



REPORT DI SOSTENIBILITÀ



PENSARE SOSTENIBILE TUTTI I GIORNI



REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2022

INDICE

Lettera agli stakeholder	3
> 1. L'azienda	4
La storia	5
La regalistica	9
Longo per i clienti	12
> 2. Governance, etica e integrità	13
Governance	14
Missione e valori	16
Codice etico	17
> 3. La sostenibilità	18
La sostenibilità, un impegno quotidiano	19
I 17 Sustainable Development Goals	20
> 4. L'ambiente	22
Energia ed emissioni GHG	23
Rifiuti	24
> 5. Le persone	25
Il nostro capitale umano	26
Salute e sicurezza	27
> 6. La comunità	28
Il nostro sostegno	29
Allegato 1: Tabelle GRI	30
Allegato 2: Nota metodologica	34
Allegato 3: Coefficienti	37
Allegato 4: Indice dei contenuti GRI	38



P E N S A R E
SOSTENIBILE
TUTTI I GIORNI

LETTERA AGLI STAKEHOLDER (GRI 102-14)

Longo un Mondo di Specialità è un'**azienda a carattere familiare, fondata nel 1961**. Forti delle nostre radici, ma consapevoli della necessità di innovazione continua, siamo impegnati a generare sempre valore concreto: per questo abbiamo deciso di redigere **per la prima volta un rapporto di sostenibilità**.

Negli ultimi anni è cresciuta molto la consapevolezza che l'alimentazione sia un fattore centrale per vincere le sfide di sostenibilità, come testimonia - tra le altre cose - il libro del fondatore del movimento Slow Food e dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo Carlo Petrini - "Buono, Pulito e Giusto" - che è stato uno dei nostri riferimenti nel maturare questa scelta.

Come famiglia, anche se in forma non strutturata, abbiamo **sempre tenuto in grande considerazione gli aspetti ambientali e sociali** e da tempo abbiamo intrapreso iniziative che vanno in questa direzione. Un impegno che applichiamo nel lavoro quotidiano con l'**obiettivo di dare dignità al cibo**, che così acquisisce un ruolo primario per il miglioramento della qualità della vita, della salute e dell'ambiente.

Con la redazione di questo rapporto vogliamo rendere esplicito e formalizzare nei confronti di tutti gli stakeholder la nostra volontà di continuare in questa direzione. Volontà che diventa ancora più necessaria alla luce dei recenti avvenimenti, che hanno inciso sul modo di vivere e di lavorare dei singoli e delle imprese e che hanno messo il mondo intero di fronte alle proprie responsabilità.

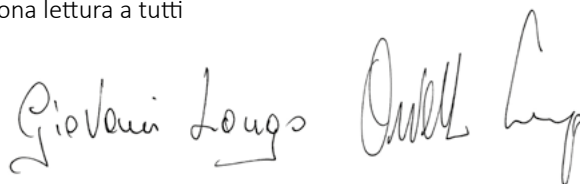
Il documento mira a **individuare e monitorare** gli **impatti** delle nostre **attività** con l'obiettivo di controllare le performance delle aree più critiche sotto il profilo della sostenibilità, **valutando le possibili opzioni di intervento**. In particolare, poniamo grande attenzione alla selezione dei prodotti che commercializziamo e inseriamo nelle confezioni regalo con una profonda conoscenza del territorio, dei fornitori e dei loro processi produttivi, che devono essere giusti e puliti. Non a caso quattro componenti della famiglia Longo sono sommelier professionisti.

Un'attenzione che deriva da una profonda passione per il buon bere e il buon cibo, trasmessa dal padre Consiglio, fondatore dell'azienda. **Oltre che buono, ogni prodotto Longo** deve essere **giusto**, perché devono essere rispettati i diritti di chi ha contribuito a produrlo con il proprio lavoro, e pulito, perché i processi produttivi utilizzati devono essere quanto più possibile rispettosi dell'ambiente e sostenibili.

Nel selezionare i prodotti, Longo un Mondo di Specialità tende a valorizzare le piccole realtà produttive del territorio, dando così un contributo alla **salvaguardia del patrimonio enogastronomico**. Altrettanta **attenzione** riponiamo nella scelta del **packaging** e dei **processi produttivi**, che devono essere rispettosi degli equilibri ambientali e sociali.

Il rapporto che vi apprestate a leggere testimonia la nostra ferma intenzione di portare avanti questo **impegno** anche in **futuro**, offrendo **sempre** ai clienti **prodotti etici e rispettosi dell'ambiente**.

Un sincero ringraziamento e un augurio di buona lettura a tutti



Giovanni Longo e Osvaldo Longo



L'AZIENDA

LA STORIA

Nel 2021 Longo un Mondo di Specialità, di seguito “Longo”, ha compiuto **sessant’anni**. Un traguardo importante per un’azienda la cui storia, nella migliore tradizione italiana, nasce dalla creatività e dallo spirito d’iniziativa di una persona per diventare un’idea imprenditoriale di successo, sempre nel rispetto delle proprie origini.

È il **1961**. Il mondo tiene il fiato sospeso per la crisi di Cuba, la RAI lancia *Canzonissima* e nei juke-box suona *24 mila baci* di Adriano Celentano. In questo clima di grande fermento **Consiglio Longo**, trasferitosi a Legnano dal Salento nel secondo dopoguerra, decide di aprire una **fiaschetteria a San Giorgio su Legnano** assieme alla **moglie Carla**.

In pochi anni, il piccolo locale diventa un’osteria e una **cantina con magazzino** in cui si producono e imbottigliano ettolitri di vino, ottenuto dalle uve spedite in cassetta dalla Puglia. Questo vino comincia a circolare tra privati, circoli e bar quando per un acquisto, quando per un regalo che, nei primi anni, Consiglio recapita con un carro trainato da un cavallo.

A metà degli anni Settanta entrano in azienda i due **figli** di Carla e Consiglio, **Giovanni e Osvaldo**. Anni dopo arriverà il momento anche della più giovane **Paola**. Longo è un nome ormai affermato nel panorama degli imbottiglieri, ma il mondo del vino sta cambiando pelle: la cultura cresce e la qualità diventa più importante della quantità. La seconda generazione si accorge del cambiamento e, con grande intelligenza di **Consiglio e Carla** che avallano la decisione, inizia la prima trasformazione aziendale. **Nel 1983 nasce Enoteca Longo**.



L'ENOTECA LONGO: UNO SPAZIO DI CULTURA ENOGASTRONOMICA

Inaugurata in centro a Legnano nel 1983, l’Enoteca è per molti clienti il primo approccio al mondo Longo. Da quasi quattro decenni il locale rappresenta un punto di riferimento per il bere di qualità, forte di 800 etichette da 500 produttori italiani ed esteri, coniugate con un vasto assortimento di prodotti gastronomici italiani d’eccellenza. Un patrimonio frutto di un’attenta ricerca nel panorama enogastronomico italiano.

Il layout è stato progettato in modo da dare massima visibilità a ciascun prodotto. Invece della tradizionale suddivisione per Regioni, i vini, per esempio, sono presentati per fasce di prezzo: una strategia di marketing che affianca volutamente etichette quotidiane e grandi bottiglie, consentendo al cliente di ottenere sempre il miglior rapporto qualità-prezzo.

Enoteca Longo, inoltre, non è soltanto uno store enogastronomico. È un locale che fa cultura sulla materia, grazie a incontri frequenti con enologi, nomi importanti del giornalismo italiano, grandi e piccoli produttori di fama, docenti universitari.

Per essere sempre aggiornati sul palinsesto è sufficiente iscriversi alla newsletter al seguente link:
[Home | Enoteca Longo](#)



L'enoteca permette di capire sin da subito che il vino è legato al regalo e che nel periodo natalizio le grandi aziende cercano omaggi per dipendenti e clienti. Il passo successivo è **ampliare l'offerta** ai prodotti di grande gastronomia: Longo ricerca e seleziona **le migliori realtà artigianali italiane** che, in linea con i valori dell'azienda, si reggono sulla tradizione e la cultura contadina italiana. Dalle prime grandi selezioni, **nel 1990 nasce l'idea** che delinea l'attuale identità all'azienda: **il regalo aziendale enogastronomico**.

Nel 1995 nasce ufficialmente la ragione sociale Longo un Mondo di Specialità S.r.l., a coronamento di un percorso di sviluppo che troverà ulteriore conferma nel **2000** con il **riconoscimento** all'Enoteca Longo quale **"Miglior enoteca d'Italia"**. L' AIS, Associazione Italiana Sommelier, riconosce così l'importanza della missione di Longo: **il vino come regalo di prestigio**.

Un'altra pietra miliare nell'evoluzione dell'azienda sarà, nel **2008**, la **prima edizione di Fuoricasello**, la prima e unica guida che segnala locali in cui mangiare bene a pochi minuti da ogni casello autostradale d'Italia. Un caso editoriale che oggi vede **15 edizioni pubblicate, 747mila copie vendute** e numerosi tentativi di imitazione.

Fra i traguardi degli anni Dieci un nuovo importante riconoscimento, l'**Oscar del Vino 2014**, con la motivazione che Longo è pioniere e ideatore di un ambizioso progetto di regalistica aziendale, fondata sui valori dell'artigianato agroalimentare italiano, e nel **2016 l'acquisizione** e ampliamento della **forza vendita di Perugia**, storico punto di riferimento alla voce cioccolato e creatività italiana: Longo è il partner che veicola il marchio all'interno del mercato rivolto alla regalistica aziendale.

Nel **2020**, **Enoteca Longo** si trasferisce in una **nuova sede** che rafforza l'impegno nel ricercare e valorizzare artigiani e realtà del Made in Italy. Il negozio oggi è in una posizione più strategica e conta su un caveau di particolare importanza, caratterizzato da un'accurata selezione dei migliori vini del mondo. Inoltre, la proposta si rinnova con nuovi prodotti gourmet, soprattutto del territorio: pasta, dolci, conserve, olio, aceto e birre artigianali.

