



REPORT DI SOSTENIBILITÀ



PENSARE SOSTENIBILE TUTTI I GIORNI



REPORT DI SOSTENIBILITÀ
2024

INDICE

Lettera agli stakeholder	3
➤ 1 L'azienda, una storica eccellenza italiana radicata nel territorio	4
Una storia di passione e creatività	5
La regalistica aziendale enogastronomica	12
Il nostro percorso di sostenibilità: il dialogo con gli stakeholder e l'analisi di materialità	16
I 17 Sustainable Development Goals	20
➤ 2 Governance, etica e integrità	22
Una governance solida e sostenibile	23
Missione e valori	25
Il Codice etico, il nostro impegno	28
Longo per i clienti	30
➤ 3 Le nostre persone	31
Il turnover	35
Salute e sicurezza: una priorità assoluta	36
➤ 4 Fornitori, territorio e circolarità, da sempre nel DNA di Longo	37
➤ 5 Longo per la comunità	40
➤ 6 Ambiente, il futuro di tutti noi	44
Energia ed emissioni GHG	45
Materiali e rifiuti, da scarto a risorsa	49
Il profilo del report, una scelta di trasparenza	50
➤ Allegato 1: Coefficienti	51
➤ Allegato 2: Indice dei contenuti GRI	52



P E N S A R E
S O S T E N I B I L E
T U T T I I G I O R N I

LETTERA AGLI STAKEHOLDER (GRI 2-22)

Siamo giunti alla **terza stesura** del nostro **Bilancio di Sostenibilità**, un documento che si è ormai affermato come strumento essenziale per condividere con tutti i nostri interlocutori i progressi e le iniziative realizzate nel corso dell'anno, sia a livello strutturale sia di governance. Questo processo di rendicontazione riflette il nostro impegno a integrare sempre più i principi di sostenibilità nella strategia aziendale, traducendoli in azioni concrete.

Da oltre sessant'anni, la sostenibilità è parte integrante del nostro modus operandi. Fare scelte consapevoli e mirate, con l'obiettivo di preservare l'ambiente per le generazioni future, è una costante che ci guida nel nostro lavoro quotidiano. È un valore che trasmettiamo con coerenza tanto ai nostri collaboratori quanto ai clienti e ai partner che scelgono di affidarsi a noi.

La passione che ci spinge a offrire **prodotti di alta qualità, equi per chi li produce e sostenibili per il territorio**, si riflette anche nella cura che mettiamo **nella selezione dei nostri fornitori**. Con loro creiamo relazioni fondate sulla fiducia reciproca, il rispetto e la condivisione di valori. Siamo consapevoli che la nostra filiera, che abbraccia dalla produzione alla distribuzione fino ai consumi fuoricasa, ha un impatto determinante sulla qualità della vita, sulla salute dei consumatori e sull'ambiente. In questo contesto, la sostenibilità non è solo un principio, ma una responsabilità condivisa.

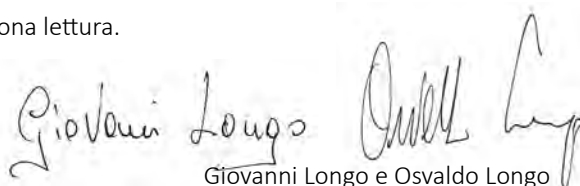
Il **Bilancio di Sostenibilità** rappresenta per noi uno **strumento prezioso**, non solo per rendere conto dei traguardi raggiunti, ma **anche per riflettere sulle sfide affrontate e individuare le aree di miglioramento**. Guardare al passato con consapevolezza e trasparenza ci permette di gettare basi solide su cui costruire un futuro migliore e sempre più responsabile, unendo la valutazione delle performance con un piano strategico chiaro per le prossime azioni.

Un altro elemento cruciale per il nostro successo è la coesione del **team**. Crediamo fermamente che la forza della nostra azienda risieda nella collaborazione e nella **condivisione di valori comuni**. Questa sinergia interna è ciò che ci consente di rispondere in modo efficace alle esigenze dei nostri clienti e affrontare con determinazione le sfide.

Grazie a questa solidità nell'ultimo anno abbiamo preso decisioni importanti, sempre con uno sguardo rivolto al futuro e concentrandoci sul miglioramento continuo della qualità dei nostri servizi. La **sostenibilità** è diventata un principio guida **in ogni ambito aziendale, compreso quello digitale**, dove abbiamo investito con attenzione per garantire che la nostra evoluzione tecnologica non comprometta i nostri obiettivi ambientali. Inoltre, abbiamo continuato a gestire in modo responsabile le risorse, ottimizzando processi e realizzando investimenti significativi.

Grazie a questi risultati, la consapevolezza dell'importanza della sostenibilità è cresciuta costantemente in tutta l'azienda, coinvolgendo tutti: dalla proprietà ai dipendenti, dai partner ai clienti. Nel nostro ecosistema, il futuro è un obiettivo chiaro e costante, che guida ogni nostra scelta. **Questo documento non è solo una rendicontazione, ma un impegno concreto** per rispondere alle aspettative di tutti i nostri stakeholder e contribuire al benessere delle generazioni future.

Un sincero ringraziamento e un augurio di buona lettura.



Giovanni Longo e Osvaldo Longo



1

L'AZIENDA
UNA STORICA ECCELLENZA ITALIANA
RADICATA NEL TERRITORIO



UNA STORIA DI PASSIONE E CREATIVITÀ

Longo Un Mondo di Specialità, di seguito “Longo”, **si avvicina ai sessantacinque anni di attività**, che festeggerà nel 2026. Le sue **origini** risalgono, infatti, **al 1961**. Un traguardo importante per una realtà che, come molte eccellenze italiane, nasce dalla creatività e dallo spirito d’iniziativa di una persona per diventare un’idea imprenditoriale di successo, sempre nel rispetto delle proprie origini.

Molto è cambiato da allora: in quell’anno Kennedy era da poco diventato il primo presidente cattolico nella storia americana, a New York debuttava Bob Dylan e Juri Gagarin si convertiva nel primo uomo nello spazio. **Consiglio Longo**, trasferitosi a Legnano dal Salento nel secondo dopoguerra, interpreta la vivacità di quell’epoca dando vita, **insieme con la moglie Carla**, a un’attività che valorizza la loro storia e le loro origini: una **fiaschetteria a San Giorgio su Legnano, in provincia di Milano**.

Nel giro di pochi anni, al piccolo locale si aggiunge **una cantina dove si produce e imbottiglia vino da uve spedite in cassetta dalla Puglia**: il primo passo dal commercio all’imprenditorialità aziendale. Vino che presto incontra l’apprezzamento di privati, circoli e bar: tanto per un acquisto per sé, come per un regalo. Nei primi anni di attività Consiglio recapita personalmente le confezioni su un carretto a cavalli.

A metà degli anni Settanta entrano in azienda **i due figli maggiori Giovanni e Osvaldo**, ai quali **dopo pochi anni** si affianca **Paola**, la più giovane. Longo è già un nome affermato nello scenario degli imbottiglieri, ma il mondo sta cambiando: la cultura del vino sta crescendo e la qualità diventa sempre più importante della quantità. Dal connubio tra la conoscenza dei cambiamenti del mercato da parte della nuova generazione e la grande lungimiranza di Consiglio e Carla, che appoggiano la decisione, nasce la prima trasformazione aziendale: **nel 1983 nasce a Legnano Enoteca Longo**.

“All’inaugurazione dell’Enoteca, ogni dettaglio sembrava un’impresa impossibile fino all’ultimo secondo. Ma, quando arrivò il momento, tutto si trasformò in perfezione: gli ospiti affluirono, il vino scorse e la serata divenne un trionfo indimenticabile, segnando l’inizio di un successo destinato a durare”.

Giovanni Longo



ENOTECA LONGO: DOVE L'ECOSISTEMA LONGO INCONTRA IL CONSUMATORE

Forte di **800 etichette da 500 produttori italiani ed esteri**, coniugate con un **vasto assortimento di prodotti gastronomici italiani d'eccellenza**, **Enoteca Longo** rappresenta da oltre **quarant'anni un punto di riferimento per il bere di qualità**: l'Enoteca è il canale di contatto dove il focus enogastronomico che attraversa tutto l'ecosistema Longo incontra in modo ancora più diretto il consumatore. Per molti clienti è la prima scoperta di quanto il mondo Longo si estenda al di là dell'enologia. Oltre ai vini vengono, infatti, proposti birre, spirits, prodotti gastronomici selezionati e oggettistica di settore. Un patrimonio frutto di un'attenta, cosmopolita ricerca nel panorama enogastronomico italiano e internazionale. Una buona percentuale dei clienti dell'Enoteca si rivolge all'acquisto dei vini anche **per un alto livello di personalizzazione del prodotto**: è possibile modificare la grafica dell'etichetta con un messaggio personalizzato e incidere direttamente sulla cassa di legno. I clienti possono, inoltre, ricevere assistenza tecnica per selezioni particolari.

Una filosofia che viene enfatizzata anche dal **layout dell'enoteca, rinnovato ogni anno** e progettato in modo da dare massima visibilità a ciascun prodotto. Nell'ottica di avvicinare gradualmente i consumatori a scelte sempre più qualitative, per esempio, la strategia di *marketing* presenta i vini per fasce di prezzo. Affiancando volutamente etichette quotidiane e grandi bottiglie, invece, della tradizionale selezione per regioni. Enoteca Longo consente così al cliente di ottenere sempre il miglior rapporto qualità-prezzo.

Enoteca Longo, inoltre, non è soltanto uno store enogastronomico, ma fa anche **cultura sulla materia**. I sommelier professionisti dell'Enoteca mettono a disposizione dei clienti la propria conoscenza non solo consigliando la scelta dei vini, ma anche attraverso **corsi di degustazione** in collaborazione con nomi importanti del giornalismo, enotecnici, produttori di fama, docenti universitari ed enogastronomi. Vengono, inoltre, proposte **serate a tema su prenotazione** e, il sabato, **eventi aperti al pubblico in negozio direttamente con i fornitori**, che offrono in assaggio alcuni loro prodotti. Una tradizione di eventi ormai di lunga data nel panorama della città di Legnano – **la prima edizione dei corsi risale al 1985**, ad appena due anni dall'inaugurazione – che ha valso a Longo il patrocinio del Comune, a testimonianza del valore delle iniziative nell'accrescere tra il pubblico la consapevolezza del buon bere e del buon mangiare.

Nel 2023, in particolare, il corso "Conoscere il vino" ha visto la partecipazione di oltre 50 iscritti, che hanno avuto modo di approfondire in cinque lezioni di due ore ciascuna l'affascinante viaggio del vino, dalla vigna al calice. Il corso è aperto a tutti: è un percorso studiato con un taglio non specificamente professionale con un approccio consapevole che permette di scoprire i segreti di territori e vigneti, apprendendo anche le migliori modalità per degustare e abbinare.

Alla stessa filosofia di diffusione di una cultura della consapevolezza e responsabilità risponde il seguito **blog dell'Enoteca** con approfondimenti su una vasta gamma di temi, che spaziano dalla sostenibilità, con iniziative per la salvaguardia del sughero e l'*empowerment* delle donne nel settore, al vino biologico fino agli abbinamenti enogastronomici più *gourmand*.

Il palinsesto degli eventi viene comunicato attraverso una *newsletter*, cui è possibile iscriversi dal link [Home | Enoteca Longo](#).



