che raccoglie tutte le informazioni aggiornate sui fornitori e le diverse valutazioni presenti nelle diverse aree aziendali ci si è posti il problema di come farlo evolvere in uno strumento fruibile e dinamico utilizzabile per misurare/monitorare i fornitori.

A questo punto è emerso da subito un importante vincolo tecnologico costituito dalla mancanza di un sistema informativo "dedicato" diretto ad ottimizzare questo processo di condivisione/valorizzazione delle informazioni sui fornitori.

Nel corso del 2016 ci siamo concentrati quindi nell'approfondimento dei servizi tecnologici presenti sul mercato che possono in qualche modo supportarci nel fornire in modo rapido ed efficace alcune delle risposte:

- *disponibilità delle informazioni sui fornitori* (dove posso trovare tutte le informazioni aggiornate, nel momento in cui mi servono?);
- *capitalizzazione e condivisione delle informazioni in azienda* (come raccogliere le informazioni e valutazioni sui fornitori da parte delle diverse aree aziendali? Come rendere tali informazioni un asset aziendale utilizzabile in modo efficace ed efficiente?);
- *supporto decisionale* (quali sono i fornitori qualificati? Come valutare le performance dei fornitori?);
- *gestione del rischio* (come capire preventivamente se il fornitore soddisfa i miei requisiti? Come definire oggettivamente elementi di rischio? Come raccogliere commenti sui fornitori da parte delle diverse aree aziendali?);

- *relazione con i fornitori* (come rendere i fornitori proattivi nell'aggiornamento delle informazioni? Come impostare e condividere meccanismi di valutazione delle performance? Come definire e condividere percorsi tesi al miglioramento delle performance con i fornitori più strategici?).

Obiettivi

Dagli approfondimenti fatti è emerso come la qualificazione (e il "reclutamento") dei fornitori non può prescindere dal supporto tecnologico che possa conciliare una gestione tradizionale focalizzata "solo" su costi e qualità del bene/servizio approvvigionato con modalità di gestione della relazione con i fornitori sempre più integrate e partecipate, sia in termini di responsabilità legali (vedi previsioni del D.Lgs 231/2001), che di condivisione di valori etici e di business.

L'obiettivo è quello di cercare di approfondire ulteriormente l'opportunità e la volontà di avviare Fruttage verso una procedura di *Vendor Management* cioè di gestione strategicamente e socialmente definita delle relazioni di fornitura convinti come l'implementazione di tale progetto comporti importanti cambiamenti organizzativi.

9. Finanza e qualificazione delle fonti

Descrizione

Il mantenimento sia prospettico che dinamico dell'equilibrio economico dell'impresa, elemento essenziale ai fini della sua sopravvivenza, è fortemente correlato alle condizioni finanziarie attuali e future dell'impresa stessa. La struttura finanziaria teoricamente ottimale è a sua volta condizionata da una serie di vincoli di natura esterna ed interna all'impresa difficilmente derogabili.

I vincoli esterni sono principalmente relativi:

- *al capitale sociale*: l'effettiva disponibilità/volontà di investire risorse nell'azienda;
- *al capitale di finanziamento*: riguarda l'effettiva possibilità/capacità dell'azienda di raccogliere capitale di debito finanziario.

I vincoli interni sono relativi:

- *al piano industriale*: i fabbisogni finanziari che ne derivano necessitano di essere finanziati con forme di copertura appropriate;
- *alla sostenibilità finanziaria*: la composizione delle fonti di finanziamento deve essere ponderata in relazione ai flussi di cassa che l'azienda è in grado di generare.

Stato dell'arte

Nel corso del triennio 2014-16 tutti gli indicatori patrimoniali e gli indici sulla struttura finanziaria hanno manifestato un progressivo e marcato miglioramento: il raggiungimento dell'equilibrio finanziario e la presenza di flussi finanziari quantitativamente e temporalmente adeguati alla copertura delle passività si qualifica come vincolo essenziale riguardo agli obiettivi di sopravvivenza e sviluppo dell'impresa.