La **terza generazione è già presente in azienda**. Ad Andrea, Cecilia e Giulia è affidato il futuro l'innovazione, l'adeguamento alle aspettative della società.

Anno dopo anno la società si impegna a raggiungere **obiettivi sempre più sfidanti e a migliorare l'approccio del brand alla sostenibilità**. Per questo motivo quest'anno Longo un Mondo di Specialità ha concretizzato il suo impegno redigendo il suo primo bilancio di sostenibilità (2021) in conformità con gli standard GRI.

Andrea, Paola, Osvaldo, Giulia,
Giovanni e Cecilia.



- 

1948 Consiglio Longo si trasferisce a Legnano dal Salento
- 

1961 Consiglio e Carla Longo aprono una fiaschetteria a San Giorgio su Legnano
- 

ANNI '60 L'attività si amplia all'imbottigliamento con consegna a domicilio a privati ed esercizi pubblici
- 

METÀ ANNI '70 Giovanni e Osvaldo entrano in azienda
- 

1983 Nasce l'Enoteca Longo
- 

1990 Paola entra in azienda
- 

1990 Nasce l'idea del regalo aziendale di prodotti di enogastronomia
- 

1995 L'11 dicembre viene costituita ufficialmente Longo Un Mondo di Specialità S.r.l.
- 

2000 Il 28 maggio a Roma, l'Enoteca Longo riceve l'Oscar di "Miglior enoteca d'Italia" dell'Associazione Italiana Sommelier
- 

2006 Prima edizione della Guida Fuoricasello
- 

2014 La Longo un mondo di specialità riceve l'Oscar del Vino 2014 per la valorizzazione del vino nel regalo
- 

2016 Longo acquisisce la forza vendita di Perugina e veicola il marchio nella regalistica aziendale
- 

2020 L'Enoteca Longo si trasferisce in una più ampia sede a Legnano, in via Lega angolo Giolitti
- 

2021 Longo celebra sessant'anni di attività all'insegna del motto "Da sessant'anni regaliamo felicità"
- 

2022 Pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità 2021

I NUMERI LONGO

GENERALE

OLTRE 60 ANNI di storia

6 LINEE di confezionamento

10.000 MQ area magazzini e produzione

1.200 clienti serviti

430.000 regali realizzati

2.000 prodotti di enogastronomia selezionati

AMBIENTALE

2 impianti fotovoltaici

30% cartone con contenuto di riciclato

100% degli imballi di cartone sono inviati a riciclo

250.000 spedizioni gestite

SOCIALE

Da 25 a 120 dipendenti tra fissi e stagionali

0 incidenti sul lavoro o malattie professionali

0 casi di discriminazione

68% dei dipendenti sono donne

67% dei responsabili di reparto sono donne

+ del 30% dei dipendenti ha un'anzianità aziendale di più di 15 anni

LA REGALISTICA (GRI 102-2/6/7)

In un mercato che indica ogni giorno nuove direzioni da esplorare, **anticipare e interpretare i desideri e le esigenze dei clienti** è la **sfida** di ogni impresa. Una sfida che diventa ancora più centrale nel settore dei regali aziendali e che Longo affronta con uno spirito di costante innovazione.

Longo produce **confezioni natalizie per aziende**, regali che è **anche possibile personalizzare** nell'ottica di offrire al cliente molteplici soluzioni, capaci di soddisfare le sue esigenze e le sue necessità.

La produzione riguarda le fasi di assemblaggio e confezionamento della confezione, per il quale il cliente ha la possibilità di scegliere fra diverse opzioni d'acquisto. Il cliente può scegliere, ad esempio, una combinazione di proposte dall'assortimento a catalogo. Qualora voglia una soluzione più ricercata, può esprimere una preferenza per la tipologia di scatola utilizzata, per la selezione e per la quantità dei prodotti da inserire. Longo, dunque, risponde con diverse proposte di assortimento, al fine di **soddisfare al meglio le esigenze e i desideri del cliente**. Infine, per gli ordini più esclusivi la richiesta può essere integralmente sviluppata da nuovo, partendo dal concept iniziale fino al prodotto finito, realizzando confezioni uniche e create ad hoc con e per il cliente.

Nel **2021** Longo ha realizzato **oltre 430 mila confezioni regalo**. Di queste oltre il 60% è caratterizzato dalle due scatole più identificative del marchio Longo: **La Etica e La Magica**. Al fine di recapitare le suddette confezioni regalo, sono state effettuate **250 mila spedizioni**, di cui quasi la totalità (95%) è avvenuta in Italia e l'80% è stato effettuato sul territorio lombardo.

In un'ottica di economia circolare, **la scatola Magica è nata per avere una seconda vita**, ad esempio utilizzandola nell'armadio: è personalizzabile e riciclabile e presenta un design particolarmente curato con dettagli quali un cartiglio fissato a un nastro dai colori aziendali e un sigillo in simil-ceralacca, personalizzabile con il logo aziendale.

La scatola Etica, invece, si compone in parte di **cartone riciclato** e parte del restante non riciclato deriva da **fonte FSC certificata**. Dove il contenuto lo permette, la scatola può presentarsi priva di nastri adesivi o rivestimenti e senza polistirolo d'imballo, oltre a essere personalizzabile con logo stampato. È disponibile anche una versione goffrata in cartoni FSC.

Tra le altre opzioni di confezionamento si segnalano la shopper, la scatola litografata e il cofanetto in legno di betulla, destinato alle casse da enoteca.

Numerose sono le **combinazioni di assortimento disponibili**, in cui La Magica e La Etica si arricchiscono di prodotti food and beverage, per tutti i gusti e le occasioni.

Rivolgendosi a chi ha un palato particolarmente raffinato, Longo propone confezioni luxury con selezioni di prodotti esclusivi, quali formaggi, vini prestigiosi e olii d'autore, e **confezioni a tema**, come ad esempio Dieta mediterranea, In nome della sostenibilità, I sostenibili gusti della tradizione, L'eccellenza sostenibile.

Ovviamente non possono mancare una varia e accurata selezione di bottiglie magnum, spumanti e champagne e le confezioni regalo con il panettone Bardi-Longo, a dimostrazione dell'indissolubile legame con la tradizione italiana.

Coniugando tradizione e innovazione e con l'obiettivo di fornire ai clienti servizi e prodotti sempre più efficaci nel soddisfare le loro esigenze, Longo ha, inoltre, sviluppato **un innovativo metodo online, la Gift Longo**. Questa piattaforma è completamente personalizzabile e consente alle aziende di offrire solo regali che siano veramente apprezzati. Al centro della scelta c'è, infatti, il destinatario.





COS'È IL MARCHIO FSC E PERCHÉ LONGO LO HA SCELTO

Alti standard di protezione dell'ambiente, ascolto e coinvolgimento delle parti interessate e sostenibilità economica. Questi sono i valori di sostenibilità alla base dell'iniziativa FSC. Valori in linea con l'impegno verso la sostenibilità di Longo, che ha deciso di utilizzare, dove applicabile, materiali con questa certificazione.

Ma cosa significa FSC? Il marchio *Forest Stewardship Council*, in breve FSC, certifica i prodotti che contengono legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile, secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. Attualmente lo standard FSC è il sistema di certificazione forestale più accreditato al mondo, in termini di numero di certificati emessi, robustezza dei criteri di certificazione e aziende coinvolte nei processi.

Oltre alla protezione dell'ambiente, quindi, la certificazione FSC garantisce anche maggiore credibilità dal lato dell'accesso ai mercati e coinvolgimento etico e sostenibile delle comunità dal lato dei produttori.

Longo dedica tempo, sforzi e personale alla fase di **confezionamento, un momento cruciale** nel processo di regalistica. Secondo la tipologia di regalo, ogni prodotto ha un'esatta collocazione all'interno della confezione e dev'essere inserito secondo una sequenza precisa, soprattutto per prevenire danni in fase di trasporto. Per aumentare la protezione, ogni scatola regalo contiene, inoltre, un'ulteriore confezione esterna, detta *fardo*. Per imballare viene, infine, impiegata paglia di carta e, solo in casi eccezionali e dove strettamente necessario, chips di polistirene espanso come riempimento. Il **98%** dei **materiali utilizzati** per il confezionamento proviene da materiali quali **carta, cartone e legno**. La restante parte è rappresentata principalmente dal film plastico per avvolgere i bancali e, solo in parte residuale, dai chips di polistirene.



FUORICASELLO: LA GUIDA PREFERITA DAGLI AUTOMOBILISTI ITALIANI

Una menzione a parte nel mondo Longo merita *Fuoricasello*, la guida ideata e realizzata dalla famiglia Longo, che segnala i migliori ristoranti e locali a una distanza massima di dieci minuti d'auto dai principali caselli delle autostrade e superstrade italiane. Un progetto nato nel 2005 e rinnovato ogni anno grazie alla collaborazione di ottanta segnalatori, che oggi recensiscono con schede molto dettagliate più di 870 ristoranti dalla Valle d'Aosta alla Sicilia. Un caso editoriale da oltre circa 750 mila copie vendute in 15 edizioni.

L'edizione 2022, la sedicesima edizione della guida *Fuoricasello*, si presenta con una veste grafica rinnovata, con gli indici di più facile consultazione e arricchita per ogni regione di una scheda con qualche informazione turistica, pensata appositamente per i lettori: suggerimenti per brevi escursioni, indicazioni di prodotti tipici, gastronomia e vini.

PROGETTI AD HOC

CHE MONDO SAREBBE SENZA LE API?

Le api sono responsabili di circa il 70% dell'impollinazione di tutte le specie vegetali e garantiscono circa il 35% della produzione globale di cibo (*Fonte: ISPRA, 2022*). Solo in Europa il 9,2% delle specie di api sono attualmente a rischio estinzione (*Fonte: IUCN, 2015*). Senza di esse si estinguerebbero anche molte specie di piante.