TRE CAVATAPPI, UN RICONOSCIMENTO IMPORTANTE PER ENOTECA LONGO

Nel pieno fermento dei preparativi alle festività 2023, quando l'Enoteca si trasforma in un laboratorio per regali di Natale, è giunta una notizia che ha reso molto orgoglioso e fiero tutto il team insieme con la famiglia Longo.

Gambero Rosso ha, infatti, inserito lo store nella sua guida *Bere Bene e le migliori enoteche italiane 2023*, che seleziona il meglio dell'enologia italiana. A Enoteca Longo è stato riconosciuto il prestigioso premio Tre Cavatappi: un riconoscimento molto importante, che individua i locali in cui è presente una selezione di eccellenza, curata con passione da enotecari esperti. Quelle che appunto si possono definire le migliori enoteche d'Italia.

A ulteriore conferma del grande lavoro svolto, il fatto che l'Enoteca sia una delle poche realtà localizzate in un territorio "di provincia", mentre la maggior parte delle enoteche che hanno ottenuto il riconoscimento si trova nelle grandi città.

I Tre Cavatappi del Gambero Rosso arrivano alla conclusione di un anno importante, in cui, oltre ad occuparsi sempre con grande attenzione alla selezione di qualità di vini e spirits, Enoteca Longo ha organizzato una serie di eventi di particolare interesse con incontri diretti con produttori e corsi di degustazione.

Un ulteriore riconoscimento che si aggiunge ai già numerosi premi ottenuti da Enoteca Longo, accennati di seguito e il cui elenco completo è disponibile su sito dell'Enoteca alla pagina <https://enotecalongo.it/chi-siamo/>.

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



DALL'ENOTECA AL MONDO DI SPECIALITÀ

Fin da subito, il successo riscosso dall'offerta diversificata dell'Enoteca consente alla famiglia di comprendere quanto il vino sia legato al concetto di regalo, in particolare nel periodo delle festività, quando le aziende sono alla ricerca di omaggi di qualità 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 fondano 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**.

Così **nel 1995** nasce ufficialmente **la ragione sociale Longo un Mondo di Specialità S.r.l.**, importante passaggio lungo un percorso di ridefinizione della missione verso il concetto di vino come regalo di prestigio, che verrà riconosciuto dai maggiori esperti del settore: dagli **Oscar del Vino al titolo di Miglior Enoteca d'Italia rilasciato nel 2000** dall' AIS – Associazione Italiana Sommelier, fino ai Tre Cavatappi del Gambero Rosso nel 2023 (v. box).

Un'altra pietra miliare nell'evoluzione dell'azienda sarà, **nel 2006, la prima edizione di Fuoricaseello**, la prima e unica guida che segnala locali in cui mangiare bene, tutti distanti massimo dieci minuti dai principali caselli autostradali d'Italia (v. box).



LA GUIDA FUORICASELLO: UNA STORIA DI SUCCESSO DAL 2006

Fuoricaseello è un vero e proprio caso editoriale giunto ormai alla diciottesima edizione nel 2024, che vanta oltre 820mila copie vendute e innumerevoli tentativi di imitazione. La guida Fuoricaseello è ormai un must per gli amanti del viaggio e dei sapori autentici. L'ultima edizione si presenta con una veste grafica rinnovata e una selezione dei locali arricchita, dalla Valle d'Aosta fino alla Sicilia. Sempre presente una scheda per ogni regione con alcune informazioni turistiche: suggerimenti per brevi escursioni e preziose indicazioni su prodotti tipici, gastronomia locale e vini del territorio.

Questa guida è pensata, infatti, per quei viaggiatori che sono alla ricerca del gusto e di esperienze gastronomiche autentiche, che non si accontentano di una semplice sosta veloce. Ogni locale viene scelto valorizzando la qualità della proposta e la tradizione locale, il tutto a pochi minuti di distanza dallo svincolo autostradale.

La guida Fuoricaseello è stata, inoltre, selezionata da molte aziende come regalo personalizzato per i dipendenti, clienti e partner, trasformandola così in un potente strumento di comunicazione aziendale.

A testimoniare il grande riscontro raggiunto dalla pubblicazione, l'ultima edizione è stata presentata l'11 maggio 2024 nella suggestiva location del museo Fratelli Cozzi di Legnano. Dopo un benvenuto con caffè, gli ospiti hanno avuto l'opportunità esclusiva di esplorare la prestigiosa collezione di Alfa Romeo, grazie alla generosa ospitalità di Elisabetta Cozzi. Poi, il momento tanto atteso: la presentazione della nuova guida a cura del direttore responsabile, Giovanni Longo, che ha ripercorso con i partecipanti i momenti salienti nella storia della guida, dalla nascita alla sua evoluzione e i successi negli anni.

LA 18^A EDIZIONE DI FUORICASELLO IN BREVE

- **887 LOCALI** segnalati da un gruppo di professionisti del gusto.
- In ogni regione una mappa indica gli **SVINCOLI COPERTI DA RISTORANTI**.
- I locali si trovano tutti a meno di **10 MINUTI DALL'USCITA** più vicina.
- Le schede dei locali contengono tutte le **INDICAZIONI UTILI PER PRENOTARE**, il **PREZZO** medio, i **POSTI** disponibili, le **PROPOSTE** più interessanti e la presenza di ricarica per **AUTO ELETTRICHE**.
- Un **INDICE BEN ORGANIZZATO PER RETI AUTOSTRADALI**, completo di tutte le uscite, aiuta a pianificare al meglio il proprio itinerario.
- **IDEE FUORICASELLO PER BREVI ESCURSIONI** e indirizzi dove acquistare prodotti tipici e vini.

Fra i traguardi degli anni Dieci, Longo ottiene un nuovo importante riconoscimento: **l'Oscar del Vino 2014**, quale pioniere e ideatore di un ambizioso progetto di regalistica aziendale, fondata sui valori dell'artigianato agroalimentare italiano. Nel **2016** un altro passaggio fondamentale: **Longo acquisisce** e poi amplia la **forza vendita di Perugia**, storico punto di riferimento della creatività cioccolatiera italiana. Longo diventa il partner che veicola il marchio nell'ambito del mercato rivolto alla regalistica aziendale.

Nel 2020 Enoteca Longo si trasferisce **in una nuova sede**, che contribuisce a rafforzare l'impegno a ricercare e valorizzare artigiani e realtà del *Made in Italy*. Oltre a situarsi in una posizione più strategica, il nuovo store può infatti contare su un caveau di particolare importanza, caratterizzato da un'accurata selezione dei migliori vini. La proposta si rinnova, inoltre, con nuovi prodotti *gourmet*, che raccontano la storia di territori unici. A questi è dedicato uno speciale spazio espositivo.

Nel tempo, l'azienda Longo è diventata un punto di riferimento in Italia per i regali enogastronomici aziendali di alta qualità.

Oggi la seconda e **la terza generazione, già presente in azienda**, lavorano fianco a fianco per continuare a garantire la massima soddisfazione dei clienti. Alla terza generazione – Andrea, Cecilia e Giulia – sono affidati il futuro, l'innovazione e l'evoluzione della strategia di business, restando fedeli ai valori, le tradizioni e il radicamento nei territori della famiglia e dell'azienda.

In questo scenario evolutivo spicca la crescente attenzione alla sostenibilità: **Longo** la affronta con un approccio ispirato **al miglioramento continuo**, in cui la società si impegna a raggiungere **obiettivi sempre più sfidanti anno dopo anno**. Così anche quest'anno Longo un Mondo di Specialità rendiconta in modo completo, concreto e trasparente il proprio impegno redigendo nel suo **terzo Bilancio di Sostenibilità (2023)**, redatto **in conformità con gli standard GRI edizione 2021**, lo standard internazionale di riferimento per una rendicontazione di sostenibilità efficiente ed efficace.

- 
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
- 
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 L'Enoteca Longo riceve l'Oscar del Vino 2014
- 
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 primo Bilancio di Sostenibilità 2021
- 
2023 Misurazione dell'impatto ambientale in ambito digitale con Karma Metrix
- 
2023 Premio Tre Cavatappi del Gambero Rosso a Enoteca Longo

LONGO IN CIFRE

GENERALE

OLTRE 60 ANNI di storia

6 LINEE di confezionamento

10.000 MQ area magazzini e produzione

1.200 clienti serviti

498.000 regali prodotti



54.000 in più
rispetto all'anno precedente

2.000 prodotti di enogastronomia selezionati

AMBIENTALE

2 impianti fotovoltaici

100% degli imballi di cartone sono inviati a riciclo

222.300 spedizioni gestite

SOCIALE

Da 38 a 120 dipendenti tra fissi e stagionali

0 incidenti sul lavoro o malattie professionali

0 casi di discriminazione

0 episodi di corruzione accertati

55% dei dipendenti sono donne

67% dei responsabili di reparto sono donne

Il 26% dei dipendenti ha un'anzianità superiore ai 15 anni

LA REGALISTICA AZIENDALE ENOGASTRONOMICA (GRI 2-6)

Per Longo ideare e sviluppare regali che gratifichino sia chi li fa sia chi li riceve è un **processo meticoloso, che inizia** con la **selezione dei prodotti**. In questa fase il team dedica grande attenzione, creatività e curiosità alla ricerca delle migliori proposte, dall'Italia e anche dal mondo. Ogni giorno la famiglia e i collaboratori dedicati ricercano fornitori e prodotti che valorizzino, in particolare, il **patrimonio enologico e gastronomico italiano**. Ne è un esempio il catalogo di Natale 2023, per il quale sono state selezionate oltre 2.000 referenze: un autentico scrigno di buongusto, personalizzabile per ogni esigenza.

In un mercato che indica ogni giorno nuove direzioni da esplorare, la sfida di ogni impresa è, infatti, **anticipare e interpretare i desideri e le esigenze dei clienti**. Una sfida che diventa ancora più centrale nel settore dei regali aziendali e che l'azienda affronta con uno spirito di costante innovazione: **Longo** produce confezioni da ricorrenza per le aziende, regali che è anche possibile personalizzare nell'ottica di offrire al cliente **molteplici soluzioni** capaci di soddisfare tutte le sue esigenze e aspettative.

All'accurata scelta delle referenze fa seguito il passaggio della produzione, che riguarda le fasi di assemblaggio e confezionamento della confezione, per il quale il cliente ha la possibilità di scegliere fra diverse opzioni d'acquisto. Può optare, ad esempio, per una combinazione di proposte dall'assortimento a catalogo oppure, se desidera una soluzione più ricercata, può esprimere una preferenza per la tipologia di scatola utilizzata e per la selezione e quantità dei prodotti da inserire.

Per gli ordini più esclusivi, infine, 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 2023 Longo ha realizzato **oltre 498mila confezioni regalo, ben 54mila in più rispetto all'anno precedente**. Per recapitare le confezioni sono poi state effettuate **222.300 spedizioni**, di cui quasi la totalità (95%) è avvenuta in Italia e l'80% sul territorio lombardo. Di queste, il 29% è caratterizzato dalle due scatole non solo più rappresentative del marchio Longo, ma anche con il maggior contenuto di sostenibilità: "La Etica" e "La Magica".

In un'ottica di economia circolare, **"La Magica" è nata per avere una seconda vita**, ad esempio utilizzandola nell'armadio: è personalizzabile e riciclabile. Presenta anche un *design* particolarmente curato con dettagli eleganti, come un cartiglio fissato a un nastro dai colori aziendali e un sigillo in simil-ceramica personalizzabile con il logo aziendale.

"La Etica", invece, si compone in parte di **cartone riciclato**, mentre 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 gofrata in cartoni FSC.

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.

