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

immagini
Diadirette
di **Giuliano De Minicis**

foto
Davide Caporaletti
Davide Perini

stampa
Flamini Aspio di Osimo An

Stampato su carta **"TreeFree"**
100% di fibra di canna da zucchero,
ottenuta dallo scarto di lavorazione
del processo produttivo dello zucchero.

Ci sono più cose scritte
in ogni singolo numero
che in tutte le enciclopedie
del mondo.

contenutincontenibili

Global Report 2012

Bilancio di Esercizio
Bilancio Sociale ed Ambientale
Analisi del Capitale Intellettuale

BOXMARCHE®
idee & packaging

BOXMARCHE

Oscar di Bilancio

2007
Winner PMI

2012
Finalista PMI

PRO CARTON · ECMA
CARTON AWARD 2012
Most Innovative Carton

GLOBAL REPORT
BOXMARCHE
DIECI ANNI DI
TRASPARENZA
2003 › 2013

Next
DIECI ANNI
2003 › 2013

Prefazione - **Contenutincontenibili** 6

Identità aziendale

Premessa al Global Report 10
Lettera del Presidente 11
Lettera dell'Amministratore Delegato 12
Identità aziendale e governance 13
Visione e valori aziendali 18
Mission aziendale 20
Strategie 20
Politiche 20

Bilancio d'esercizio 2012

Stato patrimoniale 24
Conto economico 27
Nota integrativa 29

Relazione sulla gestione

Relazione sulla gestione bilancio chiuso al 31/12/2012 50
Situazione della società e andamento della gestione 51
Risultato della gestione 54
Rendiconto finanziario 57
Informazioni sulle partecipazioni in altre società 59
Principali rischi ed incertezze 59
Informazioni su ambiente e personale 60
Attività di ricerca e sviluppo 60
Uso di strumenti finanziari 61
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 61
Evoluzione prevedibile della gestione 61
Proposta deliberativa 62

Sezione di sostenibilità

Metodologia utilizzata - Il gruppo di lavoro 66
Creazione e distribuzione del valore aggiunto 68
Relazione sociale 72
Personale 72
Azionisti e Comunità finanziaria 83
Clienti 85
Concorrenti 90
Fornitori 91
Partner finanziari 95
Stato, Enti locali e Pubblica Amministrazione 100
Comunità sociale 102
Ambiente 105
Ricerca e Sviluppo 113
Eventi e riconoscimenti 114
Proposte di miglioramento 115

Sezione di analisi del capitale intellettuale

Introduzione all'analisi del capitale intellettuale 130
Analisi del capitale strutturale 132
Analisi del capitale umano 136
Analisi del capitale relazionale 138

Parere dei consulenti esterni 141

Relazione del Collegio Sindacale 147

Verbale di Assemblea Ordinaria 151

Contenutincontenibili

Ilenia Stella
Musicista

Prefazione

Il contenuto è ciò che sta dentro, è il nucleo, la sintesi di un processo infinito che prende forma da un'idea e si alimenta di vita propria, come un bimbo ancora contenuto nel grembo della sua mamma già espressione netta di vita, intreccio di storie che continueranno ad esprimersi senza una vera proprietà. Essere contenuti ci da la percezione dell'incontenibile, di ciò che è altro da noi e visibile solo per attimi frammentati.
Il contenuto è traccia lasciata da un'idea che prende forma.

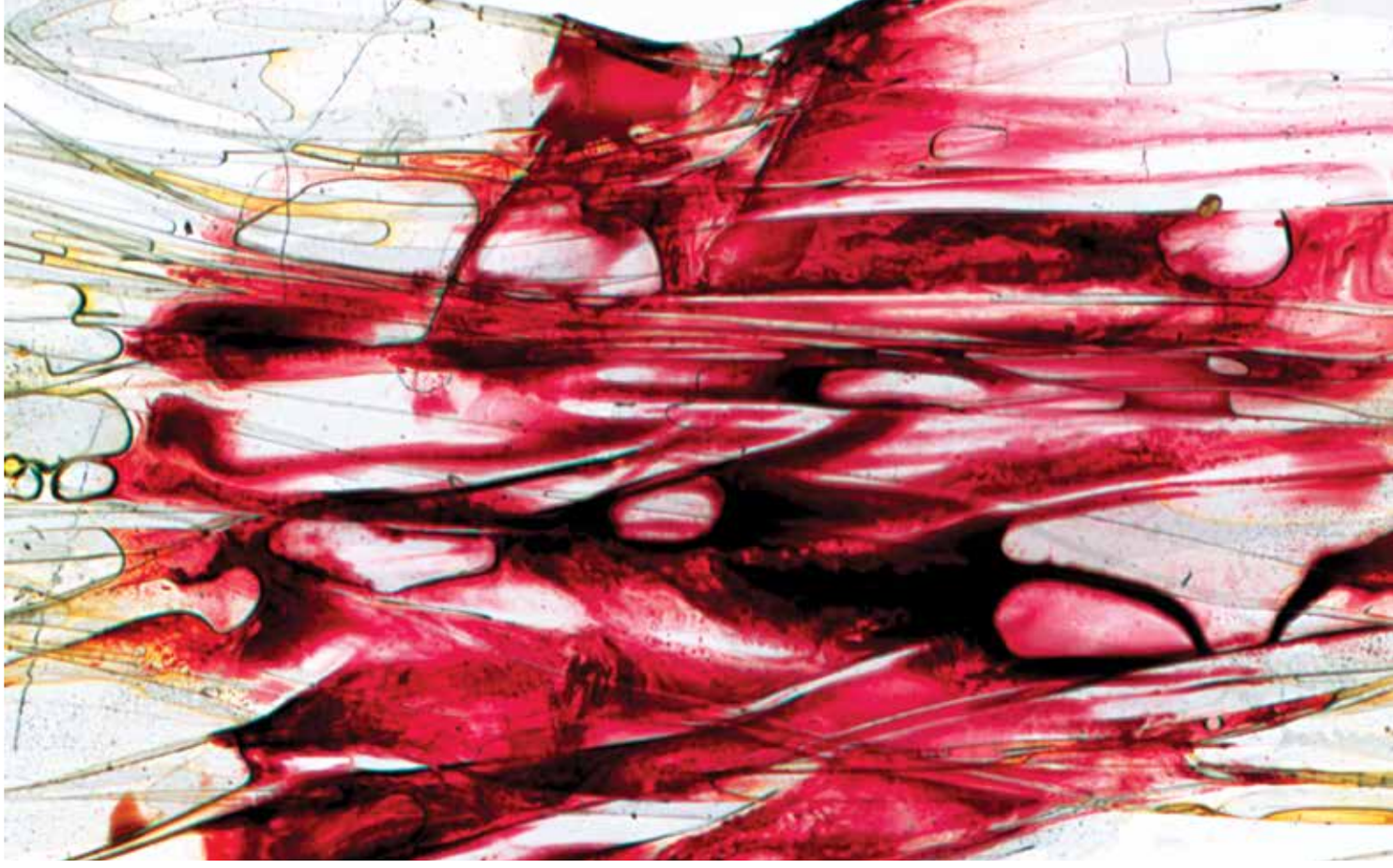
Come nella musica: uno spartito, pieno di note e segni più o meno strani, altro non è che un contenitore di contenuto, ossia la traduzione sintetica di un esperienza di bellezza profonda che il compositore imprime sulla carta. L'esperienza con l'incontenibile genera il contenuto: l'evento sonoro, poi, racconterà a ciascuno un particolare unico con suggestioni, sentimenti ed emozioni, di tutto un percorso che è scatenato e nutrito da infiniti legami, musicali e non. Come dire, infatti, quante persone, contesti, luoghi, passioni, sentimenti sono intervenuti dietro un semplice foglio pentagrammato? Come sapere dov'è l'inizio o la fine di questo percorso? La musica, come un'idea, non si ferma di certo perché tracciata sulla carta.

Assistere dal vivo ad un concerto esalta questa percezione a trame. Osservare, per esempio, un'orchestra che suona ci fa restare immediatamente ammaliati dall'unicità che lega tutti i diversi membri. Ogni strumento diviene parte di un corpo unico reso fisico dal suono. Un corpo sonoro che porta con sé mille racconti e cammini intrecciati e intessuti dalla musica in un insieme perfettamente armonizzato tra brano, compositore, musicisti e relazioni. Un corpo che fa diventare il proprio movimento, interiore ed esteriore, un gesto che veicola la musica e il suo ascolto. Un gesto che esprime la singolarità e nello stesso tempo, l'insieme degli strumenti. Ecco la magia della musica: l'io e il noi nello stesso momento. La possibilità di essere nella diversità noi stessi.

Essere contenuti in orchestra, infatti, non ha come obiettivo la manifestazione della propria bravura o del proprio virtuosismo come solista ma nel contesto dell'insieme, dove le singole parti si mettono d'accordo, dove l'ascolto degli altri, il sapere aspettare il proprio turno (qualche strumento suona solo poche battute in un brano, eppure è importante quanto chi suona dall'inizio alla fine!), il rispetto di ogni elemento diverso da sé sono la base del successo comune. Uno studio, un lavoro, che nasce da un ripetere continuamente in movimento e quindi creativo: una fatica che genera bellezza, che libera la nostra energia e da soddisfazione e gioia.

Questo anche il contenuto ideale che tiene unito un gruppo aziendale che nella quotidianità ripete gesti, equilibrati dal rinnovamento sincero ed appassionato dei singoli elementi, ciascuno come fondamentale del benessere generale di tutto il corpo espressione di quell'insieme particolare di persone. Un microcosmo di contenuti che riflette e si protende verso il macrocosmo dell'incontenibile.

L'idea di partecipare al portare avanti di saggezze antiche, di competenze e conoscenze specifiche formate e sviluppate negli anni, dall'esperienza di ciascuno, è un compito



Diadirette
Cellophane da cucina
e smalto per unghie

dal valore incontenibile. Noi, con il nostro lavoro il nostro modo di fare e quindi di essere, ne siamo il contenuto.

Questa esigenza ha bisogno di essere condivisa, manifestata e legata alla comunità in cui operiamo con le persone che sono veicolo di "trasmissione e scambio e dati", in un tempo e in uno spazio privilegiato di tutto il cammino.

I contenuti si mescolano continuamente con l'incontenibile creando nuove forme, nuovi sguardi, nuovi adattamenti, nuove possibilità mosse dalla ricerca di una soddisfazione che abbracci sempre più persone, per un bene sociale garante dell'autenticità, come unica espressione di realtà: "La felicità è reale solo se condivisa".

I contenuti sono l'espressione di tutto ciò che ci riguarda, tutto ciò che ci fa legare ad alcuni piuttosto che altri, tutto ciò che ci fa percorrere o ripercorrere una strada per correggere degli errori o trovare delle possibilità, tutto ciò che ci soddisfa e genera dubbi, tutto ciò che fa risuonare la vita e raccontare la nostra storia.

Ma la forza più grande di un contenuto sta nel coraggio di rischiare di perdere completamente il contenuto stesso, anche solo avendone la percezione, per lasciare spazio ad uno completamente divergente: dal confronto nascerà una novità, con tutta l'energia incontenibile che ne consegue.

Una molteplicità di contenuti aperti pronti alla novità e allo scambio, come ricchezza unica, sfiora l'infinito e si confonde sempre più all'incontenibile.

Identità aziendale

Premessa al Global Report 10
Lettera del Presidente 11
Lettera dell'Amministratore Delegato 12
Identità aziendale e governance 13
Visione e valori aziendali 18
Mission aziendale 20
Strategie 20
Politiche 20

Dieci anni di trasparenza

Premessa al Global Report

Boxmarche redige e pubblica per il decimo anno il proprio documento integrato di rendicontazione economico - finanziaria, sociale e del capitale intellettuale.
Nato nel 2003 come Bilancio Sociale, nel corso degli anni il documento si è arricchito di informazioni e contenuti fino a diventare il racconto e la "testimonianza" dell'Impegno, dei Risultati e dell'Orgoglio della Gente Boxmarche.

Il Global Report presenta in modo unitario l'informativa del Bilancio di Esercizio insieme a quelle del Bilancio Sociale, Ambientale e dell'Analisi del Capitale Intellettuale; nasce dalla volontà del management di rendere trasparente l'agire aziendale, analizzandone non solo gli aspetti economici ma anche le implicazioni sociali ed ambientali, per diventare un manifesto alla bellezza, al gusto di fare impresa responsabile ed alla passione per il Lavoro.

Ciò fa parte del modo di "essere" di questa Azienda orientata al rispetto delle persone e allo sviluppo sostenibile che si attua attraverso una gestione di tipo "qualità-sicurezza-ambiente-responsabilità sociale".

Boxmarche 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.
Con il Global Report, Boxmarche ha ottenuto nel 2007 il prestigioso premio nazionale "Oscar di Bilancio" per la categoria Medie e Piccole Imprese (Ferpi, Federazione Relazioni Pubbliche Italiana). Questo importante riconoscimento ha costituito un ulteriore stimolo per tutti i collaboratori ed una conferma dell'importanza di comunicare in modo trasparente il proprio vivere l'Impresa.

Il documento è strutturato in tre sezioni:
- **Identità Aziendale;**
- **Bilancio dell'esercizio,** costituito dallo Stato Patrimoniale, dal Conto Economico e dalla 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 **Sostenibilità** e **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 29 Aprile 2013 ed è stato depositato al Registro Imprese.

Coraggio e determinazione

Sesto Pierfederici

"...migliaia, milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli.
È la vocazione naturale che li spinge; non soltanto la sete di denaro.
Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi, costituiscono una molla di progresso altrettanto potente che il guadagno.
Se così non fosse, non si spiegherebbe come ci siano imprenditori che nella propria azienda prodigano tutte le loro energie e investono tutti i loro capitali per ritrarne spesso utili di gran lunga più modesti di quelli che potrebbero sicuramente e comodamente ottenere con altri impieghi."

Luigi Einaudi

Dopo oltre quarant'anni di Presidenza del Consiglio di Amministrazione lascio ogni incarico operativo in seno a questa Società per raggiunti limiti di età. Tra i soci fondatori, insieme alla famiglia Baldassarri, fin dal 1969, anno della costituzione, ho dedicato la mia vita con passione e determinazione alla costruzione e allo sviluppo della Box Marche.

Il coraggio, la forza, la volontà di fare, il desiderio di guardare lontano, sono state da sempre le caratteristiche che hanno accompagnato le mie azioni. Mi hanno guidato, oltre l'intuizione e lo spirito d'iniziativa, i sani principi morali e imprenditoriali, la passione per il lavoro e il desiderio di ispirare e coinvolgere le persone.
Ho voluto dedicarmi con cuore e anima anche ad altre iniziative, gettandomi con slancio nelle imprese economiche, come un condottiero sprezzante del pericolo, cercando di trascinare nelle avventure più belle e difficili i miei soci per realizzare un'idea imprenditoriale. L'onestà, la schiettezza nei rapporti e la saggezza del mondo contadino sono stati i principi che hanno ispirato la costituzione e la crescita di quella che oggi è una moderna, concreta e valorosa realtà imprenditoriale: la nostra Box Marche.

