

Bilancio di Sostenibilità 2025



A cura e con il supporto di



Indice dei Contenuti

01

Lettera agli
Stakeholder

p. 3

02

Highlights
2025

p. 6

03

Nota metodologica

p. 11

04

Matras Foods e il suo
impegno per la
sostenibilità

p. 14

05

Matras Foods e la
Governance

p. 25

06

Matras Foods e la
Responsabilità
Sociale

p. 29

07

Matras Foods
e l'Ambiente

p. 45

08

Abbiamo a cuore il
nostro futuro

p. 53

09

Indice di
correlazione agli
standard

p. 55

1. Lettera agli Stakeholder

(Standard VSME C2, GRI 2-22)

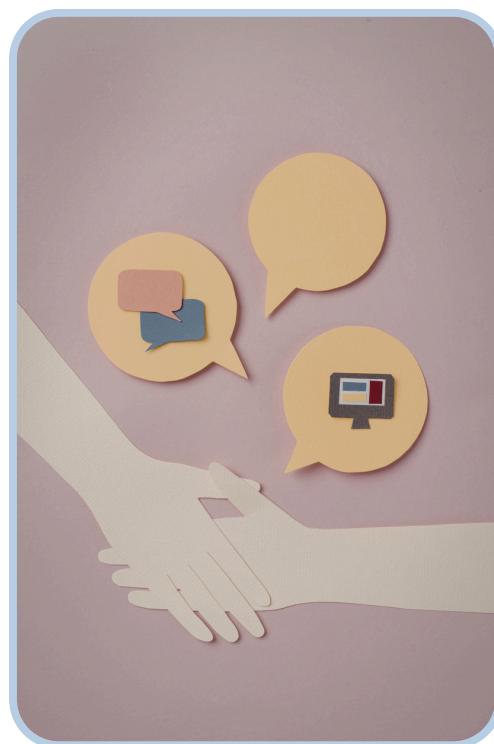
*Cari e Care Stakeholder,
è con grande entusiasmo che vi presentiamo il nostro Bilancio di sostenibilità 2025, un risultato tangibile del nostro rinnovato impegno e della nostra passione per il lavoro che svolgiamo, per le nostre famiglie e per il futuro che desideriamo costruire.*

Il 2025 ha rappresentato per Matras Foods un anno di consolidamento e di evoluzione. In un contesto economico e logistico internazionale caratterizzato da continui cambiamenti, abbiamo scelto di rafforzare ulteriormente il nostro approccio alla sostenibilità, integrandolo sempre più nella gestione dell'impresa e nelle decisioni strategiche.



Siamo convinti che il valore di un'azienda non si misuri esclusivamente attraverso gli indicatori economici, ma anche attraverso la capacità di generare impatti positivi per le persone, il territorio e l'ambiente. Per questo motivo abbiamo proseguito il nostro percorso di crescita investendo nelle competenze, nel benessere dei collaboratori, nella qualità delle relazioni con gli Stakeholder e nel miglioramento continuo dei nostri processi.

Uno dei traguardi più significativi dell'anno è stato il rafforzamento del dialogo con i nostri Stakeholder. Attraverso una specifica attività di coinvolgimento e ascolto abbiamo raccolto indicazioni preziose sulle priorità ambientali, sociali e di governance ritenute più rilevanti per il futuro di Matras Foods. Questo confronto ci ha consentito di definire con maggiore consapevolezza i nostri temi materiali e di orientare gli impegni che intendiamo perseguire nei prossimi anni.



Sul piano della governance abbiamo consolidato il nostro sistema di gestione, mantenendo elevati standard di trasparenza, integrità e conformità normativa. La pubblicazione e la diffusione del Codice Etico e del Codice di Condotta rappresentano strumenti fondamentali per promuovere comportamenti responsabili lungo tutta la nostra catena del valore.



Le nostre persone continuano a rappresentare il cuore di Matras Foods. Nel corso del 2025 abbiamo registrato una crescita dell'organico, mantenendo al tempo stesso un elevato livello di stabilità occupazionale. Abbiamo investito nello sviluppo professionale attraverso programmi formativi specialistici, nella convinzione che il benessere delle persone sia un fattore determinante per la qualità del lavoro e la sostenibilità dell'impresa.

Particolare attenzione è stata dedicata alla salute e sicurezza, ambito nel quale abbiamo introdotto nuovi strumenti digitali per monitorare e gestire in modo sempre più efficace gli adempimenti e le attività preventive, rafforzando ulteriormente la nostra cultura della sicurezza.

Anche sul fronte ambientale abbiamo proseguito il percorso di miglioramento intrapreso negli anni precedenti. Attraverso il mantenimento del Sistema di Gestione Ambientale certificato ISO 14001 continuiamo a perseguire l'obiettivo di contenere il nostro impatto ambientale e promuovere una gestione sempre più efficiente delle risorse.

Siamo consapevoli che la sostenibilità non sia un punto di arrivo, ma un percorso che richiede impegno costante, capacità di ascolto e volontà di migliorarsi ogni giorno. Continueremo quindi a lavorare con responsabilità, passione e spirito di collaborazione, affinché Matras Foods possa essere un partner affidabile, un luogo di lavoro capace di valorizzare le persone e un'impresa in grado di contribuire positivamente allo sviluppo della comunità e del territorio.

Ringraziamo tutti coloro che, con il loro contributo, la loro fiducia e la loro collaborazione, rendono possibile questo percorso.



Grazie per il vostro continuo supporto e fiducia in noi.

Con stima,

*Vassallo Marco - Presidente
Consiglio di Amministrazione*

A handwritten signature in dark ink, reading "Marco Vassallo". The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.

2. Highlights

AMBIENTE

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA

5,6 Mwh



-17,6% rispetto al 2024



COMBUSTIBILE IMPIEGATO

(gasolio e benzina)

4.138 litri

PARCO AUTO

7 mezzi



RIFIUTI PRODOTTI

destinati allo smaltimento

238 Kg

10,23 tCO₂eq

EMISSIONI DI SCOPO 1



1,21 tCO₂eq

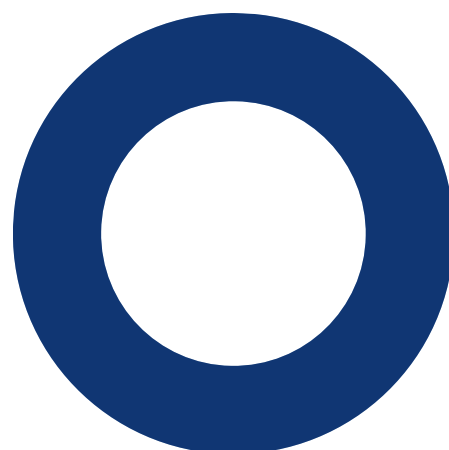
EMISSIONI DI SCOPO 2

(location based)

0,79 tCO₂eq

EMISSIONI DI SCOPO 2

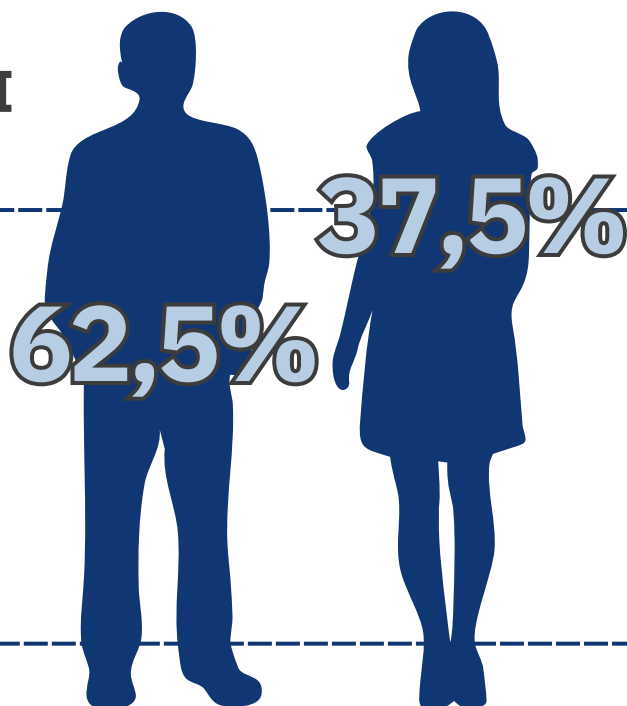
(market based)



