



120°
ANNIVERSARY

RELAZIONE
D'IMPATTO
2024

INDICE

Lettera della responsabile d'impatto	pag. 04
Una storia di mugnai da 120 anni	pag. 06
Siamo diventati Società Benefit	pag. 08
I nostri obiettivi di beneficio comune	pag. 11
Siamo trasparenti sul nostro operato	pag. 13
Cap. 1 Valutazione dell'impatto generato	pag. 15
Lo strumento per valutare l'impatto generato	pag. 16
La valutazione del nostro impatto	pag. 18
Comunichiamo e rendicontiamo il nostro impegno sostenibile	pag. 20
Ci strutturiamo per gestire l'azienda in maniera etica ed efficiente	pag. 22
Rispettiamo l'ambiente e lavoriamo per filiere sostenibili	pag. 24
Creiamo valore economico per l'azienda ed il territorio	pag. 26
Generiamo un impatto sociale per i nostri stakeholder	pag. 28
Cap. 2 Azioni e progetti per il beneficio comune	pag. 33
Finalità di beneficio comune #1	pag. 34
Finalità di beneficio comune #2	pag. 36
Finalità di beneficio comune #3	pag. 40
Finalità di beneficio comune #4	pag. 42
Finalità di beneficio comune #5	pag. 46

LETTERA DELLA RESPONSABILE D'IMPATTO



Anna Pantanali
Responsabile d'impatto

Quelli che stiamo vivendo, sono e continueranno ad essere tempi davvero impegnativi dove c'è continuamente **bisogno di un cambio di prospettiva, di visione**, tempi in cui è bene soffermarsi ad osservare con attenzione e da lì ripartire per generare nuovi modi di pensare e di approcciare la complessità che ci sta di fronte.

Sono sempre alla ricerca di spunti ed ispirazione per la mia evoluzione come donna, come madre e ovviamente come imprenditrice e durante le mie ultime letture sono stata stimolata dalla filosofia africana della felicità: UBUNTU. Ne sono rimasta affascinata perché nella sua disarmante semplicità celebra la forza del NOI e ci offre una visione di felicità condivisa, in cui il benessere di ciascuno nasce dal rispetto nei confronti dell'ALTRO.

Non è forse questo ciò di cui tutti abbiamo più bisogno? **Sentirci parte di un NOI** e trovare la vera felicità. Riflessioni che spesso vengono confinate all'ambito extra lavorativo, e che invece dobbiamo portare nel mondo delle imprese e che possono essere le basi di nuovi modelli imprenditoriali.

Il concetto quindi di UBUNTU è molto semplice, quasi scontato e riassunto da vari studiosi con una frase di Cartesio: "Io sono perché noi siamo", ovvero, noi esistiamo perché esistono gli altri e

dobbiamo considerare le nostre azioni come attività che influenzano sia il futuro sia la comunità più ampia di cui siamo parte e che quindi la nostra felicità è e sarà sempre legata al prossimo e ad un bene più grande di quello individuale.

SI PARLA QUINDI DI SOSTENIBILITÀ!

Questa parola così usata e dibattuta negli ultimi anni è per me un concetto molto ampio e ricco che spesso vogliamo incastrare in sistemi troppo stretti e rigorosi.

Siamo sostenibili quando ci muoviamo in linea con il nostro respiro, il respiro degli altri e il respiro del mondo. Tuttavia, questi concetti di filosofia e di pensiero possono essere praticati ogni giorno attraverso piccole azioni quotidiane e generali:

- l'ascolto e l'attenzione agli altri (siano essi figli, partner, colleghi, clienti o fornitori), dedicando tempo ed empatia;
- la collaborazione a progetti il cui beneficio ricade su molti;
- la condivisione con chi ne ha più bisogno;
- la sensibilizzazione al rispetto in tutti gli ambiti;
- la gratitudine e l'apprezzamento agli altri per il loro contributo;
- la comprensione e il dialogo dove ci sono criticità.

Credo che il tema del NOI sia centrale per il FUTURO nella società individualista che abbiamo costruito e i cui limiti sono sempre più evidenti.

Il mio invito, in primis a me stessa e a tutti i lettori di questa relazione d'impatto è: "portiamo consapevolezza nelle nostre giornate, apriamoci alla vita e mettiamoci d'impegno per costruire continuamente belle relazioni, la vera ricchezza del nostro vivere".

Trivignano Udinese, 7 aprile 2025



UNA STORIA DI MUGNAI DA 120 ANNI

Siamo mugnai da oltre un secolo, il nostro è un lavoro antico e affascinante che richiede **conoscenza, rispetto e passione**.

Inizia tutto nel 1905, nel molino di Trivignano Udinese, un paese del Friuli Venezia Giulia. Geremia Moras, il nostro capostipite, ha preso in gestione l'impianto produttivo del comune, acquistandolo sul finire degli anni '20, accompagnato dal padre Giacomo Morassi.

DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE SIAMO CRESCIUTI, CI
SIAMO EVOLUTI SCEGLIENDO SEMPRE LA NATURALE BONTÀ,
**ACCOGLIENDO L'INNOVAZIONE E AL CONTEMPO RISPETTANDO E
ONORANDO LE NOSTRE ORIGINI DI ARTIGIANI.**

Siamo mugnai, il nostro mestiere ci ha dato sempre coscienza e consapevolezza di cosa abbiamo tra le mani. Tra i principi del passato e le opportunità del futuro non abbiamo scelto: li abbiamo tenuti entrambi, certi che il nostro lavoro sarebbe diventato più completo.

E così è stato, ed è ancora oggi.

Oggi il Molino Moras è alla sesta generazione e porta avanti i valori dell'arte molitoria con un'energia sempre nuova.



La storia del Molino
inizia nel 1905 a
Trivignano Udinese.
**Rispetto, cura e
passione** guidano la
famiglia Moras da sei
generazioni.



SIAMO DIVENTATI SOCIETÀ BENEFIT

Le **Società Benefit** rappresentano un'evoluzione del concetto di **impresa**: non si limitano a generare profitto e distribuire dividendi agli azionisti, ma si impegnano anche a creare valore per la società e per l'ambiente.

Uniscono al profitto l'impegno a **generare un impatto positivo su società e ambiente, basandosi su tre principi: sostenibilità, responsabilità e trasparenza**. In Italia il modello è stato introdotto con la legge di stabilità del 2016, prima esperienza in Europa.

Per Molino Moras, diventare Società Benefit è stato il naturale approdo di un percorso iniziato nel 2010, consolidato dal primo documento sociale del 2019 e dal bilancio sociale del 2021: tappe fondamentali di una responsabilità sociale sentita come prioritaria.