Ringrazio di cuore i Soci, le Persone, i Clienti, i Fornitori di questa meravigliosa Azienda che mi hanno seguito, condiviso e aiutato a realizzare un Sogno.
Non posso non ricordare ed inviare un affettuoso saluto a coloro, soci e collaboratori, che ci hanno lasciato durante questo lungo cammino: ad essi, che hanno contribuito al successo di questa realtà, vanno la mia, la nostra, eterna gratitudine e rispetto.

In questo momento la nostra Azienda ha bisogno di accelerare il passo, di continuare spedita verso altri ambiziosi traguardi, percorrendo strade difficili e piene di difficoltà. Anche per questo motivo, io "accosto" nella corsia che va più piano, ma continuerò a seguirvi a distanza per sostenere e consigliare. Lascio un'Azienda solida e con i conti in ordine, con grandi progetti per il futuro e con un Capitale Umano ricco di valori, conoscenze e competenze che saprà continuare e migliorare l'opera iniziata.

Rivolgo ai clienti, che sono tra i beni più preziosi per l'Impresa, un accorato appello a continuare a dare fiducia e coraggio a questa realtà ricca di Persone vere che sapranno ricompensarli donando loro prodotti e servizi di Valore pieni di Passione e di Umanità.
Vi abbraccio.

Chi ha avuto un grande passato non può non avere un grande futuro

Tonino Dominici
Presidente Boxmarche

"Sono sicuro che in questo giorno noi siamo padroni del nostro destino, che il compito che ci è stato affidato non è superiore alle nostre capacità, che le sofferenze e le insidie che comporta non trascendono i nostri mezzi. Se avremo fede nella nostra causa e un'indomita volontà di vittoria, la vittoria non ci sarà negata."

Winston Churchill

Nel mese di Maggio, a seguito del rinnovo del Board della Box Marche, ho assunto l'incarico di Presidente e Amministratore Delegato. È con grande felicità e senso di responsabilità che accetto tale compito ed è un onore ricevere il testimone di Sesto Pierfederici, figura storica della nostra Azienda, persona competente, illuminata e preziosa che ha contribuito in maniera determinante a tutti i successi aziendali.
Devo a Sesto una riconoscenza particolare; egli è stato, per me, il secondo padre, colui che ha insegnato ad amare il Lavoro e l'Azienda, la guida che mi ha indicato la strada, illuminato il cammino, colui che mi ha offerto la possibilità di realizzare i sogni, colui che, oltre ad avermi dato opportunità e benessere di una carriera professionale, ha tramandato in me l'orgoglio di essere Imprenditore. Con la sua leadership carismatica ha ispirato e formato il gruppo dirigente di Box Marche, ha trasmesso Cultura d'Impresa, ha creato opportunità di crescita a tutto il territorio, ha trasformato le speranze della nostra Gente in certezze.
"Chi ha avuto un grande passato, non può non avere un grande futuro".
Noi che abbiamo "Fame di Futuro", di un futuro sostenibile che realizzi le nostre aspirazioni, un futuro che dia sicurezza in un benessere economico, morale e civile alle persone che vivono questa Azienda e questo territorio, avremo certamente delle ottime possibilità di riuscirci, perché ci portiamo dentro gli insegnamenti, l'esempio, la forza ed il coraggio di Sesto. È con questo patrimonio di umanità, di conoscenze, di esperienze e con questi valori che affrontiamo le sfide future. Siamo consapevoli che nulla sarà più come prima, che anche una volta "passata la crisi" non ritorneranno opportunità di sviluppo con le dinamiche del passato. Dobbiamo avere il coraggio di guardare in faccia la realtà, anziché "preoccuparci" senza fare, dobbiamo "occuparci" di agire facendo i conti con il cambiamento. Solo le Aziende, le Persone che riusciranno a gestirlo e interpretarlo avranno possibilità di crescita. Dobbiamo sviluppare e applicare il pensiero positivo: cogliere le opportunità generate dal modo di pensare e comportarsi delle persone, dalle culture nuove che entrano nelle nostra civiltà, dagli usi e consumi delle nuove tecnologie e dai nuovi bisogni dei clienti. "Fare di più e meglio con meno": aumentare i contenuti da offrire al mercato contenendo i costi e migliorando le prestazioni, la qualità dei prodotti e dei servizi proposti. I nostri clienti chiedono sempre più idee, creatività, innovazione, flessibilità, qualità, personalizzazione, valori percepiti. Questa è "tecnologia" che si sviluppa e si crea solo ripensando a un modo nuovo di gestire l'Impresa, a una nuova maniera di condurre le Persone che vivono in Azienda. Ogni Azienda ha una ricchezza, un immenso potenziale di sviluppo dato dal Capitale Umano. Non esiste problema, ostacolo così grande da non poter essere superato, se si dirigono, se si "curano amorevolmente" le persone verso il miglioramento.
La mediocrità è un costo troppo grande da sopportare, specialmente in questi momenti in cui è necessario recuperare efficienza e risorse. Solo una Leadership illuminata, capace di innalzare il livello delle proprie prestazioni sarà in grado di ottenere risultati eccezionali dalle proprie Persone. L'Arte della Leadership può offrire spettacolari ricompense in termini di "contenutiIncontenibili", per vincere le sfide impossibili, appunto!

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, 44 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 un'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 sofferta.
La nuova competizione sarà quella dell'Innovazione e delle Relazioni con le Persone (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 e a tutte le parti interessate per il rispetto di tutte le persone che oggi lavorano in Box Marche e di coloro che hanno fondato questa realtà aziendale.
Questo il modo scelto perché Boxmarche sia protagonista e artefice del proprio destino.

Assetto societario e cariche sociali

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 trasforma da S.r.l. ad S.p.A.
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 ora detenuta da Tonino Dominici, il restante 43% è detenuto dalle Famiglie Baldassarri e Pierfederici.
Il 9 Maggio 2013 viene rinnovato il Consiglio di Amministrazione che risulta così composto:

- **Tonino Dominici**, Presidente e Amministratore Delegato;
- **Maria Giuseppina Baldassarri**, Consigliere;
- **Sandro Paradisi**, Consigliere;
- **Daniele Pierfederici**, Consigliere;
- **Stefano Tittarelli**, Consigliere;

Il controllo è affidato ad un Collegio Sindacale composto da tre membri:

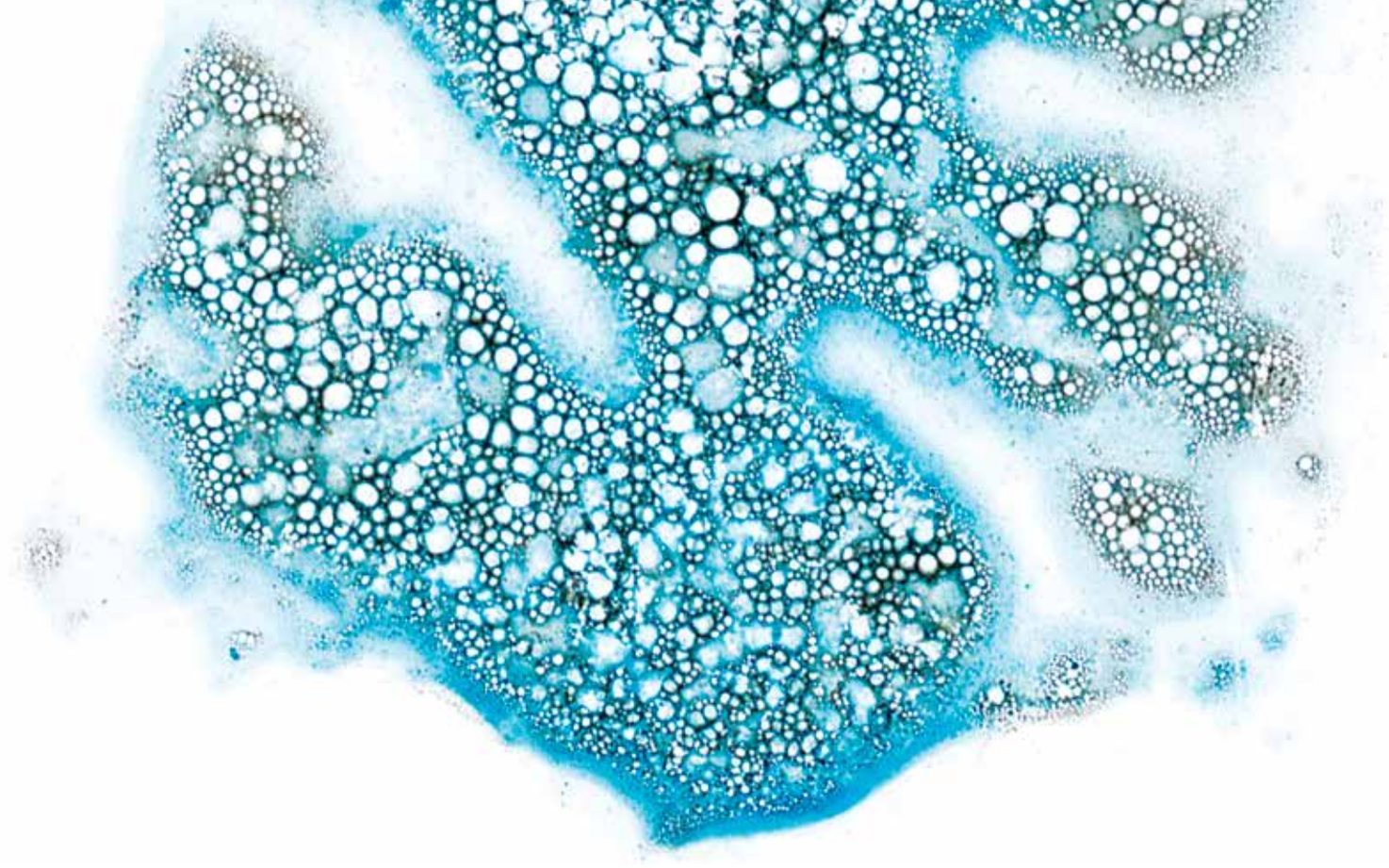
- **Roberto Cirilli**, Presidente del Collegio Sindacale;
- **Marco Pierluca**, Sindaco effettivo;
- **Leonardo Zamporlini**, Sindaco effettivo.

Prodotti e mercato

La società progetta e realizza astucci, scatole ed espositori litografati in cartoncino teso e microondulato. Opera prevalentemente su ordine 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.
Pur mantenendo la vocazione manifatturiera legata alla progettazione e alla realizzazione di prodotti, l'Azienda propone un'offerta integrata di consulenza e servizio ai clienti. 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 progettata e si adatta alla Vision aziendale ed è allineata alla Mission che racchiude in sé i principali valori di riferimento dell'Azienda.
Coerentemente alla strategia aziendale ed alle esigenze del mercato la struttura organizzativa si caratterizza per una notevole ampiezza delle conoscenze e delle competenze attribuite alle singole funzioni.
È continuato, nel 2012, il cambiamento organizzativo che ha visto il riassetto di tutte le funzioni aziendali di interfaccia con il cliente per incrementare il livello di servizio offerto migliorando sensibilmente i processi interni, per avere maggiore efficienza e velocità nelle risposte.
L'obiettivo è quello di ricercare l'eccellenza offrendo prodotti e servizi a Valore percepito.



Diadirette
Schiuma di sapone
e acquerello blu

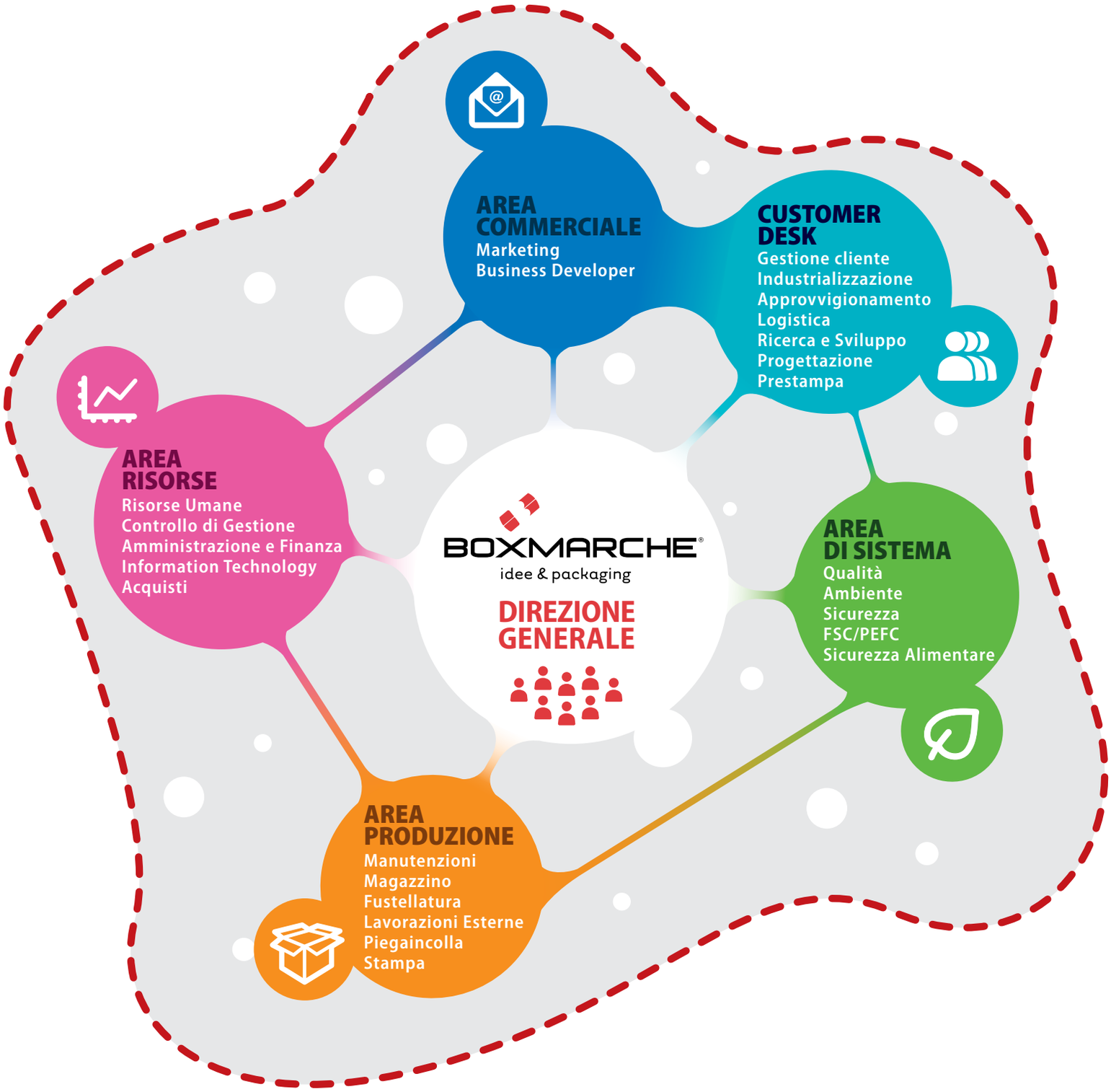
Il ridisegno e la rappresentazione grafica dell'organigramma assumono oggi le sembianze di una "Amoeba", al cui interno gli organismi (le varie funzioni) sono caratterizzati dalla mutabilità delle conoscenze e delle competenze (polivalenza e interdisciplina) che collegati tra di loro si muovono e agiscono alimentando valore nei processi.

