BOXMARCHE®
idee & packaging

Box Marche spa
Via San Vincenzo, 67
60013 Corinaldo - An - Italy
Tel. +39 071 797891 r.a.
Fax +39 071 7978950
www.boxmarche.it
info@boxmarche.it

Numero Verde
800-563717

art director
giuliano de minicis

progetto grafico
dmp concept Senigallia

stampa
Flamini Aspio di Osimo An

BOXMARCHE®
idee & packaging

Global Report 2011

Bilancio di Esercizio
Bilancio Sociale ed Ambientale
Analisi del Capitale Intellettuale

La forza dell'ingegno
cresce con il crescere dei compiti.
Publio Cornelio Tacito, I-II sec.

ARCHIVIO

Oscar di Bilancio 2007
Winner

Prefazione 7

Identità aziendale
Premessa al Global Report 12
Lettera del Presidente 13
Lettera dell'Amministratore Delegato 15
Identità aziendale e governance 18
Visione e valori di riferimento 24
Missione aziendale 26
Strategie 26
Politiche 27

Bilancio d'esercizio 2011
Stato patrimoniale 30
Conto economico 33
Nota integrativa 35

Relazione sulla gestione
Relazione sulla gestione bilancio chiuso al 31/12/2011 56
Situazione della società e andamento della gestione 57
Risultato della gestione 63
Rendiconto Finanziario 68
Informazioni sulle partecipazioni in altre società 70
Principali rischi e incertezze 71
Informazioni su ambiente e personale 72
Attività di ricerca e sviluppo 73
Uso di strumenti finanziari 74
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 74
Evoluzione prevedibile della gestione 75
Proposta deliberativa 77

Sezione di sostenibilità
Metodologia utilizzata - Il gruppo di lavoro 80
Creazione e distribuzione del valore aggiunto 82
Relazione sociale 86
Personale 86
Azionisti e Comunità finanziaria 101
Clienti 104
Concorrenti 110
Fornitori 112
Partner finanziari 121
Stato, Enti Locali e Pubblica Amministrazione 127
Comunità e territorio 129
Ambiente 137
Ricerca e Sviluppo 148
Eventi e riconoscimenti 150
Proposte di miglioramento 152

Sezione di analisi del capitale intellettuale
Introduzione all'analisi del capitale intellettuale 156
Analisi del capitale strutturale 159
Analisi del capitale umano 165
Analisi del capitale relazionale 168

Parere dei Consulenti esterni 173

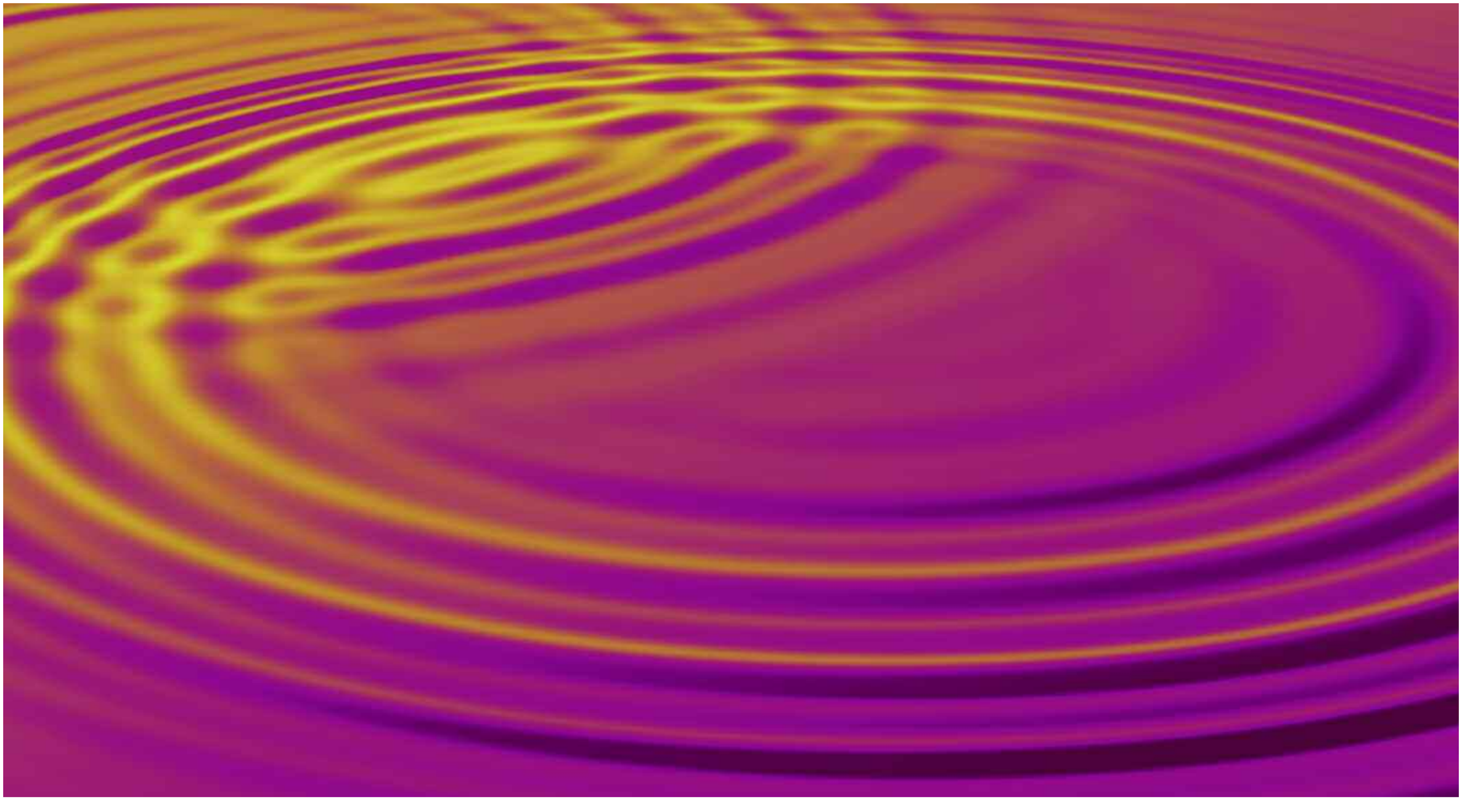
Relazione del Collegio Sindacale 179

Verbale di assemblea ordinaria 185

Prefazione

...

.....



Identità aziendale

Premessa al Global Report 12
Lettera del Presidente 13
Lettera dell'Amministratore Delegato 15
Identità aziendale e governance 18
Visione e valori di riferimento 24
Missione aziendale 26
Strategie 26
Politiche 27

Premessa al Global Report

Boxmarche redige per il settimo anno il Global Report, un documento che nasce dalla volontà del management di rendere trasparente l'agire aziendale, analizzandone non solo gli aspetti economici ma anche le conseguenze sociali ed ambientali. Ciò fa parte di una filosofia aziendale orientata alla sostenibilità, e di un sistema di gestione di tipo "qualità-sicurezza-ambiente-responsabilità sociale".

È tra le prime imprese a redigere un documento informativo integrato che incorpora nel bilancio di esercizio, obbligatorio per legge e sottoposto all'approvazione dell'assemblea dei soci, un'informativa volontaria sugli aspetti sociali, ambientali e sull'analisi del capitale intellettuale.

Il Global Report si propone come strumento di arricchimento e consolidamento del percorso di stakeholder relationship che l'azienda ha attivato: nel 2007, grazie al Global Report, Boxmarche ha ricevuto l'Oscar di Bilancio nella categoria Medie e Piccole Imprese organizzato da Ferpi - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. È, questo, un importante riconoscimento all'impegno profuso dall'azienda e dal team di redazione del documento nel comunicare in modo trasparente il proprio modo di fare impresa.

Il documento è strutturato in tre sezioni:

- **Identità Aziendale**.
- **Bilancio dell'esercizio**, costituito da stato patrimoniale, conto economico e nota integrativa, come previsto dagli artt. 2423 e ss. del c.c.
- **Relazione sulla gestione** redatta in base alle disposizioni dell'art. 2428 del c.c. integrata con le sezioni di **Sostenibilità** e di **Analisi del Capitale Intellettuale**.

Il documento così composto, integrato con la relazione dell'organo di controllo, è stato sottoposto all'approvazione dell'assemblea dei soci del 27 aprile 2012.

Lettera del Presidente

Coraggio e determinazione

Il tema della **crescita** è un argomento molto discusso in questo periodo. Illustri studiosi di economia, politici, governanti e tutte le parti sociali dibattono continuamente cercando di trovare risposte e soluzioni ad un problema comune, che tocca tutto il mondo occidentale ed in particolare l'Italia.

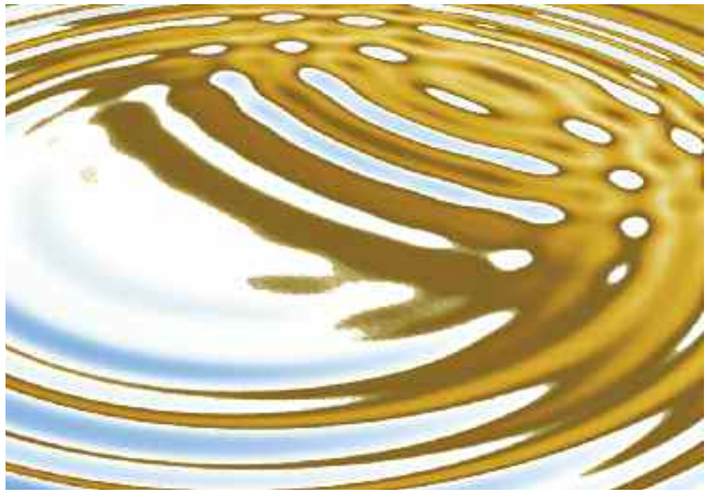
Le Aziende noi le definiamo con l'Anima, perché vissute da Persone con cuore, mente e anima, che condividono i valori, la missione e la visione dell'Impresa in cui lavorano. Come ogni essere vivente, le Aziende hanno bisogno di crescere.

Qualsiasi organizzazione "profit", ha l'obiettivo di progredire incrementando, prodotti, vendite, e profitti per creare ricchezza da distribuire. I principali indicatori dello sviluppo sono ancora di tipo quantitativo ed ogni azione volta ad incentivare e motivare le persone prende a riferimento l'espansione sui mercati e l'aumento del PIL, il Prodotto Interno Lordo, cioè il fatturato.

Per essere coerenti con questa strategia di crescita, la maggior parte delle imprese ha, quindi, privilegiato investimenti in macchine ed impianti (macchine non pensanti) che fossero in grado di produrre sempre di più, con meno manodopera (teste pensanti) senza curarsi della **"crescita delle persone"**.

Esiste una sostanziale differenza tra la **tecnologia** e le **persone**: la **tecnologia** più passa il tempo e più diventa obsoleta, le **persone** più invecchiano e più crescono, acquisiscono conoscenze e competenze.

Ora stiamo vivendo in un mondo che è saturo, pieno di prodotti, cose, a volte, inutili, di bassa qualità; abbiamo scoperto, improvvisamente, che abbiamo bisogno di po-



che cose, ma vere, belle, buone, utili, che piacciono. Abbiamo cambiato i gusti, le aspettative, sentiamo il bisogno di emozioni forti e profonde, abbiamo necessità di vivere passioni, amori, relazioni.

Una nuova leadership, che guarda alla vera crescita, sarà quella che saprà allineare le persone, che entrerà nel cuore e nelle menti dell'individuo; quella che curerà la crescita morale degli uomini e delle donne; quella leadership che guiderà le proprie creature alla scoperta del proprio essere, dei valori e principi di vita, quali:

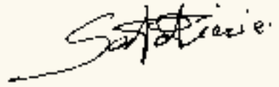
il Lavoro, l'Amicizia, la Qualità della vita.

Una giusta strategia della crescita sarà quella che passa attraverso lo sviluppo di queste virtù degli uomini e delle donne di Boxmarche per conoscere, capire e stare vicini ai nostri Clienti, per individuare i loro bisogni e amarli e servirli con Passione.

Ancora una volta la chiave del successo sta in un cambiamento culturale dell'Impresa, nel **coraggio** e nella **determinazione** della difesa delle proprie idee e principi e la perseveranza nel portare avanti azioni concrete per raggiungere obiettivi condivisi.

Sesto Pierfederici

Presidente Boxmarche



Bisogna avere dentro di se un caos
per generare una stella danzante.
(Friedrich Nietzsche)

Lettera Amministratore Delegato

Giochiamo ancora

Stiamo vivendo una fase economica congiunturale estremamente complessa, piena di minacce, ma anche ricca di grandi opportunità.

Il 2011 si è chiuso con una crescita importante in termini di fatturato, i margini hanno subito una lieve flessione; visto il contesto economico in cui ha operato la nostra Azienda, possiamo ritenerci soddisfatti dei risultati raggiunti.

Dal punto di vista dell'organizzazione sono stati fatti significativi passi avanti, nell'aumento delle conoscenze e competenze delle persone, nella maggiore consapevolezza di queste, nel porsi obiettivi e nella determinazione nel raggiungerli.

È cresciuta la nostra immagine complessiva di Azienda orientata a "deliziare" i Clienti e abbiamo migliorato la qualità del lavoro all'interno della Fabbrica, aumentando il grado di soddisfazione dei nostri "Clienti Interni".

Dobbiamo fare di più. Un'Azienda proiettata verso la crescita che vuole mantenere nel tempo il valore degli ***assets***, focalizzata sulla soddisfazione del Cliente e che vuole assicurare un futuro migliore e sereno alla propria gente, deve eccellere.

Un'Impresa, la nostra Azienda è una squadra.

"Positività ed entusiasmo"; abbiamo grandi progetti per il futuro: vogliamo aggredire con più forza il mercato, renderemo più efficienti i processi interni e continueremo ad investire nelle persone per produrre sempre più Innovazione.

Per fare questo bisogna "fare squadra" ed essere "compatti dentro".

La squadra sono tutte le persone, che contribuiscono, ognuno con un compito diverso, ma uniti nella meta da raggiungere, a migliorare, nel tempo, l'organizzazione in cui lavorano.

Lettera Amministratore Delegato

Il segreto sta tutto qui.
Essere in squadra e fare squadra non è nelle procedure e nell'analisi organizzativa.

È nel senso di appartenenza, è nel **credere** che il proprio lavoro può dare veramente valore aggiunto se fatto insieme ai colleghi e per i colleghi.

Bisogna essere convinti che se quel lavoro, dal più semplice al più complesso, viene realizzato con spirito di appartenenza, coscienza e rispetto degli altri, la squadra vince e ognuno vince con essa.

Per fare squadra occorre **coraggio, determinazione, sensibilità e passione per il gioco**.
Il lavoro in un'Azienda è come un gioco di squadra, appunto: come una squadra punta a vincere il campionato usando una strategia e mettendo in campo risorse per fare "Goal", così un'Azienda gioca la partita della competizione adottando una precisa strategia e gestendo al meglio le proprie risorse per vincere la sfida del mercato.

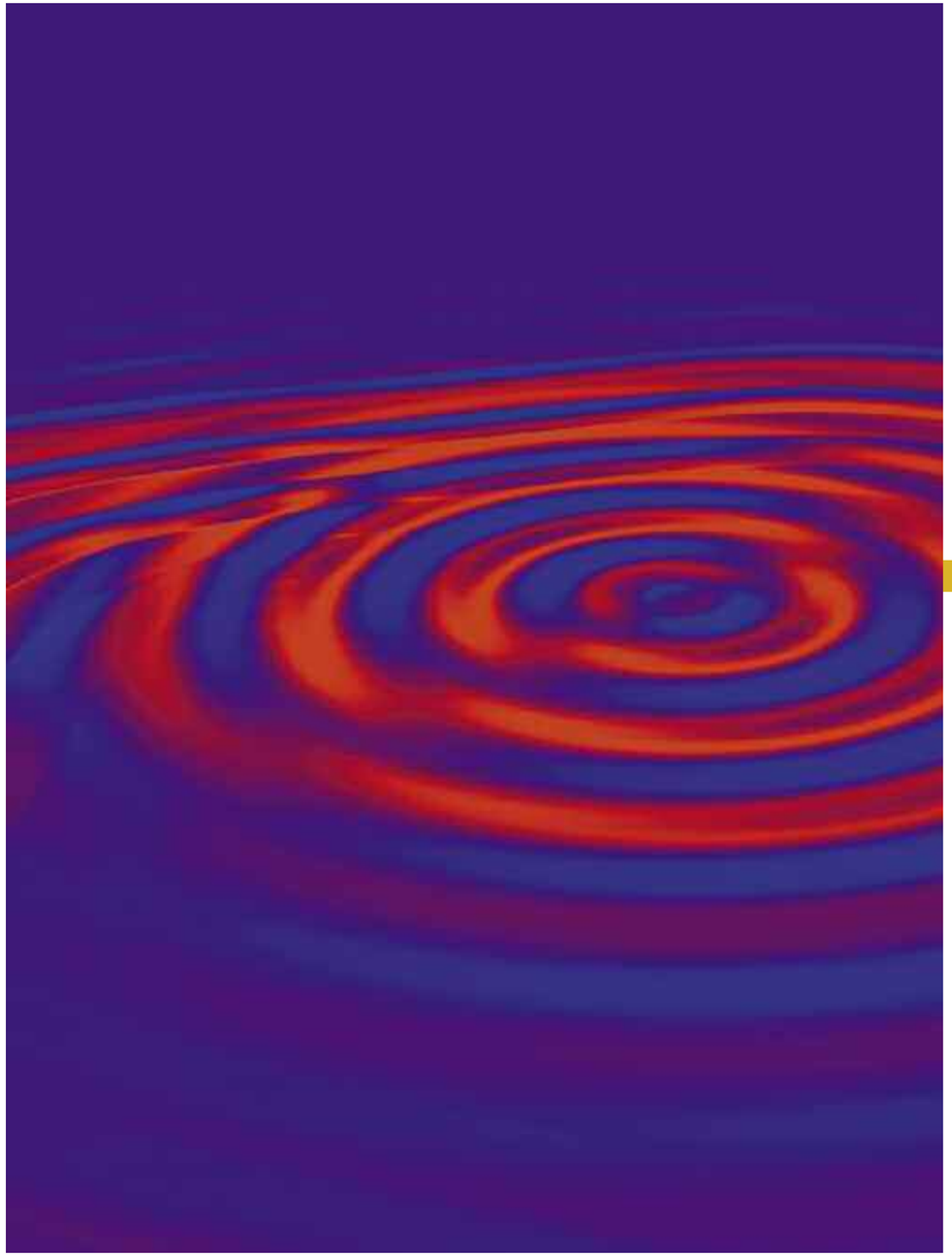
Come una squadra, dobbiamo mettere in campo il talento individuale, l'amicizia per unire le persone, la resistenza, lo spirito di sacrificio e il gusto per la sfida.

Dobbiamo impegnarci tutti a non "rassegnarci" a vivere tranquilli, trascinati da una squadra anonima, senza cuore, passione ed entusiasmo, a cui non sentiamo di far parte; usciamo dalla zona di conforto e mettiamo in campo sensibilità e fiducia per altri, onore e orgoglio per appartenere ad una squadra vincente.

Giochiamo ancora, la partita della vita.

Tonino Dominici

Amministratore Delegato Boxmarche



Identità aziendale e governance

La storia

Boxmarche rappresenta l'esempio tipico della trasformazione da civiltà contadina a realtà industriale dal dopoguerra ad oggi, che non stravolge le caratteristiche proprie dell'ambiente e del territorio in cui si è sviluppata. Ciò grazie alla gente che l'ha fondata ed alla gente che vi ha lavorato.

Il 26 maggio 1969, 43 anni fa, nasceva, su iniziativa della famiglia Baldassarri, lo Scatolificio Boxmarche, oggi Boxmarche S.p.A. idee e packaging. Alcuni degli artefici di questa splendida realtà non ci sono più, ma hanno lasciato il testimone di continuare a "fare" per realizzare il loro sogno.

"La parola vale una scrittura", era una espressione usata nel mondo contadino. Comportarsi con integrità e virtù significa aderire ai principi di ciò che è giusto, perché basato sulla verità e sul rispetto degli obblighi assunti. L'attività iniziò con la produzione di scatole da scarpe per calzaturifici della zona, poca tecnologia, molto lavoro manuale, poco valore aggiunto.

Il 1982 segna l'abbandono del settore calzaturiero, una radicale modifica della struttura produttiva e commerciale.

La vocazione "cartotecnica" prende sempre più consistenza, indirizzando la presenza commerciale nei settori: - alimentare di prodotti freschi e surgelati (astucci, scatole); - articoli casalinghi e piccoli elettrodomestici (imballi in cartoncino teso e microonda accoppiata); - giocattoli (espositori e scatole di presentazione); - general market - articoli tecnici; - cosmetico - parafarmaceutico.

Le nuove tecnologie di produzione incombevano e con esse la necessità di avere risorse umane qualificate, all'altezza di governare i processi. Il mercato richiedeva sempre di più cambiamenti attraverso il miglioramento continuo per raggiungere l'eccellenza.

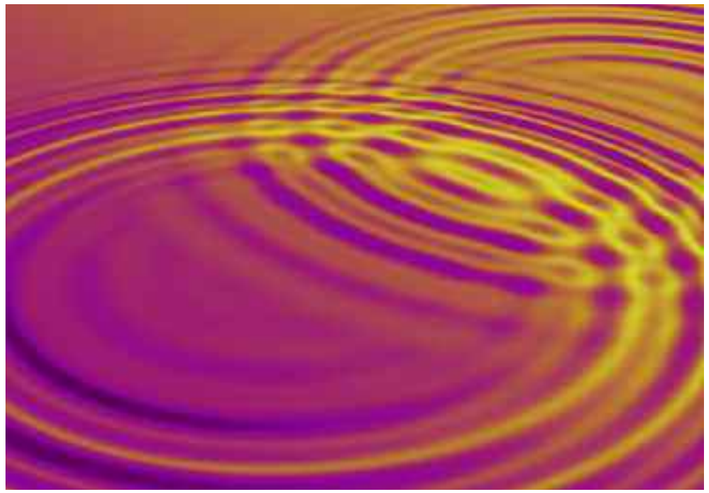
"Non esistono ostacoli grandi, ma uomini piccoli". Il gusto di fare, di darsi continui ed ambiziosi traguardi per raggiungere la meta, sposta le montagne e fa diventare grandi gli uomini.

Oltre quarant'anni di cambiamenti continui che hanno toccato tutte le aree dell'azienda: clienti, fornitori, prodotti, tecnologia, organizzazione.

L'esperienza del passato permette di affrontare il futuro con determinazione e positività. L'ottimismo della ragione aiuta a superare qualsiasi avversità. La sfida attesa è grande ma allo stesso tempo più gratificante... perché sarà più sudata.

La nuova competizione sarà quella dell'Innovazione (tecnologica, di processo, di prodotto, di relazione, di strategia), delle Idee, delle Conoscenze e delle Competenze. "Cambiare per esserci" è l'imperativo categorico che Boxmarche si impone; è la promessa solenne e responsabile che fa ai propri clienti ed a tutte le parti interessate per il rispetto di tutte le persone che oggi lavorano in Boxmarche e di coloro che hanno fondato questa realtà aziendale.

Questo il modo scelto perché Boxmarche sia protagonista ed artefice del proprio destino.



Noi due, convergenze senza inizio,
senza fine... senza durante.

Assetto societario e cariche sociali

Boxmarche nasce negli anni '70 su iniziativa della famiglia Baldassarri.
Per venti anni la compagine sociale è stata composta da 10 soci con quote del 10%; il 70% del capitale era detenuto dalla famiglia Baldassarri, il 10% da Dominici Tonino, il 10% da Berti Dino ed il 10% da Pierfederici Sesto.
Nel 1991 si verifica un cambiamento dell'assetto societario mediante l'uscita di alcuni soci con il relativo trasferimento di quote.
Nel 1993 la società si è trasformata da Srl a SpA.
Nel Novembre 2010 viene ridisegnata la compagine azionaria con l'obiettivo di rafforzare la continuità dell'Impresa e le prospettive di sviluppo. La maggioranza del capitale sociale (57%) è detenuta da Tonino Dominici, il restante 43% è detenuto dalle Famiglie Baldassarri e Pierfederici.

La società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione costituito da:
- **Sesto Pierfederici**, Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- **Tonino Dominici**, Amministratore Delegato e Direttore Generale;
- **Maria Giuseppina Baldassarri**, Consigliere;
- **Ferruccio Carminati**, Consigliere;
- **Sandro Paradisi**, Consigliere.

Il controllo è affidato ad un Collegio Sindacale composto da tre membri:
- **Dott. Roberto Cirilli**, Presidente del Collegio Sindacale;
- **Dott. Marco Pierluca**, Sindaco effettivo;
- **Dott. Leonardo Zamporlini**, Sindaco effettivo.

Prodotti e mercato

La società progetta e realizza astucci, scatole ed espositori litografati in cartoncino teso e microondulato. Opera prevalentemente su ordinazione del cliente. La classificazione industriale dell'attività è quella del settore della "Grafica e Cartotecnica". Il mercato di riferimento è quello nazionale con forte identificazione regionale.

Con la propria gamma di prodotti l'azienda si rivolge ai settori dei Casalinghi, Alimentari, Piccoli Elettrodomestici, Articoli tecnici, Cosmesi e Parafarmaceutica.

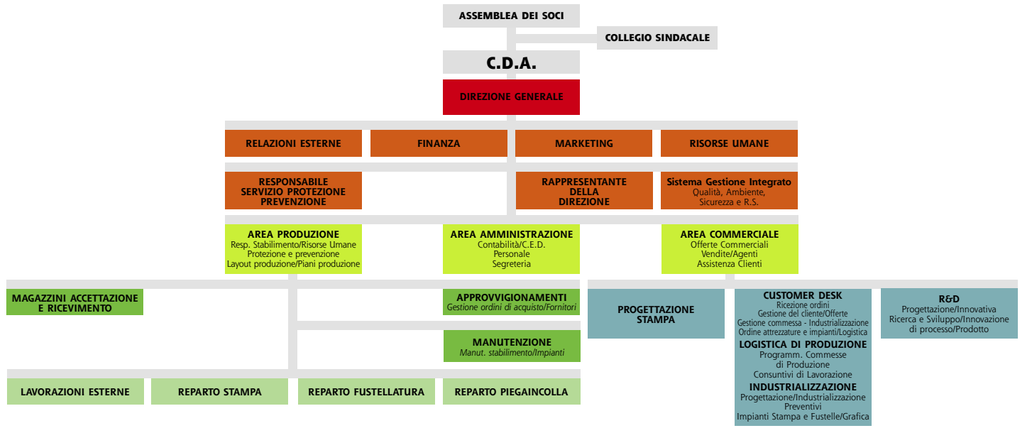
L'Organizzazione

L'organizzazione aziendale è stata progettata in funzione della mission e dei principali valori aziendali ed è caratterizzata da una notevole ampiezza delle competenze attribuite alle singole funzioni.

Il 2011 è stato un anno di grande cambiamento organizzativo che ha visto il riassetto di tutte le funzioni aziendali di interfaccia con il Cliente per incrementare il livello di servizio offerto e la velocità di reazione.

La Direzione Generale è affidata all'Amministratore Delegato, con responsabilità su strategie, Finanza, Relazioni Esterne, Marketing e Commerciale con il supporto di organi di staff tra cui il responsabile per il Sistema di Gestione Integrato (Qualità, Ambiente, Sicurezza, Igiene Alimentare e FSC/PEFC).

Dal 2011, seguendo un approccio "LEAN", le tre funzioni inerenti l'Ufficio Tecnico, gli Approvvigionamenti e il Commerciale sono state accorpate in un'unica funzione aziendale, denominata **Customer Desk**. Gli addetti al Customer Desk sono risorse che hanno ampliato notevolmente le proprie competenze con l'obiettivo di condensare tutte le caratteristiche tecniche e commerciali in figure polivalenti e in grado di seguire il Cliente durante tutto il processo, rispondendo alle varie problematiche. I Customer



Desk sono supportati dalla Prestampa e dalla Progettazione, supervisionati e gestiti da un Coordinatore dei Desk.

I reparti produttivi sono gestiti da un Responsabile di Produzione che coordina anche le lavorazioni esterne, e a cui fanno capo i Responsabili di Reparto (Stampa, Fustellatura e Piegaincolla), il Responsabile dei Magazzini di Accettazione e Ricevimento e il servizio Manutenzione.

Il livello di autonomia decisionale affidato ai responsabili di funzione risulta elevato, grazie anche a notevoli investimenti in formazione.

Il nostro cammino verso la qualità

La Qualità di Sistema costituisce fattore strategico di sviluppo per l'impresa portando miglioramenti significativi nell'organizzazione e nei risultati.

Il percorso verso la qualità si è sviluppato attraverso le seguenti fasi:

1985 Primo Corso di Formazione Manageriale

1992 Club Qualità (Assindustria Ancona)

1996 Certificazione di Qualità ISO 9002

1999 Partecipazione al Premio Qualità Italia

2001 Certificazione di Qualità ISO 9001

2001 Certificazione Ambientale del sito produttivo a norma ISO 14000

2002 Certificazione ISO 9001 Vision

2003 Premio Qualità Italia PMI

2003-2004 Certificazioni OHSAS 18000 - SA8000

2004 Redazione del primo Bilancio Sociale

2006 Vincitore Premio Sodalitas "Categoria Piccole Medie Imprese"

2006 Redazione del primo Global Report

2006 Nomination al Premio Oscar di Bilancio (FERPI)

2006 Registrazione secondo il Regolamento CE 761/01 (EMAS)

2006 Adesione alla Roadmap europea sulla CSR

2007 Vincitore Oscar di Bilancio Categoria Medie e Piccole Imprese (FERPI)

2007 ECMA Pro Carton - Vincitore del Carton Award nella sezione Confectionery

2007 Premio Valore Lavoro - Regione Marche

2008 ECMA Pro Carton - Vincitore del Carton Award nella sezione Shelf Ready & Display Packaging

2008 ECMA Pro Carton - Vincitore del Carton Award nella sezione All Other Non Food

2009 Start up progetto "LeanBox"

2010 ECMA Pro Carton - Vincitore del Carton Award nella sezione Most Innovative Packaging

2010 Certificazione FSC & PEFC

2010 Inizio iter per Certificazione ISO 22000 Sistema di Gestione della Sicurezza Alimentare

2011 ECMA Pro Carton Award – Vincitore del Carton Award nella sezione Beverage

2011 Certificazione ISO 22000

Visione e valori di riferimento

Ogni azienda ha uno "stile" nel condurre la propria attività che nel tempo la porta ad assumere comportamenti distintivi. E' da quel particolare modo di "fare le cose" che nasce e si consolida la reputazione di un'impresa a cui il mercato riconosce un "valore" unico ed intangibile. L'azienda ha un carattere, una propria personalità che è frutto degli individui che vi interagiscono ma soprattutto dei valori e dei principi scelti a fondamento della conduzione.

Tali valori e principi definiscono la visione (vision) aziendale relativa al modo di fare impresa, di appartenere al sistema economico ed al più allargato sistema sociale.

La visione aziendale definisce ciò che l'impresa vuole essere: il punto d'arrivo, condiviso e raggiungibile, verso cui il sistema impresa tende e orienta tutte le attività.

Vision: **"DAI BENI PESANTI AI BENI PENSANTI"**

"Diventare un leader nelle soluzioni cartotecniche per il packaging e il visual design, offrendo prodotti e servizi innovativi ad alto valore aggiunto nel mercato europeo".

La Vision è stata elaborata nel 2008.

Vision

Dai beni pesanti ai beni pensanti
Diventare un leader
nelle soluzioni cartotecniche
per il packaging e il visual design,
offrendo prodotti
e servizi innovativi
ad alto valore aggiunto
nel mercato europeo.

I Valori Boxmarche

I Valori Boxmarche si sintetizzano in nove principi fondamentali:

1. Il cliente prima di tutto: dare forza alla collaborazione con i clienti offrendo prodotti e servizi con alto valore, attraverso l'innovazione e l'eccellenza.

2. Partnership: sviluppare collaborazione tecnica e produttiva con i principali clienti e fornitori di prodotti e servizi in un'ottica di innovazione tecnologica e dei materiali, e di rispetto dei diritti umani nel mondo del lavoro.

3. Centralità dell'impresa: superare gli interessi individuali per il successo e la continuità dell'impresa, la sola in grado di assicurare un futuro sereno ai dipendenti.

4. Organizzazione: ricercare l'eccellenza nell'organizzazione del lavoro, dare enfasi alla flessibilità e alla professionalità dell'organico.

5. Rispetto dell'individuo: valorizzare la dignità dei dipendenti, incoraggiare la crescita individuale mediante la formazione continua, credere nelle capacità degli altri e rispettare il loro lavoro, gestire la conflittualità, prevedere un ambiente di lavoro sicuro e salubre, e processi produttivi in assoluto rispetto della sicurezza, secondo la legislazione e le norme vigenti.
La società non ammette lavoro infantile; evita qualsiasi forma di discriminazione, garantendo pari opportunità; non utilizza procedure disciplinari, quali punizioni corporali, coercizione mentale o fisica, abusi verbali; garantisce un'equa retribuzione dei propri dipendenti ed un orario di lavoro adeguato, garantendo la libertà di associazione e contrattazione collettiva.

6. Ambiente e territorio: diventare un punto di riferimento per tutte le aziende del territorio nel rispetto dell'ambiente, impegnandosi:

- Nello sviluppo sostenibile.
- Nella conformità alle leggi vigenti applicabili e, possibilmente, nel superamento degli standard minimi.
- Nell'orientare i clienti ad una sensibilità ambientale.
- Nel coinvolgere i dipendenti all'attenzione verso l'ambiente.
- Nella ricerca, con i fornitori, di nuove opportunità nel rispetto dell'ambiente.
- Nell'instaurare con la comunità locale e la pubblica amministrazione un rapporto di fiducia e trasparenza sulle attività dell'azienda.

7. Qualità: eseguire con eccellenza; scegliere tra infinite possibilità la chiave del processo; superare le aspettative del cliente.

8. Valore del capitale: ottimizzare e migliorare i risultati economico-finanziari per poter continuare ad investire in risorse tecnologiche ed umane. Considerando queste ultime un valore primario per l'azienda.

9. Miglioramento continuo: diffondere e praticare la cultura del miglioramento continuo a tutti i livelli dell'organizzazione e in tutti gli ambiti (produttivo, gestione delle risorse umane, condizioni lavorative).

Mission

Essere un'Azienda Eccellente
che soddisfi tutte le parti interessate - Clienti,
Fornitori, Collaboratori, Soci e Comunità esterna.

Amare i clienti e servirli con passione.

Avere risorse umane etiche, innovative,
curiose e vogliose di vincere, soddisfatte
ed orgogliose di lavorare alla Boxmarche.

Realizzare margini aziendali sempre crescenti.

Missione Aziendale

La Mission Aziendale può definirsi come "la vocazione a scalare la montagna": dare uno scopo alla propria esistenza.

La Mission prevede:

- Essere un'Azienda Eccellente che soddisfi tutte le parti interessate - Clienti, Fornitori, Collaboratori, Soci e Comunità esterna
- Amare i clienti e servirli con passione
- Avere risorse umane etiche, innovative, curiose e vogliose di vincere, soddisfatte ed orgogliose di lavorare alla Boxmarche
- Realizzare margini aziendali sempre crescenti.

Strategie

L'azienda intende sviluppare nel medio periodo una strategia di:

- crescita, anche per linee esterne, su nuovi mercati esteri;
- aggregazioni strategiche;
- differenziazione dell'offerta di prodotti e servizi nel mercato del packaging Industriale e del visual design per emergere: migliorare l'organizzazione e l'efficienza interna in modo tale da acquisire competenze utili per poter entrare nella Supply Chain dei Clienti con un ruolo basato sulla consulenza e la collaborazione;
- incrementare azioni di Marketing per meglio trasmettere una nuova politica aziendale focalizzata su una sempre maggior fornitura di servizi che abbiano reale valore per i Clienti.

Politiche

Le politiche sono basate su:

- **centralità del cliente** attraverso gli strumenti di marketing, comunicazione, immagine ed una rete commerciale attenta ai bisogni. L'azienda intende trasferire valore aggiunto ai clienti offrendo costantemente idee innovative e creative e nuovi packaging per valorizzare i prodotti;
- **formazione mirata** alle conoscenze ed allo sviluppo delle competenze; la conoscenza ricopre un ruolo centrale. Boxmarche intende distinguersi sul mercato attraverso la competenza e la responsabilità del personale, incorporate nella rapidità di offerta di prodotti e servizi;
- **creazione di "valore condiviso"** tramite una profonda collaborazione con fornitori, Istituzioni e scuole specializzate finalizzate alla ricerca applicata. Lo scopo è quello di creare una rete di imprese virtuose basate su un modello che produca benessere economico e sociale diffuso (CSV Creating Sharing Value M. Porter);
- **eticità dell'impresa**, tradotta nell'orientamento allo sviluppo sostenibile, alla consapevolezza ambientale e sociale.

Bilancio d'esercizio 2011

Stato patrimoniale 30
Conto economico 33
Nota integrativa 35

Stato Patrimoniale

SOCIETÀ: BOX MARCHE SPA
SEDE: CORINALDO (AN) - Via San Vincenzo 67
CAPITALE SOCIALE: euro 1.000.000,00 Int. Versato
R. I. DI ANCONA / CODICE FISCALE N.: 00132720426
R.E.A. DI ANCONA N.: 61617

Bilancio d'Esercizio al 31-12-2011

STATO PATRIMONIALE

	31/12/2011	31/12/2010
ATTIVO		
A) Crediti verso soci per versamenti ancora dovuti:		
Tot. crediti v/soci per versam. ancora dovuti (A)	**0**	**0**
B) Immobilizzazioni:		
I - Immobilizzazioni immateriali:		
1) costi di impianto e di ampliamento	0	0
2) costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità	2.509	5.019
3) diritti di brevetto ind.le e utilizzaz. opere ingegno	33.568	41.588
4) concessioni, licenze, marchi e diritti simili	2.188	2.738
5) avviamento	0	0
6) immobilizzazioni in corso e acconti	0	0
7) altre	13.767	5.333
Totale immobilizzazioni immateriali (I)	**52.032**	**54.678**
II - Immobilizzazioni materiali:		
1) terreni e fabbricati	0	0
2) impianti e macchinario	1.450.577	1.393.709
3) attrezzature industriali e commerciali	395.777	492.015
4) altri beni	120.610	116.660
5) immobilizzazioni in corso e acconti	0	0
Totale immobilizzazioni materiali (II)	**1.966.964**	**2.002.384**
III - Immobilizzazioni Finanziarie:		
1) partecipazioni in:		
a) imprese controllate	127.500	51.000
d) altre imprese	2.753	2.753
Totale Partecipazioni (1)	**130.253**	**53.753**
2) crediti:		
d) verso imprese controllate:		
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	76.500
Totale crediti verso imprese controllate (a)	**0**	**76.500**
d) verso altri:		
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale crediti verso altri (d)	**0**	**0**
Totale crediti (2)	**0**	**76.500**
Totale immobilizzazioni finanziarie (III)	**130.253**	**130.253**
Totale immobilizzazioni (B)	**2.149.249**	**2.187.315**
C) Attivo Circolante:		
I - Rimanenze:		
1) materie prime, sussidiarie e di consumo	332.505	314.914
2) prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	191.880	89.604
4) prodotti finiti e merci	211.041	169.105
Totale Rimanenze (I)	**735.426**	**573.623**
II - Crediti:		
1) verso clienti		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	4.657.023	3.609.268
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale crediti verso clienti (1)	**4.657.023**	**3.609.268**
2) verso imprese controllate		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	58.348	57.060
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale crediti verso imprese controllate (2)	**58.348**	**57.060**
4-bis) crediti tributari		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	369.010	237.369
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	1.793	1.793
Totale crediti tributari (4-bis)	**370.803**	**239.162**
4-ter) imposte anticipate		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	0	79
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	2.957	850
Totale imposte anticipate (4-ter)	**2.957**	**929**
5) verso altri		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	33.529	8.969
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	5.684	5.641
Totale crediti verso altri (5)	**39.213**	**14.610**
Totale crediti (II)	**5.128.344**	**3.921.029**
III - Attività finanziarie che non costituiscono immob.ni:	0	0
Totale attività finanziarie che non costit. imm.ni (III)	**0**	**0**
IV - Disponibilità liquide:		
1) depositi bancari e postali	47.223	179.124
3) danaro e valori in cassa	357	86
Totale disponibilità liquide (IV)	**47.580**	**179.210**
Totale attivo circolante (C)	**5.911.350**	**4.673.862**
D) Ratei e risconti attivi:		
1) ratei attivi	0	0
2) risconti attivi	17.598	26.448
Totale ratei e risconti attivi (D)	**17.598**	**26.448**
TOTALE ATTIVO	**8.078.197**	**6.887.625**

PASSIVO		
A) Patrimonio netto:		
I - Capitale	1.000.000	1.000.000
II - Riserva da soprapprezzo delle azioni	0	0
III - Riserve di rivalutazione	150.218	150.218
IV - Riserva legale	70.264	70.264
V - Riserve statutarie	0	0
VI - Riserva per azioni proprie in portafoglio	0	0
VII - Altre riserve:		
1) Ris. straordinaria	967.680	989.737
2) Ris. contrib. c/capitale	19.447	19.447
3) Ris. futuro aumento cap. sociale	0	0
4) Ris. convers. / arrot. Euro	-4	-2
Totale Altre Riserve	**987.123**	**1.009.182**
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	0	0
IX - Utile dell'esercizio	-21.827	-22.057
Totale patrimonio netto (A)	**2.185.778**	**2.207.607**
B) Fondi per rischi ed oneri:		
2) per imposte		
b) imposte differite	270	405
3) altri	3.112	3.112
Totale fondi per rischi ed oneri (B)	**3.382**	**3.517**
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	586.197	573.709
D) Debiti		
4) debiti verso banche		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	1.279.196	640.808
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	804.263	325.969
Totale debiti verso banche (4)	**2.083.459**	**966.777**
7) debiti verso fornitori		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	2.742.247	2.771.605
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale debiti verso fornitori (7)	**2.742.247**	**2.771.605**
12) debiti tributari		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	71.773	63.827
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale debiti tributari (12)	**71.773**	**63.827**
13) debiti Vs istituti di prev.za e sicur. sociale		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	122.000	104.628
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Tot. debiti Vs ist. di previd. e sicurezza sociale (13)	**122.000**	**104.628**
14) altri debiti		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	270.642	195.026
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale altri debiti (14)	**270.642**	**195.026**
Totale debiti (D)	**5.290.121**	**4.101.863**
E) Ratei e risconti passivi		
1) ratei passivi	12.719	929
2) risconti passivi	0	0
Totale ratei e risconti passivi (E)	**12.719**	**929**
TOTALE PASSIVO	**8.078.197**	**6.887.625**

CONTI D'ORDINE		
Beni di terzi in leasing	1.353.622	2.011.928
Fidejussioni prestate a società controllate	0	127.500
TOTALE CONTI D'ORDINE	**1.353.622**	**2.139.428**

CONTO ECONOMICO		
A) Valore della produzione		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	10.637.389	9.762.144
2) var. rimanenze di prod. in corso, semil. e finiti	144.212	-181.414
3) var. dei lavori in corso su ordinazione	0	0
4) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	0	0
5) altri ricavi e proventi:		
- altri ricavi e proventi	26.064	124.461
- contributi in conto esercizio	0	0
Totale altri ricavi e proventi (5)	**26.064**	**124.461**
Totale valore della produzione (A)	**10.807.665**	**9.705.191**
B) Costi della produzione		
6) per mat. prime, sussidiarie, di consumo e merci	5.304.507	4.094.468
7) per servizi	2.377.713	2.295.291
8) per godimento di beni di terzi	524.042	629.156
9) per il personale:		
a) salari e stipendi	1.292.205	1.220.438
b) oneri sociali	420.810	408.432
c) trattamento di fine rapporto	117.439	107.847
e) altri costi	42.532	10.922
Totale costi per il personale (9)	**1.872.986**	**1.747.639**

10) ammortamenti e svalutazioni:		
a) ammortamento delle immob.ni immateriali	47.309	61.891
b) ammortamento delle immob.ni materiali	475.082	533.415
d) svalutaz. dei crediti dell'att. circ. e disp. liquide	8.259	7.092
Totale ammortamenti e svalutazioni (10)	**530.650**	**602.398**
11) var. rimanenze di mat. prime, suss., cons. e merci	-17.591	-91.960
12) accantonamenti per rischi	0	0
13) altri accantonamenti	0	0
14) oneri diversi di gestione	77.386	173.083
Totale costi della produzione (B)	**10.669.693**	**9.450.075**
Differ. tra valore e costi della produz. (A-B)	**137.972**	**255.116**
C) Proventi e oneri finanziari:		
15) proventi da partecipazioni	0	0
16) altri proventi finanziari:		
d) proventi diversi dai precedenti:		
- da terzi	4.046	3.819
Totale proventi diversi dai precedenti (d)	**4.046**	**3.819**
Totale altri proventi finanziari (15+16)	**4.046**	**3.819**
17) interessi e altri oneri finanziari		
d) verso altri	177.637	198.565
Totale interessi e altri oneri finanziari (17)	**177.637**	**198.565**
17-bis) Utili e perdite su cambi	**0**	**0**
Totale proventi e oneri finanz.(C) (15+16-17+/-17 bis)	**-173.591**	**-194.746**
D) Rettifiche di valore di attività finanziarie:		
18) rivalutazioni	0	0
19) svalutazioni	0	0
Totale delle rettifiche (D) (18-19)	**0**	**0**
E) Proventi e oneri straordinari:		
20) proventi straordinari:		
b) sopravvenienze attive	80.647	26.465
c) arrotondamenti Euro	0	0
Totale proventi straordinari (20)	**80.647**	**26.465**
21) oneri straordinari:		
b) altri oneri straordinari	4.512	15.554
d) arrotondamenti Euro	0	1
Totale oneri straordinari (21)	**4.512**	**15.555**
Totale delle partite straordinarie (E) (20-21)	**76.135**	**10.910**
Risultato prima delle imposte (A-B+-C+-D+-E)	**40.516**	**71.280**
22) imposte sul reddito dell'esercizio		
a) imposte correnti	64.506	91.996
b) imposte differite	-135	-1.585
c) imposte anticipate	-2.028	2.926
Totale imposte sul reddito dell'esercizio (E) (22)	**62.343**	**93.337**
23) utile dell'esercizio	**-21.827**	**-22.057**

Nota Integrativa al Bilancio di Esercizio 2011

Struttura e contenuto del bilancio

PREMESSA

Nel presentarVi il bilancio chiuso al 31 dicembre 2011, ricordiamo che il sistema informativo incentrato sul bilancio di esercizio, secondo quanto dispone l'art. 2423 comma 1 del Codice Civile, si compone di due documenti contabili – lo Stato patrimoniale ed il Conto economico – e di uno descrittivo – la Nota integrativa – che ha come norma di riferimento l'art. 2427 Codice civile, ove vengono definiti i suoi contenuti.