PER L'AZIENDA, ESSERE SOCIETÀ BENEFIT SIGNIFICA PRIMA DI TUTTO CREDERCI, INTERIORIZZARE QUESTO MODELLO E FARLO PROPRIO: UN NUOVO PARADIGMA IMPRENDITORIALE CHE METTE AL CENTRO IL BENESSERE DELLE PERSONE E DELLA COLLETTIVITÀ. SIGNIFICA PRODURRE FARINE SANE E SICURE, CREARE LAVORO DI QUALITÀ E GARANTIRE ALLE PERSONE LA POSSIBILITÀ DI VIVERE BENE E CON SODDISFAZIONE.

Molino Moras è convinto che il mondo abbia bisogno di esempi positivi e che le imprese possano svolgere un ruolo fondamentale nel diffondere, attraverso prodotti, relazioni e comportamenti, un modello virtuoso di fare impresa. Ogni sacchetto di farina racchiude così non solo qualità, ma anche valori che arrivano direttamente nelle case e nei locali dei clienti.



Per Molino Moras diventare Società Benefit è stata un'evoluzione naturale: esserlo interiormente, crederci, amare l'idea, per creare un esempio positivo e un modello virtuoso.

(in foto, da sinistra: Sara, Nicoletta e Anna)



Molino Moras ha assunto lo status di Società Benefit modificando il proprio Statuto, inserendo **cinque obiettivi di beneficio comune**.



I NOSTRI OBIETTIVI DI BENEFICIO COMUNE

Per diventare Società Benefit un'azienda deve **modificare il proprio statuto** inserendo, accanto all'oggetto sociale, le finalità di beneficio comune che intende perseguire, oltre all'obbligo di operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente.

MOLINO MORAS HA PREVISTO CINQUE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE, CHE ANDRANNO PERSEGUITE IN ARMONIA CON GLI OBIETTIVI DI PROFITTO.



Creare un **ambiente di lavoro** in cui le persone crescono a livello umano e professionale, sono valorizzate e sono felici



Promuovere **salute e benessere attraverso la consapevolezza alimentare** e la condivisione di conoscenza e informazione



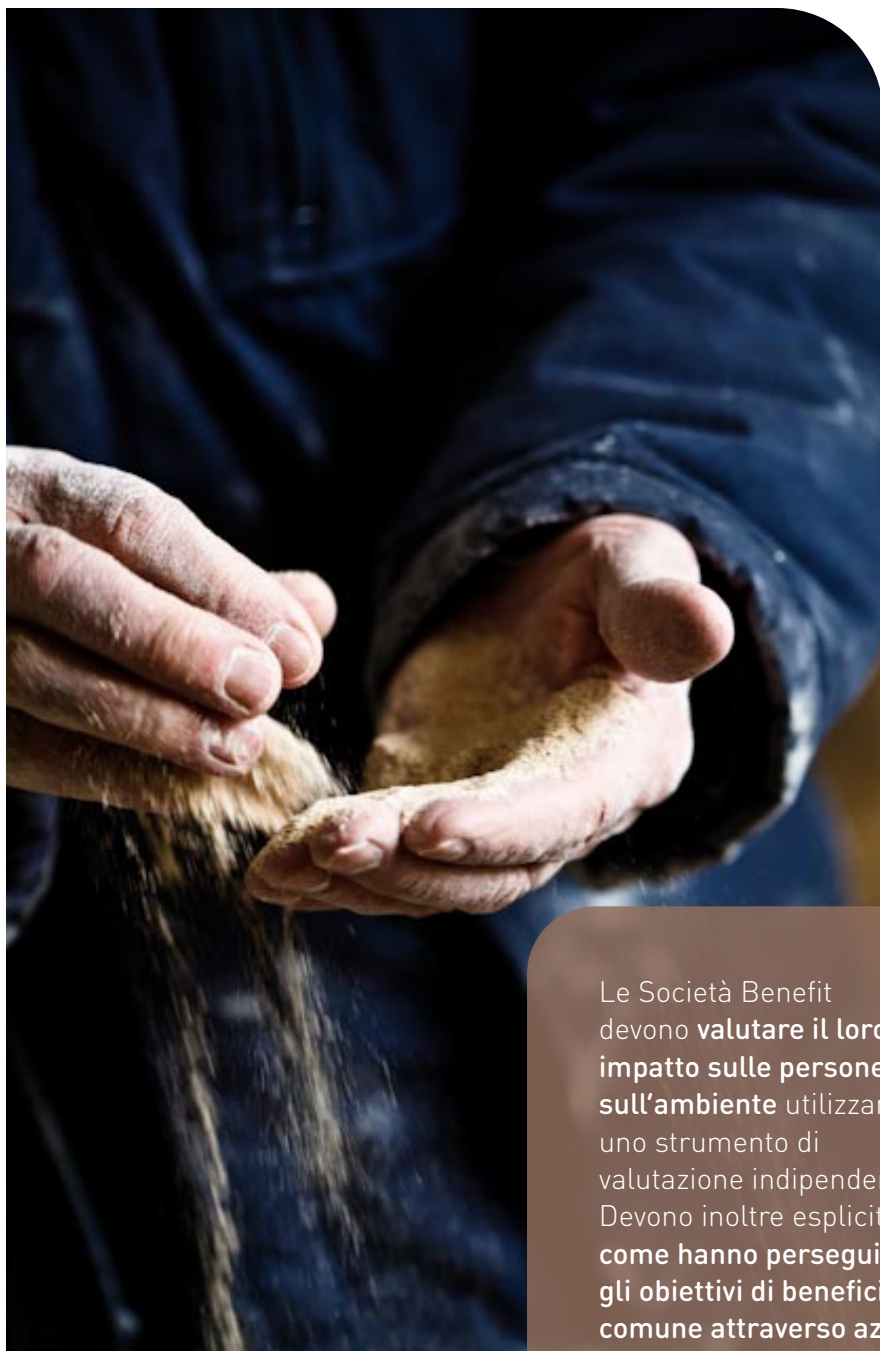
Creare nuovi **modelli di relazione** in cui i **fornitori e clienti diventano partner dell'azienda** condividendone i valori e il desiderio di costruire per il Bene Comune



Contribuire allo **sviluppo culturale, sociale ed economico delle comunità** locali in cui la Società opera



Diffondere e **promuovere modalità di fare impresa più sostenibili** e consapevoli, pratiche rispettose della terra e della biodiversità



Le Società Benefit devono **valutare il loro impatto sulle persone e sull'ambiente** utilizzando uno strumento di valutazione indipendente. Devono inoltre esplicitare **come hanno perseguito gli obiettivi di beneficio comune attraverso azioni concrete.**



SIAMO TRASPARENTI SUL NOSTRO OPERATO

Attraverso questa relazione d'impatto, **Molino Moras rende trasparente il proprio operato in coerenza con lo status di Società Benefit**, partendo dai requisiti previsti dalla legge 208/2015 e cercando di accogliere ogni esigenza informativa dei portatori d'interesse.