Nel corso del 2023 è iniziata la ricerca su una nuova confezione, che verrà realizzata nel 2024, in grado di coniugare con i benefici de "La Magica" anche con ulteriori aspetti etici. Uno studio che nasce dall'esigenza di ottimizzare la conservazione delle scatole in magazzino e per migliorare la gestione delle referenze in termini di packaging: il risultato di questa combinazione offre al cliente un'opzione ancora più personalizzabile che gli permette di comunicare in modo innovativo il concetto di sostenibilità.

Tra le altre **opzioni** di confezionamento **personalizzabili** che Longo ha creato per andare incontro ai più svariati gusti, si segnalano la *shopper*, la scatola litografata e il cofanetto in legno di betulla, destinato alle casse da vino.

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* e altre.

Non può 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. Il panettone Bardi-Longo si caratterizza, infatti, per un'armoniosa unione di materie prime certificate di alta qualità, una selezione attenta degli ingredienti e una particolare cura nella lievitazione, che restituisce un prodotto di altissima qualità.

LE QUOTE DELLE PRINCIPALI CONFEZIONI



Come si può osservare da questi dati, anche **nel 2023**, come nel 2022, **le confezioni regalo personalizzabili** (categoria "Altro") **superano di gran lunga le confezioni regalo predefinite**. Questo sottolinea come i clienti ricerchino sempre più spesso un alto grado di personalizzazione del prodotto finale per soddisfare le proprie esigenze.

Per soddisfare le numerose e diverse esigenze di gestione dei regali aziendali, da sempre Longo coniuga tradizione e innovazione, con l'obiettivo di fornire ai clienti servizi e prodotti sempre più diversificati. In quest'ottica l'azienda ha sviluppato un innovativo servizio digitale, **Gift Longo**: un software che semplifica e digitalizza i processi di regalistica, frutto dell'esperienza maturata negli anni dall'azienda nel settore.

Attraverso questo software, Longo è in grado di creare **una piattaforma esclusiva dedicata all'azienda cliente**, dotata di un'interfaccia semplice e altamente personalizzabile. Con Gift Longo l'azienda può gestire con **facilità la selezione, spedizione e analisi dei propri regali aziendali, ottimizzando così tempo e risorse**.

Accedendo alla sezione dedicata della piattaforma Gift Longo è possibile individuare in modo rapido e intuitivo e confezioni che rientrano nella gamma prescelta, lasciando all'utilizzatore la massima libertà di scelta, per esempio mettendo a sua disposizione dei crediti che può utilizzare liberamente nell'ambito del budget previsto dall'azienda. In questo modo, la piattaforma consente alle aziende di offrire a dipendenti e clienti solo regali che siano veramente apprezzati.

Nel dettaglio, in collaborazione con l'azienda cliente Longo realizza diverse proposte su misura, che il destinatario potrà visualizzare sulla piattaforma. Grazie alla flessibilità di questo strumento, l'azienda stessa gestisce e pianifica premi e regali aziendali. I regali sono completamente personalizzabili, ad esempio bottiglie di vino con cofanetto personalizzato o confezioni con il logo dell'azienda.

I VANTAGGI DELLA PIATTAFORMA GIFT LONGO



FLESSIBILITÀ

la modalità di utilizzo può essere modificata in base a necessità specifiche.



PERSONALIZZAZIONE

grafiche, testi, prodotti, percorsi di scelta sono tutti elementi personalizzabili.



OTTIMIZZAZIONE

i processi e i tempi di controllo sono migliorati in modo eccellente.



PRATICITÀ

gestione di tutti gli aspetti in un'unica piattaforma, anche la raccolta dati.

Questo servizio risponde alle abitudini di consumo e alle tendenze di mercato più contemporanee. Oggi, infatti, ogni consumatore preferisce e seleziona sempre più i prodotti sulla base del proprio stile di vita, che si tratti di fattori esistenziali, come le scelte religiose, oppure esigenze salutistiche o semplicemente predilezioni di gusto personale. In questo modo la piattaforma *Gift Longo* integra in maniera perfettamente complementare l'offerta delle confezioni regalo, proponendo una modalità "clientecentrica" che non solo amplia e approfondisce ulteriormente le **possibilità di personalizzazione**, ma diventa anche uno spazio di interazione altamente customizzabile per l'azienda cliente, dove comunicare la propria mission e progetti futuri ai dipendenti e partner o, in alternativa, presentare servizi e rimanere in contatto con i propri clienti.

Nel 2023 la piattaforma ha visto l'introduzione di alcune novità, volte a gestire con ancora maggiore facilità la selezione, spedizione e analisi dei regali aziendali, ottimizzando tempo e risorse. In particolare, sono state adottate migliori tecniche per soddisfare esigenze specifiche dei clienti e per facilitare la consegna della confezione a casa. Tutte le modifiche nascono, infatti, da richieste dirette dalle aziende clienti, che avevano già utilizzato la piattaforma. L'investimento si è focalizzato soprattutto sul garantire una *user experience* più semplice e interattiva e gestire le spedizioni in maniera più efficace.

FATTI SU MISURA, 365 GIORNI L'ANNO

Un'ulteriore conferma della grande attenzione che Longo dedica alle esigenze dei propri clienti è rappresentata da Longo 365, un progetto lanciato nel 2022.

Obiettivo di questa iniziativa è offrire alle aziende la possibilità di fare regali personalizzati durante tutto l'anno, ad esempio in occasione di eventi aziendali o fiere e anche come attività di merchandising. La proposta include doni di prestigio, che esprimono emozioni "su misura" e valorizzano le tradizioni enogastronomiche italiane.

Non si tratta di semplici confezioni regalo, ma di investimenti strategici per il futuro per le aziende che li scelgono. Grazie a questi doni, infatti, chi regala rafforza il rapporto con partner e clienti, si distingue dalla concorrenza e aumenta di conseguenza la propria visibilità sul mercato.

Il progetto accompagna il cliente a 360 gradi: dal confronto in cui si raccolgono necessità e aspettative allo sviluppo di un'idea creativa, selezionando prodotti specifici, e dallo studio dell'esperienza e del packaging in linea con il concept iniziale, fino al confezionamento e alle fasi logistiche.





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 i valori di sostenibilità alla base dell'iniziativa FSC. Valori in linea con l'impegno verso la sostenibilità di Longo, che ha deciso di impiegare, dove applicabile, materiali con questa certificazione. In particolare, tutti i fardi utilizzati dall'azienda sono certificati FSC.

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 e posizionamento sul mercato, 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 presenta 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 pacco prevede, inoltre, un'ulteriore confezione esterna, detta *fardo*.

Per imballare viene, infine, impiegata paglia di carta, mentre i *chip* di polistirene espanso come riempimento sono inseriti solo in casi eccezionali e dove strettamente necessario. Il **98%** dei **materiali utilizzati** per il confezionamento consiste in **carta, cartone e legno**. La restante parte è rappresentata principalmente dal film plastico per avvolgere i bancali e, come accennato, solo in parte residuale dai *chip* di polistirene.

Questa attenzione all'utilizzo di materiali riciclati o riciclabili si estende anche a un *unicum* all'interno del mondo Longo qual è **Fuoricasello**, la guida che segnala i migliori ristoranti e locali a una distanza massima di dieci minuti d'auto dai principali caselli delle autostrade e superstrade italiane (v. box nelle pagine precedenti) che, infatti, viene **stampata su carta riciclata**.

IL NOSTRO PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ: IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER E L'ANALISI DI MATERIALITÀ (GRI 2-29, 3-1/2/3)

Al fine di garantire che le aspettative reciproche siano soddisfatte, **Longo** ha **instaurato un dialogo continuo e trasparente con i propri stakeholder**, volto a comprendere e gestire le necessità dei partner e delle parti interessate, approfondendo con loro le tematiche legate alla sostenibilità.

Nel 2023 l'azienda ha **avviato un processo di mappatura degli stakeholder**, ponendo particolare attenzione sia agli attori interni sia a quelli esterni all'organizzazione, cioè coloro che operano lungo la catena del valore e coloro che sono indirettamente coinvolti o interessati dalle attività aziendali. Le attività di coinvolgimento sono state ispirate dalla metodologia definita dallo Stakeholder Engagement Standard AA1000 (AA1000-SES), un quadro di riferimento per la pianificazione, implementazione, verifica di qualità e comunicazione dei percorsi di inclusione delle parti interessate.

LA LISTA DEGLI STAKEHOLDER INDIVIDUATI



Azionisti/Proprietà



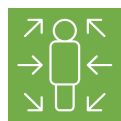
Fornitori



Banche



Scuole e Università



Clienti



Terzo settore
(Fondazioni,
associazioni e ONG)



Collaboratori
(dipendenti, agenti)



Comunità Locale
(es. Cittadini in prossimità
delle sedi aziendali)

A giugno 2023, Longo ha realizzato **l'analisi di materialità** in linea con quanto richiesto dal GRI 3 (edizione 2021), che considera "materiali", cioè rilevanti, quei temi che, più di altri, riflettono gli impatti più significativi dell'organizzazione su economia, ambiente e persone, con una particolare attenzione ai diritti umani.

Il processo ha previsto quattro fasi di attività. Nella prima fase di **comprensione e analisi del contesto dell'organizzazione**, Longo ha svolto un'analisi approfondita del contesto in cui opera attraverso un focus sulle svolte (modello di *business*, tipologia dei servizi offerti, mercati serviti, ecc.), sui rapporti lavorativi che la vedono coinvolta (clienti, fornitori, ecc.), sull'andamento del contesto relativamente ai temi ESG (questioni sociali, ambientali, economiche, ecc.) e sui principali *stakeholder* interni ed esterni.

Dai risultati emersi dall'analisi del contesto, nel secondo passaggio relativo alla **identificazione degli impatti potenziali ed effettivi** Longo ha ricavato le principali tematiche ESG oggetto dell'interesse degli *stakeholder*, così come i principali impatti dell'azienda – attuali e potenziali, positivi e negativi – su economia, ambiente e persone, compresi quelli sui loro diritti umani. Ogni impatto individuato è stato associato ad una o più tematiche rilevanti.

Durante la terza fase di **valutazione dell'importanza degli impatti**, l'associazione tra le tematiche rilevanti e l'impatto dell'azienda su questi ultimi è stata sottoposta alla valutazione sia del *management* sia degli *stakeholder*. In particolare, sono stati direttamente coinvolti nel processo di valutazione tanto la proprietà, come le principali categorie di *stakeholder* interni ed esterni identificati in precedenza, cioè proprietà, clienti, collaboratori (dipendenti, agenti) e fornitori.

L'*engagement* è avvenuto tramite la compilazione di un questionario di valutazione, che richiedeva di assegnare a ogni impatto una priorità di azione da parte dell'azienda, da 1 ("poco rilevante") a 5 ("prioritario").

Nella quarta e ultima fase, **la prioritizzazione degli impatti**, la valutazione ha permesso di assegnare una priorità a ciascun impatto in base all'importanza, ordinandoli dal più al meno significativo. In seguito, la proprietà ha stabilito un valore soglia pari a 3: questa soglia identifica gli impatti sui quali si è concentrata la rendicontazione. L'elenco degli impatti e, dunque, dei temi materiali è stato infine sottoposto alla proprietà per l'approvazione finale.

Si riporta di seguito l'elenco degli impatti più rilevanti per Longo e per i suoi *stakeholder*, ordinati dal più rilevante al meno rilevante.