La Nota integrativa è un documento volto a fornire informazioni:

- di carattere "qualitativo", che per la loro forma non risultano suscettibili di inserimento nello Stato patrimoniale e nel Conto economico;
- di carattere "quantitativo", aggiuntive rispetto al sistema di valori espresso nello Stato patrimoniale e nel Conto economico.

Tale documento, pertanto, quale elemento a corredo dello Stato patrimoniale e del Conto economico, innanzitutto integra il bilancio di esercizio: diverse sono le voci dell'uno e dell'altro documento contabile che nella Nota integrativa vengono illustrate, analizzate ed opportunamente integrate.

Nella Nota integrativa, infine, si collocano le informazioni di attualità, ovviamente sempre concernenti il bilancio, in materia civilistica o anche fiscale.

Primaria, pertanto, è la funzione della Nota integrativa; tale documento, infatti, assume una particolare importanza in un periodo, come quello attuale, connotato da una crisi economico-finanziaria in cui l'informazione, verso i soci e gli altri soggetti esterni (cosiddetti *stakeholders*) costituisce elemento fondamentale per ottimizzare la gestione dei rapporti nei loro confronti (siano essi commerciali, finanziari, istituzionali, ecc.).

CRITERI DI FORMAZIONE DEL BILANCIO

Il presente bilancio, che corrisponde alle risultanze delle scritture contabili regolarmente tenute, è stato redatto secondo le disposizioni contenute negli artt. 2423 e seguenti del Codice Civile, in osservanza della disciplina comunitaria introdotta dal D. Lgs. 127/1991.

Nel corso dell'esercizio non si sono verificati casi eccezionali che abbiano reso necessario il ricorso alle deroghe di cui all'art. 2423, 4° comma C.C.; pertanto, nel formulare il presente bilancio ci si è attenuti ai principi di redazione di cui all'art. 2423 bis C.C., finalizzati ad una rappresentazione veritiera e corretta della situazione patrimoniale-finanziaria della società e del risultato economico dell'esercizio.

Più precisamente:

- la valutazione delle voci è stata effettuata nella prospettiva della continuazione della società;
- si è seguito scrupolosamente il principio della prudenza ed a bilancio sono compresi solo utili realizzati alla data di chiusura dell'esercizio, mentre si è tenuto conto dei rischi e delle perdite di competenza anche se conosciuti successivamente alla chiusura;
- si è tenuto conto dei proventi e degli oneri di competenza del periodo cui si riferisce il bilancio, indipendentemente dalla data dell'incasso o del pagamento;
- gli elementi eterogenei ricompresi nelle singole voci sono stati valutati separatamente;
- i criteri di valutazione di cui all'art. 2426 C.C. sono stati scrupolosamente osservati

e sono i medesimi dell'anno precedente;
- le voci dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico sono senz'altro comparabili con quelle dell'esercizio precedente, salvo tener conto di eventuali riclassificazioni conseguenti a ns. rivisitazione di precedenti appostazioni e/o ad affinamenti interpretativi delle norme civilistiche.

Per quanto attiene al "contenuto" della Nota Integrativa Vi significhiamo che non vengono trattati nella presente Nota i punti seguenti per mancanza, nella situazione della Vostra società, delle relative fattispecie:
- **punto 3 bis:** misura e motivazioni delle riduzioni di valore applicate alle immobilizzazioni materiali ed immateriali;
- **punto 6 bis:** eventuali effetti significativi delle variazioni nei cambi valutari verificatesi successivamente alla chiusura dell'esercizio;
- **punto 6 ter:** ammontare dei crediti e dei debiti relativi ad operazioni di "pronto contro termine";
- **punto 8:** ammontare degli oneri finanziari imputati ai valori iscritti nell'attivo dello Stato Patrimoniale;
- **punto 11:** ammontare dei proventi da partecipazioni diversi dai dividendi;
- **punto 18:** azioni di godimento ed obbligazioni convertibili emesse dalla società;
- **punto 19:** numero e caratteristiche degli altri strumenti finanziari emessi dalla società;
- **punto 19 bis:** finanziamenti effettuati dai soci alla società;
- **punto 20:** dati riferiti ai patrimoni destinati ad uno specifico affare;
- **punto 21:** dati riferiti a finanziamenti destinati ad uno specifico affare;
- **punto 22-bis:** operazioni realizzate con parti correlate;
- **punto 22-ter:** accordi fuori bilancio.

CRITERI DI VALUTAZIONE (articolo 2427 n. 1)

I più significativi criteri di valutazione adottati per la redazione del bilancio in osservanza dell'articolo 2426 Codice Civile sono i seguenti:

Immobilizzazioni immateriali

Le voci ricomprese in questo gruppo sono costituite da costi effettivamente sostenuti che non esauriscono la propria utilità nell'esercizio di sostenimento, manifestando una capacità di produrre benefici economici futuri. L'appostazione alle voci in commento è stata effettuata tenendo presente il Principio Contabile n. 24.
I costi di pubblicità già iscritti nei precedenti esercizi nell'attivo dello Stato Patrimoniale con il consenso del Collegio Sindacale conservano le condizioni che ne hanno motivato l'allocazione.
Nel bilancio chiuso al 31/12/2011 non sono state iscritte poste tali da richiedere il consenso del Collegio Sindacale ex pp. 5 e 6, art. 2426 C.C..
Il criterio di valutazione adottato per la valorizzazione delle immobilizzazioni in oggetto è quello del "costo".
I valori sono espressi al netto dei relativi ammortamenti, calcolati secondo un piano sistematico in relazione alla natura delle voci ed alla loro residua possibilità di utilizzazione.
Con riferimento ai costi imputati in tale voce nei precedenti esercizi, dopo averne verificato la residua possibilità di utilizzazione, nonché il loro valore funzionale nell'economia dell'azienda in una prospettiva di continuazione dell'attività, si è ritenuto opportuno confermare i valori di iscrizione, mantenendo i piani di ammortamento inizialmente previsti.
Si precisa che gli ammortamenti sono stati operati sulla base dei coefficienti appresso indicati:

costi per pubblicità	1/5
costi per marchi	1/10
costi per software	1/3
sito internet	1/3
costi per istruttoria finanziamenti	durata
costi su beni di terzi	durata della locazione

Immobilizzazioni materiali

Risultano iscritte al costo di acquisto ex art.2426 p.1, ad eccezione di quei cespiti il cui valore è stato rivalutato in base alle leggi di adeguamento monetario, come meglio in seguito precisato.
Il valore così determinato viene ripartito tra gli esercizi nel corso dei quali ne avviene l'utilizzazione mediante lo stanziamento di ammortamenti calcolati ad aliquote costanti basate sulla durata della vita utile dei beni, valutata tenendo conto del deperimento economico-tecnico.
Gli incrementi per nuove acquisizioni sono contabilizzati al costo di acquisto, comprensivo degli oneri accessori e l'ammortamento viene operato applicando una aliquota pari alla metà di quella annuale, avuto riguardo al periodo medio temporale di utilizzo.
I beni strumentali di importo inferiore ad euro 516,46, peraltro, sono stati spesati nell'esercizio se ed in quanto la loro utilità si è esaurita nello stesso.
Si precisa inoltre che i costi di manutenzione e riparazione sono stati imputati direttamente al Conto Economico, ad eccezione di quelli aventi natura incrementativa che si riflettono sul prolungamento della vita utile dei cespiti cui si riferiscono; detti costi sono capitalizzati secondo corretti principi contabili.
I coefficienti di ammortamento applicati ai valori dei beni non completamente ammortizzati alla data del 31 dicembre 2011 sono i seguenti:

costruzioni leggere	10 %
impianti e macchinari	11,5 % - 5,75 %
imp. elettr., cond., depur., ecc.	9 %
attrezzature varie	25 %
fustelle e impianti stampa	25 %
automezzi	25 %
mezzi di trasporto interno	20 %
mobili e macch. d'ufficio/lab.	12 %
macchine d'ufficio elettroniche	20 %

Totale rivalutazioni delle immobilizzazioni materiali alla fine dell'esercizio
In base all'articolo 10 legge n. 72/1983 si elencano, in un quadro di sintesi, le seguenti immobilizzazioni materiali iscritte nel bilancio della società al 31/12/2011 sulle quali sono state fatte rivalutazioni monetarie ai sensi di legge:

Rivalutazioni delle immobilizzazioni materiali				
Descrizione	**Costo Storico**	**Riv.ne ex L. 576/1975**	**Riv.ne ex L. 342/2000**	**Costo rettificato**
Terreni e fabbricati	0	0	0	0
Impianti e macch.	2.870.699	3.099	258	2.874.056
Attr. Ind.le e comm.	1.788.654	0	0	1.788.654
Altri beni	867.610	0	0	867.610
TOTALE	**5.526.963**	**3.099**	**258**	**5.530.320**

Immobilizzazioni finanziarie

Costituite da partecipazioni in imprese controllate e in altre imprese, rappresentano investimenti di carattere duraturo e strumentale all'attività dell'impresa e risultano iscritte al costo di acquisto o di sottoscrizione.

Rimanenze

La loro valutazione è stata così effettuata, tenuto conto che l'attività da noi esercitata è di natura industriale:

Materie prime, sussidiarie e di consumo:
trattandosi di beni fungibili, previo raggruppamento in categorie omogenee per natura e per valore, è stato applicato il criterio del "costo medio ponderato", con valori comunque inferiori a quelli di mercato;

Prodotti in corso di lavorazione:
sulla base dei costi sostenuti nell'esercizio e pertanto a costo specifico, comunque inferiore al valore di mercato o di possibile realizzo;

Prodotti finiti:
i prodotti da noi realizzati, fungibili, sono valutati al costo di produzione, comprensivo dei costi direttamente imputabili e dei costi indiretti per la quota ragionevolmente attribuibile al prodotto, in quanto minore rispetto al valore di mercato.

Crediti

I crediti verso clienti sono complessivamente iscritti secondo il loro presumibile valore di realizzazione che corrisponde alla differenza tra il nominale ed il totale della svalutazione crediti.
Ai fini della determinazione di quest'ultima si è così proceduto:
- sono state prese in considerazione le perdite certe rivenienti da procedure concorsuali e/o da altre situazioni dalle quali scaturisce la definitività delle perdite, contabilizzandole a conto economico (voce B 14) per l'importo di euro 9.194 al netto del preesistente fondo svalutazione crediti di euro 7.092 totalmente utilizzato;
- è stata quindi stimata l'ulteriore perdita che si presume di subire sulla base dell'esperienza e di ogni altro elemento utile, stanziando a conto economico un accantonamento (voce B 10 d) di euro 8.259.
Il relativo fondo coincide con l'importo di cui sopra, stante l'integrale utilizzo dello stanziamento preesistente.
Gli altri crediti di cui alla voce CII sono iscritti per il loro valore nominale non ravvisandosi alcuna svalutazione da operare.

Attività finanziarie/disponibilità liquide

Non risultando in bilancio alcuna attività finanziaria di natura corrente, si omette qualsiasi informazione in merito ai criteri di valutazione; quanto alle disponibilità liquide, queste sono iscritte al loro valore nominale.

Ratei e risconti

Sono iscritte in tali voci quote di costi e proventi, comuni a due o più esercizi, secondo il principio della competenza temporale.

Fondi per rischi e oneri

I fondi per rischi ed oneri sono stanziati per coprire perdite o debiti, di esistenza certa o probabile, dei quali tuttavia alla chiusura dell'esercizio non erano determinabili l'ammontare o la data di manifestazione.
Gli stanziamenti riflettono la più attendibile stima possibile sulla base degli elementi a disposizione.

Fondo trattamento di fine rapporto personale dipendente

Il fondo trattamento di fine rapporto viene stanziato per coprire l'intera passività maturata nei confronti dei dipendenti in conformità alla legislazione vigente ed ai contratti collettivi di lavoro ed integrativi aziendali. Tale passività è soggetta a rivalutazione a mezzo indici.

Debiti

I debiti sono iscritti al loro valore nominale.

Imposte sul reddito dell'esercizio

Sono iscritte in base alla stima del reddito imponibile in conformità alle disposizioni in vigore.
Sono inoltre stanziate imposte differite e anticipate sulle differenze temporanee tra i valori d'iscrizione nel bilancio ed i relativi valori riconosciuti ai fini fiscali.
L'argomento verrà trattato più adeguatamente nel successivo p. 14 della Nota Integrativa.

Poste in valuta estera

A tal proposito informiamo che alla data di chiusura del presente bilancio non risultano iscritti crediti e debiti in valuta estera.

MOVIMENTI DELLE IMMOBILIZZAZIONI (articolo 2427 n. 2)

Per le tre classi delle immobilizzazioni (immateriali, materiali, e finanziarie) sono stati preparati appositi prospetti che indicano per ciascuna voce i costi storici, i precedenti ammortamenti e le precedenti rivalutazioni e svalutazioni, i movimenti intercorsi nell'esercizio, i saldi finali, nonché il totale delle rivalutazioni esistenti alla chiusura dell'esercizio.

Immobilizzazioni immateriali

Immobilizzazioni immateriali						
Immobilizzazioni immateriali	**Costo**	**Fondo amm.to ad inizio esercizio**	**importo al 31/12/2010**	**Acquisizioni**	**Amm.ti dell' esercizio**	**importo al 31/12/2011**
1) Costi d'impianto e di ampliamento	0	0	0	0	0	0
2) Costi di ricerca, sviluppo e pubblicità	12.547	7.528	5.019	0	2.510	2.509
3) Diritti di brevetto e utilizzazione opere dell'ingegno	91.393	49.805	41.588	33.664	41.684	33.568
4) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	5.495	2.757	2.738	0	550	2.188
5) Avviamento	0	0	0	0	0	0
6) Immobilizzazioni in corso e acconti	0	0	0	0	0	0
7) Altre immobilizzazioni immateriali	8.000	2.667	5.333	11.000	2.566	13.767
TOTALE	**117.435**	**62.757**	**54.678**	**44.664**	**47.310**	**52.032**

Immobilizzazioni materiali

Per maggiore chiarezza, anziché un unico prospetto, abbiamo ritenuto utilizzarne diversi secondo le seguenti cinque voci previste alla lettera B II dell'attivo dello Stato Patrimoniale:

Impianti e macchinario	
Descrizione	**Importo**
Costo storico	2.657.899
Rivalutazione	3.357
Ammortamenti esercizi precedenti	1.267.547
SALDO AL 31/12/2010	**1.393.709**
Acquisizione dell'esercizio	225.195
Cessioni dell'esercizio - costo (-)	12.395
- fondo ammortamento (+)	12.395
Giroconti positivi (riclassificazione)	0
Giroconti negativi (riclassificazione)	0
Interessi capitalizzati nell'esercizio	0
Ammortamenti dell'esercizio	168.327
SALDO AL 31/12/2011	**1.450.577**

Attrezzature industriali e commerciali	
Descrizione	**Importo**
Costo storico	1.780.326
Rivalutazione	0
Ammortamenti esercizi precedenti	1.288.311
SALDO AL 31/12/20010	**492.015**
Acquisizione dell'esercizio	178.090
Cessioni dell'esercizio - costo (-)	169.761
- fondo ammortamento (+)	157.184
Giroconti positivi (riclassificazione)	0
Giroconti negativi (riclassificazione)	0
Interessi capitalizzati nell'esercizio	0
Ammortamenti dell'esercizio	261.751
SALDO AL 31/12/2011	**395.777**

Altri beni	
Descrizione	**Importo**
Costo storico	824.649
Rivalutazione	0
Ammortamenti esercizi precedenti	707.989
SALDO AL 31/12/2010	**116.660**
Acquisizione dell'esercizio	50.034
Cessioni dell'esercizio - costo (-)	7.073
- fondo ammortamento (+)	5.993
Giroconti positivi (riclassificazione)	0
Giroconti negativi (riclassificazione)	0
Interessi capitalizzati nell'esercizio	0
Ammortamenti dell'esercizio	45.004
SALDO AL 31/12/2011	**120.610**

Immobilizzazioni finanziarie

Partecipazioni

Le partecipazioni hanno avuto nell'esercizio le seguenti movimentazioni:

Immobilizzazioni finanziarie - Partecipazioni				
Descrizione	**Saldo al 31/12/2010**	**Incrementi ed acquisizioni**	**Decrementi**	**Saldo al 31/12/2011**
Imprese controllate	51.000	76.500	0	127.500
Imprese collegate	0	0	0	0
Altre imprese	2.753	0	0	2.753
TOTALE	**53.753**	**76.500**	**0**	**130.253**

In merito ai movimenti delle immobilizzazioni immateriali, materiali e finanziarie, si ritiene di dover precisare quanto segue:

- **immobilizzazioni immateriali:** gli acquisti più significativi riguardano il software per un totale di euro 33.665 suddiviso tra nuove licenze di terzi, implementazione e realizzazione di programmi di proprietà, nonché realizzazione del nuovo sito internet;
- **immobilizzazioni materiali:** gli investimenti da segnalare sono relativi alla voce "Impianti e macchinari" con l'acquisto di una macchina platinatrice per euro 45.100 e di una macchina per lo sviluppo delle lastre per euro 100.000;
- **immobilizzazioni finanziarie:** l'incremento del valore della quota di partecipazione nella controllata "PROMOFARM ITALIA S.r.l." è dovuto alla conversione del finanziamento soci, erogato dalla "BOX MARCHE S.p.A." in favore della suddetta controllata, in versamento soci in conto futuro aumento di capitale sociale.

COSTI DI IMPIANTO E AMPLIAMENTO, DI RICERCA, DI SVILUPPO E PUBBLICITÀ (articolo 2427 n. 3)

Premesso che nel bilancio in commento non sono presenti né costi di impianto ed ampliamento, né costi di ricerca e sviluppo, il prospetto di seguito riportato esamina l'andamento dei costi di pubblicità iscritti nei precedenti esercizi:

Costi di pubblicità			
Voce	**Costo**	**Ammortamenti eseguiti**	**Valore di bilancio**
Spese pubblicitarie 2008	12.547	10.038	2.509

Di conseguenza, in base alle disposizioni del n. 5 dell'art. 2426 C.C., vengono vincolate, per l'importo della posta in commento, le riserve disponibili evidenziate nel Patrimonio Netto onde coprire l'ammontare dei costi non ancora ammortizzati.

Informiamo che fino a quando le riserve disponibili non avranno raggiunto il limite dell'importo di cui sopra, non potranno essere distribuiti dividendi.

VARIAZIONI DELLE ALTRE VOCI (articolo 2427 n. 4)

Per quanto riguarda l'Attivo precisiamo che:

Rimanenze

La voce a fine esercizio, comparata con le risultanze dell'esercizio precedente, è così composta:

Rimanenze			
Descrizione	**Rim. Finali al 31/12/2011**	**Variazioni dell'esercizio**	**Rim. Finali al 31/12/2010**
Mat. prime, suss., cons	332.505	17.591	314.914
Prod. in corso e semil.	191.880	102.276	89.604
Lavori in corso su ordin.	0	0	0
Prod. finiti e merci	211.041	41.936	169.105
Acconti	0	0	0
TOTALE	**735.426**	**161.803**	**573.623**

Altre voci dell'attivo

Nella tabella che segue vengono riportate le variazioni delle altre voci dell'attivo.

Altre voci dell'attivo

Descrizione	Saldo al 31/12/2011	Variazioni +/-	Saldo al 31/12/2010
II - Crediti:			
1) Verso clienti	4.657.023	1.047.755	3.609.268
2) Verso imprese controllate	58.348	1.288	57.060
4bis) Crediti tributari	370.803	131.641	239.162
4ter) Imposte anticipate	2.957	2.028	929
5) verso altri	39.213	24.603	14.610
Tot. crediti	**5.128.344**	**1.207.315**	**3.921.029**
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	0	0	0
IV - Disponibilità liquide:			
1) Depositi bancari e postali	47.223	-131.901	179.124
3) Denaro e valori in cassa	357	271	86
Tot. disponibilità liquide	**47.580**	**-131.630**	**179.210**
D) Ratei e risconti attivi	17.598	-8.850	26.448
TOTALE	**5.193.522**	**1.066.835**	**4.126.687**

Le variazioni che a nostro avviso meritano di essere segnalate risultano le seguenti:
- i crediti verso clienti si sono incrementati per effetto dell'aumento del volume di vendite negli ultimi mesi dell'esercizio;
- la variazione dei crediti tributari è da imputare per lo più all'accresciuto credito Iva pari a fine anno ad euro 331.947.

Passiamo ora ad esaminare le variazioni intervenute nel Patrimonio Netto e nel Passivo.

Patrimonio Netto

Patrimonio Netto

Descrizione	Saldo al 31/12/2010	Incrementi	Decrementi	Saldo al 31/12/2011
I - Capitale sociale	1.000.000	0	0	1.000.000
III - Riserve di rivalutazione				
a) Riserve rival.ne DL n.185/2008	0	0	0	0
b) Altre riserve di rivalut.ne	150.218	0	0	150.218
IV - Riserva legale	70.264	0	0	70.264
VII - Altre riserve:				
Riserva straordinaria	989.737	0	22.057	967.680
Riserva contributo c/capitale	19.447	0	0	19.447
Riserva da arrotondamento Euro	-2	-4	-2	-4
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	0	0	0	0
IX - Perdita dell'esercizio	-22.057	-21.827	-22,057	-21.827
TOTALE	**2.207.607**	**-21.831**	**-2**	**2.185.778**

Le variazioni sopra riportate, essendo collegate esclusivamente al risultato economico del precedente e del presente esercizio, non richiedono particolari commenti.
Le variazioni dei fondi e dei debiti vengono di seguito illustrate.

Fondi per rischi ed oneri

La composizione ed i movimenti di tali fondi sono i seguenti:

Fondo per imposte, anche differite
Non risulta iscritto un fondo imposte di natura generica, in quanto per i periodi di imposta non ancora definiti non esiste contenzioso ed è ragionevole che non emergano comunque passività.

É invece iscritto il fondo imposte differite a fronte delle differenze temporanee che andranno ad aumentare nei prossimi esercizi l'imponibile IRES / IRAP.

Le movimentazioni intervenute nel suddetto fondo vengono sintetizzate nel seguente prospetto, rinviando comunque per ulteriori dettagli a ciò che verrà esplicitato nel successivo p. 14) e nella parte conclusiva della presente Nota dedicata alle imposte sul reddito dell'esercizio (voce E22 del Conto Economico):

Descrizione	Saldi al 2010	Incrementi	Decrementi	Saldi al 2011
Fondo imposte differite	405	0	135	270

Altri fondi
Per la loro composizione si rinvia alla seguente tabella:

Descrizione	Saldi al 31/12/2010	Accantonamenti	Utilizzi	Saldi al 31/12/2011
Indennità suppl. di clientela	3.112	0	0	3.112

Il fondo "indennità suppletiva di clientela", rimasto invariato rispetto allo scorso esercizio, è relativo ad un Agente di commercio la cui posizione è in fase di definizione. A tal proposito precisiamo che la società non ha in corso alcun contratto di agenzia.

Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato

La movimentazione del fondo è stata la seguente:

Saldo al 31/12/2010	573.709
Indennità liquidate nell'esercizio per esodo al netto anticipazioni già erogate	0
Quota maturata nell'esercizio (netto imposta sostitutiva)	108.918
Acconti corrisposti nell'esercizio	8.331
Importi destinati a fondi previdenza	88.099
Consistenza del fondo al 31/12/2011	586.197

Il saldo a fine esercizio è al netto di anticipi erogati sul trattamento di fine rapporto.

Nota integrativa
Bilancio d'esercizio 2011

Debiti - Ratei e Risconti Passivi

Nella tabella che segue sono sintetizzate le movimentazioni delle altre voci del passivo:

Debiti - Ratei e Risconti Passivi			
D) Debiti - E) Ratei e risconti	**Saldo al 31/12/11**	**Variazioni +/-**	**Saldo al 31/12/10**
D4 - Debiti verso banche	2.083.459	1.116.682	966.777
D7 - Debiti verso fornitori	2.742.247	-29.358	2.771.605
D9 - Debiti verso imprese controllate	0	0	0
D12 - Debiti tributari	71.773	7.946	63.827
D13 - Debiti verso istituiti di previdenza e sicurezza sociale	122.000	17.372	104.628
D14 - Altri debiti	270.642	75.616	195.026
Tot. debiti	**5.290.121**	**1.188.258**	**4.101.863**
E - Ratei e risconti passivi	12.719	11.790	929
TOTALE	**5.302.840**	**1.200.048**	**4.102.792**

Le sola variazione che a ns. avviso merita di essere segnalata è quella relativa alla voce "Debiti verso banche", il cui aumento è da ricondurre sostanzialmente all'incremento dei crediti verso clienti e delle giacenze di magazzino.

ELENCO DELLE PARTECIPAZIONI DI CONTROLLO E DI COLLEGAMENTO (articolo 2427 n. 5)

Di seguito riportiamo i dati e le informazioni relativi alla società controllata "PROMOFARM ITALIA S.r.l.", così come risultano dal progetto di bilancio 2011 approvato dal Consiglio di Amministrazione lo scorso 21 marzo.

Partecipazioni in imprese controllate e collegate				
Descrizione	**31/12/2010**	**Incremento**	**Decremento**	**31/12/2011**
Imprese controllate	51.000	76.500	0	127.500

In merito all'incremento dell'esercizio abbiamo già riferito in un precedente punto della presente nota.

Descrizione	Città o stato	Capitale Sociale	Patrimonio netto	Utile	%	Valore bilancio
PROMOFARM ITALIA S.r.l.	S. Benedetto Tronto	100.000	445.116	47.715	51%	127.500

CREDITI E DEBITI DI DURATA SUPERIORE A CINQUE ANNI (articolo 2427 n.6)

Non esistono crediti e debiti superiori a cinque anni, né debiti assistiti da garanzie reali su beni sociali.

I crediti ed i debiti che risultano dal bilancio sono così ripartiti su base geografica:

Crediti				
Voci di bilancio	**Italia**	**CEE**	**Extra-CEE**	**Totale**
Crediti verso clienti	4.177.671	479.352	0	4.657.023
Crediti verso controllate	58.348	0	0	58.348
Crediti tributari	370.803	0	0	370.803
Crediti per imp. anticipate	2.957	0	0	2.957
Crediti verso altri	39.213	0	0	39.213
TOTALE CREDITI	**4.648.992**	**479.352**	**0**	**5.128.344**

Debiti				
Voci di bilancio	**Italia**	**CEE**	**Extra-CEE**	**Totale**
Debiti v/banche	2.083.459	0	0	2.083.459
Debiti v/fornitori	2.491.925	250.322	0	2.742.247
Debiti tributari	71.773	0	0	71.773
Debiti v/ist. prev.za	122.000	0	0	122.000
Altri debiti	270.642	0	0	270.642
TOTALE	**5.039.799**	**250.322**	**0**	**5.290.121**

RATEI E RISCONTI, ALTRI FONDI E ALTRE RISERVE (articolo 2427 n. 7)

Premesso che nel presente bilancio risultano iscritti esclusivamente risconti attivi e ratei passivi, nella tabelle che seguono forniamo il dettaglio dei valori compresi nelle suddette poste:

Risconti attivi	
Voce	**Importo**
Leasing	6.011
Licenze software	6.237
Premio strum. derivato CREDEM	4.171
Contratti assistenza	711
Altro	468
TOTALE	**17.598**

Ratei passivi	
Voce	**Importo**
Interessi su mutui	12.719
TOTALE	**12.719**

La voce B.3 del Passivo "altri fondi" è costituita dal fondo "indennità suppletiva di Clientela" già illustrata nel precedente p. 4).

La voce "Altre riserve" ammonta ad euro 987.123, per la cui composizione si rimanda alla tabella sul Patrimonio Netto, di cui al precedente p. 4).

COMPOSIZIONE DEL PATRIMONIO NETTO (articolo 2427 n. 7-bis)

Nel prospetto che segue viene evidenziata la composizione del Patrimonio Netto, con specifico riferimento alla possibilità di utilizzazione e alla distribuibilità delle singole poste, nonché alla loro eventuale utilizzazione negli esercizi precedenti.

Composizione del Patrimonio Netto					
Natura/descrizione	**Importo**	**Possibilità di utilizzazione***	**Quota disponibile**	**Riepilogo delle utilizzazioni effettuate nei tre esercizi precedenti**	
				per copertura perdite	per altre ragioni
Capitale	1.000.000	-	-	0	0
Riserve di rivalutazione	150.218	A,B,C	150.218	0	0
Riserva legale	70.264	B	70.264	0	0
Riserva straordinaria	967.680	A,B,C	945.853	69.563	0
Riserva contributi c/capitale	19.447	A,B,C	19.447	0	0
Perdita di esercizio	-21.827		-	0	0
TOTALE	**2.185.782**		**1.185.782**	**69.563**	**0**
Quota distribuibile			**937.899**		
Quota distribuibile con vincoli			**119.665**		
Residua quota non distribuibile			**128.218**		

* A: per aumento di capitale; B: per copertura perdite; C: per distribuzione ai soci.

IMPEGNI NON RISULTANTI DALLO STATO PATRIMONIALE (articolo 2427 n. 9)

Per un riepilogo della situazione sociale rinviamo alle tabelle che seguono:

Impegni			
Voce	**Imprese del gruppo**	**Altri**	**Totale**
Contratti di leasing	0	1.353.622	1.353.622

RIPARTIZIONE DEI RICAVI (articolo 2427 n. 10)

L'informazione in oggetto viene fornita, ricorrendo alla seguente tabella:

Settori merceologici				
Tipologia di attività	**2011**	**%**	**2010**	**%**
Alimentari	5.332.468	50,13	4.728.509	48,44
Casalinghi	3.141.267	29,53	3.065.480	31,40
Articoli tecnici e chimici	94.898	0,89	499.832	5,12
Abbigliamento	1.041.210	9,79	603.919	6,19
Cosmetici e parafarmaceutici	652.644	6,14	364.917	3,74
Piccoli elettrodomestici	91.749	0,86	97.560	1,00
Giocattoli	0	0,00	27.253	0,28
Scat. & cart.	26.866	0,25	47.610	0,49
Raccolta differenziata	77.088	0,72	52.434	0,54
C/lavorazione	21.531	0,20	20.457	0,21
Scarti di lavorazione	135.337	1,27	115.001	1,18
Grande distribuzione	8.807	0,08	137.404	1,41
Altri settori	13.524	0,13	1.768	0,02
TOTALE	**10.637.389**	**100**	**9.762.144**	**100**

Aree geografiche				
Tipologia di attività	**2011**	**%**	**2010**	**%**
Italia	8.969.335	84,32	8.322.793	85,26
Rep. San Marino	473	0,00	1.050	0,01
Paesi U.E.	1.667.581	15,68	1.433.361	14,68
Paesi extra-U.E.	0	0,00	4.940	0,05
TOTALE	**10.637.389**	**100,00**	**9.762.144**	**100,00**

INTERESSI E ALTRI ONERI FINANZIARI (articolo 2427 n. 12)

Per quanto riguarda gli interessi passivi e gli altri oneri finanziari sostenuti nel corso dell'esercizio pari ad euro 177.637, la suddivisione interna della voce è ricapitolata nella seguente tabella:

Voce	**Collegate e controllate**	**Controllanti**	**Altri**	**Totale**
Interessi passivi	0	0	42.292	42.292
Oneri fin. prod. derivati.	0	0	135.345	135.345
TOTALE	**0**	**0**	**177.637**	**177.637**

Come si può notare dai dati, gli interessi passivi derivano da posizioni debitorie nei confronti degli istituti di credito e di intermediari finanziari.

PROVENTI ED ONERI STRAORDINARI (articolo 2427 n. 13)

Il punto in oggetto attiene alla composizione delle voci "proventi straordinari" e "oneri straordinari", quando il loro ammontare sia apprezzabile.

Ritenendolo tale, ne evidenziamo il saldo e la composizione nel prospetto che segue:

Saldo al 31/12/2011	euro	76.135
Saldo al 31/12/2010	euro	10.910
	euro	65.225

Descrizione	**31/12/2011**	**Variazioni**	**31/12/2010**
Sopravvenienze attive	80.647	54.182	26.465
Sopravvenienze passive	4.512	-11.043	15.555
TOTALE	**76.135**	**65.225**	**10.910**

Tenuto conto dell'entità delle sopravvenienze attive, riteniamo opportuno riferire in merito alle principali componenti: l'importo di euro 39.600 si riferisce ad un indennizzo assicurativo per un danno 2010 su una macchina da stampa, mentre l'importo di euro 34.944 è relativo all'iscrizione del credito d'imposta su costi di R&S per gli anni 2008 e 2009 (Legge n.296/2008 – D.L. 4 marzo 2011).

IMPOSTE ANTICIPATE E DIFFERITE (articolo 2427 n. 14)

L'informazione da fornire nel presente punto riguarda in estrema sintesi la fiscalità differita in senso lato, comprensiva cioè delle imposte differite passive e delle imposte anticipate; riguarda inoltre l'eventuale contabilizzazione delle imposte anticipate attinenti alla perdita fiscale dell'esercizio o di esercizi precedenti, o la motivazione della mancata iscrizione.

Il tutto viene illustrato nei prospetti seguenti:

Rilevazione delle imposte differite e anticipate ed effetti conseguenti:

Ai fini IRES	esercizio 2011		esercizio 2010	
	ammontare delle differenze temporanee	effetto fiscale (aliquota 27,50%)	ammontare delle differenze temporanee	effetto fiscale (aliquota 27,5%)
Imposte anticipate				
Perdite su crediti	9.194	2.528	3.650	1.004
Compensi agli Amministratori	0	0	0	0
Ammortamento marchi	244	67	244	67
TOTALE	**9.438**	**2.595**	**3.894**	**1.071**
Imposte differite				
Ammortamenti anticipati	0	0	0	0
Plusvalenze differite	0	0	0	0
Contributi in c/capitale	0	0	0	0
TOTALE	**0**	**0**	**0**	**0**
Imposte differite (anticipate nette)		**-2.595**		**-1.071**
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio		0		0
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio precedente		0		0
Differenze temporanee escluse dalla determinazione delle imposte (anticipate e differite)		0		0
Perdite fiscali riportabili a nuovo		0		0
NETTO		**-2.595**		**-1.071**

Ai fini IRAP	esercizio 2011		esercizio 2010	
	ammontare delle differenze temporanee	effetto fiscale (aliquota 4,73%)	ammontare delle differenze temporanee	effetto fiscale (aliquota 4,73%)
Imposte anticipate				
Spese di rappresentanza	0	0	0	0
Ammortamento marchi	244	12	244	12
TOTALE	**244**	**12**	**244**	**12**
Imposte differite				
Ammortamenti anticipati	0	0	0	0
Plusvalenze differite	0	0	0	0
Contributi in c/capitale	0	0	0	0
TOTALE	**0**	**0**	**0**	**0**
Imposte differite (anticipate nette)		**-12**		**-12**
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio		0		0
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio precedente		0		0
Differenze temporanee escluse dalla determinazione delle imposte (anticipate e differite)		0		0
Perdite fiscali riportabili a nuovo		0		0
NETTO		**-12**		**-12**

Ai soli fini IRES, in quanto di maggiore rilevanza, riportiamo il prospetto di riconciliazione tra risultato di esercizio ed imponibile fiscale:

Determinazione dell'imponibile IRES	
A) Risultato prima delle imposte	**40.516**
Differenze temporanee tassabili in esercizi successivi:	
quota plusvalenze (4/5)	0
TOTALE	**0**
Differenze temporanee deducibili in esercizi successivi	
ammortamento marchi	244
perdite su crediti	9.194
TOTALE	**9.438**
Rigiro delle differenze temporanee da esercizi precedenti	
spese rappresentanza esercizi precedenti	-1.796
TOTALE	**-1.796**
Differenze che non si riverseranno negli esercizi successivi	
costi non deducibili	30.930
proventi esenti	-33.680
deduzioni/detassazioni	-39.705
TOTALE	**-42.455**
B) Imponibile fiscale	**5.703**

La imposta "teorica" IRES ammonta ad euro 11.149 (27,5% su A), mentre quella "effettiva" ammonta ad euro 1.568 (27,5% su B), il che equivale a dire che l'aliquota effettiva è pari al 3,87 % (imposta effettiva su A), per effetto prevalentemente dell'agevolazione di cui alla L.n.388/2000 definita "Tremonti-ambientale".

DIPENDENTI (articolo 2427 n. 15)

Nel corso dell'esercizio non si sono verificate variazioni consistenti nel numero dei dipendenti.

Il numero medio dei dipendenti è stato determinato considerando le giornate lavorate complessivamente in azienda e dividendo tale importo per 312 (che rappresenta i giorni di lavoro). I risultati, suddivisi per singola categoria, sono presentati in tabella.

Dipendenti		
Categoria	**Numero medio 2011**	**Numero medio 2010**
Dirigenti	1	1
Impiegati	10	10
Operai	38	37
MEDIA TOTALE	**49**	**48**

COMPENSI PER CARICHE SOCIALI (articolo 2427 n. 16)

Le informazioni che vanno fornite in questo punto della Nota Integrativa attengono all'ammontare dei compensi spettanti agli Amministratori ed ai Sindaci.
Si ricorda che i compensi degli Amministratori e dei Sindaci sono stati deliberati dalla Assemblea dei soci nella seduta del 3 novembre 2010.
Ciò precisato, i compensi in parola risultano i seguenti:

Compensi per cariche sociali		
Categoria	**Numero medio**	
Compensi Consiglio di Amministrazione	euro	25.000
Compensi Collegio Sindacale	euro	27.844
TOTALE	euro	**52.844**

COMPENSI AI REVISORI LEGALI (art. 2427 n. 16-bis)

Trattasi di informazione della Nota integrativa da fornire ai sensi dell'art. 37 del D.Lgs. n. 39/2010 che detta le regole per la revisione legale dei conti annuali.

A tal fine Vi significhiamo che i corrispettivi spettanti ai revisori legali per la revisione del presente bilancio ammontano complessivamente ad euro 6.000, mentre non sono stati corrisposti compensi per altri servizi di verifica, per servizi di consulenza fiscale e per servizi diversi dalla revisione contabile.

COMPOSIZIONE DEL CAPITALE SOCIALE (articolo 2427 n. 17)

Vanno indicati il numero ed il valore nominale di ciascuna categoria di azioni della società, nonché il numero ed il valore nominale delle nuove azioni della società sottoscritte durante l'esercizio.

Dopo aver precisato che durante l'esercizio non sono state sottoscritte nuove azioni da soci o da terzi e che esistono esclusivamente azioni ordinarie, esponiamo qui di seguito la prima informazione richiesta:

azioni ordinarie	n.	100.000
valore nominale per azione	euro	10
capitale sociale	euro	1.000.000

OPERAZIONI DI LOCAZIONE FINANZIARIA (articolo 2427 n. 22)

Trattasi di informazione relativa alle operazioni di locazione finanziaria, con riferimento alle quali Vi significhiamo che i relativi contratti di leasing continuano ad essere rilevati secondo il metodo patrimoniale.

Tuttavia nella Nota Integrativa debbono essere riportate le informazioni desumibili dall'applicazione del metodo finanziario. A tal fine viene compilato il seguente prospetto:

descrizione	importi
Valore attuale delle rate di canone non scadute alla data del bilancio	1.190.661
Interessi passivi di competenza dell'esercizio	74.932
Valore netto al quale i beni, relativi a leasing in corso, sarebbero stati iscritti alla data di chiusura del bilancio, qualora fossero stati considerati immobilizzazioni (a - c +/- d + /- e):	1.096.412
a) di cui valore lordo dei beni	3.487.662
b) di cui valore dell'ammortamento d'esercizio	211.025
c) di cui valore del fondo ammortamento a fine esercizio	2.391.250
d) di cui rettifiche di valore	0
e) di cui riprese di valore	0

L'applicazione del metodo patrimoniale ha determinato sul Conto Economico l'effetto di seguito indicato:

canoni leasing lordi	+	euro	265.719
oneri finanziari sui canoni leasing	-	euro	74.932
quote di ammortamento	-	euro	211.025
Effetto lordo	-	euro	20.238
imposte relative	+	euro	6.522
Effetto netto	-	euro	13.716

L'esercizio 2011 risulta pertanto positivamente influenzato per euro 13.716, al netto dell'effetto fiscale.

INFORMAZIONI RELATIVE AL VALORE EQUO "FAIR VALUE" DEGLI STRUMENTI FINANZIARI (articolo 2427-bis)

Trattasi di informazioni riguardanti, nel caso di specie, l'adozione dei seguenti strumenti finanziari

1)
- denominazione: "Interest Rate Swap";
- natura: copertura rischi di tasso su operazioni di leasing;
- banca: Banca Popolare dell'Adriatico S.p.A.;
- scadenza: 28/03/2013;
- importo (nozionale del derivato): 3.000.000;
- fair-value: euro - 166.783.

2)
- denominazione: "Cup Running";
- natura: copertura rischi di tasso su operazioni di leasing;
- banca: CREDEM;
- scadenza: 01/06/2013;
- importo (nozionale del derivato): 1.110.864;
- fair-value: euro -8.739.

Precisiamo infine che l'operazione in commento ha lo scopo di trasformare il tasso variabile in tasso fisso contenuto entro un determinato limite e che la differenza negativa, stante l'andamento del mercato, tra tasso a ns. debito e tasso a ns. credito è stata imputata a Conto Economico.

DATI SINTETICI SU ALCUNE VOCI DEL CONTO ECONOMICO

Prima di passare alla esposizione numerica di alcune voci del Conto Economico in appresso individuate, Vi significhiamo che la "BOX MARCHE S.p.A." svolge l'attività di realizzazione di prodotti cartotecnici.

Ciò premesso, precisiamo che i ricavi ed i costi sono iscritti in base al principio della competenza economica.

In particolare, i ricavi per vendite dei prodotti sono riconosciuti al momento del trasferimento della proprietà, che normalmente si identifica con la consegna o la spedizione dei beni; i ricavi dei servizi vengono rilevati in base al periodo di esecuzione della prestazione, mentre quelli di natura finanziaria risultano in linea con la competenza temporale.

In merito ai costi, quanto appena precisato si riflette in maniera speculare nei confronti del cessionario e del committente.

Riportiamo in estrema sintesi la variazione del valore e dei costi della produzione rispetto al precedente esercizio:

Valore della produzione (voce A)	Importo
Saldo al 31/12/2011	euro 10.807.665
Saldo al 31/12/2010	euro 9.705.191
VARIAZIONE	euro **1.102.474**

Costi della produzione (voce B)	Importo
Saldo al 31/12/2011	euro 10.669.693
Saldo al 31/12/2010	euro 9.450.075
VARIAZIONE	euro **1.219.618**

Rinviamo ogni commento su dette componenti del Conto Economico, nonché sulle altre che determinano il risultato ante imposte, in sede di stesura della relazione sulla gestione prevista dall'art. 2428 C.C..

Imposte sul reddito dell'esercizio (voce 22 Conto Economico)
La voce 22) del Conto Economico ("imposte sul reddito dell'esercizio"), conformemente al nuovo testo dell'art. 2425 C.C., è stata suddivisa nelle sottovoci "imposte correnti", "imposte differite" e "imposte anticipate".
Ciò precisato le imposte iscritte nella voce 22) del Conto Economico dell'esercizio 2011 sono le seguenti:

* Imposte correnti	euro	64.506
* Imposte differite	euro	0
Utilizzi/rettifiche fondo imposte differite	euro	- 135
Imposte differite a bilancio	euro	- 135
* Imposte anticipate	euro	- 2.607
Rettifiche imposte anticipate	euro	579
Imposte anticipate a bilancio	euro	- 2.028

La voce 22) del Conto Economico espone l'importo di euro 64.506 al solo titolo IRAP, non esistendo materia imponibile ai fini IRES.