SOCIALE

NUMERO DI
DIPENDENTI

32



FULL TIME

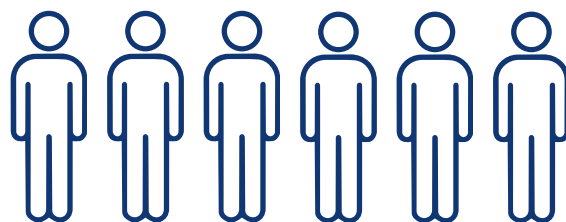
97%

94%

CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO

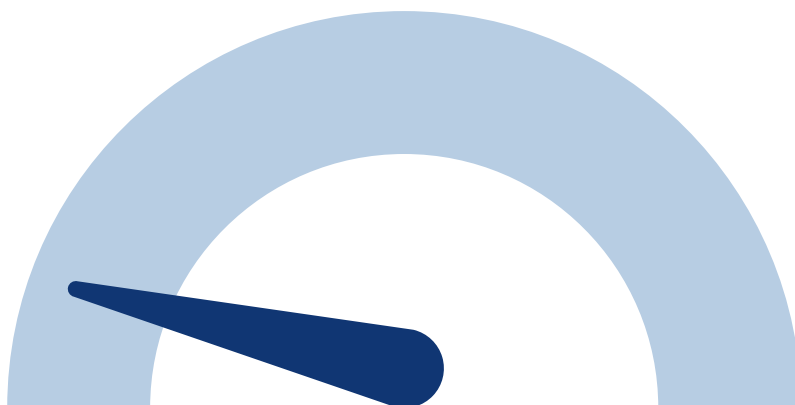
NUOVE
ASSUNZIONI

6



TUNOVER

10,3%





FORMAZIONE EROGATA

165 ore

MEDIA DI FORMAZIONE
per dipendente

5,1 ore



INFORTUNI
registrati

0

**EPISODI DI
DISCRIMINAZIONE**
registrati

GOVERNANCE

2 CERTIFICAZIONI CONSEGUITE

Certificazione AEO

ISO 14001 - Sistema di Gestione Ambientale



RISULTATI DELLO STAKEHOLDER ENGAGEMENT

rispondenti

80 persone

ADOZIONE DI POLICY AZIENDALI

Codice Etico e Codice di condotta e
pubblicazione on-line



CASI DI NON CONFORMITÀ

NC

incluse condanne per tangenti o
corruzione di altro genere

Nessuno

3. Nota Metodologica

(Standard VSME B1, GRI 2-1, 2-2, 2-3)

Matras Foods Srl (di seguito anche “Matras Foods” o “Società” o “Azienda”) ha volontariamente deciso di rinnovare la sua dedizione sul fronte ESG, pubblicando il suo **Bilancio di Sostenibilità** (di seguito anche “Bilancio/Report” o “Bilancio/Report ESG”) al fine di rendicontare e condividere in maniera integrata e trasparente i propri impegni, le proprie performance e gli obiettivi futuri con riferimento all’ambiente, alla responsabilità sociale e alla governance.

Il presente Bilancio è stato redatto in conformità agli standard:

- **VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for SMEs)** pubblicati dall’EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) nel Dicembre 2024 e adottati dalla Commissione Europea ad Agosto 2025. Nello specifico, è stato adottato il Basic Module integrato con il modulo Comprehensive per gli standard applicabili.
- **GRI Standards (Global Reporting Initiative)** pubblicati dal GSSB (Global Sustainability Standards Board) ad Ottobre 2021.

Ai fini di una maggiore chiarezza espositiva, in calce al documento si riporta l’indice di correlazione con questi standard.

I principi perseguiti nella raccolta delle informazioni e, in generale, per la rendicontazione sono **rilevanza, fedeltà, comparabilità, comprensibilità e verificabilità**.

Per quanto riguarda il **periodo di rendicontazione** del Bilancio si fa riferimento all'anno compreso tra l'**01/01/2025** e il **31/12/2025**. Ai fini di maggiore chiarezza e comparabilità, laddove disponibili, sono stati riportati i parametri anche per l'anno 2024.

Le informazioni presenti nel documento si riferiscono esclusivamente a Matras Foods Srl. Questi dati, laddove esplicitato espressamente nel presente elaborato e richiesto dagli standard di rendicontazione, sono riportati distintamente tra le sue sedi, altrimenti sono da considerarsi come cifre aggregate.

Coerentemente con lo standard VSME B1, si evidenziano di seguito le localizzazioni delle sedi aziendali, mentre il codice NACE di riferimento è il 52.26.

Siti	Matras Foods srl				
	Indirizzo	CAP	Città	Paese	Coordinate (geolocalizzazione)
Sede legale	VIA DE MARINI 53 TORRE SHIPPING	16149	GENOVA	ITALIA	44.408205771806465, 8.901583019661992
Sede operativa	VIA DE MARINI 53 TORRE SHIPPING	16149	GENOVA	ITALIA	44.408205771806465, 8.901583019661993
Altre sedi significative	VIA DELLE CATERATTE 90	57123	LIVORNO	ITALIA	43.56600754521699, 10.31418385427242

3.1 Il percorso ESG intrapreso

Per la realizzazione del Bilancio di sostenibilità 2025, Matras Foods ha intrapreso un **percorso progettuale**, articolato in **tappe chiave** che hanno consentito di:

- individuare la maturità dell'azienda in ambito ESG
- definire le azioni già intraprese per la sostenibilità e delineare gli impegni chiave per il futuro
- avviare e mettersi in ascolto degli Stakeholder grazie al loro diretto coinvolgimento (Stakeholder Engagement)
- raccogliere le informazioni quali-quantitative secondo gli standard citati
- redigere il presente documento che rappresenta l'output finale del lavoro realizzato.



Questo progetto ha portato con sé un consolidamento della maturità aziendale nel campo ambientale, sociale e di governance, a fronte del quale la Società intende continuare a potenziare i benefici degli impatti positivi, prevenendo e mitigando gli effetti dei rischi e degli impatti negativi.

Per maggiori informazioni in merito al documento e alle iniziative di sostenibilità intraprese, è possibile scrivere a:
carlotta.fasce@matras.it.

Inoltre i documenti e le informazioni significative a supporto sono pubblicate e consultabili sul sito aziendale.

4. Matras Foods e il suo impegno per la sostenibilità

(Standard VSME B1, B2, C1, GRI 2-6, 2-28)

4.1 Chi siamo

Matras Foods srl è la divisione aziendale dedicata esclusivamente all'attività di spedizione e logistica di prodotti alimentari, freschi, congelati e beverage.

Il settore del trasporto di prodotti alimentari destinati all'alimentazione umana ed animale è estremamente complesso e sottoposto a rigorosi controlli da parte delle Autorità competenti. Proprio per questo motivo, negli anni, la Società ha maturato una forte esperienza e professionalità che si traduce in personale altamente qualificato e accreditato presso l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Le spedizioni di prodotti alimentari richiedono l'utilizzo di container refrigerati a temperatura controllata ad alto valore di utilizzo ed il fattore tempo è determinante ai fini della conservazione della qualità del prodotto e del contenimento dei costi di gestione per il mantenimento della catena del freddo. In tal senso, Matras Foods, con la sua organizzazione, è in grado di ridurre al minimo i tempi operativi attraverso procedure interne adeguate che prevedono continui percorsi di aggiornamento del proprio personale.



La Società, negli anni, ha raggiunto importanti traguardi e ha ottenuto le seguenti certificazioni:

- **certificazione AEO**, rilasciata dall'Agenzia Doganale ai soli operatori che rispettano determinati requisiti qualitativi, attribuisce una "patente" di affidabilità e di solvibilità a cui sono collegati notevoli vantaggi per i clienti. Nello specifico, si pone attenzione al rigoroso rispetto delle normative doganali e della sicurezza sui prodotti.
- **ISO 14001**, punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, come Matras Foods, di un **Sistema di Gestione Ambientale**.

Inoltre, Matras Foods crede fortemente nelle alleanze e nel valore delle relazioni motivo per cui aderisce a:

- **Spediporto, Associazione italiana delle case di Spedizione internazionali marittime** tra le più grandi e rappresentative del settore
- **Fedespediti (Federazione Nazionale delle Imprese di Spedizioni Internazionali)**, di cui fanno parte **ANAMA** (Associazione Nazionale Agenti Merci Aeree), **ANTEP** (Associazione Nazionale Terminalisti Portuali) e **FISI** (Federazione Italiana Spedizionieri Industriali).

Infine, nell'anno oggetto di rendicontazione, Matras Foods ha registrato un **fatturato pari a 17 milioni di euro**.

4.2 Vision e Mission

In Matras Foods, crediamo che l'eccellenza aziendale non sia un traguardo puramente numerico. Siamo convinti che un'organizzazione gestita con responsabilità, attenta alle persone, ai clienti e all'ambiente, sia intrinsecamente capace di generare un valore economico superiore.

Per noi, l'etica e la sostenibilità non sono un'integrazione alla crescita, ma il motore che la rende possibile.

Proprio per questo, abbiamo scelto di far evolvere i nostri successi imprenditoriali seguendo i passi tracciati dall'Agenda ONU 2030. Non si tratta solo di una dichiarazione d'intenti, ma di un impegno concreto che abbiamo tradotto in strumenti misurabili e rendicontabili.

Come spedizioniere internazionale, la nostra **missione** va ben oltre il semplice trasporto di merci: infatti **ci impegniamo a ottimizzare la supply chain globale, garantendo che ogni spedizione attraversi il mondo in modo sicuro, rapido ed efficiente.**

Agiamo come un vero e proprio **partner strategico** per l'import/export, combinando la precisione operativa con la consulenza, trasformando le sfide in opportunità di crescita per i nostri clienti, ovunque si trovino.



4.3 I temi materiali e gli SDGs

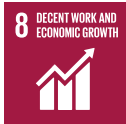
(Standard VSME B2, C2, GRI 3-1, 3-2)

Matras Foods ha identificato i suoi temi di sostenibilità. Questi sono stati condivisi e validati nell'ambito dello Stakeholder engagement con l'obiettivo di poter individuare gli aspetti ambientali, sociali e di governance su cui concentrare maggiormente il proprio impegno in termini di rendicontazione ESG e di strategia per il futuro.