La relazione d'impatto di Molino Moras si compone di due sezioni:

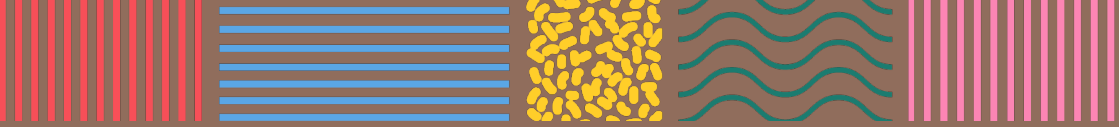
1. Valutazione dell'impatto generato

La valutazione dell'impatto generato è stata realizzata attraverso uno **standard di valutazione esterno**, con le caratteristiche di indipendenza, completezza e trasparenza previste dalla legge. Lo standard di valutazione esterno ha consentito di **misurare, attraverso un punteggio sintetico, come l'azienda opera in maniera sostenibile** nei confronti delle persone, dell'ambiente e di ogni altro portatore d'interesse.

2. Azioni e progetti realizzati in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune

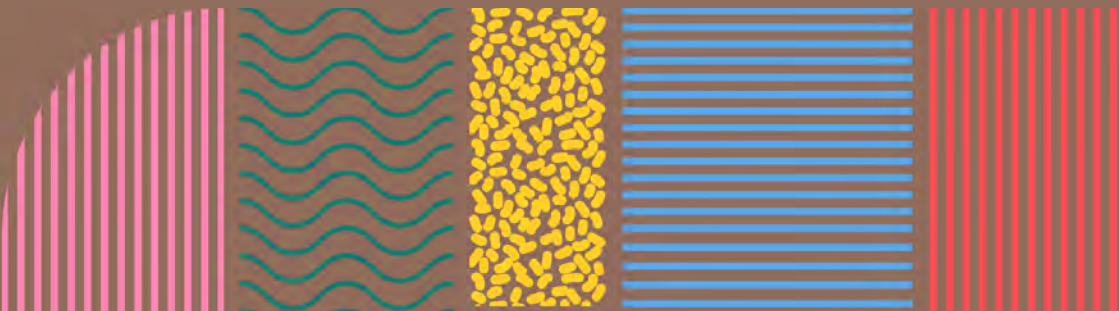
Rispetto a **ciascun obiettivo di beneficio comune** previsto in Statuto, sono stati rendicontati le **azioni ed i progetti sviluppati nel corso del 2024**, alcuni **indicatori sintetici di risultato** e gli obiettivi per l'anno successivo.





1.

VALUTAZIONE
DELL'IMPATTO
GENERATO





LO STRUMENTO PER VALUTARE L'IMPATTO GENERATO

Per la valutazione dell'impatto generato, Molino Moras ha utilizzato lo strumento **ESG assessment per PMI**, sviluppato da due start up innovative del territorio regionale (Finpro ESG e Foxwin, entrambe Società Benefit).

Lo strumento analizza le seguenti aree:

- **Rendicontazione:** le buone pratiche per comunicare esternamente e rendicontare i valori e i risultati aziendali;
- **Governance:** la gestione dell'impresa ed il sistema valoriale di riferimento, in termini di trasparenza e correttezza;
- **Ambiente:** gli impatti sull'ambiente dell'attività di impresa, quali i consumi, i rifiuti, la scelta dei fornitori;
- **Economia:** la capacità di generare valore economico e di remunerare i vari portatori d'interesse;
- **Sociale:** il sistema di relazioni con le Persone, interne ed esterne all'azienda, per la valorizzazione e la crescita sinergica.

Nel corso del 2024, l'assessment è stato aggiornato per adeguarsi alle più recenti richieste ESG previste a livello europeo.

Il risultato dell'assessment consiste in un **giudizio totale e in un giudizio per ogni singola area**, in una scala da 0 a 100.

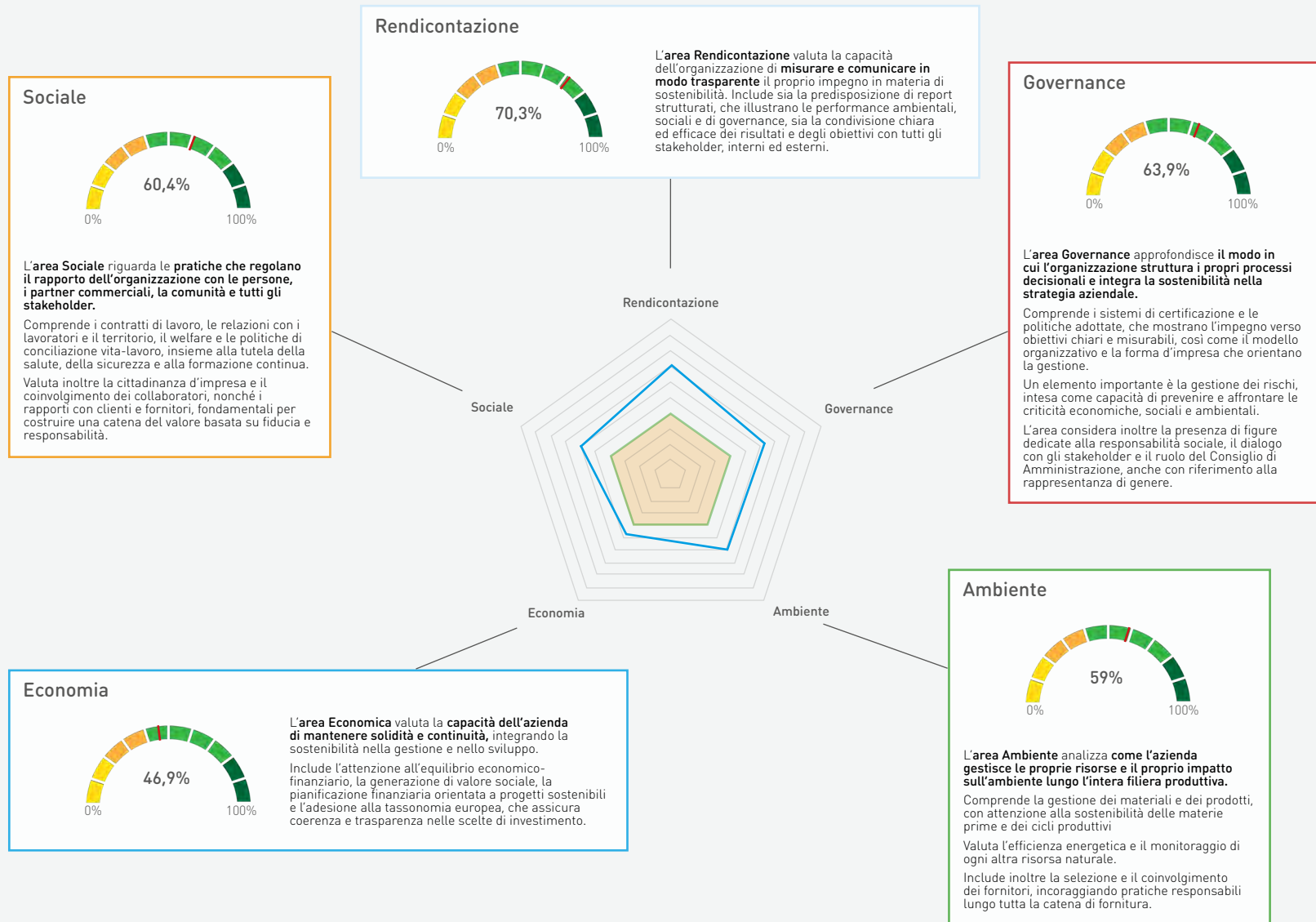
Lo strumento identifica nel valore di 40 la soglia da superare. Oltre quel punteggio, si può affermare che l'azienda operi in maniera sostenibile, con riferimento alla singola area o nel suo complesso.