Dall'analisi dello stato patrimoniale al 31.12.2017 si evidenzia il mantenimento dell'equilibrio patrimoniale-finanziario raggiunto nell'esercizio precedente così come manifestato dai principali indicatori di riferimento. L'attività del 2017 si è concentrata oltre che sull'individuazione del corretto mix di strumenti di debito destinati a finanziare gli investimenti in circolante e in beni strutturali previsti dal piano industriale anche sul perfezionamento dell'importante operazione di equity di euro 2 milioni sottoscritta dal Socio Finanziatore Coopfond.

Inoltre nell'ottica della diversificazione delle fonti di finanziamento, di una gestione avanzata del circolante e con l'obiettivo di dare supporto e sostegno finanziario alla Filiera si è attivato un innovativo Programma di Confirming che rappresenta un'evoluzione del reverse factoring rivolto alla semplificazione e all'aumento della flessibilità.

Obiettivi

L'obiettivo è garantire la sostenibilità finanziaria del prossimo piano triennale mediante il continuo monitoraggio dei flussi di cassa generati e assorbiti dall'impresa e l'adeguata copertura di questi con fonti di finanziamento sicure per il mantenimento "dinamico" dell'equilibrio finanziario effettivo.

È anche dalla capacità di mantenere nel tempo tale equilibrio oltre che – evidentemente - dalla capacità economica dell'impresa, che deriva la migliore possibilità di attrarre fonti nuove e "alternative" di finanziamento.

10. Innovazione e ricerca

Descrizione

La ricerca e innovazione si concretizza attraverso progetti che uniscono le competenze interne di prodotto-processo con l'ambiente esterno, in particolar modo con enti di ricerca, con ed enti formativi e aziende esterne su temi del benessere alimentare e nutrizionale.

L'ambito concerne pertanto sia aspetti comunicativi - con la necessità per Fruttage di elevare la propria visibilità - che di *core business*, attraverso le possibilità di sviluppo ed i vantaggi derivanti dalla capacità di innovare (anche anticipando la concorrenza), e da investimenti mirati a controllare e ridurre gli impatti ambientali generati dall'azienda.

Stato dell'arte

Ad oggi i progetti di questo genere implementati sono:

- collaborazioni con enti di ricerca per sviluppare le bevande funzionali (anche con omega 3) per clienti specifici;
- progetti inerenti la sana alimentazione ed il benessere alimentare con collaborazioni scientifiche e scolastiche (vedi il progetto Ortilio sviluppato con le scuole primarie e secondarie del territorio);
- sviluppo di film per surgelati ottenuto da materiale interamente compostabile (quindi decomposto nell'umido in max 6 mesi);
- sviluppo di nettari e succhi con ridotto o in alcuni casi senza zuccheri aggiunti.

Obiettivi

Alla luce di quanto detto, gli obiettivi per il prossimo triennio sono:

- implementare ulteriori progetti che concretizzino prodotti coerenti con i moderni principi nutrizionali e che sviluppino prodotti anche innovativi quali: prodotti contenenti Omega 3 e prodotti senza zuccheri aggiunti;
- intensificare la sperimentazione di nuovi prodotti;
- comunicare all'interno di collaborazioni pubbliche e scientifiche i prodotti innovativi generati.

11. Nuovi prodotti

Descrizione

Le riflessioni inerenti l'ambito dei nuovi prodotti, ruotano attorno la capacità di Fruttagel di porsi nei confronti dei clienti come un interlocutore propositivo ed in grado di innovare.

Tali aspetti si concretizzano con diverse modalità. Nel caso dei *nuovi processi* coniugando le competenze e la capacità d'innovare interna con l'innovazione proveniente dall'esterno; nel caso dei *nuovi prodotti* l'innovazione si concretizza intercettando i nuovi trend di mercato e quindi i nuovi bisogni dei consumatori, proponendo soluzioni ad alto valore aggiunto o sempre più "gourmet" (andando oltre le classiche commodities).

La rapidità ed efficacia di tali percorsi o aspetti, sono chiaramente maggiori quando Fruttagel riesce ad arrivare direttamente al consumatore o all'utilizzatore (B2B) attraverso l'utilizzo dei propri marchi. Riteniamo che siano percorsi fondamentali e distintivi anche quando l'innovazione viene veicolata tramite clienti "Private Label", con cui serve però, affinché ciò si realizzi, un rapporto di partnership vera, competente e costruttiva.

