

REPORT DI SOSTENIBILITÀ

2025



PENSARE SOSTENIBILE TUTTI I GIORNI



REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2025

L'equilibrio

è la chiave per custodire
la fiducia, generare impatto positivo
e contribuire concretamente agli obiettivi
globali dell'Agenda 2030.

Tutto parte da qui.

Gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
guidano il nostro impegno verso un futuro
più equilibrato e responsabile.

Per Longo, la sostenibilità nasce
dal bilanciare valori e azioni, mettendo
in equilibrio le proprie competenze,
i principi e la capacità di evolvere.

INDICE

Lettera agli stakeholder	3
➤ 1 L'azienda: tradizione e innovazione a servizio del territorio	4
1.1 Un percorso di crescita fondato su valori e territorio	5
1.2 Enoteca Longo: il punto di incontro tra tradizione e cliente	6
1.3 Dall'Enoteca al Mondo di Specialità	8
1.4 La regalistica aziendale enogastronomica	12
➤ 2 Il nostro percorso di sostenibilità: il dialogo con gli stakeholder e l'analisi di materialità	17
2.1 L'analisi di materialità	18
2.2 I 17 Sustainable Development Goals	22
➤ 3 Governance, etica e integrità	24
3.1 Una governance solida e responsabile	25
3.2 Missione e valori	27
3.3 Un impegno chiaro: il nostro Codice Etico	30
3.4 Il valore della relazione con i clienti	33
➤ 4 Le nostre persone	34
4.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta	38
4.2 Formazione- Implementazione AI nelle Funzioni Aziendali	40
➤ 5 Fornitori, territorio e circolarità, da sempre nel DNA di Longo	41
➤ 6 Longo per la comunità	44
➤ 7 Ambiente, attenzione quotidiana	48
7.1 Consumi energetici	49
7.2 Emissioni GHG: Scope 1 e 2	51
7.3 Gestione dei materiali e dei rifiuti.....	53
➤ 8 Nota metodologica	54
Allegato 1: Coefficienti	56
Allegato 2: Indice dei contenuti GRI	57



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 **quarta edizione** del nostro *Bilancio di Sostenibilità*, uno strumento che continua a rappresentare un momento di riflessione e di condivisione con tutti i nostri interlocutori. Ogni anno, questo percorso ci permette di raccontare i progressi compiuti, ma anche di misurare con lucidità quanto ancora possiamo migliorare. La sostenibilità resta il principio guida che orienta le nostre decisioni strategiche e operative, traducendosi in scelte concrete a beneficio delle persone, del territorio e dei nostri clienti.

Da oltre sessant'anni, la **sostenibilità è parte integrante del nostro modo di fare impresa** e oggi più che mai teniamo conto del significato di questo approccio. La terza generazione della famiglia che affianca la guida dell'azienda porta con sé uno **sguardo rivolto al futuro**, capace di coniugare la tradizione con la spinta all'innovazione. È in questa prospettiva che rafforziamo il nostro impegno per **avvicinarci sempre di più al cliente in modo diretto**, attraverso esperienze di relazione e di acquisto che mettono al centro le sue esigenze.

La **valorizzazione del territorio** e la **cura dell'artigianalità** restano elementi essenziali della nostra identità. Ogni prodotto nasce da un rapporto di fiducia con i fornitori, dalla scelta consapevole delle materie prime e da un'attenzione costante alla qualità. Crediamo che la sostenibilità passi anche attraverso la tutela del sapere artigiano e la promozione delle eccellenze locali, perché dietro ogni gesto produttivo si nasconde la storia di persone e comunità che condividono i nostri valori.

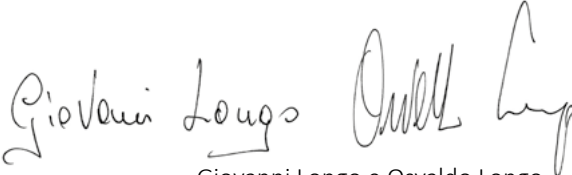
Allo stesso tempo, poniamo grande attenzione alla **gestione delle risorse umane**, riconoscendo nelle persone il vero motore del nostro successo. Sosteniamo la crescita professionale e personale dei collaboratori, favorendo un ambiente di lavoro che valorizzi la competenza, la collaborazione e il benessere. La coesione del team, unita alla condivisione di valori comuni, è ciò che ci consente di affrontare con determinazione le sfide di un mercato in continua evoluzione.

L'anno appena trascorso ha segnato anche un passo importante nel percorso di **innovazione tecnologica**. L'integrazione dell'**Intelligenza Artificiale** nei nostri processi organizzativi rappresenta una leva strategica per accrescere **efficienza, precisione e competitività**. Non un fine in sé, ma uno strumento al servizio delle persone, capace di liberare tempo e risorse per concentrarsi su ciò che conta davvero: la relazione con il cliente e la qualità delle proposte scelte.

Il **cliente**, con la sua unicità e le sue necessità specifiche, è oggi più che mai al centro del nostro impegno. Ogni decisione, ogni progetto, ogni investimento nasce dalla volontà di offrire risposte concrete, su misura, in un dialogo continuo fondato sull'ascolto e sulla fiducia reciproca.

Questo *Bilancio di Sostenibilità 2025* non è soltanto una rendicontazione: è la testimonianza di un cammino condiviso che unisce innovazione e tradizione, persone e tecnologia, impresa e territorio. Con lo stesso spirito con cui abbiamo costruito la nostra storia, guardiamo avanti con responsabilità e ottimismo, pronti a crescere insieme ai nostri stakeholder e a contribuire, con coerenza e passione, al benessere delle generazioni future.

Un sincero ringraziamento e un augurio di buona lettura.



Giovanni Longo e Osvaldo Longo

RADICI

CAMBIAMENTO

1

**L'AZIENDA:
TRADIZIONE E INNOVAZIONE
A SERVIZIO DEL TERRITORIO**



1.1. UN PERCORSO DI CRESCITA FONDATO SU VALORI E TERRITORIO

Sessantacinque anni non sono solo un traguardo temporale, ma la testimonianza di un viaggio fatto di **scelte, passione e continuità**. Longo - Un Mondo di Specialità, di seguito “Longo” - si prepara a celebrare nel 2026 questo importante anniversario, ricordando come tutto sia nato nel 1961 dalla visione di Consiglio Longo e di sua moglie Carla. Un traguardo importante per una realtà che, come molte eccellenze italiane, nasce dallo spirito d’iniziativa per diventare un’idea imprenditoriale di successo, nel rispetto delle proprie origini.

Arrivati a Legnano dal Salento nel dopoguerra, i fondatori seppero cogliere lo spirito di **un’epoca di trasformazioni e fiducia nel futuro**. La loro prima attività, una fiaschetteria a San Giorgio su Legnano, custodiva già il desiderio di tenere vivo il legame con le origini e di trasformarlo in un progetto imprenditoriale. Ben presto al piccolo negozio si affiancò una cantina, dove le uve inviate dalla Puglia prendevano nuova forma in bottiglie che conquistavano clienti privati, circoli e locali. È 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.

Le consegne, curate personalmente da Consiglio con un carretto trainato da cavalli, rappresentano l’immagine concreta di un’impresa che cresceva con semplicità e dedizione. Con l’ingresso negli anni Settanta dei figli Giovanni e Osvaldo, la storia di famiglia si intreccia con una nuova consapevolezza: il **vino** non è più solo consumo, ma **cultura** e la qualità comincia a superare la quantità. La visione dei fondatori e la spinta innovativa della nuova generazione portano a una svolta strategica: nel 1983 nasce a Legnano “**Enoteca Longo**”, simbolo di una trasformazione che, pur guardando al futuro, resta saldamente ancorata alle radici e ai valori originari.



Giovanni, Cecilia, Osvaldo, Giulia, Andrea Longo

1.2. ENOTECA LONGO: IL PUNTO DI INCONTRO TRA TRADIZIONE E CLIENTE

Da oltre quarant'anni, **Enoteca Longo** è molto più di un luogo d'acquisto: è un **punto d'incontro** tra la curiosità dei **consumatori e l'universo enogastronomico** che caratterizza il mondo Longo. Qui, l'assortimento non si limita al vino: accanto a 1500 etichette provenienti da circa 500 produttori italiani e internazionali, trovano spazio birre artigianali, distillati, specialità gastronomiche e oggettistica dedicata. Un patrimonio costruito con passione attraverso una ricerca costante, capace di guardare **sia alle eccellenze italiane sia alle novità del panorama globale**. Per molti clienti è la prima scoperta di quanto il mondo Longo sia ampio e copra diversi aspetti dell'enogastronomia.

Una buona percentuale dei clienti dell'Enoteca si rivolge all'acquisto dei vini anche per un **alto livello di personalizzazione del prodotto**. È, infatti, possibile modificare la grafica dell'etichetta di alcuni vini o incidere direttamente sulla cassa di legno un messaggio personalizzato. I clienti possono, inoltre, ricevere **consulenza e assistenza tecnica** per selezioni particolari: il personale dell'enoteca è composto da professionisti del settore, formati come sommelier o con studi specifici sull'ambito enologico.

La stessa filosofia è applicata anche per il **layout dell'enoteca**, adattato di anno in anno: è progettato in modo da dare massima visibilità a ciascun prodotto. Il layout non segue schemi tradizionali per regioni, ma avvicina gradualmente i consumatori a scelte sempre più qualitative. Per esempio, la strategia di marketing presenta i vini suddivisi per fasce di prezzo, affiancando volutamente etichette quotidiane a grandi bottiglie. Invece della tradizionale selezione per regioni, Enoteca Longo consente così al cliente di ottenere sempre il miglior rapporto qualità-prezzo.

Enoteca Longo, oltre ad essere uno **store enogastronomico**, 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 organizzando giornate a tema. Infatti, ogni sabato viene invitato un fornitore a raccontare la sua storia, spiegare e far degustare i suoi prodotti ai clienti.

Il palinsesto degli eventi viene comunicato attraverso una *newsletter*, cui è possibile iscriversi dal seguente link enotecalongo.it/#newsletter.

Inoltre, una volta all'anno viene organizzato un corso di degustazione di 5 serate in collaborazione con nomi importanti del giornalismo, enotecnici, produttori di fama, docenti universitari ed enogastronomi. Il corso è aperto a tutti: è un percorso studiato con un taglio non specificamente professionale, ma con un **approccio divulgativo e consapevole**, che permette di scoprire i segreti di territori e vigneti, oltre alle migliori tecniche di degustazione e abbinamento. Il corso è suddiviso in cinque lezioni di due ore ciascuna in cui si sono alternati momenti teorici ad attività pratiche, con l'obiettivo di avvicinarsi al mondo del vino.

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**, segno di un impegno costante nell'accrescere tra il pubblico la consapevolezza del buon bere e del buon mangiare.

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*.



SPAZIO LONGO: IL RACCONTO DELLA FAMIGLIA LONGO, DAL 1961

Nel 2022 nasce **Spazio Longo**, un luogo espositivo che **custodisce la storia della famiglia e dell'azienda**, dalle origini fino ai successi più recenti. Tra le mura piene di fotografie, cataloghi, documenti, eventi e progetti, si conserva un patrimonio che unisce memoria e creatività.