Con l'obiettivo di sensibilizzare il consumatore sull'importanza delle api e sui rischi connessi a una loro eventuale estinzione, Longo ha realizzato una **speciale confezione** dedicata al "miele che fa bene alla salute". La confezione, realizzata affinché possa **rievoicare un'arnia**, contiene cinque vasettini di miele da 40 grammi e il **cartone** utilizzato è **completamente riciclato**.

Parte del ricavato, inoltre, è stato devoluto a un'iniziativa di **sostenibilità**: sono state vendute circa 200 mila unità che hanno contribuito alla realizzazione di 60 nuovi alveari, dando una casa a un milione e mezzo di api.



LA PASTA E FAGIOLI: TRADIZIONALE E "SOSTENIBILE"

Con l'associazione Premiate Trattorie Italiane, Longo ha realizzato una confezione contenente tutti gli ingredienti necessari per la preparazione di una perfetta pasta e fagioli, piatto della tradizione che accomuna tutta l'Italia, in molteplici varianti da Nord a Sud: tre sacchetti di pasta da 200 g di diversi formati, un vasetto di fagioli Borlotti, una bottiglia d'olio extravergine d'oliva.

La scelta dei diversi formati richiama un'abitudine antica, quando gli avanzi di pasta sfusa venivano messi insieme e utilizzati per arricchire la minestra di fagioli: un piatto antico, a spreco zero, che ha assunto un alto valore sociale. **Oltre agli ingredienti** è stato inserito un **opuscolo dell'associazione**, dove ciascun oste presenta una sua **ricetta** personale della pasta e fagioli e i **consigli per il riutilizzo** di eventuali **avanzi** di cucina.

La confezione è stata realizzata con **cartone ottenuto** riutilizzando **scarti di lavorazione**, tra cui bucce di arancia e altri agrumi. Una scelta all'insegna della sostenibilità ambientale a spreco zero.



CALLIPO: CENT'ANNI DI STORIA CHE ARRIVA DAL MARE

Qualità, passione, tradizione. Tre valori che da oltre cent'anni animano la cultura d'impresa Callipo. Una famiglia che da cinque generazioni opera esclusivamente in Italia, scegliendo il tonno della qualità più pregiata, confezionandolo ancora a mano come vuole l'antica tradizione artigianale e lavorando con sicurezza e nel rispetto dell'ambiente con una **pesca sostenibile** per proteggere l'ecosistema marino. La scelta di rimanere in Calabria è stata dettata dalla volontà di favorirne l'occupazione e lo sviluppo.

Longo condivide questi stessi valori con la famiglia Callipo e ha realizzato - in collaborazione con l'azienda - una **confezione celebrativa**, contenente tre vasetti da 160 grammi rispettivamente con tonno e cipolla rossa di Tropea Calabria IGP, patate della Sila IGP e rosmarino, lenticchie e timo.



LONGO PER I CLIENTI

Longo un Mondo di Specialità dedica la **massima attenzione** a **soddisfare le aspettative dei clienti**, offrendo un assortimento di **prodotti di qualità** e un **servizio efficiente** ed efficace.

La continuità nel tempo delle attività di Longo è strettamente connessa alla soddisfazione dei clienti, che costituiscono i pilastri fondamentali dell'azienda. Per questo l'azienda si pone come massima priorità la soddisfazione dei bisogni del consumatore e persegue il miglioramento continuo nel rispondere alle sue esigenze, creando un contatto diretto e un rapporto professionale quanto più possibile ispirato a un modello di massima affidabilità e trasparenza.

A questo fine, Longo si attiene ad alcuni principi fondamentali. Riguardo all'ascolto dei bisogni del **cliente**, l'azienda risponde alle esigenze dei clienti con l'obiettivo di creare una **relazione privilegiata** con ciascuno di essi, garantendo un adattamento continuo ai loro bisogni, fornendo le informazioni necessarie per effettuare un reclamo e facendo seguire un trattamento efficace delle loro richieste.

La **sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti** sono **un'altra priorità**. Longo garantisce attenzione e impegno nell'offrire prodotti e servizi a un elevato livello di qualità, nel rispetto delle norme nazionali e comunitarie per la salute e sicurezza del consumatore e dell'ambiente, controllando sistematicamente eventuali rischi connessi ai propri prodotti.

La **trasparenza della comunicazione** si realizza producendo informazioni veritiere, chiare e tempestive sulle caratteristiche, funzioni e prezzi dei servizi e dei prodotti offerti, ripudiando qualsiasi forma di pubblicità ingannevole e presentando i propri prodotti in modo trasparente.

Di grande rilevanza, infine, la **tutela delle informazioni dei clienti e della privacy**. La società si impegna affinché il trattamento dei dati raccolti nelle banche dati e negli archivi cartacei sia diretto esclusivamente all'attuazione delle finalità attinenti all'esercizio della propria attività, nel rispetto di tutti gli adempimenti previsti dalla normativa in materia.

Al momento non è presente un sistema di servizio clienti formalizzato, ma esiste un'attenzione massima al feedback del cliente con immediata attivazione e risoluzione.



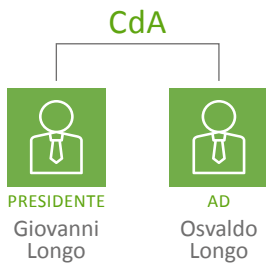
GOVERNANCE, ETICA E INTEGRITÀ

(GRI 102-1/2/3/4/5/6/7/16/18/45, 201-1, 405-1, 416-2, 419-1)

GOVERNANCE

“ Ci chiamano semplicemente *I Longo*, siamo tre fratelli e la Longo un Mondo di Specialità è la nostra azienda familiare. ”

Longo un Mondo di Specialità è una società a responsabilità limitata, con sede legale a Legnano (Milano) in Corso Italia, 43 e con sede amministrativa a San Giorgio su Legnano (Milano) in via Viscarda, 22. La società opera con il nome commerciale di Longo e si pone tre principali oggetti societari: il core business della regalistica enogastronomica, la Guida Fuoricassello e l'Enoteca Longo.



L'organizzazione è caratterizzata da una conduzione familiare e prevede un Consiglio di Amministrazione (CdA) composto dai due fratelli Longo, Giovanni e Osvaldo, dei quali il primo è Presidente e il secondo è Amministratore Delegato. I fratelli hanno pari quota al 50% della proprietà e pari poteri e responsabilità, entrambi con qualifica di rappresentanti d'impresa.

La gestione spetta esclusivamente all'organo amministrativo. Al Consiglio di Amministrazione sono conferiti tutti i più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della società con facoltà pertanto di compiere tutti gli atti, anche di disposizione, che ritenga utili od opportuni per il raggiungimento degli scopi sociali, salvo per quanto espressamente previsto dallo Statuto.

In un'ottica ESG (*Environmental, Social, Governance*) il governo aziendale è un fattore chiave per promuovere la sostenibilità sociale di un'impresa, ottenendo e mantenendo nel tempo le performance che generano il valore economico da distribuire agli stakeholder e, più in generale, alla collettività. Ed è proprio guardando agli stakeholder e alle comunità che negli ultimi anni Longo ha adottato una strategia di crescita che, in modo inizialmente informale e in seguito progressivamente più strutturato, tiene conto delle istanze di sostenibilità tanto ambientali quanto sociali. Il **lavoro condotto** nell'ultimo anno e la **sua rendicontazione** in questo rapporto costituiscono il **primo risultato tangibile** di un **percorso** che nei prossimi anni porterà **le tematiche ESG** a diventare **un fattore trainante delle scelte strategiche aziendali**, articolate in obiettivi che Longo intende perseguire con i propri stakeholder.

L'obiettivo a lungo termine, tramite il miglioramento continuo, è consolidare Longo quale riferimento nel settore, capace da un lato di soddisfare in modo sempre più efficace le esigenze dei tradizionali clienti business nella regalistica e, dall'altro, di rispondere all'interesse dei consumatori con la Guida Fuoricassello e, soprattutto, l'Enoteca Longo. Un obiettivo che l'azienda intende perseguire non solo con la qualità del prodotto, ma anche rappresentando una scelta sostenibile grazie a **un'attenzione a tutto campo agli aspetti ambientali e sociali**, questi ultimi espressi in particolare nell'attenzione al territorio e all'artigianalità.

VALORE GENERATO

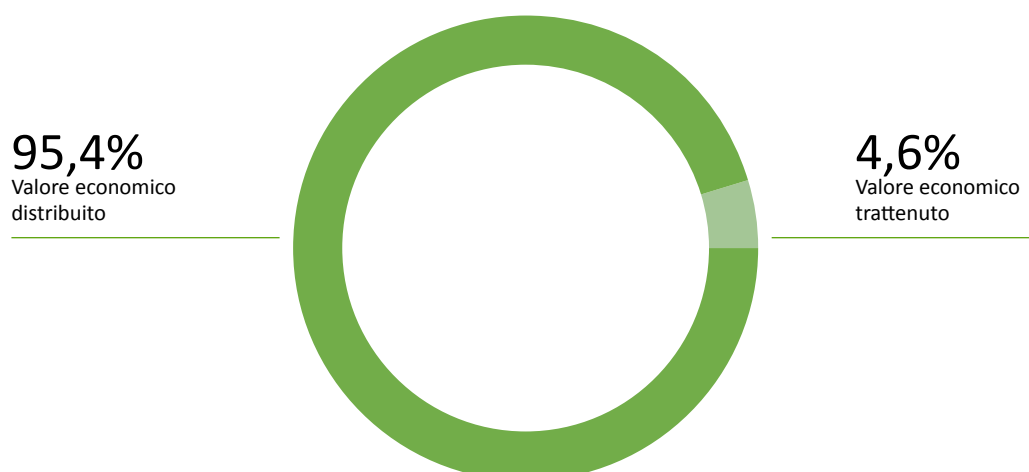
GRI: 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	(dati in EURO (€))
	Valore direttamente generato: ricavi	10.726.312,00
	Valore economico distribuito	10.236.470,00
	a. Costi operativi	8.352.128,00
	b. Retribuzioni	1.645.712,00
	c. Benefit	54.000,00
	d. Pagamenti ai fornitori di capitale	62.142,00
	e. Pagamenti alla PA	20.500,00
	f. Investimenti nella comunità	101.988,00
	Valore economico trattenuto	489.842,00

Nel corso del 2021 non si sono registrate pene pecuniarie significative¹ e sanzioni non monetarie per la non conformità con leggi e/o normative in materia sociale ed economica.