NELLE SEGUENTI PAGINE, VENGONO RIPORTATI I RISULTATI DELL'ANALISI EFFETTUATA. LE INDICAZIONI SONO FRUTTO DELLA VALUTAZIONE DEL SOGGETTO TERZO CHE HA CONDOTTO LA VALUTAZIONE.



Per valutare l'impatto generato è stato utilizzato lo strumento **ESG assessment per PMI**, realizzato da due start up innovative del territorio regionale.

LA VALUTAZIONE DEL NOSTRO IMPATTO



Valutazione totale

60,1/100

> 40/100

Rendicontazione

70,3/100

> 40/100

Governance

63,9/100

> 40/100

Ambiente

59/100

> 40/100

Economia

46,9/100

> 40/100

Sociale

60,4/100

> 40/100

Il punteggio di 40 rappresenta la soglia di maturità prevista dallo strumento di valutazione. Con un giudizio globale di **60,1**, Molino Moras testimonia un **approccio alla sostenibilità evoluto**.

COMUNICHIAMO E RENDICONTIAMO IL NOSTRO IMPEGNO SOSTENIBILE



Rendicontazione

70,3/100

> 40/100

Il Molino si distingue per:

racconto del proprio impegno sostenibile e rendicontazione di sostenibilità strutturata, attraverso lo strumento della relazione d'impatto

Molino Moras è molto attivo nel comunicare i propri valori e i progetti di sostenibilità, sfruttando in modo strategico e diversificato i social media. L'azienda partecipa e organizza eventi pubblici, occasioni preziose per condividere il proprio approccio al fare impresa e consolidare le relazioni con i portatori d'interesse.

Da diversi anni, il Molino adotta volontariamente standard di rendicontazione ESG per la propria rendicontazione di sostenibilità.

GRAZIE ALLA RELAZIONE D'IMPATTO, HA INDIVIDUATO UNO STRUMENTO DI MISURAZIONE ANNUALE DELLA SOSTENIBILITÀ, CHE UTILIZZA ANCHE COME MEZZO PER RACCONTARE IN MODO CHIARO E COERENTE IL PROPRIO IMPEGNO VERSO I DIVERSI STAKEHOLDER.



Molino Moras **trasmette i propri valori e il proprio impegno** sociale e ambientale attraverso la **comunicazione aziendale** e la **relazione d'impatto**, documento di rendicontazione di sostenibilità per le Società Benefit.

CI STRUTTURIAMO PER GESTIRE L'AZIENDA IN MANIERA ETICA ED EFFICIENTE



.....

Governance

63,9/100

> 40/100

.....

Il Molino si distingue per:

governance e proprietà al femminile, modello organizzativo evoluto, modello d'impresa "Benefit"

Molino Moras si distingue per una **gestione etica e trasparente**, che **guarda al futuro senza perdere la propria identità familiare**. L'azienda ha costruito un modello di governance maturo, pensato per affrontare la complessità del mercato e rafforzare la competitività.

La proprietà è divisa tra la famiglia e finanziatori esterni, con il 59% del capitale sociale detenuto da donne delle ultime due generazioni. Anche il Consiglio di Amministrazione è interamente femminile, guidato da Nicoletta Moras come Presidente, con Anna e Sara Pantanali come Consigliere.

Per trasmettere i propri valori e promuovere comportamenti virtuosi, l'azienda si è dotata di un **Codice Etico**, che guida l'operato quotidiano e contribuisce a prevenire rischi di illeciti, rafforzando la **cultura aziendale** e il legame con gli stakeholder.

Qualche numero...

.....



59% del capitale detenuto da tre donne

100% composizione femminile nel Consiglio di Amministrazione



Modello organizzativo conforme a D. Lgs. 231/2001

Codice Etico

Carta dei Valori condivisa con i principali stakeholder



Molino Moras **mantiene ben salda la propria storia**. La maggioranza del capitale e l'intero Consiglio di Amministrazione sono rappresentati dalla **famiglia Moras**. L'azienda **guarda al futuro**, strutturando l'organizzazione e il modello d'impresa su **etica e sostenibilità**.²³

RISPETTIAMO L'AMBIENTE E LAVORIAMO PER FILIERE SOSTENIBILI



Ambiente

59/100

> 40/100

Il Molino si distingue per:

monitoraggio degli impatti ambientali, attenzione a filiere agricole sostenibili e certificazioni di prodotto

La materia prima trasformata da Molino Moras è il **grano tenero**, prezioso prodotto della terra che l'azienda acquista, da fornitori italiani ed esteri, per trasformarlo in farina.

Il processo di molitura è caratterizzato da un **processo produttivo semplice e pulito**, dove gli effetti sull'ambiente si limitano al consumo di energia elettrica e all'impiego di acqua nella fase di preparazione del grano che precede la macinazione. L'attività agricola di coltivazione del grano, dal canto suo, pur avendo un impatto ambientale più rilevante, può svolgere un ruolo positivo nella cura del territorio e nella tutela della biodiversità.

