PIONIERI DI UN MONDO SOSTENIBILE.

RELAZIONE DI IMPATTO 2025



Cortilia

01 LETTERA DEL CEO 02

02 EVOLUZIONE DI QUESTO TRIENNIO 06

03 I NOSTRI VALORI 10

04 SOSTENIBILITÀ
IL CUORE DEL MODELLO CORTILIA 14

05 IL NOSTRO IMPEGNO
PER IL CLIMA E LA BIODIVERSITÀ 18

06 GLI SDGs 24

07 OBIETTIVI RAGGIUNTI
LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE 30

08 VALUTAZIONE D'IMPATTO 44

09 OBIETTIVI FUTURI 50

LETTERA DEL CEO

01



LETTERA DEL CEO

Il 2025 è stato per Cortilia un anno di trasformazione profonda. In un mercato alimentare in continua mutazione, abbiamo scelto di non restare a guardare, ma di evolvere il nostro modello per renderlo ancora più resiliente, inclusivo e d'impatto.

La nostra bussola: la Ricertificazione B Corp

È l'anno in cui abbiamo guardato allo specchio il nostro operato e abbiamo ottenuto la **ricertificazione B Corp**. In un panorama globale sempre più attento alla trasparenza, riconfermare la nostra appartenenza a questo movimento globale non è solo un motivo d'orgoglio, ma la prova tangibile che il nostro modello di business genera **valore reale per le persone e per il pianeta**. Questa certificazione valida ogni nostra scelta strategica, trasformando la **sostenibilità** da concetto astratto a **pratica quotidiana misurabile**.

Accessibilità e impatto: la partnership con Amazon

Per generare un cambiamento sistemico, la **qualità** deve essere **accessibile**. La nuova partnership strategica con **Amazon** nasce con questo obiettivo: portare le **eccellenze** dei nostri produttori locali a una **platea sempre più vasta**. Abbiamo unito la nostra competenza nella filiera corta alla capillarità tecnologica di un partner globale, con l'ambizione di **diffondere il consumo consapevole** senza mai scendere a compromessi sui nostri valori fondanti.

Biodiversità e territorio: 5.500 storie da raccontare

Quest'anno abbiamo ampliato il nostro catalogo raggiungendo le **5.500 referenze (SKU)**. Ogni nuovo prodotto inserito rappresenta un **nuovo legame** con un agricoltore, un allevatore o un artigiano. Aumentare l'assortimento significa offrire ai nostri clienti la possibilità di fare una **spesa completa e coerente**, sostenendo al contempo la **biodiversità** del territorio italiano e la **resilienza** delle piccole economie locali.



Custodi della natura: gli alveari con Apicoltura Urbana

La nostra missione **di tutela dell'ecosistema** ha trovato quest'anno un nuovo simbolo concreto: l'installazione di **due alveari** presso la nostra sede, in collaborazione con **Apicoltura Urbana** (anch'essa Società Benefit). Le api sono le "sentinelle" della salute ambientale; ospitarle significa non solo **proteggere gli impollinatori**, essenziali per la vita sul pianeta, ma anche **monitorare** attivamente la **qualità dell'ambiente** in cui operiamo, trasformando i nostri spazi in piccoli **polmoni di biodiversità urbana**.

Responsabilità logistica: verso una spesa più consapevole

Coerentemente con il nostro impegno B Corp, abbiamo scelto di rivedere le nostre politiche di consegna, aumentando il **valore minimo dell'ordine** e la **soglia per la consegna gratuita**. È stata una scelta di **responsabilità ambientale**: incentivando ordini più consistenti, abbiamo ridotto drasticamente il numero di viaggi e l'impatto di CO_2 per ogni prodotto consegnato. Meno sprechi, più efficienza, maggiore rispetto per l'ambiente.

Equità e inclusione: Certificazione della Parità di Genere (88/100)

La **sostenibilità** per noi non è solo ambientale, ma profondamente **umana**. Nel 2025 abbiamo raggiunto un traguardo di cui andiamo fieri: l'ottenimento della **Certificazione per la Parità di Genere** con l'eccellente punteggio di 88/100. Questo riconoscimento premia le nostre **politiche di equità salariale**, le **opportunità** di crescita e la **tutela della genitorialità**. Crediamo fermamente che un'azienda possa fiorire solo quando ogni persona, indipendentemente dal genere, abbia lo spazio e il supporto per esprimere il proprio potenziale.

Tutto questo non sarebbe stato possibile senza la fiducia dei nostri clienti e l'impegno instancabile dei nostri collaboratori e produttori. Insieme, stiamo dimostrando che il futuro del cibo è già qui.

Guardiamo al 2026 con la consapevolezza che le sfide ambientali e sociali richiedono risposte sempre più coraggiose. Non ci accontenteremo di aver reso più efficiente la nostra logistica o ampliato il nostro catalogo: il nostro obiettivo è continuare a far crescere il nostro modello di business che, nella sua unicità, si differenzia da quello della GDO dimostrando che una **filiera alimentare trasparente, equa e rigenerativa non è solo possibile, ma necessaria**.

ANDREA COLOMBO
CEO



EVOLUZIONE DI QUESTO TRIENNIO

02



EVOLUZIONE DI QUESTO TRIENNIO

Mentre il mercato generale ha mostrato un andamento altalenante, Cortilia ha saputo **invertire la rotta e accelerare decisamente**:

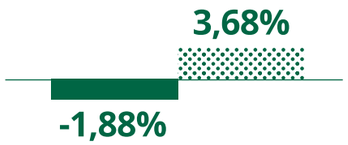
- **CORTILIA YOY GROWTH**
- **GROCERY ONLINE YOY GROWTH**



2023

UN ANNO DI ASSESTAMENTO

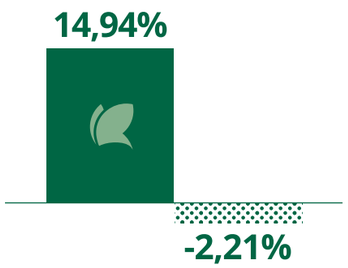
Cortilia ha registrato una lieve flessione del **-1,88%,** a fronte di un mercato online cresciuto del **3,68%**.



2024

L'ANNO DELLA SVOLTA

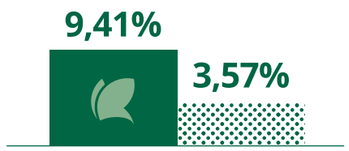
Cortilia ha messo a segno una crescita straordinaria del **14,94%**, sovraperformando nettamente il mercato del Grocery online che nello stesso periodo ha subito una contrazione del **-2,21%**.

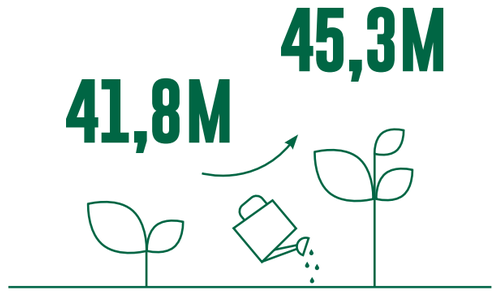


2025

IL TREND POSITIVO PROSEGUE

Con una crescita solida del **9,41%**, Cortilia supera ancora una volta la media di settore, ferma al **3,57%**.





Il successo della strategia si riflette direttamente nel fatturato:

Fatturato 2025: Cortilia raggiunge quota **45,3 milioni di euro**.

Incremento: rispetto ai **41,8 milioni del 2024**, l'azienda segna un incremento netto di **3,5 milioni di euro** in un solo anno.



I NOSTRI VALORI

03



I NOSTRI VALORI

FRESCHEZZA

La nostra **attenzione alla qualità** assicura che i prodotti arrivino sempre freschi, **preservandone le caratteristiche e il sapore autentico**.

TERRITORIO

Valorizziamo **prodotti d'eccellenza** e **promuoviamo la biodiversità e il territorio**.