Inoltre, non sono stati rilevati episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi.

¹La soglia di significatività è stata intesa come maggiore di 10mila euro.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE GENERATO



MISSIONE E VALORI (GRI 102-16, 406-1)

“ Siamo produttori di confezioni natalizie per aziende e, con Longo Un Mondo di Specialità, è possibile personalizzare i regali. La nostra è una squadra che agisce ponendosi la mission di offrire al cliente molteplici soluzioni per le sue necessità di promozione aziendale, per la regalistica enogastronomica in genere. ”

La **mission** di Longo un Mondo di Specialità è **soddisfare i propri clienti, fornendo loro prodotti enogastronomici di qualità e garantendo** allo stesso tempo **un livello di servizio elevato**.

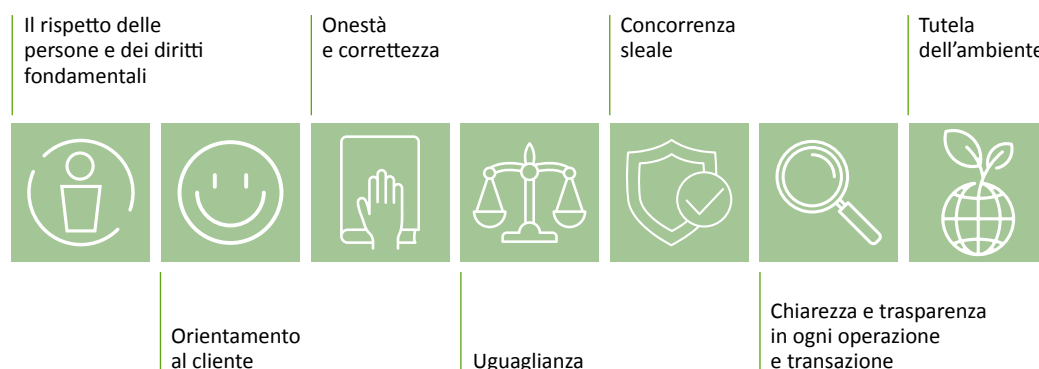
La qualità dell'enogastronomia è il punto di forza, affiancata da competenza e passione nel selezionare i prodotti della terra, sempre rispettando i **valori aziendali: Socialità, Sostenibilità e Solidarietà**. Valori di cui è garanzia il forte impegno diretto della famiglia con la terza generazione già attiva in azienda.

Per veicolarli in modo intuitivo anche all'utente finale, i valori Longo sono **rappresentati** da un **cuoricino** privo di loghi, **inserito in ogni confezione**, che riporta “Un dono con il cuore: Socialità, Sostenibilità e Solidarietà” ed elenca tramite le principali iniziative della società quali sono i valori portanti alla base della realtà di Longo. Nella **Socialità**, dunque, Longo ha all'attivo una collaborazione con **l'Università di Pollenzo** volta al finanziamento di borse di studio per studenti meritevoli. Riguardo la **Sostenibilità**, invece, tramite **Lifegate** l'azienda ha provveduto all'adozione di cento piante di arance a coltivazione biologica. Per la **Solidarietà**, infine, è stata effettuata la consegna delle stesse arance di cui sopra ad **Ai.Bi., Associazione Amici dei Bambini**, che si occupa della distribuzione di pasti alle famiglie in difficoltà.

Al proprio interno, la società rimane fedele ai propri valori, condannando qualsiasi tipo di discriminazione. Longo si impegna a gestire il personale secondo principi di professionalità, disponibilità lavorativa e competenza, evitando qualsiasi discriminazione basata sul sesso, razza, lingua, religione, opinioni politiche, condizioni personali e sociali - nel rispetto delle leggi e dei contratti di lavoro.



ALL'INTERNO DEL CODICE ETICO VENGONO ELENCATI 7 PRINCIPI ETICI DI BASE CHE PERMEANO TUTTE LE ATTIVITÀ:



CODICE ETICO

Longo un Mondo di Specialità conduce le proprie attività nel pieno rispetto delle leggi vigenti, richiedendo e garantendo correttezza e rispetto a tutti gli interlocutori nei rapporti ad ogni livello: nell'ambito delle loro attività a tutti i collaboratori viene richiesto di assumere i più **elevati standard di comportamento etico e di integrità morale**. Valori quali la fiducia e la lealtà aziendale, insieme al lavoro di squadra, sono radicati nella cultura aziendale e si esprimono in particolare nel **Codice Etico** approvato dal Consiglio di Amministrazione il 20 febbraio 2020.

Il Codice è vincolante per i comportamenti di tutti i collaboratori, sia per gli interni sia per gli stagionali. Si ispira a valori di onestà, correttezza e riservatezza, ed esplicita un insieme di principi e disposizioni degli obblighi generali di diligenza, correttezza e lealtà, qualificando l'adempimento delle prestazioni lavorative in quattro ambiti: condizioni di lavoro; salute e sicurezza; ambiente di lavoro; pratiche relative alla conduzione degli affari.

Longo un Mondo di Specialità è impegnata a creare valore a medio-lungo termine nelle relazioni con gli stakeholder e in quest'ottica valorizza le risorse umane, agendo con equità nell'autorità, responsabilità e completezza e trasparenza nella comunicazione.

In coerenza con questi principi, la società si impegna a garantire che ogni persona possa essere messa nelle migliori condizioni per comunicare comportamenti o richieste che vanno contro i principi etici espressi nel Codice in misura appropriata senza infrangere la legge o obblighi di riservatezza all'indirizzo specifico, indicato dall'azienda nel presente Codice Etico.

Nel triennio 2019-2021 non sono state presentate segnalazioni relative a pratiche discriminatorie dei diritti umani.

A seguito della richiesta di un cliente, la società è stata sottoposta a un audit sociale secondo la metodologia **SMETA** e ha ottenuto due stelle su tre nel **rating di legalità**.



LA METODOLOGIA SMETA E IL RANKING DI LEGALITÀ



SMETA è uno standard internazionale per la verifica dell'eticità delle aziende e il rating di legalità è un indicatore sintetico, che misura il rispetto di elevati standard di legalità da parte delle imprese che ne abbiano fatto richiesta.

Il riconoscimento viene rappresentato da "stellette" e si esprime in un punteggio compreso tra un minimo di una e un massimo di tre. L'impresa richiedente ottiene il punteggio base - una stelletta - qualora rispetti tutti i requisiti previsti base del regolamento attuativo. Questo punteggio base può essere incrementato per ogni requisito aggiuntivo, che l'impresa rispetta.



LA SOSTENIBILITÀ

(GRI 102-9, 204-1)

LA SOSTENIBILITÀ, UN IMPEGNO QUOTIDIANO

Longo nasce dal forte attaccamento alla terra e alle tradizioni del fondatore e della sua famiglia. La **sostenibilità** è, quindi, un **valore intrinseco** all'azienda fin dalla sua nascita, che si è **sempre concretizzato** nel **rispetto per l'ambiente e le persone**, prima ancora che il concetto di sostenibilità venisse formulato in decenni più recenti.

In particolare, per Longo sostenibilità significa da sempre mantenere uno stretto legame con il territorio, anche in termini di scelta del personale e relazioni con fornitori.

Nella catena di fornitura Longo instaura **relazioni solide e durature**, basate sulla fiducia: su un totale di 350 **fornitori**, **l'85%** resta **invariato** anno dopo anno, fornitori storici con i quali esistono regolari rapporti personali diretti. Ne è un esempio la fornitura di nastri, carta e relativi accessori. Essendo situata in un territorio dove sono presenti numerose cartotecniche e scatolifici, Longo conta su fornitori tutti **localizzati in un raggio di 15 km**. Oltre ad assicurare flessibilità e rapidità, questo consente di generare **valore sul territorio**. Allo stesso modo anche stampatori, agenzie di grafica, fornitori di dispositivi di sicurezza e, in generale, tutti i fornitori di prodotti diversi dal food and beverage sono localizzati nei dintorni.

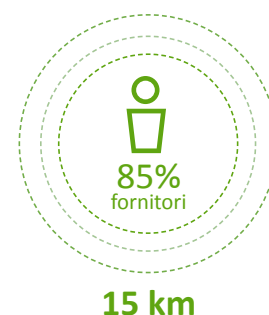
Relativamente ai **fornitori di food and beverage**, Longo si avvale di **partner su tutto il territorio italiano**, con un focus sulle delizie regionali che caratterizzano l'Italia favorendo, dove possibile, **prodotti di nicchia, da agricoltura biologica e di qualità**.

Il budget totale dedicato ai fornitori è pari a circa 8.500.000 euro, inteso come totale di acquisti annui tra beni e servizi. I fornitori sono quasi tutti italiani; solo il 10% è dedicato ad acquisti di prodotti esteri, prevalentemente vini e champagne.

Anche la ricerca di nuovi fornitori deriva da rapporti diretti, instaurati tramite fiere di settore o referenziazione, e la selezione avviene testando il prodotto ed effettuando visite in loco.

Inoltre, il **75%** dei **dipendenti stagionali** proviene da **Legnano e dintorni** e l'azienda può contare su fitta rete di **collaborazioni**, anche informali, con **cooperative sociali** della zona.

Obiettivo di queste scelte è che **al termine del processo il prodotto** contenga **quanta più sostenibilità possibile**. Oggi, infatti, il mercato richiede la **sostenibilità** anche **nei modi e nei mezzi, oltre che nei materiali**: ambito, quest'ultimo, in cui Longo è già fortemente impegnata, utilizzando importanti quote di materiali riciclati o provenienti da fonti da FSC per le confezioni esterne o realizzando - in un'ottica di circolarità - scatole pensate per avere una seconda vita.