Spazio Longo racconta la storia dell'azienda Longo di Legnano: fondata nel 1961 come semplice osteria da Carla e Consiglio Longo, negli anni 60 amplia l'attività con l'imbottigliamento di vino. Nel 1983 la seconda generazione, che con passione ancora oggi porta avanti l'eredità familiare, inaugura Enoteca Longo a Legnano. Oggi Longo è il **punto di riferimento** in Italia per le aziende che desiderano fare **regali enogastronomici** di qualità, grazie anche alle competenze della terza generazione, già attiva nell'impresa.

Parte dello *Spazio Longo* è dedicato a una speciale collezione di opere d'arte in continuo aggiornamento: i **cofanetti in legno** per le bottiglie diventano **tela per gli artisti**, noti e meno noti, che vi riversano liberamente la propria ispirazione. È in questa sinergia tra arte e funzionalità che lo Spazio Longo si trasforma in un luogo speciale dove respirare passione e creatività.

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. Il **percorso espositivo** guida il visitatore attraverso momenti di vita familiare, tappe imprenditoriali e interpretazioni artistiche, restituendo un racconto unico e coerente.

Percorrendo queste sale si va alla scoperta di un susseguirsi di fotografie che celebrano i momenti più significativi dell'azienda, i cataloghi più rappresentativi, eventi e lavori che hanno caratterizzato i **successi di questi oltre 60 anni di attività**.

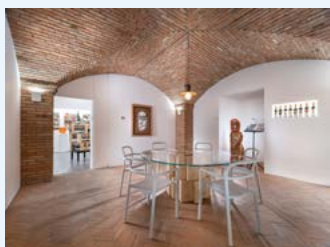
All'interno di *Spazio Longo* trova spazio l'**archivio storico** dei progetti di regalistica aziendale, che racconta come il dono possa diventare un atto di comunicazione distintivo, capace di esprimere identità e valori. L'esposizione mette in luce i progetti realizzati per i clienti e mostra la potenzialità del regalo nelle sue diverse declinazioni, dalle semplici personalizzazioni ai progetti su misura.

In questo dialogo tra memoria, arte e cultura d'impresa, *Spazio Longo* si configura come un luogo unico, capace di **raccontare il passato** e, al tempo stesso, di **trasmettere valori e creatività alle generazioni future**.

Nel 2024 è stato riconosciuto come "**Museo d'Impresa**" da *Museimpresa* – l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, nata a Milano nel 2001 per iniziativa di Assolombarda e Confindustria – che oggi riunisce oltre 150 realtà italiane con l'obiettivo di salvaguardare la memoria industriale e promuovere la responsabilità culturale delle imprese.

Lo spazio è visitabile su appuntamento.

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



1.3. DALL'ENOTECA AL MONDO DI SPECIALITÀ

Fin dai primi anni, la varietà e la cura dell'offerta conquistano aziende e privati, rivelando quanto il vino sia profondamente legato al **gesto del dono**, soprattutto durante le festività, quando si cercano omaggi di qualità per i dipendenti e i clienti. Questa consapevolezza segna l'inizio di un **percorso evolutivo**: la famiglia Longo amplia l'offerta includendo specialità gastronomiche italiane, selezionate tra le migliori realtà artigianali del Paese. Ogni prodotto racconta una **storia di tradizione, territorio e cultura contadina**, in perfetta sintonia con i valori aziendali.

Nel 1990 nasce l'idea che darà forma all'identità attuale dell'azienda: il **regalo aziendale enogastronomico**. Un concetto innovativo che unisce gusto, eleganza e significato. Nel 1995, questa visione si concretizza con la nascita di **Longo un Mondo di Specialità S.r.l.**, segnando un passaggio fondamentale verso una missione chiara: trasformare il vino e la gastronomia in regali di prestigio.

Nel 2006, l'azienda compie un ulteriore passo innovativo con la creazione della **Fuoricasello**, la prima guida dedicata ai viaggiatori gourmet, che segnala ristoranti di qualità situati entro dieci minuti dai principali caselli autostradali italiani. Un progetto editoriale unico, che unisce passione per la buona cucina e attenzione al territorio (v. box).



LA GUIDA FUORICASELLO: L'ITALIA DEL GUSTO A POCHI MINUTI DAL CASELLO

Nata nel 2005 da un'intuizione della famiglia Longo, **Fuoricasello** è diventata negli anni un vero e proprio caso editoriale, giunta alla sua **diciannovesima edizione nel 2025**.

Con oltre **870.000 copie vendute** e più di **889 locali selezionati**, la guida si è affermata come punto di riferimento per chi ama viaggiare con gusto, ispirando numerosi tentativi di imitazione.

Ogni anno si rinnova nella grafica e nei contenuti, **proponendo una selezione** sempre più ricca di **ristoranti e trattorie**, dalla Valle d'Aosta alla Sicilia, tutti situati a meno di dieci minuti dai principali caselli autostradali italiani. Le schede regionali offrono non solo informazioni pratiche per la sosta, ma anche suggerimenti per brevi escursioni, curiosità turistiche e indicazioni sui prodotti tipici, la gastronomia locale e i vini del territorio.

Ogni locale viene scelto valorizzando **la qualità della proposta e la fedeltà alla tradizione**, con dettagli utili come il prezzo medio, la disponibilità di posti, le proposte più interessanti e la presenza di ricarica per auto elettriche. Stampata su carta riciclata, la guida è pensata per viaggiatori curiosi e attenti, che non si accontentano di una pausa qualunque, ma cercano **esperienze autentiche**.

Fuoricasello è stata adottata da numerose aziende – dalle multinazionali alle PMI – come **regalo personalizzato** per clienti, dipendenti e partner, trasformandosi in uno strumento di comunicazione aziendale efficace e distintivo.

FUORICASELLO IN BREVE

- ➔ **889 LOCALI** segnalati da un gruppo di professionisti del gusto.
- ➔ **OLTRE 50 NUOVI LOCALI** inseriti nell'ultimo anno, facilmente riconoscibili grazie a un'icona dedicata.
- ➔ In ogni regione una mappa indica gli svincoli coperti da ristoranti, raggiungibili entro i **10 MINUTI**.
- ➔ 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 tutti gli svincoli, aiuta a pianificare al meglio il proprio itinerario.
- ➔ **"IDEE FUORICASELLO" PER BREVI ESCURSIONI** e indirizzi dove acquistare prodotti tipici e vini.

Tra i traguardi più significativi degli anni Dieci, Longo riceve nel 2014 l'**Oscar del Vino**, un prestigioso riconoscimento che celebra la sua visione pionieristica nel mondo della regalistica aziendale, fondata sui valori dell'artigianato agroalimentare italiano. Due anni dopo, nel 2016, vi è un altro passaggio fondamentale: Longo **acquisisce e poi amplia la forza vendita di Perugia**, storico simbolo della creatività cioccolatiera italiana. Con questa operazione, Longo diventa il partner di riferimento per la diffusione del marchio nel mercato rivolto alla regalistica aziendale, rafforzando ulteriormente la propria posizione nel settore.

Nel 2020 Enoteca Longo si trasferisce in una nuova sede pensata per esprimere al meglio l'impegno dell'azienda nella ricerca e promozione delle eccellenze del **Made in Italy**. Situata in una posizione più strategica, il nuovo *store* ospita un **caveau dedicato ai grandi vini**, selezionati con cura, e uno spazio espositivo riservato ai **prodotti gourmet**, che raccontano la storia e l'identità dei territori italiani.

Nel corso degli anni, Longo si è affermata come uno dei **principali riferimenti in Italia nel settore della regalistica aziendale enogastronomica di alta qualità**. Oggi la seconda e la terza generazione della famiglia collaborano attivamente all'interno dell'azienda, unendo esperienza e nuove prospettive per garantire la massima soddisfazione dei clienti. Il futuro, l'innovazione e lo sviluppo strategico sono affidati ad Andrea, Cecilia e Giulia, che portano avanti l'eredità familiare con uno sguardo rivolto al cambiamento, senza mai perdere il legame con i valori fondanti e con il territorio. In questo contesto di crescita e trasformazione, la **sostenibilità assume un ruolo sempre più centrale**. Longo la interpreta come un percorso di miglioramento continuo, con obiettivi ambiziosi e concreti che si rinnovano di anno in anno. A testimonianza di questo impegno, l'azienda pubblica il suo **quarto Bilancio di Sostenibilità**, redatto secondo gli **standard internazionali GRI – edizione 2021**, offrendo una rendicontazione trasparente e dettagliata delle proprie azioni e dei risultati raggiunti.

- 
1948 Consiglio 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 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 Longo Speciality riceve l'Oscar del Vino 2014
- 
2016 Longo acquisisce la forza vendita di Perugia 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
- 
2023 Riconoscimento del premio Tre Cavatappi del Gambero Rosso a Enoteca Longo
- 
2024 Spazio Longo ottiene il riconoscimento come "Museo d'Impresa"

LONGO IN CIFRE

GENERALE

OLTRE 60 ANNI di storia

6 LINEE di confezionamento

10.000 MQ area magazzini e produzione

658 clienti serviti

504.000 confezioni regalo  **6.000 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

233.415 spedizioni gestite

SOCIALE

Da 24 a 120 dipendenti tra fissi e stagionali

0 incidenti sul lavoro o malattie professionali

0 casi di discriminazione

0 episodi di corruzione accertati

70% dei dipendenti sono donne

50% dei responsabili di reparto sono donne

Il 39% dei dipendenti ha un'anzianità superiore ai 15 anni

1.4. LA REGALISTICA AZIENDALE ENOGASTRONOMICA (GRI 2-6)

In un contesto in continua evoluzione, dove il mercato propone ogni giorno nuove opportunità e tendenze, 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 pensate per le ricorrenze, offrendo prodotti personalizzabili nell'ottica di offrire al cliente molteplici soluzioni, capaci di soddisfare tutte le sue esigenze e aspettative.

Per Longo la progettazione di ogni confezione regalo, che gratifichi 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 dal mondo**. L'attenzione è rivolta in particolare al patrimonio enogastronomico italiano, come dimostra il catalogo natalizio 2024, che raccoglie oltre 2.000 referenze: un vero e proprio scrigno di gusto, pensato per essere modulato in base alle esigenze del cliente.

Dopo la selezione, si passa alla fase di produzione, che riguarda le fasi di **assemblaggio e confezionamento**, 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 dettagli come 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.



IL CONFEZIONAMENTO: PRECISIONE, CURA E SOSTENIBILITÀ

Il **confezionamento** rappresenta per Longo una fase centrale del processo di regalistica, alla quale vengono dedicate competenze specifiche e attenzione organizzativa. Ogni prodotto viene collocato all'interno della confezione seguendo **criteri definiti** in base alla tipologia del regalo, così da garantirne la protezione durante la movimentazione e il trasporto. La confezione è poi inserita in un imballo esterno, il **fardo**, che ne preserva ulteriormente il contenuto. A completamento vengono utilizzati materiali di riempimento: principalmente paglia di carta, mentre i chip in polistirene espanso sono impiegati solo in casi particolari e limitati. Nel complesso, il 98% dei materiali impiegati per il confezionamento è costituito da carta, cartone e legno; la quota residua riguarda soprattutto il film plastico necessario per avvolgere i bancali e, in minima parte, i *chip* di polistirene.