La Direzione Generale è affidata al Presidente e 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). Alla Direzione Generale è collegata l'area Risorse responsabile delle Persone, delle politiche di acquisto, amministrazione e finanza, controllo di gestione e ICT (information and Comunication Technology). Alla Direzione Generale è collegata l'area Risorse responsabile delle Persone, delle politiche di acquisto, amministrazione e finanza, controllo di gestione e ICT (information and Comunication Technology).

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 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, a cui fanno capo i Responsabili di Reparto (Stampa, Fustellatura e Piegaincolla), il Responsabile dei Magazzini di Accettazione e Ricevimento, il servizio Manutenzione.

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



LIVING
OUTSIDE
THE BOX

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

2012 ECMA Pro Carton Award - Vincitore del Carton Award nella sezione Most Innovative Carton

La vita di un individuo, il suo ingegno,
i suoi studi, il suo lavoro ed i suoi averi,
non possono essere del tutto cosa propria
ma in parte spettano alla società nella quale
è nato, ha studiato, ha imparato e vive.
Ecco perchè è bello il lavoro e perchè
continueremo a lavorare finchè avremo vita.

Visione e valori aziendali

Ogni azienda ha uno "stile" nel condurre la propria attività che nel tempo la porta ad assumere comportamenti distintivi. È 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.

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 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.

Diadirette
Sovrapposizioni
di acetati autoadesivi

Bilancio d'esercizio 2012

Stato patrimoniale 24
Conto economico 27
Nota integrativa 29

SOCIETÀ: BOX MARCHE SPA
SEDE: CORINALDO (AN) - Via San Vincenzo 67
CAPITALE SOCIALE: € 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 31-12-2012

STATO PATRIMONIALE

ATTIVO	31/12/2012	31/12/2011
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	0	2.509
3) diritti di brevetto ind.le e utilizzaz. opere ingegno	19.970	33.568
4) concessioni, licenze, marchi e diritti simili	1.639	2.188
5) avviamento	0	0
6) immobilizzazioni in corso e acconti	0	0
7) altre	10.453	13.767
Totale immobilizzazioni immateriali (I)	**32.062**	**52.032**
II - Immobilizzazioni materiali:		
1) terreni e fabbricati	0	0
2) impianti e macchinario	1.307.416	1.450.577
3) attrezzature industriali e commerciali	365.620	395.777
4) altri beni	91.603	120.610
5) immobilizzazioni in corso e acconti	0	0
Totale immobilizzazioni materiali (II)	**1.764.639**	**1.966.964**
III - Immobilizzazioni finanziarie:		
1) partecipazioni in:		
a) imprese controllate	127.500	127.500
d) altre imprese	2.753	2.753
Totale partecipazioni (1)	**130.253**	**130.253**
2) crediti:		
a) verso imprese controllate:		
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
Totale crediti verso imprese controllate (a)	**0**	**0**
d) verso altri:		
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
Totale crediti verso altri (d)	**0**	**0**
Totale crediti (2)	**0**	**0**
Totale immobilizzazioni finanziarie (III)	**130.253**	**130.253**
Totale immobilizzazioni (B)	**1.926.954**	**2.149.249**
C) Attivo circolante:		
I - Rimanenze:		
1) materie prime, sussidiarie e di consumo	334.151	332.505

2) prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	50.675	191.880
4) prodotti finiti e merci	232.943	211.041
Totale rimanenze (I)	**617.769**	**735.426**
II - Crediti:		
1) verso clienti		
- importi esigibili entro l'esercizio successivo	4.521.244	4.657.023
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
Totale crediti verso clienti (1)	**4.521.244**	**4.657.023**
2) verso imprese controllate		
- importi esigibili entro l'esercizio successivo	16.935	58.348
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	0	0
Totale crediti verso imprese controllate (2)	**16.935**	**58.348**
4-bis) crediti tributari		
- importi esigibili entro l'esercizio successivo	662.063	369.010
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	65.507	1.793
Totale crediti tributari (4-bis)	**727.570**	**370.803**
4-ter) imposte anticipate		
- importi esigibili entro l'esercizio successivo	0	0
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	508	2.957
Totale imposte anticipate (4-ter)	**508**	**2.957**
5) verso altri		
- importi esigibili entro l'esercizio successivo	55.369	33.529
- importi esigibili oltre l'esercizio successivo	5.684	5.684
Totale crediti verso altri (5)	**61.053**	**39.213**
Totale crediti (II)	**5.327.310**	**5.128.344**
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni:	0	0
Totale attività finanziarie che non costit. immobilizzazioni (III)	**0**	**0**
IV - Disponibilità liquide:		
1) depositi bancari e postali	202.529	47.223
3) danaro e valori in cassa	34	357
Totale disponibilità liquide (IV)	**202.563**	**47.580**
Totale attivo circolante (C)	**6.147.642**	**5.911.350**
D) Ratei e risconti attivi:		
1) ratei attivi	0	0
2) risconti attivi	12.688	17.598
Totale ratei e risconti attivi (D)	**12.688**	**17.598**
TOTALE ATTIVO	**8.087.284**	**8.078.197**

PASSIVO	31/12/2012	31/12/2011
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	945.853	967.680
2) Ris. contrib. c/capitale	19.447	19.447
4) Ris. futuro aumento cap. sociale	0	0
5) Ris. convers. / arrot. euro	-1	-4
Totale Altre Riserve	**965.299**	**987.123**
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	0	0
IX - Utile/Perdita dell'esercizio	213.559	-21.827
Totale patrimonio netto (A)	**2.399.340**	**2.185.778**
B) Fondi per rischi ed oneri:		
2) per imposte:		
b) imposte differite	135	270
3) altri	3.112	3.112
Totale fondi per rischi ed oneri (B)	**3.247**	**3.382**
C) Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	519.418	586.197
D) Debiti		
4) debiti verso banche		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	1.108.006	1.279.196
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	538.404	804.263
Totale debiti verso banche (4)	**1.646.410**	**2.083.459**
7) debiti verso fornitori		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	2.930.263	2.742.247
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale debiti verso fornitori (7)	**2.930.263**	**2.742.247**
12) debiti tributari		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	177.720	71.773
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale debiti tributari (12)	**177.720**	**71.773**
13) debiti Vs istituti di prev.za e sicur. sociale		
- importi esigibili entro l'eserc. successivo	166.631	122.000
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Tot. debiti Vs ist. di previd. e sicurezza sociale (13)	**166.631**	**122.000**
14) altri debiti		

Conto Economico

- importi esigibili entro l'eserc. successivo	238.000	270.642
- importi esigibili oltre l'eserc. successivo	0	0
Totale altri debiti (14)	**238.000**	**270.642**
Totale debiti (D)	**5.159.024**	**5.290.121**
E) Ratei e risconti passivi		
1) ratei passivi	6.255	12.719
2) risconti passivi	0	0
Totale ratei e risconti passivi (E)	**6.255**	**12.719**
TOTALE PASSIVO	**8.087.284**	**8.078.197**

CONTI D'ORDINE

Beni di terzi in leasing	1.139.812	1.353.622
Fidejussioni prestate a società controllate	0	0
TOTALE CONTI D'ORDINE	**1.139.812**	**1.353.622**

CONTO ECONOMICO

A) Valore della produzione		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	11.116.169	10.637.389
2) var. rimanenze di prod. in corso, semil. e finiti	-119.304	144.212
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	4.166	26.064
- contributi in conto esercizio	0	0
Totale altri ricavi e proventi (5)	**4.166**	**26.064**
Totale valore della produzione (A)	**11.001.031**	**10.807.665**
B) Costi della produzione		
6) per materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	5.013.775	5.304.507
7) per servizi	2.451.229	2.377.713
8) per godimento di beni di terzi	500.450	524.042
9) per il personale:		
a) salari e stipendi	1.353.683	1.292.205
b) oneri sociali	443.179	420.810
c) trattamento di fine rapporto	122.671	117.439
e) altri costi	67.604	42.532
Totale costi per il personale (9)	**1.987.137**	**1.872.986**
10) ammortamenti e svalutazioni:		
a) ammortamento delle immob.ni immateriali	24.746	47.309
b) ammortamento delle immob.ni materiali	430.512	475.082
d) svalutaz. dei crediti dell'att. circ. e disp. liquide	7.420	8.259

Totale ammortamenti e svalutazioni (10)	**462.678**	**530.650**
11) var. rimanenze di mat. prime, suss., cons. e merci	-1.645	-17.591
12) accantonamenti per rischi	0	0
13) altri accantonamenti	0	0
14) oneri diversi di gestione	127.628	77.386
Totale costi della produzione (B)	**10.541.252**	**10.669.693**
Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)	**459.779**	**137.972**
C) Proventi e oneri finanziari:		
15) proventi da partecipazioni	0	0
16) altri proventi finanziari:		
d) proventi diversi dai precedenti:		
- da terzi	2.439	4.046
Totale proventi diversi dai precedenti (d)	**2.439**	**4.046**
Totale altri proventi finanziari (15+16)	**2.439**	**4.046**
17) interessi e altri oneri finanziari:		
d) verso altri	199.428	177.637
Totale interessi e altri oneri finanziari (17)	**199.428**	**177.637**
17-bis) Utili per perdite su cambi	**0**	**0**
Totale proventi e oneri finanz. (C) (15+16-17+/-17 bis)	**-196.989**	**-173.591**
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	89.817	80.647
c) arrotondamenti euro	0	0
Totale proventi straordinari (20)	**89.817**	**80.647**
21) oneri straordinari:		
b) altri oneri straordinari	6.561	4.512
d) arrotondamenti euro	0	0
Totale oneri straordinari (21)	**6.561**	**4.512**
Totale delle partite straordinarie (E) (20-21)	**83.256**	**76.135**
Risultato prima delle imposte (A-B+/-C+/-D+/-E)	**346.046**	**40.516**
22) imposte sul reddito dell'esercizio		
a) imposte correnti	130.173	64.506
b) imposte differite	-135	-135
c) imposte anticipate	2.449	-2.028
Totale imposte sul reddito dell'esercizio (E) (22)	**132.487**	**62.343**
23) Utile/Perdita dell'esercizio	**213.559**	**-21.827**

Nota Integrativa al Bilancio di Esercizio 2012
Struttura e contenuto del bilancio

PREMESSA
Il bilancio dell'esercizio chiuso al 31/12/2012 è stato redatto secondo le disposizioni del Codice Civile, così come modificate dalla riforma del diritto societario in materia di bilancio d'impresa introdotta dal D.Lgs. n.6 del 17 gennaio 2003 e successive modificazioni, ed è costituito dallo Stato Patrimoniale (articoli 2424 e 2424-bis del Codice Civile), dal Conto Economico (articoli 2425 e 2425-bis del Codice Civile) e dalla presente Nota Integrativa (articolo 2427 del Codice Civile).
La Nota Integrativa ha la funzione di fornire l'illustrazione, l'analisi e, in taluni casi, l'integrazione dei dati di bilancio e contiene le informazioni previste dall'art.2427 del Codice Civile.

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 nostra 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:** composizione delle voci "Costi di impianto e ampliamento" e "Costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità";
- **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.

Nel bilancio chiuso al 31/12/2012 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 finanziamento
costi su beni di terzi	durata della locazione

Immobilizzazioni materiali

Risultano iscritte al costo di acquisto ex art.2426 p.1 C.C., 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 a € 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.

I coefficienti di ammortamento applicati ai valori dei beni non completamente ammortizzati alla data del 31 dicembre 2012 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 %
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 31/12/2012 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.	2.894.836	3.099	258	2.898.193
Attr. Ind.le e comm.	1.874.903	0	0	1.874.903
Altri beni	853.151	0	0	853.151
TOTALE	**5.622.890**	**3.099**	**258**	**5.626.247**

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 € 48.832 al netto del preesistente fondo svalutazione crediti di € 8.259 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 € 7.420.

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 31/12/2011	Acquisizioni	Amm.ti dell'esercizio	Importo al 31/12/2012
1. Costi d'impianto e di ampliamento	0	0	0	0	0	0
2. Costi di ricerca, sviluppo e pubblicità	12.547	10.038	2.509	0	2.509	0
3. Diritti di brevetto e utilizzazione opere dell'ingegno	55.125	21.557	33.568	4.775	18.373	19.970
4. Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	5.495	3.307	2.188	0	549	1.639
5. Avviamento	0	0	0	0	0	0
6. Immobilizzazioni in corso e acconti	0	0	0	0	0	0
7. Altre immobilizzazioni immateriali	19.000	5.233	13.767	0	3.314	10.453
TOTALE	**92.167**	**40.135**	**52.032**	**4.775**	**24.745**	**32.062**

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	2.870.699
Rivalutazione	3.357
Ammortamenti esercizi precedenti	1.423.479
SALDO AL 31/12/2011	**1.450.577**
Acquisizione dell'esercizio	33.152
Cessioni dell'esercizio - costo (-)	9.014
- fondo ammortamento (+)	9.014
Giroconti positivi (riclassificazione)	0
Giroconti negativi (riclassificazione)	0
Interessi capitalizzati nell'esercizio	0
Ammortamenti dell'esercizio	176.313
SALDO AL 31/12/2012	**1.307.416**

Attrezzature industriali e commerciali	
Descrizione	**Importo**
Costo storico	1.788.655
Rivalutazione	0
Ammortamenti esercizi precedenti	1.392.878
SALDO AL 31/12/2011	**395.777**
Acquisizione dell'esercizio	192.184
Cessioni dell'esercizio - costo (-)	105.936
- fondo ammortamento (+)	94.334
Giroconti positivi (riclassificazione)	0
Giroconti negativi (riclassificazione)	0
Interessi capitalizzati nell'esercizio	0
Ammortamenti dell'esercizio	210.739
SALDO AL 31/12/2012	**365.620**

Altri beni	
Descrizione	**Importo**
Costo storico	867.610
Rivalutazione	0
Ammortamenti esercizi precedenti	747.000
SALDO AL 31/12/2011	**120.610**
Acquisizione dell'esercizio	14.753
Cessioni dell'esercizio - costo (-)	29.212
- fondo ammortamento (+)	28.912
Giroconti positivi (riclassificazione)	0
Giroconti negativi (riclassificazione)	0
Interessi capitalizzati nell'esercizio	0
Ammortamenti dell'esercizio	43.460
SALDO AL 31/12/2012	**91.603**

Immobilizzazioni finanziarie

Partecipazioni

Le partecipazioni hanno avuto nell'esercizio le seguenti movimentazioni:

Immobilizzazioni finanziarie - Partecipazioni				
Descrizione	**Saldo al 31/12/2011**	**Incrementi ed acquisizioni**	**Decrementi**	**Saldo al 31/12/2012**
Imprese controllate	127.500	0	0	127.500
Imprese collegate	0	0	0	0
Altre imprese	2.753	0	0	2.753
TOTALE	**130.253**	**0**	**0**	**130.253**

In merito alle movimentazioni delle immobilizzazioni, riteniamo di dovere segnalare esclusivamente l'acquisto di una macchina da stampa 2 colori KBA Italia per € 53.252.