IMPATTI 2022	IMPORTANZA DELL'IMPATTO	TEMA MATERIALE	DIMENSIONE	TIPOLOGIA DI IMPATTO	STATO DELL'IMPATTO
Rispetto degli standard di conformità alle normative di riferimento in tema di sicurezza alimentare	3,9	Sicurezza alimentare	Governance e sviluppo economico	Negativo	Potenziale
Rispetto dei valori e dei principi contenuti nel codice etico	3,8	Etica e Integrità	Governance e sviluppo economico	Positivo	Attuale
Mancato rispetto degli standard di qualità e sicurezza del prodotto	3,8	Sicurezza alimentare	Governance e sviluppo economico	Negativo	Potenziale
Mancata attenzione alla soddisfazione dei clienti	3,6	Soddisfazione e tutela dei clienti	Governance e sviluppo economico	Positivo	Attuale
Continuo rafforzamento del presidio e della cultura aziendale rispetto al tema salute e sicurezza	3,6	Gestione del Capitale umano	Impatto sociale	Positivo	Attuale
Mancata tutela delle informazioni dei clienti e della loro privacy	3,5	Soddisfazione e tutela dei clienti	Governance e sviluppo economico	Negativo	Potenziale
Adeguate gestione di un sistema di gestione dei reclami	3,5	Soddisfazione e tutela dei clienti	Governance e sviluppo economico	Negativo	Potenziale
Favorire gli acquisti sostenibili	3,5	Supply Chain Sostenibile	Catena di fornitura	Positivo	Attuale
Presenza di un piano di formazione e crescita dei dipendenti	3,5	Gestione del Capitale umano	Impatto sociale	Negativo	Potenziale
Mancato rispetto delle compliance socio-ambientale-economica	3,4	Etica e Integrità	Governance e sviluppo economico	Negativo	Potenziale
Presenza di un approccio basato sulla centralità del cliente anticipando e interpretando le sue esigenze e aspettative	3,4	Soddisfazione e tutela dei clienti	Governance e sviluppo economico	Positivo	Attuale
Utilizzo di materiali (packaging) provenienti da filiere controllate e certificate	3,4	Supply Chain Sostenibile	Catena di fornitura	Negativo	Potenziale
Selezione di fornitori Made in Italy	3,4	Supply Chain Sostenibile	Catena di fornitura	Positivo	Attuale
Gestione dei rifiuti in linea con requisiti normativi	3,4	Impatto ambientale	Impatto ambientale	Positivo	Attuale
Mancanza di iniziative volte a garantire il benessere dei dipendenti (welfare, benefit ecc)	3,4	Gestione del Capitale umano	Impatto sociale	Positivo	Attuale

IMPATTI 2022	IMPORTANZA DELL'IMPATTO	TEMA MATERIALE	DIMENSIONE	TIPOLOGIA DI IMPATTO	STATO DELL'IMPATTO
Impegno all'utilizzo di energia da fonti rinnovabili	3,2	Impatto ambientale	Impatto ambientale	Negativo	Potenziale
Mancata consapevolezza dei consumi energetici dell'organizzazione	3,2	Impatto ambientale	Impatto ambientale	Negativo	Potenziale
Adozione di soluzioni di economia circolare (vuoto a rendere, riuso, riutilizzo)	3,1	Economia circolare	Impatto ambientale	Positivo	Attuale

A partire da questi risultati, la consapevolezza nei confronti della sostenibilità è cresciuta sempre più, anno dopo anno, nella proprietà e tra i dipendenti. Per questo Longo ha deciso di individuare gli ambiti in cui può intervenire, per garantire di condurre le proprie attività in maniera ancora più responsabile e rispettosa, coerente con i propri principi e valori e secondo le aspettative degli *stakeholder*.

Nei prossimi anni, Longo intende fare della sostenibilità una prassi quotidiana e motore trainante delle attività svolte. Un impegno concreto, che prevede precisi obiettivi da perseguire. Ne sono esempi la scelta di passare al cartone FSC per tutti i cartoni di protezione (*fardi*) e la ricerca e sviluppo su nuovi formati ancora più sostenibili che porterà nel 2024 all'introduzione di un nuovo cofanetto che riduce gli imballaggi e rafforza l'efficienza nei processi collegati (v. anche sopra, par. *La regalistica aziendale enogastronomica*).

Nell'ambito della salute e sicurezza, l'azienda punta a consolidare i già elevati standard nelle attività quotidiane, al fine di mantenere un tasso di infortuni pari a zero, e prevede di aggiornare le procedure e il manuale HCCP. Centrale sarà anche l'impegno a rafforzare il rapporto con i fornitori e a individuare le esigenze formative dei dipendenti, per offrire loro corsi di formazione adeguati.

I 17 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Per affrontare questa sfida con un approccio a tutto campo, Longo 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, in particolare sconfiggendo l'ineguaglianza e 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 agli 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

Per orientare al meglio le attività di sostenibilità, Longo ha condotto una **specifica analisi con l'obiettivo di correlare gli SDGs a cui l'organizzazione può contribuire in modo più rilevante con i propri temi definiti materiali**. Le tematiche materiali aziendali sono state rilevate mediante un'apposita analisi (v. Allegato 2 – Nota metodologica) e, quindi, restituite all'interno del presente Bilancio.

TEMA MATERIALE	2 SODDISFACERE LA FAME	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SUEDE
Sicurezza alimentare	✓					✓
Etica e Integrità				✓		✓
Soddisfazione e tutela dei clienti				✓		✓
Gestione del Capitale umano		✓				
Supply Chain Sostenibile					✓	
Impatto ambientale			✓		✓	
Economia circolare					✓	



2

GOVERNANCE, ETICA E INTEGRITÀ

(GRI 2-1/2/9/27, 201-1, 405-1, 416-2)



UNA GOVERNANCE SOLIDA E SOSTENIBILE



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). La società opera con il nome commerciale di Longo e si pone tre principali oggetti societari: **il core business della regalistica enogastronomica, la guida Fuoricasello 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 (CdA) sono conferiti tutti i più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria della società. Il CdA ha facoltà di compiere tutti gli atti, anche di disposizione, che ritenga utili od opportuni per raggiungere gli 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. In particolare, anche quest'anno **l'impegno verso i temi ESG** si conferma con **la stesura del terzo bilancio di sostenibilità**. Un percorso di rendicontazione che testimonia quanto le tematiche di sostenibilità siano ormai integrate nella strategia aziendale, articolata in obiettivi che Longo intende **perseguire insieme con i propri stakeholder**.

Guardando sempre al miglioramento continuo, l'obiettivo a lungo termine è consolidare Longo come 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 Fuoricasello 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 ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO

GRI: 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito dati in EUR (€)	2022	2023
	Valore direttamente generato: ricavi	11.551.914	11.813.483
	Valore economico distribuito	11.133.430	11.646.684
	a. Costi operativi	9.076.310	9.347.578
	b. Retribuzioni	1.876.866	2.034.866
	c. Benefit	59.342	69.567
	d. Pagamenti ai fornitori di capitale	52.072	82.803
	e. Pagamenti alla PA	6.447	82.803
	f. Investimenti nella comunità	62.393	29.067
	Valore economico trattenuto	418.484	166.799

Nel corso del periodo di rendicontazione l'organizzazione non ha rilevato casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti. Non sono state registrate pene pecuniarie significative* o sanzioni non monetarie.

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

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

MISSIONE E VALORI



Siamo produttori di confezioni regalo 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 elevato livello di servizio e di personalizzazione.**

La **qualità** è il **principale punto di forza dell'azienda**, affiancata da competenza e passione nel selezionare i prodotti della terra. **Socialità, Sostenibilità e Solidarietà** sono i **valori cardine**, di cui è garanzia il forte impegno diretto della famiglia, che vede oggi la terza generazione attiva in azienda.

Con l'obiettivo di veicarli in modo intuitivo anche all'utente finale, i **valori Longo** sono **rappresentati sui prodotti da un cuoricino** in carta privo di loghi, inserito in ogni pacco e confezione, che racconta le iniziative attraverso cui Longo esprime valori e principi, con particolare riguardo per la *Solidarietà*.

Se il cuoricino 2022 riportava la frase “Bambini per la pace”, il cuoricino **2023** è all'insegna di “Mettiamoci il cuore”. Illustra, infatti, il **progetto solidale di Ai.Bi. (Associazione Amici dei Bambini)** che Longo ha deciso di sostenere. L'associazione è, infatti, impegnata a garantire più di 5.000 pasti ai bambini accolti insieme alle loro mamme nei centri Ai.Bi. in Italia (v. box).

Longo, infatti, vuole trasmettere i propri valori anche ai clienti. Per questo motivo propone la possibilità di donare la confezione regalo aziendale ai più bisognosi appoggiandosi ad associazioni come il Banco Alimentare, ad esempio con la formula del “dono sospeso”.



METTIAMOCI IL CUORE: LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO TRA LONGO, AZIENDE CLIENTI E TERZO SETTORE

Con il supporto ad Ai.Bi. – Associazione Amici dei Bambini, Longo continua a confermarsi come una realtà particolarmente attenta alla solidarietà. È, infatti, uno dei più fedeli alleati nelle campagne di Natale di Amici dei Bambini. Campagne che nel 2023 hanno sostenuto il progetto Fame di Mamma, dedicato alle comunità e agli alloggi di accoglienza per mamme e bambini in difficoltà in Italia.

“Con il nostro aiuto – afferma Giovanni Longo – abbiamo contribuito a garantire cinquemila pasti nei Centri Ai.Bi. in Italia. Il simbolo che abbiamo scelto quest’anno, come l’anno scorso del resto, è il cuore. Ci siamo detti, ‘Mettiliamoci il cuore!’, un segno che abbiamo lasciato anche nelle nostre confezioni di panettoni, un cuore che è anche decorazione per l’albero di Natale. Per noi quel cuore è simbolo di impegno, di vicinanza e affetto verso tutte le mamme e i bambini in difficoltà che vogliamo aiutare a risollevarsi”.

La campagna si è concretizzata in un’ampia gamma di confezioni solidali, tra le quali il Panettone per la Pace.

Ai.Bi. – Amici dei Bambini ETS, con cui Longo collabora da anni, è un’organizzazione non governativa che opera con progetti concreti per prevenire e combattere le emergenze sociali che affliggono milioni di persone in tutto il mondo.

Sul fronte della **Socialità**, invece, Longo ha all’attivo **una collaborazione con l’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo** volta a **finanziare borse di studio per studenti meritevoli**. Nata nel 2004 dall’associazione internazionale Slow Food con la collaborazione delle regioni Piemonte ed Emilia-Romagna, l’Università di Pollenzo è un caso unico nel suo genere di ateneo interamente dedicato alla valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche.

La peculiarità dei suoi corsi attrae studenti da decine di Paesi diversi, interessati all’originale progetto formativo che, coniugando studio, pratica e viaggi didattici in tutto il mondo, consente loro di operare per sviluppare i futuri scenari del cibo. Con questo partenariato, Longo integra nella propria attenzione alla qualità crescenti contenuti di innovazione, supportati dalla più avanzata ricerca accademica.

Riguardo alla **Sostenibilità**, infine, l’azienda dimostra il proprio impegno nella lotta al cambiamento climatico a partire dalle piccole scelte quotidiane che, insieme, contribuiscono a generare un impatto significativo. Uno sforzo che si concretizza in azioni puntuali, che hanno sempre chiaro l’obiettivo di tradurre l’impegno per il pianeta in scelte tangibili, concrete e misurabili. In dettaglio, Longo ha sviluppato **un progetto di efficienza energetica** aderendo a un’iniziativa specifica di **LifeGate**, community e società benefit italiana che supporta le imprese nel migliorare la sostenibilità in termini di impatto ambientale.