Stato dell'arte

Sviluppo ed innovazione sono da tempo al centro delle attenzioni di Fruttagel, che ha spinto fortemente sul tema dell'integrazione tra le funzioni agronomiche, commerciali-produttive e di ricerca e sviluppo, investendo fortemente su quest'ultima funzione sia in termini di risorse umane che strumentali.

I principali progetti che attualmente caratterizzano l'attività di Fruttagel e riguardanti l'innovazione sia di prodotto che di processo, sono:

- ampliamento gamma Alma verdeBio *frozen*: nuove referenze in lancio anche sul canale Retail;
- filiera integrata della produzione di lattini vegetali;
- internalizzazione di filiere produttive di broccoli, cavolfiori e vegetali ad alto valore aggiunto;
- succhi di frutta senza zuccheri aggiunti;
- film di confezionamento compostabile per i prodotti *frozen*: 3 importanti clienti sono già partiti con questa innovazione;
- formato 125 Prisma Square in carta Tetrapak.

Obiettivi

Gli obiettivi per i prossimi anni, in coincidenza con quanto previsto all'interno del Piano industriale 2017-2019, ruotano attorno alle capacità di Fruttagel di progettare e realizzare prodotti moderni, funzionali e di qualità.

Nella progettazione dei nuovi prodotti dovremo quindi:

- innalzare la redditività dei nostri prodotti, introducendo produzioni e lavorazioni nuove per Fruttagel che coinvolgano sempre più attori della filiera (pomodoro datterino e altre varietà);
- introdurre nuove tecnologie che puntino a valorizzare il prodotto attraverso una maggiore complessità: sia relativamente all'elaborazione del prodotto che di servizio (nuovi formati, nuovi materiali, nuove tecnologie quali dosaggio in asettico di ingredienti; pastorizzazione a microonde);
- essere sempre più attenti e coerenti con i nuovi trend di mercato e i moderni principi della nutrizione;
- costruire canali stabili di comunicazione con il mondo universitario e della ricerca scientifica, utilizzando maggiormente anche canali social per far conoscere la storia dei nostri prodotti.

12. Sostenibilità ambientale

Descrizione

La decisione di inserire il presente nuovo ambito, non contenuto in quanto tale nel precedente rapporto, nasce dalla naturale consapevolezza che i temi ad esso riconducibili fanno ormai parte stabilmente della *Mission* di Fruttage, al punto da apparire quasi riduttiva la trattazione "trasversale" che della sostenibilità ambientale si è fatta fino al rapporto 2016. I temi, le attenzioni, gli investimenti, le rendicontazioni riconducibili alla sostenibilità ambientale, infatti, sono sempre stati presenti nei rapporti sociali e di sostenibilità di Fruttage, ma trattati e ripresi in più punti dei rapporti stessi. Si tratta quindi di un cambiamento di impostazione, che da ora in avanti caratterizzerà i rapporti di sostenibilità, evidenziando tutti gli aspetti di attenzione (investimenti, energia, ricerca e innovazione) che Fruttage continua ad avere allo scopo di garantire il più possibile modelli di produzione (e consumo) e investimento sostenibili.

Stato dell'arte

I principali progetti con "significativi impatti ambientali" (descritti di seguito) già realizzati da Fruttage negli ultimi anni (alcuni dei quali noti da tempo), sono i seguenti:

- depuratore aziendale stabilimento di Alfonsine: recupero delle acque pari a circa 250.000 mq nel 2017; emungimento da falda pari a 474.000 mq nel 2017 (a fronte di una "possibilità" di prelievo autorizzata per 750.000 mq), con conseguente limitazione del fenomeno di subsidenza cui è soggetto il territorio di Alfonsine;
- impianto di cogenerazione: massima efficienza utilizzo energie - riduzione immissioni di CO₂;
- pack compostabile: busta biodegradabile certificata UNI EN 13432 per surgelati ottenuta da materiale interamente compostabile (decomposto nell'umido in max 6 mesi);
- relamping stabilimento di Larino: il progetto ha portato alla sostituzione di tutte le lampade dei reparti di produzione, magazzino e celle con tecnologia LED (nei reparti magazzino e celle abbinata ad accensione con sistema rilevazione presenza allo scopo di evitare sprechi), riducendo i consumi e migliorando l'illuminazione per gli operatori;
- installazione meter per misurazioni elettriche e termiche: progetto iniziato nel 2017 in entrambi gli stabilimenti, finalizzato alla contabilizzazione dei consumi specifici, fondamentale per centrare i piani di efficientamento energetico degli impianti e dei reparti, monitorandone i consumi per l'anno 2018.

Obiettivi

Alla luce di quanto detto, i principali obiettivi per il 2018 e gli anni a venire sono:

- sviluppare o attivare progetti che concretizzino una riduzione del *Carbon Foot Print* e di riduzione del consumo energetico di Fruttage, aderendo a progetti nazionali di valutazione e controllo del proprio impatto ambientale nel tempo; in tale direzione è già in itinere un progetto pilota sviluppato con TetraPak;
- ulteriore implementazione dell'utilizzo di pack compostabili in sostituzione degli attuali materiali in plastica;
- definizione e conclusione del progetto di Relamping anche nello stabilimento di Alfonsine, sempre con tecnologia LED;
- collaborazioni pubbliche/scientifiche (Università e centri di ricerca) su progetti di riduzione e miglioramento del proprio impatto ambientale ed andamento;
- costruzione di un Nuovo magazzino automatico surgelato (2019-2020) già deliberato dal CDA di Fruttage, che produrrà un impatto ambientale positivo molto significativo sulla riduzione della mobilità necessaria per il trasferimento dei prodotti e, conseguentemente, di Riduzioni di CO₂ (130.000 km in meno di trasporti su strada; 47.000 l di gasolio non utilizzati; stima di oltre 120 t di CO₂ non immesse).

La matrice di materialità

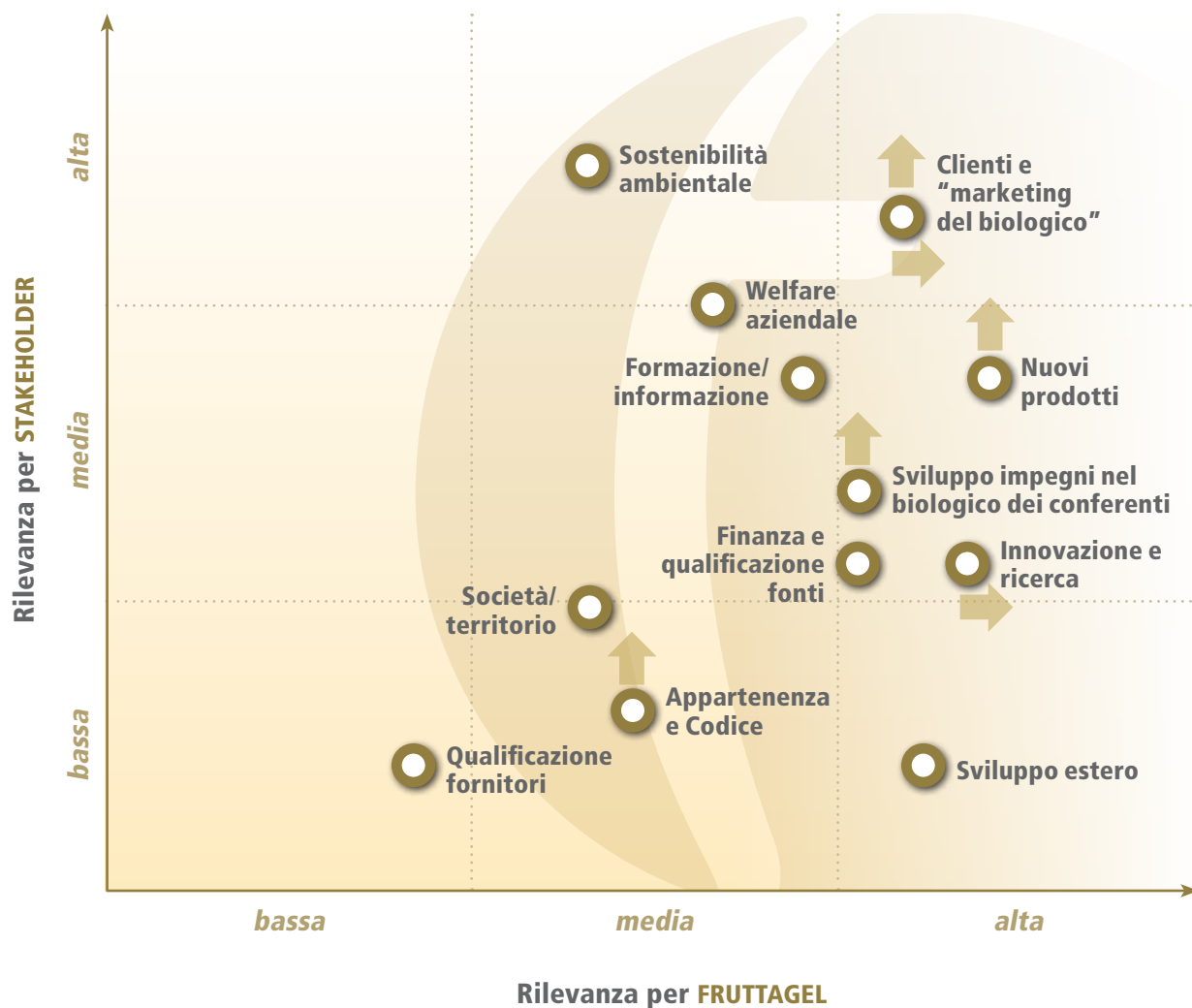
Le schede appena esposte rappresentano i temi di maggior rilevanza per il core business di Fruttigel e per i suoi stakeholder. L'individuazione dei temi è stata condotta con un processo conforme agli standard di riferimento: le linee guida del Global Reporting Initiative.