Tenuto conto che nel corso del 2011 la società ha versato acconti di imposta per un totale di euro 88.278 (IRES per euro 21.457 e IRAP per euro 66.821), ha subito ritenute di acconto per euro 1.093, a fine esercizio residua un credito di euro 24.865 appostato alla voce "Crediti tributari" (C II. 4-bis dell'Attivo).

A seguito delle rilevazioni contabili eseguite a tutto il 31/12/2011 le poste patrimoniali a contropartita della fiscalità differita ed anticipata sono rappresentate dal "Fondo imposte differite" pari ad euro 270 (B2 Passivo) e da "Crediti per imposte anticipate" pari ad euro 2.957 (CII 4 – ter Attivo).

Non riteniamo di dover aggiungere altre considerazioni sulle poste di bilancio e sui criteri di valutazione seguiti, rinviando comunque alle ulteriori informazioni della relazione sulla gestione.

Le considerazioni ed i valori contenuti nella presente Nota Integrativa sono conformi alle scritture contabili e riflettono con correttezza i fatti amministrativi così come si sono verificati.

Corinaldo, 22 marzo 2012
p. IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
Il Presidente
Sig. PIERFEDERICI Sesto

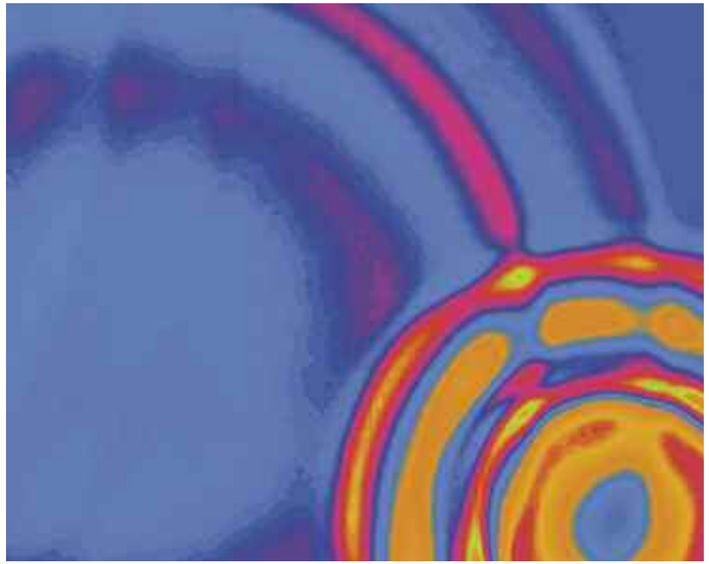
Relazione sulla gestione

Relazione sulla gestione bilancio chiuso al 31/12/2011 56
Situazione della società e andamento della gestione 57
Risultato della gestione 63
Rendiconto Finanziario 68
Informazioni sulle partecipazioni in altre società 70
Principali rischi e incertezze 71
Informazioni su ambiente e personale 72
Attività di ricerca e sviluppo 73
Uso di strumenti finanziari 74
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 74
Evoluzione prevedibile della gestione 75
Proposta deliberativa 77

Relazione sulla gestione bilancio 2011

SOCIETÀ: BOX MARCHE SPA
SEDE: CORINALDO (AN) - Via San Vincenzo 67
CAPITALE SOCIALE: euro 1.000.000,00 Int. Versato
R. I. DI ANCONA / CODICE FISCALE N.: 00132720426
R.E.A. DI ANCONA N.: 61617

Signori Azionisti,
Il bilancio relativo all'esercizio chiuso al 31/12/2011, che sottoponiamo alla Vostra approvazione, evidenzia una perdita di **€ 21.827** dopo aver effettuato ammortamenti diretti ed indiretti per complessivi € 522.391 (€ 595.306 lo scorso esercizio). Il contesto economico e l'andamento della gestione che hanno condotto a tale risultato e che hanno caratterizzato l'esercizio in esame trovano riscontro nelle seguenti analisi.



Situazione della società e andamento della gestione

CONGIUNTURA E ANDAMENTO DEL SETTORE IN CUI OPERA LA SOCIETÀ

Il 2011 è stato ancora un anno difficile per l'industria manifatturiera italiana.
La modesta crescita del PIL italiano (+0.4%), inferiore a quella dei principali paesi europei, ha generato una spirale negativa di ristagno della domanda interna ed una conseguente riduzione dei consumi.
La produzione e il fatturato dell'Industria Cartotecnica Trasformatrice sono stati sostanzialmente stabili rispetto al 2010. Gli astucci e scatole pieghevoli, rappresentati dal GIFASP (Gruppo Italiano Fabbricanti Astucci e Scatole Pieghevoli) registrano un modesto incremento della produzione del 1,6% e del fatturato del 3,8% (differenza dovuta all'incremento delle materie prime). Se si considera però che è aumentata la quota di export, si deduce che il mercato nazionale del **packaging** è in recessione.
Permangono, poi, forti problemi di competitività del settore a causa della forte frammentazione delle aziende, della debole capacità di negoziazione a monte ed a valle della filiera, del basso tasso di investimento in innovazione di processo e di prodotto e la scarsa propensione all'internazionalizzazione e all'aggregazione.
Nonostante questo particolare momento di congiuntura possiamo ritenere soddisfacenti i risultati complessivi della Gestione 2011.
Siamo orgogliosi di aver dimostrato fiducia in noi stessi e di insistere, coerentemente ai nostri principi, nella missione aziendale per la continuità dell'Impresa e per garantirle un futuro migliore.
La nostra Società, nel corso del 2011, ha mantenuto la propria posizione di leader nel mercato regionale. I ricavi complessivi dell'Azienda sono stati di € 10.637.389, con un aumento del 9,08% rispetto allo scorso esercizio.
Il tasso di utilizzo degli impianti è dell' 85%, in aumento rispetto al precedente esercizio.
Il costo del personale ammonta complessivamente a € 1.872.985 (€ 1.747.639 lo scorso esercizio).

Tra i costi generali industriali si evidenziano costi per canoni leasing macchinari per € 309.172 contro € 390.656 della gestione 2010 (- € 81.484).
Nel corso dell'esercizio 2011 sono stati fatti **disinvestimenti** per complessivi € 189.229 da imputare principalmente alla vendita di attrezzature obsolete, e più precisamente di fustelle degli anni dal 1999 al 2007.
Gli investimenti effettuati nell'esercizio ammontano a € 497.983, come specificati nella tabella sottostante:

Investimenti 2011

Investimenti	Acquisto	Vendita	Investimenti Netti
Macchine e impianti	225.195	12.395	212.800
Attrezzature generiche	178.090	169.761	8.328
Altri beni	50.034	7.073	42.961
Software e spese pluriennali	44.665	-	44.665
Costi ricerca e sviluppo	-	-	-
TOTALE	**497.983**	**189.229**	**308.754**

Il risultato dell'esercizio evidenzia un Cash - Flow (Utile + ammortamenti) di € 500.564, in flessione rispetto a € 573.248 dello scorso esercizio, dovuto in gran parte alla riduzione dei prezzi di vendita e ai costi variabili addirittura in aumento per far fronte alle richieste di un mercato particolarmente esigente e all'aggressività dei concorrenti.

L'Azienda ha mantenuto quote di mercato e la posizione di Leader Regionale nella progettazione e realizzazione di imballaggi nei settori Alimentare e Casalinghi offrendo prodotti e servizi di qualità con tecnologia d'avanguardia e risorse umane qualificate.

La Gestione 2011 è stata caratterizzata da un fatturato in crescita ma da margini in diminuzione.

Guarda sotto la superficie:
non lasciarti sfuggire la qualità
o il valore intrinseco delle cose.
Marco Aurelio

La politica aziendale ha continuato nell'azione di cura e attenzione al cliente migliorando l'offerta complessiva del prodotto servizio proponendo soluzioni di valore condivise.

L'Azienda ha profuso particolare impegno per innovare e migliorare l'organizzazione commerciale, logistica e produttiva offrendo una vasta gamma di prodotti e servizi, promuovendo una forte azione di Ricerca e Sviluppo e Comunicazione. Tuttavia, l'acquisizione di nuovi clienti in nuovi settori è stata poco significativa nel 2011; importanti segnali di inversione della tendenza si sono registrati in questo primo periodo del 2012 e confidiamo in buone prospettive, suffragati dal portafoglio ordini in crescita, per l'anno in corso.

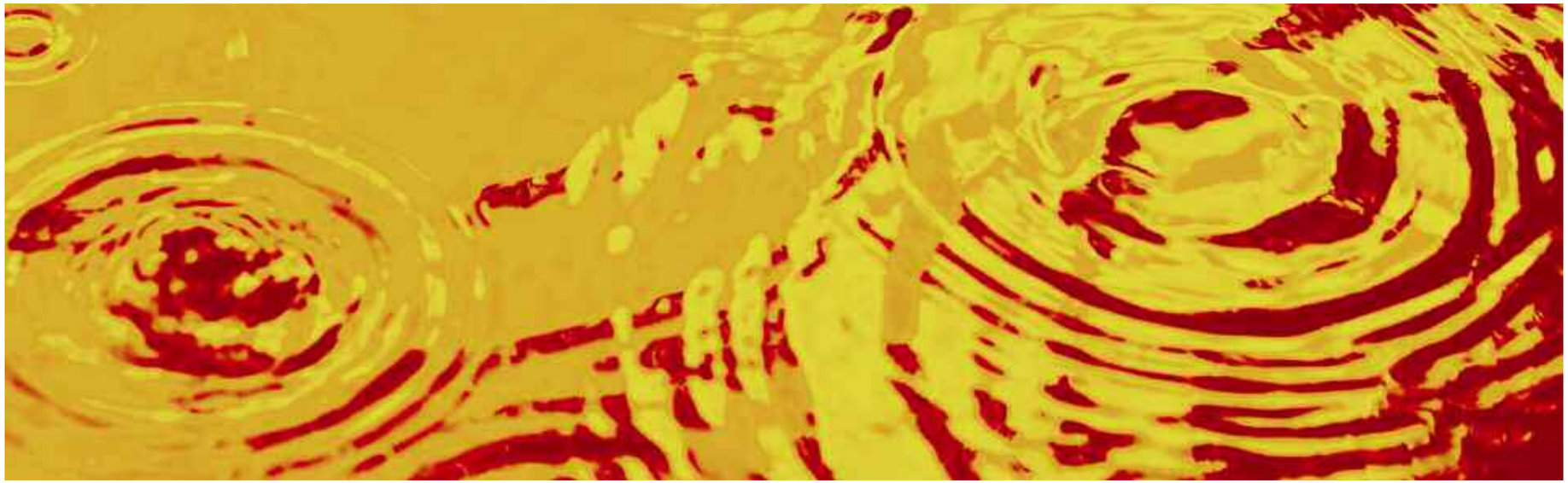
Gli scenari competitivi del settore dell'imballaggio e della filiera della carta e cartone subiscono continui cambiamenti; le variabili esterne all'Azienda sono sempre più frequenti ed incontrollabili; l'instabilità economica/finanziaria e le incertezze dei mercati incidono pesantemente sul settore dell'imballaggio.

I ricavi per aree geografiche confermano anche per il 2011 un'importante presenza nell'area Marche (46.63%) in aumento rispetto allo scorso anno, ed in Emilia Romagna (25.34%). Si registra una significativa attività verso il mercato UE (15,74%), in leggera crescita rispetto allo scorso esercizio (14,78%).

Le vendite per settori merceologici mostrano una forte presenza nel settore alimentare (50,13%) in aumento rispetto al 2010, una quota del 29,53% nei casalinghi (in diminuzione di 2 punti), una quota del 9,79% nell'abbigliamento e del 6,14 % nei cosmetici e parafarmaceutici.

Le vendite dell'Azienda sono ancora sensibilmente orientate nei mercati "commodity" caratterizzati da produzioni standardizzate, alta incidenza della materia prima, volumi alti, ma prezzi e margini bassi.

L'attività di Ricerca e Sviluppo è proseguita con la ricerca di nuovi mercati impegnando



risorse nell'area commerciale, marketing e comunicazione; questa azione continuerà nel 2012 con ancora maggiori intensità e convinzione.

Sul fronte della organizzazione della produzione e dei servizi commerciali, tecnici, logistici e amministrativi continua il percorso di reingegnerizzazione ed ottimizzazione dei processi in coerenza con i principi della produzione snella, ovvero, riduzione degli sprechi, riduzione dei tempi di attraversamento dei materiali e delle informazioni e creazione di valore per il cliente.

A fine 2011 è andato a regime il nuovo reparto di prestampa; nel 2012 continuerà l'azione di formazione delle risorse e miglioramento delle conoscenze di questa area, considerata strategica e funzionale alla qualità e flessibilità del servizio.

È continuata nel corso del 2011, l'attività dei team di miglioramento per un nuovo approccio metodologico alla risoluzione dei problemi e miglioramento di criticità nei processi aziendali.

A questo proposito evidenziamo che, anche nel corso dell'esercizio 2011, l'Azienda non ha fatto ricorso a cassa integrazione, ne' ha messo in atto procedure di mobilità del personale. Questo in coerenza con il principio di valorizzazione e salvaguardia delle capacità e delle conoscenze delle risorse umane, unica "tecnologia" strategica per superare la crisi.

Rimaniamo fedeli e convinti sulla nostra visione di lungo periodo per portare l'Azienda verso un nuovo posizionamento sui mercati e garantire più sicurezza e miglioramento della redditività.

In coerenza con i nostri Principi Aziendali, abbiamo mantenuto un sistema di gestione, fondato sui principi della Qualità Totale, che si adopera per il soddisfacimento di tutte le parti interessate (azionisti, clienti, collaboratori, fornitori, comunità esterna) attraverso lo Sviluppo Sostenibile.

Con l'ausilio del sistema informatico, ma soprattutto investendo in formazione per modificare i comportamenti, abbiamo sensibilmente migliorato la gestione della produzione ottimizzando i flussi dei materiali, snellendo e razionalizzando i processi e controllando in tempo reale le risorse impiegate. Anche in questo campo il lavoro continuerà nel 2012.

Nel corso del 2011 l'Azienda ha mantenute le Certificazioni FSC e PEFC ovvero "la Certificazione della Gestione Forestale" attestanti che le forme di gestione boschiva per la produzione della materia prima per carte e cartoncini rispondono a determinati requisiti di "sostenibilità".

Nel 2011 abbiamo ottenuto la Certificazione ISO 22000 del nostro sito per la produzione di imballaggi per prodotti alimentari.

La ISO 22000 è uno standard internazionale che definisce i requisiti di un sistema di gestione per la sicurezza e l'igiene alimentare a tutte le organizzazioni della catena alimen tare; lo standard combina elementi generalmente riconosciuti come fondamentali per garantire la sicurezza e l'igiene all'interno della catena alimentare.

Le verifiche ispettive al Sistema di Gestione Integrato Qualità, Sicurezza, Ambiente secondo le normative di riferimento ISO 9001, OHSAS 18000, ISO 14001 sono andate tutte a buon fine. È anche stata confermata la Registrazione della Dichiarazione Ambientale secondo lo schema EMAS, da parte del Ministero dell'Ambiente.

L'Azienda continua, inoltre, ad operare nel pieno rispetto delle regole e delle leggi sui diritti dei lavoratori perseguendo una politica di Responsabilità Sociale.

Gli accadimenti aziendali più significativi verificatisi nel corso del 2011 possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

- riorganizzazione dei processi secondo i principi della produzione snella;
- formazione e informazione del personale;
- ricerca, sviluppo e innovazione prodotti e processi;
- differenziazione dell'offerta complessiva;
- comunicazione immagine.

Riclassificazione Conto Economico

Aggregati	31/12/2011	31/12/2010
Ricavi delle vendite (Rv)	10.637.389	9.762.144
Produzione interna (Pi)	144.212	-181.414
Valore della produzione operativa (VP)	**10.781.601**	**9.580.730**
Costi esterni operativi (C-esterni)	8.188.671	6.926.955
Valore aggiunto (VA)	**2.592.930**	**2.653.775**
Costi del personale (Cp)	1.872.986	1.747.639
Margine operativo lordo (MOL)/EBITDA	**719.944**	**906.136**
Ammortamenti e accantonamenti (Am e Ac)	530.650	602.398
Risultato operativo	**189.294**	**303.738**
Risultato dell'area accessoria	- 51.322	-48.622
Risultato dell'area finanz. (al netto degli oneri finanz.)	4.046	3.819
Ebit normalizzato	**142.018**	**258.935**
Risultato dell'area straordinaria	76.135	10.910
Ebit integrale	**218.153**	**269.845**
Oneri finanziari (Of)	177.637	198.565
Risultato lordo (RL)	**40.516**	**71.280**
Imposte sul reddito	62.343	93.337
Risultato netto (RN)	**- 21.827**	**-22.057**

Al fine di meglio comprendere l'andamento dell'esercizio, si fornisce nella tabella sopra riportata una riclassificazione del Conto Economico secondo il criterio della pertinenza gestionale, raffrontando i dati del presente e del precedente bilancio.

Entrando nel dettaglio di taluni aggregati, riteniamo opportuno fornire le seguenti informazioni:

- i costi relativi ai consumi delle materie prime sommano a € 4.816.830, l'incidenza sui ricavi è del 45,07%, (38,49% lo scorso esercizio);
- i costi relativi alle lavorazioni esterne sono pari a € 4.876.245 ed incidono per l'8,20% (8,72% lo scorso esercizio);
- il valore del personale (rappresentato dai costi e spese di manodopera diretta, indiretta, interinali, occasionali ed impiegati) è pari a €1.916.968 (€1.776.354 lo scorso esercizio).

Il costo del personale interno, operai e impiegati (media 47,61 dipendenti), delle prestazioni occasionali, del lavoro interinale e dei servizi relativi pari complessivamente ad euro 1.916.968 è così diviso:

- manodopera diretta ed indiretta euro 1.308.512 (69,31%);
- impiegati amministrativi, tecnici e commerciali euro 521.941 (27,65%);
- prestazioni occasionali euro 4.500 (0,23%);
- lavoro interinale per produzione e servizi euro 53.004 (2,81%);
- spese per trasferta e buoni pasto euro 29.011 (1,51%).

Risultato della gestione

Tabella riassuntiva costi/ore operai ed impiegati		
	2011	2010
manodopera diretta ed indiretta	**1.308.512**	**1.223.567**
ore lavorate da operai (n.37)	64.388	61.733
costo orario	64.388	19,82
impiegati	**521.941**	**513.150**
ore lavorate da impiegati (n.11)	521.941	19.100
costo orario	26,67	26,87

I costi per gli ammortamenti e leasing ammontano complessivamente a € 831.563 (quanto a € 522.391 per ammortamenti e € 309.172 per leasing).

In materia di solidità patrimoniale, analisi questa avente lo scopo di studiare la capacità della società di mantenere l'equilibrio finanziario nel medio-lungo termine, riteniamo opportuno avvalerci delle seguenti tabelle:

Indicatori di finanziamento delle immobilizzazioni			
Indicatore		**31/12/2011**	**31/12/2010**
Margine primario di struttura	Mezzi propri-Attivo fisso	36.529	-371.264
Quoziente primario di struttura	Mezzi Propri/Attivo fisso	1,02	0,86
Margine secondario di struttura	(Mezzi Propri + Passività consolidate) - Attivo fisso	1.430.236	898.179
Quoziente secondario di struttura	(Mezzi Propri + Passività consolidate)/ Attivo fisso	1,67	1,35

Indici sulla struttura dei finanziamenti			
Indicatore		**31/12/2011**	**31/12/2010**
Quoziente di indebitamento complessivo	(Passività consolidate + Passività correnti)/ Mezzi Propri	2,70	2,12
Quoziente di indebitamento finanziario	Passività di finanziamento/ Mezzi propri	0,95	0,44

Aggregati	31/12/2011	31/12/2010
Capitale investito operativo (Cio)	7.947.944	6.757.372
Impieghi extra-operativo (I e-o)	130.253	130.253
Capitale Investito (Cio + I e-o)	**8.078.197**	**6.887.625**
Mezzi propri (Mp)	2.185.778	2.207.607
Passività di finanziamento (Pf)	2.083.459	966.777
Passività operative (Po)	3.808.960	3.713.241
Capitale di finanziamento (Mp + Pf + Po)	**8.078.197**	**6.887.625**

Tutti gli indicatori finanziari riportati nelle precedenti tabelle continuano a presentare valori ottimali.

In particolare gli indicatori primari di struttura risultano sostanzialmente invariati rispetto a quelli dello scorso esercizio, mentre tutti gli altri registrano un incremento collegato alla maggiore esposizione verso il sistema bancario, conseguente agli aumenti dei crediti verso clienti e del magazzino.

La precedente tabella riporta lo schema di Stato Patrimoniale per aree funzionali, necessario per la successiva tabella relativa agli indici di redditività.

Allo scopo di fornire ulteriori informazioni per quanto attiene all'aspetto economico, riportiamo nella seguente tabella gli indici di redditività più frequentemente utilizzati nella prassi aziendale con riferimento allo schema di Conto Economico "gestionale" dianzi riportato:

Indici di redditività			
Indicatore		**31/12/2011**	**31/12/2010**
ROE netto	Risultato netto/Mezzi propri	-1,00 %	-1,00 %
ROE lordo	Risultato lordo/Mezzi propri	1,85 %	3,23 %
ROI	Risultato operativo/(CIO-Passività operative)	4,57 %	9,98 %
ROS	Risultato operativo/Ricavi di vendite	1,78 %	3,11 %

Indicatore	31/12/2011	31/12/2010
ATTIVO FISSO (Af)	**2.149.249**	**2.187.315**
Immobilizzazioni immateriali	52.032	54.678
Immobilizzazioni materiali	1.966.964	2.002.384
Immobilizzazioni finanziarie	130.253	130.253
ATTIVO CORRENTE (Ac)	**5.870.600**	**4.700.310**
Magazzino	735.426	573.623
Liquidità differite	5.087.594	3.947.477
Liquidità immediate	47.580	179.210
CAPITALE INVESTITO (Af + Ac)	**8.019.849**	**6.887.625**
MEZZI PROPRI (MP)	**2.185.778**	**2.207.607**
Capitale sociale	1.000.000	1.000.000
Riserve	1.185.778	1.207.607
PASSIVITÀ CONSOLIDATE (PML)	**1.393.707**	**903.195**
PASSIVITÀ CORRENTI (PC)	**4.498.712**	**3.776.823**
CAPITALE DI FINANZIAMENTO (MP + Pml + Pc)	**8.078.197**	**6.887.625**

Indicatori di solvibilità / liquidità

Indicatore		31/12/2011	31/12/2010
Margine di disponibilità	Attivo corrente-Passività correnti	1.371.888	923.487
Quoziente di disponibilità	Attivo corrente/Passività correnti	1,30	1,24
Margine di tesoreria	(Liquidità differite + Liquidità immediate)-Passività correnti	636.462	349.864
Quoziente di tesoreria	(Liquidità differite + Liquidità immediate)/Passività correnti	1,14	1,09

L'esercizio 2011, come il precedente, è stato ancora una volta connotato da risultati economici di modesta entità: l'incremento dei ricavi è stato conseguito infatti a fronte di produzioni a minore marginalità. Tale fenomeno ha mantenuto tutti gli indicatori di redditività a livelli bassi.

Riteniamo opportuno riportare, a questo punto, anche lo Stato Patrimoniale riclassificato secondo lo schema finanziario, allo scopo di completare l'analisi finanziaria, già esaminata quanto alla solidità, anche in materia di solvibilità o liquidità.

La sottoscrizione da parte della società nel corso dell'esercizio 2011 di nuovi finanziamenti per 1 milione di euro ha permesso di finanziare con fonti a medio/lungo termine i maggiori impieghi registrati nell'attivo circolante sotto forma di incremento dei crediti verso clienti e di giacenze di magazzino.

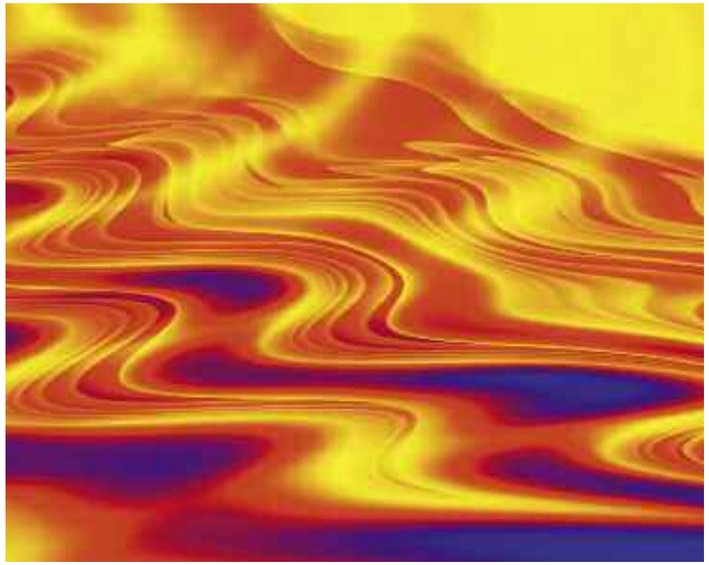
Tale situazione viene chiaramente sintetizzata dagli indicatori riportati nelle precedenti tabelle.

Gli schemi appresso riportati analizzano rispettivamente la posizione finanziaria netta e l'andamento dei flussi di disponibilità liquide.

Posizione finanziaria netta

Indicatore	31/12/2011	31/12/2010	variazioni
Depositi bancari	47.223	179.124	- 131.901
Denaro ed altri valori in cassa	357	86	271
Disponibilità liquide	**47.580**	**179.210**	**- 131.630**
Debiti v/banche a breve termine (entro 12 mesi)	1.279.196	640.808	638.388
Pos. fin. netta a breve termine	**- 1.231.616**	**- 461.598**	**- 770.018**
Debiti v/banche a m/l termine (oltre 12 mesi)	804.263	325.969	478.294
Pos. fin. netta a m/l termine	**- 804.263**	**- 325.969**	**- 478.294**
Pos. fin. netta complessiva	**- 2.035.879**	**- 787.567**	**- 1.248.312**

La posizione finanziaria netta, sia a breve che a medio/lungo termine, risulta peggiorata per effetto degli accresciuti impieghi registrati nel corso dell'esercizio.
Tale situazione viene meglio analizzata nel prospetto del rendiconto finanziario appresso riportato.



Rendiconto Finanziario

La società nell'esercizio 2011 ha nel complesso assorbito liquidità per euro 860.256.

Andando nel dettaglio dell'andamento dei flussi monetari, la gestione operativa della società ha assorbito liquidità per euro 750.766, dovuto in grande parte all'incremento dei crediti ed in particolare di quelli verso clienti a seguito di un tendenziale e generalizzato allungamento dei termini di pagamento. L'attività di investimento, seppure non di particolare rilievo, ha drenato liquidità per euro 497.546. Tali impieghi sono stati finanziati con fonti a medio/lungo termine per euro 388.056, al netto dei relativi rimborsi, e per il residuo di euro 860.256 attraverso il ricorso al credito bancario a breve termine.

Rendiconto finanziario dei flussi di disponibilità liquide

ATTIVITÀ OPERATIVA		anno 2011		anno 2010
Utile netto di esercizio		- 21.827	-	22.057
Ammortamenti	+	522.391	+	595.306
Fondo Tfr - quota accantonata	+	12.488	+	20.416
Fondo Tfr - importo liquidato / acconti corrisposti (rival. Fondo Tesoreria)	-	0	-	- 33.772
Fondo indennità suppletiva di clientela - quota accantonata	+	0	+	-
Fondo indennità suppletiva di clientela - importo liquidato	-	0	-	- 24.194
Altri fondi rischi (imposte differite + oscill. prodotti derivati):				
quota accantonata	+	0	+	
importo utilizzato	-	135	-	- 1.585
Plusvalenze	-	319	-	- 627
Minusvalenze	+	13.539	+	12.874
Incremento / decremento crediti v/clienti	-/+	- 1.049.043	-/+	1.038.919
Incremento / decremento altri crediti	-/+	- 158.273	-/+	- 141.618
Incremento / decremento rimanenze	-/+	- 161.803	-/+	89.455
Incremento / decremento debiti v/fornitori	+/-	- 29.359	+/-	- 390.448
Incremento / decremento altri debiti	+/-	100.934	+/-	5.914
Incremento / decremento ratei e risconti attivi	-/+	8.851	-/+	16.504
Incremento / decremento ratei e risconti passivi	+/-	11.789	+/-	142
Liquidità generata / assorbita dall'attività operativa	**a)**	**- 750.766**	**a)**	**1.165.229**
ATTIVITÀ D'INVESTIMENTO				
Acquisto immobilizzazioni immateriali	-	44.665	-	- 16.685
Acquisto immobilizzazioni materiali	-	453.318	-	- 178.113
Acquisto/incremento immobilizzazioni finanziarie	-	0	-	-
Cessione immobilizzazioni immateriali (prezzo di realizzo)	+	0	+	
Cessione immobilizzazioni materiali (prezzo di realizzo)	+	437	+	862
Cessione/decremento immob.ni finanziarie (storno acconti)	+	0	+	-
Liquidità generata/assorbita dall'attività di investimento	**b)**	**- 497.546**	**b)**	**- 193.936**
ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO				
Accensione finanziamenti m/l	+	1.000.000	+	200.000
Rimborso finanziamenti m/l	-	611.944	-	- 74.642
Aumento capitale sociale	+	0	+	
Dividendi pagati	-	0	-	
Liquidità generata/assorbita dall'attività di finanziamento	**c)**	**388.056**	**c)**	**125.358**
FLUSSO DI LIQUIDITÀ COMPLESSIVO (a +/- b +/- c)	**d)**	**- 860.256**	**d)**	**1.096.649**
Cassa e banche c/c iniziali		**51.106**		**-1.045.543**
Cassa e banche c/c finali		**- 809.150**		**51.106**
FLUSSO DI LIQUIDITÀ COMPLESSIVO		**- 860.256**		**1.096.649**

In antropologia è un insieme
di rassomiglianze e parallelismi esistenti
fra elementi culturali
elaborati da popolazioni differenti.

Informazioni sulle partecipazioni in altre società

Sul punto riteniamo doveroso dare alcune informazioni sull'attività della Società PROMOFARM ITALIA SRL partecipata al 51% da BOX MARCHE S.p.A..

PROMOFARM ITALIA è una Società srl avente capitale sociale pari a € 100.000, con sede in San Benedetto del Tronto che ha come attività il Merchandising e la Promozione sul punto vendita, mediante la fornitura di materiali, visual e servizi.

Occupa 16 dipendenti.

Nell'esercizio 2011 ha avuto un valore della produzione di € 4.445.220 con un risultato prima delle imposte di € 152.000 e utile netto di 48.000 €. La situazione patrimoniale della società e l'indebitamento risultano adeguati alla gestione e sviluppo del business.

Per il 2012 la Società partecipata prevede di consolidare il proprio mercato e di mantenere il volume d'affari e risultati in linea con il 2011.

Tutto ciò precisato Vi significhiamo che nel corso dell'esercizio sono stati intrattenuti rapporti con imprese controllate che consistono principalmente nella prestazione di servizi tecnici per prodotti cartotecnici, studi e progettazioni files per composizioni grafiche e dei testi e nella fornitura di espositori da banco.

In sintesi le operazioni intercorse sono rappresentate dai seguenti dati:

servizi prestati	€ 30.600
fornitura di prodotti + conai	€ 17.622
crediti al 31/12/2011 (incluso Iva)	€ 58.349

Con riferimento ai suddetti rapporti si fa rinvio a quanto riportato nella Nota Integrativa nel punto "operazioni con parti correlate".

Principali rischi e incertezze

La finalità della presente informazione è quella di esporre potenziali eventi che potrebbero compromettere la capacità dell'impresa a continuare la propria attività.

A tale proposito riteniamo di doverci esprimere come segue:

- in merito ai rischi, considerando del tutto normale quelli afferenti il mercato ed i processi aziendali, quindi rischi sia esterni che interni, non riteniamo di dover fare alcuna segnalazione, se non riferirsi alla particolare congiuntura che sta attraversando l'economia mondiale;

- in merito alle incertezze riteniamo che siano quelle connaturate al "fare impresa", precisando che al momento non sono presenti criticità particolari delle poste attive, né possibili eventi negativi.

Stante il pressoché generale stato di crisi dell'economia, anche se il rischio crediti è coperto da apposita polizza assicurativa, gli Amministratori ritengono di dover procedere ad un costante monitoraggio del regolare incasso dei crediti verso clienti.

Informazioni su ambiente e personale

In ossequio a quanto disposto dall'art. 2428, comma 2, del codice civile, Vi precisiamo quanto segue:

- la società svolge la propria attività nel pieno rispetto delle disposizioni in materia di ambiente e di igiene sul posto di lavoro, essendosi allineata alle varie normative che la riguardano e non avendo mai causato danni all'ambiente, né subito sanzioni o pene definitive per reati o danni ambientali;

- per quanto riguarda il personale, Vi significhiamo che non si sono mai verificati infortuni gravi sul lavoro, né abbiamo subito addebiti in ordine a malattie professionali e cause di mobbing.

Sui due punti appena affrontati, ribadiamo quanto già espresso in precedenza vale a dire la nostra "vision" di soddisfacimento di tutte le parti attraverso "lo sviluppo sostenibile", il positivo esito delle verifiche sul sistema di gestione integrato "Qualità, Sicurezza, Ambiente", nonché la conferma della Registrazione della Dichiarazione Ambientale secondo lo schema EMAS, da parte del Ministero dell'Ambiente.

Si precisa infine che nel corso dell'esercizio 2011 la società ha portato avanti un progetto a valenza ambientale ai sensi dell'art.6 commi 6-13 della Legge n.388/2000. Tale iniziativa si è svolta nello stabilimento di via San Vincenzo n.67 nel comune di Corinaldo (AN). Per lo sviluppo di questo progetto la società ha sostenuto costi incrementali per un totale di euro 29.729,79 (ventinovemilasettecentoventinove/79). Tale investimento, debitamente iscritto fra le immobilizzazioni materiali, ai sensi di quanto disciplinato dall'art.6 della Legge n.388/2000 non concorrerà alla determinazione del reddito imponibile IRES, comportando un vantaggio fiscale di euro 8.176.

Attività di ricerca e sviluppo

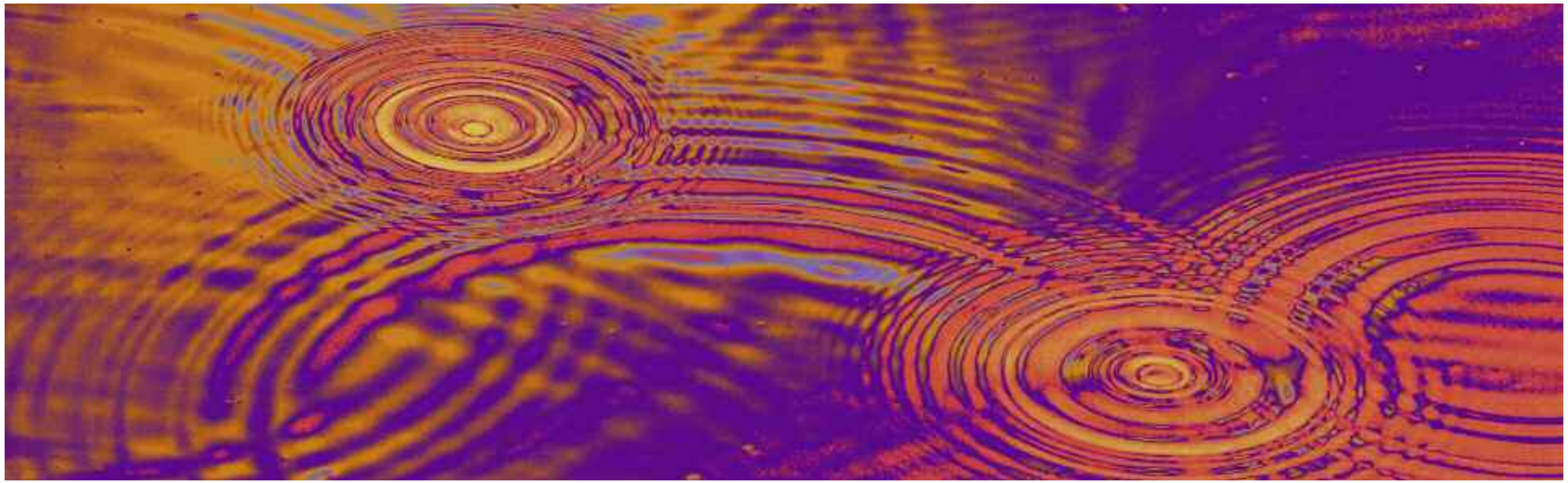
La nostra società nel corso dell'esercizio 2011 ha proseguito nella sua attività di ricerca e sviluppo ed ha indirizzato i propri sforzi in particolare su progetti che riteniamo particolarmente innovativi denominati:

Attività 1
"Studio, progettazione e prototipazione di innovativi espositori in cartone e di nuovi sistemi di packaging";

Attività 2
"Studi e e sviluppo sperimentale di nuove tecniche e metodi per l'ottimizzazioni delle attività produttive:
- implementazione macchina per la produzione di matrici di stampa;
- implementazione macchina di box compression test;
- sviluppo software automation engine per l'automatizzazione di alcuni processi prestampa;
- sviluppo software unidox per gestione automatica ordini del cliente;
- implementazione del "customer desk";
- implementazioni di sistemi di aspirazione nel reparto incollaggio;
- implementazione di nuovi standard per la sicurezza del prodotto per utilizzo in campo alimentare";

Attività 3
Studio e sviluppo di nuove tecniche di penetrazioni del mercato, con implementazione del nuovo sito web e del nuovo CRM aziendale.

I progetti sono stati svolti nello stabilimento di via San Vincenzo, 67, 60013 CORINALDO (AN).
Per lo sviluppo dei progetti sopra indicati la società ha sostenuto costi per un valore complessivo pari a € 352.949,68.
Su detto valore la società ha intenzione di avvalersi della tassazione prevista ai fini



IRAP art. 11 del Decreto Legislativo n. 446 del 15 dicembre 1997 modificato dall'art. 17 comma 3 del Decreto Legislativo n. 247 del 18 novembre 2005 recepito dalla legge 296/06 art. 1 comma 266.
L'attività di ricerca in argomento prosegue nel corso dell'esercizio 2012.
Tutti i costi relativi alle attività di cui sopra sono stati spesati nell'esercizio.
Le altre attività di ricerca e sviluppo sono state svolte dall'area tecnica e consistono principalmente nel restyling del design degli imballaggi e nell'industrializzazione del prodotto.
Siamo responsabilmente fiduciosi sul positivo esito delle suddette innovazioni.

Uso di strumenti finanziari

Sull'argomento Vi significhiamo di avere sottoscritto due contratti di copertura del rischio di interesse e pertanto di natura non speculativa, per le cui caratteristiche si rimanda a quanto riportato in Nota Integrativa.

Detti contratti non sono rilevanti per la valutazione della situazione patrimoniale e finanziaria e del risultato economico dell'esercizio.

Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio

I primi mesi del 2012 sono caratterizzati da un mercato ancora instabile e da una domanda che stenta a crescere; le vendite del primo trimestre dovrebbero registrare un aumento del 28% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno e meno 5% sul budget; il portafoglio ordini per il secondo trimestre è in leggero recupero.

Il nostro mercato di riferimento è fortemente sbilanciato nell'offerta rispetto alla domanda e la leva prezzo risulta ancora e troppo spesso l'unica azione per difendere le posizioni; in questi primi mesi dell'anno, inoltre, si stanno registrando ancora forti tensioni sui prezzi delle materie prime (sia di fibre vergini che riciclate) specie di quelle di provenienza dall'estero.

Importanti segnali di ripresa si notano in alcuni settori dove l'Azienda opera con volumi importanti e questo ci fa ben sperare.

Evoluzione prevedibile della gestione

Esponiamo di seguito i nostri intendimenti in materia di:

Strategia

La nostra Visione è: Dai beni pesanti ai beni pensanti.

Il focus/scopo dovrà essere: Fornire soluzioni innovative che creano valore su tre pilastri operativi:

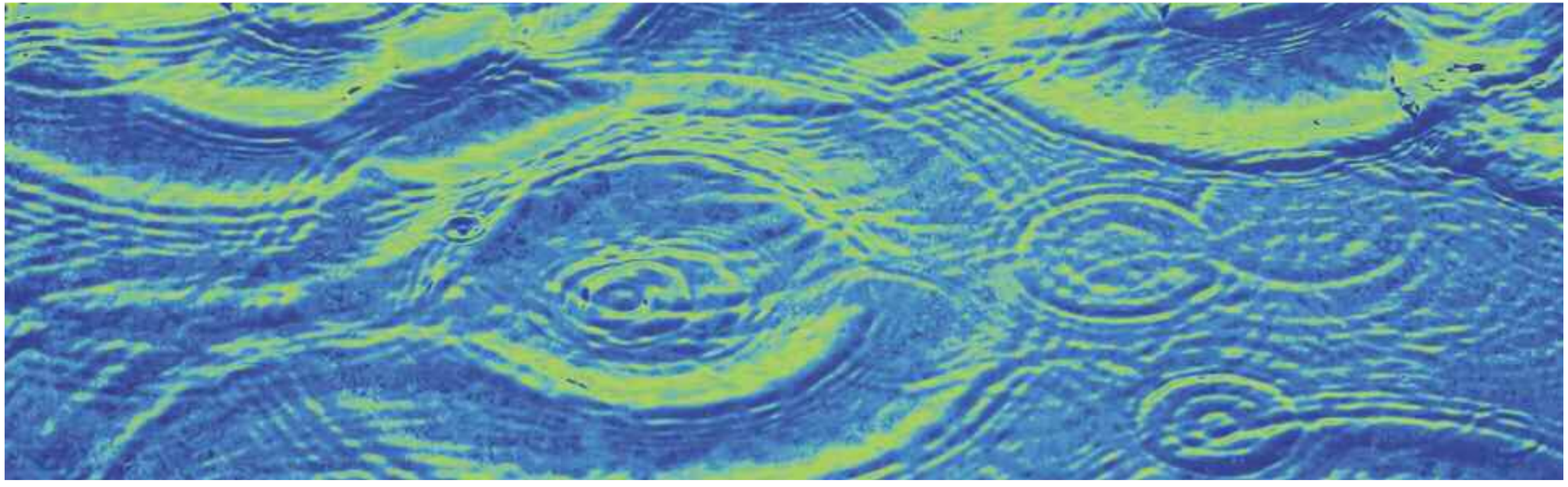
1) Soluzioni di Packaging e Visual Design, con l'innovazione di prodotto, di materiali, restyling, nobilitazione, know-how;

2) Soluzioni di Processo, supply chain, integrazione, automazione, attività win-win;

3) Soluzioni per gli Stakeholder; green packaging, comunicazione, POS, B2C.

Sviluppo e crescita

É in corso di elaborazione il Piano Strategico Industriale 2013-2015 che detterà le linee di sviluppo e crescita dell'Azienda nel medio periodo. L'obiettivo è quello di crescere nei mercati a maggior valore aggiunto, sviluppare un business adeguato e coerente con le capacità, competenze e conoscenze delle persone, migliorare le performances ed i risultati aziendali per dare più solidità economica e finanziaria in una prospettiva di lungo periodo.



Per raggiungere gli obiettivi di piano si dovranno prevedere tra l'altro, possibilità di partnership estese, accordi, collaborazioni, espansione all'estero in mercato di nicchia.

La struttura aziendale, sempre più sollecitata alla massima flessibilità ed esperienza, risponde con puntualità alle richieste del mercato. L'organizzazione e la gestione dell'Azienda risultano sempre più complesse e ciò richiede più impegno ed attenzione alle situazioni esterne; siamo comunque dell'avviso che al crescere delle difficoltà facciano riscontro quasi sempre opportunità da cogliere.

Ciò premesso, Vi significhiamo che il budget 2012 è stato improntato su criteri di prudenza, prevedendo una crescita contenuta per raggiungere un volume delle vendite pari a 11 milioni di euro con un EBITDA non inferiore al 10% del fatturato, ed il contenimento degli investimenti in macchine ed impianti.

Anche se lo scenario è complesso, siamo determinati ad andare avanti con ottimismo e fiducia per il futuro, con la consapevolezza di voler vincere la sfida del cambiamento e della responsabilità.

Per consolidare, mantenere e qualificare ulteriormente la nostra posizione nel settore, queste le principali azioni guida:

- consolidamento della leadership nei settori ed aree tradizionali;
- posizionamento nei settori e segmenti a più valore aggiunto;
- potenziamento della struttura Commerciale, comunicazione e Marketing;
- organizzazione della produzione efficiente e snella per creare valore per il cliente;
- contenimento e monitoraggio di costi;
- crescita.

La parola d'ordine è "resistere". Dobbiamo recuperare competitività nel mercato interno, aumentare il valore aggiunto dei nostri prodotti e ampliare il nostro raggio di azione verso mercati a più valore e verso mercati esteri. Le capacità produttive tradizionali rimarranno strutturalmente superiori alla domanda, ed è quindi necessario uno scatto verso la crescita qualitativa e dimensionale, sfruttando anche lo strumento della rete di imprese. Permangono le preoccupazioni sulle tensioni dei mercati delle materie prime che coinvolgono anche ausiliari e materiali non fibrosi, quali amidi, lattici ecc. impiegati nella produzione cartaria.