Il progetto permette di calcolare, ridurre e compensare le emissioni di CO₂ generate dalle attività aziendali, contribuendo alla crescita e alla tutela delle foreste nel mondo.

Qui di seguito sono riportati i risultati ottenuti da Longo:

106 kWh	450 MILA	110 MILA	FSC
Energia prodotta dai nostri impianti fotovoltaici	Prodotti a impatto zero	Mq di foresta ripiantumati	Cataloghi certificati

Consapevole che la *Sostenibilità* si esprime nel rispetto della persona e nella promozione di una socialità sana, oltre che nel rispetto dell'ambiente, la società rimane fedele ai propri valori anche 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:

Orientamento al cliente		Concorrenza sleale		Tutela dell'ambiente		
						
Il rispetto delle persone e dei diritti fondamentali		Uguaglianza		Chiarezza e trasparenza in ogni operazione e transazione		Onestà e correttezza

IL CODICE ETICO, IL NOSTRO IMPEGNO (GRI 2-23, 205-3, 406-1)

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 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 sia 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 2021-2023 non sono state presentate segnalazioni relative a pratiche discriminatorie dei diritti umani. Inoltre, nello stesso periodo, non si sono verificati episodi di corruzione.

LONGO E LA MISURAZIONE DELLA SOSTENIBILITÀ

A seguito della richiesta di un cliente, nel 2021 la società è stata sottoposta a **un audit sociale** secondo la **metodologia SMETA** ed ha ottenuto due stelle su tre nel **rating di legalità**.



LA METODOLOGIA SMETA E IL RATING 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.

Sempre in relazione alla *governance* della sostenibilità, a **ottobre 2022** Longo ha svolto **un assessment ESG** su richiesta di un cliente. Il *rating*, svolto su piattaforma Synesgy, ha riportato un buon *score overall* con il conseguimento del livello B su una scala da A (migliori *performance* ESG) a E (minori *performance* ESG). L'assessment è stato rinnovato anche per l'anno 2023.

Synesgy è una piattaforma digitale globale che, tramite la compilazione di un questionario, approvato dalla Commissione Europea, permette alle aziende di rilevare il proprio impegno verso i temi ambientali, sociali e di *governance*. Al termine della compilazione viene generato un attestato della validità di 12 mesi. Lo strumento creato da Sinesgy permette, inoltre, alle imprese di verificare il grado di sostenibilità della propria catena di fornitura, dove si registra un alto impatto ambientale. Grazie a questo strumento si ottiene un alto livello di trasparenza nella valutazione dell'impatto del processo produttivo della *supply chain*, sulla base di parametri coerenti con le normative internazionali.



LONGO PER I CLIENTI (GRI 417-2, 418-1)

La continuità nel tempo delle attività è strettamente connessa alla soddisfazione dei clienti, che sono la ragione d'essere di ogni azienda. Longo Un Mondo di Specialità dedica la massima attenzione a soddisfare le loro aspettative e bisogni, offrendo un assortimento di prodotti di qualità e un servizio efficiente ed efficace.

Per questo l'azienda persegue il miglioramento continuo della relazione con il cliente creando un contatto diretto e un rapporto professionale, ispirato a un modello di massima affidabilità e trasparenza.

A questo fine, Longo si attiene ad alcuni principi fondamentali. Innanzitutto, **l'ascolto dei clienti** ha l'obiettivo di creare **una relazione privilegiata con ciascuno di essi**, che garantisca una continua capacità di adattarsi ai loro bisogni, anche fornendo le informazioni necessarie per effettuare segnalazioni e facendo seguire un trattamento efficace delle loro richieste.

La sicurezza alimentare e la qualità dei prodotti sono, inoltre, **un'altra priorità**. A questo scopo, nell'ambito della sua attenzione e impegno a offrire prodotti e servizi con un elevato livello di qualità, Longo si impegna a rispettare le norme nazionali e comunitarie per la salute e sicurezza del consumatore e dell'ambiente, controllando in modo sistematico eventuali rischi connessi ai prodotti.

Longo dedica un'attenzione massima al *feedback* del cliente, impegnandosi per un'immediata attivazione e risoluzione di eventuali criticità segnalate. Al momento le caratteristiche del *business* non richiedano la presenza di un sistema di servizio clienti formalizzato, ma l'azienda si sta dotando sia di una procedura di gestione dei reclami sia di una procedura di valutazione – ambientale, sociale e di prodotto – dei propri fornitori: entrambe queste attività permetteranno di garantire una ancora più accurata attenzione al cliente e alla selezione e qualità del prodotto offerto.

Per una maggiore efficacia, la **trasparenza della comunicazione si coniuga sempre più con la tecnologia**. Longo adotta **canali digitali**, tra i quali anche i profili social, per comunicare 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 prodotti in modo trasparente.

Grazie all'attenzione rivolta da Longo a questo aspetto, nel triennio 2021-2023 non si è verificato alcun caso di non conformità con le normative e/o i codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi.

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.

A seguito di questo impegno, durante l'anno di rendicontazione non sono state ricevute denunce riguardanti violazioni della *privacy* dei clienti, così come non sono state segnalate fughe, furti o perdita dei dati dei clienti.



PENSARE
SOSTENIBILE
TUTTI I GIORNI



3

LE NOSTRE PERSONE

(GRI 2-7/8/30, 401-1/2, 404-1)



LE NOSTRE PERSONE (GRI 2-7/8/30, 401-1/2, 404-1)

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.

Così come con i clienti e con i fornitori, Longo si impegna a creare una relazione solida e duratura anche con i lavoratori, puntando a rapporti lavorativi a lungo termine: quasi la metà dei dipendenti (il 47%) presenta un'anzianità compresa tra i 6 e 15 anni e oltre un quarto (il 26%) un'anzianità di oltre 16 anni.

In tabella 1 è possibile osservare la distribuzione dei dipendenti in base alle fasce d'età.

TABELLA 1
NUMERO DI DIPENDENTI PER GENERE, FASCIA D'ETÀ

Fasce d'età									
2022	<30			30 - 50			>50		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Quadri		1	1	1		1	1	3	4
Impiegati	1	3	4	4	12	16	1	3	4
Operai			0	3	4	7	5	1	6
Totale	1	4	5	8	16	24	7	7	14

Oltre che nella solidità dei rapporti di lavoro, l'attenzione di Longo verso una cittadinanza aziendale sana e consapevole è testimoniato, tra altri aspetti, dall'**equilibrio di genere** tra il personale.

Come indicato in tabella 2, sul totale di 38 dipendenti, 21 sono donne e 17 sono uomini e le donne sono prevalenti tra i responsabili di reparto (4 su 6, v. oltre). A conferma dell'impegno di Longo nel creare relazioni consistenti e durature, tutti i dipendenti sono inquadrati nel CCNL del commercio e sono assunti a tempo indeterminato *full-time*.

TABELLA 2
NUMERO DI DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO, SUDDIVISI PER GENERE

Dipendenti per contratto di lavoro	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indeterminato	13	18	31	11	18	29
Stagionali indeterminato part time verticale	4	3	7	5	9	14
Totale	17	21	38	16	27	43

TABELLA 3
NUMERO DI DIPENDENTI PER CATEGORIA DI IMPIEGO,
SUDDIVISI PER GENERE

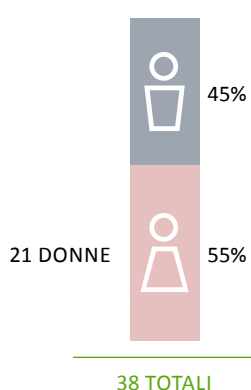
Dipendenti per categoria di lavoro	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Quadri	2	4	6	2	4	6
Impiegati	7	14	21	6	18	24
Operai	8	3	11	8	5	13
Totale	17	21	38	16	27	43

Guardando alla persona nella sua interezza, Longo si impegna anche a **garantire il rispetto dell'equilibrio tra vita personale e lavorativa in base alle esigenze personali**, attuando la flessibilità sia con opzioni di *smart working* sia tramite l'orario di entrata.

Anche nel 2023, nell'ambito del *welfare* aziendale, è stata inoltre rinnovata l'assicurazione sanitaria integrativa a favore degli impiegati di primo e secondo livello e sono stati erogati dei buoni spesa del valore di 500 euro a ciascun dipendente.

La profonda attenzione di Longo verso il benessere e crescita professionale dei propri collaboratori si concretizza anche nei corsi di formazione e aggiornamento previsti dalla legge, a cui sono regolarmente iscritti tutti i dipendenti, a prescindere dall'età, dal sesso e dal ruolo.

DIPENDENTI



In un settore con forti caratteristiche di stagionalità come quello in cui opera Longo, è essenziale anche l’apporto dei dipendenti saltuari. Questi ultimi si suddividono in due categorie: stagionali “fissi”, con un contratto *part-time* a tempo indeterminato che si ripete ogni anno da ottobre a dicembre, e gli stagionali “volanti”, che possono essere chiamati da Longo in base al carico lavorativo, nel periodo tra ottobre e dicembre.

Nel 2023, l’apporto complessivo delle ore lavorate nei mesi di ottobre, novembre e dicembre dagli stagionali ricorrenti è stato pari a 35.715 ore.

Le feste natalizie sono, infatti, il periodo di maggiore intensità per i regali aziendali. In generale, gli stagionali iniziano, quindi, ad essere assunti da fine settembre fino a Natale con contratti a tempo determinato che possono essere a ore, giornalieri o mensili.

Qui di seguito, in tabella 4, viene riportato il numero di dipendenti stagionali per l’anno 2023.

TABELLA 4
NUMERO DI DIPENDENTI STAGIONALI

Dipendenti stagionali	Totale 2023	Totale 2022
Apprendisti	1	4
Stagionali ottobre	20	45
Stagionali novembre	93	114
Stagionali dicembre	93	108

L’azienda si avvale, inoltre, di agenti esterni di vendita, inquadrati come agenti di commercio, che riportano regolarmente riguardo alle loro attività. Il lieve calo nel ricorso agli stagionali nel mese di dicembre 2023 rispetto al 2022 si deve principalmente a una diversa organizzazione del lavoro, che ha consentito di gestire volumi di prodotto simili con una razionalizzazione delle risorse.

IL TURNOVER (GRI 401-1)

Come si evince dalle tabelle, nel corso del 2023 **il tasso di turnover è in linea con le caratteristiche del settore** e con le aziende di questa dimensione. Nel dettaglio, nel 2023 si registrano 2 assunzioni, entrambi uomini, e 6 dipendenti in uscita (2 uomini e 4 donne) per dimissioni e pensionamento.

TABELLA 5
NUMERO TOTALE DI NUOVE ASSUNZIONI
SUDDIVISE PER GENERE E FASCE D'ETÀ

Nuove assunzioni (1)	Nuove assunzioni					
	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<30	2		2		1	1
30-50			0	1	2	3
>50			0	1		1
Totale	2	0	2	2	3	5

TABELLA 6
NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI USCITI
SUDDIVISI PER GENERE E FASCE D'ETÀ

Dipendenti usciti (1)	Dipendenti usciti					
	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<30		1	1		1	1
30-50	1	1	2	1	1	2
>50	1	2	3	1		1
Totale	2	4	6	2	2	4

TABELLA 7
TURNOVER COMPLESSIVO DEI DIPENDENTI DI LONGO
SUDDIVISO PER GENERE E FASCIA D'ETÀ

% Turnover	Turnover complessivo		
	2023		
	Uomini	Donne	Totale
<30	100%	40%	66,67%
30-50	18,18%	9,52%	12,50%
>50	9,52%	20%	14,63%
Totale	22,22%	17,39%	19,51%

SALUTE E SICUREZZA: UNA PRIORITÀ ASSOLUTA

(GRI 403-1/2/3/4/5/6/7/8/9/10)

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 i dipendenti sono coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro e, per i primi livelli, è prevista una polizza assicurativa integrativa.