SOSTENIBILITÀ

Promuoviamo un **modello di spesa sostenibile** riducendo l'impatto generato dal trasporto, dall'imballaggio e dallo spreco.



AUTENTICITÀ

Promuoviamo un **modello senza intermediari** e visitiamo direttamente i nostri produttori, con cui parliamo direttamente.

STAGIONALITÀ

Ci impegniamo a **rispettare la stagionalità** per **limitare l'impatto sulla natura e offrire prodotti più buoni**.

TRACCIABILITÀ

Raccontiamo le **storie dei nostri prodotti**, i **luoghi da cui provengono** e **le loro caratteristiche**.

SOSTENIBILITÀ

04



IL CUORE DEL MODELLO CORTILIA

La sostenibilità non è un traguardo, ma un percorso che Cortilia ha intrapreso **fin dalla sua nascita**.

Il nostro modello che valorizza l'agricoltura locale e riduce i passaggi intermedi nasce proprio con l'obiettivo di generare un **impatto positivo sul territorio**.

Più che una filiera corta, il nostro è un **chilometro vero**: un modello basato sulla trasparenza totale, sul rispetto dei cicli della natura e sulla valorizzazione autentica dell'agricoltura locale.

Lavoriamo ogni giorno per rafforzare questo legame di fiducia attraverso 3 pilastri.



MIGLIORAMENTO DELL'IMPATTO AMBIENTALE

riducendo l'impronta di ogni nostro processo, dal campo alla tavola.

SUPPORTO ALLA COMUNITÀ

trasformando la nostra attività in un motore di crescita e benessere per il territorio.

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

creando un ecosistema dove produttori, collaboratori e clienti condividono gli stessi valori.

PIÙ DI UN TRAGUARDO

05

IL NOSTRO IMPEGNO

PER IL CLIMA E LA BIODIVERSITÀ

MA COME SI TRADUCE, CONCRETAMENTE, QUESTO IMPEGNO?



Passiamo dalle parole ai numeri, affrontando una delle sfide più critiche del nostro tempo i **cambiamenti climatici**. Il loro impatto ridefinisce radicalmente i sistemi socioeconomici e le modalità con cui aziende come la nostra devono gestire risorse e processi produttivi.

I cambiamenti climatici rappresentano oggi una delle sfide più critiche per governi, organizzazioni e cittadini.

LA MISURAZIONE COME CAMBIAMENTO

Per affrontare questa sfida con serietà, Cortilia ha scelto di quantificare la propria **Carbon Footprint**, ovvero **il totale delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)** associate alle nostre attività, espresse in tonnellate di CO_2eq (CO_2 equivalente).

Supportati da un partner esperto, abbiamo analizzato il nostro impatto per il 2025, suddiviso secondo gli standard internazionali:

Scope 1

Emissioni dirette: generate principalmente dai carburanti della nostra flotta aziendale.

Scope 2

Emissioni indirette: derivanti dall'energia acquistata e consumata per la nostre sede.

Nel 2025, l'impatto emissivo combinato di questi due ambiti è stato di circa

585 CO_2EQ

OLTRE I CONFINI AZIENDALI: L'IMPEGNO SULLO SCOPE 3



Consapevoli che la nostra responsabilità ambientale si estende ben oltre il perimetro fisico dei nostri magazzini, abbiamo avviato un percorso di **analisi approfondita dello Scope 3 (emissioni indirette)**. Questa categoria rappresenta la nostra sfida più ambiziosa, poiché abbraccia l'**intero ciclo di vita dei prodotti e tutte le attività che alimentano la nostra catena del valore**.

Pur trattandosi di un perimetro vasto e in costante evoluzione, Cortilia ha iniziato a mappare con rigore le principali fonti emissive indirette per **identificare i driver critici su cui concentrare i futuri sforzi di decarbonizzazione**. In particolare, le voci a maggiore impatto risultano essere:

ACQUISTO DI PRODOTTI E SERVIZI

Per valutare l'impatto della nostra offerta, abbiamo adottato un **approccio metodologico misto**: combinando dati activity-based (basati su volumi e quantità fisiche) e dati spend-based (basati sul valore economico degli acquisti), garantiamo così una visione d'insieme accurata anche in presenza di filiere frammentate. Tale voce costituisce quasi i due terzi del totale: questo dato conferma che la **principale area di impatto risiede a monte**, nelle pratiche agricole e produttive. È qui che Cortilia concentra i propri sforzi di sensibilizzazione, promuovendo **metodi di agricoltura sostenibile e rigenerativa con i propri partner.**

LOGISTICA UPSTREAM

Monitoraggio delle emissioni generate da **tutti i partner che consegnano i prodotti** presso il nostro magazzino.

LOGISTICA DOWNSTREAM

Focus specifico è dedicato all'ultimo miglio, ovvero la consegna finale ai nostri clienti, con l'obiettivo di **rendere sempre più efficiente e sostenibile la consegna a domicilio delle spese**.

Business travel
Affitti
Gestione rifiuti
Commuting
Cespiti

4,0%
Upstream energia

10,6%
Trasporti Downstream

19,7%
Trasporti Upstream

59,9%
Prodotti e servizi



L'integrazione dello Scope 3 nella nostra strategia non è un semplice adempimento contabile, ma **un preciso obiettivo metodologico**. Vogliamo costruire un modello di business trasparente che ci consenta di agire come **abilitatori del cambiamento**, **supportando l'intera rete di partner verso una transizione ecologica** realmente condivisa, strutturata e basata su dati concreti.



830 T DI CO_2 RISPARMIATE NEL 2025 GRAZIE ALL'ENERGIA SOLARE

Per dare un'idea della portata, è come se avessimo fornito energia pulita a

550 FAMIGLIE x **1 ANNO** INTERO

ENERGIA PULITA E AUTOPRODUZIONE

Inoltre, puntiamo da sempre sull'efficienza energetica per ridurre il nostro impatto. Con il nostro **impianto fotovoltaico** da **1,5 MWp** (attivo dal 2022), copriamo oggi la maggior parte del nostro fabbisogno interno.
I risultati del 2025 parlano chiaro: oltre **1,5 milioni di kWh** prodotti e **830 tonnellate di CO_2 risparmiate**.



OLTRE LE EMISSIONI: RIGENERARE IL CAPITALE NATURALE

La sostenibilità per Cortilia non è solo monitoraggio e riduzione degli impatti, ma anche salvaguardia attiva della biodiversità. **In collaborazione con Apicoltura Urbana (anch'essa Società Benefit), abbiamo installato due alveari presso la nostra sede operativa.**

La collaborazione con un'altra Società Benefit ha permesso di creare una **filiera di valore** basata sulla condivisione di standard etici elevati. Attraverso questo intervento, abbiamo contribuito direttamente alla **rigenerazione del capitale naturale locale**, favorendo l'impollinazione spontanea della flora circostante.

Ospitare questi alveari non è solo un gesto simbolico, ma una misurazione attiva del nostro impegno: trasformiamo il concetto di "sede aziendale" da spazio puramente operativo a **hub di rigenerazione ecologica**.



La scelta di integrare l'apicoltura nel nostro contesto aziendale risponde a tre obiettivi strategici definiti nel nostro piano di sostenibilità.



Protezione degli impollinatori

Supportare attivamente la **sopravvivenza di specie essenziali** per la vita sul pianeta, minacciate dal cambiamento climatico e dall'uso di pesticidi.