Al fine di rafforzare e di condividere il proprio impegno nella sostenibilità le tematiche ESG emerse sono state **messe in relazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite**, utilizzati come riferimento metodologico per contestualizzare gli impatti dell'Azienda all'interno di un framework globale condiviso e per favorire la definizione dei futuri obiettivi ambientali, sociali e di governance verso lo sviluppo sostenibile.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



PILASTRO	TEMA DI SOSTENIBILITÀ DI MATRAS FOOD	SDGs
Governance	Condotta ed etica aziendale	 
Sociale	Cura e sviluppo del personale	    
	Salute e Sicurezza	
	Pari opportunità, diversità e inclusione	 
	Relazioni con gli Stakeholder	 
Ambientale	Tutela ambientale e consumi di risorse	   

(Standard VSME C1, GRI 2-29)

- **stakeholder interessati** (affected stakeholders), ossia coloro che sono o potrebbero essere impattati in modo significativo dalle attività dell'impresa lungo la catena del valore;
- **utilizzatori dell'informativa di sostenibilità**, quali investitori, istituti di credito e altri soggetti che utilizzano le informazioni ESG per assumere decisioni economiche.





Lo Stakeholder engagement è stato progettato e realizzato tramite una **survey** trasmessa a molteplici Stakeholder, i cui **rispondenti** sono stati **Dipendenti, Fornitori, Clienti ed Istituti bancari**. I risultati trasmessi all'azienda sono stati di fondamentale importanza e trovano affidabilità perché la quota maggioritaria di attori collabora e conosce Matras Foods da almeno 4 anni (il 35% da oltre 10 anni) e, inoltre, circa il **70%** ha espresso che **l'impegno** societario **nella sostenibilità è molto**.

Nel corso del **2025** la Società ha deciso di realizzare un vero e proprio Stakeholder engagement, ovvero un **coinvolgimento diretto degli attori chiave** con cui interagisce e che interagiscono con l'organizzazione, al fine di:

- **identificare e validare i temi ESG**, ossia comprendere quali temi ambientali, sociali e di governance sono più rilevanti secondo gli attori aziendali di riferimento per la Società;
- **definire gli impegni sostenibili futuri**, per accogliere le priorità di sostenibilità ESG considerate strategiche a lungo termine;
- **co-creare il cambiamento**, ossia individuare possibili collaborazioni dirette per sviluppare pratiche sostenibili innovative che generino un impatto positivo concreto.

Con questa premessa, Matras Foods ha identificato i suoi principali Stakeholder nelle seguenti categorie:



Enti certificatori

Comunità locale

Competitor

Soci e investitori

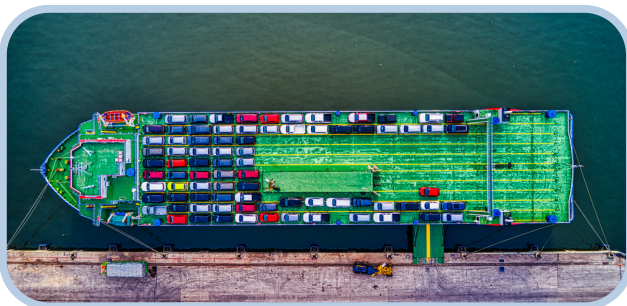
Clienti

Personale



Fornitori strategici

Agenzia delle Dogane



Associazioni, Ong

Media

Partner

Fornitori

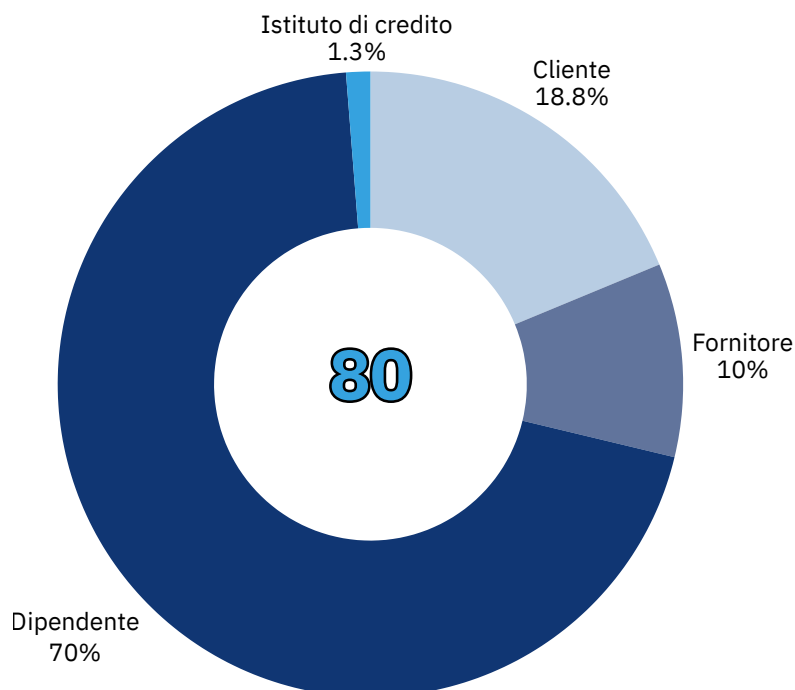
Istituti di credito

Nuove generazioni

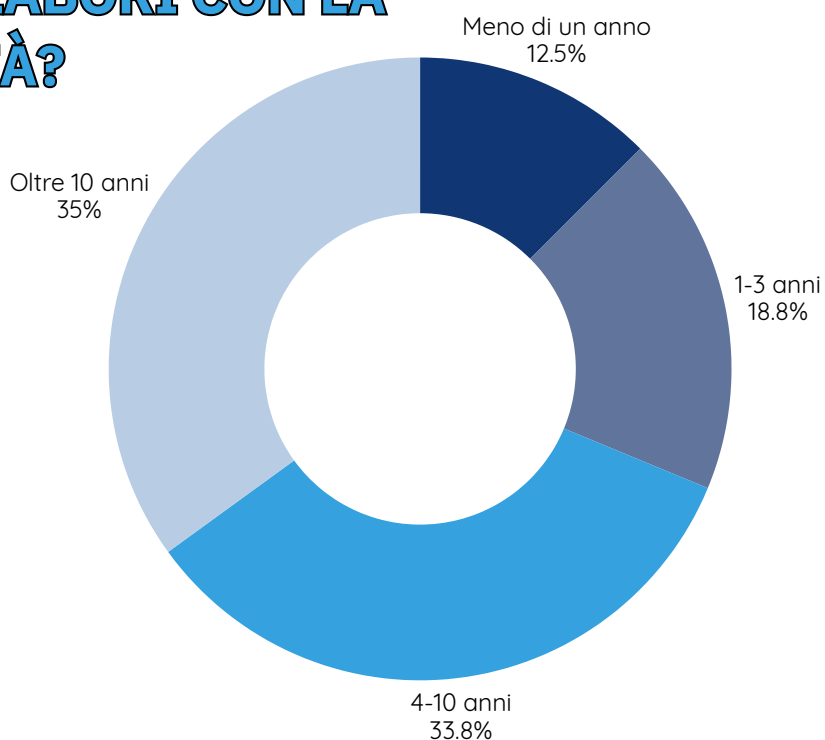


I risultati trasmessi all'azienda sono stati di fondamentale importanza e trovano affidabilità perché la quota maggioritaria di attori collabora e conosce Matras Foods da almeno 4 anni (il 35% da oltre 10 anni) e, inoltre, circa il **70%** ha espresso che l'**impegno societario nella sostenibilità è molto importante**.

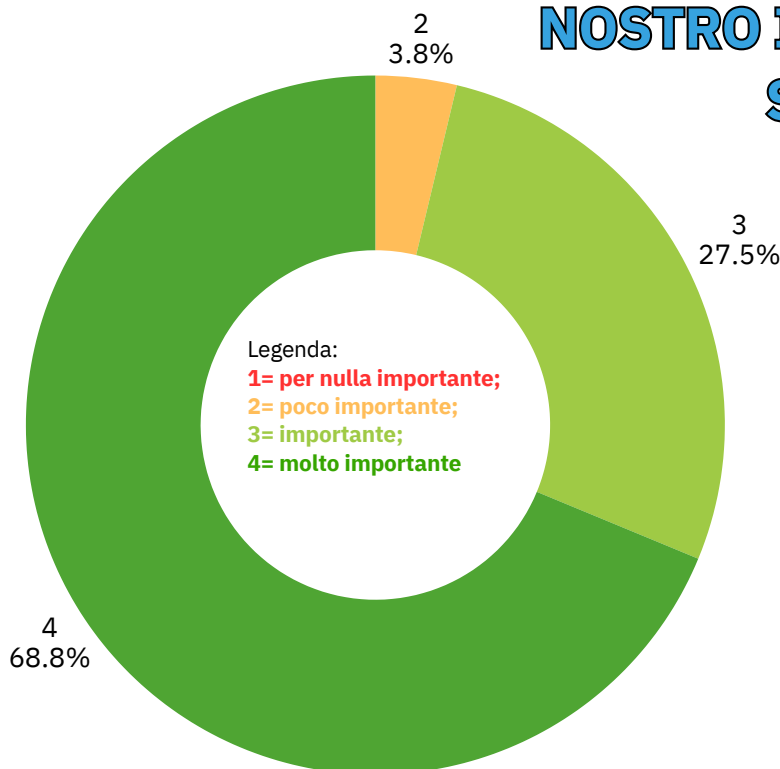
RISPONDENTI



DA QUANTI ANNI CONOSCI/COLLABORI CON LA NOSTRA REALTÀ?