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 31/12/2012**	**Variazioni dell'esercizio**	**Rim. Finali al 31/12/2011**
Mat. prime, suss., cons.	334.151	1.646	332.505
Prod. in corso e semil.	50.675	-141.205	191.880
Lavori in corso su ordin.	0	0	0
Prod. finiti e merci	232.943	21.902	211.041
Acconti	0	0	0
TOTALE	**617.769**	**-117.657**	**735.426**

La riduzione delle rimanenze è frutto di un'attenta gestione del magazzino, finalizzata a migliorare i flussi di capitale circolante.

Altre voci dell'attivo

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

Altre voci dell'attivo			
Altre voci dell'attivo	**Saldo al 31/12/2012**	**Variazioni +/-**	**Saldo al 31/12/2011**
II - Crediti:			
1) Verso clienti	4.521.244	-135.779	4.657.023
2) Verso imprese controllate	16.935	-41.413	58.348
4 - bis) Crediti tributari	727.570	356.767	370.803
4 - ter) Imposte anticipate	508	-2.449	2.957
5) Verso altri	61.053	21.840	39.213
Tot. crediti	**5.327.310**	**198.966**	**5.128.344**
III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	0	0	0
IV - Disponibilità liquide:			
1) Depositi bancari e postali	202.529	155.306	47.223
3) Denaro e valori in cassa	34	-323	357
Tot. disponibilità liquide	**202.563**	**154.983**	**47.580**
D) Ratei e risconti attivi	12.688	-4.910	17.598
TOTALE	**5.542.561**	**349.039**	**5.193.522**

Le variazioni che a ns. avviso meritano di essere segnalate risultano le seguenti:
- i crediti verso clienti si sono ridotti per effetto prevalentemente di una politica di vendita orientata esclusivamente verso controparti con elevato grado di affidabilità, finalizzata pertanto a ridurre la durata media dei tempi di incasso e soprattutto il rischio di insolvenza dei clienti;
- la variazione dei crediti tributari è da imputare per lo più all'accresciuto credito Iva pari a fine anno a € 655.300;
- l'aumento delle disponibilità finanziarie è da valutare congiuntamente al dato dell'esposizione verso il sistema bancario (voce D 4 del passivo dello stato patrimoniale) che verrà trattato più avanti.

Passiamo ora ad esaminare le variazioni intervenute nel Patrimonio Netto e nel Passivo. Quanto al primo la movimentazione viene fornita nella seguente tabella.

Patrimonio netto				
Patrimonio Netto	**Saldo al 31/12/2011**	**Incrementi**	**Decrementi**	**Saldo al 31/12/2012**
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:				0
- Riserva straordinaria	967.680	0	21.827	945.853
- Riserva contributi c/capitale	19.447	0	0	19.447
- Riserva da arrotondamento euro	-4	-1	-4	-1
VIII - Utili (perdite) portati a nuovo	0	0	0	0
IX - Perdita/Utile dell'esercizio	-21.827	213.559	-21.827	213.559
TOTALE	**2.185.778**	**213.558**	**-4**	**2.399.340**

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 è ragionevole ritenere che non emergano passività. A tal proposito informiamo che il P.V.C. emesso dall'Agenzia delle Entrate in data 17 dicembre 2012 a seguito della verifica fiscale avente ad oggetto il periodo d'imposta 2010 contiene un solo rilievo di € 76.166, per perdite su crediti non deducibili, ritenuto dal tutto privo di fondamento. A conferma di tale convinzione la società ha presentato all'Agenzia delle Entrate apposite osservazioni ai sensi dell'art.12, Legge n.212/2000 ("Statuto del contribuente"). Con riferimento a detta vicenda ad oggi la società non ha ancora ricevuto ulteriori atti da parte dell'Agenzia delle Entrate.
È 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 31/12/2011	Incrementi	Decrementi	Saldi al 31/12/2012
Fondo imposte differite	270	0	135	135

Altri fondi

Per la loro composizione si rinvia alla seguente tabella:

Descrizione	Saldi al 31/12/2011	Accantonamenti	Utilizzi	Saldi al 31/12/2012
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 31/12/2011	**586.197**
Indennità liquidate nell'esercizio per esodo al netto anticipazioni già erogate	58.174
Quota maturata nell'esercizio (netto imposta sostitutiva)	111.034
Acconti corrisposti nell'esercizio	28.103
Importi destinati a fondi previdenza	91.536
Saldo al 31/12/2012	**519.418**

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

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 31/12/2012	Variazioni +/-	Saldo al 31/12/2011
D - Debiti:			
D4 - Debiti verso banche	1.646.410	-437.049	2.083.459
D7 - Debiti verso fornitori	2.930.263	188.016	2.742.247
D9 - Debiti verso imprese controllate	0	0	0
D12 - Debiti tributari	177.720	105.947	71.773
D13 - Debiti verso istituiti di previdenza e sicurezza sociale	166.631	44.631	122.000
D14 - Altri debiti	238.000	-32.642	270.642
Tot. debiti	5.159.024	-131.097	5.290.121
E) Ratei e risconti passivi	6.255	-6.464	12.719
TOTALE	**5.165.279**	**-137.561**	**5.302.840**

La sola variazione che, a nostro avviso, merita di essere segnalata è quella relativa alla voce "Debiti verso banche", la cui riduzione è da ricondurre prevalentemente ad una migliore gestione degli impieghi ed in particolare 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 2012 approvato dal Consiglio di Amministrazione lo scorso 27 marzo.

Partecipazioni in imprese controllate e collegate

Descrizione	31/12/2011	Incremento	Decremento	31/12/2012
Imprese controllate	127.500	0	0	127.500

Descrizione	Città o Stato	Capitale Sociale	Patrimonio netto	Utile	%	Valore bilancio
PROMOFARM ITALIA SRL	S. Benedetto del Tronto	100.000	515.606	100.566	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	4.041.714	476.310	3.220	4.521.244
Crediti verso controllate	16.935	0	0	16.935
Crediti tributari	727.570	0	0	727.570
Crediti per imp. anticipate	508	0	0	508
Crediti verso altri	61.053	0	0	61.053
TOTALE CREDITI	**4.847.780**	**476.310**	**3.220**	**5.327.310**

Debiti				
Voci di bilancio	**Italia**	**CEE**	**Extra CEE**	**Totale**
Debiti v/banche	1.646.410	0	0	1.646.410
Debiti verso fornitori	2.484.546	445.717	0	2.930.263
Debiti tributari	177.720	0	0	177.720
Debiti v/ist. previdenza	166.631	0	0	166.631
Altri debiti	238.000	0	0	238.000
TOTALE DEBITI	**4.713.307**	**445.717**	**0**	**5.159.024**

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**
Premio strum. derivato CREDEM	4.171
Contratti assistenza	2.708
Premio polizze assicurative	2.063
Licenze software	1.854
Leasing	1.031
Altro	861
TOTALE	**12.688**

Ratei passivi	
Voce	**Importo**
Interessi passivi su mutui	6.219
Altro	36
TOTALE	**6.255**

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 a € 965.299, 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	-	-	-	-
Riserve di rivalutazione	150.218	A, B, C	150.218	-	-
Riserva legale	70.264	B	70.264	-	-
Riserva straordinaria	945.853	A, B, C	945.853	91.390	-
Riserva contrib. c/capitale	19.447	A, B, C	19.447	-	-
Perdita/Utile di esercizio	213.559	A, B, C	213.559	-	-
TOTALE	**2.399.341**		**1.399.341**	**91.390**	**-**
Quota distribuibile			**1.146.011**		
Quota distribuibile con vincoli			**169.665**		
Residua quota non distribuibile			**83.665**		

* 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	1.139.812	1.139.812

RIPARTIZIONE DEI RICAVI (articolo 2427 n. 10)

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

Settori merceologici

Tipologia attività	2012	%	2011	%
Alimentari	5.683.161	51,13	5.332.468	50,13
Casalinghi	3.294.626	29,64	3.141.267	29,53
Articoli tecnici e chimici	114.167	1,03	94.898	0,89
Abbigliamento	702.883	6,32	1.041.210	9,79
Cosmetici e parafarmaceutici	847.472	7,62	652.644	6,14
Piccoli elettrodomestici	107.937	0,97	91.749	0,86
Giocattoli	0	0,00	0	0,00
Scat. & cart.	70.671	0,64	26.866	0,25
Raccolta differenziata	78.298	0,70	77.088	0,72
C/lavorazione	5.534	0,05	21.531	0,20
Scarti di lavorazione	124.888	1,12	135.337	1,27
Grande distribuzione	13.926	0,13	8.807	0,08
Altri settori	72.606	0,65	13.524	0,13
TOTALE	**11.116.169**	**100,00**	**10.637.389**	**100,00**

Aree geografiche				
	2012	%	2011	%
Italia	9.434.166	84,87	8.969.335	84,32
Rep. San Marino	3.220	0,03	473	0,00
Paesi U.E.	1.678.783	15,10	1.667.581	15,68
Paesi extra-U.E.	0	0,00	0	0,00
TOTALE	**11.116.169**	**100,00**	**10.637.389**	**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 a € 199.428, la suddivisione interna della voce è ricapitolata nella seguente tabella:

Voce	Collegate e controllate	Controllanti	Altri	Totale
Interessi passivi	0	0	45.589	45.589
On. fin. prod. derivati	0	0	153.839	153.839
TOTALE	**0**	**0**	**199.428**	**199.428**

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 31/12/2012	€	83.256
Saldo al 31/12/2011	€	76.135
Variazione	€	7.121

Descrizione	31/12/2012	Variazioni	31/12/2011
Sopravvenienze attive	89.817	9.170	80.647
Sopravvenienze passive	6.561	2.049	4.512
TOTALE	**83.256**	**7.121**	**76.135**

Tenuto conto dell'entità delle sopravvenienze attive, si ritiene opportuno segnalare che la principale componente è costituita dal provento per il rimborso dell'IRES per gli anni dal 2007 al 2011 a seguito della riconosciuta deducibilità dell'IRAP pagata sul costo dei lavoratori dipendenti (art.2, comma 1 del D.L. n.201/2011), richiesto con istanza presentata all'Agenzia delle Entrate in data 23 gennaio 2013.

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 2012		Esercizio 2011	
	Ammontare delle differenze temporanee	Effetto fiscale (aliquota 27,50%)	Ammontare delle differenze temporanee	Effetto fiscale (aliquota 27,50%)
Imposte anticipate:				
Perdite su crediti	0	0	9.194	2.528
Compensi agli Amministratori	0	0	0	0
Ammortamento marchi	244	67	244	67
TOTALE	**244**	**67**	**9.438**	**2.595**
Imposte differite:	0	0	0	0
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)	0	-67	0	-2.595
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio	0	0	0	0
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio precedente	0	0	0	0
Differenze temporanee escluse dalla determinazione delle imposte (anticipate e differite)	0	0	0	0
Perdite fiscali riportabili a nuovo	0	0	0	0
NETTO	**0**	**-67**	**0**	**-2.595**

Ai fini IRAP				
	Esercizio 2012		Esercizio 2011	
	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)	0	-12	0	-12
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio	0	0	0	0
Imposte anticipate attinenti a perdite fiscali dell'esercizio precedente	0	0	0	0
Differenze temporanee escluse dalla determinazione delle imposte (anticipate e differite)	0	0	0	0
Perdite fiscali riportabili a nuovo	0	0	0	0
NETTO	**0**	**-12**	**0**	**-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	**346.046**
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	0
TOTALE	**244**
Rigiro delle differenze temporanee da esercizi precedenti	
perdite su crediti es. precedenti	-9.194
TOTALE	**-9.194**
Differenze che non si riverseranno negli esercizi successivi	
costi non deducibili	23.390
proventi esenti	-63.714
Deduzioni/detassazioni	-52.665
TOTALE	**-92.989**
Perdite riportabili es. prec. (istanza rimb. IRES 2011 - DL n.201/2011)	**-47.573**
B) Imponibile fiscale	**196.534**

La imposta "teorica" IRES ammonta a € 95.163 (27,5% su A), mentre quella "effettiva", influenzata anche dallo scomputo della perdita dell'esercizio 2011 risultante dall'istanza di rimborso IRES (D.L. n.201/2011), ammonta a € 54.047 (27,5% su B), il che equivale a dire che l'aliquota effettiva è pari al 15,62 % (imposta effettiva su A).

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 300 (che rappresenta i giorni di lavoro). I risultati, suddivisi per singola categoria, sono presentati nella tabella seguente.

Dipendenti		
Categoria	**Numero medio 2012**	**Numero medio 2011**
Dirigenti	1	1
Impiegati	10	10
Operai	38	38
MEDIA TOTALE	**49**	**49**

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, mentre il compenso aggiuntivo a favore dell'Amministratore Delegato è stato deliberato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 13 dicembre 2012.
Ciò precisato, i compensi in parola risultano i seguenti:

Compensi per cariche sociali		
Categoria		**Numero medio**
Compensi per Consiglio di Amministrazione	euro	36.667
Compensi Collegio Sindacale	euro	27.768
TOTALE	**euro**	**64.435**

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 a € 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	€	10
capitale sociale	€	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	1.027.563
Interessi passivi di competenza dell'esercizio	59.654
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):	948.388
a) di cui valore lordo dei beni	1.905.000
b) di cui valore dell'ammortamento d'esercizio	218.025
c) di cui valore del fondo ammortamento a fine esercizio	956.613
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	236.356
Oneri finanziari sui canoni leasing	- euro	59.654
Quote di ammortamento	- euro	218.025
Effetto lordo	- euro	41.323
Imposte relative	+ euro	13.318
Effetto netto	- euro	28.005

L'esercizio 2012 risulta pertanto positivamente influenzato per € 28.005, 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 dell'Adriatico S.p.A.;
- scadenza: 28/03/2013;
- importo (nozionale del derivato): € 3.000.000;
- fair-value: € – 38.518.