Monitoraggio di aria e biodiversità

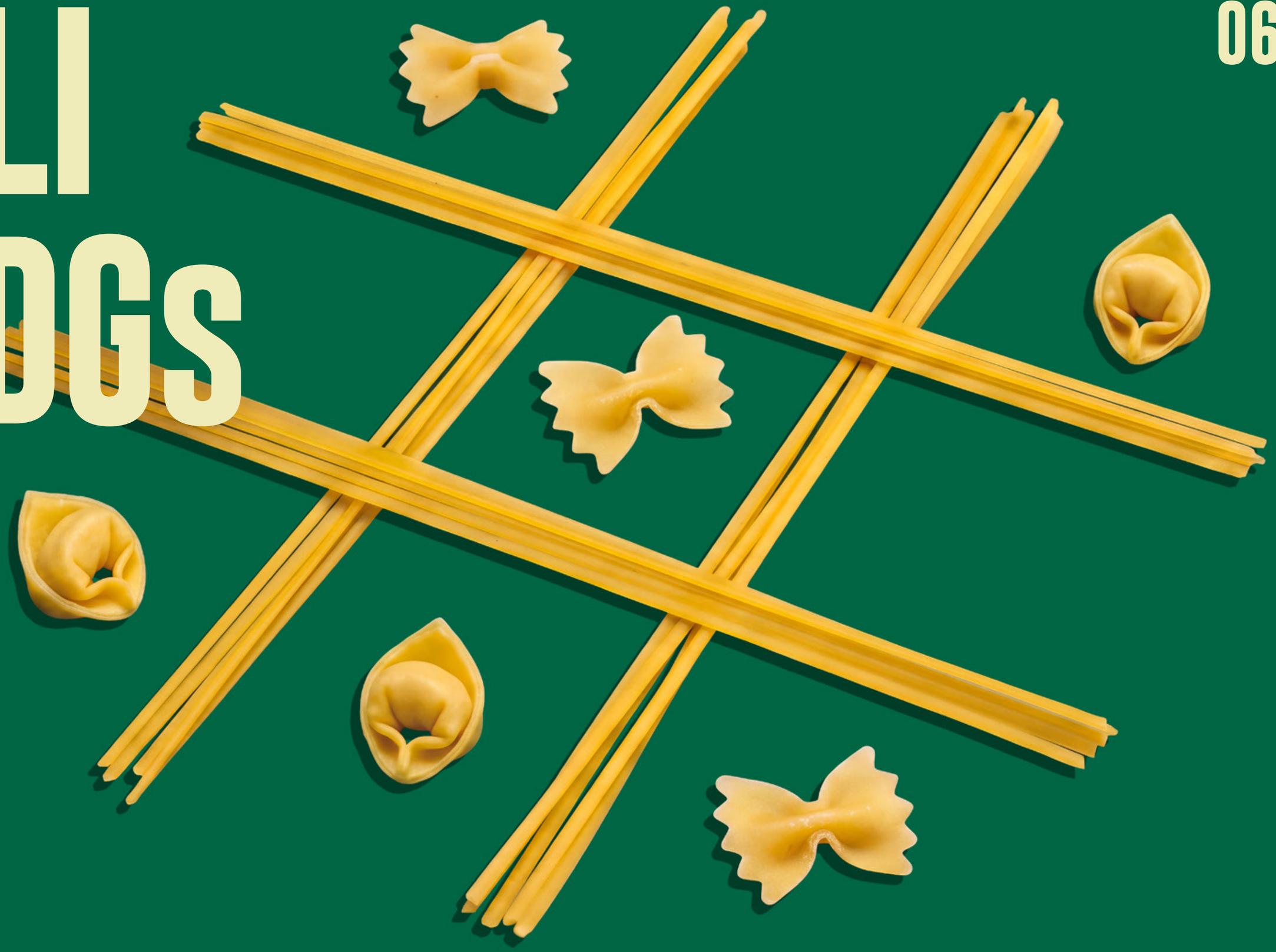
Utilizzare l'attività naturale delle api come **indicatore biologico** della qualità dell'aria e della biodiversità vegetale nel raggio d'azione della nostra sede.

Cultura della sostenibilità

Trasformare i nostri **spazi privati in "piccoli polmoni" di biodiversità urbana**, sensibilizzando stakeholder e collaboratori sull'importanza dei servizi ecosistemici.

GLI SDGs

06



CORTILIA PERSEGUE E PROSEGUE LA FOCALIZZAZIONE SUI TARGET GIÀ INTRAPRESI NEGLI SCORSI ANNI.

3

Salute e benessere

→ **SENSIBILIZZAZIONE DEL CONSUMATORE VERSO UN'ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA**

→ **PRIVILEGIARE PRODOTTI DA FILIERE NON CONTAMINANTI**

Siamo consapevoli del **ruolo dell'alimentazione** rispetto al **benessere fisico e mentale** dei nostri clienti e più in generale della comunità. Siamo quello che mangiamo e un consumatore consapevole produce una comunità consapevole, riducendo i rischi connessi ad una malsana alimentazione. Per questa ragione, abbiamo deciso di impegnarci in maniera sistematica e continua e proponiamo ai nostri clienti **alimenti sani e prodotti di qualità, nel rispetto della natura, dei lavoratori e delle comunità territoriali**.

4

Istruzione di qualità

→ **AVVIARE UN PROGRAMMA DI FORMAZIONE CHE FAVORISCA LA CRESCITA PROFESSIONALE DEI DIPENDENTI**

La salute e il benessere fisico sono importanti, per questo ci impegniamo a promuovere continuamente uno **stile di vita sano ed equilibrato**. La sensibilizzazione dei nostri stakeholder attraverso le nostre attività è fondamentale al fine di creare una cultura del benessere e del rispetto della vita in tutte le sue forme. Per raggiungere questo scopo Cortilia si impegna a **educare** la propria comunità rispetto al mondo della produzione agroalimentare, guidandola verso una **corretta alimentazione funzionale e una vita sana e attiva**.

5

Parità di genere

→ **RAGGIUNGERE L'UGUAGLIANZA DI GENERE ED EMANCIPARE TUTTE LE DONNE E LE RAGAZZE**

Promuoviamo una **cultura organizzativa inclusiva** che assicuri **pari opportunità di crescita, sviluppo e partecipazione** a tutte le persone, favorendo un **ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e libero da discriminazioni**.





8

Lavoro dignitoso e crescita economica

→ **AVVIARE UN PROGRAMMA DI WELFARE PER MAGGIOR TUTELA DEL BENESSERE DEI DIPENDENTI**

→ **COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER PER INFORMARE E SENSIBILIZZARE SU TEMATICHE DI SVILUPPO ETICO E SOSTENIBILE**

Il nostro impegno per la crescita economica e per un lavoro dignitoso si concretizza con la nostra **ricerca dei prodotti e dei produttori più virtuosi** fra quelli del territorio nazionale. Valorizzare e sostenere le piccole e medie imprese agricole italiane attraverso sinergie, partnership, equa remunerazione dei prodotti e agevolazioni di varia natura, permette a queste ultime di poter sviluppare le proprie realtà e far crescere le proprie persone, contribuendo così alla **crescita del Paese e al miglioramento delle condizioni lavorative dei lavoratori del settore**.



9

Imprese, innovazione e infrastrutture

→ **RIDUZIONE DELLE PROPRIE EMISSIONI ATTRAVERSO LA CONVERSIONE DELLA FLOTTA ALL'ELETTRICO**

Cortilia è una Food Tech Company nata con l'obiettivo di innovare il mondo della distribuzione alimentare attraverso **l'uso della tecnologia come fonte di cambiamento** per i sistemi industriali e di infrastrutture. Negli ultimi anni, il continuo miglioramento tecnologico della nostra realtà e dei nostri sistemi di gestione degli spostamenti ci ha portato a **ridurre in maniera sensibile gli impatti ambientali** legati alla logistica, agli spostamenti e alle eccedenze di magazzino.