QUANTO È IMPORTANTE PER TE IL NOSTRO IMPEGNO NELLA SOSTENIBILITÀ?



Questi input hanno permesso a Matras Foods di esaminare i feedback ottenuti e di integrare i risultati nella definizione dei temi di sostenibilità e negli impegni ESG futuri.

Nello specifico, secondo gli Stakeholder sono considerati **importanti** per l'azienda i **seguenti temi**:

- **tutela ambientale e consumi di risorse**, con riferimento all'energia, emissioni, gestione dei rifiuti e materiali;
- **cura delle persone**, con riferimento allo sviluppo e benessere della popolazione aziendale e alla salute e sicurezza;
- **etica e condotta aziendale**, inclusa il mantenimento di una strategia orientata alla sostenibilità, la trasparenza aziendale, e la protezione e sicurezza dei dati e delle informazioni.

Sotto il profilo strategico, Matras Foods ha chiesto ai suoi Stakeholder quali fossero le **tre priorità ESG**, su cui **impegnarsi nei prossimi 3-5 anni** e gli attori hanno espresso come di maggior rilievo i seguenti topic:

- **benessere e sviluppo dei dipendenti;**
- **riduzione dell'impronta ambientale complessiva;**
- **formazione continua sugli aspetti ESG.**

Infine, è stata lanciata dalla Società una vera e propria **call to action** per rilevare dagli attori un contributo fattivo alla condivisione di competenze e relazioni volte ad attivare **progetti comuni di sostenibilità**. L'obiettivo è quello di unire le forze per generare un impatto condiviso lungo la catena del valore e nell'ecosistema in cui si opera, insieme.



5. Matras Foods e la Governance



5.1 Assetto societario

(Standard VSME B1, C9, GRI 2-9, 405-1)

L'identità di Matras Foods affonda le sue radici in una solida tradizione imprenditoriale.

Costituita come **Società a Responsabilità Limitata** (S.r.l.), l'azienda ha ufficialmente iniziato il suo percorso con l'iscrizione alla Camera di Commercio il 4 aprile 2007.

Da quasi vent'anni, la continuità e la direzione strategica del Gruppo sono garantite dalla guida di Vassallo Marco, che ricopre oggi i ruoli di **Legale Rappresentante e Presidente del Consiglio di Amministrazione**.

Con riferimento agli assetti di governance, Matras Foods adotta una struttura composta da **amministrazione pluripersonale collegiale**.

Il soggetto atto al controllo contabile è il **Revisore Legale**.

Relativamente al **Consiglio di Amministrazione**, i **membri** sono in totale **3** ed il **rapporto di genere** (donne/uomini) è pari a **0** in quanto non ci sono donne nell'organo di governo.

5.2 Etica, integrità e condotta aziendale

(Standard VSME B11, C2, C6, C7 e GRI 2-27 e 3-3)

Per **Matras Foods**, l'adozione di una governance etica permette di operare nel rispetto delle leggi, delle persone e degli Stakeholder, garantendo solidità nel lungo periodo, tutelando la reputazione aziendale e creando fiducia nei confronti del mercato.

Nel 2025 e nel 2024 **non sono stati rilevati casi di non conformità**, incluse condanne per tangenti o corruzione di altro genere.

Con questo spirito, Matras Foods ha strutturato una gestione rigorosa della sicurezza e della protezione dei dati attraverso l'adozione del **GDPR** ed il costante mantenimento aggiornato di documenti fondamentali quali il **DVR** (Documento Valutazione Rischi), il **DURC** (Documento Unico di Regolarità Contributiva) e il **DUVRI** (Documento Unico di Valutazione dei Rischi da Interferenze).

Inoltre, per elevare gli standard di sicurezza sul lavoro, la Società ha investito in un **sistema gestionale informatico dedicato (SSL)**. Questo strumento agisce come il cuore pulsante di un controllo preventivo, permettendo di monitorare in tempo reale ogni scadenza derivante dalla valutazione dei rischi.

Crediamo che la fiducia si costruisca con la chiarezza e la trasparenza: per questo motivo, sono accessibili sul **sito web aziendale** tutti i documenti aziendali che attestano il nostro operato e l'impegno.

Dal **Bilancio di Sostenibilità all'Assessment ESG**, fino alla **Politica Ambientale**, alle **Condizioni Generali di Spedizione**. L'operatività quotidiana di Matras Foods è orientata dal **Codice Etico** e dal **Codice di Condotta**, anch'essi condivisi pubblicamente sul sito aziendale, per garantire la massima integrità lungo tutta la filiera e tutelare i diritti umani.

5.2.1 Codice Etico

Dal 2019, il Codice Etico **definisce l'insieme dei principi** a cui sono tenuti a conformarsi i componenti degli organi sociali, i dirigenti, i dipendenti e, in generale, i collaboratori dell'Azienda.

Tra i principi etici che guidano Matras Foods si promuovono:



Nei propri comportamenti la Società s'ispira pertanto ai principi di responsabilità aziendale, nelle tre dimensioni ambientale, sociale e di governance. Si promuove una cultura volta all'apprendimento continuo in cui segnalazioni e suggerimenti provenienti dagli Stakeholder sono incoraggiati e tenuti in attenta considerazione.

Il documento tratta i principali **temi** dell'etica d'impresa e della tutela dei diritti umani: **centralità delle persone, cura dei clienti e dei fornitori, rispetto delle leggi, anticorruzione e antiriciclaggio, divieto di commissione di reati inclusi quelli ambientali e tutela della privacy.**

Infine, l'elaborato disciplina le sue modalità di **diffusione**, le conseguenze delle **violazioni** ed i **canali di segnalazione**.

5.2.2 Codice di Condotta

Il Codice di Condotta definisce i principi e i criteri etici, sociali e ambientali che **regolano le relazioni con i partner commerciali**, con l'obiettivo di **costruire collaborazioni durature** fondate su **integrità, responsabilità e sostenibilità**.

Il documento, rivolto a tutti i partner commerciali (inclusi fornitori, subappaltatori, agenti, concessionari e associati) **chiede a questi attori di conformarsi ai principi aziendali esplicitati** e di applicare gli stessi lungo la propria catena del valore.

Il Codice richiama esplicitamente i **principali riferimenti internazionali in materia di diritti umani e lavoro** (tra cui i Principi Guida ONU su imprese e diritti umani, la Dichiarazione Universale dei Diritti Umani, il Global Compact e le convenzioni OIL) e prevede meccanismi di conformità e monitoraggio, richiedendo ai partner adeguata documentazione o l'adozione di piani di miglioramento.

L'adesione attiva agli standard rappresenta un elemento qualificante per l'instaurazione di partnership privilegiate. Nello specifico, i temi inclusi e disciplinati nel documento sono:

- il rispetto dei **diritti umani**;
- la promozione di **pari opportunità** e il **divieto di discriminazione**;
- la tutela della **salute e sicurezza** nei luoghi di lavoro;
- la **libertà di associazione** e la **contrattazione collettiva**;
- la proibizione del **lavoro forzato e del lavoro minorile**;
- la lotta alla corruzione, alle pratiche illegali e alla concorrenza sleale;
- l'impegno verso la **responsabilità ambientale**, la riduzione dell'impatto lungo il ciclo di vita dei prodotti e il contrasto al cambiamento climatico.

6. Matras Foods e la Responsabilità Sociale



6.1 Le nostre persone

(Standard VSME, B1, B2, B8 e C5, GRI 2-7, 2-8, 2-30, 401-1, 401-3, 405-1)

Fondata come azienda a **conduzione familiare**, Matras Foods ha saputo preservare nel tempo un'identità rara nel settore della logistica internazionale.