I 17 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Per affrontare questa sfida con un approccio a tutto campo, Longo un Mondo di Specialità fa riferimento ai **Sustainable Development Goals (SDGs)** delineati nell'Agenda Globale, per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. Gli SDGs prevedono 169 target correlati, che richiedono a tutte le organizzazioni pubbliche e private, così come agli Stati, di orientare i loro programmi e strategie verso il raggiungimento di questi obiettivi, puntando, dunque, a sconfiggere l'ineguaglianza, incentivando lo sviluppo sociale ed economico nel rispetto dell'ambiente, del pianeta e delle sue risorse.

L'AGENDA 2030 E GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

L'Agenda 2030 per uno sviluppo sostenibile, un'iniziativa a livello globale approvata nel 2015 da oltre 150 Paesi, adotta un approccio innovativo rispetto a strumenti precedenti. Infatti, anziché concentrarsi come in passato sui problemi delle aree in via di sviluppo e su come le economie sviluppate possono aiutarle, delinea un programma di sfide che sono comuni a tutti, secondo un principio di universalità.



Porre fine a ogni forma di povertà nel mondo



Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare la nutrizione e promuovere un'agricoltura sostenibile



Assicurare il benessere per tutti e per tutte le età



Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti



Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e ragazze



Garantire a tutti la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e delle strutture igienico-sanitarie



Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni



Promuovere una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti



Infrastrutture resistenti, industrializzazione sostenibile e innovazione



Ridurre le disuguaglianze



Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili



Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo



Promuovere azioni a tutti i livelli per combattere i cambiamenti climatici



Conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile



Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre



Pace, giustizia e istituzioni forti



Rafforzare i mezzi di attuazione degli obiettivi e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile

Al fine di orientare al meglio le proprie attività di sostenibilità, Longo ha condotto una **specifica analisi** con l'obiettivo di correlare gli SDG a cui il Gruppo può contribuire in modo più rilevante con i temi di sostenibilità definiti come materiali per la realtà aziendale:

TEMA MATERIALE	SPIEGAZIONE	3 SALUTE E BENESSERE	8 LAVORO DECENTO E CRESCITA ECONOMICA	10 RIDURRE LE DISUGLIANZE	15 VITA SULLA TERRA
Innovazione di prodotto/servizio	Ricerca e sviluppo di soluzioni innovative	✓	✓	✓	✓
Acquisti sostenibili	Integrazione della sostenibilità nella politica e nella strategia di acquisto		✓		✓
Soddisfazione del cliente	Adozione di pratiche volte a garantire la soddisfazione dei clienti	✓	✓		
Qualità e Sicurezza del prodotto	Pratiche adottate dall'azienda per tutelare e promuovere qualità del prodotto e la salute e la sicurezza degli utilizzatori finali	✓	✓		
Compliance socio-ambientale-economica	Rispetto della normativa in vigore in materia economica, ambientale e sociale (diritti umani, diritti sul lavoro, anti-corruzione, ecc.)	✓	✓	✓	
Strategia di crescita	Adozione di un piano industriale completo e strutturato che possa garantire una crescita aziendale sostenibile nel breve/medio/lungo termine	✓	✓	✓	✓
Gestione dell'Energia	Impatti generati dall'organizzazione correlati all'energia e al modo in cui essa la gestisce				✓
Emissioni GHG	Impatto relativo alle emissioni in atmosfera della propria attività	✓			✓
Gestione dei rifiuti	Produzione, gestione e smaltimento dei rifiuti				✓
Utilizzo di packaging riciclabile, riutilizzabile, riciclato	Sperimentazione e utilizzo di materie prime sostenibili		✓		✓
Capitale umano e soddisfazione dei dipendenti	Politiche aziendali volte a garantire l'adeguata gestione dei propri collaboratori (turnover, benefit, congedi, ...)	✓	✓	✓	
Welfare/wellbeing	Politiche aziendali volte a garantire il benessere dei dipendenti attraverso l'adozione di misure di welfare aziendale (es. flessibilità oraria, la conciliazione lavoro-famiglia, le convenzioni con attività commerciali esterne, etc.)	✓	✓	✓	
Salute e sicurezza	Attenzione dell'azienda a garantire ai dipendenti un ambiente di lavoro sicuro e salubre, oltre gli obblighi normativi	✓		✓	✓



L'AMBIENTE

Essere sostenibili per Longo non è un concetto astratto, è **un comportamento quotidiano**. Anche se la tipologia di attività che contraddistingue Longo un Mondo di Specialità non comporta impatti ambientali significativi, la famiglia, insieme a tutti i suoi collaboratori, si impegna a prendere decisioni responsabili, promuovendo una filiera il più possibile sostenibile. Anche per questo motivo è stato avviato un **processo di monitoraggio** di alcuni **indicatori ambientali**, che vuole proseguire nel tempo.

Grazie alla costante attenzione alle tematiche ambientali e all'impegno quotidiano della proprietà e di tutti i dipendenti e collaboratori, Longo non ha identificato alcuna non conformità alle leggi o alle normative ambientali.

ENERGIA ED EMISSIONI GHG

Oggi per le organizzazioni di qualsiasi dimensione, comprese le aziende familiari, è essenziale utilizzare l'energia in modo più efficiente e optare per **fonti energetiche rinnovabili**, per contrastare il cambiamento climatico e ridurre l'impronta ambientale complessiva.

Le tipologie di energia utilizzate in Longo sono il gas naturale, il gasolio e l'energia elettrica. Il gas naturale è utilizzato per il riscaldamento degli uffici e degli spogliatoi interni al magazzino. L'energia elettrica invece viene consumata per i ventilconvettori, l'illuminazione, la ricarica dei carrelli elevatori e il server. Il gasolio è utilizzato in veicoli diesel di proprietà per le consegne e gli spostamenti.

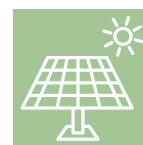
Nel proprio percorso di transizione verso fonti energetiche più sostenibili, Longo ha realizzato **due impianti fotovoltaici**. Il primo presenta 100 kW di potenza nominale ed è situato sul tetto del magazzino in via Legnano. L'altro impianto, da 6 kW di potenza nominale, è situato sul tetto della sede in via Viscarda. L'energia elettrica prodotta non consumata viene valorizzata con il servizio GSE (Gestore dei Servizi Energetici) dello "scambio sul posto": cioè il sistema elettrico nazionale conteggia come virtualmente immagazzinata in loco l'energia elettrica autoprodotta, ma non consumata.

Nel 2021 gli impianti fotovoltaici hanno prodotto **104.250 kWh di energia**, di cui il 42% è stata auto-consumata. Il consumo di energia da fonti rinnovabili ha coperto il 12% del totale del fabbisogno di energia dell'organizzazione espresso in gigajoule (GJ).

Sempre nell'ottica della riduzione dei consumi di energia, nel **2017** sono state **installate lampadine a LED** nel laboratorio di confezionamento, nell'ufficio del magazzino e nelle aree esterne. È in corso di valutazione l'estensione di questa tipologia di corpi illuminanti al resto del magazzino e agli uffici di via Viscarda.

È anche con **accorgimenti** apparentemente **"piccoli"** come questi che si possono sprecare meno risorse, diminuire l'impatto ambientale e risparmiare sul costo dell'energia. Per questo Longo **promuove** anche tra i **dipendenti buone pratiche** da attuare, come spegnere alla fine della giornata lavorativa le stampanti, le luci e i computer.

Nel presente rapporto vengono rendicontate le emissioni dirette di gas a effetto serra (GHG) risultanti dalla combustione di gas naturale e carburanti dei veicoli di proprietà. Le emissioni indirette di GHG sono, invece, il risultato dell'acquisto di energia elettrica. Le emissioni indirette per il consumo di energia elettrica (metodo location-based) risultano essere il 56% del totale.



**104.250 kWh
di energia**



**MENO
consumi
energia**



EMISSIONI DIRETTE E INDIRETTE DI GAS A EFFETTO SERRA (GHG)

Le emissioni di gas a effetto serra (GHG) possono essere dirette e indirette e vengono misurate e rendicontate in due differenti ambiti, detti “Scope”. Le emissioni dirette (Scope 1) sono quelle generate o prodotte da fonti di proprietà o controllate da un’organizzazione. Tra questi le emissioni risultanti dalla combustione di combustibili di fonti stazionarie come le caldaie, le emissioni derivanti dalla combustione di combustibili in veicoli di proprietà e le emissioni di idrofluorocarburi (HFC) dalle apparecchiature di refrigerazione e condizionamento dell’aria.

Le emissioni indirette da consumi energetici (Scope 2) derivano dalla generazione di elettricità acquistata o acquisita, riscaldamento, raffreddamento e vapore consumati dall’organizzazione.

Le emissioni sono generalmente calcolate secondo due metodi. Il primo, detto “location-based”, riflette l’intensità media delle emissioni di gas a effetto serra delle reti su cui si verifica il consumo di energia, utilizzando principalmente i dati relativi al fattore di emissione medio della rete.

Il metodo “market-based” riflette, invece, le emissioni da elettricità, che un’organizzazione ha scelto di proposito come forma contrattuale o la mancanza di tale scelta. I fattori di emissione derivano da strumenti contrattuali, che includono qualsiasi tipo di contratto tra due parti per la vendita e l’acquisto di energia, come l’acquisto di certificati di garanzia di origine che attestano l’origine rinnovabile delle fonti utilizzate. Il calcolo comprende anche l’uso del mix residuo, se il livello di intensità delle emissioni non è specificato contrattualmente.

RIFIUTI



Riciclo 100%
imballi
in cartone

Nel processo di produzione delle confezioni regalo Longo riceve dai fornitori le materie prime imballate. Queste vengono inizialmente movimentate e depositate in magazzino su bancali, per poi essere utilizzate per il confezionamento.