11

Città e comunità sostenibili

→ **RIDUZIONE DEGLI IMBALLAGGI NON RICICLABILI**

→ **PRIVILEGIARE REALTÀ PRODUTTIVE CHE SALVAGUARDANO LE TRADIZIONI, LA BIODIVERSITÀ E GLI ECOSISTEMI**

Sappiamo bene cosa significa vivere all'interno di una metropoli, infatti distribuiamo prevalentemente all'interno dei grandi centri abitati, i quali, secondo vari studi condotti dall'IPCC, costituiscono la fonte primaria di impatti antropogenici sull'ecosistema. Con il nostro modello di business, vorremmo creare **un'alternativa alla distribuzione alimentare tradizionale nelle città**, riducendo le relative esternalità negative che ne derivano.















12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

12

Consumo e produzione responsabili

→ **SENSIBILIZZAZIONE DEL CONSUMATORE A UNA SPESA SOSTENIBILE E A UN CONSUMO DOMESTICO EFFICIENTE E SENZA SPRECHI**

→ **IMPIEGO DELLA TECNOLOGIA PER CONTENERE IL SURPLUS E AZZERARE LO SPRECO**

La **produzione e il consumo sostenibile** sono il cuore del modello di business di Cortilia. In qualità di distributori ci riteniamo responsabili per una corretta diffusione di questo tipo di paradigma. Con le azioni che intraprende la nostra squadra, ci impegniamo quotidianamente a **sensibilizzare e a facilitare i produttori e i consumatori rispetto alle tematiche ambientali e sociali.**

13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

13

Lotta contro il cambiamento climatico

→ **FAVORIRE LA DIFFUSIONE DELL'AGRICOLTURA NON INTENSIVA**

Il cambiamento climatico rappresenta **una sfida centrale per lo sviluppo sostenibile**. In questo contesto la produzione alimentare pesa in modo considerevole sugli ecosistemi terrestri in termini di consumo di risorse idriche, erosione del suolo ed emissioni di CO_2. Per questa ragione crediamo che la **diffusione di metodi di allevamento e coltivazione non intensivi** sia fondamentale per invertire la tendenza negativa che sta portando all'aumento delle temperature e della percentuale di CO_2 nella biosfera.





15 VITA SULLA TERRA

15

La vita sulla terra

→ **PRIVILEGIARE AZIENDE CHE SALVAGUARDANO LA BIODIVERSITÀ**

Siamo estremamente consapevoli degli impatti ambientali derivanti dal settore agroalimentare. Per questo motivo ci impegniamo costantemente nella **promozione di produttori che applicano modelli di produzione responsabile**, rispettando l'ambiente e gli ecosistemi terrestri. Inoltre, crediamo fortemente che l'industria agroalimentare possa diventare **un driver di valorizzazione e protezione della biodiversità**. Per questo il nostro modello di business cerca sempre di essere d'esempio anche per gli altri rappresentanti di settore, coinvolgendo all'interno del proprio business di distribuzione solamente **i produttori più virtuosi**.

17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

17

Partnership per gli obiettivi

→ **COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER PER INFORMARE E SENSIBILIZZARE SU TEMATICHE DI SVILUPPO ETICO E SOSTENIBILE**

Cortilia, in qualità di intermediario tra produttori e consumatori, è consapevole che la **sinergia e la collaborazione** tra le parti siano fondamentali per il raggiungimento dei propri obiettivi di **crescita strutturale ed economica.** Inoltre, riprendendo quanto spiegato per l'SDG 15 proprio grazie a questa sinergia che creiamo con e tra i nostri partner, possiamo diventare il **punto di riferimento della filiera**, al fine di promuovere **un modello rispettoso della società e dell'ecosistema**.



OBIETTIVI RAGGIUNTI

07



LE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE

IL NOSTRO STATUTO INCLUDE CINQUE DIVERSE FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE:

1 La diffusione di uno **stile di vita mediterraneo** che, grazie ai suoi valori di sostenibilità, convivialità, inclusività e rispetto della diversità, permette di promuovere felicità e benessere per chi ne abbraccia i principi.

2 Il costante miglioramento del profilo di **sostenibilità** aziendale attraverso lo sviluppo di pratiche e processi di **innovazione sostenibile**.

3 Il perseguimento di un **impatto positivo sull'ambiente** tramite il continuo miglioramento della qualità degli alimenti, la riduzione degli sprechi, il controllo della filiera e dei processi produttivi, la collaborazione con fornitori selezionati anche in base all'affinità di valori e obiettivi.

4 Lo sviluppo di un **ambiente lavorativo volto alla crescita professionale** e al miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita dei dipendenti, nonché di tutti i portatori d'interesse della Società, riservando particolare attenzione al bene comune della collettività.

5 La promozione di occasioni di incontro e **sinergia con altri operatori del settore** che perseguono finalità analoghe, al fine di amplificare il comune impatto positivo sul territorio e sulla comunità.

Al fine di approfondire meglio le cinque diverse finalità di beneficio comune, nelle pagine successive saranno indicati per ciascuna di esse:

I KPI E TARGET SPECIFICI

I RISULTATI DELL'ESERCIZIO DELL'ANNO 2025

GLI IMPEGNI DELL'AZIENDA PER IL 2026



FINALITÀ 1

DIFFUSIONE DI UNO STILE DI VITA MEDITERRANEO

Obiettivo numero uno è relativo all'SDG 3 - salute e benessere: nel 2025 abbiamo mantenuto la volontà di **sensibilizzare i consumatori verso un'alimentazione più equilibrata** attraverso tutti i nostri canali di comunicazione tramite gli strumenti quali Instagram, newsletter e Ruspante.

Abbiamo promosso **campagne di informazione sulla frutta di stagione, biodiversità e alimentazione sana** con **Fondazione Veronesi**.

Si rinnova poi anche quest'anno la partnership con la Fondazione attraverso il **progetto "Io Vivo Sano: alimentazione e movimento"**. Tra ottobre e dicembre, l'iniziativa ha coinvolto circa **1.000 alunni di dieci scuole primarie** milanesi in laboratori didattici esperienziali. Attraverso il gioco, i bambini hanno appreso le basi di uno stile di vita equilibrato: dalla composizione di un carrello della spesa digitale alla gestione antispreco del frigorifero, fino alla creazione di piatti bilanciati. L'obiettivo è **promuovere la cultura della prevenzione sin dall'infanzia**, dimostrando come la combinazione di nutrizione corretta e attività fisica sia il pilastro fondamentale per il **benessere futuro**.



*"Diffusione di uno stile di vita mediterraneo che, grazie ai suoi valori di sostenibilità, convivialità, inclusività e rispetto della diversità, permette di **promuovere felicità e benessere** per chi ne abbraccia i principi."*

Il terzo obiettivo mira a educare e a facilitare i propri consumatori **nell'affrontare la spesa in maniera più responsabile minimizzando gli sprechi** derivanti dai consumi domestici.

Nel 2025, l'**obiettivo prefissato è stato raggiunto** grazie alle numerose iniziative di divulgazione tramite post di Instagram, Linkedin e newsletter volte ad ingaggiare direttamente la community di clienti per sensibilizzarli su diversi temi: **giornata dell'ambiente, iniziative salva il cibo, biodiversità, alimentazione sostenibile, consigli anti-waste, corretto riciclo del packaging, stagionalità dei prodotti e molti altri.**

OBIETTIVI E RISULTATI PER LA FINALITÀ 1

OBIETTIVO SPECIFICO SDG	IMPEGNO CORTILIA	KPI	TARGET 2025	RISULTATO 2025
3	SENSIBILIZZAZIONE DEL CONSUMATORE VERSO UN'ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA	**N° DI PERSONE RAGGIUNTE** dalle campagne digitali di sensibilizzazione	500.000	502.469
3	SENSIBILIZZAZIONE DEL CONSUMATORE VERSO UN'ALIMENTAZIONE EQUILIBRATA	**€ DONAZIONI VERSO ENTI** che sostengono la ricerca scientifica in ambito alimentare	15.000 €	15.000 €
12	SENSIBILIZZAZIONE DEL CONSUMATORE A UNA SPESA SOSTENIBILE E A UN CONSUMO DOMESTICO EFFICIENTE E SENZA SPRECHI	**N° INIZIATIVE / ANNO** sensibilizzazione (online e offline)	12	12

FINALITÀ 2

INNOVAZIONE SOSTENIBILE

L'innovazione in Cortilia parla la lingua della mobilità green, rispecchiando pienamente l'SDG 9. Questo percorso ha portato, a partire da settembre 2022, **all'introduzione di tre veicoli elettrici dedicati all'area di Milano e all'hinterland**. I risultati confermano l'efficacia della nostra strategia: abbiamo chiuso l'anno con **un'incidenza di mezzi elettrici del 4,54%**, superando con successo l'obiettivo iniziale che era stato fissato al 4,1%.