L'INTERA FILIERA DI PRODUZIONE E LAVORAZIONE DEL GRANO È IMPEGNATA NEL RICERCARE MODELLI AGRICOLI E PROCESSI DI TRASFORMAZIONE PIÙ SOSTENIBILI.

Molino Moras contribuisce a queste finalità, attraverso il **progetto Flôr di Lune**, per una filiera locale di grano biologico, e l'adesione al **marchio loSonoFVG**.

L'azienda **dialoga costantemente con fornitori e business partner**, alla ricerca di modelli produttivi virtuosi e collaborazioni per valorizzare sistemi di produzione locali e sostenibili.



DA DIVERSI ANNI, MOLINO MORAS MONITORA I PROPRI CONSUMI ENERGETICI E DI RISORSE, VALUTANDO OBIETTIVI DI EFFICIENZA.

Nel 2024 l'indicatore di efficienza globale, che misura i consumi energetici totali in rapporto alla quantità di grano lavorato, è cresciuto del 4,7% rispetto al 2023. Ciò significa che, a parità di grano trasformato, l'azienda ha registrato un leggero aumento dei consumi energetici. La variazione rimane contenuta ed è riconducibile a normali oscillazioni che possono verificarsi di anno in anno.

Nel 2024 si segnala l'adesione ad un progetto significativo finalizzato alla riduzione degli impatti ambientali legati ai consumi energetici.

L'azienda ha aderito a una comunità energetica, iniziando a coprire parte del fabbisogno elettrico con **fonti 100% rinnovabili** di produttori locali.

Qualche numero...



326.642 kWh consumi energetici totali (+6,3% sul 2023)

788 metri cubi d'acqua (-28,8% sul 2023)



+ 4,7% consumi energetici totali su quantità di grano lavorato

CREIAMO VALORE ECONOMICO PER L'AZIENDA ED IL TERRITORIO



Economia

46,9/100

> 40/100

Il Molino si distingue per:

andamento economico in crescita, nonostante anni di difficoltà generalizzate; impatto sul territorio del valore distribuito; sostegno economico a iniziative sociali

Per un'azienda, creare valore economico è alla base della propria attività. L'approccio alla sostenibilità arricchisce questa visione, ponendo l'attenzione non solo sul valore creato, ma anche sulla sua qualità e sulle modalità con cui viene generato.

IL VALORE ECONOMICO È CENTRALE PER IL FUNZIONAMENTO DELL'AZIENDA E PER REMUNERARE I SUOI PORTATORI D'INTERESSE, DAI COLLABORATORI, AI BUSINESS PARTNER, ALLA COMUNITÀ DI APPARTENENZA.

Nel 2024 **Molino Moras ha chiuso l'anno con un risultato economico positivo** (utile pari al 1,7% del valore della produzione), significativo rispetto al triennio precedente.

Il valore economico generato dall'azienda si è distribuito in larga parte ai fornitori (73%) e ai collaboratori (15%), con un impatto rilevante sull'economia locale: una parte della filiera e l'intera forza lavoro provengono infatti dal territorio.

I ricavi derivano principalmente da clienti B2B – come pizzerie, panifici, ristoranti e grossisti – mentre la clientela privata rappresenta circa l'11% del valore complessivo delle vendite, acquistando attraverso il negozio fisico e lo shop online.

Negli ultimi anni, l'e-commerce ha registrato una crescita significativa, affermandosi come canale stabile e complementare rispetto all'attività commerciale tradizionale del punto vendita di Trivignano Udinese, situato accanto al Molino.

Qualche numero...



2.411.194 euro di fatturato (-1,2% sul 2023)

42.016 euro di utile (1,7% del valore della produzione)



89% delle vendite deriva da clienti B2B

11% delle vendite deriva da clienti B2C

29% delle vendite B2C da canale e-commerce (+22% rispetto al 2023)



73% del valore generato va alla catena di fornitura

15% del valore generato remunera i collaboratori

7% del valore generato rimane all'azienda, sotto forma di utile e costi non finanziari



≈8.700 Euro di donazioni al sociale

Il valore economico generato da Molino Moras è importante per **remunerare i portatori d'interesse** dell'azienda, a partire da collaboratori e fornitori. Nonostante le difficoltà di mercato, **l'azienda è cresciuta** e, dopo un biennio, ha **riconquistato una gestione in utile.**

GENERIAMO UN IMPATTO SOCIALE PER I NOSTRI STAKEHOLDER



Sociale

60,4/100

> 40/100

Il Molino si distingue per:

attenzione al benessere delle persone, a coltivare il rapporto con clienti e fornitori e a creare progetti comunitari di valore sociale

Molino Moras è, prima di tutto, una comunità fatta di persone:

collaboratori, clienti, fornitori, scuole e associazioni che condividono valori e missione, contribuendo ogni giorno a costruire un'identità comune.

I COLLABORATORI SONO IL CUORE PULSANTE DELL'AZIENDA;
LE DIMENSIONI CONTENUTE FAVORISCONO UN CONFRONTO
COSTANTE E INFORMALE, PUR IN UN CONTESTO DI GESTIONE
DELLE RISORSE UMANE STRUTTURATA, ORIENTATA AL
BENESSERE, ALLA CRESCITA PROFESSIONALE E ALL'EQUILIBRIO
TRA VITA PRIVATA E LAVORO.

In quest'ottica, vengono promossi welfare, percorsi formativi e opportunità di sviluppo individuale.

Il team è composto da tre soci lavoratori e nove dipendenti, tutti residenti nelle vicinanze della sede, con un impatto occupazionale significativo sul territorio.

Negli ultimi anni l'azienda ha investito molto nella **ricerca di nuove figure professionali**, affrontando sia il turnover che la difficoltà di reperire competenze tecniche. Anche nel 2024 ha organizzato direttamente **attività formative sulla tecnica molitoria**, colmando un vuoto nell'offerta del settore.

Particolare attenzione è rivolta ai giovani, con percorsi di inserimento,

crescita e stabilizzazione, in collaborazione con scuole e università. Le iniziative di formazione, obbligatorie e facoltative, sono rivolte a tutti i collaboratori per rafforzare competenze e spirito di squadra.

La clientela comprende sia consumatori privati che aziende (pizzerie, panifici, ristoranti, aziende agricole e grossisti). **Il rapporto con i clienti è orientato alla diffusione della conoscenza dei prodotti e alla promozione di una cultura del mangiar bene**, attraverso momenti di confronto e scambio che trasmettono anche i valori aziendali. Con i fornitori, Molino Moras ricerca relazioni basate su affidabilità, rispetto delle persone e dell'ambiente, in un contesto complesso caratterizzato da forti cambiamenti nelle catene di fornitura del grano.