2) denominazione: "Cup Running";
- natura: copertura rischi di tasso su operazioni di leasing;
- banca: CREDEM;

- scadenza: 01/06/2013;
- importo (nozionale del derivato): € 888.062;
- fair-value: € 0.

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 31/12/2012	€	11.001.031
Saldo al 31/12/2011	€	10.807.665
VARIAZIONE	€	**193.366**

Costi della produzione (voce B)		Importo
Saldo al 31/12/2012	€	10.541.252
Saldo al 31/12/2011	€	10.669.693
VARIAZIONE	€	**-128.441**

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 2012 sono le seguenti:

* Imposte correnti	euro	130.173
* Imposte differite	euro	0
Utilizzi/rettifiche fondo imposte differite	euro	-135
Imposte differite a bilancio	euro	-135
* Imposte anticipate	euro	-79
Rettifiche imposte anticipate	euro	2.528
Imposte anticipate a bilancio	euro	2.449

Non c'è finale.
Non c'è principio.
Solo esiste la passione infinita per la vita.

Federico Fellini

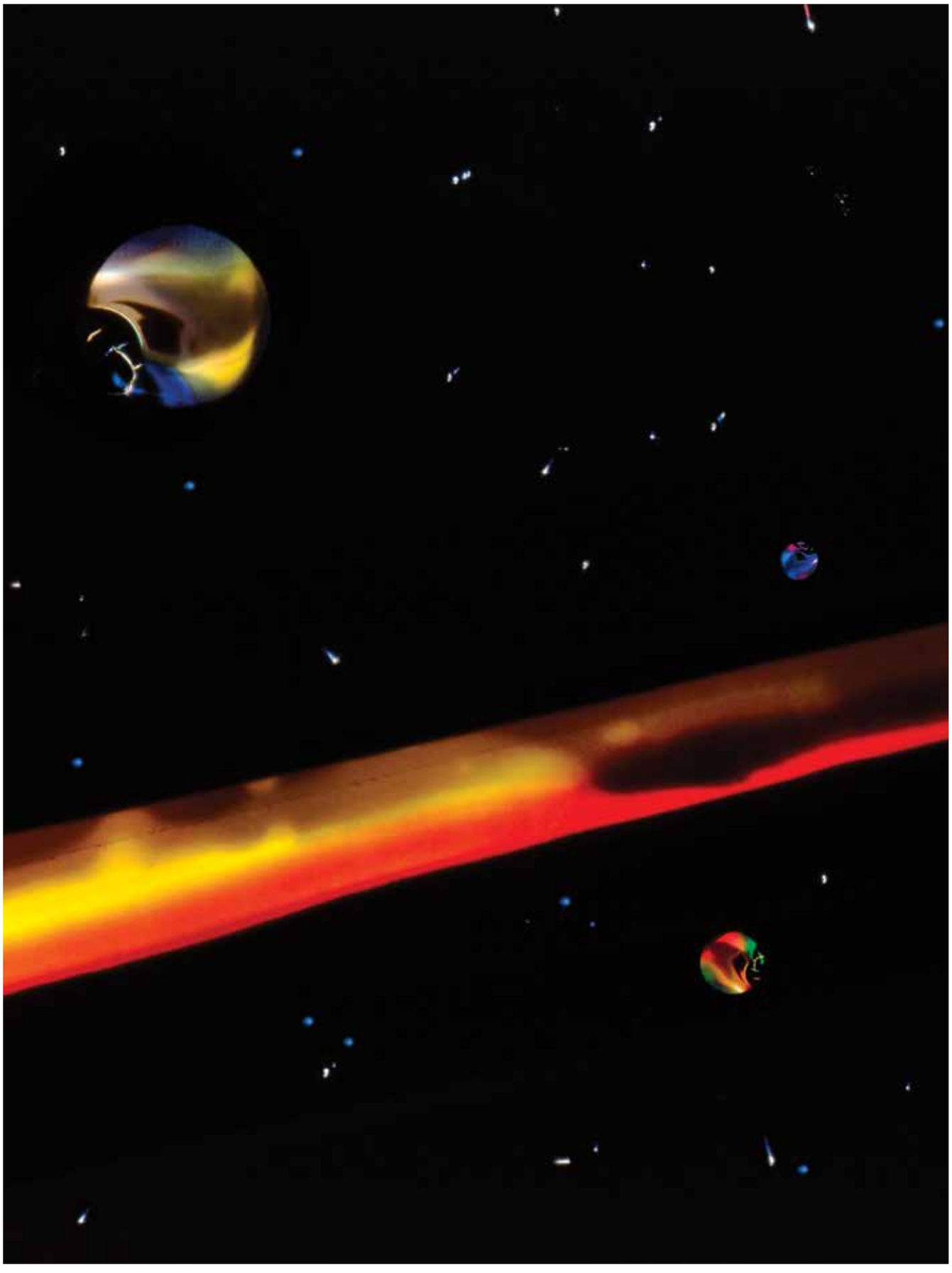
Le imposte correnti espongono l'importo di € 130.173 di cui € 52.092 a titolo di IRES ed € 78.081 a titolo di IRAP, risultando dette imposte calcolate secondo le aliquote e le norme vigenti, in base ad una realistica previsione di reddito imponibile.

Tenuto conto che nel corso del 2012 la società ha versato acconti di imposta per € 64.506 esclusivamente ai fini IRAP (non essendo dovuti acconti ai fini IRES), ha subito ritenute di acconto per € 336, a fine esercizio residua un debito di € 65.331 appostato alla voce "Debiti tributari" (D.12 del Passivo).
A seguito delle rilevazioni contabili eseguite a tutto il 31/12/2012 le poste patrimoniali a contropartita della fiscalità differita ed anticipata sono rappresentate dal "Fondo imposte differite" pari a € 135 (B2 Passivo) e da "Crediti per imposte anticipate" pari a € 506 (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, 28 marzo 2013
p. Il CONSIGLIO di AMMINISTRAZIONE
IL PRESIDENTE
Sig. PIERFEDERICI Sesto



Diadirette
Pellicola fotografica
graffiata e colorata
a ecoline

Relazione sulla gestione

Relazione sulla gestione di bilancio chiuso al 31/12/2012 50
Situazione della società e andamento della gestione 51
Risultato della gestione 54
Rendiconto Finanziario 57
Informazioni sulle partecipazioni in altre società 59
Principali rischi e incertezze 59
Informazioni su ambiente e personale 60
Attività di ricerca e sviluppo 60
Uso di strumenti finanziari 61
Fatti di rilievo avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio 61
Evoluzione prevedibile della gestione 61
Proposta deliberativa 62

Relazione sulla gestione bilancio 2012

SOCIETÀ: BOX MARCHE SPA
SEDE: CORINALDO (AN) - Via San Vincenzo 67
CAPITALE SOCIALE: € 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 31/12/2012, che sottoponiamo alla Vostra approvazione, evidenzia un utile di **€ 213.559** (€ -21.827 nel 2011) dopo aver effettuato ammortamenti diretti ed indiretti per complessivi € 455.258 (€ 522.391 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

Il 2012 è stato ancora un anno difficile per l'industria manifatturiera italiana.
La situazione economica interna, caratterizzata dal calo del 2,4% del PIL, ha generato una spirale negativa di riduzione dei consumi ed una conseguente caduta della domanda interna degli imballaggi primari e secondari.
Il nostro mercato ha evidenziato, così come l'intero sistema economico, una fase di recessione.
La produzione dell'Industria Cartotecnica Trasformatrice ha subito un generale drastico calo con alcune sporadiche eccezioni per quelle Aziende che hanno sviluppato vendite all'estero o che tengono, nel proprio portafoglio, clienti italiani presenti sui mercati stranieri.
Il mercato degli astucci e scatole pieghevoli, rappresentati dal GIFASP (Gruppo Italiano Fabbricanti Astucci e Scatole Pieghevoli) registra una riduzione della produzione dell'11,2 % e del fatturato del 12,9%. Se si considera poi, che in alcuni casi è aumentata la quota di export, si deduce che il mercato nazionale del packaging è in profonda recessione.
Permangono, ancora, forti problemi di competitività del settore a causa della forte frammentazione delle aziende, della debole capacità di negoziazione a monte e 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 momento di congiuntura sfavorevole i risultati della gestione 2012 di Box Marche sono in controtendenza, grazie all'impegno di tutte le parti interessate dell'Azienda primi fra tutti le Persone e i Clienti.
Siamo orgogliosi di aver dimostrato fiducia in noi stessi e di insistere, coerentemente ai nostri principi, nella missione aziendale di avere persone entusiaste di lavorare per amare i clienti e assicurare la continuità e un futuro migliore all'Impresa.
La nostra Società, nel corso del 2012, ha mantenuto la propria posizione di leader nel mercato regionale con clienti proiettati principalmente nei mercati esteri. I ricavi complessivi dell'Azienda sono stati di € 11.116.169, + 4,5% rispetto allo scorso esercizio, di cui il 15% realizzati all'estero.
Il tasso di utilizzo degli impianti è del 90%, in aumento rispetto allo scorso esercizio.
Il costo del personale ammonta complessivamente a € 1.987.138 (€ 1.872.985 lo scorso esercizio).
Tra i costi generali industriali si evidenziano canoni leasing macchinari per €279.207 contro € 309.172 della gestione 2011 (- € 29.965).
Nel corso dell'esercizio 2012 sono stati fatti disinvestimenti per complessivi € 144.163 da imputare principalmente alla vendita di attrezzature obsolete, e più precisamente di fustelle degli anni dal 2003 al 2008.
Gli investimenti effettuati nell'esercizio ammontano a € 244.864, come specificati nella tabella sottostante:

Investimenti 2012

Investimenti	Acquisto	Vendita	Investimenti Netti
Macchine e impianti	33.152	9.014	24.137
Attrezzature generiche	192.184	105.936	86.248
Altri beni	14.753	29.212	-14.459
Software e spese pluriennali	4.775		4.775
Costi ricerca e sviluppo			
TOTALE	**244.864**	**144.163**	**100.701**

Il risultato dell'esercizio evidenzia un Cash - Flow (Utile + ammortamenti) di € 668.817 in aumento rispetto a € 500.564 dello scorso esercizio, grazie ad un maggior e migliore utilizzo degli impianti e ad una razionalizzazione dei costi, nonostante abbiamo sopportato una generalizzata riduzione dei prezzi di vendita per effetto di una eccessiva offerta di imballaggi su un mercato maturo e in decrescita.

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 2012 è stata caratterizzata da un fatturato in crescita e da un miglioramento dei margini.
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 gamma più qualificata di prodotti e servizi, promuovendo una forte azione di Ricerca e Sviluppo e Comunicazione; l'acquisizione di nuovi clienti in nuovi settori è stata abbastanza significativa anche se non ha completamente soddisfatto le aspettative. Confidiamo per il 2013 di migliorare questo importante indicatore della crescita.

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.
La nostra Azienda, per migliorare i risultati dovrà:
- intervenire a livello organizzativo snellendo e stabilizzando ancora di più i processi per ridurre i costi;
- focalizzare le attività di ricerca e sviluppo innovando il prodotto;
- differenziare l'offerta proponendo servizi e prodotti integrati;
- dare maggiore dinamicità alle aree commerciali e marketing, focalizzando le azioni sui mercati esteri;
- intensificare i processi di partnership produttiva, commerciale e culturale sul territorio creando valore condiviso, per acquisire più forza e competitività.

I ricavi per aree geografiche confermano anche per il 2012 un'importante presenza nelle Marche (49,23%) in aumento rispetto allo scorso anno, ed in Emilia Romagna (26,34%). Si registra una significativa attività verso il mercato UE (15,80%), in leggera crescita rispetto allo scorso esercizio.
Le vendite per settori merceologici mostrano una forte presenza nel settore alimentare (51,13%) in aumento rispetto al 2011, una quota del 29,64% nei casalinghi, una quota del 6,32% nell'abbigliamento e del 7,62% 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.

È continuata nel corso del 2012 l'attività dei team di miglioramento per un nuovo approccio metodologico alla risoluzione dei problemi e miglioramento di criticità nei processi aziendali.

È questo un altro importante indicatore per un'Azienda che guarda allo sviluppo del proprio personale in ottica e prospettiva di una crescita sostenibile.
A questo proposito evidenziamo che, anche nel corso dell'esercizio 2012, l'Azienda non ha fatto ricorso a cassa integrazione, né 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 ed efficace "tecnologia" per superare la crisi.

Rimaniamo fedeli e convinti sulla nostra visione di lungo periodo per portare l'Azienda verso un nuovo posizionamento sui mercati per migliorare la redditività, avere più margine di sicurezza e garantire continuità e benessere nel futuro.

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 uno Sviluppo Sostenibile e Condiviso.

Abbiamo sensibilmente migliorato la gestione della produzione ottimizzando i flussi dei materiali, snellendo e razionalizzando i processi e monitorando l'impiego di risorse. In questo campo il lavoro continuerà nel 2013.

Nel corso del 2012 l'Azienda ha mantenuto 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".

L'Azienda ha superato positivamente anche l'audit per il mantenimento della Certificazione ISO 22000 del 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 alimentare; 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 2012 possono essere sintetizzati nei seguenti punti:

- Diffusione della cultura organizzativa Lean;
- Formazione e informazione del personale;
- Migliore organizzazione del lavoro;
- Sviluppo attività commerciale;
- Comunicazione e immagine.

Riclassificazione Conto Economico		
Aggregati	**31/12/2012**	**31/12/2011**
Ricavi delle vendite (Rv)	11.116.169	10.637.389
Produzione interna (Pi)	- 119.304	144.212
VALORE DELLA PRODUZIONE OPERATIVA (VP)	**10.996.865**	**10.781.601**
Costi esterni operativi (C-esterni)	7.963.809	8.188.671
VALORE AGGIUNTO (VA)	**3.033.056**	**2.592.930**
Costi del personale (Cp)	1.987.137	1.872.986
MARGINE OPERATIVO LORDO (MOL)/EBITDA	**1.045.919**	**719.944**
Ammortamenti e accantonamenti (Am e Ac)	462.678	530.650
RISULTATO OPERATIVO	**583.241**	**189.294**
Risultato dell'area accessoria	- 123.462	- 51.322
Risultato dell'area finanz.	2.439	4.046
EBIT NORMALIZZATO	**462.218**	**142.018**
Risultato dell'area straordinaria	83.256	76.135
EBIT INTEGRALE	**545.474**	**218.153**
Oneri finanziari (Of)	199.428	177.637
RISULTATO LORDO (RL)	**346.046**	**40.516**
Imposte sul reddito	132.487	62.343
RISULTATO NETTO (RN)	**213.559**	**- 21.827**

Risultato della gestione

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

Dalla situazione economica riclassificata si evince che tutti i risultati economici evidenziano un significativo miglioramento rispetto a quelli dello scorso esercizio.