Parallelamente, abbiamo avviato la **transizione del parco auto aziendale verso motorizzazioni ibride**, sostituendo progressivamente i precedenti veicoli alimentati prevalentemente solo a benzina. Tale ricambio avviene alla naturale scadenza dei contratti di leasing, una scelta strategica volta a **ottimizzare le risorse ed evitare sprechi**.

Sul fronte della circular economy, Cortilia continua a **ottimizzare l'impiego di materiali riciclabili**. La composizione degli imballaggi si è mantenuta stabile rispetto agli anni precedenti, confermando **l'efficacia delle soluzioni di packaging sostenibile già adottate**.



*“Costante miglioramento del profilo di sostenibilità aziendale attraverso lo sviluppo di **pratiche e processi di innovazione sostenibile**.”*

OBIETTIVI E RISULTATI PER LA FINALITÀ 2

OBIETTIVO SPECIFICO SDG	IMPEGNO CORTILIA	KPI	TARGET 2025	RISULTATO 2025
9	RIDUZIONE PROPRIE EMISSIONI ATTRAVERSO LA CONVERSIONE DELLA FLOTTA ALL'ELETTRICO	N° MEZZI ELETTRICI / NUMERO TOTALE DEI MEZZI (%)	Incremento incidenza rispetto anno precedente	4,54%
9	RIDUZIONE PROPRIE EMISSIONI ATTRAVERSO LA CONVERSIONE DELLA FLOTTA ALL'IBRIDO / ELETTRICO	N° VEICOLI AZIENDALI IBRIDI SUL TOTALE / NUMERO TOTALI MEZZI (%)	–	63%
11	RIDUZIONE IMBALLAGGI NON RICICLABILI	% IMBALLAGGI NON RICICLABILI	2% dell'assortimento e meno di 1% delle vendite	2% dell'assortimento e meno di 1% delle vendite

FINALITÀ 3

RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Nonostante la quota percentuale di prodotti biologici sul totale venduto si sia attestata leggermente sotto il target prefissato, i risultati in termini di assortimento e qualità certificata sono estremamente positivi. Cortilia ha saputo rispondere con eccellenza su altri **fronti della qualità**:

• **CERTIFICAZIONI D'ORIGINE**: i prodotti **DOP, DOCG, IGP e DOC** hanno superato ogni aspettativa, raggiungendo quota 390, a conferma del nostro impegno nel **supportare le realtà che salvaguardano le tradizioni locali**.

• **CRESCITA DEL CATALOGO BIO**: sebbene la quota di vendita sia stata influenzata dal mix merceologico, **l'assortimento di prodotti biologici è cresciuto costantemente**. Rispetto all'obiettivo di 1.800 referenze fissato per il 2025, abbiamo **già raggiunto quasi 1.900** prodotti **certificati BIO**.

Uno dei pilastri della missione di Cortilia è **il contenimento del surplus e l'azzeramento dello spreco alimentare**. Grazie a una gestione capillare, abbiamo raggiunto un risultato straordinario: l'incidenza dello **spreco sul fatturato (waste/revenue) è scesa allo 0,7%.** Questo traguardo è stato possibile grazie a tre leve strategiche.

MONITORAGGIO PROATTIVO

Abbiamo potenziato i **sistemi di alert** che permettono di intercettare tempestivamente i prodotti a **rischio spreco**.

ECONOMIA CIRCOLARE

La creazione della nuova categoria ***Salva il Cibo*** dedicata ai prodotti prossimi alla scadenza, offerti a prezzi vantaggiosi, ha aumentato sensibilmente la rotazione degli articoli, dando loro una **"seconda chance"**.

ADVANCED ANALYTICS

L'utilizzo di nuovi strumenti di analisi dei dati storici ci ha permesso di **affinare le previsioni di vendita**, intercettando con precisione i cali di domanda legati alla stagionalità e ai cambi di abitudini dei consumatori.



*"Perseguimento di un impatto positivo sull'ambiente tramite il continuo miglioramento della **qualità** degli alimenti, la **riduzione degli sprechi**, il **controllo** della filiera e dei processi produttivi, la collaborazione con **fornitori selezionati** anche in base all'affinità di valori e obiettivi."*



OBIETTIVI E RISULTATI PER LA FINALITÀ 3

OBIETTIVO SPECIFICO SDG	IMPEGNO CORTILIA	KPI	TARGET 2025	RISULTATO 2025
3	PRIVILEGIARE PRODOTTI DA FILIERE NON CONTAMINANTI	QUOTA PRODOTTI BIO + ECO (% SALES E VALORE)	35%	31%
15	PRIVILEGIARE REALTÀ PRODUTTIVE CHE SALVAGUARDANO LE TRADIZIONI, LA BIODIVERSITÀ E L'ECOSISTEMA	N° PRODOTTI CERTIFICATI DOP / IGP / STG / DOC / DOCG	320	390
12	IMPIEGO DELLA TECNOLOGIA PER CONTENERE IL SURPLUS E AZZERARE LO SPRECO	% SURPLUS	1,2%	0,7%
13	FAVORIRE LA DIFFUSIONE DELL'AGRICOLTURA NON INTENSIVA	N° PRODOTTI CERTIFICATI BIO	1.800	1.889

FINALITÀ 4
WELLBEING INTERNO

In linea con l'SDG 8 dell'Agenda ONU, abbiamo rinnovato anche per quest'anno il nostro **Piano Welfare**. Cortilia mette a disposizione di tutta la popolazione aziendale un paniere flessibile di **iniziative, beni e servizi**. Questo sistema permette a ogni dipendente **di personalizzare i propri benefit in base alle esigenze personali e familiari**, promuovendo un concetto di lavoro che non è solo produttività, ma anche qualità della vita.

Nel 2025 inoltre, abbiamo consolidato il nostro **impegno per un ambiente di lavoro inclusivo** ottenendo la **Certificazione per la Parità di Genere con un punteggio di 88/100**.

Questo risultato non è solo un numero, ma la prova del nostro contributo attivo all'SDG 5 (Parità di Genere). Riflette una **cultura aziendale fondata sull'equità salariale e sul supporto concreto alla genitorialità**, garantendo che in Cortilia il talento non abbia genere e che ogni collaboratore possa crescere in un contesto meritocratico e rispettoso.

Abbiamo implementato diversi **percorsi formativi** volti a potenziare sia le competenze tecniche che le "soft skills", fondamentali per una **crescita professionale armoniosa**.

PUBLIC SPEAKING

Un percorso focalizzato sulla **gestione delle emozioni** e sullo **sviluppo di un atteggiamento mentale efficace** per la comunicazione in pubblico.

COMPETENZE DIGITALI

Sessioni di **aggiornamento sui software di utilizzo quotidiano** per ottimizzare l'efficienza e ridurre lo stress operativo.

COESIONE DEL TEAM

Attività di **team working e workshop esperienziale "Meet the Bees"**, volto a rafforzare il senso di appartenenza e la condivisione dei valori aziendali.

La trasparenza e la protezione dei nostri collaboratori sono pilastri del nostro operato. **A tal fine, abbiamo consolidato**:

GOVERNANCE ETICA

La **diffusione del Codice Etico** e l'implementazione di **sistemi di Whistleblowing** per garantire un ambiente di lavoro sicuro e integro.