Nel suo insieme, **l'azienda si propone come una grande famiglia radicata nel territorio**, impegnata a generare impatto sociale e culturale attraverso progetti sviluppati con associazioni, scuole, università, istituzioni, e realtà del mondo culturale e del volontariato, con l'obiettivo di promuovere benessere, inclusione e crescita collettiva.

Qualche numero...



9 collaboratori dipendenti (6 uomini e 3 donne; 5 inquadrati come operai e 4 come impiegati)

78% dei contratti a tempo indeterminato

100% dei dipendenti appartiene alla comunità locale

100% dei dipendenti con titolo di studio diploma o laurea



4 progetti realizzati di carattere culturale e solidaristico

6 collaborazioni per stage/tirocini ed esami e tesi di laurea

18 incontri con comunità, clienti, cittadini per promuovere i valori del Molino, il prodotto e modelli di business sostenibili





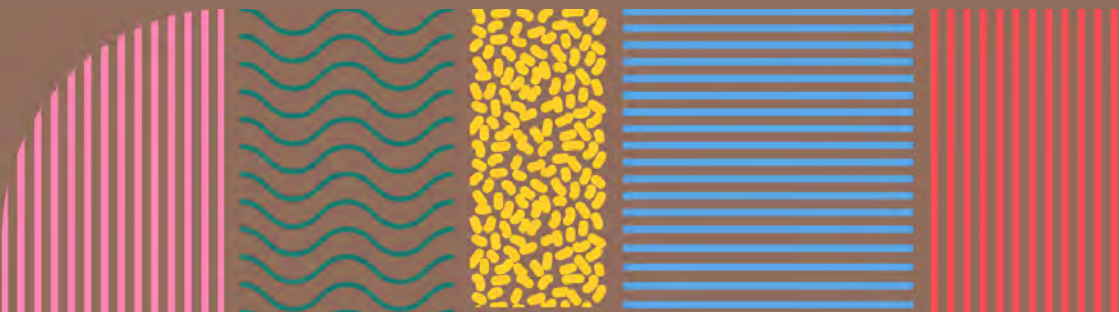
Molino Moras crede nel suo **ruolo sociale**. L'azienda è, prima di tutto, una **rete di persone**: collaboratori, clienti, fornitori, comunità territoriale...





2.

AZIONI E PROGETTI
PER IL BENEFICIO COMUNE



Finalità di beneficio comune #1

Creare un ambiente di lavoro in cui le persone crescono a livello umano e professionale, sono valorizzate e sono felici

ABBIAMO DETTO CHE AVREMMO FATTO...



valutare il **clima aziendale** e realizzare azioni per **migliorare il benessere dei collaboratori**



prosecuzione della **formazione specifica** e di percorsi di formazione dedicati alla crescita delle competenze tecniche e delle soft skills

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2024

Nel 2024 **Molino Moras ha investito molto nella formazione del personale**, bilanciando hard e soft skills: corsi tecnici (carrelli elevatori, tecniche molitorie, marketing digitale, problem solving), formazione obbligatoria (primo soccorso, antincendio) e whistleblowing. Particolare attenzione è stata data ai nuovi mugnai, affiancati da un tecnico e tramite lezioni online. Due collaboratori hanno partecipato a un progetto di miglioramento logistico con Lean Experience Factory, che continuerà nel 2025.

Sono stati realizzati percorsi su qualità, igiene e sicurezza con esperti interni ed esterni. Sul fronte del **benessere e conciliazione vita-lavoro**, l'azienda ha concesso part-time, congedo di paternità, buoni pasto/spesa/viaggio e ha garantito coperture sanitarie tramite il fondo SanArti.

Nonostante il rinvio di un'indagine strutturata sul clima aziendale, a novembre è stata svolta un'**attività di ascolto e coinvolgimento** per identificare parole chiave sulla cultura aziendale, restituite in un'infografica durante la cena di Natale. In quella occasione sono stati donati libri ai figli dei collaboratori.



RISULTATI 2024

- 245 ore** di formazione non obbligatoria (-9% rispetto al 2023);
- 32 ore** di formazione obbligatoria;
- 9.045 euro** il valore della formazione erogata (45% per formazione obbligatoria), perlopiù coperta da fondi interprofessionali;
- 32 ore di formazione sulla sicurezza** per tutte le risorse;
- 1 part-time** concesso per esigenze di conciliazione famiglia -lavoro;
- 1 congedo paternità**;
- 1 sondaggio** sull'allineamento del team alla cultura e filosofia aziendale.

OBIETTIVI 2025



Somministrazione di questionari per **analizzare il clima interno all'azienda** e valutare nuove azioni da intraprendere per portare maggiori benefici al gruppo, al benessere generale e alla produttività.



Continuo sviluppo della **formazione specifica** e di percorsi di formazione dedicati alla crescita delle **competenze tecniche** e delle soft skills anche con attività di team building.

Finalità di beneficio comune #2

Promuovere salute e benessere attraverso la consapevolezza alimentare e la condivisione di conoscenza e informazione

ABBIAMO DETTO CHE AVREMMO FATTO...



Coinvolgimento delle scuole, per diffondere corrette informazioni alimentari.



Realizzare un calendario di incontri formativi e di corretta informazione alimentare per i clienti retail.



Diffusione del progetto AmorBimbi.



Collaborazione con food blogger e influencer per supportare la diffusione dei valori aziendali, della cultura della sana alimentazione e dei progetti più innovativi del Molino.

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2024

Nel 2024 Molino Moras ha sviluppato **varie iniziative per promuovere la consapevolezza alimentare**, con un focus sui bambini. Tra queste, un laboratorio al molino legato all'Epifania, attività sensoriali e di gioco nelle scuole dell'infanzia di Udine e San Vito al Torre (coinvolgendo 79 bambini, famiglie e docenti) e un laboratorio durante la manifestazione Sapori Pro Loco a Villa Manin.

In tutte le occasioni è stato **presentato AmorBimbi**, progetto dedicato all'educazione alimentare di bambini e famiglie, raccontato anche sulla rivista Cittaestorie grazie alla collaborazione con la food blogger Angela Berton.

AMORBIMBI RAPPRESENTA IL RISULTATO DI UN PROGETTO DI RICERCA, NATO PER COLMARE UN'IMPORTANTE LACUNA NORMATIVA IN TEMA DI SICUREZZA ALIMENTARE PER I BAMBINI.