L'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.

Nel 2024 Longo ha realizzato oltre **504mila confezioni regalo**, 6mila in più rispetto all'anno precedente. Per recapitare le confezioni sono poi state effettuate **233.415 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 più rappresentative e progettate responsabilmente del marchio Longo, quali "La Etica" e "La Magica".

In un'ottica di economia circolare, la confezione "**La Magica**" è stata progettata e realizzata per avere una seconda vita, ad esempio per essere ri-utilizzata nell'armadio. Inoltre, è personalizzabile e presenta un **design** curato con dettagli eleganti, come un cartiglio fissato a un nastro dai colori aziendali e un sigillo in simil-ceralacca personalizzabile con il logo aziendale.

"**La Etica**", completamente rinnovata nel 2024, rappresenta un perfetto equilibrio tra funzionalità, estetica e rispetto per l'ambiente. Realizzata in **cartone riciclato**, è priva di polistirolo e nastri adesivi, sicura per il trasporto. Curata nei minimi dettagli e ispirata alla natura, è anche facilmente **personalizzabile**, pensata per chi desidera un regalo sostenibile senza rinunciare alla qualità.

Numerose sono le combinazioni di assortimento disponibili in cui "La Magica" e "La Etica" si arricchiscono di prodotti gastronomici per tutti i gusti e le occasioni.

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.

Tra queste proposte, 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 attraverso la partnership con uno dei più **prestigiosi nomi del panettone artigianale**. I lievitati natalizi Bardi-Longo si caratterizzano, 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. L'offerta comprende una selezione di ricette tradizionali e innovative, oltre a una varietà di formati pensati per soddisfare tutti i gusti. Tra le proposte, spicca la Limited Edition, revisionata graficamente nel 2024 e confezionata in packaging in latta e realizzata solo con ingredienti di altissima qualità, per offrire un'esperienza natalizia indimenticabile.



Nel 2024, la linea **Bardi Longo** si è ulteriormente arricchita con nuove referenze, tra cui **lenticchie rosse, crumiri, taralli bio classici e taralli cacio e pepe**. Questo ampliamento è il risultato di un impegno costante di Longo nella ricerca e selezione di referenze capaci di coniugare qualità, autenticità e tendenze di consumo. L'azienda, attenta ai segnali del mercato, ha risposto a una crescente domanda dei clienti, traducendola in un ventaglio di proposte che arricchisce e rafforza l'universo del gusto firmato Longo.

LE QUOTE DELLE PRINCIPALI CONFEZIONI



I dati confermano anche nel 2024 una tendenza consolidata: le **confezioni regalo personalizzabili** (categoria "Altro") superano di gran lunga quelle predefinite. Questa tendenza evidenzia come i clienti ricerchino sempre più spesso un alto grado di personalizzazione del prodotto finale per soddisfare le proprie esigenze.

GIFT LONGO

Per soddisfare le numerose e diverse esigenze di gestione dei regali aziendali, Longo unisce **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 proprietario che digitalizza e semplifica la gestione dei regali aziendali, frutto dell'esperienza maturata negli anni dall'azienda nel settore. Attraverso **una piattaforma dedicata e personalizzabile**, le aziende possono gestire in modo intuitivo la selezione, la spedizione e il monitoraggio dei regali aziendali, ottimizzando tempi e risorse con efficienza e flessibilità.

Accedendo alla sezione dedicata del sito, è possibile individuare in modo rapido e intuitivo le 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 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.

Il servizio Gift Longo risponde alle **abitudini di consumo e alle tendenze di mercato più attuali**, dove ogni cliente seleziona i prodotti in base al proprio stile di vita, alle preferenze personali o esigenze specifiche, che si tratti di fattori esistenziali, come le scelte religiose, oppure esigenze salutistiche o semplicemente predilezioni di gusto personale. Oltre a **semplificare i processi di gestione delle confezioni dalla creazione alla spedizione**, Gift Longo integra in maniera perfettamente complementare l'offerta delle confezioni regalo, proponendo una modalità "cliente-centrica" 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.

Recentemente 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. Tutte le modifiche nascono, 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.



FATTI SU MISURA, 365 GIORNI L'ANNO

Lanciato nel 2022, **Longo 365** è il progetto che testimonia l'attenzione costante di Longo verso le esigenze dei propri clienti. Un'iniziativa pensata per offrire alle aziende la possibilità di donare tutto l'anno, con soluzioni personalizzate ideali per eventi aziendali, fiere o attività di merchandising.

Non sono semplici confezioni regalo, ma **esperienze su misura**, capaci di esprimere emozioni autentiche e di valorizzare le eccellenze enogastronomiche italiane. Si tratta di veri e propri **investimenti strategici**, pensati per rafforzare le relazioni con partner e clienti, distinguersi sul mercato e aumentare la propria visibilità.

Longo 365 accompagna il cliente in ogni fase del progetto: dall'ascolto delle esigenze alla definizione del concept creativo, dalla selezione dei prodotti allo studio del packaging, fino al confezionamento e alla gestione logistica. Un servizio sartoriale, costruito con cura e coerenza, in linea con l'identità e i valori dell'azienda cliente.

Nel 2025 il progetto si arricchirà con **nuove proposte** e un **catalogo ampliato**, attualmente in fase di sviluppo, per offrire ancora più varietà e soluzioni sempre più mirate e distintive.





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

Il marchio FSC (*Forest Stewardship Council*) certifica i prodotti che contengono legno proveniente da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo criteri ambientali, sociali ed economici riconosciuti a livello internazionale. È attualmente uno dei sistemi di certificazione forestale più diffusi e accreditati nel mondo, sia per la solidità dei requisiti previsti sia per l'elevato numero di aziende coinvolte nei processi.

Longo ha deciso di adottare materiali certificati FSC ove possibile e, in particolare, ha reso tutti i fardi utilizzati conformi a questo standard. Una scelta che riflette l'attenzione a garantire tracciabilità e una gestione responsabile delle risorse forestali.

I valori promossi dall'iniziativa FSC – protezione dell'ambiente, partecipazione delle comunità e sostenibilità economica – sono, infatti, coerenti con l'approccio dell'azienda e con il percorso intrapreso per integrare criteri di responsabilità sociale e ambientale nelle proprie attività.

ETICA

CRESCITA

2

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



2.1. L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Per garantire che le aspettative reciproche siano pienamente soddisfatte, Longo ha avviato un **dialogo trasparente** con i propri *stakeholder*, con l'obiettivo di comprendere e gestire le necessità dei partner e delle parti interessate, approfondendo con loro le tematiche legate alla sostenibilità.

Nel 2023 l'azienda ha intrapreso un **processo strutturato di mappatura degli stakeholder**, dedicando particolare attenzione sia agli attori **interni** sia a quelli **esterni** all'organizzazione, come i partner 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 framework internazionale che definisce le linee guida per la pianificazione, implementazione, verifica di qualità e comunicazione dei percorsi di inclusione delle parti interessate.

LA LISTA DEGLI STAKEHOLDER INDIVIDUATI



Azionisti/Proprietà



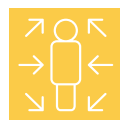
Fornitori



Banche



Scuole e Università



Clienti



Terzo settore
(fondazioni,
associazioni e ONG)



Collaboratori
(dipendenti, agenti)



Comunità locale
(es. cittadini in prossimità
delle sedi aziendali)

Nel giugno 2023, Longo ha condotto l'**analisi di materialità** in conformità con quanto previsto dal **GRI 3 (edizione 2021)**, che definisce come "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 al rispetto dei **diritti umani**.

Il processo si è articolato in **quattro fasi**.

Fase 1: 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.

Fase 2: identificazione degli impatti potenziali ed effettivi

Dai risultati emersi dall'analisi del contesto, 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.

Fase 3: 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").

Fase 4: 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.

TABELLA 1
RISULTATI ANALISI DI MATERIALITÀ ED ELENCO IMPATTI
IN ORDINE DI RILEVANZA

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

IMPATTI 2022	IMPORTANZA DELL'IMPATTO	TEMA MATERIALE	DIMENSIONE	TIPOLOGIA DI IMPATTO	STATO DELL'IMPATTO
Mancanza di iniziative volte a garantire il benessere dei dipendenti (welfare, benefit ecc)	3,4	Gestione del Capitale umano	Impatto sociale	Positivo	Attuale
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 dai risultati emersi, anno dopo anno, **la consapevolezza nei confronti della sostenibilità è cresciuta sempre più nella proprietà e tra i dipendenti**. In risposta a questa crescente sensibilità, Longo ha deciso di individuare gli ambiti di intervento prioritari, per garantire la conduzione delle proprie attività in modo ancora più responsabile e rispettoso, 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 in un vero e proprio motore trainante per tutte le attività aziendali. 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 ha portato nel 2024 alla revisione della confezione "Etica". (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. Inoltre, nell'ambito della sicurezza alimentare nel corso del 2024 sono state aggiornate 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.

2.2. I 17 SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Per affrontare questa sfida in modo integrato e consapevole, Longo fa riferimento ai **Sustainable Development Goals (SDGs)** definiti 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 è un'iniziativa lanciata nel 2015 e sottoscritta da oltre 150 Paesi a livello globale. Adotta un approccio innovativo rispetto agli strumenti precedenti: 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 indirizzare in modo efficace le proprie iniziative di sostenibilità, Longo ha svolto un'analisi mirata finalizzata a collegare i temi materiali emersi dall'analisi di materialità con gli **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG's)** sui quali può avere un impatto significativo. Le tematiche ritenute materiali sono state individuate attraverso uno specifico processo di valutazione (v. Allegato 2 - Nota metodologica) e sono state integrate all'interno del presente Bilancio di sostenibilità, al fine di garantire coerenza tra gli ambiti prioritari per l'azienda e gli obiettivi globali dell'Agenda 2030.

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

INNOVAZIONE

TRADIZIONE

3

GOVERNANCE,
ETICA E INTEGRITÀ
(GRI 2-1/2/9/27, 201-1, 405-1, 416-2)



3.1. UNA GOVERNANCE SOLIDA E RESPONSABILE

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.

Nella prospettiva **ESG (Environmental, Social, Governance)** il governo aziendale rappresenta un elemento strategico per promuovere la responsabilità sociale di un’impresa, garantendo nel tempo **performance solide e che generino valore economico** da distribuire agli *stakeholder* e, più in generale, alla collettività. Proprio partendo dall’ascolto degli *stakeholder* e alle comunità di riferimento, Longo ha intrapreso negli ultimi anni un percorso di **crescita responsabile**, inizialmente informale e oggi sempre più strutturato, integrando progressivamente nelle proprie strategie le istanze ambientali e sociali. A conferma di questo impegno, nel 2024 l’azienda ha redatto il presente documento, il **quarto bilancio di sostenibilità**. È lo strumento di rendicontazione che testimonia come i temi ESG siano ormai parte integrante del modello di business, concretizzati in obiettivi chiari che Longo intende perseguire in sinergia con i propri stakeholder.