La presente relazione è stata redatta nel rispetto di quanto prescritto dall'art. 2428 c.c. omettendo di affrontare i punti 3) e 4), nonché tralasciando l'informazione di cui all'ultimo comma del suddetto articolo (sedi secondarie), non esistendone le relative fattispecie.

Proposta deliberativa

Nel sottoporre all'esame dell'Assemblea il bilancio al 31/12/2011, invitiamo la stessa ad approvare il bilancio nello schema da noi predisposto, proponendo di coprire la perdita di esercizio di euro 21.827 tramite utilizzo della riserva straordinaria.

Corinaldo, 22 marzo 2012

Il Consiglio di Amministrazione
Sesto Pierfederici
Maria Giuseppina Baldassarri
Ferruccio Carminati
Tonino Dominici
Sandro Paradisi

Sezione di sostenibilità

Metodologia utilizzata - Il gruppo di lavoro 80

Creazione e distribuzione del valore aggiunto 82

Relazione sociale 86

86 Personale

101 Azionisti e Comunità finanziaria

104 Clienti

110 Concorrenti

112 Fornitori

121 Partner finanziari

127 Stato, Enti Locali e Pubblica Amministrazione

129 Comunità e territorio

137 Ambiente

148 Ricerca e Sviluppo

Eventi e riconoscimenti 150

Proposte di miglioramento 152

Metodologia utilizzata

Il gruppo di lavoro

Il Bilancio Sociale è una delle sezioni della Relazione sulla Gestione insieme alla "Analisi del Capitale Intellettuale", nell'ambito del più ampio progetto "Global Report". Anche questa sezione assume rilevanza formale, in quanto documento sottoposto alla valutazione dell'assemblea dei soci e rientrante nel sistema pubblicitario camerale del Registro delle Imprese.
Il processo di rendicontazione sociale è stato seguito dal Coordinatore Esterno che, congiuntamente al gruppo di lavoro appositamente costituito, ha raccolto i dati e li ha commentati.
Tutto questo in stretta collaborazione con i consulenti esterni che hanno svolto l'attività di verifica e supervisione degli indicatori relativi ad ogni singolo stakeholder, nonché la formulazione del giudizio finale.
Si ringraziano tutti i componenti del gruppo di lavoro, per la loro disponibilità e partecipazione:

- Tonino Dominici (direzione generale)
- Maria Giuseppina Baldassarri - Stefano Solfanelli (ufficio Acquisti)
- Eleonora Sagrati (ufficio Commerciale)
- Michele Bischi (Marketing & Comunicazione)
- Anna Maria Minelli (ufficio Amministrativo)
- Davide Perini - Denise Costantini (ufficio Ricerca e Sviluppo)
- Sergio Saccinto (rappresentante di Stabilimento)
- Carla Torretti (ufficio Qualità)

Coordinatori esterni
- Matteo Bevilacqua (Dottore in Economia)
- Giuseppe Mogliani (Dottore in Economia)

Consulenti esterni
- Giuliano De Minicis - Marzia Principetti, Cristina Giambattistelli (dmp concept, Senigallia)
- Michela Sopranzi (Dottore in Economia, Revisore Legale e consulente in Etica d'Impresa)
- Cesare Tomassetti (Dottore Commercialista e Revisore Legale).

La metodologia
Questa sezione è stata redatta con riferimento ai seguenti standard:
- Principi di redazione sul bilancio sociale del gruppo di studio per il bilancio sociale (G.B.S.).
- Progetto Q-RES per la qualità della responsabilità etico-sociale d'impresa realizzato dal Centre for Ethics, Law & Economics (CELE) in collaborazione con associazioni, imprese ed organizzazioni non-profit.
- Progetto C.S.R.- S.C. del governo italiano predisposto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

La sezione di sostenibilità si articola in:
- **Creazione e distribuzione del Valore Aggiunto**, in cui si analizza la ricchezza prodotta e la distribuzione tra gli stakeholder.
- **Relazione sociale** finalizzata alla presentazione dei risultati aziendali in relazione agli impegni assunti, ai programmi realizzati e agli effetti prodotti sugli stakeholder.

Creazione e distribuzione del valore aggiunto

1_La ricchezza creata

	2011	%	2010	%	2009	%	11/10	%	10/09	%
A) Valore della produzione										
1. Ricavi delle vendite e delle prestazioni	10.616.331	98,5%	9.714.401	101,4%	10.217.318	100,1%	901.931	9,3%	-502.917	-4,9%
- rettifiche di ricavo	-49.065	-0,5%	-34.534	-0,4%	-45.369	-0,4%	-14.531	42,1%	10.835	-23,9%
2. Variazioni rimanenze prodotti in corso lav., semil., finiti, merci	144.212	1,3%	-181.414	-1,9%	-51.182	-0,5%	325.626	-179,5%	-130.232	254,4%
3. Variazione dei lavori in corso su ordinazione	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. altri ricavi e proventi	63.016	0,6%	81.976	0,9%	85.785	0,8%	-18.960	-23,1%	-3.809	-4,4%
Ricavi della produzione tipica	**10.774.494**	**100,0%**	**9.580.429**	**100,0%**	**10.206.552**	**100,0%**	**1.194.065**	**12,5%**	**-626.123**	**-6,1%**
5. Ricavi per produzioni atipiche (in economia)	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	100,0%
B) Costi intermedi della produzione	**7.650.918**	**71,0%**	**6.338.351**	**66,2%**	**6.558.931**	**64,3%**	**1.312.567**	**20,7%**	**-220.580**	**-3,4%**
6. Consumi di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	5.300.500	49,2%	4.071.529	42,5%	4.223.620	41,4%	1.228.971	30,2%	-152.090	-3,6%
7. Costi per servizi	2.038.005	18,9%	1.845.775	19,3%	1.922.324	18,8%	192.230	10,4%	-76.549	-4,0%
8. Costi per godimento di beni di terzi	256.727	2,4%	294.613	3,1%	349.200	3,4%	-37.887	-12,9%	-54.587	-15,6%
9. Accantonamenti per rischi	8.259	0,1%	7.092	0,1%	23.644	0,2%	1.166	16,4%	-16.552	-70,0%
10. Altri accantonamenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11. Oneri diversi di gestione	47.427	0,4%	119.341	1,2%	40.143	0,4%	-71.913	-60,3%	79.198	197,3%
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	**3.123.576**	**29,0%**	**3.242.078**	**33,8%**	**3.647.621**	**35,7%**	**-118.502**	**-3,7%**	**-405.543**	**-11,1%**
C) Componenti accessori e straordinari	**47.931**	**0,4%**	**14.730**	**0,2%**	**-47.365**	**-0,5%**	**33.201**	**225,4%**	**62.095**	**-131,1%**
12. +/- Saldo gestione accessoria	4.046	0,0%	3.819	0,0%	-5.834	-0,1%	228	6,0%	9.653	-165,5%
Ricavi accessori	4.046	0,0%	3.819	0,0%	380	0,0%	228	6,0%	3.438	904,1%
Costi accessori	-	0,0%	-	0,0%	-6.214	-0,1%	-	-	6.214	-
13. +/- Saldo componenti straordinari	43.885	0,4%	10.912	0,1%	-41.531	-0,4%	32.973	302,2%	52.442	-126,3%
Ricavi straordinari	48.703	0,5%	26.465	0,3%	23.216	0,2%	22.237	84,0%	3.249	14,0%
Costi straordinari	-4.818	0,0%	-15.554	-0,2%	-64.747	-0,6%	10.736	-69,0%	49.193	-76,0%
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	**3.171.508**	**29,4%**	**3.256.808**	**34,0%**	**3.600.256**	**35,3%**	**-85.301**	**-2,6%**	**-343.448**	**-9,5%**
Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	-646.410	-6,0%	-740.432	-7,7%	-878.668	-8,6%	94.021	-12,7%	138.237	-15,7%
Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	-66.767	-0,6%	-61.891	-0,6%	-104.003	-1,0%	-4.876	7,9%	42.112	-40,5%
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	**2.458.330**	**22,8%**	**2.454.486**	**25,6%**	**2.617.585**	**25,6%**	**3.844**	**0,2%**	**-163.099**	**-6,2%**

La ricchezza creata

Il valore aggiunto misura la ricchezza prodotta dall'azienda mediante contrapposizione tra ricavi e costi intermedi; nel 2011, a fronte di un aumento del volume dei ricavi del 12,5%, il Valore Aggiunto Globale Lordo (VAGL) è diminuito del 2,6%, passando da euro 3.256.808 a euro 3.171.508. Tale fenomeno è collegato ad una politica di pricing aggressiva che ha generato da una parte un aumento dei volumi di vendita dall'altra un aumento dei costi intermedi della produzione (+ euro 1.312.567), con un'incidenza passata dal 66,2% al 71%.

Il Valore Aggiunto Caratteristico Lordo, che esprime la ricchezza prodotta dall'attività operativa tipica (al netto, quindi, delle componenti accessorie e straordinarie) risulta molto vicino al VAGL; rispetto allo scorso anno entrambi gli indicatori si sono ridotti, rispettivamente, del 3,7% e del 2,6%; la ridotta incidenza delle componenti accessorie e straordinarie determina una valutazione di ragionevole stabilità nel tempo della capacità aziendale di produrre e distribuire ricchezza ai propri stakeholder. Anche l'incidenza del Valore Aggiunto Globale Netto sui ricavi della produzione tipica (22,8%) risulta ridotta rispetto al 2010, tale riduzione si ha solo in termini percentuali, in quanto, lo stesso dato, ha fatto registrare nel 2011 dei valori assoluti in linea con il 2010 (+0,2%).

2_La ricchezza distribuita

	2011	%	2010	%	2009	%	11/10	%	10/09	%
A) Remunerazione del personale	**2.174.811**	**68,6%**	**2.121.335**	**65,1%**	**2.137.950**	**59,4%**	**53.476**	**2,5%**	**-16.615**	**-0,8%**
Personale non dipendente	295.136	9,3%	373.726	11,5%	402.874	11,2%	-78.590	-21,0%	-29.148	-7,2%
Personale dipendente										
a) remunerazioni dirette	1.458.882	46,0%	1.339.193	41,1%	1.326.549	36,8%	119.689	8,9%	12.645	1,0%
b) remunerazioni indirette	420.792	13,3%	408.416	12,5%	408.527	11,3%	12.376	3,0%	-112	0,0%
c) quate di riparto del reddito	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	**42.235**	**1,3%**	**16.488**	**0,5%**	**119.493**	**3,3%**	**25.747**	**156,2%**	**-103.006**	**-86,2%**
Imposte dirette	62.343	2,0%	93.337	2,9%	126.308	3,5%	-30.994	-33,2%	-32.971	-26,1%
Imposte indirette	11.836	0,4%	5.455	0,2%	1.281	0,0%	6.381	117,0%	4.174	325,7%
sovvenzioni e contributi in c/esercizio	-31.944	-1,0%	-82.304	-2,5%	-8.096	-0,2%	50.360	-61,2%	-74.208	916,6%
C) Remunerazione del capitale di credito	**259.409**	**8,2%**	**331.121**	**10.2%**	**318.515**	**8,8%**	**-71.711**	**-21,7%**	**12.606**	**4,0%**
Oneri per capitali a breve termine	47.536	1,5%	49.908	1,5%	78.891	2,2%	-2.372 -	-4,8%	-28.983	-36,7%
Oneri per capitali a lungo termine	211.873	6,7%	281.212	8,6%	239.624	6,7%	69.339	-24,7%	41.589	17,4%
D) Remunerazione del capitale di rischio	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	**0,0%**	**-**	**0,0%**
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
E) Remunerazione dell'azienda	**691.351**	**21,8%**	**780.265**	**24,0%**	**1.023.069**	**28,4%**	**-88.914**	**-11,4%**	**-242.804**	**-23,7%**
+/- Variazioni riserve	-21.827	-0,7%	-22.057	-0,7%	40.398	1,1%	231	-1,0%	-62.455	-154,6%
Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	646.410	20,4%	740.432	22,7%	878.668	24,4%	-94.021	-12,7%	-138.237	-15,7%
Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	66.767	2,1%	61.891	1,9%	104.003	2,9%	4.876	7,9%	-42.112	-40,5%
F) Liberalità esterne	**3.702**	**0,12%**	**7.600**	**0,23%**	**1.229**	**0,03%**	**-3.898**	**-51,3%**	**6.371**	**518,4%**
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	**3.171.508**	**100,0%**	**3.256.808**	**100,0%**	**3.600.256**	**100,0%**	**-85.301**	**-2,6%**	**-343.448**	**-9,5%**

La ricchezza distribuita

Il Valore Aggiunto Globale Lordo (**VAGL**) è stato così distribuito nell'anno 2011:

- **per il 68,6% alle risorse umane**: nel 2011 è considerevolmente aumentata la quota di Valore Aggiunto distribuita alle risorse umane, passata dal 65,1% al 68,6%. In particolare, il 9,3% è stato erogato a collaboratori non dipendenti come consulenti, lavoratori interinali, agenti rappresentanti, collaboratori a progetto, amministratori e sindaci (11,5% nel 2010). Il 9,3% (in aumento di 132 mila euro in valore assoluto) è stato invece distribuito come retribuzioni al personale dipendente, distinte in remunerazioni dirette, comprensive di compensi in denaro, quote di TFR e provvidenze aziendali (in totale pari al 46% del VAGL), e remunerazioni indirette (13,3%) composte dai contributi previdenziali a carico dell'azienda, i quali si trasformeranno in benefici indiretti per i dipendenti tramite il servizio sociale.
  Ciò evidenzia una maggiore attenzione, sia a livello remunerativo che formativo, del personale che opera all'interno dell'azienda: da sempre considerato fattore produttivo determinante per lo sviluppo ed il successo della società.

- **l'1,3% alla pubblica amministrazione:** tale importo risulta in aumento sia in termini assoluti che di incidenza sul Valore Aggiunto Globale Lordo. In particolare, si è registrato un decremento delle imposte dirette collegato ad una riduzione della base imponibile (-33,2%), mentre le sovvenzioni e i contributi in c/esercizio si sono ridotti rispetto al 2010 del 61,2% (passando da euro 82.304 ad euro 31.944);

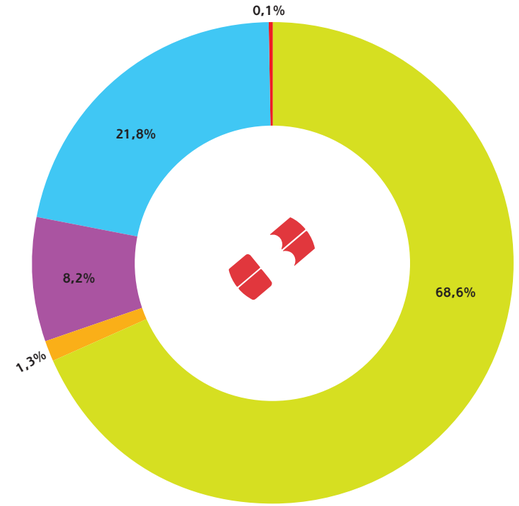
- **l' 8,2% ai partner finanziari** sotto forma di interessi su finanziamenti di capitale a breve (1,5%) e a lungo termine (6,7%). Gli oneri per finanziamenti a lungo termine comprendono la quota di oneri finanziari relativa ai leasing industriali. La remunerazione del capitale di credito risulta diminuita in valore assoluto di euro

71.711 (-21,7%) rispetto al 2010;

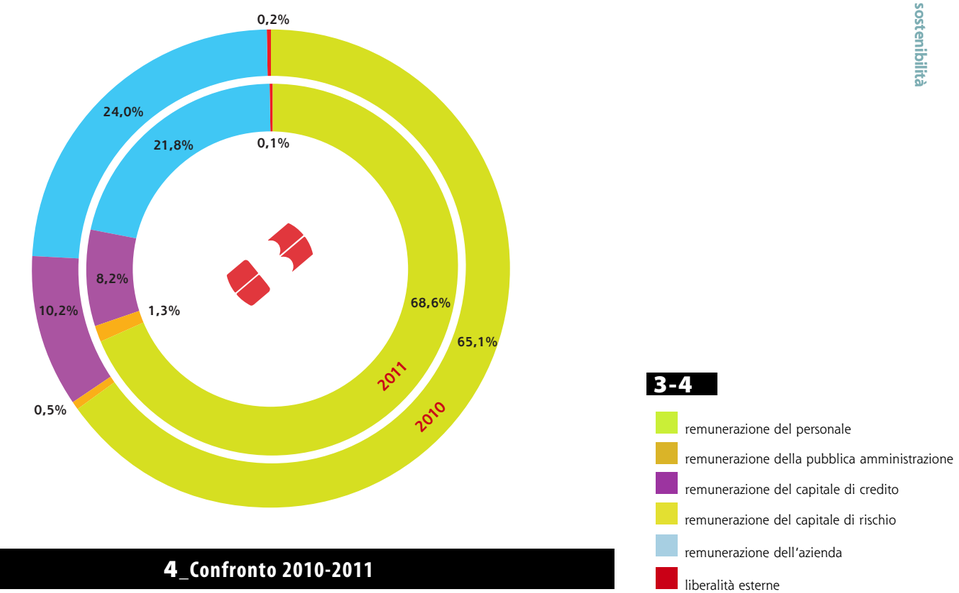
per quanto concerne la remunerazione del capitale di rischio, si evidenzia che nel 2011 non sono stati distribuiti dividendi agli **azionisti**; negli esercizi 2008 e 2007 erano stati erogati utili per 40 mila euro annui;

il 21,8% come remunerazione dell'azienda, in diminuzione di 88.914 euro rispetto al 2010 (-11,4%). Tale voce comprende gli utili reinvestiti (al netto degli eventuali dividendi distribuiti), il riassorbimento dei risultati negativi (in diminuzione) e le quote di accantonamenti ed ammortamenti (costi non monetari). Ai fini del presente prospetto, la quota capitale dei canoni di leasing finanziario è stata equiparata agli ammortamenti, privilegiando la rappresentazione della natura sostanziale dei contratti di leasing stipulati per finanziare l'acquisizione di beni strumentali (metodo finanziario) piuttosto che quella formale (metodo patrimoniale). Nel dettaglio, il 20,4% del VAGL è riferibile ad ammortamenti di beni materiali (pari ad euro 646.410 compresa la quota capitale dei canoni di leasing), e il 2,1% ad ammortamenti di beni immateriali. Le riserve sono diminuite di 21.827 euro per effetto della perdita dell'esercizio 2011;

lo **0,12%** del VAGL 2010 è stato destinato ad **attività filantropiche e di solidarietà** (euro 3.702, contro euro 7.600 del 2010). Tale importo evidenzia solo una parte del supporto fornito ad associazioni ed iniziative sul territorio, come meglio illustrato nella sezione comunità e territorio della relazione sociale.



3_La ricchezza distribuita (dati 2011)



4_Confronto 2010-2011

Relazione Sociale

Personale

Il **"Rispetto della Persona"** è uno dei valori etici aziendali, in base al quale ci si propone di:

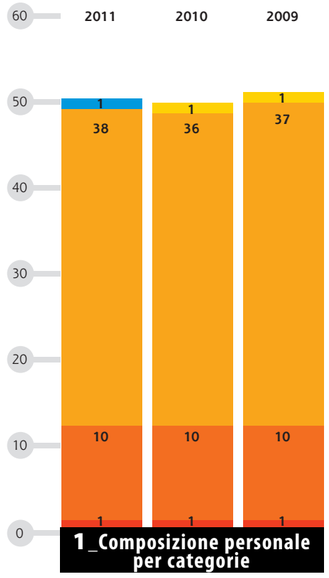
- valorizzare la dignità dei dipendenti;
- incoraggiare la crescita individuale mediante la formazione continua;
- credere nelle capacità degli altri, rispettare il lavoro di ognuno, gestire la conflittualità;
- prevedere un ambiente di lavoro sicuro e salubre, e processi produttivi in assoluto rispetto della sicurezza, secondo la legislazione e le norme vigenti.

L'azienda si propone come "comunità aziendale" capace di garantire:

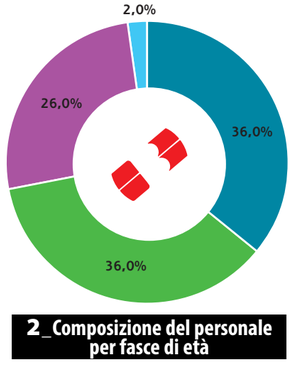
- sicurezza e serenità al futuro della propria gente;
- opportunità di crescita e realizzazione professionale;
- opportunità di sviluppo della creatività umana;
- luogo che contribuisce ad una migliore qualità della vita.

Ad ogni livello e per ogni mansione si richiede impegno, serietà, responsabilità e competenza.

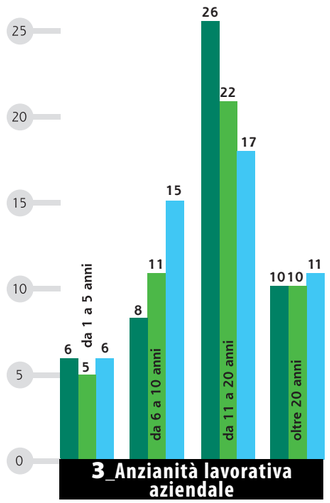
Il successo aziendale è frutto dell'impegno delle persone che vi collaborano, della loro capacità di integrazione, della loro soddisfazione e della loro cordialità.



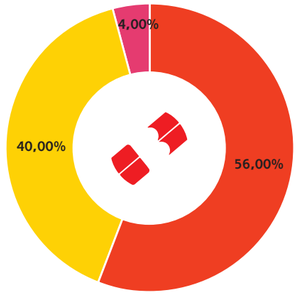
1_Composizione personale per categorie



2_Composizione del personale per fasce di età



3_Anzianità lavorativa aziendale



4_Provenienza territoriale
(dati 2011)

1

Un impiegato ogni quattro addetti

Ogni quattro addetti tre sono operai ed uno impiegato.
A fine 2011 il numero di dipendenti risultava aumentato di due unità.

- Apprendista
- Operaio
- Impiegato
- Dirigente
- Co.co.pro

2

Età media in aumento

Il 38% degli addetti ha meno di 35 anni.
Il limitato turnover ha portato, negli anni, ad una crescita dell'età media.
Gli addetti con più di 45 anni rappresentano poco più di 1/4 del totale.

- da 16 a 25 anni
- da 26 a 35 anni
- da 36 a 45 anni
- oltre 45 anni

3

Prevalgono i dipendenti con più di 10 anni di anzianità lavorativa

Solo 6 dipendenti hanno un'anzianità lavorativa pari o inferiore a 5 anni.
Per 36 dipendenti l'anzianità è superiore a 10 anni.

- 2009
- 2010
- 2011

4

Radicamento nel territorio

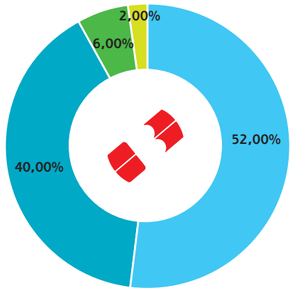
Ventotto dipendenti risiedono nel Comune di Corinaldo, venti nella provincia di Ancona, solo due fuori provincia.

- Corinaldo
- Fuori comune ma nella provincia di AN
- Fuori provincia

5

Licenza media titolo più diffuso

Il 52% dei dipendenti è in possesso di licenza media; il titolo di studio superiore è stato conseguito dal 40% dei dipendenti.

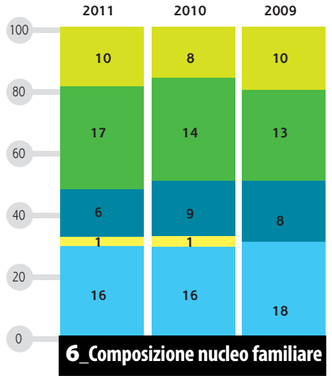


5_Titolo di studio (dati 2011)

6

Nuclei familiari

Su 33 dipendenti coniugati, 6 non hanno figli, 17 hanno un figlio e 10 ne hanno 2. 16 dipendenti non risultano coniugati.



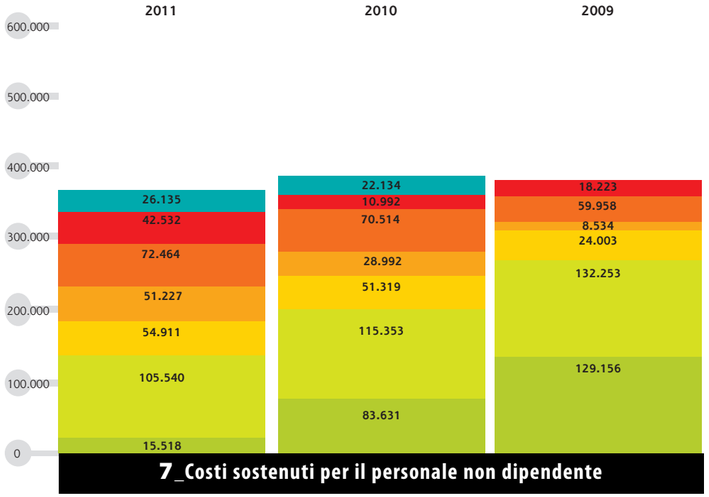
6_Composizione nucleo familiare

Liberi
Coniugati senza figli
Coniugati con un figlio
Coniugati con due figli
Liberi con un figlio

7

Personale non dipendente

Nel 2011 il costo per il personale non dipendente riuslta lievemente inferiore rispetto al 2010 (-3,8%). In forte diminuzione i costi per consulenze e provvigioni commerciali. A differenza del trend generale, i costi relativi al lavoro interinale e alla formazone e gestione delle risorse umane hanno fatto registrare, rispettivamente, un aumento, in valore assoluto, pari a euro 22.134 e euro 26.135.



7_Costi sostenuti per il personale non dipendente

Servizi tecnici
Consulenze certificazioni sistema integrato
Lavoro interinale
Consulenze varie
Formazione e gestione risorse umane
Funzionamento organi societari
Consulenze e servizi amministrativi
Consulenze e provvigioni commercilai

8_Categorie dipendenti per sesso

Anno rif.	Categoria	Sesso Donne numero	Dati Percentuali	Sesso Uomini numero	Dati Percentuali
2011	Dirigente		0,00%	1	100,00%
	Impiegato	4	40,00%	6	60,00%
	Operaio	11	28,95%	27	71,05%
	Co.co.pro	1	100,00%		0,00%
Totale 2011		**16**	**32,00%**	**32**	**68,00%**
2010	Dirigente		0,00%	1	100,00%
	Impiegato	4	40,00%	6	60,00%
	Operaio	11	30,56%	25	69,44%
	Apprendista		0,00%	1	100,00%
Totale 2010		**19**	**31,25%**	**32**	**68,75%**
2009	Dirigente		0,00%	1	100,00%
	Impiegato	4	40,00%	6	60,00%
	Operaio	12	32,43%	25	67,57%
	Apprendista		0,00%	1	100,00%
Totale 2009		**16**	**32,65%**	**33**	**67,35%**

> Turnover

Cessazioni

Nel 2011 si è avuta la cessazione del rapporto di lavoro per 1 unità in area commerciale. La causa di cessazione è stata la presentazione di dimissioni volontarie.

Nuove assunzioni

Nel 2011 sono state assunte tre unità, inserite rispettivamente nell'area commerciale e nell'area produzione, mentre la terza unità è stata assunta con un contratto a progetto (Co.Co.Pro.).

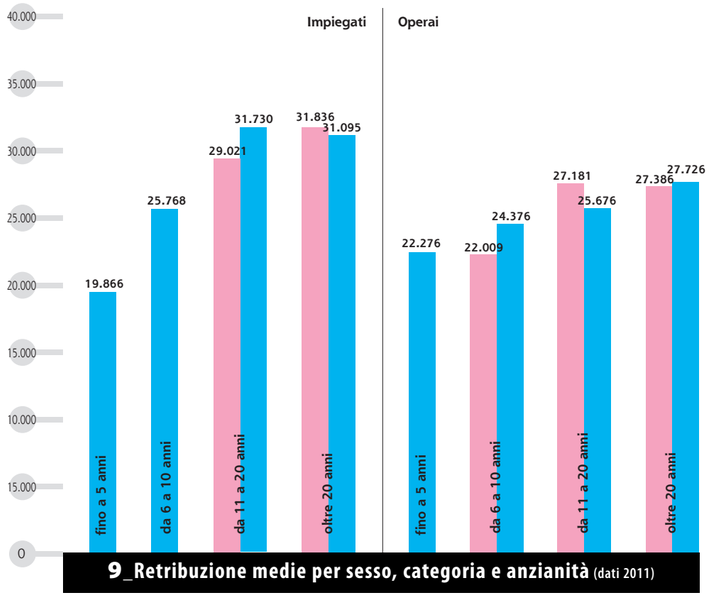
> Pari Opportunità

Personale maschile e femminile

Il numero dei dipendenti è aumentato di due unità passando da 48 addetti a fine 2010 ai 50 attuali, per effetto di una dimissione e di tre assunzioni. Prevalgono gli uomini: 34 su 50, pari al 68%, in lieve diminuzione rispetto al 2010 (68,75%). L'occupazione femminile è aumentata di 1 unità nel 2011 (da 15 a 16 unità). Il differenziale maggiore tra numero di dipendenti di sesso maschile e femminile si ha nella categoria degli operai (per più dei due terzi uomini); ciò è collegato al tipo di mansioni richieste per la funzione produttiva.

9

Retribuzione maschile e femminile
Le retribuzioni risultano collegate principalmente alla categoria ed all'anzianità. Le retribuzioni femminili risultano mediamente superiori a quelle maschili nella fascia impiegati oltre i 20 anni e nella fascia operai tra gli 11 e i 20 anni.

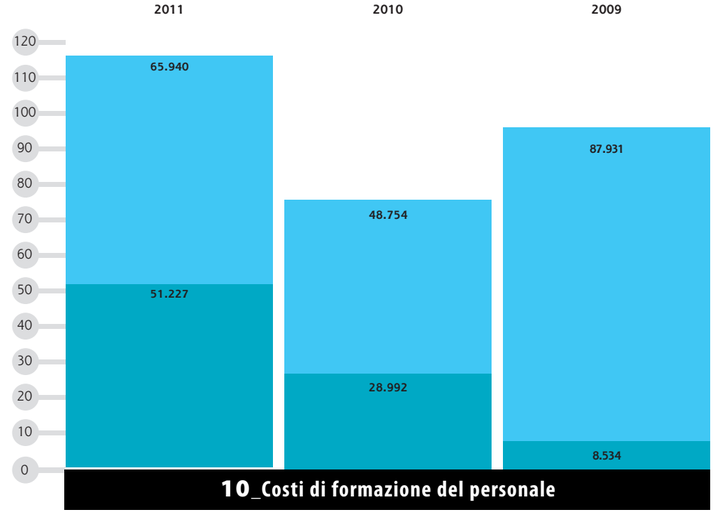


9_Retribuzione medie per sesso, categoria e anzianità (dati 2011)

Relazione tra retribuzione maschile e femminile (per categoria e anzianità)

Nella rilevazione delle retribuzioni medie è stato utilizzato un sistema per neutralizzare le distorsioni dovute ad assunzioni e dimissioni in corso d'anno, assenze per maternità e malattia non a carico dell'azienda ed altri eventi che impattano sul livello retributivo; la retribuzione individuale "convenzionale" è rapportata ad un numero standard di ore lavorate. La retribuzione media per gli impiegati presenta una sostanziale equivalenza tra uomini e donne.

Politica verso le persone con disabilità e le minoranze in genere
L'azienda rispetta la normativa sulle assunzioni obbligatorie. La politica perseguita è quella di piena integrazione con altri dipendenti.



10_Costi di formazione del personale

10

In deciso aumento il budget dedicato alla formazione
Si conferma nel 2011 la forte attenzione alla formazione del personale dipendente.
I corsi aziendali sulla lean production hanno coinvolto tutti i lavoratori per un totale di 2.164 ore su un totale di 2.356 ore di formazione.

> Formazione

Progetti di formazione
Nel 2011 l'investimento in formazione è notevolmente aumentato, passando da 77.746 euro a 117.167 euro. L'incidenza sul Valore Aggiunto Globale Lordo è stata del 3,69% (2,39% nel 2010). Le ore totali di formazione sono passate da 1.884 a 2.356. Nel 2011 la formazione è stata realizzata con un consistente ricorso a consulenti esterni (euro 51.227) ed è stata estesa a tutte le categorie aziendali.

Alla formazione interna sulla qualità, ambiente, sicurezza, e responsabilità sociale hanno partecipato 48 dipendenti per un totale di 1.313 ore. Ulteriori 779 ore sono state dedicate alla formazione sui corsi tecnici e 72 ore all'apprendimento di software specifici per il settore grafico.

L'azienda incentiva i collaboratori alla partecipazione ad eventi fieristici del settore cartotecnico.

Stage
Gli stage sono regolati da convenzioni con gli istituti scolastici delle scuole medie superiori (licei, istituti professionali e tecnici) ed università.

L'azienda elabora, insieme ad ogni partecipante, un progetto sul quale lavorare con individuazione di obiettivi; mette a disposizione degli allievi risorse tecnologiche, know-how e tutor aziendali.

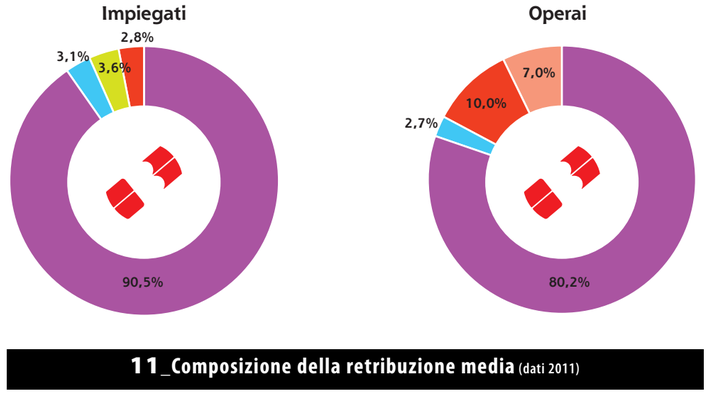
Nel 2011 sono stati ospitati 2 stagisti di cui 1 studente universitario ed 1 laureato.

> Orari di lavoro per categoria

L'orario di lavoro previsto contrattualmente risulta differenziato per categoria di dipendenti.

- Operai turnisti: primo turno dalle 5.00 alle 13.00 - secondo turno dalla 13.00 alle 21.00
- Operai non turnisti: 8.00 - 12.00 / 13.30 -17.30
- Impiegati: 8.00 - 12.00 / 14.00 - 18.00

Flessibilità dell'orario di lavoro
L'azienda non ricorre ad ore di straordinario ma, per il personale operaio, allo strumento della flessibilità.
L'orario settimanale contrattuale di 40 ore può essere realizzato anche come media in un arco temporale di 6 mesi. I regimi d'orario superiori a quello contrattuale non eccedono le 48 ore settimanali, mentre i regimi inferiori all'orario contrattuale possono essere realizzati tramite giornate di riposo retribuito da comunicare 5 giorni in anticipo, salvo esigenze tecnico-produttive improrogabili.
Il riequilibrio tra prestazioni superiori e inferiori all'orario settimanale avviene entro 6 mesi dal periodo di ciascun ricorso all'orario flessibile.
Per esigenze produttive l'orario di lavoro per gli operai è regolamentato con tolleranze di 5 minuti; per gli impiegati di 30 minuti.
Per entrambe le categorie sono previsti riconoscimenti economici ad personam che premiano la puntualità, la flessibilità e la presenza al lavoro.
Non è prevista l'applicazione di sanzioni.
Nel 2011 si è verificata una riduzione delle ore lavorate, passate da 86.834 del 2010 a 89.495 del 2011 (3,06%). L'azienda non ha fatto comunque ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni.



11_Composizione della retribuzione media (dati 2011)

> Modalità Retributive

La remunerazione dei dipendenti rappresenta il 59,3% della ricchezza prodotta e distribuita nel 2011, come evidenziato nel prospetto del valore aggiunto.
Una parte significativa delle retribuzioni è collegata a componenti aggiuntive rispetto alla base contrattuale prevista dai contratti collettivi nazionali (CCNL).
Sulla retribuzione complessiva, oltre la base contrattuale, incidono in maniera significativa le componenti accessorie, quali il superminimo ed i premi di risultato.

Ore di Assenza
Nel 2011 le ore di assenza per malattia, maternità, servizio militare sono aumentate, passando da 2.773 a 5.250. Le ore di assenza per infortunio in itinere e sul lavoro sono state pari a zero, mentre quelle per assenza corsi di apprendistato obbligatori sono state 96 (entrambi zero nel 2010).

> Relazioni Industriali

Rispetto dei diritti di associazione e contrattazione collettiva
Coerentemente con le convenzioni "ILO" (International Labour Organization), l'azienda sostiene "la giustizia sociale e riconosce la portata universale dei diritti umani nel lavoro" garantendo:
- libertà di associazione ed effettivo riconoscimento del diritto di contrattazione collettiva (Convenzioni n. 87 e 98);
- l'abolizione di tutte le forme di lavoro forzato o obbligatorio (Convenzioni n. 29 e 105);
- l'effettiva abolizione del lavoro minorile (convenzioni n. 138 e 182);
- l'eliminazione della discriminazione in materia di impiego e professione (Convenzioni n. 100 e 111).

Personale

Dipendenti iscritti al sindacato

L'azienda promuove la libertà di associazione sindacale e mette a disposizione spazi e strutture alle organizzazioni sindacali territoriali.
La quasi totalità dei dipendenti non risulta iscritta ad alcun sindacato; la percentuale di iscritti rispetto al 2010 si è mantenuta sugli stessi valori, passando dal 2,08% del 2010 al 2,04% del 2011.

> Comunicazione Interna

All'interno dell'azienda si sono sviluppate numerose forme di comunicazione aventi come finalità il coinvolgimento delle persone sui valori aziendali e diffondere una mentalità, uno stile di pensiero, una cultura che valorizzi il benessere psicofisico dell'uomo, considerato il riferimento principale. La cura e l'attenzione verso queste forme di linguaggio si basano sulla convinzione che la diffusione di "cultura d'impresa" consolidi valori intangibili sempre più necessari al funzionamento aziendale.

Tra le principali iniziative per i dipendenti si segnalano:

- **InBox giornalino aziendale** strumento di comunicazione aziendale nato per sensibilizzare sui temi della sicurezza del lavoro, dell'ambiente e della qualità in genere; ma si trovano anche articoli più vari dal marketing, ad articoli di settore, alla sicurezza automobilistica, alla sicurezza domestica, etc. Luogo dove ogni dipendente può esprimersi su quanto accade in azienda. Viene redatto mensilmente ad esclusiva diffusione interna.

- **Cene aziendali** ed occasioni di incontro per le principali ricorrenze (festività Natalizie ed evento di presentazione del Global Report in estate).

In meteorologia è l'affluire di aria, da tutte le direzioni, verso zone di bassa pressione.

Personale

Comunicazione visiva sul luogo di lavoro

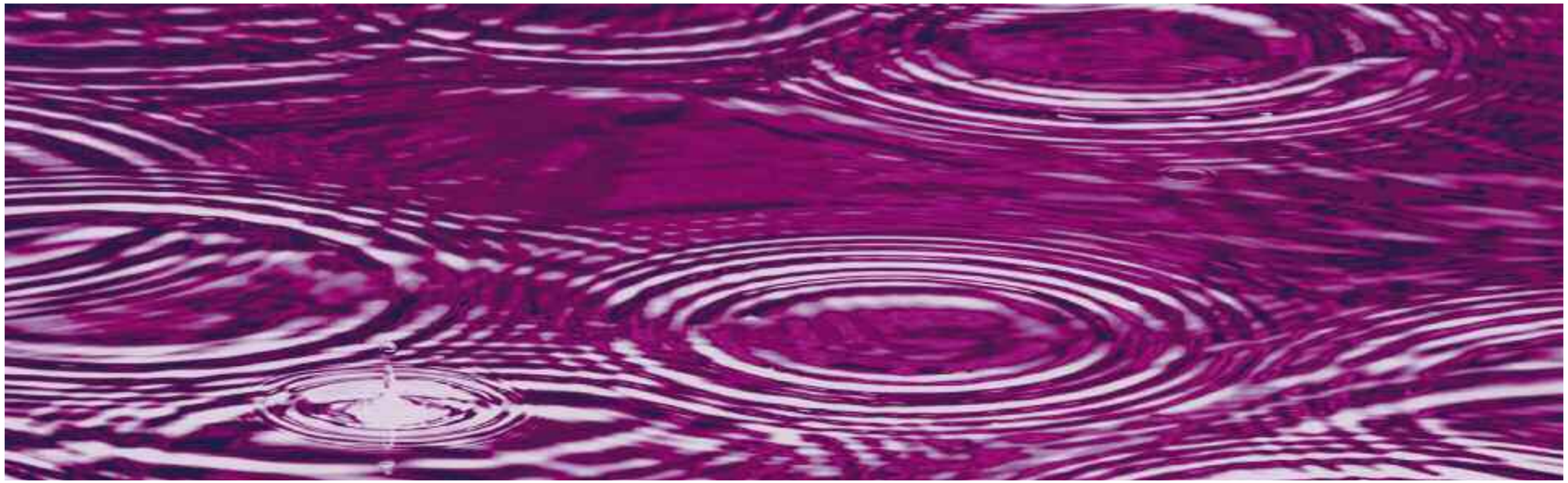
Si adottano forme di comunicazione visiva all'interno di ogni luogo di lavoro (reparto produttivo, uffici, etc):

- per la diffusione dei valori etici aziendali, vengono riprodotte immagini creative dei nove principi caratterizzanti l'identità aziendale;

- per il monitoraggio degli obiettivi collettivi annuali e periodici fissati, aventi la finalità di rendere continuamente consapevole ciascun collaboratore di partecipare ad un progetto imprenditoriale comune;

- per la comunicazione di eventi, news, ricorrenze (es. compleanni), riconoscimenti aziendali, traguardi raggiunti, sono presenti in più aree dell'azienda bacheche per l'affissione di manifesti, volantini e fogli informativi.

Borse di Studio
Dal 2003 l'azienda ha deliberato l'istituzione di borse di studio a favore dei figli dei propri dipendenti. Vengono regolate tramite bando e prevedono un riconoscimento monetario per ogni categoria di scuola frequentata (Scuola Media Inferiore, Scuola Media Superiore o Università).
Nell'anno scolastico 2011 una studentessa di scuola media ha maturato i requisiti per l'ottenimento della borsa di studio per un importo di 250 euro.



La Filosofia del sorriso
L'azienda crede che il rispetto della persona sia un valore fondamentale e che la positività e l'entusiasmo siano caratteristiche indispensabili per riuscire nel proprio lavoro.
L'azienda vuole diffondere nell'ambiente di lavoro il valore della cordialità, attraverso lo sviluppo di una filosofia fondata sul "sorriso", inteso come parte fondamentale di ogni relazione umana. Il successo ed il destino di un'organizzazione è sempre legato alla qualità ed al valore di coloro che vi operano.
L'eccellenza di un'organizzazione sociale (impresa, famiglia, scuola, società civile) è strettamente collegata e si fonda sulle persone, sul loro modo di essere, sulle loro azioni e sul modo di relazionarsi. Avere un atteggiamento etico e responsabile, vuol dire tenere comportamenti virtuosi che trasformano il "vivere" in un piacere.

Next idee e packaging: il giornalino aziendale
Il giornalino bimestrale aziendale "Next" costituisce uno spazio aperto anche al personale dipendente per condividere esperienze, idee ed emozioni.

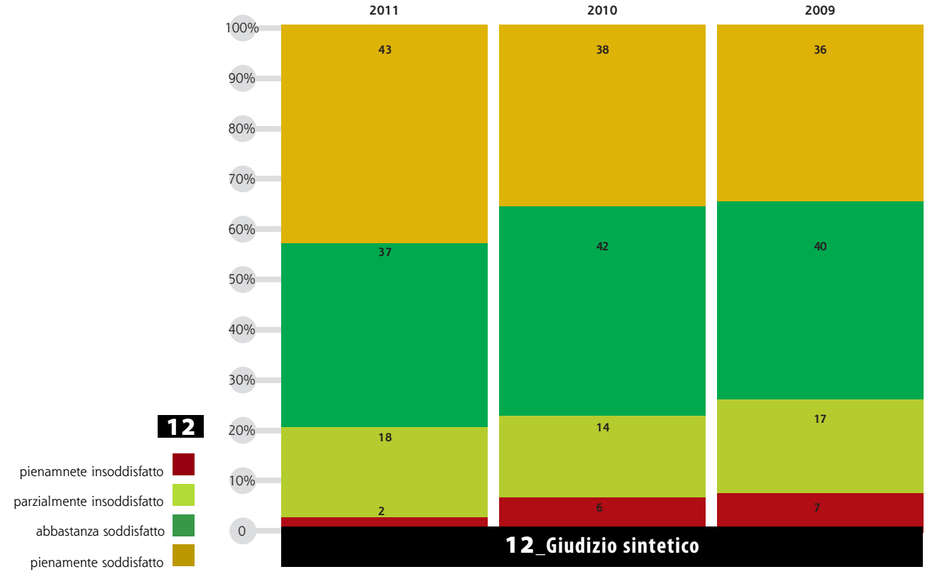
Informativa ai dipendenti
Al termine di ogni anno i dipendenti vengono portati a conoscenza dei risultati conseguiti dall'azienda e di quelli raggiunti individualmente con definizione degli obbiettivi per l'anno successivo.