PROTEZIONE ASSICURATIVA

La conferma delle **polizze** già attive negli anni precedenti, inclusa la **TCM** (Temporanea Caso Morte) e la **copertura per infortuni professionali ed extra-professionali**.

> *Sviluppo di un ambiente lavorativo volto all'**inclusività**, alla **crescita professionale**, al **miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita** dei dipendenti della Società, nonché di tutti i portatori d'interesse della Società, con attenzione particolare al **bene comune della collettività**.*

OBIETTIVI E RISULTATI PER LA FINALITÀ 4

OBIETTIVO SPECIFICO SDG	IMPEGNO CORTILIA	KPI	TARGET 2025	RISULTATO 2025
4	FORMAZIONE HARD E SOFT SKILLS	ORE / ANNO	26 ore / anno	25 ore / anno
4	FORMAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE	ORE / ANNO	13 ore / anno	14 ore / anno
4	BENEFIT SANITARI SUPPLEMENTARI	% DIPENDENTI COINVOLTI	2 polizze x 100% dipendenti	2 polizze x 100% dipendenti
8	PIANO DIPENDENTI	DIPENDENTI	PIANO WELFARE	PIANO WELFARE

FINALITÀ 5

SINERGIE CON LA COMUNITÀ

Nel corso del 2025, Cortilia ha confermato il proprio impegno verso una **governance partecipata e inclusiva**, raggiungendo pienamente tutti i target prefissati in materia di coinvolgimento degli stakeholder.

In linea con l'obiettivo SDG 17, il Consiglio di Amministrazione ha dedicato due incontri specifici a tematiche sociali e ambientali, consolidando **l'integrazione della sostenibilità nelle decisioni strategiche aziendali**. Sul fronte dei partner, sono stati organizzati due incontri dedicati, rafforzando un dialogo strutturato lungo tutta la filiera e promuovendo pratiche condivise di responsabilità.

Infine, in coerenza con l'obiettivo SDG 8, il **90% dei dipendenti è stato coinvolto nell'indagine di clima aziendale**, raggiungendo il target stabilito e offrendo una lettura rappresentativa del benessere organizzativo interno.



*"Promozione di **occasioni di incontro e sinergia** con altri operatori del settore che perseguono finalità analoghe, al fine di amplificare il comune impatto positivo sul territorio e sulla comunità."*

90%

dei dipendenti coinvolto nell'indagine sul clima aziendale

OBIETTIVI E RISULTATI PER LA FINALITÀ 5

OBIETTIVO SPECIFICO SDG	IMPEGNO CORTILIA	KPI	TARGET 2025	RISULTATO 2025
17	COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER: CDA	N° INCONTRI IN CDA DEDICATI A TEMATICHE SOCIALI E/O AMBIENTALI	2 incontri / anno	2 incontri / anno
17	COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER: FORNITORI	N° INCONTRI IN CDA DEDICATI A FORNITORI	2 incontri / anno	2 incontri / anno
8	COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER: DIPENDENTI	% DIPENDENTI COINVOLTI IN INDAGINE DI CLIMA	90%	90%

VALUTAZIONE D'IMPATTO

08



CI SIAMO RICERTIFICATI CON UN PUNTEGGIO DI 92,2

GOVERNANCE

ENVIRONMENT

COMMUNITY

WORKERS

CUSTOMERS



92,2*
PUNTEGGIO CORTILIA ANNO 2024

84,1
PUNTEGGIO CORTILIA ANNO 2021

80
PUNTEGGIO MINIMO PER OTTENERE LA CERTIFICAZIONE

Nel **dicembre 2020** Cortilia ha aggiornato il proprio statuto **diventando Società Benefit**, sancendo legalmente l'impegno a operare in modo sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti, associazioni e tutti gli altri portatori di interesse.

Nell'**aprile 2022,** con la valutazione relativa all'anno 2021, **Cortilia ha ottenuto la certificazione B Corp con un punteggio di 84,1 punti**. Entrare nella comunità B Corp significa fare parte di un ecosistema di aziende che credono in un modello di business in cui gli obiettivi economici si integrano con la responsabilità ambientale e sociale. Nel percorso di certificazione, Cortilia si è distinta in particolare per il **supporto alle piccole imprese e alle comunità locali**, per l'**attenzione alle tradizioni enogastronomiche e culturali**, per l'impegno nella **tutela della biodiversità** e per la promozione di un modello di consumo sostenibile orientato alla **riduzione degli sprechi e dell'impatto ambientale**.

Il **B Impact Assessment**, lo strumento alla base della certificazione, non rappresenta un punto di arrivo, ma uno strumento di **miglioramento continuo**: permette all'azienda di misurare con regolarità la propria performance sociale e ambientale e di individuare nuove aree di crescita. Con questo spirito, negli anni successivi Cortilia ha continuato a monitorare e migliorare le proprie pratiche attraverso cicli di autovalutazione costante.

A **settembre 2025** Cortilia ha ottenuto la ricertificazione B Corp con un punteggio di **92,2 punti**, a conferma del percorso di miglioramento intrapreso e del crescente impatto positivo generato nei confronti dei propri dipendenti, dell'ambiente e della comunità, elementi centrali della strategia di crescita sostenibile dell'azienda.

SUPPORTO ALLE PICCOLE IMPRESE E AI TERRITORI LOCALI

ATTENZIONE ALLE TRADIZIONI ENOGASTRONOMICHE E CULTURALI

IMPEGNO NELLA TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

PROMOZIONE DI UN MODELLO DI CONSUMO SOSTENIBILE

Certified B Corporation



**Ricertificazione di Cortilia SPA SB ottenuta dall'utilizzo dello standard internazionale B Impact Assessment*

PERSONE, AMBIENTE, FUTURO



LA REAZIONE A CATENA CHE HA GUIDATO IL NOSTRO MIGLIORAMENTO

Il confronto tra i due cicli di certificazione evidenzia una crescita complessiva significativa, con un **miglioramento di 8,1 punti** che testimonia la concretezza e la continuità del percorso intrapreso.

I **progressi più rilevanti si registrano nell'area Workers**, a conferma degli investimenti effettuati negli anni nel benessere, nella formazione e nelle condizioni di lavoro dei dipendenti: un impegno che Cortilia considera strutturale e non episodico, convinta che la qualità della vita lavorativa delle proprie persone sia una leva fondamentale di crescita sostenibile.