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

In aggiunta, Longo ha effettuato una valutazione dei rischi in magazzino, messo totalmente in sicurezza con diversi interventi. Tra questi, 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, lo stato del magazzino e dei vari dispositivi di sicurezza viene verificato periodicamente 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 a identificare i **preposti per ciascun reparto**, qualifica ottenuta a seguito di un corso: i preposti si occupano di comunicare con i dipendenti, guidarli, gestire e monitorare la situazione anche in caso di emergenza.

Dove si identifica una necessità formativa specifica per i dipendenti, Longo eroga corsi di formazione volti a garantire la prevenzione e il corretto svolgimento delle mansioni. Nel 2023, in dettaglio, è stato erogato un corso di formazione della durata di 4 ore relativo alla gestione e utilizzo di carrelli elevatori.

In tema di salute e sicurezza, come in tutti gli aspetti della relazione tra azienda e lavoratori, 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.



PENSARE
SOSTENIBILE
TUTTI I GIORNI



4

**FORNITORI, TERRITORIO
E CIRCOLARITÀ**
DA SEMPRE NEL DNA DI LONGO
(GRI 2-6,204-1)



FORNITORI, TERRITORIO E CIRCOLARITÀ, DA SEMPRE NEL DNA DI LONGO

(GRI 2-6, 204-1)

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 nei 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**. Sono fornitori storici con i quali esistono regolari rapporti personali diretti da oltre vent'anni. Ne è un esempio la fornitura di nastri, carta e relativi accessori. Situata in un territorio dove sono presenti numerose cartiere, Longo conta su fornitori tutti localizzati in un raggio di 15-20 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. Inoltre, il 75% dei dipendenti stagionali proviene da Legnano e dintorni e l'azienda può contare su una fitta rete di collaborazioni, con cooperative sociali della zona.

Relativamente ai fornitori di *food and beverage*, Longo si avvale di **partner su tutto il territorio italiano**, con un focus sulle specialità 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 6.900.000 euro, inteso come totale di acquisti annui tra beni e servizi. I fornitori sono quasi tutti italiani, mentre solo il 10% è dedicato ad acquisti di prodotti esteri, prevalentemente vini e champagne e prosciutto iberico.

Durante tutto l'anno Longo si dedica con **estrema attenzione alla selezione** di nuovi fornitori e dei loro prodotti, in particolare vini e specialità dell'artigianato alimentare che rappresentino al meglio la cultura agricola e la biodiversità del territorio. Anche i nuovi fornitori derivano dalla ricerca da rapporti diretti, instaurati tramite fiere di settore o referenziazione. La selezione avviene testando il prodotto ed effettuando visite in loco.

Sia con i *partner* più consolidati sia con quelli più recenti, Longo privilegia collaborazioni con realtà autentiche e genuine, che adottano approcci sostenibili e che garantiscano rispetto del territorio, innovazione e competenza. Accanto ai nomi di prestigio, la maggior parte dei fornitori è costituita da aziende a conduzione familiare distribuite su tutto il territorio, portavoce dei valori e della cultura enogastronomica della propria regione.

Oltre alla qualità e la tradizione, questa attenzione alla territorialità mira anche a garantire che la produzione sia condotta in modo da minimizzare l'impatto ambientale. Oggi, infatti, il mercato è sensibile all'adozione di processi e tecniche di produzione che riducano gli effetti negativi sull'ambiente, e in particolare sul cambiamento climatico, oltre che all'utilizzo di materiali ecocompatibili. Un campo in cui Longo si impegna attivamente, impiegando una notevole percentuale di materiali riciclati o derivati da fonti FSC (v. sopra) per le confezioni esterne, e progettando scatole durevoli ed esteticamente piacevoli, pensate per vivere una seconda vita dopo essere state utilizzate per i regali, in un ciclo virtuoso di riutilizzo. In quest'ottica, anno dopo anno è stato progressivamente diminuito l'uso della plastica, sostituita con la carta: l'imballaggio secondario, se necessario, è stato sostituito, mentre le pellicole in plastica, se necessarie, sono state rese più sottili, con un minor utilizzo di materiale e, quindi, minore consumo di risorse e generazione di rifiuti.

Sempre nella prospettiva di un rapporto diretto con i *partner* commerciali basato sul dialogo, ascolto e confronto, nel 2023 sono stati organizzati tre eventi principali presso sedi di fornitori, occasione d'incontro tra questi ultimi e clienti selezionati: Ca' del Bosco e Bellavista, cantine situate ad Erbusco in provincia di Brescia, e Tenuta di Fiorano, una cantina di Roma.



5

LONGO PER LA COMUNITÀ (GRI 2-28)



LONGO PER LA COMUNITÀ (GRI 2-28)

Oltre che tramite la creazione di valore economico, Longo genera **un impatto positivo sulla comunità**, instaurando **numerose collaborazioni con organizzazioni locali volte a sostenere progetti di solidarietà**. Attraverso queste iniziative Longo non solo contribuisce allo sviluppo del territorio, ma favorisce anche la crescita aziendale, dando vita a ulteriore valore condiviso per tutti gli *stakeholder*. Scopo ultimo è produrre un impatto positivo e duraturo nel tempo.

Tra le **diverse partnership** si segnalano: Caritas di San Giorgio su Legnano, Croce Rossa di Gallarate e di Legnano, asili del territorio, Caritas, l'associazione di volontariato Mato Grosso, PIME di Busto Arsizio, Fondazione Tavecchio, Cooperativa Sociale La Ruota di Castellanza impegnata nel dare lavoro ai profughi. La principale modalità di sostegno è attraverso la proposta ai clienti, da parte di Longo, di donare confezioni regalo o tramite la modalità delle confezioni "in sospeso".

Tradizione ormai storica è, inoltre, la donazione dei panettoni non utilizzati nella preparazione delle confezioni natalizie, che ha permesso lo sviluppo negli anni di collaborazioni puntuali e mirate con diverse associazioni.

Si riportano di seguito alcuni esempi.

Dal 2019 Longo collabora con **LifeGate**, un compagno di viaggio *green* con cui ogni anno viene selezionato un progetto a cui aderire. Nell'anno di rendicontazione, in particolare, Longo ha aderito a un progetto che si avvale di un sistema innovativo per calcolare, ridurre e compensare le emissioni di CO₂ generate dalle attività aziendali. Il sistema contribuisce alla crescita e tutela delle foreste nel mondo, finanziando progetti certificati per la salvaguardia del clima e dell'ambiente.

Anche **nel 2023** Longo ha rinnovato, inoltre, il proprio **supporto ad Ai.Bi. - Amici dei Bambini ETS** (v. sopra).

Consapevole dell'importanza di supportare i giovani talenti, **dal 2020 Longo** è anche **socio sostenitore dell'Università di Studi Gastronomici di Pollenzo** (v. sopra). 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.

Sempre nell'ambito dell'attenzione verso i giovani, nel 2023 Longo ha accolto 8 studenti e studentesse di una scuola superiore di Busto Arsizio. Ragazze e ragazzi hanno partecipato a un corso di formazione professionale della durata di otto ore, che ha permesso loro di conoscere da vicino la realtà di Longo e di avvicinarsi al mondo del lavoro.

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.

Per celebrare in modo anche conviviale la relazione con dipendenti e *stakeholder*, Longo organizza ogni anno due eventi: uno dedicato agli agenti e un altro a dipendenti e consulenti. Un momento di condivisione e approfondimento di temi didattici e turistici, che permette di discutere i risultati raggiunti e gli 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 57 sterline in totale, di cui quattro nel 2023.





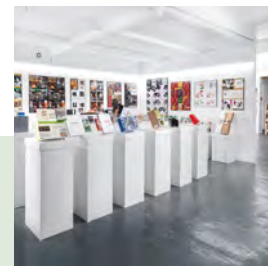
SPAZIO LONGO: IL RACCONTO DELLA FAMIGLIA LONGO, DAL 1961

Nel 2022 nasce “Spazio Longo”, un luogo espositivo che racconta la storia dell’azienda e della famiglia dalle sue origini fino ai successi attuali. Tra le sue mura conserva fotografie, cataloghi, eventi e progetti di lavoro, insieme a opere d’arte realizzate su cofanetti e casse di legno. Anche grazie al connubio tra arte e vino, in questo spazio si racconta la storia della famiglia dal 1961 e la nascita e crescita dell’azienda, fino ai giorni nostri. Uno spazio di valore anche storico, poiché qui in origine si trovava la cantina, costruita dal fondatore Consiglio nel 1967, per lo stoccaggio e l’imbottigliamento del vino sfuso.

Percorrendo queste sale si va alla scoperta di un susseguirsi di fotografie che celebrano i momenti più significativi della famiglia, i cataloghi più rappresentativi, eventi e lavori che hanno caratterizzato i successi di questi oltre 60 anni di attività. Testimonianze che si alternano a opere d’arte realizzate su cofanetti e casse di legno da artisti che hanno voluto contribuire alla creazione di questo spazio unico nel suo genere.

Già nel 2023 Spazio Longo ha ospitato diversi eventi privati, ma per il 2024 è previsto un programma ancora più ricco, anche in vista dell’evoluzione in un autentico museo d’impresa.

A questo link è possibile effettuare il tour virtuale dello Spazio <https://bit.ly/SpazioLongo>



Nell’ambito dei rapporti istituzionali, la società aderisce a Confcommercio, l’organismo italiano di rappresentanza delle imprese impegnate nel commercio e nei servizi.



LONGO PER GLI ALTRI NEL 2023

Da sempre radicata nel territorio e nata da un’intuizione personale e familiare legata alla terra, Longo è fortemente consapevole dell’importanza di generare un impatto positivo sia a livello locale, sia nell’ambito di comunità più ampie. Per questo nel 2023 ha contribuito a iniziative di creazione di valore sociale in Lombardia e in Italia.

UNITI PER LA ROMAGNA

Nel mese di maggio 2023 la Romagna è stata colpita da un’alluvione che ha causato gravi danni alla popolazione e alle coltivazioni locali. Sensibile a tutto ciò che riguarda i territori e le comunità, Longo ha deciso di offrire un aiuto concreto: un gesto fondamentale per ridare speranza.

Su richiesta dei clienti, una parte dei ricavi delle confezioni regalo è stata donata a sostegno dell’associazione Assieme per la Salina, che si occupa di ricostruzione ambientale ed economica della Salina di Cervia. L’alluvione ha avuto, infatti, un impatto devastante, sciogliendo il prezioso sale e lasciando profonde cicatrici.

Con l’obiettivo di sensibilizzare anche l’utente finale, in ogni confezione è stato incluso un pieghevole esplicativo. Sono stati, inoltre, selezionati prodotti e produttori provenienti dalle zone colpite, in modo che gli assortimenti ad hoc in base alle singole esigenze, punto forte dell’offerta Longo, contribuissero anche a sostenere la Romagna.





LA CONFEZIONE CON PIZZAUT PER “NUTRIRE L’INCLUSIONE”

In collaborazione con PizzAut, progetto per l’occupabilità di ragazze e ragazzi autistici in una catena di pizzerie dedicate, Longo ha realizzato una confezione contenente tutti gli ingredienti necessari per la preparazione di una classica pizza Margherita. Con questo progetto Longo contribuisce alle attività di PizzAut volte a promuovere una maggiore sensibilità e comprensione verso le persone con disturbi dello spettro autistico, un’esigenza sempre più urgente per garantire loro migliori condizioni di vita e una piena inclusione sociale.