> Sicurezza e Salute sul luogo di lavoro

Infortuni e malattie
Nel 2011 le ore totali per infortuni sono state pari a zero.
La sicurezza e la tutela della salute negli ambienti di lavoro rappresentano, insieme alla tutela dell'ambiente naturale, temi di interesse prioritario per la società. Il Direttore Generale è Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) a livello di stabilimento. La designazione del RSPP è stata notificata alle autorità competenti. Presso l'ufficio del RSPP è conservato il Documento di Valutazione dei Rischi, elaborato ed aggiornato in ottemperanza a quanto prescritto dal D.Lgs. 81/2008. E' presente, inoltre, il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza. L'attività di sorveglianza sanitaria è coordinata dal Medico Competente, nominato ai sensi di legge. Tutto il personale è sottoposto a sorveglianza sanitaria, ai sensi del DPR 303/56, secondo un protocollo predisposto dal Medico Competente e concordato con la ASL. La formazione dei lavoratori è garantita da un programma di corsi che viene periodicamente valutato ed aggiornato e che tiene conto di:

- scadenze di legge (es. scadenze quadriennali previste dal Lgs. 195/2007 o triennali ex d. Lgs 388/2003);
- modifiche al ciclo produttivo o all'organizzazione delle attività;
- modifiche dei rischi connessi alle sostanze impiegate;
- variazioni delle mansioni attribuite al personale;
- mantenimento delle conoscenze e della sensibilità dei lavoratori in relazione ai rischi presenti, alle disposizioni in vigore ed alla gestione delle emergenze.

Il RSPP ha frequentato il corso di aggiornamento previsto dal D.Lgs 195-2003. Nell'affidamento di lavori ad Imprese Appaltatrici è attuato sistematicamente quanto previsto dal D.Lgs. 81/2008. Qualora ne ricorrano le condizioni, i lavori edili in appalto vengono gestiti in ottemperanza a quanto previsto dal D.Lgs. 494/96.



> Soddisfazione del personale

Ricerche di soddisfazione del Personale
L'azienda utilizza diverse tipologie di questionari con cui misurare la soddisfazione del personale dipendente nei vari ambiti ed aspetti della vita aziendale (ambiente fisico, comunicazione, prospettive di carriera, management, senso di appartenenza, riconoscimenti, formazione, condizioni di impiego).

Risultati dei questionari
Il giudizio complessivo del personale si conferma positivo allineandosi con i giudizi raccolti nel 2011 pari all'80%; la percentuale comprende i giudizi del 43% dei dipendenti che si ritiene pienamente soddisfatto e del 37% che si considera soddisfatto.
In generale, i dati di gradimento risultano in miglioramento per il management, il sistema di comunicazione interna ed il senso di appartenenza.
Si notano anche un aumento della soddisfazione per quanto riguarda i riconoscimenti concessi sul lavoro, le condizioni di impiego e la formazione, confermando la scelta aziendale di sostenere gli investimenti in tale ambito.
Risultano invece in flessione le percezioni sull'ambiente lavorativo e sulle prospettive di carriera.

> Tutela dei diritti dei lavoratori

L'azienda non pratica alcuna forma di discriminazione in base all'appartenenza politica, sindacale, religiosa, non attua alcuna forma di coercizione fisica, mentale, e considera il proprio personale come bene primario per il raggiungimento degli obiettivi economici e sociali.
La società è stata certificata nel 2004 secondo la norma SA 8000. A partire dal 2007 non si è proceduto al rinnovo della certificazione SA8000 ritenendo l'iter troppo oneroso in termini di risorse impiegate rispetto ai benefici attesi.
L'azienda continua comunque ad operare nel rispetto della norma con il miglioramento continuo e la prevenzione, piuttosto che con la correzione, focalizzando la propria attenzione su:

- miglioramento delle condizioni generali di lavoro;
- miglioramento delle condizioni retributive;
- assecondare e promuovere la scolarità dei giovani;
- assenza di discriminazioni e altre forme di pressione sul luogo di lavoro;
- rispetto della libertà di associazione all'interno del sistema;
- miglioramento delle condizioni di sicurezza dei lavoratori.

In particolare l'azienda ha definito cosa intende fare nel caso in cui dovesse imbattersi in un caso di lavoro minorile, descrivendo il suo impegno nel manuale Integrato ed impegnandosi in tal senso. Tale impegno prevede:

- La promozione della scolarità, per lo meno fino al raggiungimento della maggior età, nei confronti dei minorenni che si presentassero alla ricerca di un lavoro presso l'azienda.

Personale

L'attenzione verso i minorenni che richiedono di poter lavorare durante il periodo estivo presso l'azienda, per orientarli verso il termine degli studi.

L'impegno a sensibilizzare le aziende fornitrici interrompendo, se necessario, i rapporti commerciali nel caso in cui tali istanze non venissero osservate.

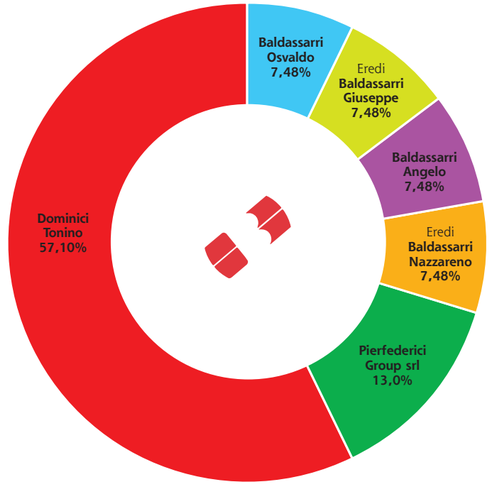
Inoltre i dipendenti vengono retribuiti nel pieno rispetto del C.C.N.L., il lavoro straordinario viene retribuito con una maggiorazione rispetto allo standard, non vengono attuate pratiche di lavoro forzato.

> Provvedimenti disciplinari e contenziosi

Non esistono provvedimenti disciplinari adottati nei confronti dei dipendenti.

> Indice di Litigation

Non esiste contenzioso in essere con i collaboratori.



1_Composizione del capitale sociale

Azionisti e Comunità Finanziaria

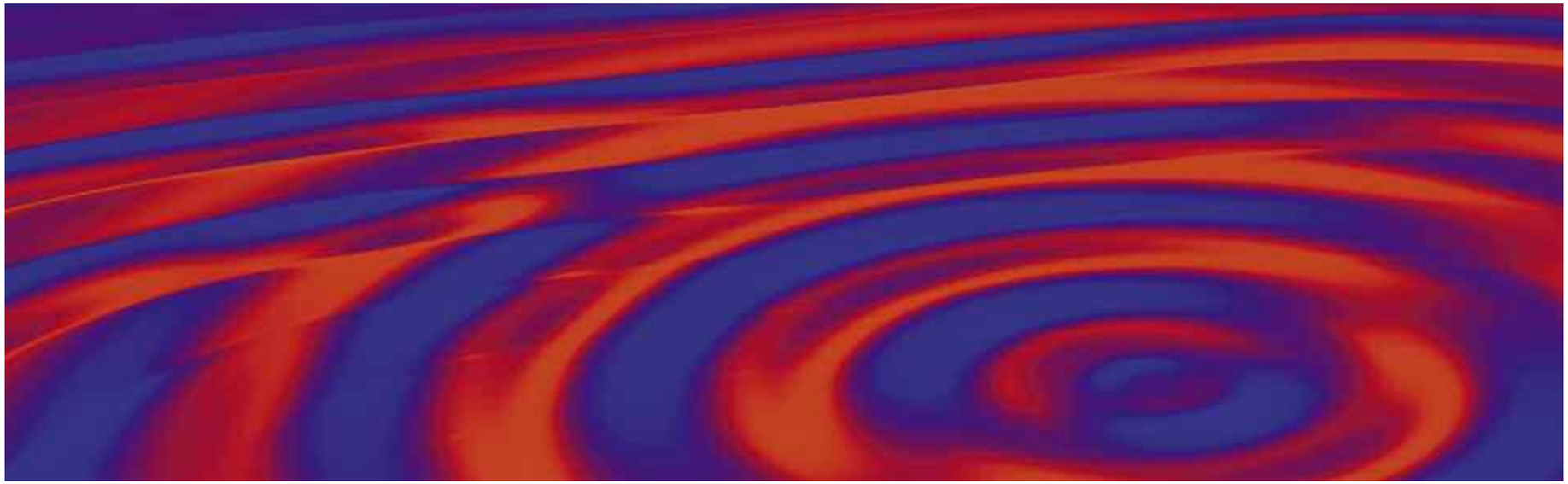
L'azienda ha come obiettivo la valorizzazione dell'investimento degli azionisti garantendo la crescita e la continuità nel tempo dell'impresa; quindi risulta coerente con il valore della centralità dell'impresa, che propone il superamento degli interessi individuali per il successo e la continuità della stessa.

Con il principio del valore del capitale viene affermato altresì la necessità di ottimizzare e migliorare i risultati economico-finanziari per poter continuare ad investire in risorse tecnologiche ed umane.

> Composizione capitale Sociale

Numero di azionisti per tipologia di azioni
Il capitale sociale nominale è pari a euro 1.000.000 e risulta suddiviso in 100.000 azioni del valore nominale di euro 10,00 ciascuna. Nel 2011 l'assetto societario non ha subito alcuna variazione; la maggioranza assoluta (57,1% delle azioni) rimane all'A.D. e Direttore Generale Tonino Dominici, il 29,9% del capitale sociale appartiene alla famiglia Baldassarri ed il 13,0% alla Pierfederici Group srl.

Al 31/12/2011 il numero di azionisti risultava pari a 11. Il capitale sociale risulta detenuto per l'87% da persone fisiche residenti nella provincia di Ancona e per il 13% da una società a responsabilità limitata con sede a Senigallia (AN).



Utili e dividendi per azione
La perdita dell'esercizio 2011 incide negativamente per euro 0,22 su ciascuna azione di nominali 10,00 euro.

L'assemblea dei soci ha deliberato la copertura totale della perdita d'esercizio con utilizzo della riserva straordinaria. Il patrimonio netto, per effetto del risultato di esercizio è diminuito di 21.863 euro.

La remunerazione percentuale del patrimonio netto (ROE) risulta negativa (-1,00%) rispetto al 2010.

> Partecipazione dei soci al governo e tutela delle minoranze

Presenza nel C.d.A. di rappresentanti dei soci di minoranza e di Consiglieri indipendenti
La società è amministrata da un Consiglio, costituito da 5 membri, di cui 1 amministratore delegato. Il Consiglio di Amministrazione, rimane invariato rispetto allo scorso anno:

- Sesto Pierfederici: Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- Tonino Dominici: Amministratore Delegato e Direttore Generale, Consigliere;
- Maria Giuseppina Baldassarri: Consigliere;
- Ferruccio Carminati: Consigliere;
- Sandro Paradisi: Consigliere

Con riferimento alla governance societaria, si evidenzia che un solo consigliere rappresenta la maggioranza del capitale, due consiglieri rappresentano i rispettivi gruppi di minoranza, mentre due consiglieri risultano indipendenti rispetto all'assetto societario. L'Organo di Controllo è costituito da un collegio sindacale di tre membri effettivi e due supplenti, tutti iscritti all'Albo dei Revisori Legali, ed incaricati della revisione legale dei conti.

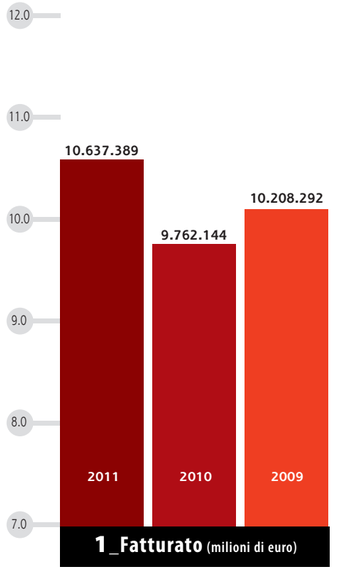
Il collegio sindacale è composto dal Dott. Roberto Cirilli (Presidente), dal Dott. Marco Pierluca e dal Dott. Leonardo Zamporlini.

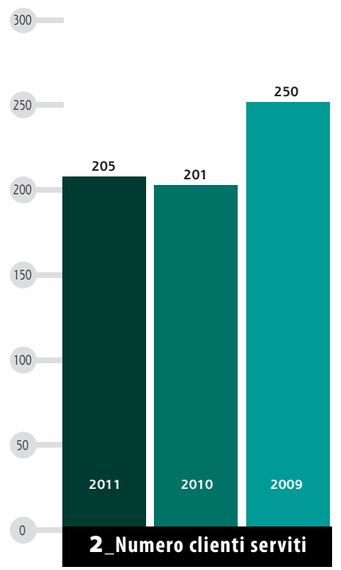
Frequenza riunioni del C.d.A.
Nel corso del 2011 si sono tenute 5 riunioni del C.d.A., compresa quella richiesta per la redazione del progetto di bilancio 2010. I temi che hanno costituito oggetto di esame e/o deliberazione del C.d.A. possono riassumersi come segue:
Proposta finanziamento BNL-BNP PARIBAS filiale di Ancona Esame e redazione del progetto di bilancio al 31/12/2010, relazione sulla gestione, delibere relative Situazione economica, patrimoniale e finanziaria al 30 giugno 2011 Budget secondo semestre 2011 Comunicazioni degli organi delegati ai sensi dell'articolo 2381 c. 5 C.C. Andamento della Boxmarche al 30/09/2011, budget 2012 e previsioni di chiusura Determinazione borse di studio a favore dei figli di dipendenti.

> Investor Relations

Attività di comunicazione e rendicontazione ai soci
L'attività di governance nei confronti dei soci non è limitata a quella prevista per legge. Il Consiglio di Amministrazione ha attivato canali di comunicazione con i soci sia nell'ambito di assemblee formalmente convocate, sia attraverso:
Presentazione del Budget 2012 Presentazione di piani strategici triennali, vision e mission Richiesta di consenso per investimenti immobiliari e mobiliari di particolare rilevanza Presentazione del bilancio semestrale. Eventi di aggregazione aperti ai soci e ad altri stakeholder (presentazione del Global Report 2010, serate di beneficenza, open house aziendali, ricorrenze e anniversari, feste con clienti, fornitori e comunità esterna).

In fisica è un sistema ottico centrato
che abbia le due distanze focali uguali.





1

Fatturato in aumento
Nel 2011 il fatturato è aumentato di euro 875 mila pari al 9% rispetto all'anno 2010.

2

Lieve aumento dei clienti
Nel 2011 i clienti serviti sono stati paria 205 unità, in aumento rispetto al 2010 di 4 unità.

Clienti

il cliente prima di tutto

L'impegno nei confronti dei propri clienti si riassume nel principio cardine

principio declinato come

"dare forza alla collaborazione con i clienti
offrendo prodotti e servizi con alto valore
attraverso l'innovazione e l'eccellenza"

L'azienda intende stabilire con i propri clienti veri e propri rapporti di partnership, sviluppando la collaborazione in area tecnica e produttiva in un'ottica di innovazione tecnologica e dei materiali.

Obiettivo principale è quello di fornire qualità, superando le aspettative del cliente, eseguendo con eccellenza e scegliendo la chiave del processo tra infinite possibilità.
Le persone comprano per due motivi: perché desiderano qualcosa o perché ne hanno bisogno. Il desiderio è "**moto intenso dell'animo che spinge a realizzare o a possedere qualcosa che si considera un bene**".

Questo principio vale sia per le aziende che producono beni di consumo sia per quelle che si rivolgono ai mercati intermedi dei beni industriali. Tutti i prodotti o servizi risolvono un problema che ha a che fare con le persone. Alla fine di ogni ciclo produttivo c'è sempre e comunque l'uomo con i propri desideri. Più si è in grado di mettere a fuoco un valore importante per gli altri, più aumenta il vantaggio competitivo nel mercato.
L'obiettivo è diventare "partner di idee" per i nostri clienti, mirando ad essere "leader specialisti nella progettazione e realizzazione di servizi e sistemi di packaging, offrendo unicità di soluzioni attraverso le idee, l'innovazione e la conoscenza" (nuova Vision).
La politica di espansione adottata dalla Direzione Commerciale mira all'acquisizione di clienti-tipo rispondenti a requisiti quali:

- adeguata dimensione del fatturato;
- propensione ad instaurare rapporti di partnership;
- solvibilità;
- capacità di riconoscere la qualità del servizio

> Caratteristiche della clientela

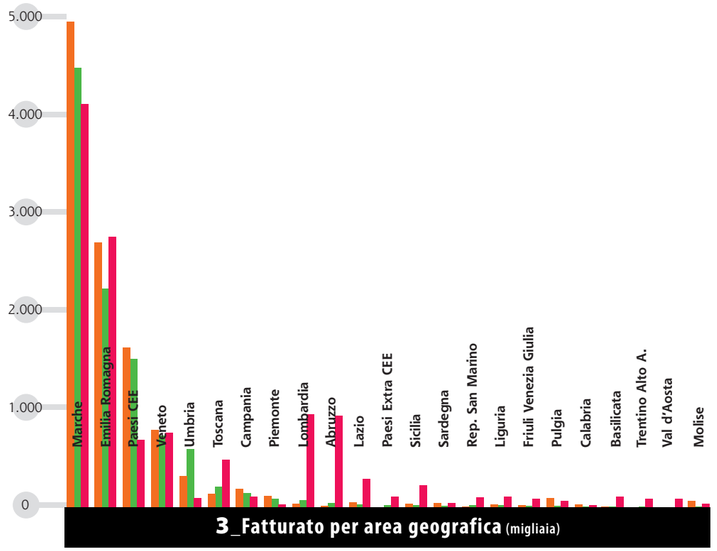
Ripartizione dei clienti per categorie
I clienti sono costituiti esclusivamente da imprese ed enti. Il numero dei clienti serviti nell'anno 2011 è aumentato di 4 unità rispetto al 2010; anche le vendite sono aumentate passando da euro 9.762.144 ad euro 10.637.389 (+ 8,9%).
Il lavoro di ricerca nuovi clienti viene gestito dall'area commerciale attraverso la rete vendita, la partecipazione a fiere, contatti diretti e ricerche internet.
La distribuzione territoriale della clientela rimane concentrata, per quanto concerne i mercati nazionali, in tre regioni principali. Il 46,7% del fatturato viene realizzato nelle Marche, un ulteriore 25,4% in Emilia Romagna ed un 5,6% in Veneto.
Nel 2011 il fatturato è aumentato sensibilmente in Emilia Romagna (+ 525 mila euro) e nelle Marche (+ 445 mila euro), inoltre, si è assistito ad un continuo aumento, iniziato nel corso del 2010, dell'export verso i Paesi CEE (+ 234 mila euro).
Le riduzioni più consistenti si sono avute in Umbria (-241mila euro), Piemonte (-97 mila euro), e Toscana (-68 mila euro).

Nuovi prodotti/servizi

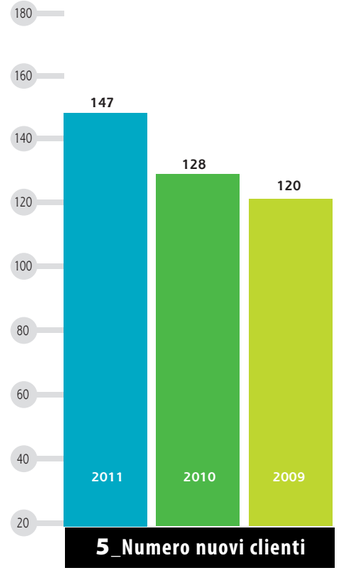
Le ricerche sui potenziali mercati vengono attuate mediante azioni di mailing ed interviste telefoniche. Le informazioni vengono organizzate in un database utilizzato per la pianificazione di azioni di marketing.

3

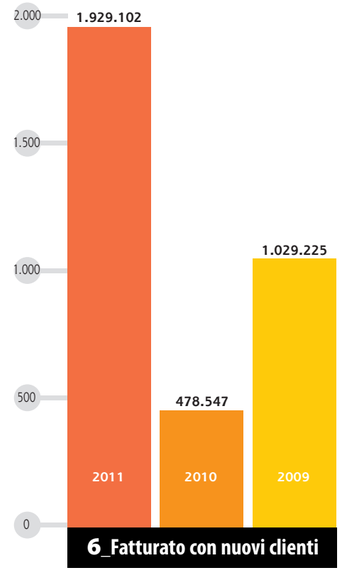
Nelle Marche ed in Emilia Romagna i principali mercati
Il 46,7% del fatturato viene realizzato nella regione Marche, il 25,4% in Emilia Romagna. Per il secondo anno le esportazioni verso i Paesi della Comunità Europea superano il milione di euro, attestandosi al 15,67%.
Il restante fatturato viene realizzato nelle altre regioni italiane.



3_Fatturato per area geografica (migliaia)



5_Numero nuovi clienti



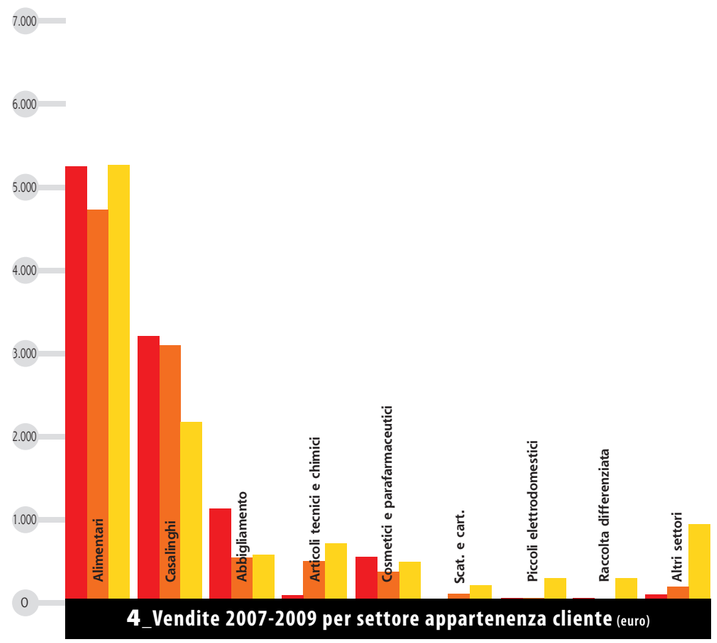
6_Fatturato con nuovi clienti

5-6

Nuovi clienti
Nel 2011 sono stati acquisiti 147 nuovi clienti, con i quali la società è riuscita a realizzare un fatturato di euro 1.929.102.
Il fatturato è in forte aumento rispetto al 2010 (euro 478.547).

4

Ripartizione dei clienti per tipologia offerta
La tipologia dell'offerta è strettamente collegata al settore di appartenenza delle aziende clienti. Anche per il 2011 i settori di maggior peso sono il settore alimentari e quello dei casalinghi, con i quali si realizza una quota pari al 79,6% del fatturato. Seguono, in ordine di fatturato il settore dell'abbigliamento, quello dei cosmetici e parafarmaceutici, degli articoli tecnici e chimici, raccolta differenziata, scat. e cart., piccoli elettrodomestici, con i quali è stata realizzata una quota pari al 20,4% del fatturato, mentre il resto del fatturato (1,7%) è stato realizzato in altri settori.



4_Vendite 2007-2009 per settore appartenenza cliente (euro)

Iniziative di customer satisfaction
Tali iniziative comprendono ricerche, iniziative di misura e utilizzo, call center e gestione dei reclami.

Le azioni di customer satisfaction rappresentano uno strumento per monitorare la soddisfazione dei clienti, realizzare le loro aspettative e gestire eventuali disagi ed insoddisfazioni:

- **Planning TOP 30**: pianificazione delle visite ai 30 clienti più importanti che in totale coprono circa l'88% del fatturato aziendale. Per ogni cliente viene riservata una visita in cui vengono analizzati i dati del fatturato annuale e gli eventuali nuovi progetti da realizzare in cooperazione. Il planning viene elaborato con periodicità annuale.

- **CRM - LA SCATOLA DEI DESIDERI: Customer Relationship Management**
Customer Relationship Management: l'obiettivo è quello di creare fidelizzazione attraverso una sistematica e strutturata classificazione delle informazioni sul cliente. I clienti sono tutti importanti, ma non sono tutti uguali. Lo strumento che consente di organizzare le informazioni per sviluppare tale approccio è il database CRM, con impieghi sia tattici che strategici.

Dal 2011 Boxmarche ha adottato un nuovo CRM abbinato al nuovo sito web aziendale; questo nuovo strumento è stato concepito per svolgere al meglio attività comunicative di massa ma anche per raccogliere informazioni strategiche su tutte le parti interessate dell'azienda ed organizzare le varie attività degli utenti del CRM stesso. Questo nuovo sistema consente inoltre a tutti i collaboratori Boxmarche che lo utilizzano di condividere in maniera semplice ed immediata qualsiasi tipo di informazione rilevante non rivolta esclusivamente ai clienti ma a tutte quelle attività che Boxmarche promuove, organizza e sostiene.

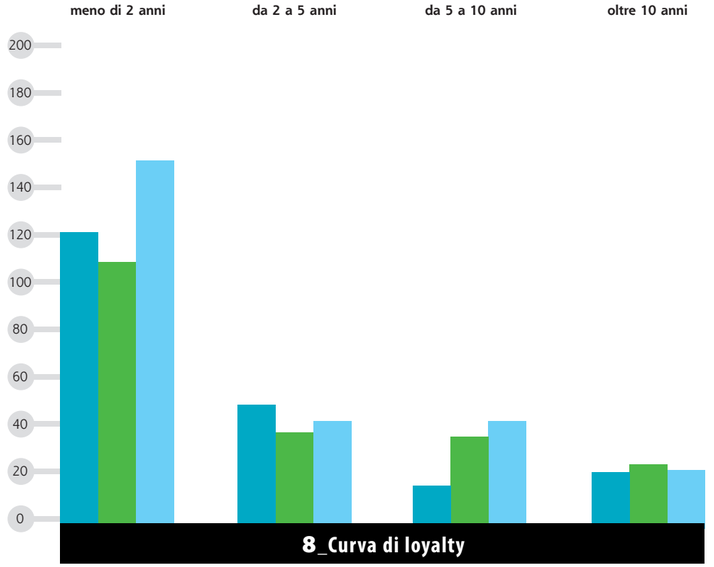
7_Fedeltà dei clienti - Durata del rapporto

	2011	%	2010	%	2009	%
Meno di 2 anni	121	59,0%	107	53,2%	151	60,4%
Da 2 a 5 anni	48	23,4%	37	18,4%	39	15,6%
Da 5 a 10 anni	16	7,8%	36	17,9%	38	15,2%
Oltre 10 anni	20	9,8%	21	10,4%	22	8,8%
TOTALE CLIENTI	**205**	**100,0%**	**201**	**100,0%**	**250**	**100,0%**

Iniziative di customer loyalty (fedeltà del cliente)

Boxmarche ha visitato le seguenti fiere:

- Vinitaly 2011, 7 – 11 Aprile Bologna
- Cosmoprof Worldwilde 2011, 18 – 21 Aprile Bologna
- Cosmofarma 2011, 13 – 15 Maggio Bologna
- Packaging Innovation London 2011, 6 – 7 Ottobre Londra (GB)
- Luxepack Montecarlo 2011, 19 – 21 Ottobre Principato di Monaco



8_Curva di loyalty

8

Il cliente resta fedele

Dall'analisi della tabella si può notare che nel 2011 si è registrato un sensibile aumento del numero dei clienti (da 201 unità a 205 unità).
Tale aumento fa registrare una riduzione del grado di loyalty (84 clienti) superiore a due anni con un trend in riduzione rispetto al 2010 (da 46,8% a 41%).
Inoltre, si può evincere che questi risultati sono il frutto di acquisizioni di nuovi clienti, il 59% risultano seriviti da meno di due anni; senza dimenticare che il 17,6% dei clienti viene servito da oltre 5 anni ed un 23,4% è fedele da oltre due anni.

> Informativa ed etichettature di prodotto/servizio

I sistemi di informazione ed etichettatura possono riguardare, quando richiesto, etichette con descrizione prodotto e relativo codice barre posto sull'imballo di spedizione, cartello bancale che identifica il prodotto ed i dati relativi alla rintracciabilità. Nel caso di packaging a contatto diretto con alimenti richiediamo ai nostri fornitori una dichiarazione di alimentarietà secondo la normativa vigente. In fase di progettazione vengono valutate, secondo i requisiti richiesti dal cliente, le variabili rilevanti per realizzare l'imballo (tipo di materiale, stampa, imballo di spedizione, eventuale macchinabilità, etc.). L'obiettivo è quello di offrire al cliente una consulenza tecnica che porti a realizzare un imballo adeguato in termini di sicurezza, qualità ed impatto ambientale.

> Prodotti/servizi a connotazione etico-ambientale

Ecobox è l'isola che c'è per non disperdere i colori dell'ambiente.
Un sistema di contenitori modulari ideato per raccogliere meglio carta, plastica, vetro, lattine, rifiuti, per differenziare la raccolta ed essere così vicini alla natura. L'innovatività e l'originalità del prodotto sono legate alle dimensioni dell'azienda e alla capacità di farne uno strumento per diffondere cultura ambientale nella propria comunità e verso altri stakeholder (clienti, fornitori). Questa infatti è la finalità principale del prodotto Ecobox che, sia in termini di fatturato che come costi sostenuti per la produzione, incide in misura non rilevante per l'azienda.

> Tutela della privacy

Si adottano tutte le misure di sicurezza previste dal D. Lgs. 196/2003.

> Indice di litigation

Il contenzioso in essere è relativo esclusivamente a procedure per recupero di crediti vantati nei confronti di clienti.

In un modello economico, tendenza delle variabili endogene a convergere verso i rispettivi valori di equilibrio, in un processo dinamico descritto con appropriate equazioni.

Concorrenti

Boxmarche si propone come Azienda orientata al mercato, pronta a reagire in anticipo e a cogliere le opportunità che provengono dall'ambiente competitivo. L'obiettivo è guidare il mercato generando valore e deliziando i propri clienti, aumentando il vantaggio competitivo sulla concorrenza. L'analisi competitiva ha lo scopo di identificare la difendibilità della leadership, tenuto conto della situazione di mercato, dei rapporti di forza esistenti e dei punti di debolezza dei concorrenti. Lo sviluppo delle nuove tecnologie, la qualità dell'informazione, l'ampliarsi dei confini settoriali, la globalizzazione, le alleanze tra imprese e il fenomeno delle acquisizioni rendono estremamente complesso il meccanismo di mercato, favorendo la saturazione dello stesso. E' richiesto un reale cambiamento strategico che, in un ambiente ipercompetitivo, deve essere rivolto allo sviluppo continuo di nuovi vantaggi. L'obiettivo strategico non è più focalizzato sulla creazione di stabilità e di equilibrio ma, al contrario, sullo sconvolgimento dello status quo attraverso l'innovazione quale principale leva per costruire margini di profitto difendibili.

Definizione del settore e del concetto di concorrenza
Il concetto di competizione viene tradotto nel cum-petere (ricercare insieme) le soluzioni che portino allo sviluppo del settore verso un maggior valore dei prodotti e dei servizi offerti. La collaborazione tra imprese concorrenti non viene intesa come volontà di controllo dei prezzi di mercato (trust) bensì come strumento per conseguire:
- sinergie contrattuali di rapporti con i mercati di fornitura, in genere fortemente concentrati;
- economie di scala e di apprendimento nell'area della progettazione, ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e processi produttivi.

Nei confronti delle imprese concorrenti si assumono i seguenti impegni:
- contribuire alla diffusione del concetto di responsabilità sociale nel settore;
- diffondere una cultura della correttezza.

Principali aziende concorrenti

Concorrenti	n. addetti (dati 2010)	fatturato in euro (dati 2010)	punti di forza (valutazione Boxmarche)
GPP	223	€ 43.289.531	Capacità Produttiva Diversificazione dei mercati
LUCAPRINT	64	€ 10.275.831	Efficienza organizzativa Specializzazione mercato food packaging
TONYGRAF	27	€ 3.675.889	Prezzi competitivi
CGV	64	€ 15.263.639	Qualità del prodotto Visibilità di mercato Prezzi competitivi Parco macchine all'avanguardia
CARTOGRAFICA PUSTERLA	67	€ 11.771.976	Innovazione di prodotto Elevati margini Leader nel settore profumeria e cosmetica
CARTOGRAFICA VENETA	162	€ 36.131.445	Elevati margini Qualità di prodotto Capacità produttiva
LITOGRAFIA CARTOTECNICA EGIDI	54	€ 8.736.408	Differenziazione offerta prodotto Assistenza pre-vendita

I concorrenti sono sia regionali che nazionali in settori di nicchia ad elevato valore aggiunto e per prodotti non standard.

Ci confrontiamo anche con produttori di packaging "standard" nel momento in cui il mercato riassorbe il vantaggio competitivo del "first mover" ed i prodotti innovativi vengono assunti come nuovo standard (operatore di frontiera).

La concorrenza viene analizzata sulla base dei seguenti indicatori:
- ambito territoriale;
- presenza sui maggiori clienti;
- benchmark - riferimento per best practices;
- peso relativo rispetto al leader di mercato.

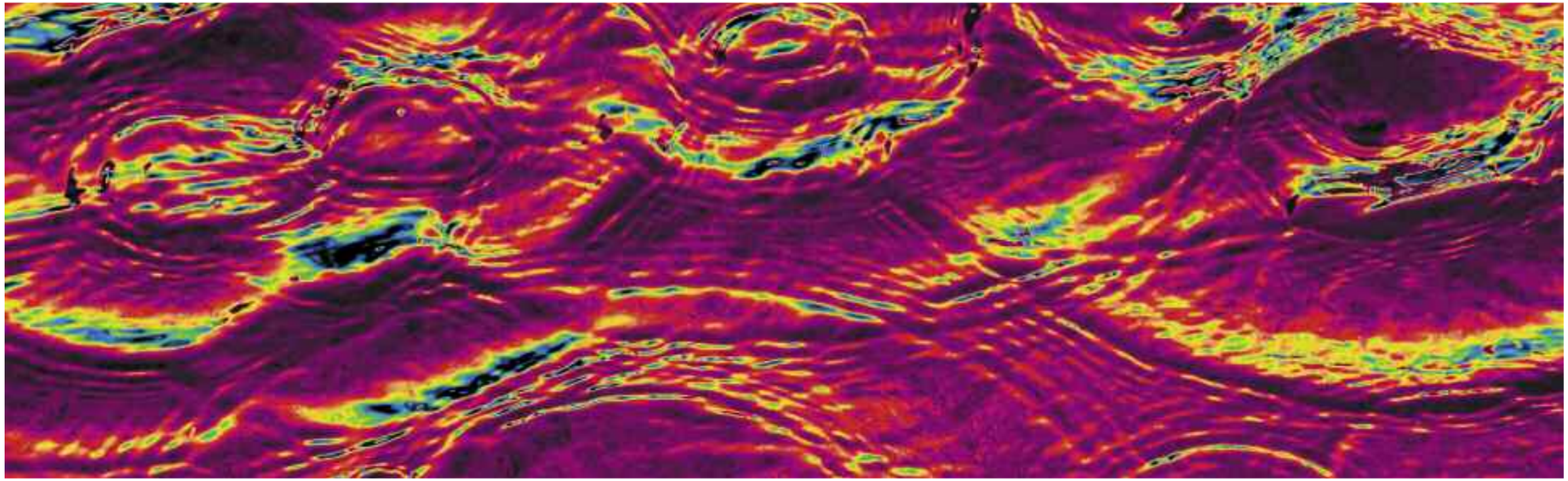
La concorrenza viene periodicamente monitorata attraverso l'esame dei dati di bilancio (benchmark economico-finanziario) combinato con conoscenze dirette sull'azione dei concorrenti.

Vengono promossi interventi in associazione di categoria per la diffusione della cultura della responsabilità sociale (interventi presso Assografici GIFASP).

L'azienda propone aperture di alleanze strategiche su progetti specifici (non in ottica di cartello) nel settore della ricerca di materiali per lo sbocco su mercati esteri (ipotesi di network per la copertura di aree geografiche non raggiunte).

Indice di litigation

Indice di litigation
Non esiste contenzioso con imprese concorrenti.



Fornitori

La gestione dei fornitori si basa principalmente sui seguenti punti:

- **Partnership:** sviluppare collaborazione tecnica e produttiva con i principali fornitori di prodotti e servizi in un'ottica di innovazione della tecnologia, dei materiali e di rispetto dei diritti umani nel mondo del lavoro.
- **Crescita delle parti interessate:** perseguire insieme al fornitore l'obiettivo comune del miglioramento continuo, superare l'interesse individuale perseguendo obiettivi comuni, coinvolgimento del fornitore nel processo produttivo.
- **Ricerca e sviluppo:** innovazione continua attraverso corsi di formazione e assistenza in azienda.
- **Visite ai fornitori:** nell'ottica di sviluppare rapporti di lungo periodo e strategie comuni.
- **Analisi strategica e politica di prezzo:** tramite statistiche viene costantemente monitorato il livello dei prezzi di acquisto, rispetto agli anni precedenti e rispetto al mercato (tabelle C.C.I.A.A. di Milano).

La selezione e la gestione dei fornitori, in particolare di quelli strategici per il core business, risulta fondamentale anche per il perseguimento del principio della qualità.

Viene promosso il coinvolgimento dei fornitori nella ricerca di nuove opportunità per il rispetto dell'ambiente.

La Direzione Generale ed i responsabili di funzione intendono;

- Comunicare ai fornitori le iniziative intraprese ed i risultati ottenuti tramite il sito web, le pubblicazioni sulla rivista aziendale, su riviste di associazioni di settore ed attraverso il Global Report.
- Sensibilizzare i fornitori verso le istanze della Responsabilità Sociale.

> Politiche di gestione dei fornitori

Ripartizione dei fornitori per categoria

La rispondenza dei prodotti/servizi acquistati alle necessità aziendali viene assicurata attraverso le seguenti attività:

- valutazione dei fornitori;
- qualificazione dei prodotti/servizi;
- verifica della completezza delle informazioni per l'approvvigionamento;
- verifica della rispondenza del prodotto fornito a quanto richiesto.

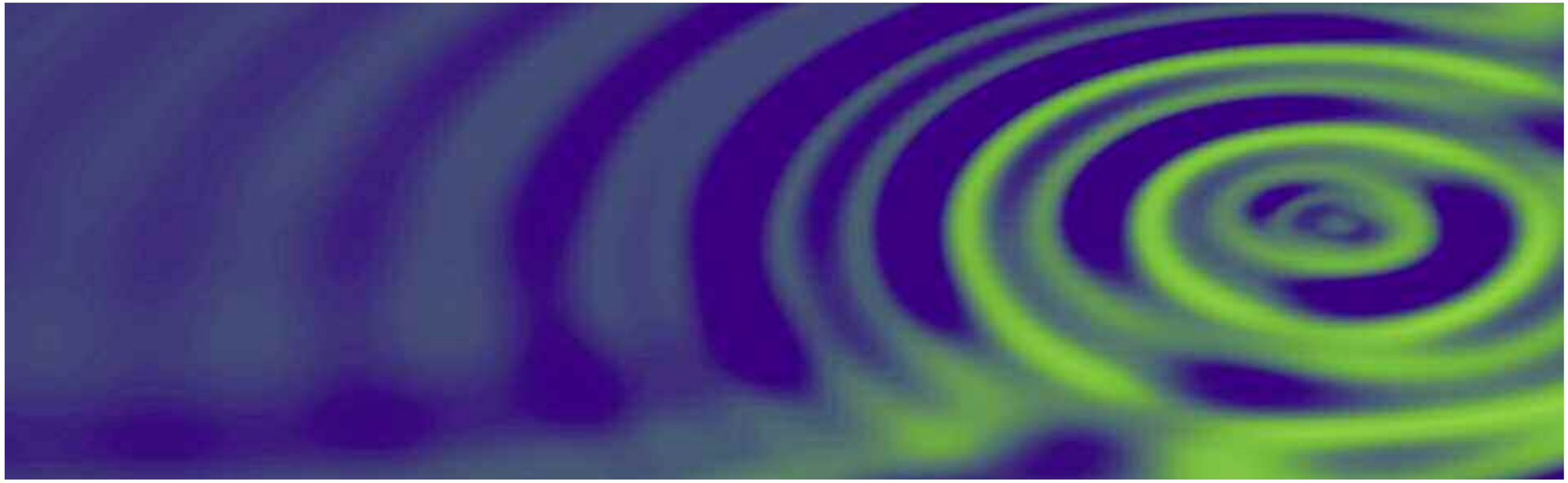
La selezione dei fornitori viene attuata in relazione alla capacità di soddisfare i requisiti di qualità richiesti nell'ordine o nel contratto, inclusi i requisiti relativi a sicurezza, ambiente e responsabilità sociale.

Tale valutazione viene compiuta principalmente nei seguenti casi:

- inserimento di un nuovo fornitore;
- inserimento di un nuovo prodotto d'acquisto;
- definizione dell'accettabilità dei fornitori storici dell'azienda.

L'omologazione dei fornitori viene effettuata attraverso:

- somministrazione di un questionario informativo, riferito alla sensibilità ambientale del fornitore ed all'impegno di conformità ai requisiti di responsabilità sociale e sicurezza;
- risultati delle misure e dei monitoraggi al ricevimento dei prodotti/servizi;
- risultati delle forniture precedenti (per fornitori già attivi);



- risultati delle misure e dei monitoraggi su campionature e/o sul prodotto effettuate dal fornitore e attestati mediante dichiarazione di conformità;
- verifica dell'elaborazione ed emissione da parte del fornitore di dichiarazioni di conformità, di manuali d'uso e manutenzione, fascicoli tecnici e documentazione tecnica delle attrezzature, delle macchine e degli impianti acquistati e sottoposti alle Direttive Europee;
- verifica dell'elaborazione ed emissione da parte del fornitore di schede tecniche e schede di sicurezza in merito ai prodotti acquistati;
- prove di qualificazione sul prodotto;
- verifica della presenza di certificazioni di prodotto;
- visite informative presso i fornitori;
- verifica della presenza di certificazione del Sistema di gestione per la Qualità e/o ambientale ottenuto dalle aziende fornitrici.

La valutazione positiva dei suddetti punti permette di omologare il fornitore. La valutazione viene ripetuta con cadenza annuale, in base:

- ai risultati delle misure e dei monitoraggi al ricevimento e nel corso dell'erogazione del servizio;
- alle eventuali non conformità attribuibili al fornitore stesso, emerse nel corso della lavorazione del prodotto o dopo la sua conclusione o giunte sino al cliente/parti interessate;
- alle informazioni (inerenti qualità, ambiente, sicurezza e responsabilità sociale) raccolte durante le visite presso i fornitori.

La valutazione periodica determina la conferma o l'eliminazione del fornitore dalla rosa di quelli omologati.

Per quanto riguarda gli appaltatori, l'omologazione avviene tramite analisi della completezza dei documenti forniti in base al D.Lgs 81/2008.

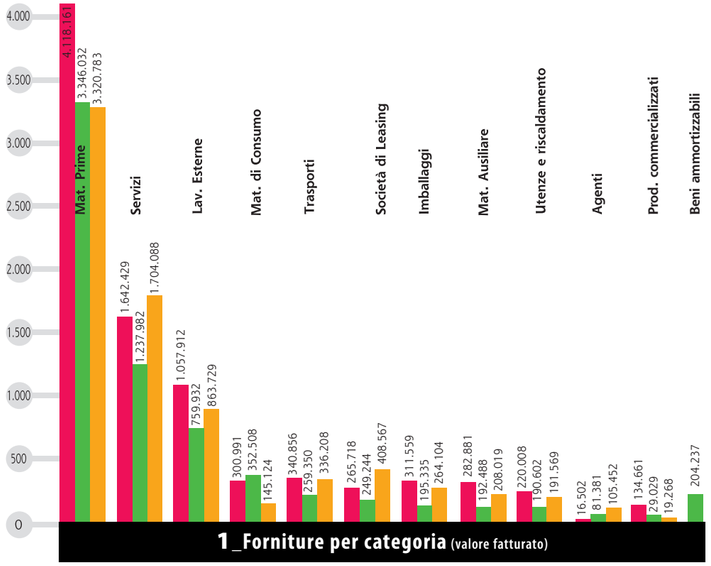
La volontà aziendale di creare rapporti di partnership con i propri fornitori viene espressa dalla concentrazione delle forniture negli acquisti di maggiore rilevanza, ed in particolare delle materie prime (fatturato medio pari a euro 196.103), delle società di leasing (fatturato medio pari a euro 66.429) e delle lavorazioni esterne (euro 81.378 in media con ciascun lavorante). Il numero di fornitori di materie prime si è ridotto per il 2011 (21 aziende) rispetto al 2010 (24 aziende).

Per quanto riguarda la provenienza geografica, una parte consistente degli acquisti (2,340 milioni di euro nel 2011, relativi principalmente a fornitori di servizi, lavorazioni esterne e trasporti) viene realizzata nella provincia di Milano; un'altra fetta consistente di acquisti (2,121 milioni di euro nel 2011) viene realizzata nella provincia di Ancona. La restante parte degli acquisti viene effettuata in altre regioni d'Italia ed all'estero (in particolare Svezia e Austria).