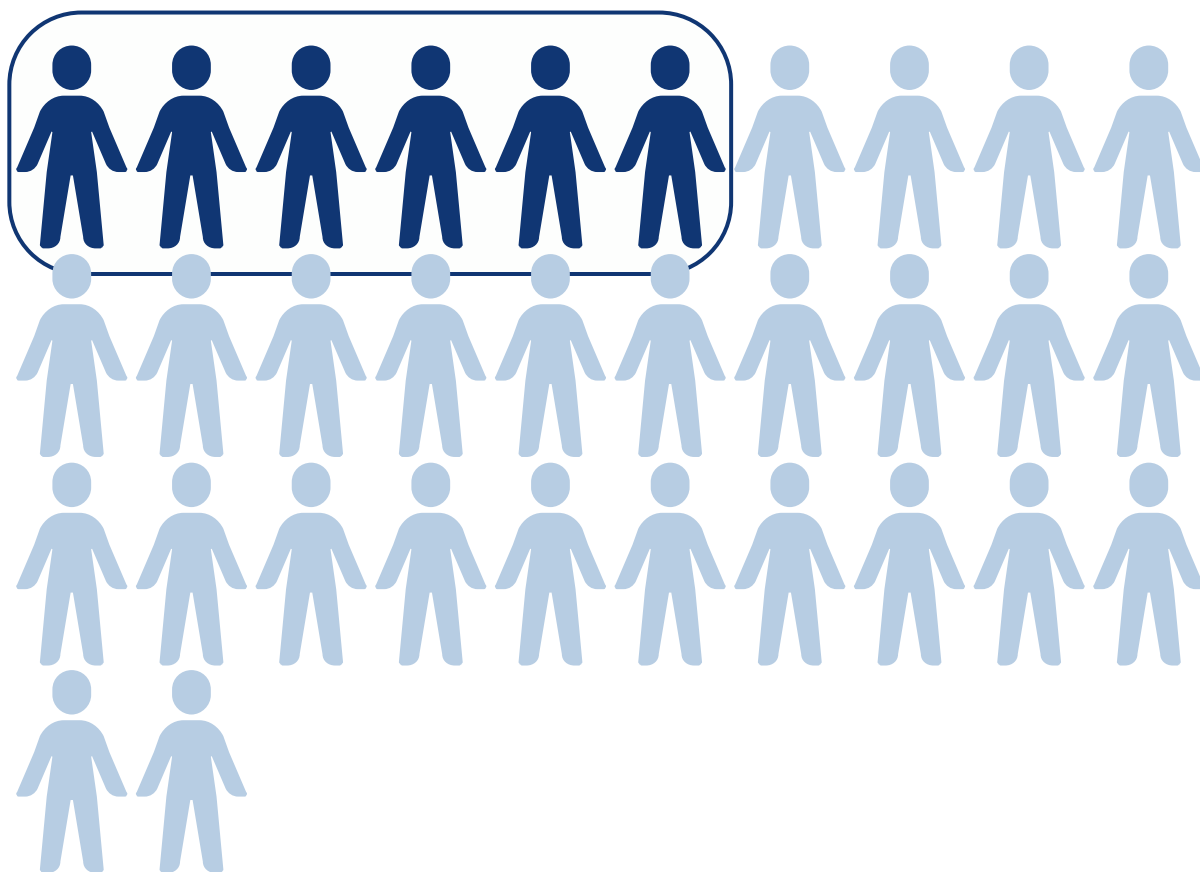
Per decenni, la dimensione raccolta ha permesso a vertici aziendali e dipendenti di lavorare fianco a fianco, costruendo rapporti umani e professionali.

Questo spirito si è mantenuto e consolidato nel tempo e nella crescita aziendale: infatti, crediamo in un approccio umano che **mette la persona al centro**. Affrontiamo le sfide individuali dei nostri collaboratori con soluzioni flessibili e agevolazioni che superano quanto previsto dalle normative e dai contratti collettivi, convinti che il benessere di chi lavora con noi sia il nostro primo asset.

La crescita del numero di dipendenti e la presenza su più sedi ci hanno spinto a intraprendere un percorso di **formalizzazione dei sistemi di gestione**. Questa transizione organizzativa verso processi strutturati non serve a creare distanze, ma a garantire che l'ambiente lavorativo sia monitorato, equo e sicuro per tutti, mantenendo standard di qualità elevati in ogni filiale.

In aggiunta, per valorizzare le relazioni e favorire il benessere nella giornata lavorativa, negli uffici si sono creati spazi comuni accoglienti e zone relax dedicate, dove il dialogo tra colleghi può fluire liberamente. Si tratta di angoli di condivisione pensati per trasformare ogni pausa caffè o momento di ristoro in un'occasione di confronto e socialità.

Guardando ai dati quantitativi che afferiscono al personale di Matras Foods, l'**organico** complessivamente **in forza al 31/12/2025 è composto da 32 persone** (24 per la sede genovese e 8 per quella di Livorno), **in aumento rispetto** alle 26 in forza nell'anno **2024**.



La stabilità dei posti di lavoro è garantita dal fatto che il **94% del personale ha un contratto a tempo indeterminato**, mentre rispetto al tempo di impiego il **97% opera full time** ed il restante in modalità part-time.



Il **CCNL** applicato alla società è il **Confetra** (Logistica, Trasporto e Spedizione) che **copre il 100%** dei dipendenti. Matras Foods non impiega lavoratori non dipendenti: **chi vi lavora è assunto direttamente dalla società.**



Con riferimento alla composizione per **genere**, nel **2025** l'organico aziendale risulta per la maggioranza **maschile**, per il **62,5%**, mentre la presenza **femminile** si attesta al **37,5%** del totale dei collaboratori.



L'analisi dell'organico per **categoria professionale** evidenzia la totalità di **personale impiegatizio**, che rappresenta il **100%** della popolazione aziendale. Sotto il **profilo anagrafico**, la popolazione aziendale risulta distribuita **principalmente** nelle fasce di **età comprese tra i 30 e i 50 anni (43,75%)** e **oltre i 50 anni (40,62%)**. La quota di collaboratori **under 30** rappresenta invece il **15,63%** del totale.



Per quanto riguarda la **genitorialità**, nel corso del **2025 una dipendente** ha usufruito del **congedo parentale**.

Sul fronte dell'occupazione, nel corso del 2025 Matras Foods ha **inserito** in organico **6 nuove persone** (5 presso la sede di Genova e 1 a Livorno) di cui **3 uomini e 3 donne**. Il dato conferma il **trend di crescita già registrato nel 2024**, anno in cui erano state effettuate 2 assunzioni totalmente al femminile.

Infine, la Società a fronte dell'**uscita di 3 risorse** evidenzia un **turnover pari al 10,34%**.



6.1.1 Tabelle quantitative di dettaglio sul personale

Si riportano per completezza informativa le tabelle di rendicontazione richieste dagli standard di rendicontazione VSME e GRI relativi alla popolazione aziendali con i dati quantitativi di Matras Foods suddivisi per sede laddove richiesto. Si specifica che le tabelle originali includevano una sezione dedicata, oltre a genere “Uomini” (U) e “Donne” (D) anche “Altro” e “ Non dichiarato”, che non sono proposte nel presente elaborato in quanto non riportavano dati.

VSME B8, GRI 2-7 Dipendenti

Distribuzione personale per tipologia contrattuale, genere, area geografica

	UdM	Anno 2025						Anno 2024					
		Genova			Livorno			Genova			Livorno		
		U	D	Tot	U	D	Tot	U	D	Tot	U	D	Tot
Totale dipendenti a tempo indeterminato	Teste	14	8	22	5	3	8	12	5	17	5	3	8
Totale dipendenti a tempo determinato	Teste	1	1	2			0	1		1			0
Totale dipendenti a ore non garantite	Teste			0			0			0			0
Totale	Teste	15	9	24	5	3	8	13	5	18	5	3	8
Totale complessivo	Teste	32						26					

Distribuzione personale per tempo di impiego, genere, ubicazione

	UdM	Anno 2025						Anno 2024					
		Genova			Livorno			Genova			Livorno		
		U	D	Tot	U	D	Tot	U	D	Tot	U	D	Tot
Totale dipendenti a tempo pieno	Teste	14	9	23	5	3	8	12	5	17	5	3	8
Totale dipendenti part time	Teste	1		1			0	1		1			0
Totale	Teste	15	9	24	5	3	8	13	5	18	5	3	
Totale complessivo	Teste	32						26					

VSME B10, GRI 2-30 Accordi di contrattazione collettiva

Distribuzione personale per tempo di impiego, genere, ubicazione

	UdM	Anno 2025		Anno 2024	
		Genova	Livorno	Genova	Livorno
Tot dei dipendenti coperti da contratti collettivi	Teste	24	8	18	8
Tot dipendenti	Teste	24	8	18	8
Copertura contrattazione collettiva	%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

VSME B8, GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover

Nuovi assunti per genere, età e distribuzione geografica

	UdM	Anno 2025				Anno 2024			
		Genova		Livorno		Genova		Livorno	
		U	D	U	D	U	D	U	D
Totale nuovi assunti under 30	Teste		1				1		
Totale nuovi assunti tra i 30 e i 50 anni	Teste	1	1	1					
Totale nuovi assunti sopra i 50 anni	Teste	1	1				1		
Totale nuovi assunti	Teste	2	3	1	0	0	2	0	0

Numero persone che hanno lasciato l'organizzazione

	UdM	Anno 2025				Anno 2024			
		Genova		Livorno		Genova		Livorno	
		U	D	U	D	U	D	U	D
Totale under 30	Teste								
Totale tra i 30 e i 50 anni	Teste	1		1					
Totale sopra i 50 anni	Teste			1					
Totale persone che hanno lasciato l'organizzazione	Teste	1	0	2	0	0	0	0	0

Turnover	UdM	Anno 2025
Numero di dipendenti che hanno lasciato l'azienda nell'anno di rendicontazione	Teste	3
Numero di dipendenti all'1/1	Teste	26
Numero di dipendenti al 31/12	Teste	32
Turnover	%	10,34

GRI 401-3 Congedo parentale per genere

	UdM	Anno 2025			Anno 2024		
		U	D	Tot	U	D	Tot
Totale dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	Teste		1	1		1	1
Totale dipendenti che sono ritornati al lavoro al termine del congedo parentale	Teste			0			0

6.2 Sviluppo e benessere

(Standard VSME B2, B10, GRI 3-3, 404-1)

Matras Foods nella sua evoluzione strategica intende, sempre di più, intraprendere uno **sviluppo** del personale **strutturato e partecipativo**.