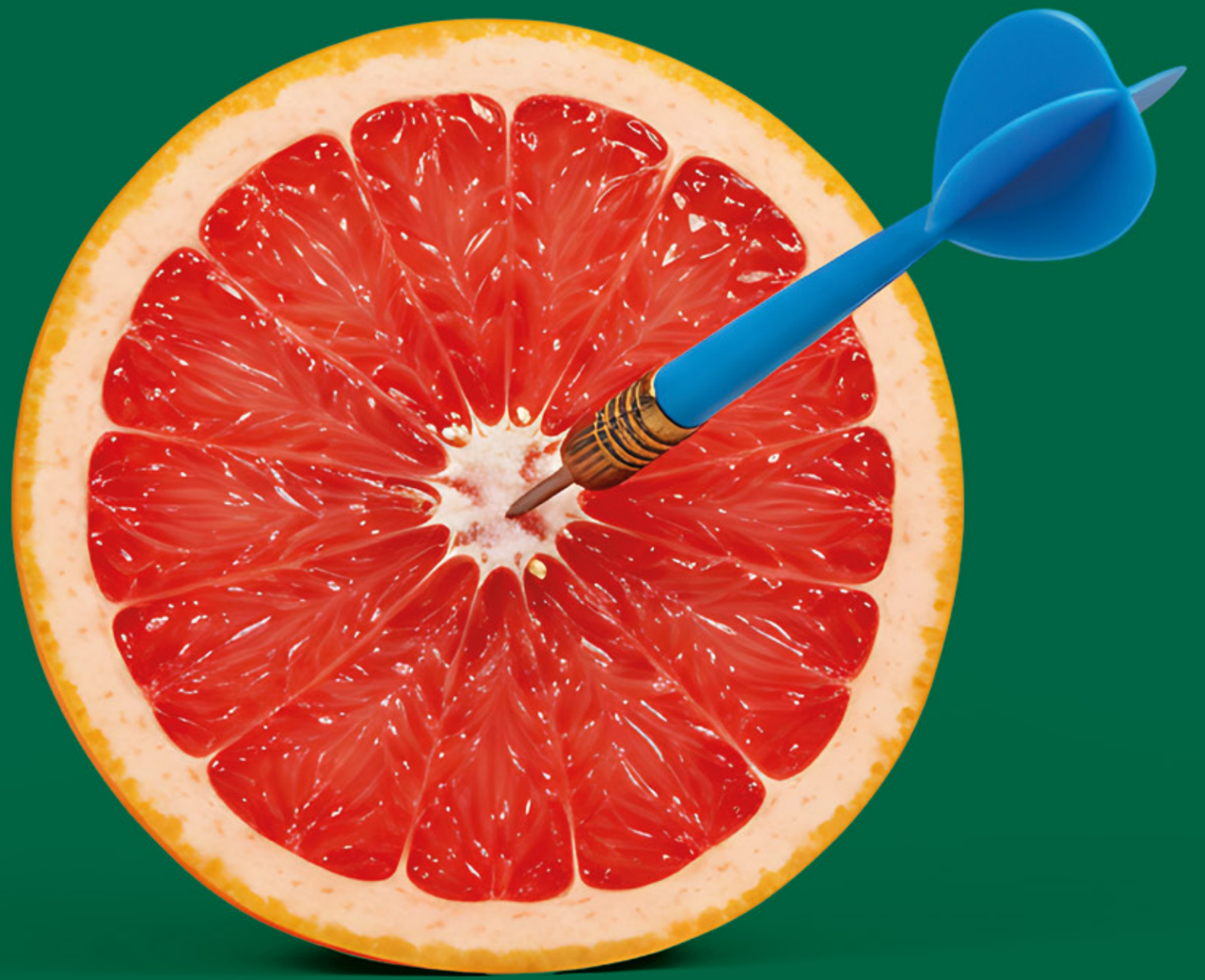
Altrettanto significativa è la crescita nell'area Environment, che riflette un approccio ambientale sempre più integrato lungo tutta la catena del valore: dalla gestione degli imballaggi alla logistica, dalla selezione dei fornitori alla riduzione degli sprechi alimentari. Un esempio concreto di questo impegno è anche la **costruzione, nel 2021, di un magazzino sostenibile certificato LEED Gold, dotato di una copertura fotovoltaica da 1,5 MWp**, una scelta che incarna la visione di Cortilia di fare dell'infrastruttura stessa uno strumento di impatto positivo.

L'area **Governance** registra una **crescita più contenuta** ma altrettanto significativa, a indicare che i meccanismi di trasparenza, accountability e allineamento tra missione aziendale e pratiche quotidiane si sono ulteriormente consolidati, rendendo la **struttura organizzativa più solida e coerente con i valori dichiarati**.

Le aree **Community e Customers** registrano invece una lieve flessione rispetto al ciclo precedente, un dato che va letto con attenzione. Non si tratta di un arretramento nelle pratiche aziendali, ma riflette in parte **l'evoluzione dello strumento di valutazione**: il B Impact Assessment viene periodicamente aggiornato da B Lab nei criteri, nei pesi e nel perimetro delle domande, **rendendo i confronti diretti tra cicli non sempre lineari**. In particolare, l'area Community nel 2025 include un set di domande più ampio e selettivo rispetto al 2021, alzando di fatto l'asticella della valutazione. Cortilia guarda a queste aree come **priorità su cui continuare a lavorare** nel prossimo ciclo, con l'obiettivo di tradurre in punteggio il valore che già oggi genera quotidianamente per le proprie comunità di riferimento e per i propri clienti.

OBIETTIVI FUTURI

09

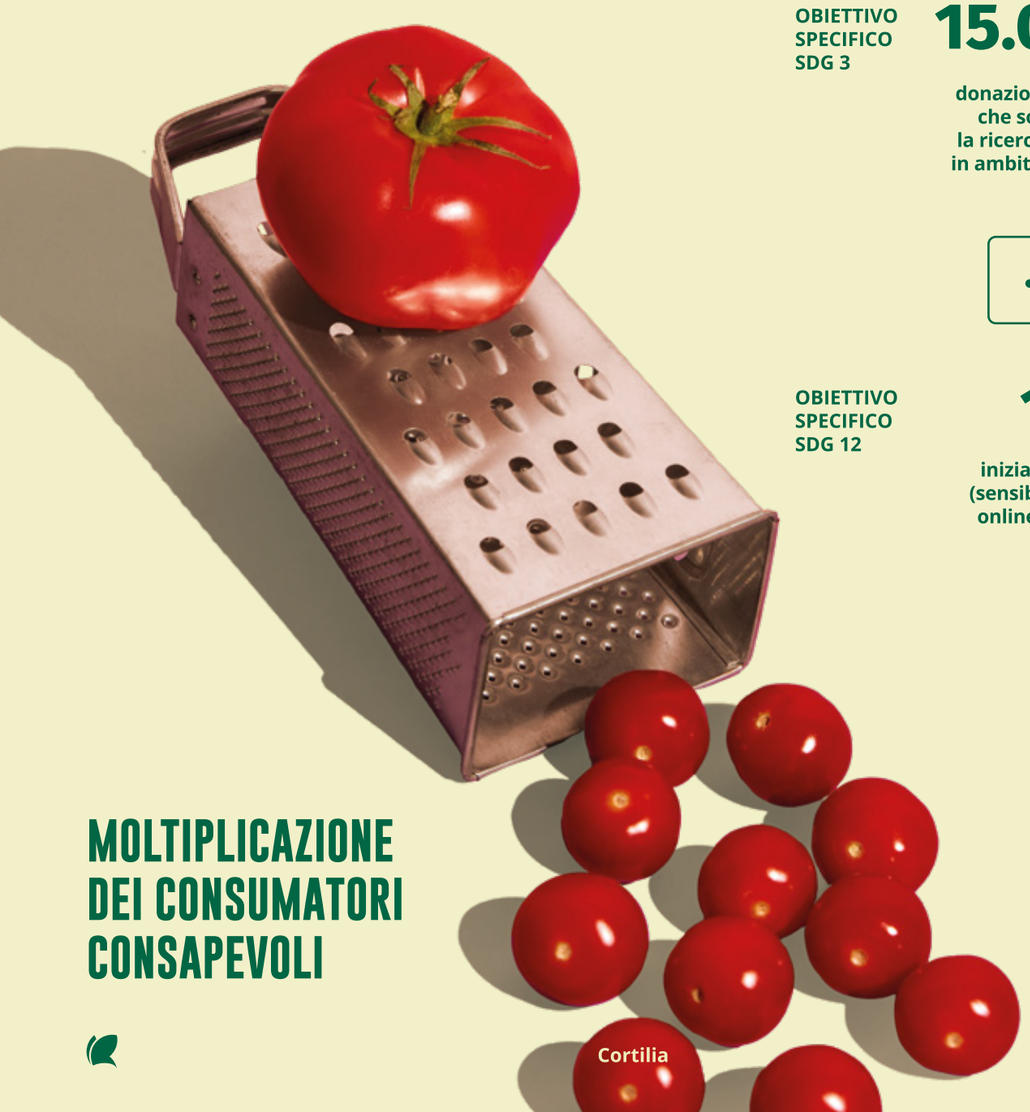


FINALITÀ 1

DIFFUSIONE DI UNO STILE DI VITA MEDITERRANEO

Proseguiremo con lo stesso impegno nella **creazione di contenuti di qualità**, con l'**obiettivo di accompagnare i consumatori verso una maggiore consapevolezza alimentare**.