Nel corso dell'anno, Molino Moras ha collaborato con associazioni e laboratori per promuovere un uso consapevole delle farine, organizzando incontri formativi sia online che in presenza. Tra le iniziative principali spicca un ciclo di cinque incontri digitali rivolti ai clienti dell'e-commerce (circa 100 partecipanti) e un evento al Città Fiera di Martignacco con Radio Punto Zero e la trasmissione Radio Chef. L'azienda ha inoltre partecipato ad altri momenti di confronto su temi più ampi, come la sostenibilità d'impresa (CSR Talk di Animaimpresa) e la leadership femminile (ITC Zanon di Udine).

RISULTATI 2024

3 Progetti di sostenibilità di prodotto;

11 incontri con clienti e comunità per conoscenza e uso del prodotto (+10% rispetto al 2023);

5 eventi dedicati ai bambini, **2 interventi a favore di studenti** a tema sostenibilità, imprenditoria femminile, innovazione digitale, consapevolezza alimentare;

500+ persone raggiunte in attività di sensibilizzazione in presenza;

25 post sui social (5.000-5.500 utenti medi a post, +22% rispetto al 2023) e

20 newsletter (3.200-3.400 utenti raggiunti ad ogni invio, +36% rispetto al 2023) dedicate a sana alimentazione, salute e sostenibilità.

OBIETTIVI 2025



Intensificare gli incontri con le scuole per raccontare il mestiere del mugnaio e sensibilizzare al valore delle farine.



Proseguire e ampliare le occasioni di incontro con i clienti, sia online che in presenza, per promuovere un corretto utilizzo delle farine, anche grazie alla collaborazione con esperti e influencer.



Sostenere e far crescere il progetto AmorBimbi e le filiere territoriali, contribuendo al loro continuo sviluppo.





Molino Moras lavora
per **promuovere**
la consapevolezza
alimentare e modelli
d'impresa sostenibili, a
partire dai più giovani.

Finalità di beneficio comune #3

Creare nuovi modelli di relazione in cui i fornitori e clienti diventano partner dell'azienda condividendone i valori e il desiderio di costruire per il Bene Comune

ABBIAMO DETTO CHE AVREMMO FATTO...



Iniziative di coinvolgimento dei portatori di interesse come un [questionario di soddisfazione per i clienti Ho.Re.Ca.](#) (hotel, ristoranti, bar) o la realizzazione di una nuova analisi di materialità per ridefinire gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.



Condivisione della [comunicazione sulla relazione di impatto](#) 2023.



Attivazione di situazioni di [incontro one to one](#) tra azienda e clienti.

COSA ABBIAMO FATTO NEL 2024

Nel 2024 la **Relazione di Impatto si è confermata il principale strumento di comunicazione** dei valori aziendali: inviata a circa 120 stakeholder, è stata diffusa anche tramite 500 copie cartacee nel punto vendita, negli ordini e-commerce e durante eventi aziendali.

Parallelamente, Molino Moras ha continuato a **rafforzare il dialogo con la clientela** attraverso newsletter (oltre 11.000 iscritti e 3.000 lettori regolari), incontri virtuali e una maggiore assistenza online, con l'obiettivo di costruire relazioni di fiducia anche a distanza.

L'azienda ha inoltre **promosso percorsi formativi mirati**: consulenze tecniche per i clienti HORECA e attività dedicate alle reti commerciali di due clienti nei settori ristorazione e pizzeria, per trasmettere in modo efficace i valori del brand.

Nel corso dell'anno ha proseguito il **racconto del proprio approccio alla sostenibilità** attraverso la pagina web dedicata alla RSI e la condivisione della Carta dei Valori, a sostegno di trasparenza e partnership responsabili.



RISULTATI 2024

5 incontri online per favorire la formazione e il dialogo con clienti (+25% rispetto al 2023);

4 eventi organizzati a favore di clienti/distributori;

11.000 iscritti (+10% rispetto al 2023) alla newsletter aziendale;

1 progetto per la conoscenza corretta del prodotto farina e del suo utilizzo con guide alle farine da scaricare online: **600 guide scaricate**;

1 progetto per aumentare i feedback dei clienti tramite recensione dei prodotti (+400 recensioni di prodotto sul sito e-commerce nel 2024);

1 evento dedicato al progetto farina friulana Autentica (Ipercoop MEDUNA ottobre 2024);

10 espositori per la Grande Distribuzione GDO/retail.

OBIETTIVI 2025



Iniziative di coinvolgimento dei portatori di interesse, quali un **questionario di soddisfazione per i clienti Ho.Re.Ca.** (hotel, ristoranti, bar) o la realizzazione di una nuova analisi di materialità per ridefinire gli obiettivi di sostenibilità dell'azienda.



Condivisione della **comunicazione sulla relazione di impatto** 2024.



Consolidamento di momenti in cui i **clienti sono realmente protagonisti**, favorendo un dialogo diretto e costruttivo.

Finalità di beneficio comune #4

Contribuire allo sviluppo culturale, sociale ed economico delle comunità locali in cui la Società opera

ABBIAMO DETTO CHE AVREMMO FATTO...



Rafforzare le iniziative di con il **terzo settore** ed il mondo dell'**arte e cultura**.



Garantire una proficua **collaborazione con il mondo della scuola e dell'Università**, per attrarre giovani verso l'attività del Molino.



Proseguire l'impegno verso la comunità attraverso attività di **donazione di prodotti ed erogazioni liberali**.

RISULTATI 2024

Nel 2024, Molino Moras ha continuato a sostenere **progetti di valore sociale e culturale per la comunità**. Tra le iniziative principali:

- **#maipiubarbablu**, progetto di **prevenzione della violenza di genere** nato dalla cooperativa sociale FUTURA, con la distribuzione del Quaderno dei Sentimenti nelle scuole e 12 ore di attività realizzate nel corso dell'anno;
- **accoglienza di studenti** in stage in collaborazione con istituti tecnici, università e ENAIP, offrendo esperienze formative concrete per i giovani;
- **collaborazioni universitarie**, con il progetto AmorBimbi come caso studio, partecipazione al concorso nazionale "Make It a Case" e supporto a tesi di laurea magistrale in Comunicazione Integrata per le Imprese;
- promozione della **cultura gastronomica**, attraverso la sponsorizzazione e un premio speciale alla prima edizione dell'INTERNATIONAL PIZZA CUP di Codroipo;



- **donazioni e sostegno sociale**, con farina destinata a Caritas diocesana di Gorizia e La Ginestra Onlus, a sostegno delle famiglie in difficoltà economica del territorio regionale;
- partecipazione a **iniziative territoriali e culturali**, come il progetto AURORE del Comune di Moruzzo (oltre 400 partecipanti), e a diverse sagre locali;
- **impegno nella sostenibilità aziendale**, con la partecipazione al CSR Talk di Animaimpresa e l'avvio del progetto CSR Manager network, rete regionale dei manager della sostenibilità.