Questo percorso è iniziato dall'**ascolto attivo** delle persone, attraverso **survey periodiche e questionari anonimi** che hanno permesso a ogni collaboratore di esprimere liberamente la propria soddisfazione, oltre alla propria visione su come migliorare l'esperienza in azienda.

Le risposte raccolte si sono tradotte in **azioni concrete** per elevare la qualità della vita lavorativa: ad esempio oggi si prevedono **strumenti di conciliazione vita-lavoro**, la gestione **flessibile degli orari in entrata** e lo **smart working** in casi di necessità individuali.

In aggiunta, a fronte delle sfide economiche attuali, Matras Foods ha implementato un **sistema di welfare aziendale su piattaforma dedicata** per contrastare l'impatto dell'inflazione, integrando il riconoscimento di **buoni pasto e di un premio ulteriore** rispetto a quanto previsto dal CCNL.

Questo impegno verso la persona si completa con un **monitoraggio costante della salute psicofisica**, assicurando che la prevenzione dello stress lavoro-correlato sia parte integrante di un ambiente professionale sano, stimolante e profondamente umano.



Inoltre, in **Matras Foods**, abbiamo scelto di non adottare sistemi di valutazione rigidi o competitivi. Questa decisione nasce dalla ferma volontà di **preservare un clima sereno, libero da pressioni**, favorendo invece una **collaborazione autentica**. Per questo motivo, il monitoraggio dei risultati non è affidato ad algoritmi, ma alla sensibilità e all'esperienza dei Responsabili di reparto, che agiscono come guide strategiche, supportando ogni collaboratore nel raggiungimento dei propri obiettivi in un'ottica di crescita condivisa.

Parallelamente, investiamo con convinzione nello **sviluppo delle competenze**, che sono un motore di efficienza e valore professionale.

La nostra offerta formativa va oltre gli obblighi di legge in materia di sicurezza e privacy: infatti, promuoviamo attivamente il perfezionamento della lingua inglese e della conoscenza del Sistema di Gestione ambientale, garantiamo specializzazioni tecniche di alto profilo per la gestione di merci pericolose, attraverso corsi certificati **ADR e IMDG**.

Per rendere questo percorso di aggiornamento costante e accessibile, Matras Foods **aderisce regolarmente ai bandi dei fondi interprofessionali**. Questa strategia permette di arricchire continuamente il curriculum dei dipendenti e l'efficacia dei servizi, assicurando che il talento di oggi sia pronto ad affrontare le sfide logistiche di domani.

Nello specifico, nel **2025** sono state erogate **165 ore di formazione** alla popolazione aziendale, con un numero **medio di ore** di formazione **per dipendente pari a 5,1 ore**.



FORMAZIONE EROGATA
165 ore

MEDIA DI FORMAZIONE
per dipendente

5,1 ore



In Matras Foods, il senso di appartenenza si alimenta anche grazie a momenti di condivisione che celebrano il legame tra le persone. L'appuntamento più atteso è la tradizionale **cena di Natale**: un evento che ogni anno sceglie cornici sempre più suggestive per accogliere i collaboratori delle diverse sedi, offrendo l'occasione di scoprire le **bellezze di Genova**. Questi incontri sono fondamentali per riscoprire i colleghi in una veste informale, dove il divertimento diventa il collante della nostra squadra. La nostra cultura aziendale si esprime anche durante l'anno attraverso eventi sportivi, con una predilezione per le corse podistiche, e cene periodiche che trasformano il network professionale in una vera comunità.



Matras srl
714 follower
5m • Modificato •

Brindando al futuro con Genova nel cuore. 🍷🍰

Le società del nostro Gruppo si sono ritrovate lo scorso 12 dicembre a Terrazza Colombo per celebrare insieme traguardi raggiunti quest'anno.

In una serata sospesa tra il cielo e il mare della nostra città, abbiamo festeggiato il valore più grande delle nostre aziende: le persone. Sono loro che, ogni giorno, con competenza e dedizione, garantiscono l'eccellenza nei servizi di import/export e logistica che ci contraddistinguono.

Un ringraziamento speciale a tutti i collaboratori che hanno reso questa serata unica.

6.3 Salute e Sicurezza sul lavoro

(Standard VSME B2, B9, GRI 3-3, 403-9)

In Matras Foods, la tutela della salute e della sicurezza sul lavoro è un impegno corale e rigorosamente strutturato.

Collaboriamo strettamente con un **RSPP esterno** che affianca il Datore di Lavoro, il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e il Medico Competente nella redazione e nel costante aggiornamento del **DVR** (Documento di Valutazione dei Rischi).

L'organigramma della sicurezza non è solo un atto formale, ma un sistema di responsabilità condiviso: è esposto nelle bacheche aziendali, inserito nel nostro **Sistema di Gestione** e reso accessibile a tutti i collaboratori.

Per elevare ulteriormente i nostri standard, nel **2025** abbiamo compiuto un importante investimento tecnologico adottando un **software gestionale d'avanguardia** dedicato interamente alla Salute e Sicurezza sul Lavoro (SSL). Questo strumento funge da vero e proprio modello di gestione operativa, permettendoci di monitorare con precisione ogni aspetto cruciale: dalle scadenze delle visite mediche alla programmazione dei corsi obbligatori, fino alla manutenzione dei macchinari e al controllo costante delle dotazioni di primo soccorso. È un passo fondamentale che trasforma la conformità normativa in una gestione puntuale, efficace e proattiva, a garanzia di un ambiente di lavoro protetto.

Matras Foods rileva il **tasso di infortuni pari a 0** per il biennio 2024-2025, in quanto non ci sono stati infortuni.

INFORTUNI
registrati

0

Infortuni	UdM	Anno 2025
Numero Ore lavorate (in un anno da tutti i dipendenti)	Ore	44.790,50
Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	Numero	0
Numero infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (ad esclusione dei decessi)	Numero	0
Numero infortuni sul lavoro	Numero	0
Ore perse per infortuni sul lavoro	Ore	0
Tasso decessi per infortuni sul lavoro	Numero	0
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	Numero	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	Numero	0

* Tasso di infortuni = (Numero di infortuni sul lavoro registrabili nell'anno di riferimento / Totale delle ore lavorate in un anno da tutti i dipendenti) × 1.000.000.

Sempre nell'ambito della salute, il CCNL applicato in Matras Foods prevede una copertura assicurativa che si traduce nel fondo Sanilog ed include, tra le altre possibilità, un checkup completo usufruibile annualmente come prevenzione. In aggiunta e ad integrazione, la Società ha **sottoscritto una polizza sanitaria completa**, che garantisce a ogni dipendente l'accesso gratuito e tempestivo ad accertamenti e terapie.



6.4 Le relazioni con gli Stakeholder

(Standard VSME B2, C7, GRI 3-3, 406-1, 418-1)

In Matras Foods, la cura e lo sviluppo delle relazioni con gli Stakeholder sono fattori rilevanti per mantenere e rafforzare quotidianamente l'impegno in termini di sostenibilità e di business strategico.

Con questo spirito, la Società adotta in condivisione con Matras, **Policy, Codice etico e di Condotta e sistemi procedurali** oltre a realizzare iniziative per tutelare le relazioni con attori e partner chiave. L'obiettivo principale è quello di diffondere esempi virtuosi e creare un impatto positivo di lungo termine di cui ognuno può beneficiare internamente ed esternamente.

Anche grazie a questo approccio, nel biennio 2024-2025, Matras Foods **non ha rilevato nè ricevuto denunce** in merito a casi di discriminazione nè di violazione dei diritti umani (es. casi di lavoro minorile, forzato, tratta di essere umani,) da parte della popolazione aziendale nè dagli Stakeholder e non è a conoscenza di incidenti in merito lungo la sua catena del valore.



Rispetto ai **fornitori**, Matras Foods, coerentemente alle procedure del suo Sistema di Gestione Integrato, prevede un'attenta selezione ed un accurato monitoraggio, bilanciando l'efficienza economica con l'affidabilità operativa e la sostenibilità.

Nello specifico, ogni fornitore viene **valutato** attraverso una duplice lente:

- **performance operativa:** il binomio prezzo-qualità per garantire ai clienti standard d'eccellenza;
- **integrità e sostenibilità:** grazie alla collaborazione con la piattaforma Coface, si attribuisce a ogni partner uno **score ESG**, verificando che i loro valori ambientali, sociali e di governance siano in linea con quelli aziendali.

La relazione con i fornitori è guidata da una **Politica degli Acquisti** e da un Codice di Condotta, entrambi consultabili pubblicamente sul sito web dell'azienda. Per i nuovi partner, l'ingresso nel network Matras Foods è subordinato alla compilazione di un questionario di valutazione, che viene periodicamente rinnovato. Questo strumento permette di mappare la presenza di certificazioni (Qualità, Ambiente, Sicurezza, Parità di Genere) e l'adozione di modelli organizzativi come il MOG 231, assicurando che ogni anello della supply chain sia solido, trasparente e responsabile.

Con riferimento ai **clienti**, Matras Foods garantisce la tutela della privacy ed il rispetto di quanto previsto dal GDPR. A tale proposito, per gli anni 2024 e 2025, la Società non ha ricevuto nessun tipo di reclamo e/o denuncia in merito alla privacy dei clienti inclusi episodi di fuga, furto o perdita di eventuali dati.