Lo sguardo è rivolto al **miglioramento continuo** e al rafforzamento della propria identità nel settore: da un lato, continuando a soddisfare con efficacia i clienti business nel segmento della **regalistica aziendale**; dall’altro, ampliando la propria proposta al pubblico consumer, attraverso la **Guida Fuoricasello** e, soprattutto, l’**Enoteca Longo**.

Un percorso di crescita fondato non solo sulla **qualità del prodotto**, ma anche sulla capacità di rappresentare una **scelta consapevole e responsabile**, grazie a un impegno concreto verso gli aspetti ambientali e sociali — con particolare attenzione alla **valorizzazione del territorio** e alla **cura per l’artigianalità**.

TABELLA 2
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO

GRI: 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito dati in EUR (€)	2023	2024
	Valore direttamente generato: ricavi	11.813.483	12.647.130
	Valore economico distribuito ¹	11.646.684	12.227.936
	a. Costi operativi	9.347.578	9.726.144
	b. Retribuzioni	2.034.866	2.177.685
	c. Benefit	69.567	72.635
	d. Pagamenti ai fornitori di capitale	82.803	116.125
	e. Pagamenti alla PA	82.803	128.047
	f. Investimenti nella comunità	29.067	7.300
	Valore economico trattenuto ²	166.799	419.194

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 significative³ o sanzioni non monetarie.

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

1. Il valore economico distribuito corrisponde alla somma dei costi operativi, retribuzioni, benefit, pagamenti ai fornitori di capitale, pagamenti alla PA, investimenti nella comunità.
2. Il valore economico trattenuto corrisponde alla differenza tra il valore economico direttamente generato e il valore economico distribuito.
3. La soglia di significatività è stata intesa maggiore di 10mila euro.

3.2. MISSIONE E VALORI



Siamo produttori di confezioni natalizie per aziende uniche nel loro genere: con Longo Un Mondo di Specialità la personalizzazione dei regali si esprime ai massimi livelli. La nostra squadra si pone la mission di offrire al cliente molteplici soluzioni per le sue necessità di promozione aziendale e per la regalistica enogastronomica in genere



La mission di **Longo Un Mondo di Specialità** è quella di soddisfare i propri clienti offrendo loro prodotti enogastronomici di qualità, accompagnati da un servizio attento e altamente personalizzato.

La qualità rappresenta il pilastro su cui si fonda l'intera attività aziendale, sostenuta da competenza e passione nella selezione dei migliori prodotti della terra. A questa vocazione si affianca un sistema di valori profondamente radicato, riassunto nei tre principi guida dell'azienda: **Socialità, Sostenibilità e Solidarietà**.

Per rendere questi valori immediatamente riconoscibili anche all'utente finale, è da diversi anni ormai che Longo include in ogni pacco o confezione un **cuoricino in carta senza loghi**, simbolo discreto ma significativo che racconta, attraverso brevi testi, le iniziative solidali e i progetti che riflettono l'anima etica dell'azienda — con particolare attenzione alla **Solidarietà**.

Il cuoricino 2023 riportava la frase "Mettiamoci il cuore": illustra 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. Nel 2024 il cuoricino riporta la frase "Ci mettiamo tutto il cuore" ed è dedicato a "Pappaluga": un'impresa agricola sociale che offre lavoro a ragazzi con disabilità cognitiva, promuovendo la loro dignità attraverso un'agricoltura bio-inclusiva (v. box).

Longo desidera **condividere i propri valori anche con i clienti**, offrendo loro l'opportunità di **trasformare un gesto di regalo in un atto di solidarietà**. Per questo ha attivato collaborazioni con realtà come il **Banco Alimentare**, proponendo iniziative come il "**dono sospeso**", che permette di **destinare le confezioni regalo aziendali a persone in difficoltà**. Un modo concreto per rendere il dono ancora più significativo, estendendone il valore a chi ne ha più bisogno.



LA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO TRA LONGO, I SUOI CLIENTI E IL TERZO SETTORE

PAPPALUGA - CI METTIAMO TUTTO IL CUORE

Pappaluga è un'impresa agricola sociale che promuove la “**bioinclusività**”, ovvero l'inclusione lavorativa di ragazzi con disabilità cognitiva attraverso la coltivazione biologica di frutta e verdura. Grazie a un'interpretazione innovativa della legge 68/99 e al supporto di aziende sensibili al tema, Pappaluga ha già assunto **15 ragazzi**, offrendo loro un'opportunità reale di inserimento e crescita. I prodotti biologici dell'azienda vengono forniti anche a un **ristorante stellato** e saranno presto disponibili per l'acquisto online tramite una **piattaforma e-commerce di rilievo**.

In collaborazione con **Pappaluga**, Longo conferma il proprio impegno concreto nel campo della solidarietà. Il contributo di Longo, infatti, è stato destinato alla costruzione di una nuova serra agricola, con l'obiettivo di garantire continuità lavorativa durante tutto l'anno e affrontare in modo più efficace le sfide legate ai cambiamenti climatici.

Sul versante della **Socialità**, Longo porta avanti da anni una **collaborazione con l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo**, volta a finanziare **borse di studio per studenti meritevoli**. Fondata nel 2004 da **Slow Food**, con il supporto delle Regioni Piemonte ed Emilia-Romagna, l'Università rappresenta un unicum nel panorama accademico internazionale, interamente dedicata alla **valorizzazione delle tradizioni enogastronomiche**. I suoi corsi, che integrano studio teorico, esperienze pratiche e viaggi didattici in tutto il mondo, attraggono studenti da decine di Paesi, formando nuove figure professionali capaci di contribuire all'evoluzione del sistema alimentare globale. Attraverso questo partenariato, Longo rafforza il proprio impegno verso la qualità, integrando **innovazione e ricerca** nel proprio modello di sviluppo. Nel 2024, oltre al sostegno economico per una borsa di studio, l'azienda ha realizzato **35.000 confezioni** per un cliente, in collaborazione con tre **aziende fondate da ex studenti** dell'ateneo di Pollenzo, dimostrando ancora una volta la volontà di valorizzare giovani talenti e filiere virtuose. (maggiori dettagli al paragrafo 7. Longo per la Comunità)

L'impegno di Longo in tema di **sostenibilità** si manifesta attraverso scelte quotidiane che, pur nella loro dimensione puntuale, concorrono nel tempo a generare effetti rilevanti sulla riduzione dell'impatto ambientale. La strategia aziendale contro il cambiamento climatico si fonda su interventi concreti e orientati a trasformare gli obiettivi in pratiche operative.

Tra le iniziative avviate, Longo ha aderito a un progetto di efficienza energetica promosso da **LifeGate**, società benefit e realtà di riferimento in Italia per il supporto alle imprese nei percorsi di sostenibilità.

L'iniziativa riguarda la gestione delle emissioni di CO₂ associate alle attività aziendali, attraverso strumenti di monitoraggio e interventi volti a ridurre l'impatto ambientale complessivo.

Qui di seguito sono riportati i risultati ottenuti da Longo:

106 kWh	465 MILA	114 MILA	FSC
Energia prodotta dai nostri impianti fotovoltaici	Prodotti a impatto zero	Mq di foresta ripiantumati	Cataloghi certificati

Consapevole che la *Sostenibilità* passi non solo dal rispetto per l'ambiente, ma anche dalla **valorizzazione della persona** e dalla promozione di una **socialità inclusiva e sana**, Longo rimane salda ai propri valori, **condannando ogni forma di discriminazione**. L'azienda gestisce le proprie risorse umane ispirandosi a **principi di competenza, professionalità e rispetto reciproco**, garantendo pari opportunità e trattamenti equi, indipendentemente da **sexso, etnia, lingua, religione, opinioni politiche o condizioni personali e sociali**, nel pieno rispetto delle normative vigenti e dei contratti di lavoro applicati. Nell'anno di rendicontazione di riferimento non si sono verificati episodi di discriminazione.

3.3. UN IMPEGNO CHIARO: IL NOSTRO CODICE ETICO

(GRI 2-23, 205-3, 406-1)

Longo Un Mondo di Specialità svolge le proprie attività nel pieno rispetto delle normative vigenti, promuovendo relazioni improntate alla **correttezza, al rispetto reciproco e all'integrità**, a tutti i livelli. Ad ogni collaboratore è richiesto di adottare i più elevati standard etici e morali nello svolgimento delle proprie mansioni. Valori come fiducia, lealtà e lavoro di squadra, sono parte integrante della cultura aziendale e trovano espressione nel **Codice Etico**, approvato dal Consiglio di Amministrazione il 20 febbraio 2020.

Il Codice è vincolante per tutto il personale, inclusi i collaboratori stagionali, e si fonda su **principi di onestà, correttezza e riservatezza**. Definisce gli obblighi generali di diligenza, correttezza e lealtà, e orienta i comportamenti nei seguenti ambiti: condizioni di lavoro, salute e sicurezza, ambiente di lavoro, pratiche relative alla conduzione degli affari.

Longo si impegna a creare valore nel medio-lungo periodo attraverso 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 linea con questi principi, l'azienda garantisce a tutte le persone la possibilità di segnalare comportamenti non conformi al Codice Etico in modo sicuro, appropriato e nel rispetto delle normative sulla privacy, all'indirizzo specifico indicato dall'azienda nel Codice Etico.

Nel triennio 2022-2024 non sono state presentate segnalazioni relative a pratiche discriminatorie dei diritti umani. Inoltre, nello stesso periodo, non si sono verificati episodi di corruzione.

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



LONGO E I RATING DI SOSTENIBILITÀ

A seguito della richiesta di un cliente, nel 2020 la società è stata sottoposta a un audit sociale secondo la metodologia SMETA e, inoltre, ha ottenuto due stelle su tre nel *rating* di legalità.



LA METODOLOGIA SMETA



L'audit SMETA (*Sedex Members Ethical Trade Audit*) è un audit sociale che valuta le condizioni di lavoro, la salute e la sicurezza, le prestazioni ambientali e l'etica aziendale all'interno di una catena di approvvigionamento.

È uno degli strumenti di audit sociale più utilizzati al mondo, basato su standard internazionali e è uno standard internazionale utilizzato per valutare l'etica aziendale e fornisce un report dettagliato e un piano d'azione correttivo.

IL RATING DI LEGALITÀ

Longo, inoltre, ogni due anni si sottopone al *rating* di legalità, indicatore di trasparenza per le imprese, rilasciato dall'AGCM, "Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato". Il riconoscimento si esprime attraverso un punteggio da una a tre stelle: l'impresa ottiene la **valutazione base di una stella** se rispetta integralmente i **requisiti minimi** previsti dal regolamento attuativo, ma il punteggio può aumentare in funzione del **numero di requisiti aggiuntivi soddisfatti**. L'assegnazione di questo riconoscimento comporta vantaggi, come la preferenza nella concessione di finanziamenti pubblici e la riduzione dei tempi e dei costi per l'accesso al credito bancario.

Sempre in relazione alla *governance* della sostenibilità, a ottobre 2022 Longo ha svolto un *assessment* ESG, che è stato poi rinnovato anche per gli anni 2023 e 2024. 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).