Entrando nel dettaglio della struttura dei ricavi e dei costi riteniamo opportuno fornire le seguenti informazioni:

- il fatturato registra un + 4,5% rispetto a quello dell'anno 2011;
- i costi relativi ai consumi delle materie prime sommano a € 4.765.085, con un'incidenza sui ricavi del 42,45%, (45,07% lo scorso esercizio);
- i costi relativi alle lavorazioni esterne sono pari a € 903.977 ed incidono per l'8,05% sul fatturato (8,20% lo scorso esercizio);
- i costi del personale (rappresentato dalle spese di manodopera diretta, indiretta ed interinali) è pari a € 1.987.137 (€ 1.872.986 lo scorso esercizio).

Il costo del personale interno, operai e impiegati (media 48,87 dipendenti), delle prestazioni occasionali, del lavoro interinale e dei relativi servizi per complessivi € 2.026.819 è così diviso:

- manodopera diretta ed indiretta € 1.399.525 (69,04%);
- impiegati amministrativi, tecnici e commerciali € 536.500 (26,47%);
- prestazioni occasionali € 16.725 (0,83%);
- lavoro interinale per produzione e servizi € 63.630 (3.14%);
- spese per trasferte e buoni pasto € 10.440 (0,52%).

Tabella riassuntiva costi/ore operai e impiegati		
	2012	**2011**
manodopera diretta ed indiretta	**1.399.525**	**1.308.512**
ore lavorate da operai (n.37)	66.166	64.388
costo orario	21,15	20,32
impiegati	**536.500**	**521.941**
ore lavorate da impiegati (n.11)	19.350	19.571
costo orario	27,73	26,67

I costi per gli ammortamenti e leasing ammontano complessivamente a € 691.614 (quanto a € 455.258 per ammortamenti e € 236.356 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		**31/12/2012**	**31/12/2011**
Margine primario di struttura	Mezzi propri-Attivo fisso	472.386	34.065
Quoziente primario di struttura	Mezzi Propri/Attivo fisso	1,25	1,02
Margine secondario di struttura	(Mezzi Propri + Passività consolidate) - Attivo fisso	1.533.320	937.260
Quoziente secondario di struttura	(Mezzi Propri + Passività consolidate) / Attivo fisso	1,80	1,43

Indici sulla struttura dei finanziamenti			
Indicatore		**31/12/2012**	**31/12/2011**
Quoziente di indebitamento complessivo	(Passività consolidate + Passività correnti) / Mezzi Propri	2,37	2,70
Quoziente di indebitamento finanziario	Passività di finanziamento/Mezzi propri	0,69	0,95

Tutti gli indicatori finanziari riportati nelle precedenti tabelle continuano a presentare valori ottimali.
Entrando nel dettaglio:
- gli indicatori di finanziamento delle immobilizzazioni registrano un miglioramento rispetto allo scorso esercizio, dovuto principalmente all'entità dell'utile, nonché ai contenuti investimenti dell'esercizio;
- gli indici della struttura dei finanziamenti si attestano su valori in flessione rispetto a quelli del 2011, tenuto conto che la riduzione degli impieghi di circolante, ed in particolare delle giacenze di magazzino e dei crediti verso clienti, ha permesso di ridurre l'esposizione della società verso il sistema bancario.

La tabella che segue riporta lo schema di Stato Patrimoniale per aree funzionali, necessario per la successiva tabella relativa agli indici di redditività:

Aggregati	**31/12/2012**	**31/12/2011**
Capitale investito operativo (Cio)	7.957.031	7.947.944
Impieghi extra-operativo (I e-o)	130.253	130.253
Capitale Investito (Cio + I e-o)	**8.087.284**	**8.078.197**
Mezzi propri (Mp)	2.399.340	2.185.778
Passività di finanziamento (Pf)	1.646.410	2.083.459
Passività operative (Po)	4.041.534	3.808.960
Capitale di finanziamento (Mp + Pf + Po)	**8.087.284**	**8.078.197**

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		**31/12/2012**	**31/12/2011**
ROE netto	Risultato netto/Mezzi propri	8,90%	-1,00%
ROE lordo	Risultato lordo/Mezzi propri	14,42%	1,85%
ROI	Risultato operativo/(CIO-Passività operative)	14,90%	4,57%
ROS	Risultato operativo/Ricavi di vendite	5,25%	1,78%

I risultati economici decisamente incoraggianti dell'esercizio 2012, dei quali ci limitiamo a ricordare il "Risultato operativo" pari a € 583.241 (€ 189.294 nel 2011) ed il "Risultato netto" positivo per € 213.559 (in perdita nel 2011 per € 21.827), hanno fatto innalzare gli indicatori di redditività, avvicinandoli a quei valori che la dottrina di finanza aziendale definisce "ottimali".

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.
Vengono utilizzate le due seguenti tabelle:

Indicatore	**31/12/2012**	**31/12/2011**
ATTIVO FISSO (Af)	**1.926.954**	**2.149.249**
Immobilizzazioni immateriali	32.062	52.032
Immobilizzazioni materiali	1.764.639	1.966.964
Immobilizzazioni finanziarie	130.253	130.253
ATTIVO CORRENTE (Ac)	**6.160.330**	**5.928.948**
Magazzino	617.769	735.426
Liquidità differite	5.339.998	5.145.942
Liquidità immediate	202.563	47.580
CAPITALE INVESTITO (Af + Ac)	**8.087.284**	**8.078.197**
MEZZI PROPRI (MP)	**2.399.340**	**2.185.778**
Capitale sociale	1.000.000	1.000.000
Riserve	1.399.340	1.185.778
PASSIVITÀ CONSOLIDATE (Pml)	**1.060.934**	**1.393.707**
PASSIVITÀ CORRENTI (Pc)	**4.627.010**	**4.498.712**
CAPITALE DI FINANZIAMENTO (MP + Pml + Pc)	**8.087.284**	**8.078.197**

Indicatori di solvibilità / liquidità			
Indicatore		**31/12/2012**	**31/12/2011**
Margine di disponibilità	Attivo corrente-Passività correnti	1.533.320	1.371.888
Quoziente di disponibilità	Attivo corrente/Passività correnti	1,33	1,30
Margine di tesoreria	(Liquidità differite + Liquidità immediate) Passività correnti	915.551	636.462
Quoziente di tesoreria	(Liquidità differite + Liquidità immediate) Passività correnti	1,20	1,14

I valori riportati nelle precedenti tabelle evidenziano il buono stato di solvibilità e di liquidità della società.
Gli schemi appresso riportati analizzano rispettivamente la posizione finanziaria netta e l'andamento dei flussi di disponibilità liquide.

Posizione finanziaria netta			
Indicatore	**31/12/2012**	**31/12/2011**	**variazioni**
Depositi bancari	202.529	47.223	155.306
Denaro ed altri valori in cassa	34	357	- 323
DISPONIBILITÀ LIQUIDE	**202.563**	**47.580**	**154.983**
Debiti v/banche a breve termine (entro 12 mesi)	1.108.006	1.279.196	- 171.190
POS. FIN. NETTA A BREVE T.	**- 905.443**	**- 1.231.616**	**326.173**
Debiti v/banche a m/l termine (oltre 12 mesi)	538.404	804.263	- 265.859
POS. FIN. NETTA A M/L TERMINE	**- 538.404**	**- 804.263**	**265.859**
POS. FIN. NETTA COMPLESSIVA	**- 1.443.847**	**- 2.035.879**	**592.032**

La posizione finanziaria netta, sia a breve che a medio/lungo termine, risulta migliorata per effetto principalmente di una migliore gestione delle poste di capitale circolante. Tale situazione viene meglio analizzata nel prospetto del rendiconto finanziario.

Rendiconto Finanziario

La società nell'esercizio 2012 ha nel complesso generato liquidità per € 353.004.
Andando nel dettaglio dell'andamento dei flussi monetari, la liquidità prodotta dalla gestione operativa, per € 836.755, è da imputare sostanzialmente a tutte le poste del capitale circolante operativo, fatta eccezione per i crediti tributari a seguito dell'accresciuto credito Iva. L'attività d'investimento, seppure decisamente contenuta, ha drenato liquidità per € 244.723. Anche l'area relativa all'attività di finanziamento a medio/lungo termine ha assorbito liquidità, avendo la società rimborsato agli istituti di credito finanziamenti per € 439.029, a fronte di nuovi finanziamenti accesi complessivamente per € 200.000.

Rendiconto finanziario dei flussi di disponibilità liquide

ATTIVITÀ OPERATIVA		anno 2012		anno 2011
Utile netto di esercizio	+	213.559	-	21.827
Ammortamenti	+	455.258	+	522.391
Fondo Tfr: - quota accantonata	+	19.693	+	12.488
- importo liquidato / acconti corrisposti (rival. Fondo Tesoreria)	-	86.472	-	0
Fondo indennità suppletiva di clientela: - quota accantonata		0		0
- importo liquidato		0		0
Altri fondi rischi (imposte differite + oscill. prodotti derivati): - quota accantonata		0		0
- importo utilizzato	-	135	-	135
Plusvalenze	-	126	-	319
Minusvalenze	+	11.886	+	13.539
Incremento / decremento crediti v/clienti	-/+	177.191	-/+	-1.049.043
Incremento / decremento altri crediti	-/+	-376.158	-/+	-158.273
Incremento / decremento rimanenze	-/+	117.658	-/+	-161.803
Incremento / decremento debiti v/fornitori	+/-	188.017	+/-	-29.359
Incremento / decremento altri debiti	+/-	117.937	+/-	100-934
Incremento / decremento ratei e risconti attivi	-/+	4.910	-/+	8.851
Incremento / decremento ratei e risconti passivi	+/-	-6.463	+/-	11.789
Liquidità generata / assorbita dall'attività operativa	**a)**	**836.755**	**a)**	**-750.766**
ATTIVITÀ D'INVESTIMENTO				
Acquisto immobilizzazioni immateriali	-	4.775	-	-44.665
Acquisto immobilizzazioni materiali	-	-240.089	-	-453.318
Acquisto/incremento immobilizzazioni finanziarie				
Cessione immobilizzazioni immateriali (prezzo di realizzo)				
Cessione immobilizzazioni materiali (prezzo di realizzo)	+	141	+	437
Cessione/decremento immob.ni finanziarie (storno acconti)				
Liquidità generata / assorbita dall'attività di investimento	**b)**	**-244.723**	**b)**	**-497.546**
ATTIVITÀ DI FINANZIAMENTO				
Accensione finanziamenti m/l	+	200.000	+	1.000.000
Rimborso finanziamenti m/l	-	-439.029	-	-611.944
Aumento capitale sociale				
Dividendi pagati				
Liquidità generata / assorbita dall'attività di finanziamento	**c)**	**-239.029**	**c)**	**388.056**
FLUSSO DI LIQUIDITÀ COMPLESSIVO (a +/- b +/- c)	**d)**	**353.004**	**d)**	**-860.256**
Cassa e banche c/c iniziali		**-809.150**		**51.106**
Cassa e banche c/c finali		**-456.146**		**-809.150**
FLUSSO DI LIQUIDITÀ COMPLESSIVO		**353.004**		**-860.256**

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..

Detta società ha il Cap. Soc. di € 100.000, con sede in San Benedetto del Tronto ed ha come attività il Merchandising e la Promozione sul punto vendita, mediante la fornitura di materiali, visual e servizi.

Occupa 16 dipendenti.

Nell'esercizio 2012 ha avuto un valore della produzione di € 4.889.615 con un risultato netto di € 100.566. La situazione patrimoniale della società e l'indebitamento risultano adeguati alla gestione e sviluppo del business.

Per il 2013 la Società partecipata prevede di consolidare il proprio mercato e di mantenere il volume d'affari e risultati in linea con il 2012.

Tutto ciò precisato, Vi significhiamo che nel corso dell'esercizio sono stati intrattenuti rapporti con la suddetta impresa controllata che consistono principalmente nella fornitura di espositori da banco.

In sintesi le operazioni intercorse sono rappresentate dai seguenti dati:

fornitura di prodotti + conai	€ 108.872
crediti al 31/12/2012	€ 16.935

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 nazionale;
- 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.

Attività di ricerca e sviluppo

La nostra società nel corso dell'esercizio 2012 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
"Studio e sviluppo sperimentale di nuove tecniche e metodi per l'ottimizzazione delle attività produttive:

- riorganizzazione aziendale con introduzione delle nuove divisioni, allo scopo di conseguire una maggiore capacità di soddisfare il cliente con prodotti di migliore qualità, minore costo e consegnati con tempestività;
- integrazione strategica con "PF Azienda Partner" per la diversificazione dell'offerta;
- nuovo layout di un reparto stampa;
- progetto speciale su cliente "PAD1" per la integrazione cliente-fornitore delle condizioni di acquisto e modalità produttive;
- implementazione del nuovo sistema per lavorazioni speciali di display;
- implementazione della macchina verniciatura U.V. per riprodurre inediti effetti estetici (drip-off).

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 € 392.111,98.

Su detto valore la società ha intenzione di avvalersi della tassazione prevista ai fini IRAP ex 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 2013.
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 2013 sono caratterizzati da un mercato ancora instabile e da una domanda interna che stenta a crescere; le vendite del primo trimestre registrano un modesto incremento del 5% rispetto allo scorso esercizio e sono inferiori rispetto a quanto previsto dal Budget preventivo.
Il portafoglio ordini ha una visibilità di 20 gg.

Il nostro mercato di riferimento è ancora caratterizzato da un eccesso di offerta rispetto alla domanda. Si fa fatica a conquistare quote in un mercato commodity.
Sul fronte finanziario persistono le preoccupazioni legate alla restrizione del credito concesso ai nostri clienti che conseguentemente chiedono dilazioni di pagamento.

Evoluzione prevedibile della gestione

Strategia
La nostra Vision è: Dai beni pesanti ai beni pensanti.
Accelerare il processo di "Differenziazione dell'offerta globale" attraverso tre linee guida:
- Nuove soluzioni di Packaging;
- Nuovi processi;
- Nuovi mercati.

Sviluppo e crescita
Puntiamo allo sviluppo delle conoscenze delle persone che generano idee e opportunità di business creando ricchezza.
Crediamo nella crescita sostenibile che realizza Valore Condiviso nel Territorio, dando forza all'Impresa, per affrontare la complessità dei mercati.

Il budget 2013 è stato improntato su criteri di prudenza; prevede una crescita contenuta per raggiungere un volume delle vendite pari a € 11,5 milioni con un EBITDA del 10%.
Gli investimenti contenuti in € 600.000,00 saranno destinati all'innovazione tecnologica dei processi produttivi e all'Area Commerciale e Marketing.