In Matras Foods, crediamo che il valore di un'azienda si misuri anche dalla sua capacità di generare un impatto positivo sulla **comunità**. La solidarietà è un principio cardine, un sentimento di condivisione che spinge a guardare oltre i confini professionali per offrire un sostegno concreto a chi affronta le sfide più difficili.

Per questo motivo la Società rinnova da anni il sostegno attivo ad **associazioni** come “**Per il sorriso di Ilaria Montebruno**” con un impegno partecipe nella lotta contro patologie gravi e complesse come l'**atassia**. L'associazione, nata nel 2014, svolge un lavoro instancabile di raccolta fondi destinati alla ricerca scientifica d'eccellenza in Italia. Grazie a un sostegno costante, è stato possibile finanziare progetti diagnostici e farmacologici d'avanguardia, aprendo la strada a nuove speranze terapeutiche per questa malattia rara.

Inoltre, il nostro impegno si estende alla tutela attiva del **territorio e dei suoi ecosistemi**. Attraverso il progetto **BEEing Matras Foods**, abbiamo scelto di sostenere concretamente l'apicoltura locale adottando un apicoltore di Imperia, azienda la Temperanza, impegnato nella salvaguardia dell'**ape nera imperiese**, una specie preziosa per la biodiversità ma costantemente a rischio.

Ogni anno, contribuiamo direttamente al sostentamento di questa attività, supportando nell'acquisto di attrezzature e materiali necessari per le arnie e garantendo la continuità del progetto attraverso l'acquisto di parte della produzione di miele.



7. Matras Foods e l'ambiente



7.1 Gestione e tutela ambientale

(Standard VSME B2, C2 e GRI 3-3)

Matras Foods adotta un approccio orientato alla riduzione del proprio impatto ambientale, formalizzando ed integrando pratiche sostenibili nei modelli organizzativi e operativi.

Il punto di partenza è rappresentato dall'**adozione del Sistema di Gestione Ambientale** (ISO 14001) e dalla **Politica ambientale** che formalizza il coinvolgimento della Società verso la tutela del pianeta e il miglioramento continuo delle proprie performance.



Nello specifico, la Società si impegna a:

- **garantire la conformità alla normativa ambientale** vigente e ad altre disposizioni applicabili, anticipando, ove possibile, l'adeguamento a futuri requisiti in materia di uso delle risorse ed efficienza energetica;
- **prevenire e ridurre gli impatti** ambientali connessi alle proprie attività, promuovendo il risparmio energetico e l'uso efficiente delle risorse;
- **mantenere ambienti di lavoro idonei** anche sotto il profilo ambientale, attraverso una regolare manutenzione delle attrezzature e delle infrastrutture;
- **promuovere iniziative di sensibilizzazione** in materia di tutela ambientale, recupero e riciclo dei materiali e consapevolezza rispetto alle cause e agli effetti del cambiamento climatico;
- **adottare un approccio di risk based thinking** anche nella gestione degli aspetti ambientali, definendo obiettivi e azioni coerenti con i rischi e le opportunità identificati.

Tali impegni e, in generale, le responsabilità legate all'ambiente sono ricoperte in azienda dal Responsabile del Sistema di Gestione che garantisce il rispetto e l'adozione di pratiche responsabili verso il pianeta e il territorio.

Inoltre, Matras Foods ha intrapreso iniziative a salvaguardia dell'ambiente, tra cui:

- l'utilizzo di **temporizzatori per le luci**
- l'arredamento degli spazi con **materiali a basso consumo energetico e a basso impatto ambientale**
- **sensibilizzazione ambientale del personale** mediante comunicazioni informative da parte del RSGA (Responsabile del sistema di Gestione Ambientale)
- implementazione di sistemi informatici e della **digitalizzazione** a supporto delle attività aziendali al fine di ridurre la necessità di stampare copie documentali cartacee.

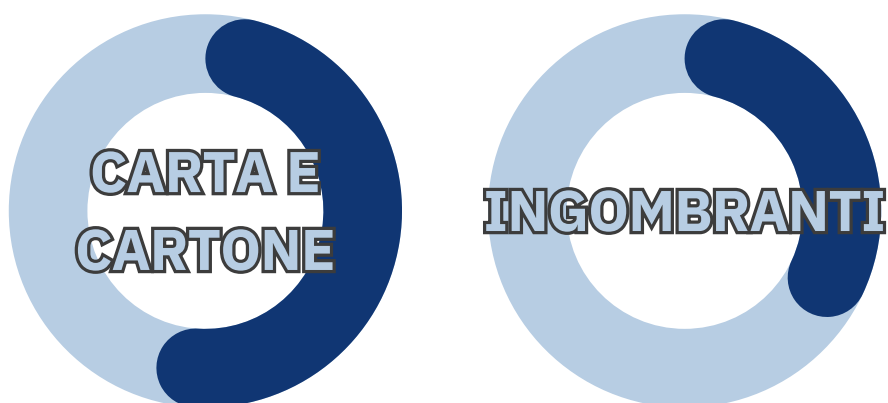
7.2 Gestione rifiuti, cambiamento climatico e consumi risorse

(Standard VSME B3, B7 e GRI 3-3, 302-1, 305-1, 305-2, 306-3)

Con riferimento alla gestione dei rifiuti Matras Foods ha provveduto all'**iscrizione al RENTRI** (Registro Elettronico Nazionale per la Tracciabilità dei Rifiuti), lo strumento su cui il Ministero dell'ambiente e della sicurezza energetica fonda il sistema di tracciabilità dei rifiuti e prevede la digitalizzazione dei documenti relativi alla movimentazione e al trasporto degli stessi.

Nelle sedi aziendali si pratica la **gestione differenziata** dei rifiuti urbani secondo le regole del Comune di residenza e si provvede ad elaborare la **dichiarazione MUD annuale**.

Complessivamente, nel 2025 Matras Foods ha prodotto **rifiuti per 238 kg**, di cui il **55%** circa imputabile alla categoria **Carta e Cartone**, seguita da quella degli **Ingombranti** pari al **36%**.



Tutti i rifiuti sono destinati allo smaltimento e quelli **pericolosi** sono pari al **3% del totale**.

Con riferimento ai **consumi di carta** negli uffici, Matras Foods rileva un aumento nell'acquisto, attestandosi nel **2025 a 3476 risme** rispetto ai 3380 del 2024. Le copie sono, in ogni caso, smaltite con i rifiuti urbani.

3476
RISME



Spostandosi al tema del consumo di **risorse energetiche**, nel 2025, Matras Foods ha consumato complessivamente **173,76 GJ**, trend in **diminuzione del 23,75%** rispetto ai 227,87 GJ dell'anno precedente, sia in termini di energia diretta che di energia elettrica acquistata.

Il consumo complessivo per l'**88,4%** è imputato a **energia diretta**, non rinnovabile ed attribuita a gasolio e benzina. Il **parco auto** aziendale ad oggi è composto da **7 mezzi** (3 in più rispetto al 2024) di cui **1 ibrido** ed i restanti equamente divisi tra benzina e diesel. Le auto sono impiegate prevalentemente per realizzare **trasferte aziendali**: infatti, nell'anno oggetto di rendicontazione, sono stati percorsi in tutto **80.601 km** di cui il 78% in automobile.

Rispetto all'**energia elettrica acquistata**, il consumo di Matras Foods nel 2025 è pari **5,6 Mwh**, il **17,6% in meno** rispetto all'anno precedente.

ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA

5,6 Mwh



Questo indicatore, nel cruscotto di monitoraggio del sistema di gestione ambientale, viene ponderato sul numero di pratiche lavorate e sul numero di dipendenti attivi in ufficio. In quest'ottica, il nostro trend è in costante diminuzione rispetto agli anni precedenti. Le nostre politiche ambientali incidono sul risparmio delle risorse.

Grazie all'analisi di questi dati, nell'anno del presente Report, l'Azienda ha potuto calcolare il suo impatto in termini di **impronta carbonica**, anch'essa **in diminuzione** rispetto ai dati del 2024. Nello specifico, nel 2025 le emissioni complessive di gas a effetto serra riconducibili agli **Scope 1 e 2** (approccio location-based) sono state **pari a 11,44 tCO₂e** (tonnellate di CO₂ equivalente): il **21,80% in meno** rispetto al 2024.

Le emissioni dirette (Scopo 1) derivanti dal consumo di carburanti rappresentano la quota prevalente dell'impronta carbonica aziendale (circa l'89% del totale), mentre le emissioni indirette associate all'acquisto di energia elettrica (Scopo 2) incidono per il restante 11%.

Nello specifico, le **emissioni di Scopo 1**, ossia quelle provenienti da fonti direttamente controllabili dall'azienda, si attestano a **10,23 tCO₂e**. Invece, nell'anno oggetto di rendicontazione, le emissioni di Scope 2 sono state rilevate:

- **secondo il metodo location based**, pari a **1,21 tCO₂e**. Questo approccio si basa su informazioni statistiche sulle emissioni e sulla produzione di energia elettrica aggregata e mediata all'interno di un confine geografico e durante un periodo di tempo definiti. I coefficienti applicati si riferiscono a quelli riportati da ISPRA.
- **con il metodo market based**, pari a **0,79 tCO₂e**. Questa metodologia riporta le emissioni indirette associate all'energia elettrica acquistata, calcolate considerando le specifiche scelte di approvvigionamento energetico dell'azienda. Questo approccio riflette l'impatto emissivo dell'energia effettivamente acquistata dall'organizzazione, anziché quello medio del mix elettrico nazionale e applicata i coefficienti di residual mix previsti da AIB.