Synesgy è una piattaforma digitale globale che consente alle aziende, attraverso la **compilazione di un questionario approvato dalla Commissione Europea**, di valutare il proprio **impegno in ambito ambientale, sociale e di governance (ESG)**. Al termine del processo, viene rilasciato un **attestato con validità di 12 mesi**.

Oltre alla valutazione interna, lo strumento sviluppato da *Synesgy* permette alle imprese di **analizzare il livello di sostenibilità della propria catena di fornitura**, in particolare nei segmenti a **maggiore impatto ambientale**. Questo approccio consente di raggiungere un **elevato grado di trasparenza nella misurazione dell'impatto della supply chain**, grazie a parametri allineati agli **standard normativi internazionali**.

SYNESGY PER LA SOSTENIBILITÀ | CRIBIS



3.4. IL VALORE DELLA RELAZIONE CON I CLIENTI

(GRI 417-2, 418-1)

La **soddisfazione del cliente** rappresenta un elemento essenziale per garantire la **continuità e la solidità dell'attività nel tempo**, poiché i clienti costituiscono la vera ragione d'essere di ogni impresa. Per questo motivo, **Longo Un Mondo di Specialità** dedica **massima attenzione all'ascolto delle esigenze e delle aspettative** della propria clientela, offrendo un'accurata selezione di **prodotti enogastronomici di qualità** e un **servizio efficiente, tempestivo e professionale**.

Nel perseguire il **miglioramento continuo** della relazione con il cliente, Longo punta su un **rapporto diretto, affidabile e trasparente**, basato su valori di rispetto, disponibilità e chiarezza. In quest'ottica, vengono adottati **principi fondamentali di ascolto e dialogo**, con l'obiettivo di instaurare relazioni personalizzate e durature, garantendo allo stesso tempo strumenti adeguati all'invio di segnalazioni e una **gestione efficace delle richieste**.

Una priorità strategica dell'azienda è, inoltre, rappresentata dalla **qualità e sicurezza alimentare**. Longo si impegna a **rispettare le normative nazionali ed europee** in materia di tutela del consumatore e dell'ambiente, monitorando in modo sistematico **eventuali rischi associati ai prodotti** e assicurando alti standard qualitativi in ogni fase del processo.

La **gestione del feedback** rappresenta un ulteriore punto di forza. Pur non disponendo attualmente di un sistema formalizzato di customer service, le **caratteristiche specifiche del business** non ne richiedono l'adozione. Tuttavia, l'azienda ha avviato l'introduzione di **una procedura di gestione dei reclami e di una procedura di valutazione dei fornitori**, con focus sugli aspetti **ambientali, sociali e di prodotto**. Questi strumenti permetteranno di **rafforzare ulteriormente l'attenzione al cliente** e migliorare costantemente la qualità dell'offerta.

La **trasparenza nella comunicazione** è un altro pilastro della relazione con il cliente. Longo si impegna a **fornire informazioni veritiere, chiare e complete**, utilizzando anche **canali digitali e social media**, evitando qualsiasi forma di pubblicità ingannevole e presentando i propri prodotti con la massima correttezza, in conformità con le normative di settore. A conferma dell'impegno assunto, nel triennio **2022–2024 non si sono verificati casi di non conformità** rispetto alle normative o ai codici di autoregolamentazione relativi all'informazione e all'etichettatura di prodotti e servizi.

Infine, **la tutela della privacy e delle informazioni dei clienti** è un impegno imprescindibile. Longo garantisce che il trattamento dei dati raccolti, sia in formato digitale sia cartaceo, sia svolto esclusivamente per finalità connesse all'attività aziendale e in conformità con la normativa vigente. Durante l'anno di rendicontazione **non sono state ricevute denunce per violazioni della privacy**, né si sono registrati episodi di **furto, smarrimento o perdita di dati**.

COMPETENZE

TECNOLOGIA

4

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



LE NOSTRE PERSONE

In linea con la visione del fondatore e della famiglia, **Longo pone al centro la persona**, impegnandosi a tutelarne i diritti e l'integrità fisica, culturale e morale. Questo principio si traduce concretamente nella valorizzazione di dipendenti e collaboratori, attraverso la promozione delle competenze individuali e il mantenimento di condizioni di lavoro dignitose, in un ambiente sano, sicuro e inclusivo.

Allo stesso modo in cui **costruisce rapporti solidi con clienti e fornitori**, Longo investe nella creazione di **relazioni durature anche con i propri lavoratori**, privilegiando la **stabilità e la continuità occupazionale**. Ne è testimonianza il dato sull'anzianità del personale, infatti nel 2024 il 35% dei dipendenti lavora in azienda da 6 a 15 anni, mentre oltre il **39% ha un'anzianità superiore ai 16 anni**.

In tabella 3 è possibile osservare la distribuzione dei dipendenti in base alle fasce d'età.

TABELLA 3
NUMERO DI DIPENDENTI PER GENERE, FASCIA D'ETÀ

Fasce d'età									
2024	<30			30 - 50			>50		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Quadri				2	1	3		1	1
Impiegati	1	0	1	2	10	12	2	5	7
Totale	1	0	1	4	11	15	2	6	8

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 4, sul totale di 24 dipendenti, 17 sono donne e 7 sono uomini e le donne rappresentano il 50% dei responsabili di reparto (2 su 4, 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**.

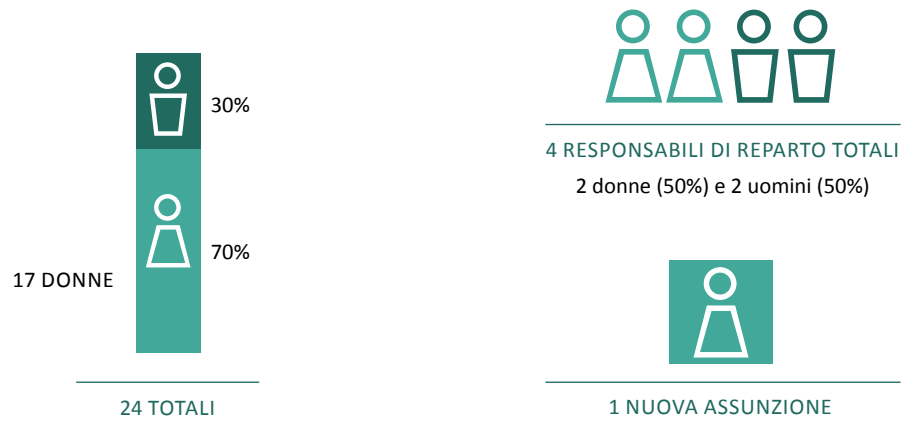
TABELLA 4
NUMERO DI DIPENDENTI PER CONTRATTO DI LAVORO,
SUDDIVISI PER GENERE - ANNO 2024

Dipendenti tempo indeterminato	2024		
	Uomini	Donne	Totale
	7	17	24

TABELLA 5
**NUMERO DI DIPENDENTI PER CATEGORIA DI IMPIEGO,
 SUDDIVISI PER GENERE - ANNO 2024**

Dipendenti per categoria di lavoro	2024		
	Uomini	Donne	Totale
Quadri	2	2	4
Impiegati	5	15	20
Totale	7	17	24

DIPENDENTI



Con un approccio centrato sulla persona nella sua completezza, Longo promuove attivamente il giusto **equilibrio tra vita professionale e personale**, adattandosi alle esigenze individuali attraverso forme di flessibilità organizzativa e la possibilità di modulare l’orario di ingresso.

Nel 2024, a conferma del costante impegno nel **welfare aziendale**, è stata rinnovata l’assicurazione sanitaria integrativa per gli impiegati di primo e secondo livello e sono stati distribuiti buoni spesa del valore di 500 euro a ciascun dipendente.

L’attenzione di Longo al benessere e alla crescita professionale dei collaboratori si riflette anche nella **formazione continua**: tutti i dipendenti, indipendentemente da età, genere o ruolo, partecipano regolarmente ai corsi di aggiornamento previsti dalla normativa vigente.

In un settore con forti caratteristiche di **stagionalità** come quello in cui opera Longo, è fondamentale il contributo dei lavoratori stagionali, che permettono all’azienda di gestire con efficienza i picchi di lavoro. Questi collaboratori si suddividono principalmente in due categorie: stagionali “fissi”, con un contratto part-time a tempo indeterminato che viene attivato ogni anno nel periodo ottobre-dicembre, e stagionali “volanti”, assunti con contratti a tempo determinato in base all’effettivo carico di lavoro previsto nello stesso periodo.

Nel 2024, il contributo complessivo degli stagionali ricorrenti nei mesi di ottobre, novembre e dicembre ha raggiunto le 4.992 ore lavorate. Durante le **festività natalizie**, infatti, si registra la massima intensità di attività legata alla preparazione e gestione dei regali aziendali.

Gli stagionali vengono inseriti progressivamente a partire dalla fine di settembre e possono essere impiegati con contratti a tempo determinato di varia durata (a ore, giornalieri o mensili). I lavoratori stagionali si sono occupati di attività d'ufficio, come la gestione degli ordini, la fatturazione e l'assistenza amministrativa.

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

La tabella 6 di seguito riporta il numero di dipendenti stagionali impiegati nel corso del 2024.

TABELLA 6
NUMERO DI DIPENDENTI STAGIONALI

Dipendenti stagionali	Totale 2024
Stagionali ottobre	8
Stagionali novembre	8
Stagionali dicembre	8

4.1. 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** rappresentano una priorità assoluta per Longo, soprattutto in considerazione della presenza di attività che comportano potenziali rischi, come ad esempio la movimentazione di carichi. L'azienda si avvale della presenza di un **medico del lavoro** e di un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)**, supportato da una rete di **preposti** designati per le diverse aree operative: magazzino, uffici e punto vendita.

Tutti i dipendenti sono coperti da un **sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro**. Inoltre, per gli impiegati di primo e secondo livello è prevista una **copertura assicurativa integrativa**. A tutti i lavoratori del magazzino, indipendentemente dalla durata del contratto, vengono forniti **i dispositivi di protezione individuale (DPI)**, accompagnati da istruzioni operative fornite dal capireparto. Viene anche distribuita una **brochure illustrativa** con indicazioni su come muoversi in sicurezza all'interno degli ambienti di lavoro e sul corretto uso dei DPI.

Longo ha effettuato una **valutazione dei rischi** specifica per il magazzino, che è stato messo in sicurezza attraverso diversi interventi strutturali: tra questi, la creazione di corsie dedicate esclusivamente al transito dei muletti e l'installazione di bordi di protezione sugli scaffali per attutire eventuali urti. Lo stato del magazzino e dei dispositivi di sicurezza viene **verificato periodicamente**, con un **collaudo annuale degli scaffali**.

Negli **uffici adiacenti al magazzino** sono stati installati **pannelli fonoassorbenti** per migliorare il comfort acustico.

I preposti di reparto, identificati e formati attraverso un apposito corso, svolgono un ruolo centrale nel garantire la sicurezza quotidiana: comunicano con i dipendenti, li guidano e gestiscono le situazioni anche in caso di emergenza. Quando emergono esigenze specifiche, l'azienda organizza **corsi di formazione mirati** per garantire la prevenzione e la corretta esecuzione delle mansioni.