PizzAut dispone attualmente di due pizzerie, situate rispettivamente a Monza e a Cassina de’ Pecchi (Milano), interamente gestite da ragazzi con autismo. Il progetto è stato avviato grazie all’iniziativa di un padre, desideroso di offrire un futuro lavorativo e sociale al proprio figlio, affetto da autismo. L’obiettivo è fornire ai giovani con disturbi dello spettro autistico l’opportunità di inserirsi nel mondo del lavoro e sviluppare relazioni interpersonali, contribuendo alla loro crescita personale e al loro benessere.

Attraverso questa collaborazione, Longo supporta l’importanza di creare e rafforzare una rete integrata di servizi, fondamentale per offrire un’assistenza adeguata e sostenibile a queste persone, contribuendo così alla lotta contro il pregiudizio e favorendo l’inclusione sociale.

IL PRIMO OLIO A RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE, UNA SCELTA IMPORTANTE

Boniviri è una società benefit certificata, che si impegna a portare in tavola prodotti salutari e sostenibili. Nella sua vasta gamma di prodotti, Longo ha selezionato l’olio extravergine di oliva.

Boniviri raccoglie produttori di olio extravergine di oliva di qualità, impegnati nella produzione responsabile di eccellenze locali, per avvicinarli ai consumatori alla ricerca di prodotti di altissimo livello, sostenibili sotto il profilo ambientale e sociale.

L’obiettivo è creare valore sociale e ambientale attraverso il cibo. Con questa scelta, Longo sposa lo stesso impegno: una scelta sana che contribuisce a creare un futuro migliore. Le emissioni di CO₂ dell’intera filiera dell’olio Boniviri sono calcolate e azzerate con progetti di riforestazione sul territorio nazionale, dando vita al primo olio extravergine carbon neutral in Italia.

In ottica di economia circolare, la confezione è inoltre realizzata in carta riciclata e il logo personalizzato dell’azienda è realizzato in modo da poter diventare un segnalibro.





6

AMBIENTE, IL FUTURO DI TUTTI NOI

(GRI 301-2)



AMBIENTE, IL FUTURO DI TUTTI NOI (GRI 301-2)

Per Longo, la **sostenibilità** non è un concetto astratto, ma un **comportamento quotidiano**. Anche se la natura delle attività non genera impatti ambientali rilevanti, insieme a tutto il team di collaboratori Longo si sforza di fare scelte responsabili, promuovendo un sistema produttivo che minimizzi il più possibile l'impatto sull'ambiente. Per questo è stato avviato **un monitoraggio di determinati indicatori ambientali, destinato a proseguire nel tempo**.

In particolare, la costante attenzione alle questioni ambientali e l'impegno quotidiano della proprietà, dei dipendenti e dei collaboratori permettono a Longo di rispettare le leggi e le normative ambientali. Nell'anno di rendicontazione non è stata riscontrata alcuna non conformità.

ENERGIA ED EMISSIONI GHG (GRI 302-1, 305-1/2)

Oggi anche per le aziende a conduzione familiare, come per le organizzazioni di qualsiasi dimensione, è fondamentale utilizzare l'energia nel modo più efficiente possibile e preferire fonti energetiche rinnovabili. Questo approccio è cruciale per combattere il cambiamento climatico, minimizzando l'impronta ambientale complessiva.

Le tre forme di energia impiegate da Longo sono il gas naturale, il gasolio per motori diesel e l'elettricità. Quest'ultima è la principale fonte energetica in termini di consumi (misurati in GJ), in quanto utilizzata per diverse funzioni, tra le quali ventilazione, illuminazione, ricarica dei carrelli elevatori e funzionamento del server. Il gas naturale, usato per il riscaldamento degli uffici e dell'area di confezionamento nei magazzini, è la seconda fonte energetica per consumo. Il gasolio viene, infine, utilizzato per tre veicoli aziendali con motore diesel, dedicati alle consegne e agli spostamenti.

FIGURA 1
ENERGIA CONSUMATA NEL 2023 [%]

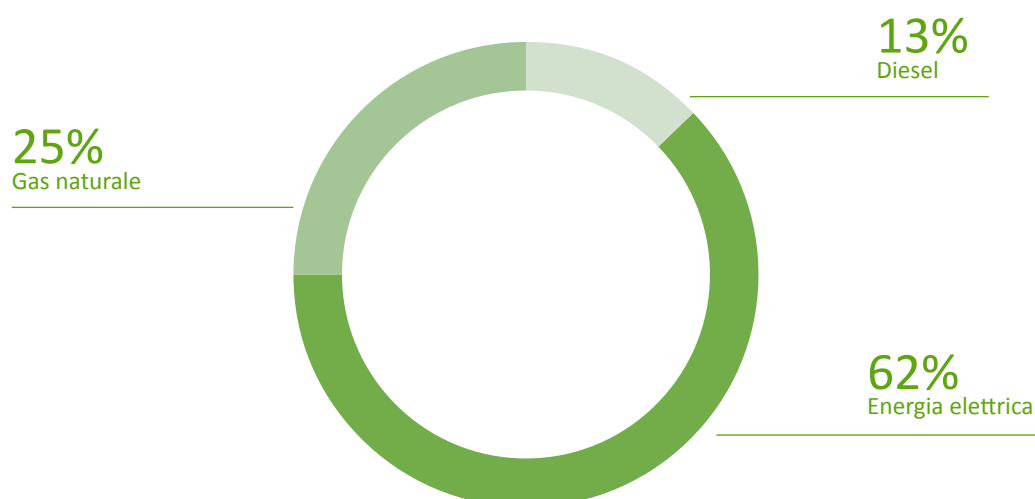


TABELLA 8
ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	u.m.	2023	2022
	Fonti da fonti di energia non rinnovabili	GJ	929,38	973,37
	Gas naturale	GJ	266,36	237,41
	Gasolio	GJ	141,03	138,68
	Energia elettrica acquistata	GJ	521,99	597,28
	Fonti da fonti di energia rinnovabili	GJ	132,03	147,26
	Energia elettrica autoprodotta da fotovoltaico	GJ	132,03	147,26
	Energia Totale consumata	GJ	1.061,41	1.120,63

Nell'ambito del proprio percorso di transizione verso l'uso di **energie più sostenibili**, Longo ha installato **due impianti fotovoltaici**. Il primo, da 100 kW, si trova sul tetto del magazzino in via Legnano, mentre il secondo, da 6 kW, è posizionato sulla sede di via Viscarda. L'energia elettrica autoprodotta e non utilizzata viene valorizzata attraverso il servizio GSE (Gestore dei Servizi Energetici) con la modalità di "scambio sul posto": il sistema elettrico nazionale conteggia, cioè, come virtualmente immagazzinata in loco l'energia elettrica autoprodotta ma non consumata.

Nel 2023, questi impianti hanno generato **95.596 kWh di energia**, di cui il 38% è stata autoconsumata. L'energia proveniente da fonti rinnovabili ha coperto il 12% del fabbisogno energetico totale, misurato in Gigajoule (GJ).

Già dal 2017 Longo ha intrapreso ulteriori passi verso la riduzione dei consumi energetici, installando lampade a LED nel laboratorio di confezionamento, nell'ufficio del magazzino e nelle aree esterne. Il processo di sostituzione delle luci nei magazzini è ancora in corso e si sta valutando di estendere l'uso di questi corpi illuminanti anche agli uffici di via Viscarda.

Longo incoraggia anche i suoi dipendenti a seguire buone pratiche per ridurre il consumo di energia e, quindi, minimizzare l'impronta sul cambiamento climatico, come spegnere stampanti, luci e computer alla fine della giornata lavorativa.

Il presente report fornisce dati sulle emissioni dirette di gas serra (GHG) derivanti dalla combustione di gas naturale e del gasolio utilizzato nei veicoli diesel aziendali. Le emissioni indirette di GHG sono invece legate all'acquisto di energia elettrica.

Nel 2023 le emissioni dirette di gas serra costituiscono il 37% delle emissioni totali, pari a 24,96 tCO₂, mentre le emissioni indirette di gas serra derivanti dal consumo di energia rappresentano il 63% delle emissioni totali, pari a 42,53 tCO₂ (considerando il metodo *location-based*). Vedere il riquadro in pagina per maggiori dettagli su emissioni dirette e indirette e sui metodi di misurazione.

FIGURA 2
TOTALE EMISSIONI SCOPE 1 E SCOPE 2 (LOCATION-BASED) NEL 2023

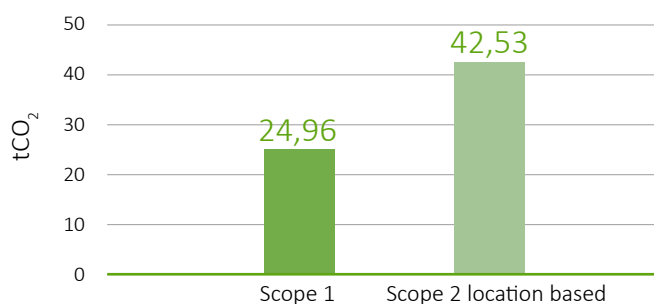


TABELLA 9
EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) E INDIRETTE (SCOPE 2) DI GHG

GRI 305-1, 305-2	Emissioni dirette (scope 1) e indirette (scope 2) di GHG	u.m.	2023	2022
	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	tCO ₂	24,96	23,21
	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) <i>location-based</i>	tCO ₂	42,53	48,66
	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) <i>market-based</i>	tCO ₂	72,58	75,85
	Totale delle emissioni di GHG <i>location-based</i>	tCO₂	67,49	71,87
	Totale delle emissioni di GHG <i>market-based</i>	tCO₂	97,54	99,06



EMISSIONI GHG DIRETTE E INDIRETTE: QUALE DIFFERENZA E COME MISURARLE?

Le emissioni di gas a effetto serra (GHG) possono essere dirette o indirette e vengono misurate e rendicontate in due differenti ambiti, detti Scope. Le emissioni dirette (*Scope 1*) sono tutte le emissioni di GHG provenienti da attività proprie o controllate dall'organizzazione e che ricadono, quindi, all'interno dei confini organizzativi.

Tra queste, le emissioni da combustibili di fonti stazionarie, come le caldaie e di veicoli di proprietà, oltre alle emissioni di idrofluorocarburi (HFC) dalle apparecchiature di refrigerazione e condizionamento dell'aria. Le emissioni indirette da consumi energetici (*Scope 2*) derivano dalla combustione associata alla produzione di energia finale per elettricità, calore, vapore, raffreddamento e aria compressa, acquistata e consumata dall'organizzazione.

Queste 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 l'assenza di una 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* (un riferimento al mix medio del Paese) se il livello di intensità delle emissioni non è specificato contrattualmente.



UN PROGETTO DI RESPONSABILITÀ ANCORA PIÙ INNOVATIVO: LA SOSTENIBILITÀ DIGITALE

Essere sostenibili e responsabili significa anche utilizzare le tecnologie più innovative e, in particolare, **valorizzare la transizione digitale, per minimizzare gli impatti negativi** e amplificare quelli positivi. È con questa filosofia che, **nel 2023**, Longo ha avviato un progetto innovativo **per valutare e ridurre le emissioni di CO₂ generate dal sito web**. Un'iniziativa nata dalla consapevolezza dell'importante impatto che possono avere anche le attività digitali sull'ambiente e dal forte desiderio di minimizzarlo.