7.2.1 Tabelle quantitative di dettaglio sul personale

GRI 306-3 Rifiuti prodotti, VSME B7

TIPOLOGIA DI RIFIUTO		UdM	Anno 2025			Anno 2024		
Composizione dei rifiuti (fonte possibile CODICE EER/CER)			Rifiuti prodotti	di cui destinati a smaltimento	di cui NON destinati allo smaltimento	Rifiuti prodotti	di cui destinati a smaltimento	di cui NON destinati allo smaltimento
Codice CER 16 02 16	Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso diversi da quelli di cui alla voce 160215	kg	5	5	0	15	15	0
Codice CER 16 02 14	Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 160209 a 160213	kg	10	10	0	0	0	0
Codice CER 20 03 07	Rifiuti ingombranti	kg	85	85	0	0	0	0
Codice CER 20 01 01	Carta e cartone	kg	130	130	0	0	0	0
Codice CER 16 02 13*	Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi diversi da quelli di cui alle voci 160209 e 160212	kg	8	8	0	0	0	0
Totale		kg	238	238	0	15	15	0
Totale		ton	0,238	0,238	0	0,015	0,015	0

GRI 302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione, VSME B3

CONSUMI DIRETTI DI ENERGIA (ossia provenienti da fonti di proprietà dell'azienda)

CATEGORIA DI COMBUSTIBILE	UdM	Anno 2025		Conversione in GJ	Anno 2024		Conversione in GJ
		Rinnovabile	Non rinnovabile		Rinnovabile	Non rinnovabile	
Gasolio	l		3316	125,71		3633	137,47
Benzina	l		822	27,88		3000	65,92
Totale	GJ	-		153,6	-		203,39

CONSUMI INDIRETTI DI ENERGIA (ossia energia elettrica acquistata)

	UdM	Anno 2025		Conversione in GJ	Anno 2024		Conversione in GJ
		Rinnovabile	Non rinnovabile		Rinnovabile	Non rinnovabile	
Tot. Energia elettrica acquistata dalla rete	MwH	0	5,6	20,16	0	6,8	24,48
di cui da fonti rinnovabili (Solo per Garanzie d'Origine)	MwH	0	-	-	0	-	-

TOTALE ENERGIA CONSUMATA

Totale energia diretta e indiretta consumata	UdM	Anno 2025	Anno 2024
	GJ	173,76	227,87

GRI 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1), VSME B3

EMISSIONI DIRETTE	UdM	Anno 2025	Anno 2024
CATEGORIA DI COMBUSTIBILE			
Gasolio	tCO2eq	8,52	9,13
Benzina	tCO2eq	1,70	4,03
Totale emissioni dirette GHG (Scopo 1)	tCO2eq	10,23	13,16

305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2), VSME B3

EMISSIONI INDIRETTE	UdM	Anno 2025	Anno 2024
Totale energia elettrica acquistata	kwh	5.600	6.800
<u>Totale emissioni GHG Scope 2 Location based*</u>	tCO2eq	1,21	1,47
<u>Totale emissioni GHG Scope 2 Market based*</u>	tCO2eq	0,79	0,96



8. Abbiamo a cuore il nostro futuro

(Standard VSME B2, C2)

Il cammino di Matras Foods in ambito ESG nasce da una scelta ponderata e lungimirante, guidata dalla volontà di costruire valore nel tempo. La Società **guarda al domani con senso di responsabilità**, traducendo questa visione in impegni concreti e misurabili che orienteranno le proprie azioni anche negli anni a venire.

Questa sezione segna insieme un punto di arrivo e un nuovo punto di partenza: chiude il racconto di quanto realizzato e apre uno spazio di continuità in cui **sostenibilità, innovazione e governance** diventano elementi costitutivi del nostro percorso di crescita futuro.

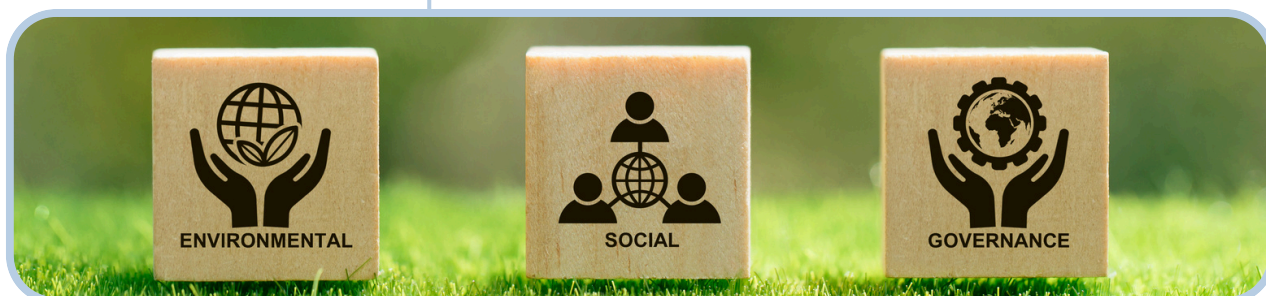
Proiettarsi nel domani significa consolidare un approccio integrato, che guarda alle nuove generazioni, capace di tenere insieme le dimensioni ambientale, sociale e di governance, con l'obiettivo costante di generare un impatto positivo e duraturo sul contesto in cui Matras Foods opera.

È in questa prospettiva che la Società presenta i **pilastri dei propri impegni futuri**, nella convinzione che la sostenibilità non sia un traguardo fisso, ma un processo in continua evoluzione, alimentato da coerenza, capacità di ascolto e voglia di migliorarsi.



GLI IMPEGNI ESG DI MATRAS FOODS

ENVIRONMENTAL	• Monitorare i consumi energetici degli spazi di coworking utilizzati • Definire linee guida dedicate alle trasferte sostenibili • Ridurre ulteriormente lo spreco digitale mediante policy strutturate di archiviazione e data-cleaning
SOCIAL	• Rinnovare la survey di soddisfazione e benessere del personale • Contrastare la spinta inflattiva e garantire un supporto concreto al potere d'acquisto, con un aumento del valore dei buoni pasto, un gesto che riflette l'attenzione costante alle necessità quotidiane delle nostre persone.
GOVERNANCE	• Includere la sede di Livorno nella certificazione Iso 14001 • Prevedere l'introduzione del whistleblowing.



9. Indice di correlazione agli standard

Si riporta di seguito, per chiarezza e completezza metodologica, la correlazione tra i contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità e gli standard VSME e GRI adottati nella redazione informativa.

Capitolo/Paragrafo	Standard GRI	Standard VSME	Tema materiale
1. Lettera agli Stakeholder	GRI 2-22 Dichiarazione sulla	C2 – Descrizione di pratiche, politiche e	-
2. Highlights 2025	-	-	-
3. Nota Metodologica	GRI 2-1 Dettagli organizzazione	VSME B1- Basi della preparazione	-
4. Matras Foods e il suo impegno per la sostenibilità			
4.1 Chi siamo	GRI 2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	VSME B1- Basi della preparazione	-
4.2 Vision e Mission		VSME C1 Strategia: modello aziendale e sostenibilità – Iniziative correlate	-
4.3 La catena del valore	GRI 2-28 Adesione ad associazioni		
4.4 I temi materiali e gli SDGs	GRI 3-1 Processo per determinare i temi	VSME B2 - Pratiche, politiche e iniziative future	Trasversale a tutte le tematiche
4.5 Gli Stakeholder ed il loro coinvolgimento	GRI 2-29 Coinvolgimento degli	VSME C1 Strategia: modello aziendale e	

Capitolo/Paragrafo	Standard GRI	Standard VSME	Tema materiale
5. Matras Foods e la Governance			Condotta ed etica aziendale
5.1 Assetto societario	GRI 2-9 Struttura e composizione della	VSME B1- Basi della preparazione	
5.2 Etica, integrità e condotta aziendale	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	VSME B11 Condanne e multe per corruzione e	
6. Matras Foods e la responsabilità sociale			Cura e sviluppo del personale; Pari opportunità, diversità e
6.1 Le nostre persone 6.1.1 Tabelle	GRI 2-7 Dipendenti	VSME B1- Basi della preparazione	
6.2 Sviluppo e benessere	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	VSME B2 - Pratiche, politiche e iniziative future	
6.3 Salute e sicurezza sul lavoro	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	VSME B2 - Pratiche, politiche e iniziative future	
6.4 Le relazioni con gli Stakeholder	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	VSME B2 - Pratiche, politiche e iniziative future	
7. Matras Foods e l'ambiente			Tutela ambientale e consumi di risorse
7.1 Gestione e tutela ambientale	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	VSME B2 - Pratiche, politiche e iniziative future	
7.2 Gestione rifiuti, cambiamento climatico	GRI 3-3 Gestione dei temi materiali	VSME B3 - Energia ed emissioni di gas serra	
10. Abbiamo a cuore il nostro futuro	-	VSME B2 - Pratiche, politiche e iniziative future	-



INTERNATIONAL FREIGHT FORWARDER

Matras Foods Srl

Sede Legale Genova, Italy

tel. +39 010 8599950

REA 210175

www.matras.it