RISULTATI 2024

4 progetti culturali sostenuti (#maipiubarbablu, progetto AURORE, ANDOS, CSR Talk di Animaimpresa con presentazione del progetto dei CSR Manager)

1 partecipazione evento PIZZA CUP

3 collaborazioni attivate per stage e tirocini con istituti ed enti regionali

3 collaborazioni con studenti per progetti relativi ad esami e tesi di laurea

6.592 Euro di donazioni di farina a favore del sociale

OBIETTIVI 2025



Continuare progetti legati ad **attività culturali con realtà del Terzo Settore**, creazione di **attività a favore di famiglie e bambini**.



Accoglienza di **stage e tirocini** e altri **progetti per studenti**, in particolare delle scuole superiori ed Università.



Donazioni di farina a favore del sociale individuando nuove associazioni bisognose e impegnate nell'aiuto alle famiglie.





Abbiamo continuato a dedicarci a **progetti di valore** per il territorio, come le attività culturali e i laboratori per bambini inseriti all'interno di progetti scolastici.

Finalità di beneficio comune #5

Diffondere e promuovere modalità di fare impresa più sostenibili e consapevoli, pratiche rispettose della terra e della biodiversità

ABBIAMO DETTO CHE AVREMMO FATTO...



Confermare tutte le [certificazioni](#) in utilizzo e aumentare la sensibilizzazione riguardo i prodotti a marchio loSonoFVG per contribuire all'economia circolare nel Friuli Venezia Giulia.



Predisporre un [questionario fornitori](#) per fotografare la sostenibilità della catena di fornitura, in ottica ESG.

Nel 2024 **Molino Moras ha rafforzato il proprio legame con il territorio** aderendo al progetto regionale **loSonoFVG**, attraverso l'utilizzo del marchio aziendale e di tre marchi di prodotto. Questa scelta conferma la volontà dell'azienda di valorizzare le filiere locali e promuovere l'identità regionale. Ha potuto partecipare a iniziative di comunicazione dedicate, come l'intervista su Tv12 che ha raccontato il modello produttivo di Molino Moras.

In particolare è stato consolidato il progetto della **farina AUTENTICA**, che incentiva il consumo di prodotti regionali e sostiene la coltivazione locale di grano tenero: nel 2024 i clienti sono aumentati di sei volte e le vendite dell'87% rispetto al 2023.

L'impegno sul fronte biologico è proseguito con la **farina Flôr di Lune**, frutto della collaborazione con l'azienda Giacomelli Carlo di Pradamano (UD) e distribuita anche nei punti vendita DESPAR del Friuli Venezia Giulia.

L'azienda, nel 2024, è entrata nella **Comunità Energetica Rinnovabile PART ENERGY**, attiva da ottobre 2024, per contribuire alla produzione e condivisione di energia pulita a livello locale.

Il Molino ha condiviso la propria esperienza in svariati eventi su agricoltura, modelli di business sostenibili e leadership femminile.



RISULTATI 2024

4 marchi di sostenibilità loSonoFVG (1 marchio azienda e 3 di prodotto)

1 certificazione biologica per due prodotti

4 certificazioni di prodotto per farina AmorBimbi

1 progetto di valorizzazione filiera corta e biodiversità locale (Flôr di Lune); la referenza Bio FVG è stata scelta anche da Aspiag per l'inserimento nella proposta nei punti vendita EUROSPAR

1 progetto di filiera regionale da agricoltura convenzionale per la valorizzazione del grano e della farina 100% FVG

3 testimonianze per la diffusione di modelli produttivi e organizzativi responsabili

2 pubblicazioni sulla stampa regionale (Realtà Industriale) e nazionale (quotidiano La Repubblica).

OBIETTIVI 2025



Confermare tutte le **certificazioni** in utilizzo e aumentare la sensibilizzazione riguardo i prodotti a marchio loSonoFVG per contribuire all'economia circolare nel Friuli Venezia Giulia.



Predisporre un **questionario fornitori** per fotografare la sostenibilità della catena di fornitura, in ottica ESG.



Diffondere il tema delle **comunità energetiche** a tutte le risorse umane e altri collaboratori dell'azienda.



Implementare la **misurazione degli impatti ambientali** dell'organizzazione.

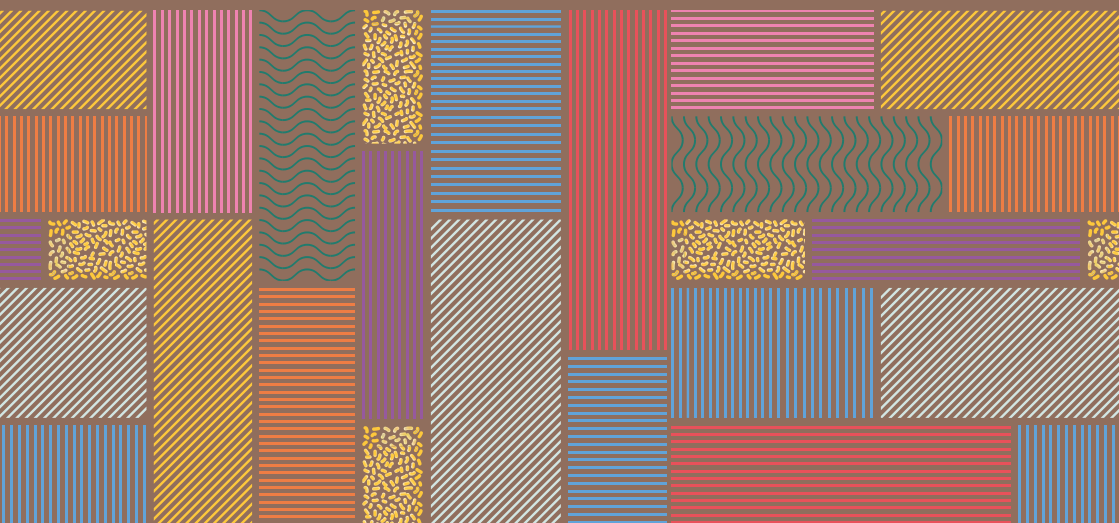
Si ringrazia per le foto:

Molino Moras

unsplash.com

Contenuti a cura di:

FINPRO ESG
SOCIETÀ BENEFIT



120°
ANNIVERSARY

MOLINO MORAS SRL - SOCIETÀ BENEFIT
VIA PALMA 40 - 33050 TRIVIGNANO UDINESE (UD)
T. +39 0432 999006 / MOLINOMORAS.IT
EMAIL: MORAS@MOLINOMORAS.IT