Nel corso del 2024, sono stati realizzati ulteriori interventi per rafforzare la tutela della salute dei lavoratori, tra cui l'**installazione di sistemi di monitoraggio del gas radon⁴** presso l'enoteca, il museo d'impresa e le altre strutture aziendali. Sono stati attivati anche sistemi di **scambio d'aria** e sono state aperte delle **canne fumarie** per ridurre il livello di radon e mantenere i valori entro i limiti previsti dalla normativa, considerando che l'esposizione prolungata a questo gas può aumentare il rischio di patologie tumorali.

In linea con i principi di **trasparenza e fiducia** che regolano il rapporto tra azienda e lavoratori, la comunicazione con i preposti è continua e costante. Questo approccio proattivo ha permesso di raggiungere un risultato importante: **zero infortuni sul lavoro e nessun caso di malattia professionale** negli ultimi tre anni.

MANUALE DI AUTOCONTROLLO PER L'IGIENE DEGLI ALIMENTI

Nel pieno rispetto della normativa vigente, l'azienda ha redatto il **Manuale di Autocontrollo per l'Igiene degli Alimenti**, conforme al sistema **HACCP**, aggiornato nel 2024. Questo documento definisce le procedure igienico-sanitarie da seguire in tutte le attività aziendali legate alla gestione dei prodotti alimentari, dal ricevimento e conservazione delle materie prime, alla gestione della catena del freddo, fino al confezionamento e al trasporto.

Pur non essendo prevista la manipolazione diretta degli alimenti da parte dell'azienda, il manuale assume un ruolo fondamentale nella **gestione sicura dello stoccaggio e delle temperature**, oltre che nell'applicazione di procedure verificabili da parte delle autorità competenti.

All'interno del documento sono state formalizzate le **Procedure Operative Standard di Sanificazione (SSOP)**, basate sulle **Good Manufacturing Practices (GMP)** e sulle **Good Hygienic Practices (GHP)**. Le GMP riguardano aspetti come la formazione del personale, l'igiene degli ambienti, la gestione delle attrezzature, delle materie prime e della tracciabilità. Le GHP, invece, si concentrano sulla pulizia di ambienti e strumenti, sull'igiene del personale e sulla salubrità delle materie prime.

Il manuale rappresenta anche uno **strumento organizzativo e formativo**: chiarisce le responsabilità degli operatori, stabilisce le norme igieniche da rispettare e prevede specifici percorsi di formazione per il personale coinvolto nella gestione dei prodotti alimentari. A tal fine, è già prevista una **formazione mirata per il 2025** rivolta a questi lavoratori, così da rafforzare la consapevolezza e la professionalità interna.

Infine, il manuale disciplina anche la **corretta gestione dei rifiuti** e la **selezione dei fornitori**, assicurando che i partner incaricati delle forniture siano in grado di garantire prodotti con caratteristiche igieniche e merceologiche conformi agli standard richiesti.

4. Il radon (Rn) è un gas nobile radioattivo presente in natura, del quale normalmente non si avverte la presenza ed è originato dalle serie naturali dei radionuclidi primordiali naturalmente presenti nella crosta terrestre e nelle rocce. Può comportare rischi per la salute dell'uomo. Il radon è stato classificato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), attraverso l'Agenzia Internazionale per la Ricerca sul Cancro (AIRC), nel gruppo 1 delle sostanze per le quali vi è la massima evidenza di cancerogenicità, poiché rappresenta uno dei principali fattori di rischio di tumore ai polmoni, dopo il fumo.

4.2. FORMAZIONE - IMPLEMENTAZIONE AI NELLE FUNZIONI AZIENDALI

Nel 2024 sono state erogate in totale **184 ore di formazione**.

In particolare, è stato organizzato un **corso di formazione sull'Intelligenza Artificiale**, della durata di 8 ore, rivolto a **tutti i dipendenti dell'azienda**. Il percorso formativo si è svolto attraverso **lezioni frontali e dimostrazioni pratiche**, con l'obiettivo di fornire **conoscenze di base e strumenti operativi** per l'applicazione dell'AI nei diversi ambiti aziendali.

Il corso ha illustrato come l'intelligenza artificiale possa essere utilizzata strategicamente per **ottimizzare i processi interni**, migliorando **tempi, produttività e creatività**. Ai partecipanti sono stati presentati gli strumenti fondamentali per l'uso dell'AI in contesti lavorativi, con particolare attenzione a casi concreti. Ogni reparto ha, inoltre, preso parte a **sessioni personalizzate e verticali**, mirate a identificare applicazioni specifiche dell'AI nelle proprie attività quotidiane.

Tra i principali ambiti affrontati durante la formazione: **automazione dell'assistenza clienti**, **ottimizzazione della gestione dell'inventario** (per ridurre sprechi e migliorare la precisione delle scorte), **miglioramento dell'efficienza operativa e potenziamento dell'efficacia delle campagne di marketing**.

Questa iniziativa ha rappresentato un primo passo importante per favorire una **cultura digitale diffusa**, promuovendo l'utilizzo consapevole dell'intelligenza artificiale come leva per **l'innovazione, l'efficienza e la competitività** aziendale.

IMPRESA

RESPONSABILITÀ

5

**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

Longo nasce da un **profondo legame con la terra e le tradizioni della famiglia fondatrice**, dove la sostenibilità è un valore radicato fin dall'inizio, ben prima che diventasse un concetto diffuso. Per Longo, sostenibilità significa soprattutto mantenere un forte rapporto con il territorio, sia nella selezione del personale, prevalentemente locale, sia nelle relazioni con fornitori di fiducia.

La rete di fornitori di Longo conta circa 350 realtà, per **l'85% stabili da oltre vent'anni**, con una forte presenza locale, soprattutto per materiali come nastri, carta e accessori, che vengono scelti entro un raggio di 15-20 km per garantire rapidità, flessibilità e valore per il territorio. Anche fornitori di servizi e prodotti non alimentari sono quasi tutti localizzati nelle vicinanze, così come molti dipendenti stagionali provengono da Legnano e zone limitrofe.

Nel **settore food and beverage**, Longo collabora con partner su **tutto il territorio italiano**, privilegiando specialità regionali, prodotti di nicchia, biologici e di alta qualità. Il budget annuo per gli acquisti si attesta intorno a 6,7 milioni di euro, di cui il 90% è destinato a fornitori italiani, con una piccola parte dedicata a **prodotti esteri selezionati** come vini, champagne e prosciutto iberico.

La **selezione dei fornitori è curata con attenzione**, includendo visite, test dei prodotti e partecipazione a fiere di settore, con una preferenza per realtà autentiche, sostenibili e legate al territorio. Accanto a marchi prestigiosi, predominano aziende familiari che incarnano la cultura enogastronomica regionale. Un punto di forza di Longo è l'ampia conoscenza della rete di fornitori, che consente di rispondere con flessibilità e personalizzazione alle diverse esigenze dei clienti, garantendo una vasta gamma di prodotti selezionati con attenzione.

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 curate, pensate per vivere una seconda vita dopo essere state utilizzate per i regali. 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.

LONGO AL CHIOSTRO

Il 24 settembre 2024, in un'ottica di dialogo e collaborazione con i partner commerciali, Longo ha organizzato l'evento **"Longo al Chiostro" presso il Museo Diocesano di Milano**, accogliendo oltre mille ospiti. La serata ha celebrato l'eccellenza dell'enogastronomia italiana e ha riunito clienti, fornitori e partner per presentare le nuove proposte della campagna natalizia, frutto della collaborazione con numerosi produttori italiani.

Durante l'evento, gli ospiti hanno avuto l'opportunità di degustare prodotti selezionati direttamente dai produttori, accompagnati da vini pregiati scelti dall'**Enoteca Longo** e guidati da sommelier professionisti. Un momento pensato per far assaporare ai clienti la qualità dei prodotti che compongono la proposta Longo. La serata ha incluso anche la partecipazione di rinomati ristoratori selezionati dalla Guida Fuoricasello, che hanno offerto piatti regionali preparati con ingredienti di alta qualità.

Condotto dalla giornalista e sommelier Adua Villa, l'evento ha offerto **momenti di approfondimento tra storie di produttori e degustazioni**, creando un'atmosfera suggestiva valorizzata dall'allestimento artistico e dalle confezioni regalo personalizzate di Longo.



STABILITÀ

DINAMISMO



LONGO PER LA COMUNITÀ (GRI 2-28)



LONGO PER LA COMUNITÀ

Oltre a creare valore economico, Longo genera un impatto positivo sulla comunità attraverso numerose **collaborazioni con organizzazioni locali impegnate in progetti di solidarietà**. Queste iniziative non solo sostengono lo sviluppo del territorio, ma favoriscono anche la crescita aziendale, creando valore condiviso per tutti gli stakeholder con l'obiettivo di un impatto duraturo nel tempo.

Tra i **partner** si annoverano realtà come Caritas di San Giorgio su Legnano, Croce Rossa di Gallarate e Legnano, asili locali, l'associazione di volontariato Mato Grosso, PIME di Busto Arsizio, Fondazione Tavecchio e la Cooperativa Sociale La Ruota di Castellanza, che opera a favore delle fasce più deboli, erogando servizi nelle aree minori e disabili. Il sostegno si concretizza soprattutto tramite la proposta ai clienti di donare confezioni regalo o attraverso le **confezioni "in sospeso"**. Da tempo, inoltre, Longo dona i panettoni non utilizzati nelle confezioni natalizie, consolidando collaborazioni con varie associazioni.

Dal 2019 Longo collabora con **LifeGate**, aderendo ogni anno a progetti green, come quello recente dedicato alla riduzione e compensazione delle emissioni di CO₂, che sostiene la tutela delle foreste e la salvaguardia del clima.

Dal 2020 l'azienda è anche socio sostenitore dell'**Università degli Studi Gastronomici di Pollenzo**, finanziando annualmente borse di studio per studenti meritevoli. Nel 2024 ha avviato una collaborazione con tre ex studenti dell'Università, diventati imprenditori nel settore enogastronomico, realizzando insieme una confezione speciale per un cliente, a conferma dell'impegno nel valorizzare talento e innovazione.

Longo supporta, inoltre, l'inclusione delle persone con disabilità collaborando dal 2019 con le **cooperative sociali** La Ruota e CS&L, offrendo tirocini in magazzino e contributi economici.

Per **rafforzare il legame con dipendenti, agenti e consulenti**, nel 2024 Longo ha organizzato un **evento di condivisione e formazione**, durante il quale ha consegnato sterline d'oro come riconoscimento per ogni cinque anni di lavoro insieme, confermando un rapporto basato su fiducia e valorizzazione del personale.

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 2024

Da sempre legata al territorio e fondata su un'intuizione personale e familiare legata alla terra, Longo è profondamente consapevole dell'importanza di **generare un impatto positivo sia a livello locale che in comunità più ampie**. Per questo motivo, nel 2024 ha sostenuto diverse iniziative di valore sociale in Lombardia e in tutta Italia.