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

Per consolidare, mantenere e qualificare ulteriormente la nostra posizione nel settore, queste le principali azioni guida:
- miglioramento della leadership nei settori ed aree tradizionali;
- riposizionamento nei settori e segmenti a maggior valore aggiunto;
- più enfasi alla VOC (Voce del Cliente) mediante una organizzazione commerciale e produttiva a flusso per creare efficienza e valore al cliente.

La parola d'ordine è "essere" per "fare"; guardare avanti con fiducia e lavorare con entusiasmo.

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.

Al di là di te ti cerco.
Non nel tuo specchio
e nella tua scrittura,
nella tua anima nemmeno.
Di là, più oltre.

Pedro Solinas

Proposta deliberativa

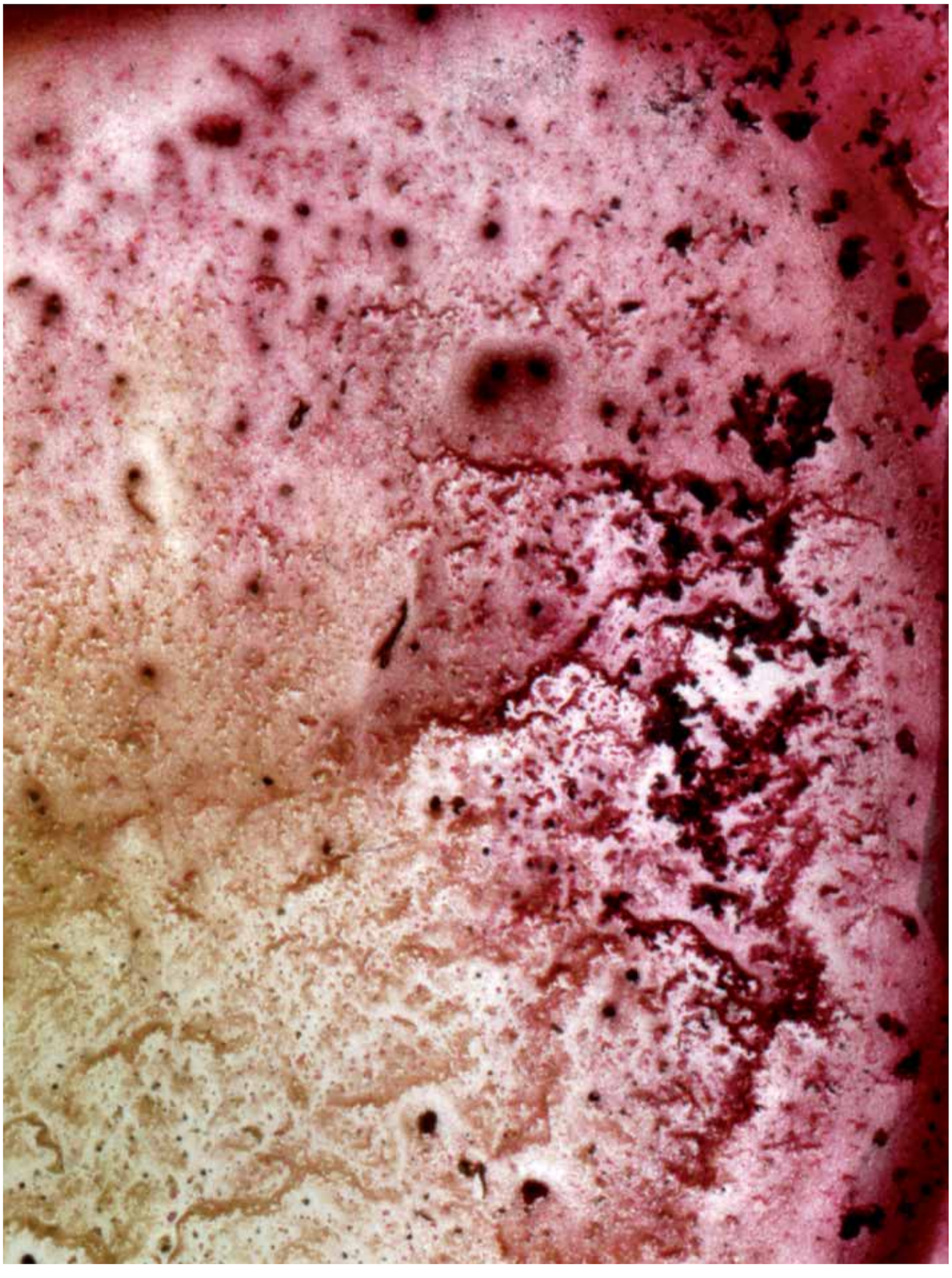
Nel sottoporre all'approvazione dell'Assemblea il bilancio al 31/12/2012, invitiamo l'Assemblea ad approvare il bilancio nello schema da noi predisposto, proponendo la seguente destinazione dell'utile di esercizio pari ad € 213.558,87:

- quanto ad € 10.677,94 (diecimilaseicentosettantasette/94), pari al 5%, a riserva legale;
- quanto ad € 10.000,00 (diecimila/00) a riserva destinata a finalità sociali nel territorio;
- quanto al residuo di € 192.880,93 (centonovantaduemilaottocentoottanta/93) a riserva straordinaria per il consolidamento patrimoniale della vostra società.

Vi ricordiamo infine che, con l'approvazione del presente bilancio, scadono dalla loro carica gli Amministratori ed i Sindaci per decorso triennio e pertanto vi invitiamo a provvedere alla loro nomina.

Corinaldo, 28 marzo 2013

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



Diadirette
Pastelli a cera colati

Sezione di sostenibilità

Metodologia utilizzata - Il gruppo di lavoro 66

Creazione e distribuzione del valore aggiunto 68

Relazione sociale 72

72 Personale
83 Azionisti e comunità finanziaria
85 Clienti
90 Concorrenti
91 Fornitori
95 Partner finanziari
100 Stato, Enti Locali e Pubblica Amministrazione
102 Comunità sociale
105 Ambiente
113 Ricerca e Sviluppo

Eventi e riconoscimenti 114

Proposte di miglioramento 115

Ho una grande collezione di conchiglie,
che tengo sparse
per le spiagge di tutto il mondo

Steven Wright

Metodologia utilizzata

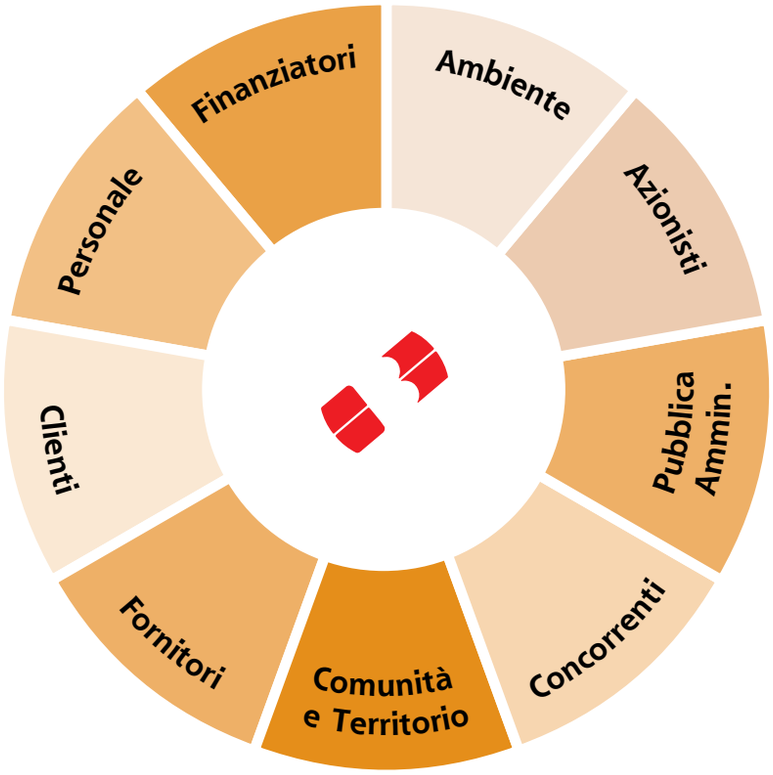
Il gruppo di lavoro

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)
- Stefano Solfanelli (Ufficio Acquisti)
- Michele Bischi (Marketing & Comunicazione)
- Anna Maria Minelli (Ufficio Amministrativo)
- Davide Perini (Ufficio Ricerca e Sviluppo)
- Sergio Saccinto (Rappresentante di Stabilimento)
- Carla Torretti (Ufficio Qualità)
- Elisa Bachiocchi (Sistema di Gestione Integrato)

Coordinatore esterno
- Giuseppe Mogliani (Dottore Commercialista)



Consulenti esterni

- Giuliano De Minicis – Lucia Mencaccini (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.

1 _ La ricchezza creata										
	2012	%	2011	%	2010	%	12/11	%	11/10	%
A) Valore della produzione	**10.997.999**	**100,0%**	**10.774.494**	**100,0%**	**9.580.429**	**100,0%**	**223.505**	**2,1%**	**1.194.065**	**12,5%**
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	11.201.662	101,9%	10.616.331	98,5%	9.714.401	101,4%	585.331	5,5%	901.931	9,3%
- rettifiche di ricavo	-109.779	-1,0%	-49.065	-0,5%	-34.534	-0,4%	-60.714	123,7%	-14.531	42,1%
Var. rimanenze prodotti in corso - lav., semil., finiti, merci	-119.304	-1,1%	144.212	1,3%	-181.414	-1,9%	-263.516	-182,7%	325.626	-179,5%
Altri ricavi e proventi	25.420	0,2%	63.016	0,6%	81.976	0,9%	-37.596	-59,7%	-18.960	-23,1%
B) Costi intermedi della produzione	**7.561.735**	**68,8%**	**7.650.918**	**71,0%**	**6.338.351**	**66,2%**	**-89.183**	**-1,2%**	**1.312.567**	**20,7%**
Consumi di materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	5.025.615	45,7%	5.300.500	49,2%	4.071.529	42,5%	-274.884	-5,2%	1.228.971	30,2%
Costi per servizi	2.185.586	19,9%	2.038.005	18,9%	1.845.775	19,3%	147.581	7,2%	192.230	10,4%
Costi per godimento di beni di terzi	263.809	2,4%	256.727	2,4%	294.613	3,1%	7.082	2,8%	-37.887	-12,9%
Accantonamenti per rischi	7.420	0,1%	8.259	0,1%	7.092	0,1%	-839	-10,2%	1.166	16,4%
Oneri diversi di gestione	79.305	0,7%	47.427	0,4%	119.341	1,2%	31.877	67,2%	-71.913	-60,3%
VALORE AGGIUNTO CARATTERISTICO LORDO	**3.436.264**	**31,2%**	**3.123.576**	**29,0%**	**3.242.078**	**33,8%**	**312.688**	**10,0%**	**-118.502**	**-3,7%**
C) Componenti accessori e straordinari	**83.126**	**0,8%**	**47.931**	**0,4%**	**14.730**	**0,2%**	**35.195**	**73,4%**	**33.201**	**225,4%**
+/- Saldo gestione accessoria	2.439	0,0%	4.046	0,0%	3.819	0,0%	-1.607	-39,7%	228	6,0%
Ricavi accessori	2.439	0,0%	4.046	0,0%	3.819	0,0%	-1.607	-39,7%	228	6,0%
+/- Saldo componenti straordinari	80.687	0,7%	43.885	0,4%	10.912	0,1%	36.802	83,9%	32.973	302,2%
Ricavi straordinari	89.817	0,8%	48.703	0,5%	26.465	0,3%	41.115	84,4%	22.237	84,0%
- Costi straordinari	-9.131	-0,1%	-4.818	0,0%	-15.554	-0,2%	-4.313	89,5%	10.736	-69,0%
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	**3.519.390**	**32,0%**	**3.171.508**	**29,4%**	**3.256.808**	**34,0%**	**347.883**	**11,0%**	**-85.301**	**-2,6%**
Ammortamento immobilizzazioni materiali	-587.807	-5,3%	-646.410	-6,0%	-740.432	-7,7%	58.603	-9,1%	94.021	-12,7%
Ammortamento immobilizzazioni immateriali	-44.153	-0,4%	-66.767	-0,6%	-61.891	-0,6%	22.615	-33,9%	-4.876	7,9%
VALORE AGGIUNTO GLOBALE NETTO	**2.887.430**	**26,3%**	**2.458.330**	**22,8%**	**2.454.486**	**25,6%**	**429.101**	**17,5%**	**3.844**	**0,2%**

Creazione e distribuzione del valore aggiunto

La ricchezza creata

Il valore aggiunto misura la ricchezza prodotta dall'azienda mediante contrapposizione tra ricavi e costi intermedi: nel 2012, a fronte di un **aumento** del volume dei **ricavi** del **5,5%**, il Valore Aggiunto Globale Lordo (**VAGL**) è aumentato dell'**11,0%**, passando da € 3,17 milioni a € 3,52 milioni. Tale fenomeno è collegato sia al citato incremento delle vendite (da € 10,62 milioni a € 11,20 milioni, con una variazione di € 585 mila rispetto al 2011) sia ad una riduzione del 5,2% dei costi relativi ai consumi esterni di prodotti e materie prime. Complessivamente, l'incidenza dei costi intermedi di produzione sui ricavi della produzione è passata dal 71,0% al 68,8%.

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 sono aumentati, rispettivamente, del 10,0% e dell'11,0%. 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 (26,3%) risulta aumentata rispetto al 2011 (22,8%). In termini assoluti, tale indicatore passa da € 2,46 milioni (VAGN 2011) a € 2,89 milioni (**+17,5%**).