Gli imballi delle materie prime vengono raccolti e suddivisi in cartone, plastica e materiali compositi. L’azienda è molto attenta a separare correttamente il cartone dagli altri imballaggi, in quanto questi rifiuti sono presi in carico da un ente terzo, che si occupa della raccolta e invio a riciclo. Viene **inviato a riciclo il 100% degli imballaggi in cartone**. Gli imballaggi in materiale misto vengono ritirati da una società che provvede alla suddivisione dei materiali riciclabili o recuperabili, mentre la rimanenza viene destinata allo smaltimento.

I bancali vengono utilizzati per mantenere ordinate ed alte da terra le materie prime e i prodotti finiti. Longo riutilizza i **bancali** e ne gestisce la riparazione per **allungarne il ciclo di vita**: i bancali inutilizzabili vengono riparati e resi nuovamente idonei alla movimentazione delle merci. Nel 2021 sono stati utilizzati circa 4.500 bancali ed è stato attivato un programma di riparazione con un fornitore che si è occupato del ritiro, riparazione, pulizia e riconsegna presso i magazzini: del totale dei bancali inviati per la manutenzione, il 40% sono rientrati riparati.

Negli **uffici** sono presenti appositi contenitori per la **raccolta differenziata**.



LE PERSONE

(GRI 102-8, 102-41, 401-1-2, 404-1, GRI 403-1/2/3/4/5/6/7/8/9/10)

IL NOSTRO CAPITALE UMANO

In continuità con la filosofia del fondatore e della famiglia, Longo si impegna **a rispettare i diritti, l'integrità fisica, culturale e morale di tutte le persone**. La centralità della persona si esprime, in particolare, attraverso la valorizzazione di dipendenti e collaboratori, mirando ad accrescere il patrimonio di competenze di ciascuno e a garantire condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale in un ambiente di lavoro sano, sicuro e non discriminatorio.

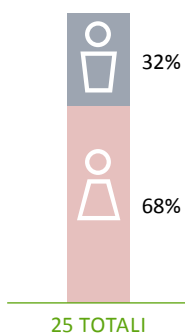
Lo testimonia, tra altri aspetti, l'attenzione all'**equilibrio di genere** tra il personale. Il 68% dei dipendenti fissi è rappresentato da donne, che costituiscono anche il 67% dei responsabili di reparto. Tutti i dipendenti sono inquadrati nel CCNL del commercio e, nel rispetto dell'equilibrio tra vita personale e lavorativa, l'azienda si impegna ad attuare la **flessibilità**, sia come opzioni di smart working sia come orario di entrata in base alle esigenze.

L'attenzione alla crescita professionale si concretizza nei **corsi di formazione e aggiornamento** previsti dalla legge, a cui sono regolarmente iscritti tutti i dipendenti fissi - a prescindere dall'età, dal sesso e dal ruolo. Per il 2022 è inoltre previsto un corso Excel a libera partecipazione per una durata di 12 ore a testa.

Il turnover è in linea con le caratteristiche del settore e con le aziende di questa dimensione. Nel 2021 si registrano quattro assunzioni, equamente suddivise per genere, e tre uscite, di cui due pensionamenti.

Sempre nel 2022, nell'ambito del welfare aziendale è stata stipulata una assicurazione integrativa malattia a favore degli impiegati di primo e secondo livello.

DIPENDENTI FISSI



Oltre ai dipendenti fissi, in un settore con forti caratteristiche di stagionalità, come quello in cui opera Longo, è essenziale anche l'apporto dei **dipendenti stagionali**. Questi ultimi si suddividono in due categorie: gli stagionali "volanti" prestano la loro opera su base giornaliera o settimanale, mentre i "**ricorrenti**" possono collaborare per periodi più lunghi e ripetuti nel tempo e possono rivestire anche ruoli di rilievo, come responsabile di produzione. L'apporto complessivo di queste due categorie di lavoratori si traduce in 58.000 ore lavorate complessive.

Le feste natalizie sono il periodo di maggiore intensità per i regali e, quindi, in generale gli stagionali iniziano ad essere assunti a fine settembre fino a Natale con contratti a tempo determinato.

L'azienda si avvale, inoltre, di agenti esterni di vendita, inquadrati come agenti di commercio, che riportano regolarmente riguardo alle loro attività.

Nel 2021 il picco è stato rappresentato da 110 risorse in confezionamento e 10 negli uffici.

SALUTE E SICUREZZA

La **salute** e la **sicurezza** delle **persone** sono una **priorità assoluta** in Longo, soprattutto considerando la presenza di attività che possono comportare potenziali rischi, come la movimentazione di carichi. Sono presenti in azienda un medico del lavoro e un responsabile del servizio di prevenzione e protezione (RSPP), supportato da un serie di preposti che coprono le diverse aree relative a magazzino, uffici e negozio.

Tutti dipendenti sono coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro e, durante la pandemia, l'azienda ha offerto il test Covid gratuito ai dipendenti.

Indipendentemente dalla durata del rapporto, per operare in totale sicurezza a tutti i dipendenti del magazzino vengono forniti i dispositivi di protezione individuale (DPI) e vengono date istruzioni dal capireparto. Viene, inoltre, consegnata una brochure illustrativa contenente indicazioni su salute e sicurezza, ad esempio come muoversi in magazzino o come usare i DPI.

È stata effettuata una valutazione dei rischi in magazzino, che è stato messo totalmente in sicurezza con diversi interventi, tra i quali la creazione di apposite **corsie dedicate esclusivamente ai muletti** e di **bordi aggiuntivi** a protezione degli scaffali, per attutire eventuali colpi accidentali. Sulla base della valutazione viene, quindi, verificato periodicamente lo stato del magazzino e dei vari dispositivi di sicurezza e viene effettuato un collaudo annuale degli scaffali.

Riguardo agli uffici adiacenti ai magazzini, sono stati implementati pannelli fonoassorbenti che verranno progressivamente estesi anche agli altri uffici, per migliorare ulteriormente le condizioni di lavoro dei dipendenti.

L'azienda ha provveduto all'identificazione per ciascun reparto dei preposti, qualifica ottenuta a seguito di un corso: i preposti si occupano di parlare con i dipendenti, guidarli, gestire e monitorare la situazione anche in caso di emergenza.

I rapporti sono basati sulla trasparenza e la fiducia, con una costante comunicazione ai preposti per qualsiasi necessità: un approccio proattivo che ha consentito di conseguire il risultato di zero infortuni sul lavoro o malattie professionali negli ultimi tre anni.



**Priorità
assoluta**



LA COMUNITÀ

(GRI 102-12/13)

IL NOSTRO SOSTEGNO

Oltre a restituire alla comunità attraverso il valore economico generato, Longo contribuisce anche attraverso **iniziative solidali** per le quali ha stretto delle **partnership** con numerose **organizzazioni del territorio**. Tra queste, Caritas di San Giorgio su Legnano, Croce Rossa di Gallarate e di Legnano, asili del territorio, Caritas, l'associazione di volontariato Matogrosso, PIME di Busto Arsizio, Fondazione Tavecchio, Cooperativa Sociale La Ruota di San Giorgio su Legnano.

Una delle più storiche e tradizionali attività solidali è rappresentata dalle donazioni dei prodotti alimentari e dolciari avanzati dalla preparazione delle confezioni natalizie. Negli anni sono state inoltre sviluppate collaborazioni puntuali e mirate con diverse associazioni.

Si riportano di seguito alcuni esempi.

Dal 2019 Longo collabora con **LifeGate**, un compagno di viaggio “evergreen” con cui ogni anno viene selezionato un progetto da portare avanti insieme. **“SaveTheFarm”**, il **progetto 2021**, ha visto una collaborazione con **Ai.Bi (Associazione Amici dei Bambini)** per un valore di circa 8.000 euro. Il progetto ha riguardato l'adozione di aranceti bio sostenibili e senza caporalato in Calabria e ha portato alla produzione di tre tonnellate di arance, poi consegnate da **Ai.Bi.** a quattro punti di Italia che hanno distribuito ai centri per la famiglia.



“Anche quest’anno collaboriamo al progetto LifeGate “SaveTheFarm” a sostegno di piccoli produttori e cooperative agricole italiane, adottando un aranceto di cento piante a coltivazione biologica che produce mezza tonnellata di agrumi.”

Nell’ambito del proprio impegno per i giovani, **dal 2020** Longo è anche **socio sostenitore dell’Università di Studi Gastronomici di Pollenzo**. L’azienda contribuisce con cadenza annuale a **finanziare borse di studio** per **studenti meritevoli** provenienti da ogni parte del mondo, per 7.500 euro l’anno: il sostegno a una così importante e unica istituzione è la conferma dell’attaccamento di Longo alla terra e ai suoi valori. Nata nel 2004 da un’idea di Carlo Petrini, fondatore di Slow Food, **l’UNISG è un prestigioso ateneo** che, attraverso un articolato piano di studi e di attività pratiche, **prepara alle professioni del mondo eno-alimentare**.



L’attenzione alle persone diversamente abili è un altro ambito di intervento solidale, che vede Longo collaborare **dal 2019** con **due cooperative sociali specializzate, Cooperativa La Ruota e CS&L**. L’iniziativa con La Ruota prevede l’attuazione di tirocini per dieci persone diversamente abili l’anno presso il magazzino. Nel caso di CS&L, il supporto consiste in un’erogazione liberale pari a 500 euro l’anno e tirocini in magazzino per persone diversamente abili, che porteranno nel 2022 a un’assunzione.



A sottolineare l’importanza della relazione con tutti i dipendenti e stakeholder, Longo un Mondo di Specialità organizza annualmente due eventi, uno dedicato agli agenti e un altro a dipendenti e consulenti con l’obiettivo di approfondire aspetti didattici e turistici, ma anche per discutere dei risultati ottenuti e degli obiettivi futuri. In occasione di questi eventi Longo consegna una sterlina d’oro ai dipendenti per ogni cinque anni di lavoro insieme. A oggi sono state distribuite 51 sterline in totale, di cui tre nel 2021.

Si segnala, infine, che la società appartiene a Confcommercio, l’organismo italiano di rappresentanza delle imprese impegnate nel commercio e nei servizi.