I fornitori con sede nel comune di Corinaldo sono stati 27, per un volume di acquisti pari a 456 mila Euro.

1

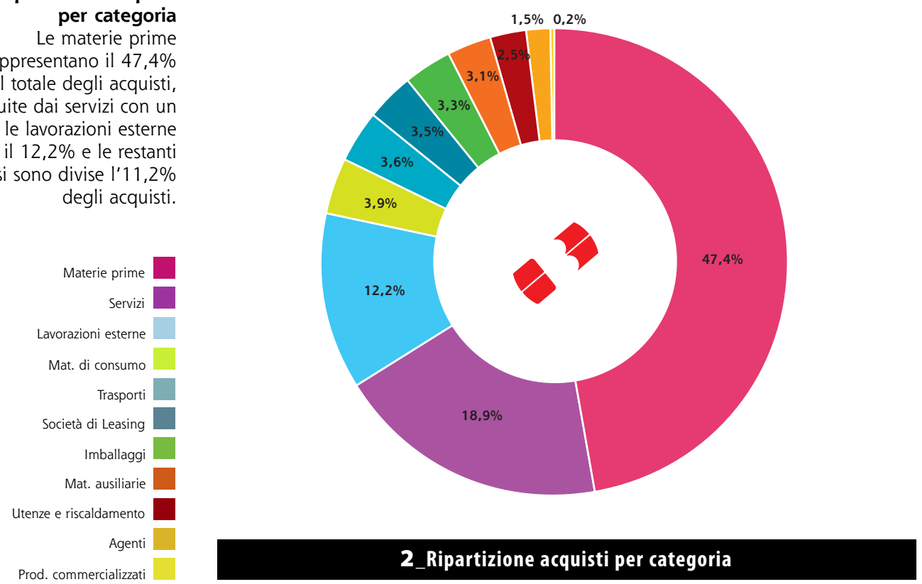
Acquisti per materie prime in aumento
Gli acquisti per le materie prime, rispetto al trend negativo che ha caratterizzato gli ultimi tre anni, ha fatto registrare un significativo aumento, passando da euro 3.346.032 del 2010 ad euro 4.118.161. Identica situazione per i servizi, le lavorazioni esterne, e i trasporti. Quest'ultime due categorie hanno raggiunto rispettivamente il 19% ed il 12% del totale degli acquisti.



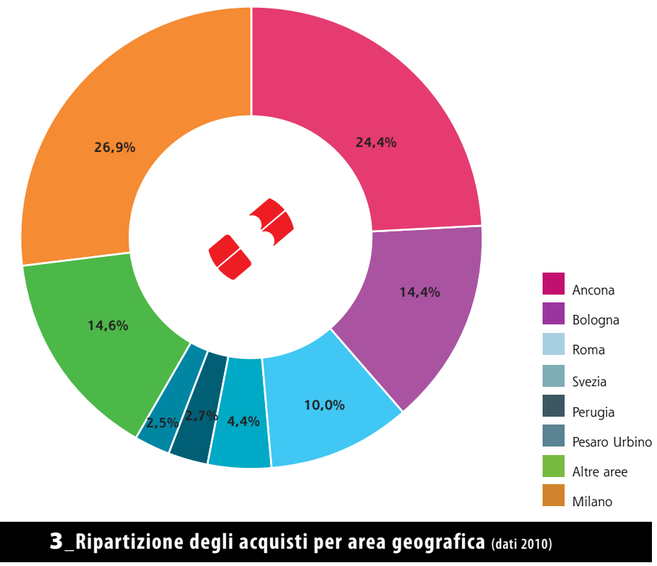
1_Forniture per categoria (valore fatturato)

2

Ripartizione acquisti per categoria
Le materie prime rappresentano il 47,4% del totale degli acquisti, seguite dai servizi con un 18,9%, le lavorazioni esterne con il 12,2% e le restanti categorie si sono divise l'11,2% degli acquisti.



2_Ripartizione acquisti per categoria



3_Ripartizione degli acquisti per area geografica (dati 2010)

3

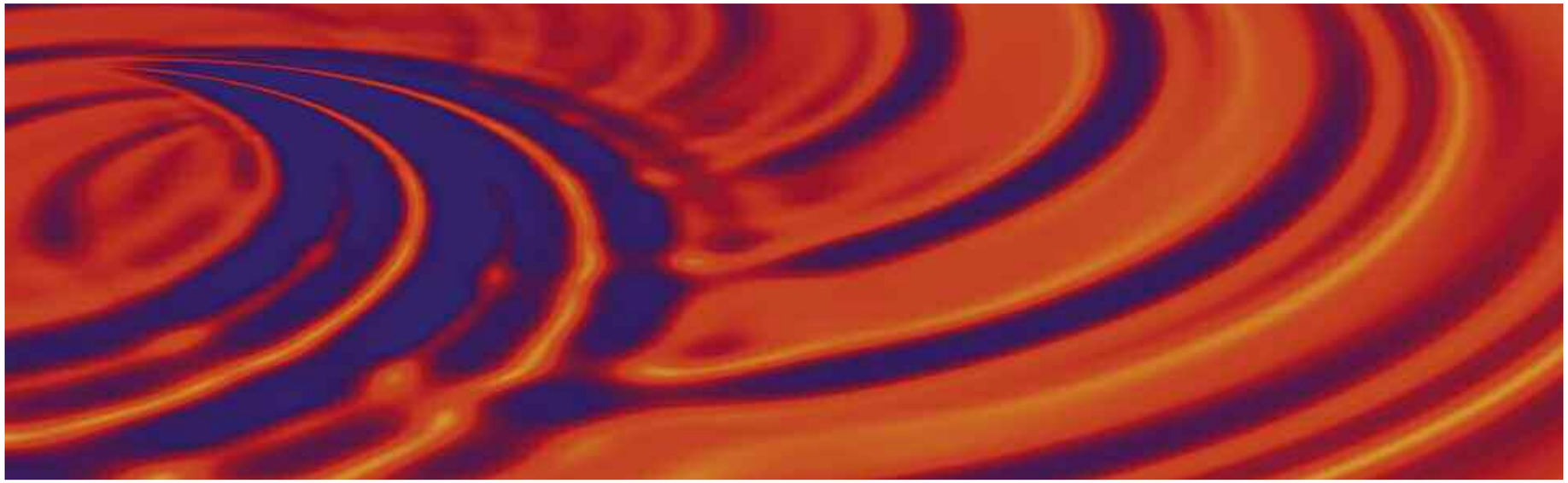
Il 51% degli acquisti proviene dalle province di Ancona e Milano
La società effettua gli approvvigionamenti prevalentemente nella provincia di Ancona e Milano, dalle quali proviene il 51,3% del fatturato. Volumi importanti provengono dalle provincie di Bologna (1,2 milioni di euro) e Roma (0,87 milioni di euro), per quanto concerne l'estero, dalla Svezia (381 mila euro).

Comunicazione, sensibilizzazione ed informazione

La società ha identificato i prodotti/servizi critici che debbono essere qualificati per assicurare la conformità ai requisiti qualitativi e di servizio, nonché quelli che hanno diretta influenza sugli aspetti/impatti ambientali significativi, sull'identificazione dei pericoli e la relativa valutazione/classificazione dei rischi in materia di sicurezza e salute sui luoghi di lavoro.
Per tali beni e servizi vengono comunicate ai fornitori procedure e istruzioni. Tali procedure indicano il comportamento "ambientale" e "di sicurezza" da tenere all'interno dell'azienda, sensibilizzando ed informando i fornitori/appaltatori dei pericoli identificati all'interno del sito e dei risultati della valutazione dei rischi relativi alla sicurezza mediante informativa ai sensi del D.lgs. 81/2008.

Contestualmente si chiede all'appaltatore l'analisi della valutazione dei rischi e delle misure di protezione dallo stesso attuate, nonché l'individuazione dei rischi ambientali e di sicurezza aggiuntivi introdotti in azienda per le lavorazioni da effettuare.

Inoltre viene attuata un'attività informativa in materia qualitativa, ambientale, di tutela della sicurezza e salute sui luoghi di lavoro e responsabilità sociale per tutti i fornitori di beni e di servizi.



Fornitori

Tale attività, svolta mediante invio e successiva verifica di un questionario informativo, è stata istituita per:

- sensibilizzare tutti i fornitori ad una gestione ambientale tesa al miglioramento dell'impatto delle proprie attività/prodotti e servizi sull'ambiente;
- acquisire informazioni sullo stato normativo ambientale delle aziende fornitrici (in particolare le cartiere), onde valutare la rispondenza ai requisiti minimi di legge;
- acquisire informazioni sull'applicazione delle leggi in materia di sicurezza, salute e igiene del lavoro;
- acquisire informazioni sulla struttura organizzativa, percentuale di presenze femminili nell'organico, percentuale di stranieri, classi di età dei lavoratori, utilizzo di fornitori e subfornitori italiani ed esteri, per valutare il grado di Responsabilità Sociale dell'azienda fornitrice;
- acquisire informazioni su processi, materie prime impiegate ed eventuale Sistema di gestione Qualità e/o ambientale implementato presso il fornitore, nonché eventuali altri schemi certificativi applicati.

L'azienda richiede al fornitore/appaltatore un impegno formale che eventuali attrezzature critiche utilizzate siano state adeguatamente tarate, comprovate da copia dei certificati di taratura.

Resta comunque a carico di ciascuno la responsabilità sui rischi specifici della propria attività. Si assicura il controllo costante e sistematico ogni qualvolta l'appaltatore opera all'interno dell'azienda, mediante presenza continua del responsabile-manutenzione, che si accerta di eventuali scostamenti dalle corrette modalità operative e di sicurezza previste, attivando in tal caso la procedura di gestione delle non conformità.

Fornitori

Analogamente vengono sensibilizzati ed informati i fornitori che operano all'interno dello stabilimento, sui pericoli identificati all'interno del sito, sulle uscite e sui punti di raccolta in caso di emergenza.

Al fornitore è inoltre consegnata l'Istruzione ambientale comportamentale, nella quale sono descritte le modalità di esecuzione del servizio nel rispetto dell'ambiente.

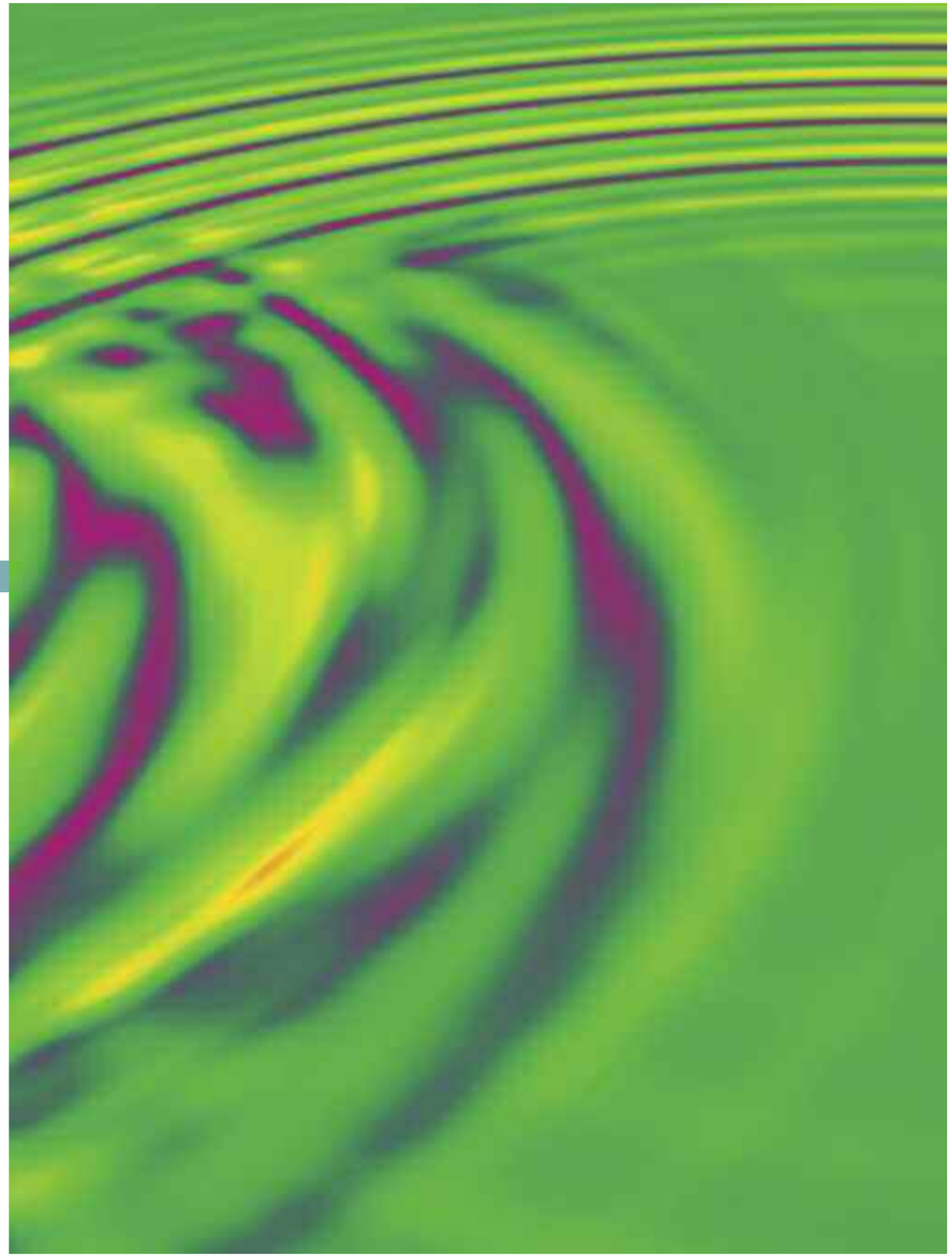
Sistema qualità - Certificazione fornitori
L'azienda privilegia, a parità di altre condizioni, fornitori con sistemi di qualità certificati. Tale politica viene adottata per tutte le forniture, ed in particolare per quelle che hanno un impatto significativo sulle caratteristiche dei prodotti offerti dall'azienda e sui processi.
Nel 2011 gli acquisti di materie prime sono stati effettuati per il 39,14% presso fornitori certificati ISO 9001. L'11,14% degli acquisti proviene da fornitori con doppia certificazione: ISO 9001 e ISO 14001. Il 67,40% degli acquisti di materie prime ed il 68,98% degli acquisti complessivi proviene da fornitori omologati sulla base delle procedure aziendali.
La certificazione ISO 14001 è posseduta da 7 fornitori, di cui 3 materie prime, 2 di materie ausiliarie, , 1 di tutela ambientale, 1 di materie di consumo, 1 di informatica.

> Condizioni negoziali

L'azienda si impegna a rispettare con puntualità i termini di pagamento concordati contrattualmente. Partendo da tale premessa, l'obiettivo dell'ufficio acquisti è quello di concordare termini di pagamento che consentano di ridurre l'esposizione finanziaria dell'azienda.

> Indice di litigation

Non esiste contenzioso di rilievo con fornitori.



Partner finanziari

I partner finanziari ricoprono un ruolo che va oltre la semplice provvista di capitale di finanziamento. Banche, compagnie assicurative e società di leasing costituiscono per l'azienda fornitori di servizi che incidono significativamente anche sulle tradizionali operations aziendali. La politica adottata nei confronti dei partner finanziari è orientata dai principi di partnership e di qualità che caratterizzano la fornitura in generale.

Ulteriore elemento della visione aziendale direttamente collegato alla categoria dei partner finanziari è quello del valore del capitale, ossia della ottimizzazione e miglioramento dei risultati economico - finanziari per continuare ad investire in risorse tecnologiche ed umane, considerando anche queste ultime un valore primario per l'azienda.

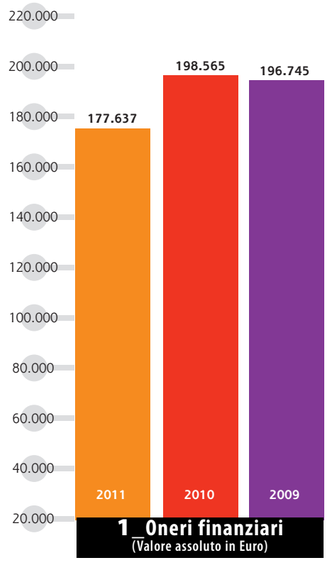
Infatti:

- La massimizzazione della redditività aziendale può essere perseguita attraverso una leva finanziaria che utilizzi capitale di finanziamento congiuntamente al capitale di rischio.
- Adeguate coperture assicurative concorrono alla stabilizzazione dei risultati nel tempo, attenuando i rischi economici di eventi di natura straordinaria.

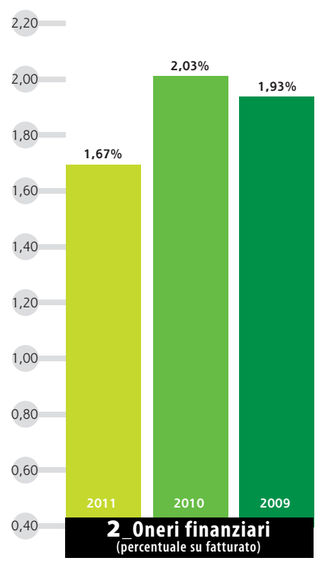
1-2

Oneri finanziari in diminuzione

Gli oneri finanziari hanno subito una riduzione del -10,53%, passando da euro 198.565 del 2010 a euro 177.637 nel 2011 ed hanno un'incidenza sul fatturato dell' 1,67%.



1_Oneri finanziari (Valore assoluto in Euro)

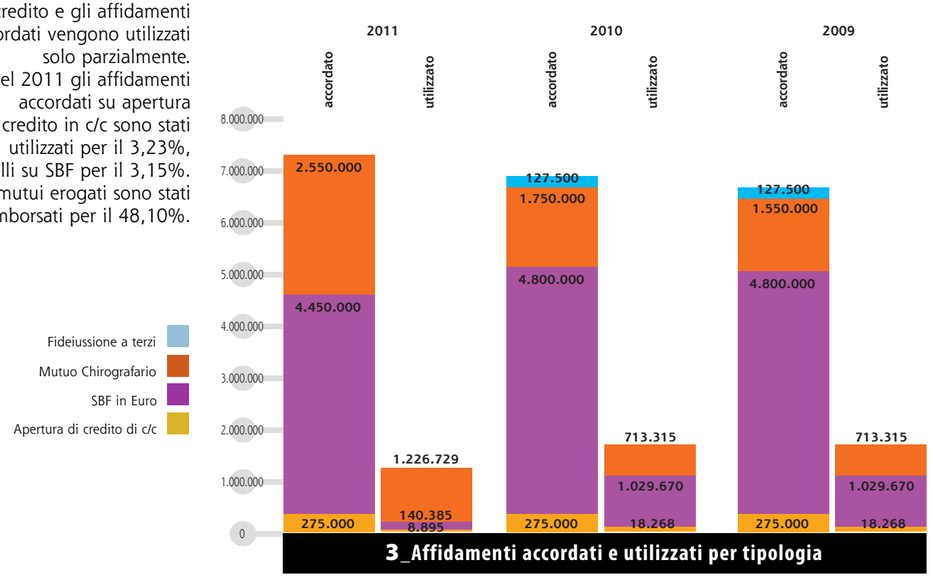


2_Oneri finanziari (percentuale su fatturato)

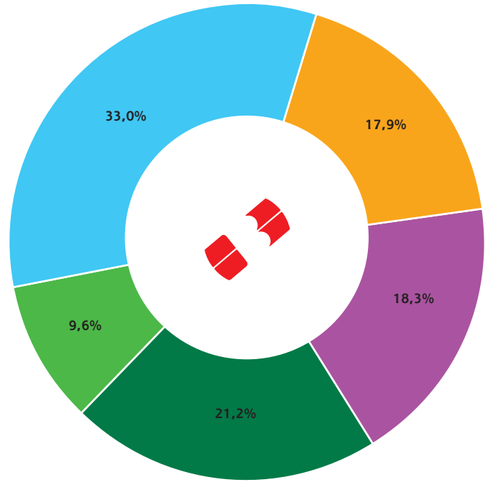
3

Affidamenti accordati e utilizzati

La società gode di una buona fiducia presso gli istituti di credito e gli affidamenti accordati vengono utilizzati solo parzialmente.
Nel 2011 gli affidamenti accordati su apertura di credito in c/c sono stati utilizzati per il 3,23%, quelli su SBF per il 3,15%.
I mutui erogati sono stati rimborsati per il 48,10%.



3_Affidamenti accordati e utilizzati per tipologia



4_Affidamenti per istituto di credito (dati 2010)

4

Istituti di credito utilizzati

La società utilizza principalmente istituti bancari con radici nel territorio, quali la Banca di Credito Cooperativo di Corinaldo, la Banca Popolare di Ancona e la Banca delle Marche. Banca Nazionale del Lavoro e Banca Popolare di Ancona rappresentano, rispettivamente, la prima e la seconda banca per volume di affidamenti accordati.

- Banca delle Marche
- Banca di Credito Cooperativo Corinaldo
- Banca Nazionale del Lavoro
- Credem
- Banca Popolare di Ancona
- Intesa Sanpaolo - Banca dell'Adriatico

> Rapporti con le banche

I rapporti con il sistema bancario sono caratterizzati da relazioni di lunga durata su base fiduciaria. L'azienda è, tuttavia, particolarmente sensibile al mantenimento di flussi informativi adeguati, che non si limitino alla semplice consegna dei prospetti di bilancio.

Annualmente viene organizzato un incontro con gli istituti di credito per presentare e commentare i dati dell'esercizio precedente e fornire indicazioni sugli sviluppi futuri dell'attività. I rapporti con gli istituti di credito sono tenuti personalmente dall'Amministratore Delegato con il supporto del Responsabile Amministrativo - Finanziario per quanto riguarda le problematiche di carattere straordinario, mentre sono gestiti dall'area amministrativa per le problematiche di carattere ordinario.

Il sistema bancario supporta adeguatamente lo sviluppo dell'azienda attraverso le tradizionali forme di affidamento, che vanno dall'apertura di credito di conto corrente (utilizzata per coprire fabbisogni temporanei di cassa) all'anticipazione salvo buon fine dei crediti verso clienti, a linee di finanziamento chirografario.

L'azienda gestisce i rapporti con gli istituti bancari con la volontà di garantire ogni forma di affidamento esclusivamente sulla capacità di generare adeguati flussi di cassa attraverso l'attività operativa ed attraverso una buona solidità patrimoniale. Per questo motivo non esistono debiti assistiti da garanzie reali o fideiussioni esterne concesse da soci, amministratori o altri soggetti a favore degli istituti di credito.

Il rating accordato dagli istituti di credito che hanno effettuato valutazioni preventive di tipo "Basilea 2" risulta sostanzialmente adeguato rispetto ai programmi di sviluppo.

> Rapporti con le compagnie assicurative

L'azienda si avvale della figura di un consulente per il risk management al fine di valutare e ridurre il rischio di impresa minimizzando i costi sostenuti per premi assicurativi.

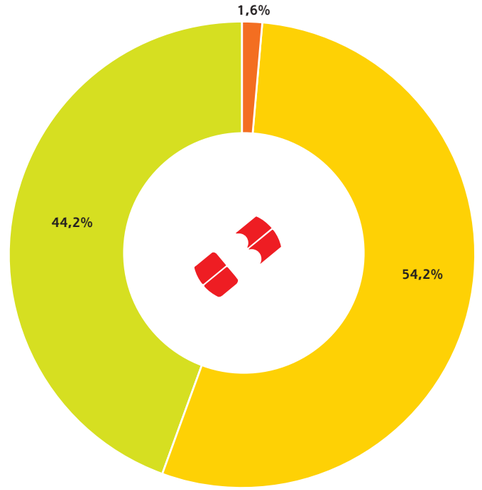
I rapporti con le società assicurative sono tenuti personalmente dall'Amministratore Delegato con il supporto del risk manager.

Sono state stipulate polizze per la copertura delle seguenti tipologie di rischio:

- Polizza infortuni extraprofessionali impiegati, a tutela della salvaguardia della professionalità delle risorse intellettuali dell'azienda.
- Responsabilità civile operai e terzi per danni causati a persone e cose; nel caso del personale dipendente, la polizza copre rischi residuali rispetto a quelli assicurati dall'INAIL;
- Polizza responsabilità civile prodotti, per la copertura di danni causati a terzi dall'uso dei prodotti dell'azienda.
- Polizza ritiro prodotti, per la copertura delle spese relative al ritiro dal mercato di prodotti che hanno causato danni.
- Polizza responsabilità civile auto.
- Polizza per Dirigenti industria Confindustria, per la copertura del rischio morte ed invalidità permanente.
- Polizze assicurazione furto a copertura del valore di alcuni beni strumentali.
- Polizze su beni in leasing, stipulate sulla base dei parametri richiesti dalle società concedenti.
- Polizza incendio "all risk", a tutela del patrimonio aziendale.

5_Contratti di assicurazione

Tipologia polizza	compagnia	Massimali 2011	Massimali 2010	Massimali 2009	Note
Polizza cumulativa Infortuni aziende	SAI annuale	103.291 103.291	103.291 103.291	103.291 103.291 36	Caso morte Invalidità permanente Inabilità temporanea
Ass. globale di responsabilità civile	SAI annuale	1.549.371 1.549.371	1.549.371 1.549.371	1.549.371 1.549.371	Resp. civile terzi Resp. civile dipendenti
Polizza ritiro prodotti	SAI annuale	120.000	120.000	120.000	Per singolo sinistro
Polizza di r. c. prodotti	SAI annuale	120.000	120.000	1.000.000	
Assicurazione Crediti	COFACE annuale	33.168	-	-	Assicurazione crediti
Polizza auto	Genertel annuale	300.000	300.000	3.000.000	
Dirigenti industria Confindustria	RAS annuale	144.608 144.608	144.608 144.608	144.608 144.608	Caso morte Invalidità permanente
Polizza tutela giudiziaria	UCA annuale	20.000	20.000	20.000	per vertenza
Polizza leasing	Generali	2.943.805	2.943.805	2.943.805	kba 142/ sanpaolo leasing
Polizza leasing	Generali	1.231.750	1.231.750	1.231.750	bobst 142/ locafit
Polizza "all risk"	RAS	8.770.000	8.770.000	8.770.000	alpina / locafit
Polizza leasing	Generali	750.000	750.000	750.000	



6_Ripartizione valori contratti di leasing (dati 2010)

6

Leasing per acquisizione macchinari

La soceità ha attivi tre contratti di leasing finanziario, stipulati con BNP PARIBAS per il 54,2% del totale finanziato, AGRILEASING per il 44,2% e CREDEMLEASING per l'1,6%.

- Credemleasing
- Agrileasing
- BNP PARIBAS

7_Società di leasing 2011

	Bene	Importo contratto	Comp. 2011	Somma rate a scadere	Valore di riscatto
BNP PARIBAS	SPHANTHERA	2.203.735	256.067	1.578.497	17.800
AGRILEASING	KBA 105	1.799.730	40.572		
CREDEM LEASING	Voltapile	65.678	10.936	38.324	550
TOTALI		**4.069.143**	**307.575**	**1.616.821**	**18.350**
+/- oscillazion canoni			**-41.857**		
Totale			**265.719**		

7

Sintesi dei contratti di leasing

Il costo originario dei beni acquistati con contratti ancora in essere nel 2011 è pari a euro 4.069.143.
I contratti di leasing presentano, complessivamente, un debito residuo pari a euro 1.616.821 al quale devono aggiungersi euro 18.350 per riscatto finale.
I canoni e gli oneri pagati nell'esercizio sono stati pari a euro 265.719 (al netto delle indicizzazioni).

8_Rimborsi leasing

	2011	2010	2009	var. 09/10%	var. 08/09%
Quota capitale	190.787	207.017	286.769	-27,81%	-26,38%
Quota oneri finanziari	74.932	125.970	111.266	13,22%	-0,02%
TOTALI	**265.719**	**332.987**	**398.035**	**-16,34%**	**-20,52%**

8

Capitale ed interessi

Considerando il leasing come forma di finanziamento, la quota capitale rimborsata nel 2011 è stata pari a euro 190.787 mentre gli interessi pagati sono stati pari a euro 74.932.

> Rapporti con Società di Servizi Finanziari

La società utilizza in modo consistente il leasing finanziario per l'acquisizione di impianti produttivi ad elevata tecnologia.
I rapporti con le società di leasing sono tenuti personalmente dall'Amministratore Delegato con il supporto del Responsabile Amministrativo-Finanziario per quanto riguarda le problematiche di carattere straordinario, mentre sono gestiti dall'area amministrativa per la gestione operativa.

> Indice di litigation

Non esiste contenzioso con i partner finanziari.

1_Imposte

	2011	% su V.A.G.L.	2010	% su V.A.G.L.	2009	% su V.A.G.L.
Imposte dirette						
IRES		0,00%	24.881	0,76%	58.263	1,62%
IRAP	64.506	2,03%	67.115	2,06%	69.389	1,93%
di cui: - Marche	64.506	2,03%	67.115	2,06%	69.011	1,92%
- Lombardia	-	0,00%	-	0,00%	378	0,01%
Imposte anticipate	-2.028	-0,06%	2.926	0,09%	1.250	0,03%
Imposte differite	-135	0,00%	-1.585	-0,05%	- 2.594	-0,07%
Totale Imposte Dirette	**62.343**	**1,97%**	**93.337**	**2,87%**	**126.308**	**3,51%**
Imposte indirette						
TARSU uff. RHO	4.018	0,13%	4.018	0,12%	-	0,00%
Diritto annuale C.C.I.A.A.	1.105	0,03%	1.327	0,04%	1.368	0,04%
Deposito bilanci ed atti Reg. Imp.		0,00%		0,00%	-	0,00%
Tassa vidimazioni libri sociali	541	0,02%	516	0,02%	516	0,01%
Valori bollati	175	0,01%	410	0,01%	254	0,01%
imposta sulla pubblicità	4.958	0,16%	4.957	0,15%	5.094	0,14%
Bolli auto	511	0,02%	511	0,02%	511	0,01%
imposta di registro	1.207	0,04%	340	0,01%	-	0,00%
altre imposte e tasse	601	0,02%				
Totale Imposte Indirette	**13.116**	**0,41%**	**12.080**	**0,37%**	**7.744**	**0,22%**
TOTALE IMPOSTE	**75.459**	**2,38%**	**105.417**	**3,24%**	**134.052**	**3,72%**

Stato, Enti Locali e Pubblica Amministrazione

Il rapporto con la Pubblica Amministrazione è improntato alla massima correttezza; a tal proposito l'azienda si impegna a:

- Rispettare le norme vigenti e, dove possibile, superare gli standard minimi obbligatori.
- Instaurare con la pubblica amministrazione un rapporto di fiducia e trasparenza sulle attività dell'azienda.

Sotto il profilo delle risorse erogate dall'azienda a titolo di imposte dirette, si evidenzia che nel 2011, in assenza di base imponibile, l'IRES è uguale a zero.

Il carico IRAP 2011 è rimasto sostanzialmente invariato rispetto al 2010, con un lieve scostamento in valore assoluto (da 67.115 euro a 64.506 euro) ed un incremento dell'incidenza sul VAGL, passata dal 2,06 al 2,03%. Il carico fiscale IRAP è relativo alla sola Regione Marche.

Complessivamente, le imposte dirette di competenza (al netto quindi della fiscalità anticipata e differita) sono diminuite di circa 31 mila euro; l'incidenza percentuale dell'imposizione diretta sul Valore Aggiunto Globale Lordo si è ridotta, passando dal 2,87% all'1,97%.

Per quanto concerne le imposte indirette, i tributi Comunali sulla pubblicità risultano pari ad euro 4.958 e quelli per lo smaltimento rifiuti ammontano a 4.018 euro. I diritti per la C.C.I.A.A. di Ancona sono pari ad euro 1.105 (quota annuale 2011). La tassa sulla vidimazione dei libri sociali è pari a euro 541. In riferimento alla ricchezza prodotta nel 2011 (pari ad euro 3.171.508), la parte distribuita agli enti pubblici - ed erogata alle istituzioni pubbliche come contributo allo sviluppo territoriale e sociale del sistema politico cui appartiene l'azienda - è di euro 75.459, con un'incidenza percentuale sul Valore Aggiunto Globale Lordo pari al 2,38%.

> Rapporti con gli enti locali

I Principali partner nella diffusione di una Cultura della Responsabilità Sociale sono:

- Il Ministero del Welfare, relativamente alla partecipazione ad incontri e tavole rotonde per il monitoraggio del modello CSR-SC.
- La CCIAA di Ancona.
- Altre Camere di Commercio sensibili alla diffusione della CSR (CCIAA Roma, CCIAA Treviso).
- Il Comune di Corinaldo.

> Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

Il totale dei contributi ottenuti per il 2011 è pari a 31.944 euro, in diminuzione rispetto all'importo di 82.304 euro dell'anno 2010. L'incidenza dei contributi in percentuale sul V.A.G.L. è passata dal 2,53% del 2010 all'1,01%.

2_Contributi ricevuti

	2011	% su V.A.G.L.	2010	% su V.A.G.L.	2009	% su V.A.G.L.
L. 266/ 97	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
L. 598/ 94	-	0,00%	82.304	2,53%	-	0,00%
L. 388/2000	-	0,00%	-	0,00%	-	0,00%
Credito d'imposta L.269/2008	31.944	1,01%	-	0,00%	-	0,00%
Credito d'imposta Risparmio Energetico 55%	-	0,00%	-	0,00%	8.096	0,22%
Totale contributi ricevuti	**31.944**	**1,01%**	**82.304**	**2,53%**	**8.096**	**0,22%**

> Indice di litigation

Non è in essere alcun contenzioso con la Pubblica Amministrazione.

Comunità e territorio

Il legame con la comunità ed il territorio è orientato ad un principio di partnership estesa dove l'impresa diventa un attore sociale per la tutela e la diffusione dei valori etici, delle tradizioni e della cultura locale, oltre all'impegno verso la collettività più allargata.

> Corporate giving - solidarietà sociale

Nel 2011 la società ha attivato una raccolta fondi a favore del gruppo Aleimar Onlus; questa organizzazione di volontariato si occupa, attraverso adozioni a distanza e progetti di sviluppo, di minori in difficoltà (bambini di strada, orfani, abbandonati, profughi) senza distinzione di religione, razza e cultura. Nello specifico Boxmarche ha sostenuto il Progetto Scuola Materna ed Elementare "I Piccoli Angeli", Natitingou – Benin.

Sono stati raccolti fondi per oltre 10 mila euro grazie al contributo di collaboratori, amici e fornitori intervenuti durante la consueta Cena Solidale Natalizia del 17 Dicembre 2011.

Nel 2011 è inoltre proseguito il progetto, avviato nel 2008 con l'Associazione Onlus Voce di Pesaro, per l'adozione a distanza di un bambino brasiliano, mentre un'altra adozione continua tramite l'Associazione "I Bambini di Simone Onlus".

Boxmarche ha inoltre sostenuto lo spettacolo teatrale "Benji" promosso dai "Giovani Imprenditori di Confindustria Ancona" e prodotto dall'Accademia D'Arte Drammatica di Roma, dal Teatro Stabile delle Marche e dalla Compagnia Belteatro. Lo spettacolo si è tenuto a Sirolo presso il Teatro Cortesi in data 6 Maggio 2011. Scopo dell'evento è stata la raccolta fondi da destinare all'Associazione Ylenia Morsucci Onlus di Falconara Marittima, costituita nel 2008 a seguito della scomparsa improvvisa di Ylenia e volta a dare sostegno ed aiuto a persone socialmente disagiate con particolare attenzione a bambini e persone diversamente abili.

La serie converge assolutamente
se converge la serie formata
con i valori assoluti dei suoi termini.

> Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

Istruzione e formazione

- **Giornata Nazionale delle Piccole e Medie Imprese**, stabilimento Boxmarche 25 Novembre. L'Azienda ha aderito a questa iniziativa promossa a livello locale da Confindustria Ancona; l'obiettivo della giornata è stato quello di far conoscere ai giovani la forza e il ruolo della Piccola e Media Impresa, la sua capacità di creare ricchezza e occupazione ed il suo essere parte integrante della comunità in cui opera. Boxmarche ha ospitato la classe 4° del Liceo Scientifico Medi di Senigallia.

- **Lezione "CSR e Oltre – Il caso Boxmarche"** presso il Politecnico di Milano in data 4 Maggio 2011. La lezione era indirizzata agli studenti del Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale. L'evento è stato organizzato dal Prof. Piercarlo Maggiolini (Professore di Strategic Management, Innovation Management and Organization presso il Politecnico di Milano).

- **Lezione "Piccole e Medie Imprese: "Il caso Boxmarche"** presso l'Università Bocconi di Milano in data 5 Novembre 2011. L'evento è stato organizzato dal Prof. Paolo Preti (Professore di Organizzazione e Personale presso SDA Bocconi).

Nel 2011 la società ha presentato la propria esperienza in tema di responsabilità sociale e cultura d'impresa ai seguenti convegni, manifestazioni, iniziative:

- **Premio Oscar di Bilancio 2010 del FERPI** Federazione Relazioni Pubbliche Italiana. L'azienda ha partecipato nella sezione Medie e Piccole Imprese (non quotate) con il Global Report 2010;

- Convegno **"Una Nuova Cultura nell'Agire Economico"** tenutosi il 19 Marzo presso il Teatro la Nuova Fenice di Osimo; promosso dal Comune di Osimo, Banca di Credito Cooperativo di Osimo e da "Economia di Comunione – Movimento dei Focolari".

- Convegno **"L'Impresa Responsabile – Impegno Ambientale e Sociale come valore nella gestione dell'attività e produzione aziendali"** organizzato all'interno della Fiera "Stiamo al Verde" tenutasi il 9 e 10 Settembre 2011 a Lucrezia di Cartoceto.

- Partecipazione alla tavola rotonda **"White Economy"** in data 15 Settembre 2011 presso il Giardino della Pinacoteca di Fabriano: l'incontro è stato organizzato in occasione della 24° Mostra Mercato Regionale dell'Artigianato (Fabriano 15-18 Settembre 2011).

- Seminario **"Modi diversi di fare cultura"** tenutosi Mercoledì 14 Dicembre 2011 ad Ancona (ISTAO – Villa Favorita) ed organizzato da Cohabitat all'interno dell'Evento "Salto Culturale: Operatori Culturali, Imprese e Amministrazioni Pubbliche alla sfida della Crescita Intelligente".

Cultura

Nel 2011 Boxmarche ha partecipato all'organizzazione dei seguenti eventi culturali, in collaborazione con la comunità locale:

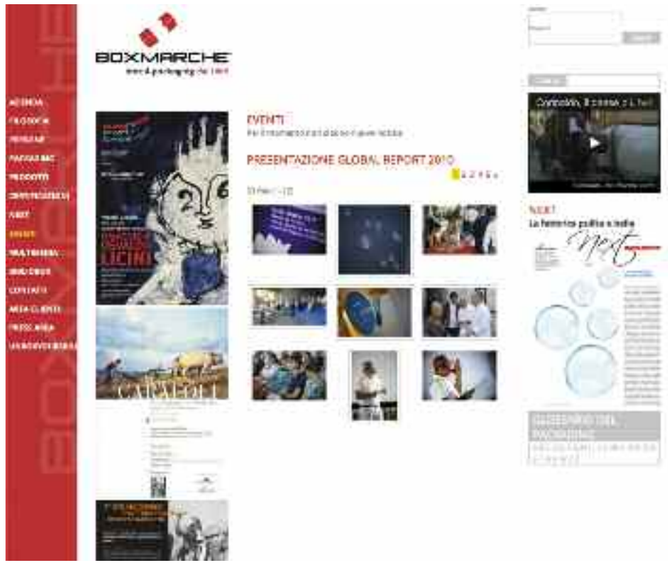
- **Contributo all'Associazione Turistica Pro Corinaldo** in occasione di Halloween - La Festa delle Streghe 2011;

- **Contributo** in collaborazione con l'Amministrazione Comunale di Corinaldo e altre associazioni, **alla scuola secondaria "G. degli Sforza"** di Corinaldo in occasione del 18° concerto "Notte di Note" di fine anno scolastico.

> Comunità virtuale

"La mania di fare meglio" ci ha spinto a migliorare il nostro sito web per instaurare un sempre più stretto rapporto di collaborazione con i nostri Clienti, Fornitori, Partner e Comunità Esterna. Abbiamo abbandonato la tradizionale funzione di sito-vetrina ed abbiamo creato un vero e proprio strumento di servizio dedicato a tutti coloro che vogliono avvicinarsi al mondo del packaging accompagnati da una guida competente e presente sul mercato da oltre 40 anni. **La trasparenza è il nostro credo** e con questo nuovo strumento siamo certi di aprire una porta d'ingresso diretta in Boxmarche dando la possibilità a chiunque di vederci realmente per quello che siamo, ponendoci domande, fornendoci suggerimenti, condividendo le nostre iniziative e la nostra volontà di **fare impresa in maniera positiva**.
Oltre ad essere rinnovato nella grafica e nei contenuti il sito è stato arricchito con alcuni strumenti innovativi in modo da aumentare le possibilità di interazione tra visitatore e Azienda.
Il nuovo sito-portale **www.boxmarche.it** è stato attivato Venerdì 8 Luglio 2011 in occasione della presentazione del Global Report Boxmarche 2010.
La nuova struttura ha permesso una migliore organizzazione e visibilità dei contenuti, del menu e dei collegamenti rendendo più fruibile la navigazione agli utenti. In particolare le caratteristiche del nuovo strumento sono:

- Struttura del sito ottimizzata per una maggior velocità di navigazione
- Navigazione semplice e chiara
- Facile visualizzazione del catalogo prodotti e delle certificazioni
- Design efficace ed attrattivo
- Web browser compatibilty



- Glossario del Packaging
- Sezione Next completamente rinnovata
- Nuova sezione BiblioBox

Il nuovo sito ha da subito riscosso successo tra gli utenti tanto da registrare un significativo aumento dei visitatori e delle pagine consultate.
Altre importanti novità e miglioramenti sono previsti per l'anno in corso con particolare riferimento ai clienti Boxmarche per fornire loro un servizio di customer care sempre migliore e che permetta all'azienda di differenziare la propria offerta in maniera sempre più forte.

Sezione di sostenibilità Relazione Sociale

Ambiente

La politica ambientale Boxmarche è orientata a:

- Perseguire uno sviluppo sostenibile.
- Gestire tutte le attività del sito in conformità con leggi e regolamenti locali, nazionali e comunitari e con gli Standard Aziendali.
- Orientare i clienti e tutte le parti interessate ad una sensibilità ambientale.
- Coinvolgere i dipendenti nell'attenzione verso l'ambiente e promuovere un diffuso senso di responsabilità nei suoi confronti.
- Ricercare con i fornitori nuove opportunità per il rispetto dell'ambiente.
- Instaurare con la comunità locale e la pubblica amministrazione un rapporto di fiducia e trasparenza sulle attività aziendali ad impatto ambientale.
- Promuovere e svolgere tutte le attività per l'identificazione, la valutazione e la riduzione degli impatti ambientali.
- Gestire il sito produttivo, progettare e realizzare le modifiche o le nuove attività considerando le interazioni con l'ambiente ed il territorio.
- Assicurare il monitoraggio delle prestazioni ambientali del sito al fine di fornire gli elementi necessari per il miglioramento.
- Ottimizzare l'uso delle risorse naturali mediante un impegno razionale ed efficiente delle risorse energetiche e delle materie prime insieme alle migliori tecnologie disponibili.

Sistemi di gestione ambientale e certificazioni

L'azienda è impegnata da diversi anni al mantenimento del proprio sistema di gestione ambientale secondo la UNI EN ISO 14001 e secondo il regolamento comunitario 761/01 (EMAS), nell'ottica di miglioramento continuo delle performance ambientali.

La prima certificazione ISO 14001 risale al 2001; nel 2005 tale certificazione è stata aggiornata secondo la nuova edizione della norma ISO 14001:2004 e, al tempo stesso, è stata ottenuta la convalida della Dichiarazione Ambientale, alla quale è seguita nel 2006 la registrazione EMAS (numero di registrazione I-000436).

Nel 2008 sia la certificazione ISO14001 che la Dichiarazione Ambientale sono state rinnovate. Nel corso del 2009 è stata confermata la registrazione all'APAT.

Gli obiettivi del sistema di eco-gestione integrato alla qualità sono:

- Rispetto delle leggi relative all'ambiente.
- Monitoraggio sistematico degli impatti ambientali ed evoluzione del sistema di gestione nell'ottica del miglioramento continuo.
- Comunicazione con le parti interessate sugli aspetti ambientali che coinvolgono l'azienda.
- Rafforzamento di una coscienza aziendale in linea con la politica ambientale.
- Sensibilizzazione verso la clientela.

Al fine di divulgare gli obiettivi e i risultati conseguiti, annualmente, come richiesto dal regolamento CE 761/01 (EMAS), viene redatto l'aggiornamento della Dichiarazione Ambientale.

Come per la Dichiarazione Ambientale, gli aggiornamenti periodici vengono convalidati dell'ente di certificazione DNV tramite la verifica periodica sul sistema di gestione ambientale.