Attraverso informazioni chiare, consigli pratici e approfondimenti mirati diffusi sia sui canali digitali sia attraverso momenti di incontro diretto con le comunità. Vogliamo contribuire a promuovere i benefici di **scelte alimentari sane e sostenibili**, incoraggiando uno **stile di vita più equilibrato e responsabile**.



MOLTIPLICAZIONE DEI CONSUMATORI CONSAPEVOLI

TARGET 2026

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 3

500.000

persone raggiunte nelle campagne digitali di sensibilizzazione

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 3

15.000€

donazioni verso enti che sostengono la ricerca scientifica in ambito alimentare

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 12

12

iniziative/anno (sensibilizzazione online e offline)

FINALITÀ 2

INNOVAZIONE SOSTENIBILE

Nel 2026, grazie allo sviluppo di nuovi accordi con importanti partner, prevediamo un **incremento significativo delle consegne**, che comporterà un'**espansione della flotta**. In questa fase, Cortilia adotta un approccio graduale e realistico nella transizione verso una **mobilità più sostenibile**: da un lato si punta ad aumentare la quota di **veicoli aziendali ibridi** sul totale della flotta, dall'altro si continua a valutare l'integrazione progressiva di mezzi completamente elettrici, in modo compatibile con le esigenze operative in evoluzione.

L'**ampliamento dell'assortimento nelle categorie** da dispensa introdurrà una vasta gamma di nuovi prodotti che, per le specifiche esigenze di conservazione, potrebbero presentare maggiori sfide nella scelta di **soluzioni di packaging sostenibili**. Cortilia continuerà tuttavia a valutare con attenzione le opzioni disponibili, mantenendo la **sostenibilità degli imballaggi** tra le **priorità strategiche** dell'azienda.

TARGET 2026

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 9

incremento incidenza

numero mezzi elettrici / numero totale mezzi (%)

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 9

aumento

numero veicoli aziendali ibridi sul totale / numero totali mezzi (%)

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 11

2,5% **DELL' ASSORTIMENTO**

< 1% **DELLE VENDITE**

percentuale di imballaggi non riciclabili



TRANSIZIONE VERSO UNA MOBILITÀ PIÙ SOSTENIBILE

FINALITÀ 3

RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Nel 2026 si prevede una **crescita delle categorie** con una minore incidenza di prodotti Bio rispetto a quelle in cui la presenza del biologico è storicamente più consolidata, come l'ortofrutta: la quota complessiva di prodotti Bio + Eco rifletterà pertanto questo cambiamento nel mix dell'assortimento, pur mantenendo l'obiettivo di 1.800 prodotti certificati bio.

Proseguendo l'impegno nella valorizzazione delle specialità regionali e dei territori, Cortilia punta a superare i 400 prodotti certificati DOP / IGP / STG / DOC-DOCG, con un focus particolare sulle categorie formaggi, salumi, vini e ortofrutta, espressione concreta della missione di rendere accessibili le eccellenze del **patrimonio agroalimentare italiano**.

Contenere il surplus e azzerare lo spreco alimentare rimane uno dei principi cardine di Cortilia. Dopo l'introduzione della sezione **"Salva il cibo"** e del **Dynamic Pricing** nel 2024, l'azienda si prefigge un obiettivo di surplus pari allo 0,8%, consolidando ulteriormente i progressi già raggiunti e confermando l'impegno verso un modello di consumo sempre più responsabile e virtuoso.



TARGET 2026

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 3

35%

quota prodotti BIO + ECO (% sales a valore)

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 15

400

prodotti certificati DOP / IGP / STG / DOC / DOCG

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 12

0,8%

% surplus

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 13

BIO

1.800

prodotti certificati BIO

PROMOZIONE DELLE ECCELLENZE E RIDUZIONE DEL SURPLUS

FINALITÀ 4

WELLBEING INTERNO

Per il 2026, Cortilia conferma i traguardi raggiunti nell'anno precedente, consolidando i percorsi dedicati alla sostenibilità sociale, ambientale ed etica in un unico KPI integrato. Questa scelta riflette una **visione olistica del nostro impatto**, permettendoci di monitorare l'**impegno formativo** con maggiore coerenza. Scegliamo infatti di ottimizzare il monte ore dedicato alla **formazione**, spostando il focus dalla quantità alla **qualità**. Il consolidamento delle basi già acquisite ci consente infatti di **mantenere standard elevati** (sia hard che soft) attraverso interventi più mirati, riducendo al contempo i tempi di distacco dalle attività operative. A completamento di questa **strategia di attenzione alle persone**, Cortilia garantisce a tutti i dipendenti l'estensione dei **benefit sanitari** e il costante potenziamento del **piano di welfare**, arricchito quest'anno da nuovi obiettivi strategici.

Coerentemente con il nuovo impegno verso l'**SDG 5** (Uguaglianza di Genere), abbiamo introdotto nuovi KPI dedicati al monitoraggio e alla promozione dell'equità, con l'obiettivo di incentivare l'utilizzo dei congedi parentali anche da parte degli uomini. Attraverso la nostra **policy "Cultura della Cura"**, sosteniamo concretamente i genitori nell'usufruire dei permessi retribuiti, scardinando gli stereotipi legati al lavoro di cura e favorendo una **reale condivisione delle responsabilità familiari**. Inoltre, Cortilia si muove anche oltre il perimetro aziendale: riafferma il proprio ruolo attivo nel tessuto sociale promuovendo una connessione sempre più forte con il territorio, attraverso l'organizzazione e la sponsorizzazione di eventi. In questo modo puntiamo a generare **valore condiviso e sostenibile**, traducendo i nostri valori interni in un **impatto positivo per la collettività**.

OTTIMIZZAZIONE DEL MONTE ORE DEDICATO ALLA FORMAZIONE



TARGET 2026

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 4

12 h / anno

formazione hard e soft skills

14 h / anno

formazione su sostenibilità sociale e ambientale

2 polizze

benefit sanitari supplementari

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 8

Piano Welfare

piano dipendenti

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 5

100%

% utilizzo congedo obbligatorio aggiuntivo (2gg)

Incentivazione all'uso del congedo parentale anche da parte degli uomini

>10%

% dipendenti genitori che usufruiscono dei permessi retribuiti previsti dalla policy aziendale "la Cultura della cura"

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 11

1

evento esterno

FINALITÀ 5

SINERGIE CON LA COMUNITÀ

Per il 2026 Cortilia conferma gli **obiettivi di coinvolgimento degli stakeholder** già raggiunti nell'anno precedente, mantenendo la cadenza degli incontri dedicati al Consiglio di Amministrazione e ai fornitori, e l'**obiettivo di coinvolgere il 90% dei dipendenti nell'indagine di clima aziendale**. A questi impegni consolidati si affianca una nuova priorità: **intensificare gli incontri e le partnership con altre aziende certificate B Corp**, con l'obiettivo di favorire uno scambio strutturato di buone pratiche e di contribuire attivamente al rafforzamento di una **comunità imprenditoriale orientata all'impatto positivo**.



AMPLIFICARE L'IMPATTO POSITIVO SUL TERRITORIO

TARGET 2026

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 17

2

incontri all'anno in CDA dedicati a tematiche sociali/ambientali

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 17

2

incontri all'anno dedicati ai fornitori

OBIETTIVO SPECIFICO SDG 8

90%

dipendenti coinvolti in indagine di clima

LA NOSTRA CRESCITA È UN IMPEGNO COMUNE


Cortilia
Cortilia

Cortilia

FSC
www.fsc.org
MISTO
Carta | A sostegno della gestione forestale responsabile
FSC® C005461

VERIFICARE CON STAMPATORE