ALLEGATO 1: TABELLE GRI

TABLE 1

GRI: 102-8	Dipendenti per tipologia di contratto	n.
	Totale di dipendenti con contratto a tempo indeterminato - uomini	8
	Totale di dipendenti con contratto a tempo determinato - uomini	0
	Totale di dipendenti con contratto a tempo indeterminato - donne	16
	Totale di dipendenti con contratto a tempo determinato - donne	1
	Totale di dipendenti con contratto a tempo pieno - uomini	7
	Totale di dipendenti con contratto part-time - uomini	1
	Totale di dipendenti con contratto a tempo pieno - donne	15
	Totale di dipendenti con contratto part-time - donne	2

TABLE 2

GRI 301-1	Materiali utilizzati per il packaging	t
	Materiali rinnovabili	281,3
	Cartone	250,0
	Legno	16,3
	Carta	15,0
	Materiali non rinnovabili	5,1
	Film plastico	4,5
	Chips di polistirene espanso	0,6
	Totale	286,4

TABLE 3

GRI 301-2	Percentuale di materiali utilizzati provenienti da riciclo	%
	Percentuale di materiali utilizzati provenienti da riciclo sul totale dei materiali utilizzati per il packaging	26
	Percentuale di cartone utilizzato proveniente da riciclo sul totale del cartone utilizzato per il packaging	30

TABLE 4

GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	GJ
	Fonti di energia non rinnovabili	1.157,1
	Gas naturale	386,5
	Diesel	155,1
	Energia elettrica acquistata	615,5
	Fonti di energia rinnovabili	158,4
	Energia elettrica da fotovoltaico	158,4
	Totale	1.315,5

TABLE 5

GRI 305-1, 305-2	Emissioni dirette (scope 1) e indirette (scope 2) di GHG	kgCO ₂ e
	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	32.639,4
	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) location-based	42.007,8
	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) market-based	78.060,7
	Totale delle emissioni di GHG location-based	74.647,3
	Totale delle emissioni di GHG market-based	110.700,1

TABLE 6

GRI 306-3	Rifiuti prodotti	t
	Imballaggi in materiali misti	57
	Imballaggi di cartone	55
	Imballaggi di plastica	4,5

TABLE 7

GRI: 401-1	Nuove assunzioni e fuori uscite	n.	%
	Totale di nuove assunzioni nel periodo di riferimento.	4	
	Totale di nuove assunzioni sotto i 30 anni - uomini	1	25%
	Totale di nuove assunzioni sotto i 30 anni - donne	1	25%
	Totale di nuovi assunti tra i 30 e i 50 anni - uomini	1	25%
	Totale di nuove assunzioni da 30 a 50 anni - donne	1	25%
	Totale di nuove assunzioni oltre i 50 anni - uomini	0	0%
	Totale di nuove assunzioni oltre i 50 anni - donne	0	0%
	Totale di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o morte in servizio durante il periodo di riferimento	3	
	Dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o decesso in servizio durante il periodo di riferimento uomini di età inferiore a 30 anni	0	0%
	Totale di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o morte in servizio durante il periodo di riferimento uomini under 30 donne	0	0%
	Totale di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o morte in servizio durante il periodo di riferimento donne di età inferiore a 30 anni	1	33%
	Totale di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o morte in servizio durante il periodo di riferimento - da 30 a 50 donne	1	33%
	Totale di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o morte in servizio durante il periodo di riferimento - oltre 50 uomini	0	0%
	Numero totale di dipendenti che hanno lasciato l'organizzazione volontariamente o a causa di licenziamento, pensionamento o morte in servizio durante il periodo di riferimento - oltre 50 donne	1	33%

TABLE 8

GRI: 405-1	Diversità negli organi di governo	n.	%
	Totale di membri degli organi di governo dell'organizzazione	2	100%
	Uomini negli organi di governo dell'organizzazione	2	100%
	Uomini all'interno degli organi di governo dell'organizzazione di età inferiore ai 30 anni	0	0%
	Uomini all'interno degli organi di governo dell'organizzazione di età compresa tra i 30 e i 50 anni	0	0%
	Uomini all'interno degli organi di governo dell'organizzazione con più di 50 anni	2	100%

TABLE 9

GRI: 405-1	Dipendenti per fascia di età e per genere	n.	%
	Totale di dipendenti	25	25
	Dipendenti uomini	8	32%
	Dipendenti uomini sotto i 30 anni	1	4%
	Dipendenti uomini tra i 30 e i 50 anni	5	20%
	Dipendenti uomini di età superiore a 50 anni	2	8%
	Numero di dipendenti donne	17	68%
	Dipendenti donne sotto i 30 anni	3	12%
	Dipendenti donne tra i 30 e i 50 anni	8	32%
	Dipendenti di donne di età superiore a 50 anni	6	24%

TABLE 10

GRI: 405-1	Dipendenti per categorie e per genere	n.	%
	Totale di manager	9	36%
	Manager uomini	3	12%
	Manager donne	6	24%
	Totale di impiegati	12	48%
	Impiegati uomini	3	12%
	Impiegati donne	9	36%
	Totale di operai	4	16%
	Operai uomini	2	8%
	Operai femmina	2	8%

TABLE 11

	Anzianità dei dipendenti	n.	%
	Totale di dipendenti con un'anzianità compresa tra 0 e 5 anni	14	48%
	Totale di dipendenti con un'anzianità compresa tra 6 e 15 anni	6	21%
	Totale di dipendenti con più di 16 anni di anzianità	9	31%

ALLEGATO 2 – NOTA METODOLOGICA

(RIF. GRI 102-/40/42/43/44;46/47;103-1)

IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER E L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Per comprendere e gestire le esigenze dei partner e portatori di interesse, ed approfondire con loro le questioni di sostenibilità, Longo un Mondo di Specialità ha attivato un dialogo costante e aperto con i propri stakeholder, assicurando che le reciproche aspettative siano soddisfatte.

Nel 2022 la società ha, infatti, iniziato un processo di mappatura e prioritizzazione dei propri stakeholder con particolare interesse sia ai soggetti interni all'azienda, sia ai soggetti esterni, ossia coloro che operano lungo la catena di creazione del valore, nonché quelli indirettamente influenzati o interessati alle attività aziendali.

Di seguito si riporta la lista degli stakeholder individuati:

	Azionisti/Proprietà		Collaboratori (dipendenti, agenti)
	Banche		Fornitori
	Clienti		Scuole e Università
	Terzo settore (Fondazioni, associazioni e ONG)		Comunità Locale (es. Cittadini in prossimità delle sedi aziendali)

A marzo 2022, Longo un Mondo di Specialità ha realizzato la propria analisi di materialità, attraverso un processo che ha previsto le seguenti attività:

1. Identificazione dei temi di sostenibilità rilevanti: l'identificazione dei temi rilevanti è avvenuta attraverso l'analisi sia di fonti interne all'azienda (quali, ad esempio, il Codice Etico, etc.), sia di fonti esterne quali report, studi e ricerche, allo scopo di identificare i principali rischi e opportunità, le tendenze del settore e le aspettative del mercato riguardo i temi della sostenibilità.

A seguito dello sviluppo di una prima lista di temi potenzialmente rilevanti, il management di Longo un Mondo di Specialità ha quindi proceduto alla definizione della lista finale dei propri temi significativi.

2. Prioritizzazione dei temi rilevanti attraverso il coinvolgimento degli stakeholder: con l'obiettivo di prioritizzare le tematiche rilevanti precedentemente individuate, Longo un Mondo di Specialità ha stabilito un processo di stakeholder engagement, che si è svolto ad aprile 2022.

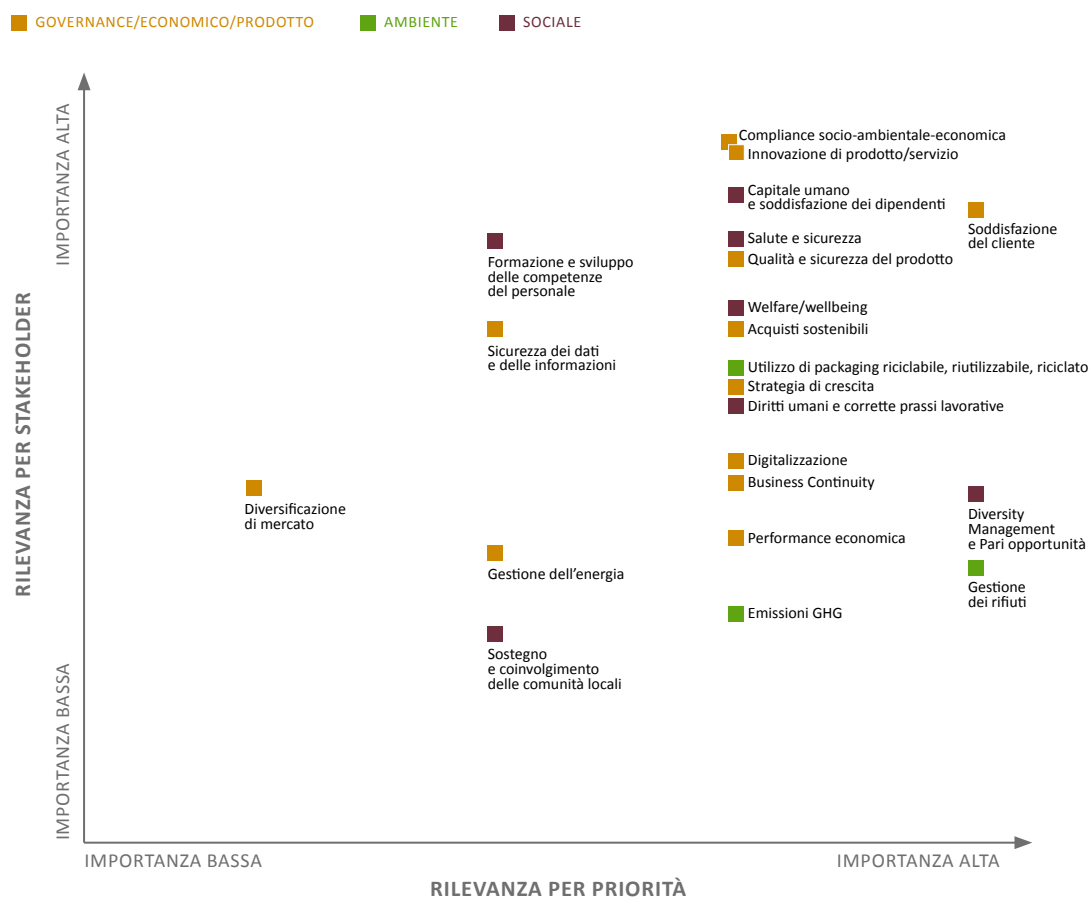
Le attività di coinvolgimento si sono svolte ispirandosi alla metodologia delineata nello Stakeholder Engagement Standard AA1000 (AA1000-SES), un quadro di riferimento per la progettazione, l'implementazione, la verifica di qualità e la comunicazione di percorsi di inclusioni delle parti interessate. Agli stakeholder, infatti, è stato chiesto di analizzare l'elenco delle tematiche di sostenibilità rilevanti, assegnando un punteggio a ciascuna tematica attraverso la compilazione di un questionario di valutazione. In particolare, gli stakeholder coinvolti in modalità diretta sono stati:

- a. clienti (8)
- b. fornitori (11)
- c. dipendenti (9)
- d. proprietà.