La Dichiarazione Ambientale viene diffusa attraverso il sito wwwboxmarche.it. L'azienda ha identificato le normative ambientali applicabili alla propria realtà; il responsabile del sistema di gestione integrato è incaricato del monitoraggio su nuove norme applicabili.

Ad ogni novità introdotta nel processo di produzione o nei processi di supporto viene effettuata un'analisi ambientale volta a valutarne l'impatto ambientale.

L'analisi ambientale, quindi, ha il fine di valutare la significatività del nuovo aspetto/impatto ambientale.

Le attività con ricaduta sull'ambiente, e la valutazione della significatività degli aspetti/impatti, sono descritte in apposite istruzioni operative ambientali.

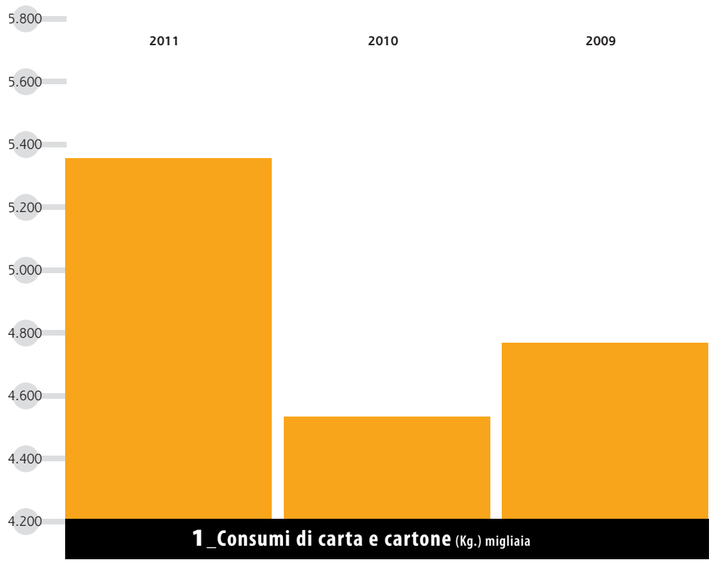
Le problematiche aziendali riguardanti l'ambiente vengono trattate come non conformità e il miglioramento continuo delle performance viene attuato anche attraverso azioni correttive e preventive.

Le performance ambientali vengono inoltre monitorate tramite l'analisi periodica degli indicatori.

1

In aumento i consumi di materie prime

La materia prima utilizzata per la produzione di articoli cartotecnici è costituita da carta e cartoncino, in prevalenza riciclati.
A differenza del trend che ha caratterizzato l'ultimo triennio, nel 2011, la società ha aumentato il consumo di carta e cartone, con un aumento del 22,79%.

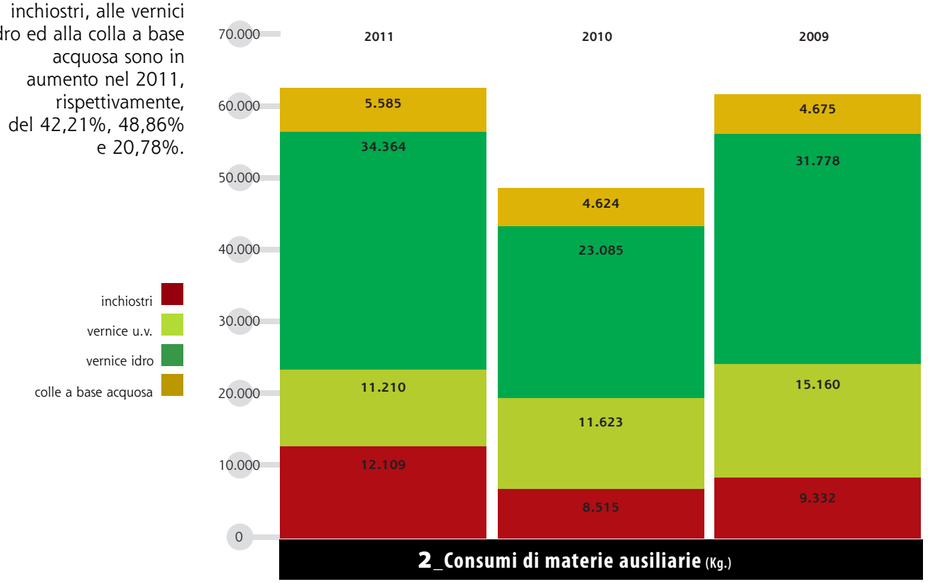


1_Consumi di carta e cartone (Kg.) migliaia

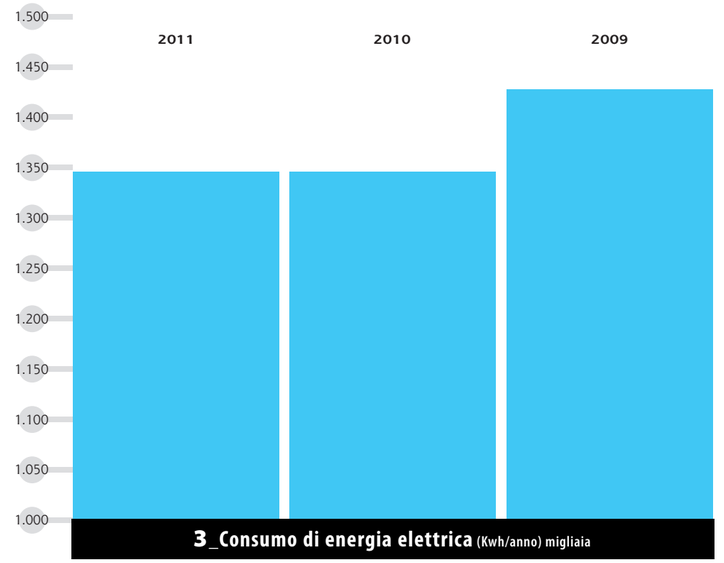
2

In aumento anche i consumi di materie ausiliarie

I consumi relativi agli inchiostri, alle vernici idro ed alla colla a base acquosa sono in aumento nel 2011, rispettivamente, del 42,21%, 48,86% e 20,78%.



2_Consumi di materie ausiliarie (Kg.)



3_Consumo di energia elettrica (Kwh/anno) migliaia

3

Consumi elettrici sopra il livello 2010

Il consumo di energia elettrica ha subito un forte aumento nel 2011 passando da Kwh 1.272.114 del 2010 a Kwh 1.496.327 pari al 17,63%.

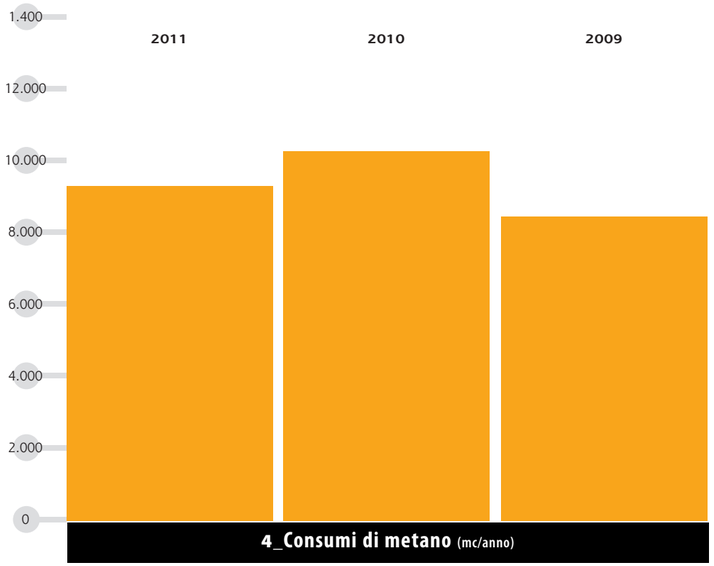
La materia prima utilizzata per la produzione di articoli cartotecnici quali scatole, astucci, fasce ed espositori litografati è costituita da carta e cartoncino, in prevalenza riciclati.

Le materie ausiliarie sono costituite in prevalenza da inchiostri, vernici UV, alcool, vernici idro, prodotti per pulizia, colle viniliche.
La stampa avviene con macchine offset - a foglio a sei colori - che utilizzano inchiostri a base grassa.
La scelta di tali materie viene fatta in modo oculato, ricercando continuamente materie prime compatibili con l'ambiente e sicure per la salute dei lavoratori.
Vengono utilizzati solventi ecologici, vernici idro a bassa concentrazione di ammoniaca ed inchiostri a base grassa e a bassa concentrazioni di solventi. Attualmente si stanno utilizzando anche inchiostri a base vegetale per la produzione di imballi destinati al contatto diretto con gli alimenti.
Il RSGI (responsabile del sistema di gestione integrato) conserva ed aggiorna continuamente le schede di sicurezza di tutti i prodotti.

Energia ed acqua

Le risorse naturali ed energetiche, utilizzate sono:

- Acqua.
- Energia elettrica.
- Metano per energia termica (ad uso riscaldamento).
- Gasolio per autotrazione per gli autoveicoli aziendali.



4_Consumi di metano (mc/anno)

4

Il consumo di metano è sceso

Il consumo di metano nel 2011 è diminuito passando da mc 10.183 a mc 9.360, con una variazione in diminuzione dell'8,1%.

L'acqua utilizzata nelle diverse attività di produzione e per usi civili sanitari viene approvvigionata da acquedotto comunale orientativamente con questa proporzione:

100 - 150 m3 per usi industriali e 300 - 350 m3 per usi civili.

Per esigenze particolari (uso irriguo) è prelevata acqua di falda di subalveo del fiume Nevola, utilizzando il pozzo disponibile e regolarmente censito: l'azienda ha ottenuto la concessione pluriennale in data 19.11.2002, modificata nel corso del 2004.

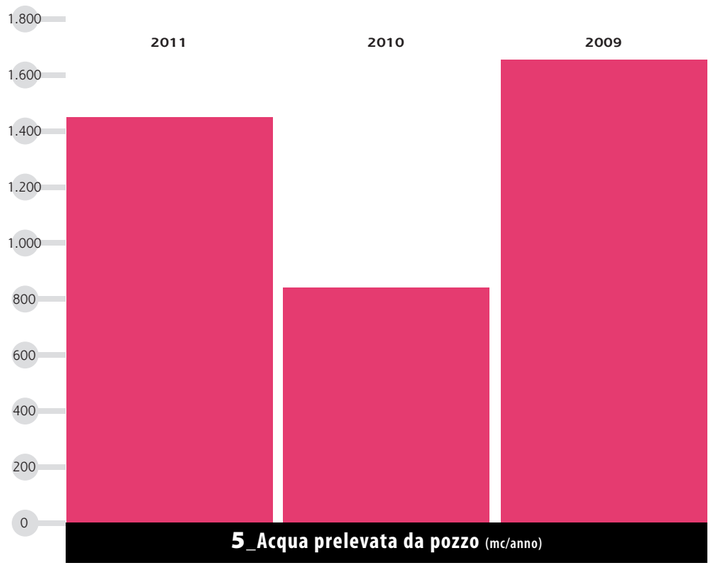
Per quanto riguarda l'energia elettrica ed il gas naturale, l'azienda dispone di contratti di libero mercato.

Emissioni in atmosfera

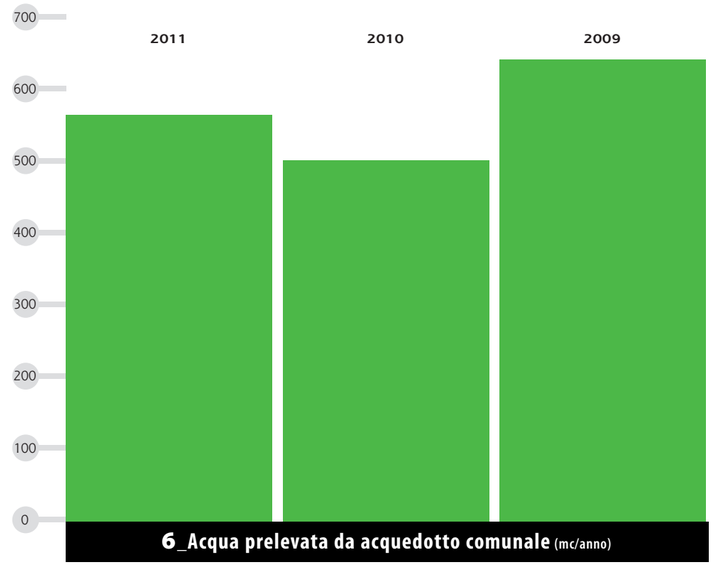
Il ciclo tecnologico aziendale prevede l'utilizzo di macchine da stampa dalle quali si originano emissioni convogliate all'esterno attraverso sei camini.

Le emissioni in atmosfera sono regolarmente censite ed autorizzate dagli enti competenti; inoltre vengono analizzate da un laboratorio esterno accreditato con cadenza semestrale.

Gli impianti di condizionamento sono privi dei liquidi refrigeranti dannosi per l'ozono, ad eccezione di uno, contenente R22 che tuttavia potrebbe essere dannoso solo in caso di perdite o rotture. L'azienda non ricade nell'ambito di applicazione del D.Lgs. 372/99 (che recepisce la Direttiva 96/61/CE, cosiddetta I.P.P.C.: Integrated Pollution Prevention and Control) né nell'ambito di applicazione del DM44/2004 in quanto l'attività non è inclusa tra quelle che tradizionalmente prevedono il consumo e la conseguente emissione di solventi.



5_Acqua prelevata da pozzo (mc/anno)



6_Acqua prelevata da acquedotto comunale (mc/anno)

5 - 6

Il consumo di acqua è aumentato

Nel 2011 si è avuto un aumento del consumo di acqua.
Nello specifico si è avuto un lieve aumento dell'acqua prelevata dall'acquedotto comunale, passando da mc 500 a mc 575 (+15%) e un forte aumento nell'utilizzo dell'acqua prelevata dal pozzo, passando da mc 829 a mc 1.446 (+70,4%).

Scarichi Idrici

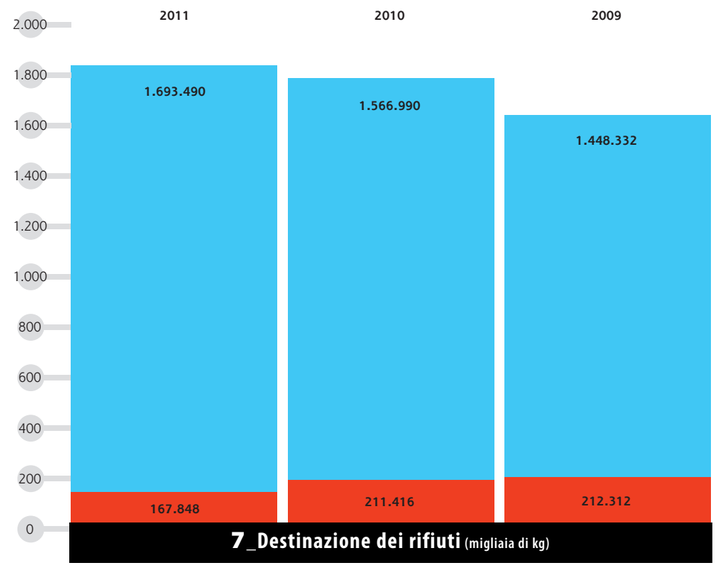
Gli scarichi idrici prodotti dall'azienda sono:

- Scarichi provenienti da servizi igienici con linee distinte e convogliate in impianti di trattamento di tipo biologico a fanghi attivi.
- Scarichi con linee distinte provenienti dai cicli di processo (stampa) e smaltiti come rifiuti.
- Scarichi pluviali e acque provenienti da dilavamento dei piazzali.

Gli scarichi idrici confluiscono in acque superficiali, dal momento che la zona dove sorge l'azienda non è servita da impianti di depurazione comunali, pertanto vengono tenuti sotto controllo con analisi interne i parametri ex tab 3 D. Lgs. 152/99 e successive modifiche ed integrazioni del Testo Unico Ambientale del DLgs 152/2006, per assicurare che gli scarichi siano conformi a quanto previsto dalla normativa.

Rifiuti

I rifiuti prodotti dall'azienda sono costituiti in prevalenza da carta e cartone, imballaggi in legno e plastica, destinati a recupero e raccolti in appositi containers e compattatori dedicati nell'area esterna dell'azienda. All'interno dei reparti, i rifiuti sono codificati e gestiti in appositi contenitori. Inoltre vengono gestite come rifiuti le acque utilizzate nel processo produttivo.

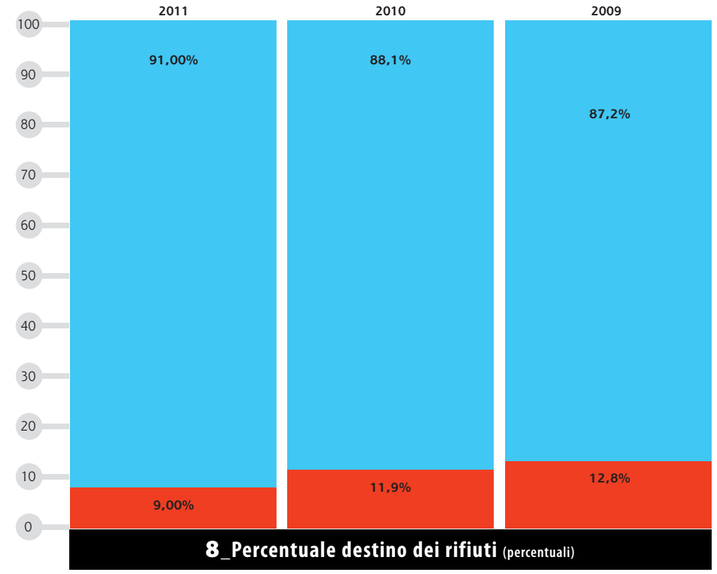


7_Destinazione dei rifiuti (migliaia di kg)

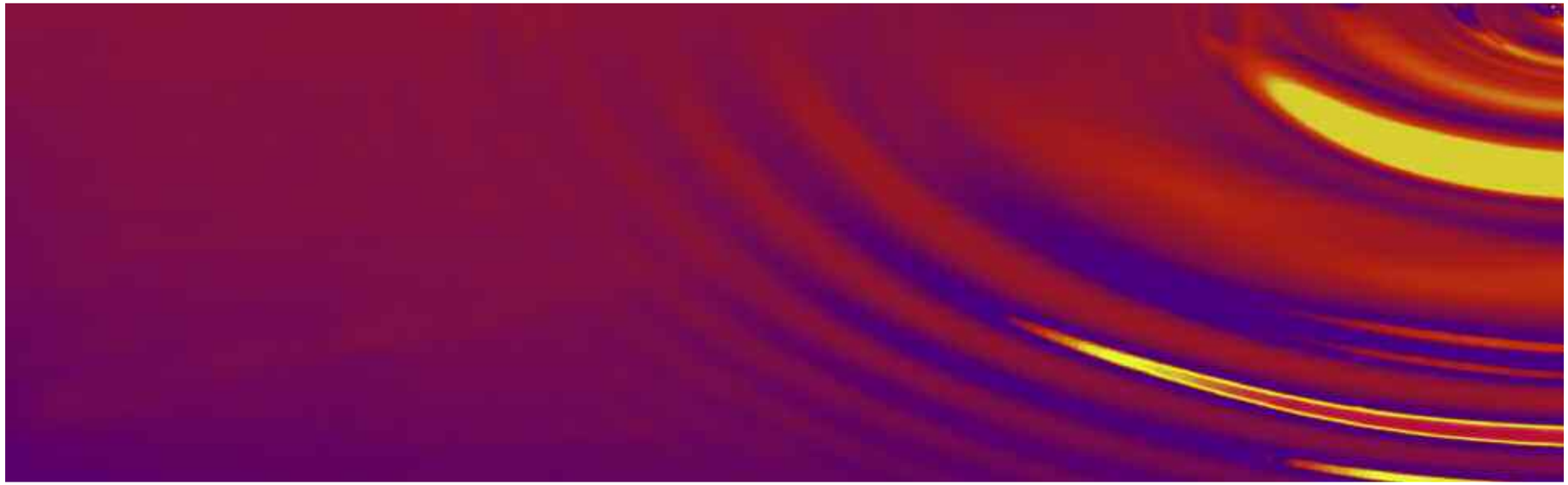
7 - 8

Boxmarche pensa alla tutela dell'ambiente

La maggior parte dei rifiuti, costituita in prevalenza da carta e cartone, imballaggi in legno e plastica, viene recuperata in appositi containers e compattatori dedicati nell'area esterna dell'azienda.



8_Percentuale destino dei rifiuti (percentuali)



Imballaggi
La società è individuata come produttore di imballaggi ed ha aderito al CONAI ed al COMIECO (Consorzio di filiera relativo alla carta).

Gli adempimenti previsti da tali Consorzi vengono eseguiti correttamente entro i termini previsti dai rispettivi Regolamenti.

Obiettivi di miglioramento ambientale
In relazione alla Politica Ambientale adottata, agli aspetti ambientali significativi, alle risorse economiche e agli indirizzi di priorità del vertice aziendale, sono stati definiti gli obiettivi e i traguardi, descritti nel programma ambientale per il triennio 2008 / 2011.

Con l'emissione della Dichiarazione Ambientale aggiornata nel luglio 2008, ai sensi del Regolamento CE 761/2001 (EMAS), è stato pubblicato il programma degli obiettivi.

Tali obiettivi vengono monitorati annualmente anche come richiesto dalla certificazione ambientale ISO 14001/04.

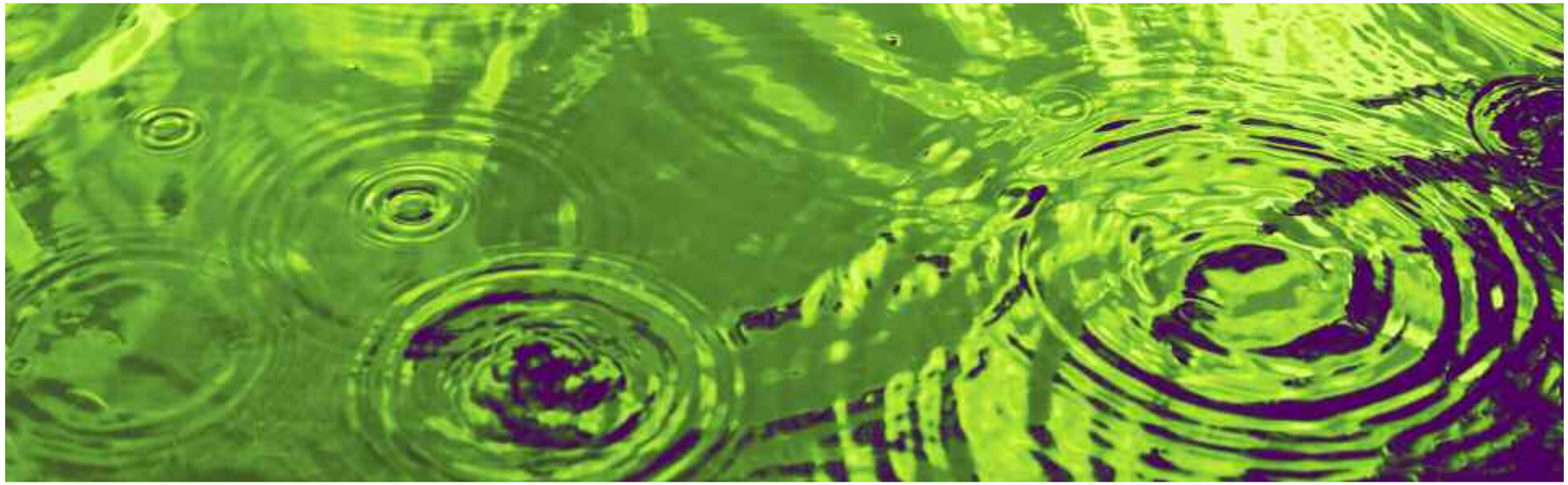
Gli obiettivi di miglioramento riguardano principalmente la riduzione degli scarti nel reparto stampa e nel reparto piegaincolla, essenzialmente in fase di avviamento, la sensibilizzazione della comunità riguardo ai temi ambientali mediante attività varie (partecipazione a Riciclo aperto, riduzione dei consumi idrici, riduzione dei rifiuti da imballaggi metallici, etc.).

> Strategia ambientale e relazione con la comunità

Rapporti con le Agenzie Ambientali
I rapporti con le agenzie ambientali sono improntati alla massima trasparenza; tutte le autorizzazioni vengono tenute costantemente sotto controllo per il rinnovo entro i termini previsti dalla legge vigente.

La sicurezza degli impianti viene verificata regolarmente dagli enti preposti.

> Indice di litigation
Non esiste contenzioso su tematiche ambientali.



Ricerca e Sviluppo

Innovazione

Anche nel 2011 si è proseguito nel cammino intrapreso negli anni precedenti riguardante lo sviluppo e l'implementazione di strumenti Lean volti a migliorare e innovare i processi produttivo-organizzativi aziendali.

Per aumentare e diffondere le competenze è stato attivato un programma di formazione diffusa a *tutti* i componenti dell'azienda relativo ai prinicipi del Lean Thinking.

Tale formazione è stata suddivisa in una parte teorica, svolta in aula e in una pratica con la costituzione di gruppi misti che sono stati incaricati di sviluppare un'innovazione in processi valutati come sensibili, problematici o forieri di cospicui benefici per l'azienda.

Con la rivisitazione e ottimizzazione del reparto piega-incolla si è riusciti a razionalizzare gli spazi, a ridurre i metri percorsi dalle persone oltre a incrementare la coerenza tra il layout e il flusso produttivo.

Allo stesso modo si è operato sull' archivio delle fustelle per ridurne l'ingombro e il numero, per risparmiare risorse nella manipolazione e nell'utilizzo (razionalizzandone la locazione) e favorire così la qualità del lavoro delle persone.

Il progetto definito "gestione OX" aveva come obiettivo l'eliminazione degli sprechi nel processo d'immagazzinamento di un particolare tipo di packaging piuttosto impattante come numero di codici, spazi occupati e gestione. Attraverso l'utilizzo innovativo di mezzi di trasporto che fungessero anche da punti di stoccaggio si è riusciti a ridurre la manipolazione di questi imballaggi, a ottimizzare gli spazi in magazzino e a semplificare l'identificazione dei prodotti.

In ultimo i vantaggi dell'utilizzo di strumenti visuali, tipici dell'approccio lean, si sono ricercati nel progetto denominato "spedizioni visual" che si è proposto di standardizzare, semplificare, ridurre i tempi e favorire la comunicazione del processo di gestione delle spedizioni.

Comune a tutti i progetti è stato, comunque, l'obiettivo (definito nei principi base di questa teoria produttiva) di identificare e massimizzare il flusso del valore per il cliente, eliminando gli sprechi presenti nei processi analizzati.

Tutti sanno che una cosa è impossibile
da realizzare, finché arriva uno che non lo sa
e la inventa.

Albert Einstein

Eventi e riconoscimenti

Menzione regionale al Premio Qualità Italia (2001)

Premio Qualità San Marino (2001)

Menzione Nazionale Concorso Pro-Carton ECMA (2002)

Menzione Speciale per la progettazione attenta all'ambiente - Ecopremio (2003)

Premio Riciclo Aperto - Comieco (2004)

Vincitore Premio Sodalitas Social Award (2005)

CSR in Pole Position (2005)

La Vedovella - Premio speciale Visibilità e Marketing (2005)

Premio Nazionale per la Responsabilità Sociale delle Imprese
(Patrocinato dal Ministero del Welfare - Rovigo (2005)

Riconoscimento di benemerenza Città di Corinaldo (2005)

Attestato di benemerenza AOS Senigallia (2005)

Selezione al II European MarketPlace on CSR (2006),
categoria Skills and Competence Building. Titolo della Best Practice:
"People care - Skills Passport Project".

Nomination Oscar di Bilancio (2006)

Confindustria Awards for Excellence (2006)

ECMA Pro Carton Carton Award (2007), sezione Confectionery

Vincitore Oscar di Bilancio (2007)

Premio Valore Lavoro (2007)

ECMA Pro Carton Carton Award (2008)

Menzione speciale al Premio Carte (2008)

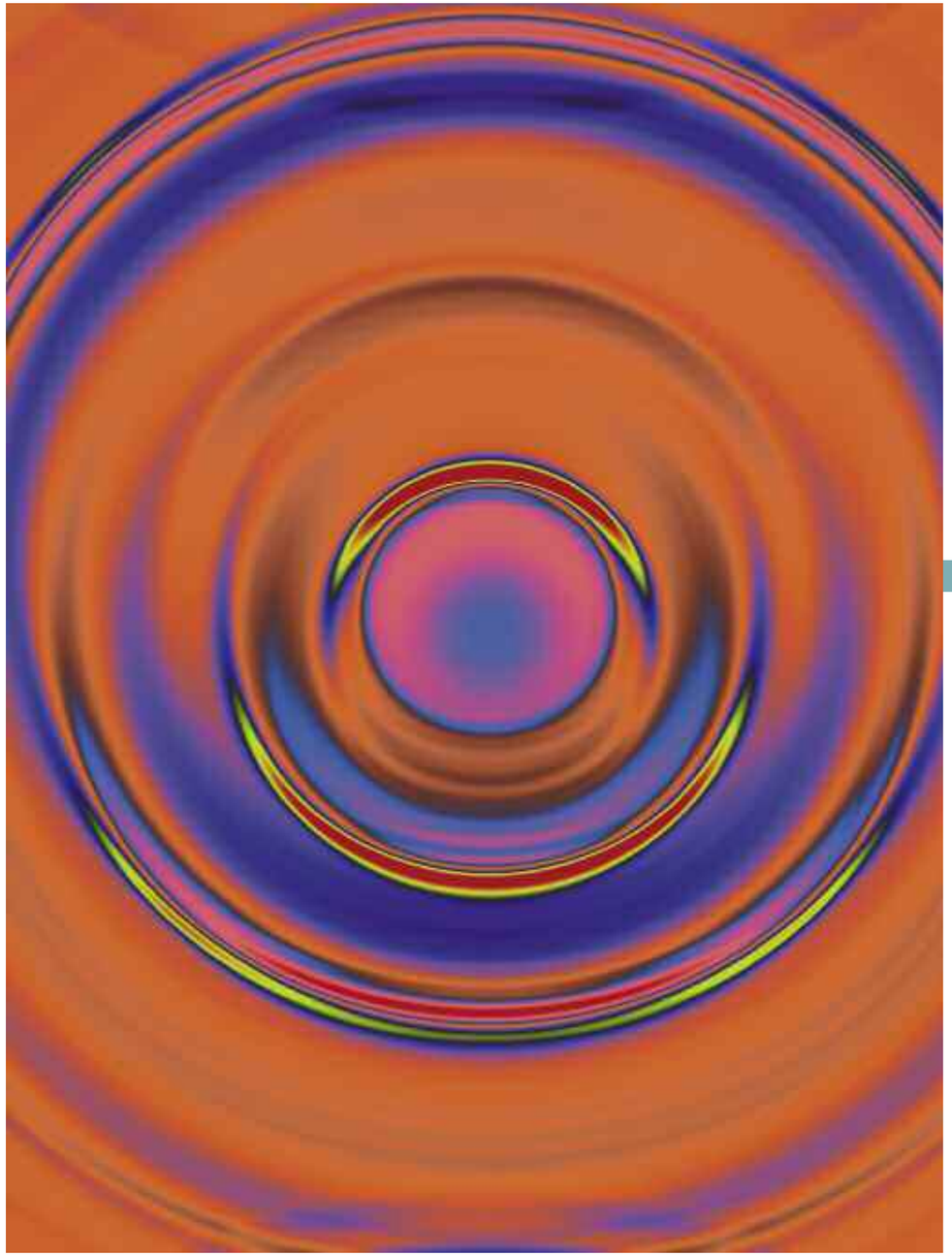
Attestato di benemerenza da "Voce"
Associazione Onlus per l'adozione a distanza (2009)

ECMA Pro Carton Award (2010), sezione Most Innovative Packaging

ECMA Pro Carton Award (2011), sezione Beverage

Proposte di miglioramento

- Attivare e incentivare attività volte allo sviluppo di nuovi mercati e opportunità;
- Migliorare le relazioni tra i portatori di interesse con azioni di marketing mirate;
- Promuovere un utilizzo responsabile degli imballaggi potenziando le relazioni con le associazioni di consumatori finali e di categoria;
- Perfezionare il Benchmark per aumentare la competitività;
- Progetto di "Lean Office" per una maggiore semplificazione del processo di gestione ordine cliente;
- Migliorare l'integrazione dei programmi gestionali uniformando i sistemi;
- Estendere la metodologia SMED (Single Minute Exchange of Die) alle altre aree;
- Ottimizzare la gestione delle attrezzature tecniche migliorandone l'archiviazione;
- Ridisegno layout area piega-incolla.



Sezione di analisi del capitale intellettuale

Introduzione all'analisi del capitale intellettuale 156
Analisi del capitale strutturale 159
Analisi del capitale umano 165
Analisi del capitale relazionale 168

Introduzione all'analisi del capitale intellettuale[1]

La prassi professionale e gli studiosi della teoria d'impresa concordano nel ritenere che l'analisi del valore di un'organizzazione non può limitarsi agli aspetti reddituali e finanziari e che la capacità di competere sui mercati non è riferibile a soli fattori tangibili, esprimibili attraverso i tradizionali sistemi di derivazione contabile.

In particolare, è stata affermata la fondamentale importanza delle risorse intangibili, che l'impresa sviluppa al proprio interno e nei rapporti con gli interlocutori esterni e che risultano determinanti per la crescita e la capacità di produrre redditi nel medio-lungo periodo.

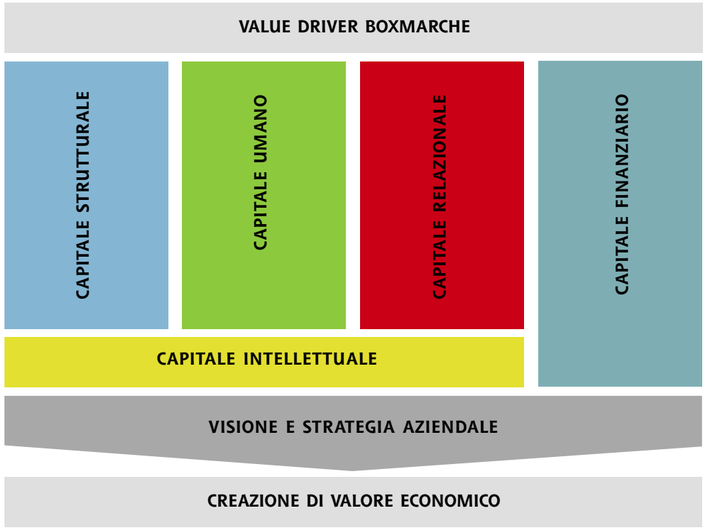
Tale consapevolezza si è tradotta, negli ultimi decenni, nello sviluppo di numerose metodologie per l'analisi e la misurazione delle risorse intangibili secondo differenti approcci:

- metodologie finalizzate alla descrizione quali-quantitativa delle risorse intangibili, spesso classificate in gruppi o classi omogenee secondo criteri logici;
- metodologie finalizzate all'espressione delle risorse intangibili attraverso sistemi di "rating" ottenuti dalla ponderazione dei differenti aspetti, di solito classificati in gruppi omogenei;
- metodologie finalizzate alla definizione del valore economico delle risorse intangibili, attraverso un'espressione monetaria delle stesse.

Boxmarche dedica, per il settimo anno consecutivo, una sezione del Global Report all'analisi del capitale intellettuale, ad integrazione delle informazioni di tipo economico - finanziario, sociale ed ambientale fornite alle varie categorie di stakeholder.

[1] La presente sezione è stata curata dal dott. Cesare Tomassetti, Commercialista e Revisore Contabile - e dalla dott.ssa Michela Sopranzi, Consulente in Etica d'Impresa.

IL MODELLO BOXMARCHE PER LA CREAZIONE DI VALORE ECONOMICO



Nell'analisi del proprio capitale intellettuale Boxmarche utilizza l'approccio descrittivo quali-quantitativo, secondo uno schema consolidato nella prassi più autorevole[2]. Le indicazioni provenienti dagli organismi nazionali ed internazionali sono state sottoposte a verifica e rielaborate sulla base delle specificità aziendali, al fine di:

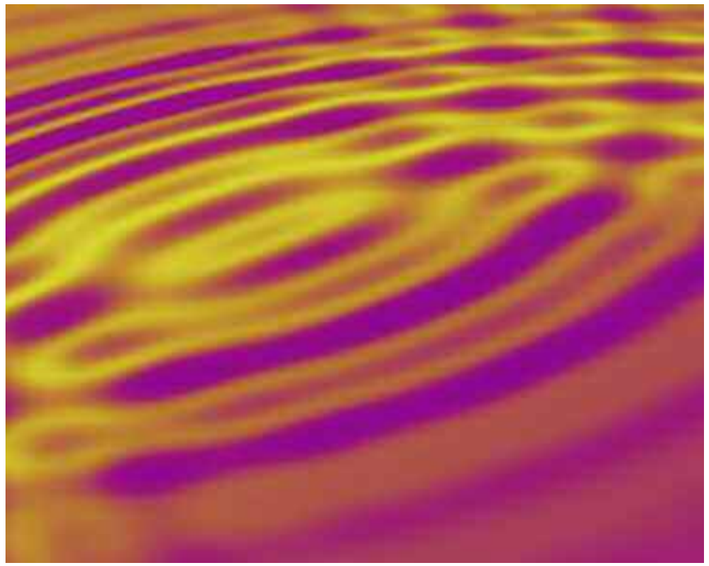
- collegare la rilevazione delle risorse intangibili ai fondamentali Driver di Valore Boxmarche;
- verificare la coerenza e la consistenza degli indicatori rispetto alla Visione ed alla Strategia Aziendale;
- minimizzare la ridondanza informativa con quanto espresso nella sezione "relazione sociale" del presente documento.

Sotto il profilo dell'individuazione e selezione degli indicatori, l'analisi è stata condotta su quegli aspetti caratterizzanti il complesso e molteplice divenire aziendale, capaci di esprimere valore economico attuale o futuro.

Il sistema degli indicatori del capitale intellettuale è stato quindi sviluppato verificandone singolarmente e sistematicamente la coerenza con le strategie e le politiche aziendali, ed in particolare:

- differenziare l'offerta di prodotti e servizi nel mercato del packaging industriale;
- qualificare i processi di ricerca e sviluppo, di progettazione e tecnologici finalizzati all'innovazione continua;
- sviluppare una rete di alleanze e partnership con fornitori e clienti;

[2] L'analisi del Capitale Intellettuale Boxmarche utilizza quali principali riferimenti i modelli di tipo "scoreboard", quali il Balanced Scorecard [Kaplan e Norton 1992], lo Skandia Navigator [Edvinsson - Malone 1997], l'Intangible Asset Monitor [Sveiby 1997], l'Austrian - IC - Reporting Model [Welt 2000], il Value Chain Scoreboard [Lev 2002].



migliorare la qualità della vita dei collaboratori, della comunità e del territorio.

Gli indicatori sono stati raggruppati in classi omogenee, sulla base della loro attitudine a valutare i differenti aspetti del capitale intellettuale:

- **capitale strutturale**, prestando particolare attenzione alla capacità dell'impresa di generare valore attraverso le abilità organizzative interne, la ricerca e sviluppo, la proposizione di nuove soluzioni sia a livello di prodotto che di processo, la tensione al miglioramento delle performance e della qualità del lavoro;
- **capitale umano**, con l'obiettivo di completare l'analisi effettuata nella sezione "personale" della relazione sociale, evidenziando in particolare il capitale di competenze che caratterizza i collaboratori Boxmarche, le risorse dedicate dall'azienda alla "cura" ed alla crescita delle persone;
- **capitale relazionale**, con riferimento alla capacità dell'impresa di sviluppare il patrimonio delle relazioni con i propri interlocutori esterni, ed in modo particolare con i propri clienti.

"Non c'è nulla di immutabile,
tranne il cambiamento".
Eraclito

Analisi del capitale strutturale

L'analisi del capitale strutturale Boxmarche si propone di tradurre in indicatori alcuni dei punti chiave dell'agire strategico aziendale, quali:

- la forte tensione all'innovazione;
- la ricerca di nuove soluzioni nella progettazione del prodotto e del processo;
- l'efficacia e l'efficienza dei processi produttivi;
- la capacità di reazione alle richieste del mercato (flessibilità produttiva);
- la crescita di lungo periodo, piuttosto che il profitto di breve termine;
- il miglioramento della qualità e dell'efficacia del lavoro;
- l'attenzione alla sicurezza dei lavoratori.

La vocazione a proporsi ai propri clienti come azienda "problem solver" è stata valutata attraverso tre distinti indicatori di "produzione quantitativa" dell'innovazione ed un indice sintetico di efficacia dell'innovazione. Nel triennio esaminato l'ufficio tecnico ha complessivamente lavorato a 1.804 progetti di industrializzazione su commessa, 1.479 progetti di innovazione del prodotto e 27 progetti di innovazione dei processi produttivi (interni o del cliente).

Il primo indicatore esprime il numero di nuovi progetti elaborati sulla base di parametri esplicitati dal cliente: l'apporto di soluzioni innovative risulta limitato all'adozione di soluzioni di industrializzazione del prodotto.

Il secondo indice evidenzia i progetti realizzati sulla base di una richiesta del cliente in termini di "problem solving": la progettazione è stata interamente realizzata dall'ufficio tecnico sulla base di un "brief" del cliente sulle caratteristiche tecnico/gestionali del prodotto (conservazione, stockaggio, distribuzione, comunicazione, modi d'uso, riutilizzo, riciclabilità, immagine, vincoli normativi, sicurezza alimentare, etc.).

Il terzo indice valuta la realizzazione, da parte dell'ufficio tecnico, di progetti complessi rivolti al miglioramento dei processi produttivi interni (efficienza/efficacia/qualità), ovvero alla ricerca di soluzioni innovative nei processi produttivi adottati dalle organizzazioni clienti relativamente al packaging dei propri prodotti.

L'evoluzione dei tre indicatori nel triennio evidenzia l'importante sforzo progettuale dell'azienda nella ricerca di nuove soluzioni per i propri clienti.

Sotto il profilo dell'efficacia, valutata come percentuale di progetti messi in produzione sul totale progetti, l'indicatore si presenta in calo per il 2011, passando dal 58,48% al 51,56%.

La forte tensione all'innovazione viene espressa dall'ammontare degli investimenti in sviluppo del prodotto ed innovazione, sia in valore assoluto (circa 1,1 milioni di euro nell'ultimo triennio) che in termini di incidenza sul fatturato (3,32% nel 2011). In particolare, nel corso dell'esercizio sono stati sviluppati i seguenti progetti:

- studio, progettazione e prototipazione di innovativi espositori in cartone e di nuovi sistemi di packaging;
- studio e sviluppo sperimentale di nuove tecniche e metodi per l'ottimizzazioni delle attività produttive:

1. implementazione macchina per la produzione di matrici di stampa;
2. implementazione macchina di box compression test;
3. sviluppo software automation engine per l'automatizzazione di alcuni processi prestampa;
4. sviluppo del software "unidox" per la gestione automatica degli ordini cliente;
5. implementazione del "customer desk";
6. implementazione di sistemi di aspirazione nel reparto incollaggio;
7. implementazione di nuovi standard per la sicurezza del prodotto per utilizzo in campo alimentare";

- studio e sviluppo di nuove tecniche di penetrazione del mercato, con implementazione del nuovo sito web e del nuovo CRM aziendale.

Lo sviluppo di tali progetti ha comportato costi per 352.949 euro.

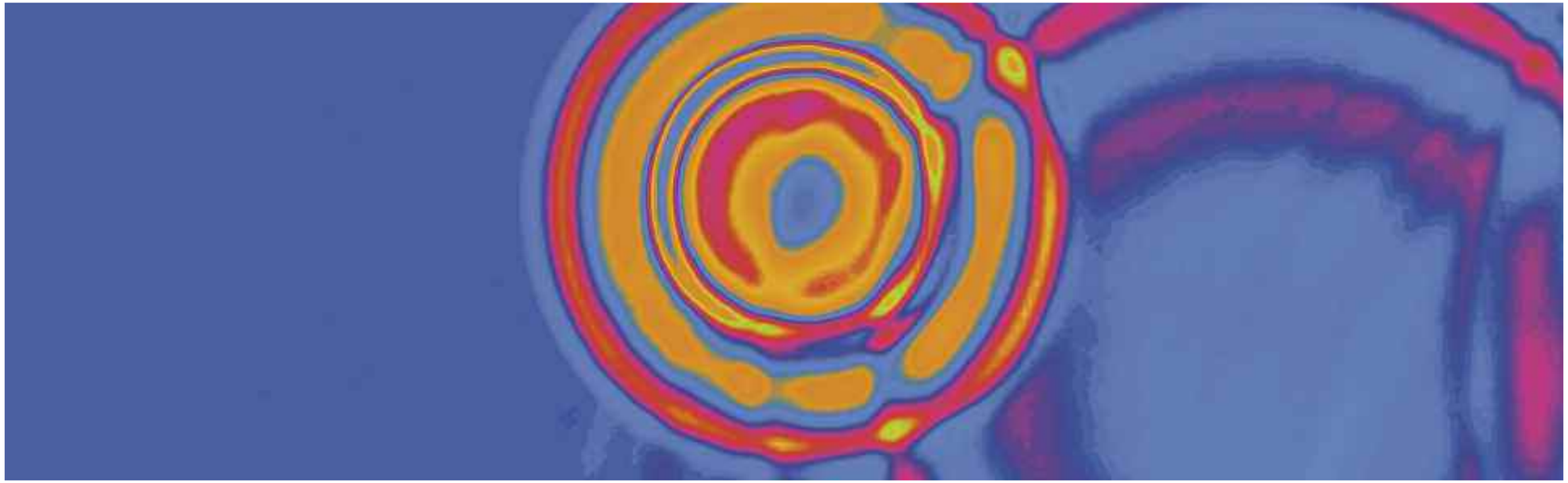
L'indicatore di incidenza degli investimenti in macchinari e tecnologie rispetto al fatturato passa dal 2,0% del 2010 al 4,7%; nell'ultimo triennio gli investimenti sono stati pari a 1.351.395 euro. Oltre ai valori riferibili a macchinari ed attrezzature di proprietà, va evidenziato l'ulteriore importo riferito a canoni di leasing - relativi esclusivamente a nuove tecnologie - pari nell'esercizio a 333 mila euro, a fronte di investimenti (per i contratti tuttora in essere) per 4 milioni di euro.