VISIONARI DI DOMANI

"Un Visionario è un bambino che una volta cresciuto, non ha smesso di credere nei propri sogni, anzi ha approfittato di essere adulto per realizzarli." Ennio Doris

Tre giovani, ex studenti dell'**Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo**, immersi tra vigneti e cultura enogastronomica, sono diventati gastronomi e hanno scelto di scommettere con coraggio sul futuro. Le loro storie dimostrano come impegno, competenza e passione possano trasformarsi in progetti imprenditoriali innovativi, capaci di generare valore e contribuire al benessere collettivo. Un esempio concreto di come l'istruzione possa essere il punto di partenza per iniziative che uniscono sostenibilità, creatività e qualità.



In collaborazione con questi tre ex studenti, **Longo** ha ideato una confezione speciale che racchiude il frutto delle loro esperienze:

- 2 infusi in bustina "Ottimismo" e "Condivisione" - **Wilden Herbals**
- 1 scatola di biscotti **Parna Nèn - Mamu Piccola Pasticceria**, 35 g
- 1 **Sidro POM** metodo charmat in bottiglia da 330 ml

Un incontro tra visione imprenditoriale e cultura gastronomica, pensato per offrire un assaggio autentico di innovazione e passione.



TORTELLANTE: PASTA LIBERA TUTTI

Nel 2024 Longo, in collaborazione con un suo cliente, ha realizzato una confezione, pensata per raccontare il dialogo tra generazioni attraverso tre prodotti: un ragù tradizionale, simbolo dell’eredità delle nonne, un ragù vegetariano a base di soia, rappresentativo delle nuove generazioni e una pasta che idealmente li unisce. Questa confezione regalo sostiene economicamente **Tortellante** attraverso una donazione definita a priori, contribuendo a un progetto unico nel suo genere che unisce tradizione gastronomica, inclusione sociale e crescita personale.



Tortellante è un progetto nato nel gennaio 2016 da un’iniziativa anche dello chef Massimo Bottura, integrato da attività formative e abilitative pensate per rafforzare l’autonomia personale e favorire l’inserimento nella vita adulta. Infatti, consiste in un laboratorio terapeutico-abilitativo in cui giovani nello spettro autistico imparano a produrre pasta fresca fatta a mano, insieme alle nonne “sfogline”. Nel tempo, si è affermato come un modello virtuoso di inclusione, capace di coinvolgere attivamente l’intera comunità.

Il laboratorio è promosso dall’associazione **Aut Aut Modena** nell’ambito delle iniziative dedicate all’età adulta, con l’obiettivo di:

- attivare percorsi formativi personalizzati in vista di un possibile inserimento lavorativo
- favorire il lavoro in team, anche con persone non formate sull’autismo
- migliorare la qualità della vita dei partecipanti in prospettiva del **“Dopo di Noi”**
- sostenere le famiglie nella delicata fase di transizione verso l’età adulta
- promuovere l’integrazione e la piena inclusione nella comunità, sensibilizzando il territorio sul tema dell’autismo.

Con il suo impegno, Tortellante rappresenta un esempio concreto di come il lavoro, la cultura e la solidarietà possano generare un impatto positivo e duraturo.

DONNE IN SOLIDARIETÀ

Telefono Rosa è la prima associazione in Italia nata per offrire protezione e supporto alle donne vittime di violenza e ai minori. Fondata a Roma nel 1988, è oggi attiva in tutto il Paese. Telefono Rosa ha un centralino attivo 24 ore su 24 per rispondere alle richieste di aiuto. Inoltre, offre consulenze legali e psicologiche, oltre a gestire strutture protette. Grazie alla collaborazione con istituzioni, scuole e ospedali, promuove anche **formazione e sensibilizzazione sulla violenza di genere**. Scegliere questa confezione significa partecipare a una rete di consapevolezza e solidarietà, che restituisce dignità e autonomia alle vittime.

Longo nel 2024 ha inserito nel catalogo di Natale una confezione pensata per sostenere il **Telefono Rosa**, permettendo ai clienti di contribuire alla causa attraverso l’acquisto della confezione. Infatti, per ogni confezione, una quota prestabilita veniva donata all’associazione: un importo fisso indipendente dal numero complessivo di vendite. Per ulteriori informazioni: www.telefonorosa.it.



PRESENTE

FUTURO

7

**AMBIENTE,
ATTENZIONE QUOTIDIANA
(GRI 301-2)**



AMBIENTE, ATTENZIONE QUOTIDIANA

Per Longo, la sostenibilità si traduce in pratiche quotidiane concrete. Pur operando in un settore le cui attività non generano impatti ambientali significativi, l'azienda e il proprio team adottano scelte orientate alla responsabilità ambientale, con l'obiettivo di contenere al minimo gli effetti sul territorio e sulle risorse naturali. A supporto di questo impegno, è stato avviato un monitoraggio di specifici indicatori ambientali, destinato a proseguire nel tempo.

L'attenzione costante alle tematiche ambientali e la partecipazione di proprietà, dipendenti e collaboratori consentono a Longo di rispettare le leggi e le normative vigenti. Nel corso dell'anno di rendicontazione non sono state registrate non conformità in materia ambientale.

7.1. CONSUMI ENERGETICI

(GRI 302-1)

Anche per le aziende a gestione familiare, come per tutte le imprese, risulta fondamentale ottimizzare l'uso dell'energia e, quando possibile, favorire l'impiego di fonti rinnovabili, contribuendo così a ridurre l'impronta ambientale complessiva.

Le fonti energetiche principali utilizzate da Longo sono il gas naturale e l'elettricità. L'elettricità costituisce il consumo maggiore (espresso in GJ) ed è destinata a varie attività operative, tra cui ventilazione, illuminazione, ricarica dei carrelli elevatori e funzionamento dei server. Il gas naturale viene impiegato per il riscaldamento degli uffici e del reparto di confezionamento all'interno dei magazzini.

FIGURA 1
ENERGIA CONSUMATA NEL 2024 [%]

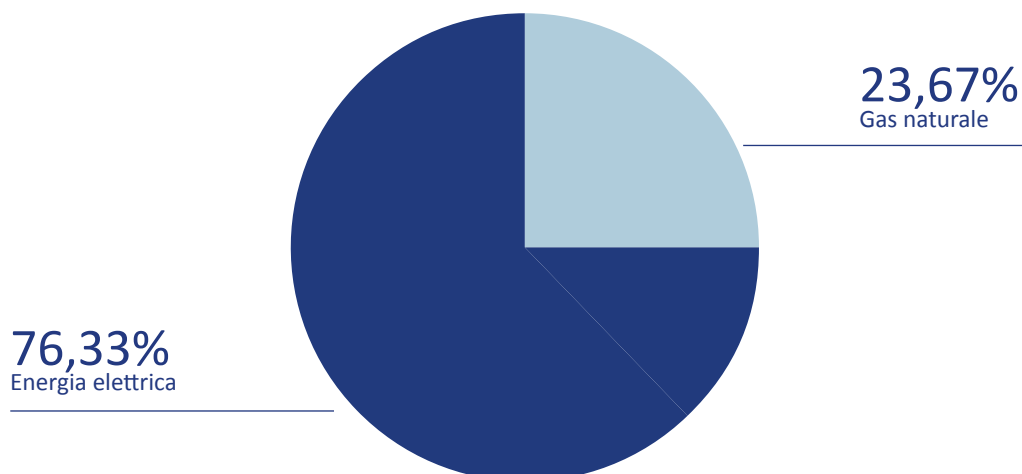


TABELLA 7
ENERGIA CONSUMATA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	u.m.	2024	2023
	Fonti da fonti di energia non rinnovabili	GJ	702,16	929,38
	Gas naturale	GJ	234,71	266,36
	Gasolio	GJ	0,00	141,03
	Energia elettrica acquistata	GJ	467,45	521,99
	Fonti da fonti di energia rinnovabili	GJ	289,26	132,03
	Energia elettrica autoprodotta da fotovoltaico	GJ	289,26	132,03
	Energia Totale consumata	GJ	991,42	1.061,41

Nel percorso verso un utilizzo più sostenibile dell'energia, Longo dispone di due impianti fotovoltaici: il primo, da 100 kW, è installato sul tetto del magazzino in via Legnano, mentre il secondo, da 6 kW, si trova presso la sede di via Viscarda. L'energia elettrica autoprodotta e non immediatamente consumata viene valorizzata tramite il servizio GSE (*Gestore dei Servizi Energetici*) secondo la modalità di "scambio sul posto".

Nel 2024, gli impianti hanno prodotto complessivamente 84.493 kWh, di cui il 95% è stato autoconsumato. L'apporto delle fonti rinnovabili ha coperto il 29% del fabbisogno energetico totale, misurato in Gigajoule (GJ).

Longo ha avviato iniziative per ridurre i consumi energetici, installando lampade a LED nel laboratorio di confezionamento, negli uffici del magazzino e nelle aree esterne. La sostituzione dei sistemi di illuminazione nei magazzini è ancora in corso.

Per quanto riguarda i veicoli elettrici utilizzati per le operazioni interne, Longo utilizza attualmente mezzi a noleggio gestiti da una società terza, costituiti da veicoli più recenti e meno energivori.

L'azienda promuove, inoltre, tra i dipendenti comportamenti finalizzati alla riduzione dei consumi, come lo spegnimento di luci, stampanti e computer al termine della giornata lavorativa, contribuendo così a limitare l'impatto energetico complessivo.

7.2. EMISSIONI GHG: SCOPE 1 E 2 (GRI 305-1/2)

Le emissioni di gas a effetto serra (GHG) sono un indicatore centrale per comprendere l'impatto climatico delle attività aziendali. Per Longo, queste emissioni vengono misurate e rendicontate secondo il *GHG Protocol*, standard internazionale che distingue tra emissioni dirette e indirette e definisce i confini di calcolo.

Le emissioni dirette (*Scope 1*) includono quelle prodotte da fonti controllate dall'azienda, come la combustione di gas naturale in caldaie e veicoli di proprietà, e le emissioni di idrofluorocarburi (HFC) da impianti di refrigerazione e condizionamento dell'aria.

Le emissioni indirette (*Scope 2*) derivano, invece, dall'energia acquistata e consumata, in particolare elettricità, calore e aria compressa. Esse possono essere calcolate secondo due approcci:

- Location-based, che utilizza il fattore di emissione medio della rete elettrica locale, indipendentemente dalle scelte contrattuali;
- Market-based, che tiene conto delle scelte dell'azienda relative all'energia acquistata, incluse eventuali garanzie di origine da fonti rinnovabili, o del mix residuo nazionale quando non è specificata l'intensità delle emissioni.

Nel 2024, le emissioni di Longo si distribuiscono come segue: le emissioni dirette (**Scope 1**), derivanti dal gas naturale, ammontano a **13,22 tCO₂e**, mentre le emissioni indirette (**Scope 2**) legate al consumo di energia elettrica raggiungono **30,59 tCO₂e** con il metodo **location-based** e **57,29 tCO₂e** con il metodo **market-based**.