3. Analisi dei risultati e creazione della matrice di materialità: a seguito della fase di coinvolgimento degli stakeholder, si è proceduto ad analizzare i risultati e creare la Matrice di Materialità, nella quale si offre una rappresentazione grafica della prioritizzazione dei temi materiali secondo l'importanza attribuita sia da Longo un Mondo di Specialità, che dai propri stakeholder.

Di seguito viene riportata la matrice di materialità di Longo Un Mondo di Specialità:

MATRICE DI MATERIALITÀ



Per quanto concerne la rendicontazione dei temi materiali all'interno del Bilancio di Sostenibilità 2021, primo bilancio di sostenibilità redatto dalla società, di seguito si riportano i perimetri di rendicontazione dei diversi temi materiali individuati e il rispettivo livello di priorità:

AMBITO	ASPETTO RILEVANTE (oggetto di valutazione)	PRIORITÀ	PERIMETRO DELL'ASPETTO INTERNO	ESTERNO
GOVERNANCE/ ECONOMICO/ PRODOTTO	Innovazione di prodotto/servizio	Alta	Longo	Fornitori
	Acquisti sostenibili	Alta	Longo	Fornitori
	Soddisfazione del cliente	Alta		Clienti
	Qualità e Sicurezza del prodotto	Alta	Longo	Fornitori
	Compliance socio-ambientale- economica	Alta	Longo	Fornitori
	Strategia di crescita	Media	Longo	
	Gestione dell'Energia	Bassa	Longo	Fornitori
AMBIENTE	Emissioni GHG	Media		Comunità
	Gestione dei rifiuti	Media	Longo	
	Utilizzo di packaging riciclabile, riutilizzabile, riciclato	Media	Longo	Fornitori
SOCIALE	Capitale umano e soddisfazione dei dipendenti	Alta	Longo	
	Welfare/wellbeing	Alta	Longo	
	Salute e sicurezza	Alta	Longo	Fornitori

IL PROFILO DEL REPORT, UNA SCELTA DI TRASPARENZA (RIF. GRI 102-10/45/50/52/53/54/55)

Questo percorso, che ha portato alla redazione del **Bilancio di Sostenibilità**, vuole essere un primo passo verso una più ampia strategia di sostenibilità e testimonia la volontà di **condividere in modo trasparente**, con tutti i portatori d'interesse, l'impegno della società al **miglioramento continuo**.

Il presente Bilancio è stato redatto in conformità con i **GRI Standard: Core option** e riguarda la società Longo un Mondo di Specialità S.r.l., coerentemente con il perimetro del bilancio consolidato. I dati rendicontati fanno riferimento all'anno solare 2021 (periodicità annuale). Si segnala, inoltre, che durante il periodo di rendicontazione non sono avvenuti cambiamenti significativi. I coefficienti di emissione utilizzati per i calcoli ambientali e i relativi dettagli sono riportati in Allegato 2.

Tale Bilancio, che mira a divulgare le informazioni relative alle **performance economiche, ambientali, sociali** di Longo un Mondo di Specialità, è messo a disposizione di tutti gli stakeholder grazie alla pubblicazione sulla rete **intranet aziendale**. Per ulteriori informazioni è possibile contattare la società al seguente indirizzo e-mail: longo@longospecility.it

ALLEGATO 3: COEFFICIENTI

FATTORI DI CONVERSIONE

Fattore di conversione				Fonte
Gas naturale	Densità	kg/m ³	0,80	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021, natural gas
	Potere calorifico inferiore	GJ/t	45,03	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021, natural gas
Diesel	Densità	l/t	1181,80	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021, Diesel average biofuel blend
	Potere calorifico inferiore	GJ/t	42,47	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021, Diesel average biofuel blend

FATTORI DI EMISSIONE

Fattore di emissione				Fonte
Energia elettrica (location-based)	gCO ₂ /kWh	245,70		Rapporto ISPRA 363/2022, Tabella 2.25, consumi elettrici, 2021
Energia elettrica (market-based)	gCO ₂ /kWh	456,57		European Residual Mixes 2021 Association of Issuing Bodies, Table 2, IT
Gas naturale	kgCO ₂ e/m ³	2,02		UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021, Natural gas
Diesel	kgCO ₂ e/l	2,51		UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2021, Diesel average biofuel blend

ALLEGATO 4: INDICE DEI CONTENUTI GRI

A seguire l'indice dei contenuti GRI.

GRI	DESCRIZIONE	Riferimento	Note
102-1	Nome dell'organizzazione	1. L'azienda 2. Governance, etica e integrità	
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	1. L'azienda	
102-3	Luogo della sede principale	2. Governance, etica e integrità	
102-4	Luogo delle attività	2. Governance, etica e integrità	
102-5	Proprietà e forma giuridica	2. Governance, etica e integrità	
102-6	Mercati serviti	1. L'azienda	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	1. L'azienda	
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	5. Le persone Tabelle GRI: 1	
102-9	Catena di fornitura	3. La sostenibilità	
102-11	Principio di precauzione	2. Governance, etica e integrità	
102-12	Iniziative esterne	6. La comunità	
102-13	Adesione ad associazioni	6. La comunità	
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli Stakeholder	
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	2. Governance, etica e integrità	
102-18	Struttura della governance	2. Governance, etica e integrità	
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	Nota Metodologica	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	5. Le persone	
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	Nota Metodologica	
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Nota Metodologica	
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	Nota Metodologica	
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota Metodologica	
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetro dei temi	Nota Metodologica	
102-47	Elenco dei temi materiali	Nota Metodologica	
102-48	Revisione delle informazioni	-	Tale documento rappresenta il primo bilancio per la società
102-49	Modifiche nella rendicontazione	-	Tale documento rappresenta il primo bilancio per la società
102-50	Periodo di rendicontazione	Nota Metodologica	
102-51	Data del report più recente	-	Tale documento rappresenta il primo bilancio per la società
102-52	Periodicità della rendicontazione	Nota Metodologica	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Nota Metodologica	
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Nota Metodologica	
102-55	Indice dei contenuti GRI	Indice dei contenuti GRI	
102-56	Assurance esterna		Non sottoposto ad Assurance

GRI	DESCRIZIONE	Riferimento	Note
200 serie economica			
Innovazione di prodotto/servizio			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	1. L'azienda	
Strategia di crescita			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	2. Governance, etica e integrità	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	2. Governance, etica e integrità	
Acquisti sostenibili			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	3. La sostenibilità	
204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	3. La sostenibilità	
Soddisfazione del cliente			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	1. L'azienda	
400 serie sociale			
Capitale umano e soddisfazione dei dipendenti			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	5. Le persone	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	Tabelle GRI: 7	
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	5. Le persone	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	5. Le persone	
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	5. Le persone	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Tabelle GRI: 8 - 9 -10	
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	

GRI	DESCRIZIONE	Riferimento	Note
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	2. Governance, etica e integrità	
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	2. Governance, etica e integrità	
Welfare/wellbeing			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	5. Le persone	
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	5. Le persone	
Salute e sicurezza			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	5. Le persone	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5. Le persone	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	5. Le persone	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	5. Le persone	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5. Le persone	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5. Le persone	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	5. Le persone	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	5. Le persone	
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5. Le persone	
403-9	Infortuni sul lavoro	5. Le persone	
403-10	Malattie professionali	5. Le persone	
Compliance socio-ambientale-economica			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	4. L'ambiente	
307-1	Non conformità con leggi e normative in materia ambientale	4. L'ambiente	
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	2. Governance, etica e integrità	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	2. Governance, etica e integrità	
Qualità e Sicurezza del prodotto			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	

GRI	DESCRIZIONE	Riferimento	Note
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	2. Governance, etica e integrità	
416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	2. Governance, etica e integrità	

ALTRI TEMI RILEVANTI

GRI	DESCRIZIONE	Riferimento	Note
300 serie ambientale			
Utilizzo di packaging riciclabile riutilizzabili, riciclato			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	4. L'ambiente	
301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Tabelle GRI: 3	
Gestione dell'Energia			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	4. L'ambiente	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Tabelle GRI: 4	
Emissioni GHG			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	4. L'ambiente	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope)	Tabelle GRI: 5	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope)	Tabelle GRI: 5	
Gestione dei rifiuti			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	3. La sostenibilità Nota metodologica	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	Nota metodologica	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	4. L'ambiente	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	4. L'ambiente	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	4. L'ambiente	
306-3	Rifiuti prodotti	Tabelle GRI: 3	



Longo un Mondo di Specialità Srl

Via Viscarda, 22 - 20034 - San Giorgio su Legnano (MI)

Tel. +39 0331 402194

clienti@longospeciality.it

www.longospeciality.it