Per quanto concerne gli indici di obsolescenza delle tecnologie, si evidenzia che i valori oscillano, nei vari reparti, tra il 56,7% ed il 90,0% della vita utile (tecnico-economica), stimata in 15 anni. In generale, l'azienda opera con macchine in ottimo stato di manutenzione e con indice di obsolescenza soddisfacente.

Boxmarche utilizza le tecnologie informatiche sia nell'ambito del controllo dei processi produttivi, sia per la produttività personale del lavoro di ufficio. A fine 2011 l'indice di informatizzazione hardware, calcolato come numero di PC rispetto all'organico aziendale, era pari all'89,8%, dato condizionato dal numero di postazioni inferiore al numero dei dipendenti. Oltre ai 44 personal computer considerati da tale indicatore, Boxmarche utilizza 14 server.

Analisi del capitale strutturale

sezione di analisi del capitale intellettuale



L'indice di utilizzo dei pacchetti di produttività personale e quello relativo ai pacchetti software dedicati assumono il valore massimo del 100%: grazie ai corsi di formazione effettuati in azienda ed al tipo di organizzazione del lavoro adottata, tutti i dipendenti, compreso il personale operaio, utilizzano sistematicamente il foglio elettronico e la posta elettronica interna e si interfacciano con i software gestionali ed i pacchetti dedicati per le singole funzioni. Nel dettaglio si rilevano:

- 49 utilizzatori del software gestionale "Pack";
- 25 utilizzatori del programma "Delphin" con sistema a radiofrequenza per il controllo del magazzino materie prime, rintracciabilità del prodotto, rotazione magazzino ed inventario;
- 49 utilizzatori del software "QMX" per la gestione del sistema integrato "qualità, sicurezza, ambiente";
- 9 utilizzatori del software "Artios" per la progettazione tecnica del packaging;
- 2 utilizzatori dei software "Nexus" per l'elaborazione dei file grafici per la produzione delle matrici di stampa;
- 2 utilizzatori dei software "ArtPro" per l'elaborazione grafica;
- 10 utilizzatori dei software "Automation Engine" per l'automazione e la gestione dei Workflow di prestampa.

L'attenzione alla sicurezza dei lavoratori viene valutata attraverso l'indice di gravità degli infortuni, espresso in termini di giorni di assenza medi per lavoratore a seguito di infortuni sul lavoro. Nel 2011 l'indice è risultato pari a zero (ovvero, assenza di infortuni).

L'analisi del capitale strutturale sotto il profilo delle performance conseguite viene effettuato attraverso:

- tre indicatori di non conformità (uno di non conformità interna e due di non conformità esterna), espressi in termini di incidenza economica delle non conformità sul volume delle vendite e di numero di non conformità esterne;
- un indicatore di produttività di stabilimento, espresso in termini di ore guadagnate grazie alle riduzioni di tempo unitario di produzione;
- un indice di flessibilità produttiva, calcolato in termini di ore guadagnate sui tempi di attrezzaggio degli impianti.

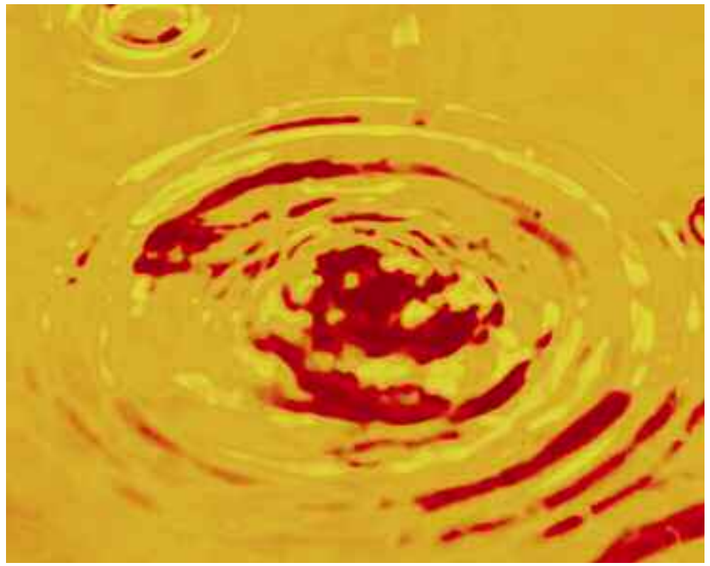
Per quanto riguarda il primo aspetto, si evidenzia il mantenimento di una bassa incidenza dei costi della non qualità, con valori di non conformità complessivamente pari allo 0,53% del fatturato nel 2011, valore sostanzialmente dimezzato rispetto al 2009. Il numero di non conformità esterne è invece passato da 20 a 31. Le non conformità interne presentano un'incidenza abbastanza stabile, con oscillazioni tra lo 0,21% e lo 0,24% del fatturato.
La produttività di stabilimento, misurata in termini incrementali rispetto ai risultati conseguiti nell'esercizio precedente, ha subito un rilevante incremento, con un forte miglioramento dell'indicatore delle ore di guadagno sui tempi unitari di produzione (+ 1.022 ore) ed un miglioramento più contenuto della programmazione della produzione (guadagno di 10 ore complessive in termini di tempi di set-up).

Analisi del capitale strutturale

sezione di analisi del capitale intellettuale

Capitale strutturale

N.	Indicatore	Formula	2011	2010	2009
1	Indici di innovazione	numero di progetti di industrializzazione su commessa	597	618	589
		numero di progetti di innovazione del prodotto (customer problem solving)	450	531	498
		numero di progetti di innovazione dei processi (produttivi interni o produttivi del cliente)	8	12	7
			1.055	1.161	1.094
2	Indice di efficacia dell'innovazione	numero di progetti messi in produzione/totale progetti	544	679	612
			1.055	1.161	1.094
			51,56%	58,48%	55,94%
3	Investimenti in sviluppo del prodotto ed innovazione	Costi R&D/Fatturato	352.949	369.096	381.315
			10.637.389	9.762.144	10.208.292
			3,32%	3,78%	3,74%
4	Investimenti in macchinari e tecnologie	Investimenti/fatturato	497.983	194.798	658.614
			10.637.389	9.762.144	10.208.292
			4,7%	2,0%	6,5%
5	Indici di obsolescenza delle tecnologie	Reparto stampa: media anni di utilizzo/vita utile media	11,67	10,67	9,67
			15,00	15,00	15,00
			77,8%	71,1%	64,5%
		Reparto fustellatura: media anni di utilizzo/vita utile media	8,50	7,50	6,50
			15,00	15,00	15,00
			56,7%	50,0%	43,3%
		Reparto piegaincolla: media anni di utilizzo/vita utile media	13,50	12,50	11,50
			15,00	15,00	15,00
			90,0%	83,3%	76,7%
6	Indice di informatizzazione (hardware)	PC/numero dipendenti	44	48	46
			49	48	49
			89,8%	100,0%	93,9%
7	Indice di utilizzo pacchetti di produttività personale	Utenti Office/numero dipendenti	49	48	49
			49	48	49
			100,0%	100,0%	100,0%
8	Indice di utilizzo pacchetti software dedicati	Utenti pacchetti dedicati/numero dipendenti	49	48	49
			49	48	49
			100,0%	100,0%	100,0%
9	Indice di gravità degli infortuni	Giorni di assenza per infortuni sul lavoro/organico aziendale	-	12	-
			49	48	49
			-	0,3	-
10	Indici di non conformità esterna	Valore non conformità/Fatturato	30.599	24.543	71.458
			10.637.389	9.762.144	10.208.292
			0,29%	0,25%	0,70%
		Numero di non conformità	31	20	28
11	Indice di non conformità interna	Costo non qualità/Fatturato	25.270	20.652	23.297
			10.637.389	9.762.144	10.208.292
			0,24%	0,21%	0,23%
12	Indice di produttività stabilimento	Ore di guadagno annue su fogli/pezzi prodotti per riduzione tempo unitario	1.022	- 41	179
13	Indice di flessibilità produttiva	Ore di guadagno annue su totale set-up per riduzione media tempo di set-up	10	107	- 112



Analisi del capitale umano

L'analisi del Capitale Umano integra le informazioni fornite nella sezione "personale" della relazione sociale, alla quale si rinvia. Il Capitale Umano viene esaminato attraverso:

- Indicatori di "potenzialità", sia rilevando aspetti quali la scolarità del personale, l'anzianità media, il ricambio (turnover in uscita), sia valutando l'impegno aziendale alla diffusione delle conoscenze, quantificato in termini di risorse investite in formazione e di ore di formazione per addetto;
- Indicatori di "risultato", sia dal punto di vista aziendale (indici di polivalenza e flessibilità ed indice di competenza), sia dal punto di vista dei collaboratori, attraverso l'elaborazione di due indici sintetici di "soddisfazione dei collaboratori" e di "qualità della leadership".

Dall'analisi condotta emerge il profilo di una realtà aziendale con collaboratori abbastanza giovani ma comunque con buona esperienza. Dalla stratificazione del valore medio, pari a 40 anni, si evidenzia che solo il 2,0% dei collaboratori ha meno di 25 anni, mentre il 36,0% è compreso in una fascia di età tra 26 e 35 anni. Sommando a tali dati quello del personale con età tra 36 e 45 anni, emerge che il 74,0% dei dipendenti ha meno di 45 anni.

Sotto il profilo dell'anzianità aziendale, si evidenzia che il ridotto turnover (pari al 2,0% nell'ultimo esercizio) determina una crescita costante dell'anzianità media aziendale, pari nel 2011 a 15 anni.

L'indice sintetico di scolarità evidenzia valori in lieve incremento; dalla stratificazione del dato emerge una prevalenza di collaboratori (soprattutto in area operativa) in possesso di licenza media inferiore (52,0%), mentre il 40,0% possiede un diploma. A fine 2011 due dipendenti sono in possesso di Laurea ed uno di licenza elementare.

Capitale umano

N.	Indicatore	Formula	2011	2010	2009
14	Età media del personale	media semplice dell'età dei dipendenti	40	40	38
15	Anzianità aziendale media	Media semplice degli anni dalla data di assunzione	15,00	14,33	14,18
16	Turnover in uscita	Numero dimissioni/numero dipendenti	1 49 2,0%	2 48 4,2%	3 49 6,1%
17	Indice sintetico di scolarità del personale	media punteggi attribuiti sulla base del titolo di studio: 1 = istruzione elementare - 2 = media inferiore - 3 = media superiore - 4 = università	2,50	2,44	2,43
18	Percentuale del fatturato investita in formazione	Costi interni ed esterni sostenuti per la formazione del personale/fatturato	117.167 10.637.389 1,10%	77.746 9.762.144 0,80%	96.465 10.208.292 0,94%
19	Ore di formazione per addetto	Ore totali di formazione/numero dipendenti	2.356 49 48	1.883 48 39	3.282 49 67

L'azienda ha investito, negli ultimi tre anni, circa 291 mila euro in formazione, con un'incidenza sul fatturato che ha oscillato tra lo 0,8% (nel 2010) e l'1,1% (nel 2011). Nell'ultimo esercizio le ore di formazione sono aumentate del 25%, passando da 1.883 a 2.356. I corsi interni hanno riguardato principalmente la formazione per la gestione del sistema integrato "qualità, sicurezza, ambiente" (1.076 ore), gli aspetti tecnico/produttivi (779 ore) e l'utilizzo di software per la grafica (72 ore). Un totale di 102 ore sono state impegnate in Open House con i fornitori.

L'importo investito in formazione è notevolmente cresciuto rispetto al 2010, passando da 77.746 euro a 117.167 euro (+ 50,7%, pari all'1,1% del fatturato). Le ore di formazione effettivamente fruite dai collaboratori sono state 2.356, con una media individuale di 48 ore.

La strategia competitiva aziendale si basa sul concetto di prevalenza dell'uomo sulla tecnologia, tradotto nel seguente slogan: "La tecnologia di cui siamo più fieri, la sera torna a casa".

Il controllo sulla tecnologia da parte dell'uomo viene declinato in area produttiva in un "saper fare" polivalente, in cui l'operatore non risulta mai appendice della macchina ma decisore/protagonista attivo dei processi. L'azienda utilizza (anche ai fini dell'attribuzione dei premi di risultato) un indice di polivalenza che misura, per il solo personale addetto alla produzione, l'effettivo intervento dei singoli operatori su più processi produttivi nel corso dell'anno. L'indicatore può assumere teoricamente valori tra il 10% (intervento in un solo processo) ed il 100% (intervento in tutti i 10 processi rilevanti). Il triennio 2009-2011 evidenzia una sostanziale stabilità. indicando che ciascun addetto interviene, mediamente, in 3,5 processi (3,7 nel 2009 e 3,4 nel 2011).

L'indice di competenza per gli addetti alla produzione integra il precedente e si basa su una valutazione fornita dai responsabili relativamente alle competenze maturate nei 10 processi produttivi ed in 2 processi del sistema integrato "qualità, sicurezza, ambiente". La rilevazione per il 2011 mostra un lieve incremento, attestandosi al 50%.

Capitale umano

N.	Indicatore	Formula	2011	2010	2009
20	Indice di polivalenza e flessibilità addetti produzione	Rilevazione interna per il personale operaio su 10 processi produttivi - indice da 0% a 100%	34%	35%	37%
21	Indice di competenza addetti produzione	Rilevazione interna per il personale operaio su 12 processi - indice da 0% a 100%	50%	49%	51%
22	Indice sintetico di soddisfazione dei collaboratori	Sintesi delle indagini interne sulla soddisfazione del personale: 1 = pienamente insoddisfatto - 2 = parzialmente insoddisfatto 3 = abbastanza soddisfatto - 4 = pienamente soddisfatto	3,14	3,10	3,06
23	Indice sintetico di qualità della leadership	Sintesi delle indagini interne sulla leadership: 1 = pienamente insoddisfatto 2 = parzialmente insoddisfatto - 3 = abbastanza soddisfatto 4 = pienamente soddisfatto	2,99	3,20	3,11

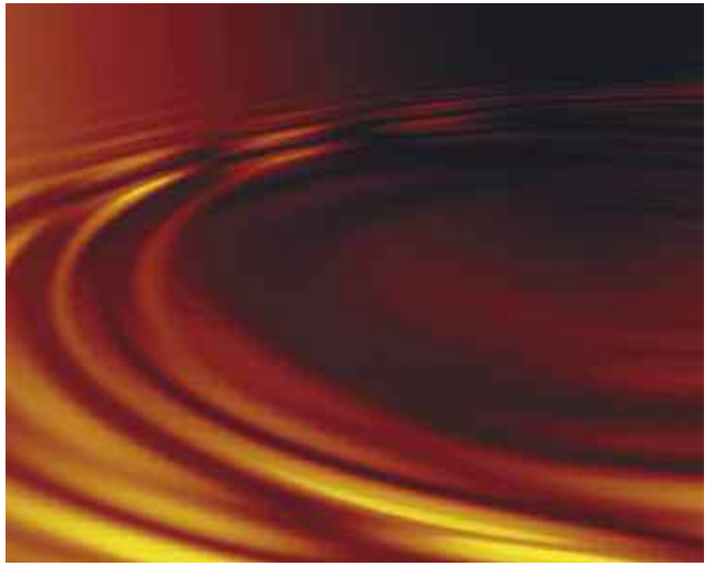
L'analisi del capitale umano è integrata con la valutazione fornita dai collaboratori relativamente al proprio livello di soddisfazione ed alla qualità della leadership.

Gli indici esposti in questa sede esprimono in forma sintetica i risultati delle indagini condotte annualmente attraverso questionari anonimi:

- su otto aspetti di soddisfazione per il lavoro in azienda (valutati su un totale di 48 domande);
- su sette aspetti di valutazione della leadership aziendale con riferimento ai responsabili di funzione (valutati su un totale di 42 domande);
- su sei aspetti di valutazione della leadership con riferimento alla direzione generale (valutati su un totale di 42 domande).

In particolare, l'indice sintetico di soddisfazione dei dipendenti esprime attraverso un punteggio da 1 (pienamente insoddisfatto) a 4 (pienamente soddisfatto) il livello raggiunto nelle prime due indagini, mentre l'indice sintetico di qualità della leadership utilizza la stessa scala (da 1 a 4) per indicare l'efficacia percepita della leadership aziendale.

Nel 2011 si è assistito ad un miglioramento nel livello di soddisfazione del personale, passato da 3,10 a 3,14 e ad un peggioramento nella percezione della qualità della leadership (da 3,20 a 2,99).



Analisi del capitale relazionale

L'analisi del capitale relazionale integra quanto esposto nella sezione "clienti" della relazione sociale ed è stata effettuata basandosi sia ad aspetti "quantitativi" che "qualitativi" della gestione del rapporto con il mercato.

Gli indicatori relativi al capitale relazionale riflettono il complesso sistema competitivo del settore cartotecnico: Boxmarche ha recuperato volumi di vendita e, rispetto al leader di settore, ha lievemente migliorato la propria posizione; la quota di mercato relativa è passata dal 27,92% al 29,38%.

La concentrazione del fatturato aziendale è ulteriormente aumentata: il numero di clienti è lievemente aumentato, passando da 201 a 205, ma il fatturato medio per cliente è cresciuto da 48.568 a 51.890 euro.

Il valore riferito ai soli clienti che operano su commessa risulta in realtà superiore, in quanto il dato totale viene condizionato dalla presenza di vendite di prodotti "a magazzino" (ecobox), per i quali non si richiede un ordine minimo.

Gli indicatori sulla concentrazione del fatturato confermano la tendenza ad aumentare la penetrazione nei clienti più importanti. Aumenta l'incidenza sia per i clienti TOP 10 (passati dal 72,08% al 74,63%) che per i TOP 20 (dall'86,53% all'87,12%).

Il fatturato realizzato con i primi 10 clienti risulta incrementato di 902 mila euro (+ 12,82%), mentre quello ottenuto con i primi venti clienti ha registrato una variazione positiva del 9,71%.

Nel 2011 il fatturato realizzato con nuovi clienti è stato pari a euro 1.929.102 con 147 clienti, il valore più elevato mai registrato (dal 2004), praticamente quadruplo rispetto al 2010.

L'indice di rilevanza dei nuovi clienti è stato ricavato dalla somma di fatturato realizzato nei singoli esercizi con i primi cinque clienti di nuova acquisizione. In questo ca-

Capitale relazionale

N.	Indicatore	Formula	2011	2010	2009
24	Variazione del fatturato	Fatturato esercizio/fatturato eserc. prec. - 1	10.637.389 9.762.144 8,97%	9.762.144 10.208.292 -4,37%	10.208.292 10.917.264 -6,49%
25	Quota di mercato relativa	Fatturato Boxmarche/Fatturato leader mercato anno n-1	10.637.389 36.203.000 29,38%	9.762.144 34.963.297 27,92%	10.208.292 36.131.445 28,25%
26	Fatturato medio per cliente	Fatturato totale/numero clienti	10.637.389 205 51.890	9.762.144 201 48.568	10.208.292 250 40.833
27	Indici di concentrazione del fatturato	Incidenza percentuale primi 10 clienti	7.938.882 10.637.389 74,63%	7.036.685 9.762.144 72,08%	5.687.212 10.208.292 55,71%
		Incidenza percentuale primi 20 clienti	9.267.450 10.637.389 87,12%	8.447.064 9.762.144 86,53%	7.916.092 10.208.292 77,55%
28	Fatturato derivante da nuovi clienti	Fatturato realizzato con clienti acquisiti nell'anno	1.929.102	462.661	1.029.225
29	Fatturato medio realizzato con nuovi clienti	Fatturato con nuovi clienti/numero nuovi clienti	1.929.102 147 13.123	462.661 128 3.615	1.029.225 120 8.577
30	Indice di rilevanza nuovi clienti	Fatturato realizzato con i primi 5 nuovi clienti	1.529.201	404.230	925.993
31	Livello monitoraggio Customer Relationship Management	Fatturato clienti CRM/fatturato totale	9.966.097 10.637.389 93,69%	9.006.722 9.762.144 92,26%	8.845.023 10.208.292 86,65%
32	Indice di penetrazione su clienti monitorati	Fatturato Boxmarche su clienti monitorati/Acquisti totali per cartotecnica	9.966.097 14.599.090 68,27%	9.006.722 13.350.000 67,47%	8.845.023 16.475.500 53,70%
33	Customer satisfaction	Indagine Customer Satisfaction - valutazione percezione attraverso 15 domande sui vari aspetti del servizio. Valore minimo: 1 - valore massimo: 4	N.D.	3,33	N.D.
34	Incidenza degli investimenti in marketing e comunicazione	costi sostenuti per marketing e comunicazione/fatturato totale	53.897 10.637.389 0,51%	68.623 9.762.144 0,70%	79.126 10.208.292 0,78%
35	Contenzioso con clienti		2	3	5

so si evidenzia che i nuovi clienti acquisiti hanno espresso, da subito, elevate potenzialità; il valore è passato da euro 463 mila a euro 1,52 milioni.

Nel 2005 l'azienda ha attivato il progetto "Customer Relationship Management", finalizzato ad incrementare il livello di servizio attraverso una migliore conoscenza dei propri clienti. Il data base CRM viene alimentato da informazioni provenienti dalla forza vendita e da questionari inviati alla clientela. Il livello di monitoraggio raggiunto, in termini percentuali sul fatturato, è passato nel 2011 al 93,69%, coprendo i principali clienti in termini di fatturato.

L'indice di penetrazione Boxmarche sui clienti monitorati evidenzia la capacità aziendale di coprire, attraverso la propria gamma produttiva, la maggior parte delle esigenze delle imprese clienti. L'indicatore presenta nel 2011 un lieve miglioramento (dal 67,47% al 68,27%).

Il livello di soddisfazione dei clienti viene rilevato attraverso vari strumenti, oltre che per mezzo del continuo supporto del front office che, ovviamente, ha un confronto quotidiano con il cliente ed è pronto a recepirne, aspettative, richieste ed eventuali reclami. Periodicamente viene inoltre somministrato un semplice questionario che mira a raccogliere le percezioni del cliente in merito alle principali aree di soddisfazione, ovvero la qualità del prodotto, il servizio, la puntualità, la capacità di risposta, la cortesia, la capacità di gestire le emergenze. Il questionario è composto da 15 domande che vengono valutate in una scala da 1 (non soddisfatto) a 4 (molto soddisfatto). Nella rilevazione effettuata nel 2010 emerge un punteggio medio pari a 3,33 e, pertanto, di elevata soddisfazione. In particolare, i migliori risultati sono stati conseguiti nella percezione della "qualità della stampa" (3,86), nella "puntualità", nella "precisione consegna", negli "imballi utilizzati per il trasporto" e nella "gestione dei reclami" (tutti ad un valore di 3,57). Il risultato peggiore è stato invece ottenuto nella percezione dei "quantitativi di lotto minimo" (2,71).

Il futuro appartiene a chi crede
alla bellezza dei propri sogni.

Eleanor Roosevelt

Nel 2011 il questionario non è stato somministrato.

Boxmarche non investe ingenti risorse in comunicazione e marketing, privilegiando lo sviluppo di relazioni dirette con il cliente. I costi evidenziati (punto n. 34 della tabella) sono relativi prevalentemente alla organizzazione di eventi di "contatto" con la clientela.

L'indice di litigation evidenzia la presenza di contenzioso con 2 clienti per l'incasso dei crediti vantati dall'azienda.

Parere dei Consulenti Esterni

Parere dei consulenti esterni sulle sezioni di sostenibilità e di analisi del capitale intellettuale

All'assemblea dei soci BOX MARCHE S.p.A.

Il presente parere viene fornito:
- sulle peculiarità aziendali Boxmarche che costituiscono il fondamento "motivazionale" della scelta di integrare volontariamente le informazioni obbligatorie del bilancio di esercizio con informazioni sulla sostenibilità sociale, ambientale e di analisi del capitale intellettuale;
- sulle sezioni "sostenibilità" ed "analisi del capitale intellettuale" contenute nella Relazione sulla Gestione del Global Report per l'esercizio 2011, al fine di valutarne la rispondenza alle premesse metodologiche enunciate nella sezione introduttiva e la coerenza con quanto risultante dalla contabilità aziendale e dai sistemi di rilevazione interna extra contabili per il controllo e la direzione aziendale.

* * *

Boxmarche rappresenta una tipica realtà aziendale marchigiana: valori mutuati dall'economia contadina, dimensioni medio-piccole, naturale propensione a farsi carico dei bisogni della comunità locale e del territorio.

Boxmarche ha valorizzato questa naturale propensione alle "buone pratiche" in un modus operandi capace di imprimere uno stile d'impresa orientato alla *qualità* e alla *responsabilità*.

Nel tempo si è creato un "sistema valoriale" che contraddistingue l'operato Boxmarche e che è riconosciuto come risorsa intangibile da tutelare e valorizzare.

Il *management*, oltre a dimostrare elevata sensibilità ai temi dell'etica d'impresa e della responsabilità, ha utilizzato strumenti e metodi per diffondere tali valori e farli diventare cultura aziendale.

Il percorso intrapreso verso la qualità ha portato Boxmarche ad esperienze sempre più significative, dalla certificazione ISO, al sistema di gestione integrato qualità, ambiente, sicurezza e responsabilità sociale, alla comunicazione integrata dei risultati attraverso il Global Report, risultato vincitore dell'Oscar di Bilancio 2007 per le PMI. Ciò ha permesso all'azienda di consolidare una gestione capace di integrare obiettivi economici con esigenze ambientali e sociali.

All'interno la formazione ed il coinvolgimento del personale sono valori primari perseguiti mediante:
- attenzione ed investimenti elevati nella formazione tecnica ma anche orientata alla crescita culturale;
- riconoscimento del personale come "valore umano" da rendere partecipe costantemente sui risultati della gestione aziendale;
- cura del clima aziendale;
- costante monitoraggio sulla soddisfazione del personale.

All'esterno, numerose sono le iniziative e gli impegni assunti verso gli stakeholder: clienti, fornitori, pubblica amministrazione, comunità, territorio, azionisti, investitori. Con ogni categoria l'azienda è aperta al dialogo e allo sviluppo delle relazioni.

La *necessità* di creare un documento integrato quale il Global Report è emersa con la volontà di conferire al bilancio sociale ed all'analisi del capitale intellettuale la stessa rilevanza di quanto previsto obbligatoriamente con il bilancio economico.

La predisposizione di un sistema di rendicontazione su aspetti etico, sociali e ambientali è stata possibile grazie a documenti e fonti informative già presenti all'interno dell'azienda. L'organizzazione di tali informazioni secondo standard di riferimento ha permesso di rilevare aspetti economici ed impatti ambientali e sociali.

* * *

Con il Global Report 2011 Boxmarche inserisce per il settimo anno nell'informativa obbligatoria del bilancio di esercizio le informazioni volontarie relative:
- alla creazione e distribuzione del valore aggiunto
- alla relazione sociale per i vari stakeholder
- alla dichiarazione ambientale redatta ai fini della registrazione EMAS, in forma sintetica
- all'analisi del capitale intellettuale.

Il nostro giudizio viene rilasciato secondo correttezza professionale. Il coinvolgimento diretto nella redazione del documento rappresenta garanzia nella verifica delle procedure adottate dall'azienda nella raccolta, elaborazione ed esposizione dei dati.

Le verifiche effettuate sono state rivolte:

1. al riscontro dell'applicazione della metodologia Q-RES per la qualità etico-sociale d'impresa (Centre for Ethics, Law & Economics) limitatamente ai criteri per la redazione del documento, ed in particolare alla verifica delle fasi di attuazione del processo, come dichiarate nella premessa:

- *creazione del gruppo di lavoro* e *definizione del coordinatore responsabile dell'intero processo*: relativamente a tale punto si rileva che **a)** il gruppo di lavoro è stato costituito l'8 marzo 2012; **b)** il coordinamento è avvenuto con un incontro collegiale e, successivamente, attraverso posta elettronica su modulistica già sperimentata; **c)** a responsabilità del processo è stata attribuita al Direttore Generale, mentre il coordinamento operativo è stato assegnato all'assistente marketing e comunicazione;

- *definizione degli obiettivi della rendicontazione* e *degli stakeholder di riferimento:* tali aspetti non sono stati modificati rispetto alla precedente edizione del Global Report e vengono esplicitati nella parte introduttiva ed in quella che specifica l'identità aziendale;

- *individuazione degli standard e degli indicatori di performance:* gli standard di riferimento utilizzati sono costituiti dai principi di redazione sul bilancio sociale elaborati dal G.B.S. e, per la parte della relazione sociale, dagli indicatori elaborati nell'ambito del progetto C.S.R. - S.C., al fine di consentire un benchmarking più ampio possibile. Alcuni indicatori aggiuntivi sono stati elaborati autonomamente dal gruppo di lavoro;

- *creazione di un sistema informativo per la raccolta dei dati:* i dati sono stati raccolti autonomamente dai singoli componenti il gruppo sulla base dei fogli di lavoro elaborati nelle precedenti edizioni del documento e distribuiti secondo competenze e possibilità di accesso ai dati. Le principali fonti sono state: **a)** contabilità generale; **b)** reportistica direzionale; **c)** sistema informativo extra-contabile **d)** documenti di rilevanza esterna quali contratti, convenzioni, **e)** modulistica ad uso interno; **f)** manuale della qualità e procedure interne; **g)** statistiche, analisi ed elaborazioni di supporto al Sistema Gestione Integrato; **h)** documentazione ambientale predisposta per la registrazione EMAS. Solo in casi marginali, laddove non è stato possibile fare riferimento ad un sistema informativo predisposto ad-hoc, si è fatto ricorso ad interviste al personale aziendale. Per gli aspetti di tipo qualitativo sono state utilizzate fonti informative quali interviste, schede narrative, questionari e pareri;
- *redazione del Global Report come relazione sintetica dell'attività di rendicontazione di performance economiche, etiche, ambientali e sociali:* si ritiene che il Global Report Boxmarche 2011 risponda ai requisiti previsti;
- *redazione di un piano di comunicazione; il piano di comunicazione prevede le seguenti fasi:* **a)** deposito del documento presso la sede sociale nei 15 giorni che precedono l'assemblea di bilancio; **b)** sottoposizione del documento all'approvazione da parte dell'assemblea dei soci; **c)** deposito del documento presso il Registro delle Imprese entro trenta giorni dall'approvazione assembleare; **d)** presentazione del documento agli stakeholder nel corso di un evento da realizzare nel mese di luglio; **e)** promozione dell'evento sul periodico aziendale "Next"; **f)** pubblicazione on line del documento nel sito aziendale www.boxmarche.it; **g)** possibilità di richiesta facilitata del documento cartaceo tramite sito internet aziendale; **h)** invio del documento cartaceo a circa 300 stakeholder; **i)** possibilità di richiedere il documento tramite tagliando presente nel periodico aziendale; **l)** possibilità di prelevare il documento attraverso il sistema informativo delle Camere di Commercio - Registro Imprese.

Per quanto concerne il giudizio complessivo sull'applicazione della metodologia Q-RES per la rendicontazione etico-sociale si rileva che:

- il coinvolgimento diretto degli stakeholder è stato ottenuto: **a)** attraverso l'analisi dei questionari relativi alle precedenti edizioni del Global Report; **b)** con la partecipazione al gruppo di lavoro del rappresentante dei lavoratori per la SA 8000; **c)** attraverso la presentazione del Global Report 2010 in un incontro aperto al pubblico tenutosi l'8 luglio 2011 presso la sede aziendale; **d)** con la diffusione del documento, prelevabile dal sito internet aziendale; **e)** informalmente, attraverso pareri e feed-back forniti dai vari stakeholder;
- per quanto concerne la verifica esterna da parte di un *social auditor*, richiesta dallo standard Q-RES, si rileva che allo stato attuale l'azienda non ha avviato richieste di verifica ad organismi esterni.

2. al controllo della rispondenza dei dati riportati nella sezione "creazione e distribuzione del Valore Aggiunto" a quelli risultanti dalla contabilità aziendale e dai bilanci degli esercizi chiusi al 31/12/2009, 31/12/2010 e 31/12/2011. Relativamente a tale aspetto, si rileva quanto segue:

- i prospetti di determinazione e ripartizione del Valore Aggiunto sono stati redatti in coerenza con i principi elaborati dal Gruppo di Studio per il Bilancio Sociale (G.B.S.) e derivano direttamente dalla riclassificazione di dati provenienti dalla contabilità generale aziendale per gli anni 2009, 2010 e 2011, come risultante dai prospetti di raccordo sottoposti al nostro esame. Apparenti difformità rispetto a voci analoghe presenti nel bilancio di esercizio derivano esclusivamente dai differenti criteri di riclassificazione applicati nei due documenti.
- gli indicatori di performance economica sono stati elaborati in coerenza con le informazioni utilizzate per la reportistica interna;
- nel prospetto di ripartizione del Valore Aggiunto Globale Lordo la quota capitale dei canoni di leasing finanziario è stata equiparata agli ammortamenti ed esposta sotto la voce "ammortamento delle immobilizzazioni materiali".

3. all'utilizzo degli indicatori proposti dal progetto C.S.R. - S.C., ritenuti significativi anche in ottica di future possibilità di *benchmarking*. Si rileva in proposito l'effettivo utilizzo degli indicatori minimi richiesti dal modello (definiti "comuni") e della maggior parte degli indicatori "addizionali" ritenuti significativi sulla base delle specificità aziendali, su un intervallo temporale di tre anni, come richiesto dal modello C.S.R. - S.C.

4. alle procedure di rilevazione degli indicatori utilizzati per l'analisi del capitale intellettuale, relativamente alle quali si osserva che:

- i dati di derivazione contabile corrispondono a quelli utilizzati per il bilancio di esercizio e per la reportistica interna;
- i dati e le informazioni extra-contabili risultano coerenti con quelli rilevati in esercizi precedenti ai fini dell'informativa interna agli azionisti e del controllo di gestione.

Sulla base di quanto esposto, riteniamo che le sezioni "sostenibilità" ed "analisi del capitale intellettuale" contenute nella Relazione sulla Gestione del Global Report Boxmarche 2011 siano conformi a quanto dichiarato nelle premesse metodologiche enunciate nella sezione introduttiva e che i dati esposti risultano coerenti con quanto rilevabile dalla contabilità aziendale e dai sistemi di rilevazione interna extra contabili per il controllo e la direzione aziendale.

Corinaldo, 10 aprile 2012

Michela Sopranzi
Dottore in Economia - Esperta Contabile
Consulente in Etica d'Impresa
Revisore Legale

Cesare Tomassetti
Dottore Commercialista
Revisore Legale

Relazione del Collegio Sindacale

SOCIETÀ: BOX MARCHE SPA
SEDE: CORINALDO (AN) - Via San Vincenzo 67
CAPITALE SOCIALE: euro 1.000.000,00 Int. Versato
R. I. DI ANCONA / CODICE FISCALE N.: 00132720426
R.E.A. DI ANCONA N.: 61617

RELAZIONE DEL COLLEGIO SINDACALE ALL'ASSEMBLEA DEGLI (DEI) AZIONISTI (SOCI) AI SENSI DELL'ART. 2429, COMMA 2, C.C., E RELAZIONE DI REVISIONE AI SENSI DELL'ART. 14 DEL D.LGS. 27 GENNAIO 2010, N. 39 SUL BILANCIO CHIUSO AL 31/12/2011

All'Assemblea degli azionisti della "BOX MARCHE S.P.A."

A) Premessa

Il Collegio Sindacale, nell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, ha svolto sia le funzioni previste dagli artt. 2403 e segg. c.c. sia quelle previste dall'art. 2409-bis c.c. (Revisione legale dei conti). Ai fini di chiarezza la presente relazione unitaria contiene, nella sezione B), la relazione di revisione legale dei conti e nelle sezioni C) e D) la relazione sui risultati dell'esercizio sociale e sull'attività svolta, nonchè le osservazioni e le proposte in ordine al bilancio e alla sua approvazione.

B) Relazione di revisione ai sensi dell'art. 14 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39 (Revisione legale dei conti)

1) Abbiamo svolto la revisione contabile dell'esercizio della società "BOX MARCHE S.P.A." al 31/12/2011. La responsabilità della redazione del bilancio d'esercizio, in conformità alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione, compete agli Amministratori di "BOX MARCHE S.P.A.". E' nostra la responsabilità del giudizio professionale espresso sul bilancio e basato sulla revisione contabile.

2) Il nostro esame è stato condotto secondo gli statuiti principi di revisione. In conformità ai predetti principi, la revisione è stata pianificata e svolta al fine di acquisire ogni elemento necessario per accertare se il bilancio d'esercizio sia viziato da errori significativi e se risulti, nel suo complesso, attendibile. Il procedimento di revisione è stato svolto in modo coerente con la dimensione della società e con il suo assetto organizzativo. Esso comprende l'esame, sulla base di verifiche a campione, degli elementi probativi a supporto dei saldi e delle informazioni contenuti nel bilancio, nonché la valutazione dell'adeguatezza e della correttezza dei criteri contabili utilizzati e della ragionevolezza delle stime effettuate dagli Amministratori. Riteniamo che il lavoro svolto fornisca una ragionevole base per l'espressione del nostro giudizio professionale.
Per il giudizio relativo al bilancio dell'esercizio precedente, i cui dati sono presentati ai fini comparativi secondo quanto richiesto dalla legge, si fa riferimento alla relazione da noi emessa in data 28 marzo 2011.

3) A nostro giudizio, il sopramenzionato bilancio d'esercizio della società "BOX MARCHE S.P.A." è conforme alle norme che ne disciplinano i criteri di redazione; esso pertanto è redatto con chiarezza e rappresenta in modo veritiero e corretto la situazione patrimoniale e finanziaria e il risultato economico della società per l'esercizio chiuso al 31/12/2011.

4) La responsabilità della redazione della Relazione sulla gestione, in conformità a quanto previsto dalle norme di legge, compete agli Amministratori di "BOX MARCHE S.P.A.". E' di nostra competenza l'espressione del giudizio sulla coerenza della Relazione sulla gestione con il bilancio, come richiesto dalla legge. A tal fine, abbiamo svolto le procedure indicate dal principio di revisione n. PR 001 emanato dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili e raccomandato dalla Consob.
La Relazione sulla gestione è coerente con il bilancio d'esercizio di "BOX MARCHE S.P.A." al 31/12/2011.

C) Relazione sull'attività svolta ai sensi degli artt. 2403 e seguenti c.c.

La nostra attività nel corso dell'esercizio è stata ispirata alle norme di legge e alle norme di comportamento del Collegio Sindacale raccomandate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti ed Esperti Contabili.

In particolare:

1) Abbiamo vigilato sull'osservanza della legge e dello statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione.

2) Abbiamo partecipato alle riunioni degli Organi societari e abbiamo ottenuto informazioni sia sul generale andamento della gestione sia sulle operazioni di maggior rilievo per le loro dimensioni o caratteristiche effettuate dalla società; tali riunioni si sono svolte nel rispetto delle norme statutarie, legislative e regolamentari che ne disciplinano il funzionamento e possiamo ragionevolmente assicurare che le azioni deliberate e poste in essere sono conformi alla legge e allo statuto sociale e non sono manifestamente imprudenti, azzardate o in potenziale conflitto di interessi.

3) Abbiamo acquisito conoscenza e vigilato sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo-contabile della società e sul suo concreto funzionamento.

4) Per quanto a nostra conoscenza, gli Amministratori, nella redazione del bilancio, non hanno derogato alle norme di legge ai sensi dell'art. 2423, comma 4, c.c.

5) Esprimiamo il nostro consenso al mantenimento dei costi di ricerca e sviluppo iscritti nei precedenti esercizi nell'attivo dello Stato Patrimoniale, in quanto perdura la loro utilità e risulta corretta la residua durata dell'ammortamento.

6) Abbiamo verificato la rispondenza del bilancio ai fatti e alle informazioni di cui abbiamo conoscenza a seguito dell'espletamento dei nostri doveri e non abbiamo osservazioni a tale riguardo.

7) Non abbiamo ricevuto denunce ex articolo 2408 c.c., né esposti da parte di terzi.

8) Non abbiamo rilasciato pareri ai sensi di legge.

Nel corso dell'attività di vigilanza, come sopra descritta, non sono emersi ulteriori fatti significativi tali da richiederne la menzione nella presente sezione di questa relazione.

D) Osservazioni e proposte in ordine al bilancio e alla sua approvazione, ai sensi del comma 2 dell'art. 2429 c.c.

Considerando le risultanze dell'attività da noi svolta di cui Vi abbiamo riferito nelle sezioni B) e C) della presente relazione, invitiamo l'Assemblea ad approvare il bilancio d'esercizio chiuso al 31 dicembre 2011, che esprime una perdita di euro 21.827, così come redatto dagli Amministratori.

Corinaldo, 27 marzo 2012

I Sindaci
Dott. Roberto Cirilli (Presidente)
Dott. Marco Pierluca
Dott. Leonardo Zamporlini

Verbale di Assemblea Ordinaria

SOCIETÀ: BOX MARCHE SPA
SEDE: CORINALDO (AN) - Via San Vincenzo 67
CAPITALE SOCIALE: euro 1.000.000,00 Int. Versato
R. I. DI ANCONA / CODICE FISCALE N.: 00132720426
R.E.A. DI ANCONA N.: 61617

VERBALE DI ASSEMBLEA ORDINARIA
Oggi 27 Aprile 2012, alle ore 9,30 si è riunita presso la sede sociale l'Assemblea dei Soci per analizzare, discutere e deliberare sul seguente

ORDINE DEL GIORNO

1) Presentazione del bilancio chiuso al 31/12/2011, relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione e relazione del Collegio Sindacale, deliberazioni relative;
2) Varie ed eventuali.

Assume la presidenza dell'Assemblea, ai sensi del vigente statuto sociale, il Sig. Pierfederici Sesto, Presidente del Consiglio di Amministrazione, il quale constatato che:

- sono state espletate le formalità di convocazione previste dallo statuto sociale (art. 12);
- sono presenti e legittimati ad intervenire soci portatori del 92,52% del capitale sociale, come da foglio presenze che viene conservato agli atti sociali;
- sono altresì presenti, oltre al Presidente, gli altri Amministratori nelle persone dei Sigg. Baldassarri Maria Giuseppina, Carminati dott. Ferruccio, Dominici Tonino, assente giustificato il Signor Paradisi Sandro che ha preventivamente comunicato al Presidente del Consiglio di Amministrazione la sua impossibilità a partecipare alla presente seduta;
- sono intervenuti i Sindaci effettivi Sigg. Cirilli dottor Roberto (Presidente), Zamporlini dottor Leonardo, mentre risulta assente giustificato il dottor Marco Pierluca;

DICHIARA

l'Assemblea regolarmente e validamente costituita.

L'Assemblea, su proposta del Presidente approvata alla unanimità, nomina Segretario il Sig. Dominici Tonino che accetta.

Iniziando i lavori, il Presidente cede la parola all'Amministratore Delegato Sig. Dominici Tonino il quale legge ed illustra la relazione sulla gestione del bilancio chiuso al 31/12/2011, nonché il progetto di bilancio dell'esercizio 2011 costituito da Stato Patrimoniale, Conto Economico e Nota Integrativa.

Successivamente il Dott. Roberto Cirilli, Presidente del Collegio Sindacale, legge all'Assemblea la relazione dei Sindaci sul bilancio chiuso al 31/12/2011.

Dopo ampia discussione e forniti gli opportuni chiarimenti dal Presidente, l'Assemblea all'unanimità.

DELIBERA

- l'approvazione del bilancio chiuso al 31/12/2011;
- la copertura della perdita dell'esercizio 2011, pari ad euro 21.827 (ventunomilaottocentoventisette euro), così come proposto dall'Organo Amministrativo, attingendo dalla riserva straordinaria;
- l'acquisizione agli atti sociali della relazione del Collegio Sindacale.

Il Presidente, constatato che l'ordine del giorno è esaurito e nessuno dei presenti avendo chiesto la parola, dichiara la riunione conclusa alle ore 11,00.

Letto, approvato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE
Sig. SESTO PIERFEDERICI

IL SEGRETARIO
Sig. TONINO DOMINICI

finito di stampare
nel mese di giugno 2012
presso Flamini - Aspio di Osimo An