Questi dati permettono di monitorare l'andamento delle emissioni, valutare eventuali azioni di riduzione e supportare le decisioni per migliorare l'efficienza energetica e la sostenibilità delle attività aziendali. Per ulteriori dettagli sui metodi di calcolo e sui valori specifici, si rimanda all'allegato 1.

FIGURA 2
TOTALE EMISSIONI SCOPE 1 E SCOPE 2 (LOCATION-BASED) NEL 2024

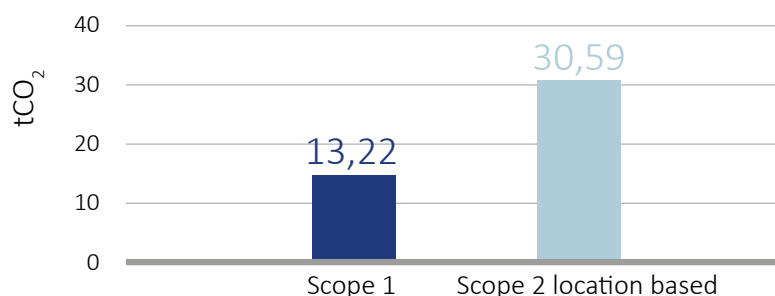


TABELLA 9
EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) E INDIRECTE (SCOPE 2) DI GHG

GRI 305-1, 305-2	Emissioni dirette (scope 1) e indirette (scope 2) di GHG	u.m.	2024	2023
	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	tCO ₂ e	13,22	24,96
	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) <i>location-based</i>	tCO ₂ e	30,59	42,53
	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) <i>market-based</i>	tCO ₂ e	57,29	72,58
	Totale delle emissioni di GHG <i>location-based</i>	tCO₂e	43,81	67,49
	Totale delle emissioni di GHG <i>market-based</i>	tCO₂e	70,51	97,54

SOSTENIBILITÀ DIGITALE E IMPATTO CLIMATICO DEL SITO WEB

Per Longo, la sostenibilità comprende anche l'adozione di tecnologie innovative e la valorizzazione della transizione digitale, con l'obiettivo di contenere gli impatti ambientali e massimizzare gli effetti positivi. In questa prospettiva, nel 2023 l'azienda ha avviato un progetto per valutare e ridurre le emissioni di CO₂ generate dal proprio sito web, consapevole dell'impatto che le attività digitali possono avere sull'ambiente.

La sensibilità verso la sostenibilità digitale è ancora limitata, sia tra le aziende sia tra i consumatori. Le emissioni legate all'uso della rete derivano principalmente da due fattori: l'inefficienza nella progettazione e gestione dei siti web e l'utilizzo di energia prodotta da fonti fossili, impiegata per alimentare server, infrastrutture di rete, sistemi di raffreddamento dei data center e dispositivi finali degli utenti.

Per sviluppare concretamente il progetto, Longo si è avvalsa di **Karma Metrix**, società specializzata nella misurazione, certificazione e miglioramento della sostenibilità dei siti web. L'azienda ha condotto un'analisi dettagliata dell'impatto climatico del proprio sito, considerando sia la posizione geografica degli utenti sia il mix energetico⁵ italiano. In particolare, è stata calcolata l'impronta di carbonio delle 100 pagine più visualizzate, su desktop e dispositivi mobili, nel periodo da settembre 2023 a maggio 2024, fornendo una base per stimare le emissioni totali del sito.

I risultati hanno evidenziato un'impronta complessiva di **0,12 t CO₂**, pari a **1,02 g per visualizzazione di pagina**.

La pagina con il maggiore impatto è risultata essere la homepage (<https://www.longospeciality.it/>), con **27,9 kg CO₂** da desktop e **12,5 kg CO₂** da dispositivi mobili.

A seguito dell'assessment, Longo ha ottenuto il sigillo **CO₂ Verified Website**⁶, a conferma del livello di sostenibilità digitale del sito e ha implementato una serie di suggerimenti ricevuti per migliorare ulteriormente le proprie performance sul tema, in un'ottica di miglioramento costante.

5. 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.

6. 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*.

7.3. GESTIONE DEI MATERIALI E DEI RIFIUTI

(GRI 301-1, 306-1/2/3)

Nel corso della produzione dei pacchi regalo, le materie prime vengono ricevute dai fornitori già imballate e, una volta arrivate in azienda, vengono movimentate e stoccate su bancali nei magazzini, in attesa di essere utilizzate per il confezionamento.

Gli imballaggi stessi vengono poi selezionati e suddivisi in diverse categorie: carta e cartone, plastica e materiali compositi. La separazione di carta e cartone è particolarmente curata, poiché questi materiali vengono affidati a un ente esterno per il riciclo; in questo modo, il 100% del cartone impiegato viene correttamente recuperato. Tutti i *fardi* in cartone utilizzati da Longo sono inoltre certificati **FSC**, a garanzia della provenienza da foreste gestite in modo responsabile. Per gli imballaggi in materiale misto, una società specializzata provvede a estrarre i componenti riciclabili o recuperabili, mentre la parte restante viene destinata allo smaltimento.

I bancali utilizzati per lo stoccaggio e il trasporto dei materiali e dei prodotti finiti vengono gestiti internamente per favorirne il riutilizzo; quando necessario, vengono riparati per prolungarne la vita utile, riducendo così l'impatto ambientale legato alla gestione dei materiali di supporto.

Negli uffici, la raccolta differenziata è garantita da contenitori dedicati, mentre la gestione finale dei rifiuti è affidata a un'impresa di pulizie specializzata, che si occupa della raccolta e dello smaltimento secondo le norme vigenti.

TABELLA 10
MATERIALI UTILIZZATI PER IL PACKAGING

GRI 301-1	Materiali utilizzati per il packaging per peso	u.m.	2024	2023
	Materiali rinnovabili	t	292,20	290,66
	Cartone	t	292,20	280
	Scatole di legno per il vino	t	0,00	10,66
	Materiali non rinnovabili	t	22,25	20,75
	Film plastico	t	4,90	4,75
	Chips di polistirene espanso	t	0,65	0,30
	Paglietta carta per imballi	t	16,70	15,70
	Totale	t	314,45	311,41

TABELLA 11
RIFIUTI GENERATI

GRI 306-3	Rifiuti generati	u.m.	2024	2023
	Peso totale dei rifiuti generati	t	79,48	75,95
	Rifiuti pericolosi	t	0,00	0,00
	Rifiuti non pericolosi	t	79,48	75,95

METODO

TRASPARENZA

8

NOTA METODOLOGICA
(GRI 2-1/2/3/4/5)



NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta il Bilancio di Sostenibilità 2025 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*. Questa edizione non è stata sottoposta ad *assurance* esterna.

Il Bilancio riporta i risultati dell'esercizio 2024 (dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024) 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. Il nostro percorso di sostenibilità: il dialogo con gli *stakeholder* e l'analisi di materialità) che ha permesso di identificare le tematiche più rilevanti per l'azienda e i suoi *stakeholder*.

Il Bilancio di Sostenibilità 2025 di Longo è pubblicato nel mese di dicembre 2025 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			2024	2023	Fonte 2024	2023
Gas naturale	Densità	kg/m ³	0,795	0,795	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024, natural gas	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, natural gas
	Potere calorifico inferiore	GJ/t	45,522	45,522	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024, natural gas	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, natural gas
Diesel	Densità	l/t	//	1200,716	//	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Diesel average biofuel blend
	Potere calorifico inferiore	GJ/t	//	42,73	//	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Diesel average biofuel blend

FATTORI DI EMISSIONE

Fattore di emissione			2024	2023	Fonte 2024	2023
Energia elettrica (location-based)	gCO ₂ /kWh	235,60	293,30	Rapporto ISPRA 404/2024, Tabella 1.14, consumi elettrici, 2023	Rapporto ISPRA 386/2023, Tabella 1.13, consumi elettrici, 2022	
Energia elettrica (market-based)	gCO ₂ /kWh	441,20	500,57	European Residual Mixes 2024 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	2,04	2,04	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2024, Natural gas	UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting, 2023, Natural gas	
Diesel	kgCO ₂ e/l	//	2,51	//	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 2024 al 31 dicembre 2024.	
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	4. Governance, etica e integrità
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	4. Governance, etica e integrità - Nota metodologica
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica
	2-4 Revisione delle informazioni	Nota metodologica
	2-5 Assurance esterna	Nota metodologica
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	La regalistica - 6. Fornitori, territorio e circolarità, da sempre nel DNA di Longo
	2-7 Dipendenti	5. Le nostre persone
	2-8 Lavoratori non dipendenti	5. Le nostre persone
	2-9 Struttura e composizione della governance	4. Governance, etica e integrità
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	1. Lettera agli stakeholder
	2-23 Impegno in termini di policy	4.3 Un impegno chiaro: il nostro Codice etico
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	4. Governance, etica e integrità
	2-28 Appartenenza ad associazioni	7. Longo per la comunità
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Allegato 2 - Nota metodologica
2-30 Contratti collettivi	5. Le nostre persone	
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Nota metodologica
	3-2 Elenco dei temi materiali	Nota metodologica
	3-3 Gestione dei temi materiali	Nota metodologica
GRI 201: Performance Economiche 2016	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	4. Governance, etica e integrità
GRI 204: Prassi di Approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	4.6. Fornitori, territorio e circolarità, da sempre nel DNA di Longo



ALLEGATO 2: INDICE DEI CONTENUTI GRI

STANDARD GRI	DISCLOSURE	POSIZIONE
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione e misure adottate	4.3 Un impegno chiaro: il nostro Codice etico
GRI 301: Materiali 2016	301-2 Materiali di ingresso riciclati utilizzati	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.3. Gestione dei materiali e dei rifiuti
GRI 302: Energia 2016	302-1 Consumo di energia interno all'organizzazione	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.1. Consumi energetici Allegato 1 - Coefficienti
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.2. Emissioni GHG: Scope 1 e 2 Allegato 1 - Coefficienti
	305-2 Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.2. Emissioni GHG: Scope 1 e 2 Allegato 1 - Coefficienti
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.3. Gestione dei materiali e dei rifiuti
	306-2 Gestione di impatti significativi correlati ai rifiuti	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.3. Gestione dei materiali e dei rifiuti
	306-3 Rifiuti generati	8. Ambiente, attenzione quotidiana, 8.3. Gestione dei materiali e dei rifiuti
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti	5. 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	5. Le nostre persone
GRI 403: Salute e Sicurezza sul Lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-2 Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-3 Servizi per la salute professionale	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-9 Infortuni sul lavoro	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta
	403-10 Malattia professionale	5.1 Salute e sicurezza: una priorità assoluta

ALLEGATO 2: INDICE DEI CONTENUTI GRI

STANDARD GRI	DISCLOSURE	POSIZIONE
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016	404-1 Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente	5. Le nostre persone
GRI 405: Diversità e Pari Opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	4. Governance, etica e integrità
GRI 406: Non Discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	4.3 Un impegno chiaro: il nostro 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	4. 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	4.4 Il valore della relazione con i clienti
GRI 418: Privacy dei Clienti 2016	418-1 Fondati reclami riguardanti violazioni della privacy dei clienti e perdita di loro dati	4.4 Il valore della relazione con 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