Un'iniziativa pionieristica, se si considera come non sia ancora molto diffusa, tanto tra le aziende come tra i consumatori, la consapevolezza di quanto l'uso della Rete generi emissioni di CO₂: sia a causa di metodi poco efficienti impiegati nella creazione dei siti web, sia a causa dei combustibili fossili utilizzati per produrre energia. Quest'ultima è utilizzata in prevalenza per alimentare i server e le infrastrutture di rete, i sistemi di raffreddamento dei data center e i dispositivi finali utilizzati dagli utenti.

Per dare concretezza a questo progetto Longo si è affidata a **Karma Metrix**, società che aiuta le aziende a rafforzare la sostenibilità digitale misurando, certificando e migliorando l'impatto ambientale dei loro siti web. Longo ha condotto **un'analisi dettagliata dell'impatto sul cambiamento climatico del proprio sito**, tenendo conto sia della posizione geografica degli utenti sia del mix energetico¹ italiano. Questo ha permesso di calcolare l'impronta di carbonio delle 100 pagine più visualizzate (su desktop e dispositivi mobili) nel periodo da settembre 2023 a maggio 2024, dato che ha fornito poi una base solida per stimare la CO₂ totale del sito.

Le emissioni totali sono risultate pari a 0,12 tCO₂, equivalenti a 1,02 g per visualizzazione di pagina. La pagina con un impatto maggiore è risultata essere la pagina principale (<https://www.longospeciality.it/>) che ha prodotto da desktop 27,9 kg CO₂, mentre da dispositivi mobili l'impatto è risultato pari a 12,5 kg CO₂.

A seguito dell'assessment effettuato e dato il livello di sostenibilità digitale del campione analizzato, **Longo ha ottenuto il sigillo CO₂ Verified Website²**.

1. Il mix energetico è l'insieme delle fonti di energia primaria (es. petrolio, carbone, nucleare, rinnovabili) utilizzate da un'area geografica per la produzione di energia elettrica.
2. Il sigillo CO₂e Verified Website viene rilasciato da Karma Metrix nel caso in cui la media ponderata dei valori delle emissioni unitarie delle pagine del campione sia superiore alla soglia stabilita a 1 g di CO₂e; se il risultato è inferiore viene rilasciato il sigillo Energy Efficient Website.

MATERIALI E RIFIUTI, DA SCARTO A RISORSA (GRI 301-1, 306-1/2/3)

Nel processo di produzione dei pacchi 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 carta e cartone, plastica e materiali compositi. L'azienda è molto attenta a separare correttamente carta e cartone, in quanto questi rifiuti provenienti dagli imballaggi sono presi in carico da un ente terzo che si occupa della raccolta e invio a riciclo. Grazie a questa attenzione, 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.

Longo impiega **bancali** per mantenere in ordine e sollevate le materie prime e i prodotti finiti nei propri magazzini. L'azienda è sempre attenta a **riutilizzarli** e, per prolungarne la vita utile, ne gestisce internamente la riparazione, in modo da renderli nuovamente adatti al trasporto delle merci minimizzando l'impatto ambientale della riparazione. Nel 2023 sono stati impiegati circa 6.500 bancali e ne sono stati riparati all'incirca 800, più del 12%.

Negli uffici sono presenti contenitori specifici per la **raccolta differenziata** e il processo di smaltimento è gestito da un'azienda di pulizie specializzata.

TABELLA 10
MATERIALI UTILIZZATI PER IL PACKAGING PER PESO

GRI 301-1	Materiali utilizzati per il packaging per peso	u.m.	2023	2022
	Materiali rinnovabili	t	290,66	250
	Cartone	t	280	250
	Scatole di legno per il vino	t	10,66	0
	Materiali non rinnovabili	t	20,75	20,55
	Film plastico	t	4,75	4,30
	Chips di polistirene espanso	t	0,30	0,55
	Paglietta carta per imballi	t	15,70	15,70
	Totale	t	311,41	271

TABELLA 11
RIFIUTI GENERATI

GRI 306-3	Rifiuti generati	u.m.	2023	2022
	Peso totale dei rifiuti generati	t	75,95	118,20
	Rifiuti pericolosi	t	0	0
	Rifiuti non pericolosi	t	75,95	118,20

IL PROFILO DEL REPORT, UNA SCELTA DI TRASPARENZA (GRI 2-1/2/3/4/5)

Il presente documento rappresenta il Bilancio di Sostenibilità 2023 di Longo Un Mondo di Specialità S.r.l.

Il Bilancio contiene **informazioni utili** per fornire **agli stakeholder una visione accurata, esaustiva e trasparente delle attività intraprese, delle strategie, dell'andamento aziendale e dei risultati conseguiti** dalla Società nel garantire la propria crescita economica e lo sviluppo del *business*, tenendo in considerazione le aspettative degli *stakeholder* coinvolti e ricercando il miglioramento continuo degli impatti ambientali e sociali generati dalle proprie attività.

Il documento è stato redatto **with reference to** alle linee guida dei **Global Reporting Initiative Sustainability Standards (GRI Standards)**, pubblicati nel 2021 dalla *Global Reporting Initiative (GRI)*, l'organismo indipendente che definisce le linee guida per la rendicontazione non finanziaria. Il dettaglio degli indicatori rendicontati è riportato nella tabella *Indice dei Contenuti GRI* (allegato 4). Questa edizione non è stata sottoposta ad assurance esterna.

Il Bilancio riporta i risultati dell'esercizio 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2023) in ambito economico, sociale e ambientale, così come avviene all'interno del bilancio civilistico.

Con l'obiettivo di garantire la massima affidabilità dei dati e delle informazioni riportate, è stato privilegiato l'inserimento di grandezze direttamente misurabili ed è stato evitato il più possibile il ricorso a stime che, dove presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili. Il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni economiche, ambientali e sociali si riferisce a Longo Un Mondo di Specialità S.r.l. con sede in Via Viscarda, 22 - 20034 San Giorgio su Legnano (MI) e corrisponde al perimetro del bilancio finanziario dell'organizzazione.

In conformità col principio di rilevanza, o "materialità", i contenuti oggetto della rendicontazione sono stati definiti dall'azienda a partire dai risultati di un'analisi (v. par. precedente) che ha permesso di identificare le tematiche più rilevanti per l'azienda e i suoi *stakeholder*.

Il Bilancio di Sostenibilità 2023 di Longo è pubblicato nel mese di dicembre 2024 e reso disponibile sulla pagina web dell'azienda sotto la voce "sostenibilità". Per maggiori informazioni o commenti al presente documento è possibile inviare una richiesta a info@longospeciality.it.

ALLEGATO 1: COEFFICIENTI

FATTORI DI CONVERSIONE

Fattore di conversione			2022	2023	Fonte 2022	2023
Gas naturale	Densità	kg/m ³	0,794	0,795	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022, natural gas	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, natural gas
	Potere calorifico inferiore	GJ/t	45,195	45,522	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022, natural gas	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, natural gas
Diesel	Densità	l/t	1158,78	1200,716	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022, Diesel average biofuel blend	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Diesel average biofuel blend
	Potere calorifico inferiore	GJ/t	42,60	42,73	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022, Diesel average biofuel blend	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Diesel average biofuel blend

FATTORI DI EMISSIONE

Fattore di emissione			2022	2023	Fonte 2022	2023
Energia elettrica (location-based)	gCO ₂ /kWh	293,30	293,30	Rapporto ISPRA 386/2023, Tabella 1.13, consumi elettrici, 2022	Rapporto ISPRA 386/2023, Tabella 1.13, consumi elettrici, 2022	
Energia elettrica (market-based)	gCO ₂ /kWh	457,15	500,57	European Residual Mixes 2022 Association of Issuing Bodies, Table 2, IT	European Residual Mixes 2023 Association of Issuing Bodies, Table 2, IT	
Gas naturale	kgCO ₂ e/m ³	2,01	2,04	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022, Natural gas	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Natural gas	
Diesel	kgCO ₂ e/l	2,55	2,51	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2022, Diesel average biofuel blend	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Diesel average biofuel blend	



ALLEGATO 2: INDICE DEI CONTENUTI GRI

A seguire l'indice dei contenuti GRI.

Dichiarazione d'uso	Longo Un Mondo di Specialità S.r.l ha riferito in conformità con gli standard GRI per il periodo 1 gennaio 2023 – 31 dicembre 2023.	
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021	
Standard di settore GRI applicabili	N.A.	
STANDARD GRI	DISCLOSURE	POSIZIONE
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	3. Governance, etica e integrità - Il profilo del report, una scelta di trasparenza
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	3. Governance, etica e integrità - Il profilo del report, una scelta di trasparenza
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Il profilo del report, una scelta di trasparenza
	2-4 Revisione delle informazioni	Il profilo del report, una scelta di trasparenza
	2-5 Assurance esterna	Il profilo del report, una scelta di trasparenza
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	La regalistica - 4. Fornitori, territorio e circolarità
	2-7 Dipendenti	6. Le nostre persone
	2-8 Lavoratori non dipendenti	6. Le nostre persone
	2-9 Struttura e composizione della governance	3. Governance, etica e integrità
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1. Lettera agli stakeholder
	2-23 Impegno in termini di policy	Codice etico
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	3. Governance, etica e integrità
	2-28 Appartenenza ad associazioni	7. Iniziative per la comunità
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Allegato 2 - Nota metodologica	
2-30 Contratti collettivi	6. Le nostre persone	
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Allegato 2 – Nota metodologica
	3-2 Elenco dei temi materiali	Allegato 2 – Nota metodologica
	3-3 Gestione dei temi materiali	Allegato 2 – Nota metodologica
GRI 201: Performance Economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	3. Governance, etica e integrità
GRI 204: Prassi di Approvvigionamento 2016	204-1 Proporzioni della spesa effettuata a favore di fornitori locali	4. Fornitori, territorio e circolarità



ALLEGATO 2: INDICE DEI CONTENUTI GRI

STANDARD GRI	DISCLOSURE	POSIZIONE
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	Codice etico
GRI 301: Materiali 2016	301-2 Materiali di ingresso riciclati utilizzati	5. Ambiente
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	Energia ed emissioni GHG
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	Energia ed emissioni GHG
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	Energia ed emissioni GHG
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	Rifiuti
	306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	Rifiuti
	306-3 Rifiuti generati	Rifiuti
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	6. Le nostre persone
	401-2 Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time	6. Le nostre persone
GRI 403: Salute e Sicurezza sul Lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza
	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	Salute e sicurezza
	403-3 Servizi per la salute professionale	Salute e sicurezza
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	Salute e sicurezza
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Salute e sicurezza
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	Salute e sicurezza
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Salute e sicurezza
	403-9 Infortuni sul lavoro	Salute e sicurezza
	403-10 Malattia professionale	Salute e sicurezza
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	6. Le nostre persone

ALLEGATO 2: INDICE DEI CONTENUTI GRI

STANDARD GRI	DISCLOSURE	POSIZIONE
GRI 405: Diversità e Pari Opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	3. Governance, etica e integrità
GRI 406: Non Discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Codice etico
GRI 416: Salute e Sicurezza dei Clienti 2016	416-2 Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	3. Governance, etica e integrità
GRI 417: Marketing ed Etichettatura 2016	417-2 Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi	Longo per i clienti
GRI 418: Privacy dei Clienti 2016	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	Longo per i clienti



Longo Un Mondo di Specialità Srl

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

Tel. +39 0331 402194

info@longospeciality.it

www.longospeciality.it