Il *principio di materialità* è un cardine del processo di rendicontazione e significa questo: ciò che va rendicontato deve corrispondere contemporaneamente agli interessi e alle attese dell'impresa da un lato, ma anche agli interessi e alle attese degli stakeholder. Tali interessi - quelli dell'impresa e quelli degli interlocutori - devono dunque essere messi in relazione tra di loro e proprio a questo serve la matrice sottostante, che serve a far ragionare assieme impresa e stakeholder.

Il criterio è semplice: sull'asse delle ascisse si misura l'importanza che l'impresa attribuisce alla determinata politica e su quello delle ordinate si misura l'importanza attribuita dagli stakeholder. Così - visivamente - si incrociano gli interessi di impresa e interlocutori.

La formulazione del precedente rapporto era basata su un'interpretazione tutta costruita all'interno di Fruttigel mentre quest'anno, proprio in ragione della consultazione degli stakeholder, è possibile proporre una matrice di materialità che rappresenta realmente l'incontro delle valutazioni dell'impresa con quelle degli stakeholder.





L'esito della consultazione degli stakeholder e gli approfondimenti compiuti dalla Direzione hanno comportato delle correzioni relativamente ad alcuni ambiti rilevanti. Queste correzioni sono indicate dalle frecce sulla matrice: indicano le maggiori enfasi d'importanza degli argomenti da parte degli interlocutori e da parte di FruttageL.

Si nota anche l'aggiunta di un nuovo ambito rilevante: la **sostenibilità ambientale**. Questo tema è così pervasivo delle politiche di FruttageL (e così diffusamente presente nel rapporto sociale degli ultimi anni) che si era inizialmente convenuto che non fosse necessario specificarlo a parte. Questa posizione è stata ultimamente corretta per fornire un'idea più puntuale di questo relevantissimo ambito e dell'impegno dell'impresa in materia.

FRUTTAGEL S.C.P.A.

Via Nullo Baldini 26
48011 Alfonsine (RA) Italy
tel. (+39) 0544 866511
fax (+39) 0544 866564
segreteria@fruttagei.it
www.fruttagei.it