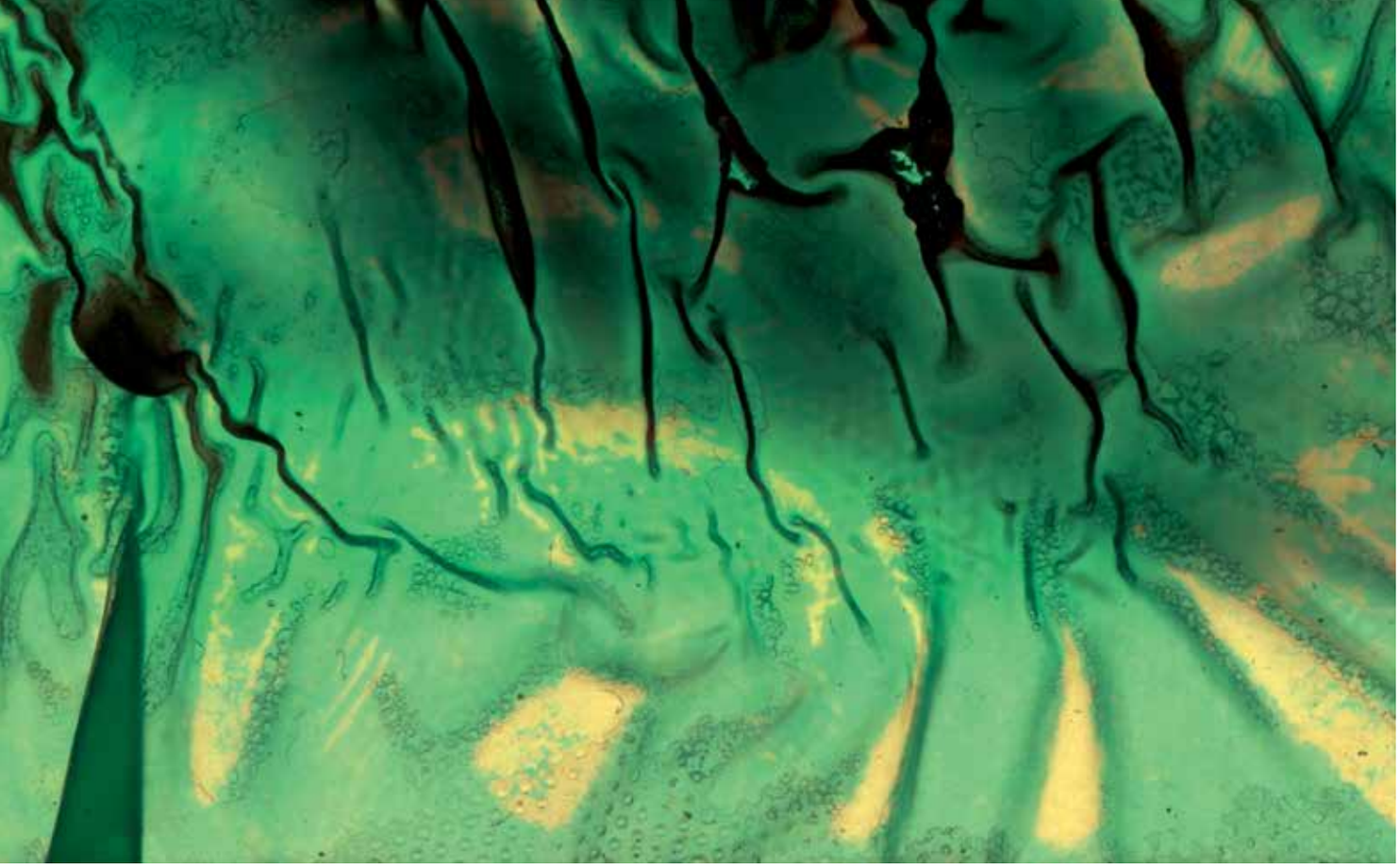
2 _ La ricchezza distribuita

	2012	%	2011	%	2010	%	12/11	%	11/10	%
A) Remunerazione del personale	**2.252.906**	**64,0%**	**2.174.811**	**68,6%**	**2.121.335**	**65,1%**	**78.096**	**3,6%**	**53.476**	**2,5%**
Personale non dipendente	323.885	9,2%	295.136	9,3%	373.726	11,5%	28.749	9,7%	-78.590	-21,0%
Personale dipendente							-		-	
a) remunerazioni dirette	1.485.945	42,2%	1.458.882	46,0%	1.339.193	41,1%	27.063	1,9%	119.689	8,9%
b) remunerazioni indirette	443.076	12,6%	420.792	13,3%	408.416	12,5%	22.284	5,3%	12.376	3,0%
B) Remunerazione della Pubblica Amministrazione	**144.457**	**4,1%**	**42.235**	**1,3%**	**16.488**	**0,5%**	**102.223**	**242,0%**	**25.747**	**156,2%**
Imposte dirette	132.487	3,8%	62.343	2,0%	93.337	2,9%	70.144	112,5%	-30.994	-33,2%
Imposte indirette	11.970	0,3%	11.836	0,4%	5.455	0,2%	135	1,1%	6.381	117,0%
- sovvenzioni e contributi in c/esercizio	-	0,0%	-31.944	-1,0%	-82.304	-2,5%	31.944	-100,0%	50.360	-61,2%
C) Remunerazione del capitale di credito	**270.428**	**7,7%**	**259.409**	**8,2%**	**331.121**	**10,2%**	**11.019**	**4,2%**	**-71.711**	**-21,7%**
Oneri per capitali a breve termine	56.650	1,6%	47.536	1,5%	49.908	1,5%	9.114	19,2%	-2.372	-4,8%
Oneri per capitali a lungo termine	213.778	6,1%	211.873	6,7%	281.212	8,6%	1.905	0,9%	-69.339	-24,7%
D) Remunerazione del capitale di rischio	**-**	**0,0%**	**-**	**0,0%**	**-**	**0,0%**	**-**	**-**	**-**	**-**
Dividendi (utili distribuiti alla proprietà)	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%	-	-	-	-
E) Remunerazione dell'azienda	**845.519**	**24,0%**	**691.351**	**21,8%**	**780.265**	**24,0%**	**154.168**	**22,3%**	**-88.914**	**-11,4%**
+/- Variazioni riserve	213.559	6,1%	-21.827	-0,7%	-22.057	-0,7%	235.385	-1078,4%	231	-1,0%
Ammortamento delle immobilizzazioni materiali	587.807	16,7%	646.410	20,4%	740.432	22,7%	-58.603	-9,1%	-94.021	-12,7%
Ammortamento delle immobilizzazioni immateriali	44.153	1,3%	66.767	2,1%	61.891	1,9%	-22.615	-33,9%	4.876	7,9%
F) Liberalità esterne	**6.080**	**0,17%**	**3.702**	**0,12%**	**7.600**	**0,23%**	**2.378**	**64,2%**	**-3.898**	**-51,3%**
VALORE AGGIUNTO GLOBALE LORDO	**3.519.390**	**100,0%**	**3.171.508**	**100,0%**	**3.256.808**	**100,0%**	**347.883**	**11,0%**	**-85.301**	**-2,6%**

La ricchezza distribuita

Il Valore Aggiunto Globale Lordo **(VAGL)** è stato così distribuito nell'anno 2012:

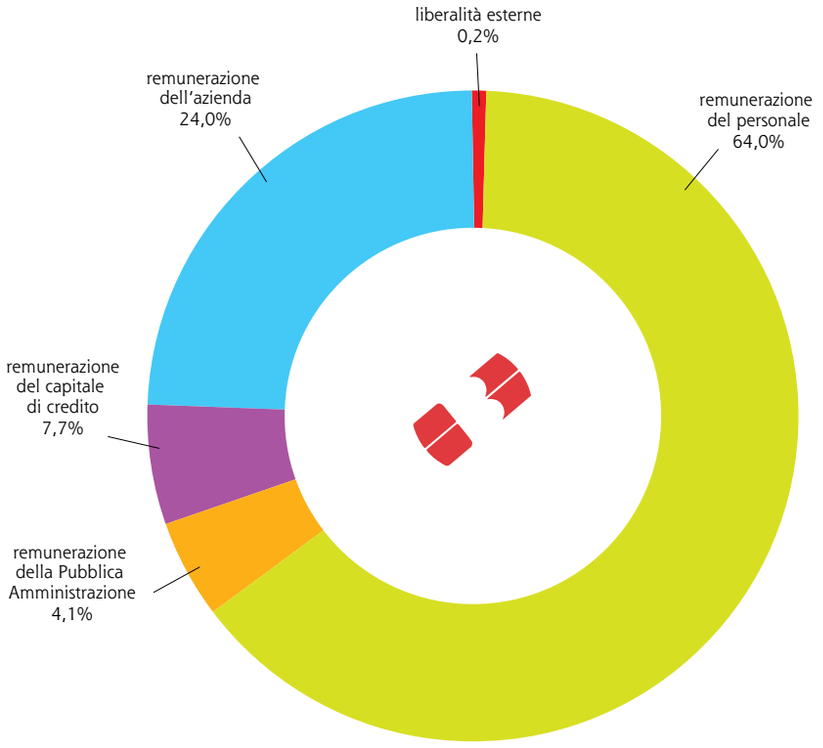
- **per il 64% alle risorse umane:** nel 2012 le retribuzioni riferite al personale dipendente sono passate da € 1,88 milioni a € 1,93 milioni (**+2,6%**). In particolare, il 9,2% è stato erogato a collaboratori non dipendenti come consulenti, lavoratori interinali, agenti rappresentanti, collaboratori a progetto, amministratori e sindaci (9,3% nel 2011). Il 54,8% (in aumento di € 49 mila 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 42,2% del VAGL), e remunerazioni indirette (12,6%) composte dai contributi previdenziali a carico dell'azienda, i quali si trasformeranno in benefici indiretti per i dipendenti tramite il servizio sociale. L'elevata incidenza dei costi del personale sul Valore Aggiunto conferma la particolare attenzione, sia a livello remunerativo che formativo, al personale che opera all'interno dell'azienda, da sempre considerato fattore produttivo determinante per lo sviluppo ed il successo della società.
- **il 4,1% alla Pubblica Amministrazione:** tale importo risulta in aumento sia in termini assoluti che di incidenza sul Valore Aggiunto Globale Lordo. In particolare, si registra l'incremento delle imposte dirette collegato all'aumento della base imponibile, mentre risultano azzerate le sovvenzioni ed i contributi in c/esercizio;
- **il 7,7% ai partner finanziari** sotto forma di interessi su finanziamenti di capitale a breve (1,6%) e a lungo termine (6,1%). Gli oneri per finanziamenti a lungo termine comprendono la quota di oneri finanziari relativa ai leasing industriali. La remunerazione del capitale di credito risulta in linea con i valori fatti registrare nel corso del 2011. In valore assoluto la differenza è pari a € 11.019;
- per quanto concerne la **remunerazione del capitale di rischio**, si evidenzia che nel



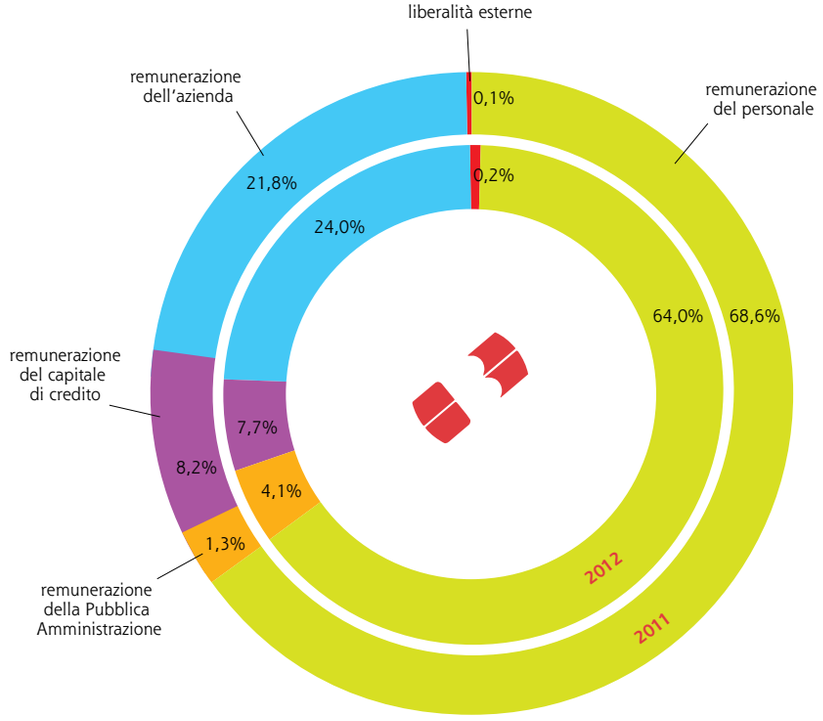
Diadirette
Plastica verde bruciata

2012 non sono stati distribuiti dividendi agli azionisti;

- **il 24,0% come remunerazione dell'azienda,** in aumento di € 154.168 rispetto al 2011 (+ 22,3%). 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 16,7% del VAGL è riferibile ad ammortamenti di beni materiali (pari a € 587.807 compresa la quota capitale dei canoni di leasing) e l'1,3% ad ammortamenti di beni immateriali. Le riserve sono aumentate di € 213.559 per effetto del risultato 2012;
- lo **0,17%** del VAGL 2012 è stato destinato ad **attività filantropiche e di solidarietà** (€ 6.080 contro € 3.702 del 2011). 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 2012)



4 **Confronto 2011-2012**

La tecnologia di cui siamo più fieri
la sera torna a casa.

Giuliano De Minicis

Relazione sociale

Personale

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

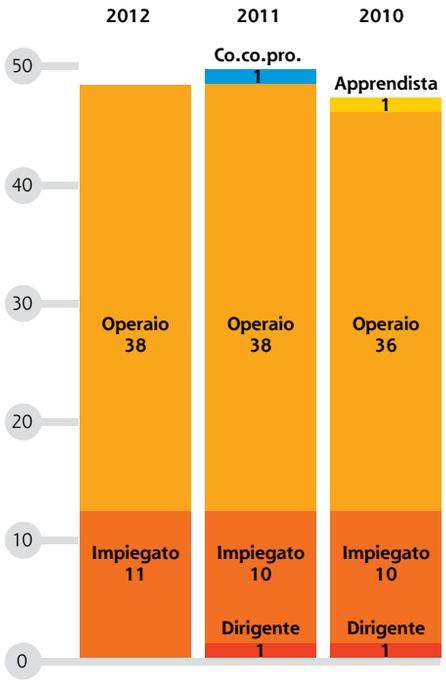
- valorizzare la dignità dei dipendenti;
- incoraggiare la crescita individuale mediante la formazione continua;
- credere nelle capacità degli altri, rispettare il lavoro di ognuno, gestire la conflittualità;
- prevedere un ambiente di lavoro sicuro e salubre, con processi produttivi in assoluto rispetto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

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

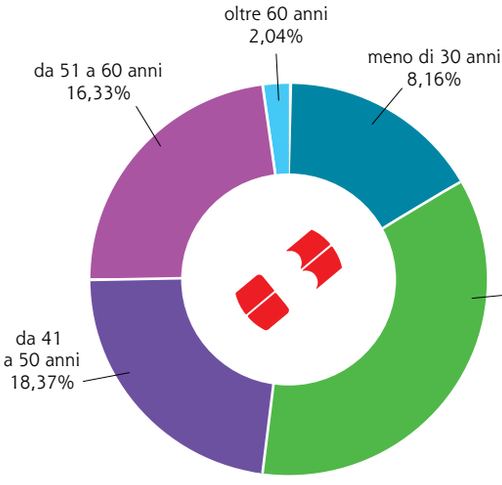
- sicurezza e serenità al futuro della propria gente;
- opportunità di crescita e realizzazione professionale;
- opportunità di sviluppo della creatività umana;
- luogo che contribuisce ad una migliore qualità della vita.

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 personale per fasce di età**

1

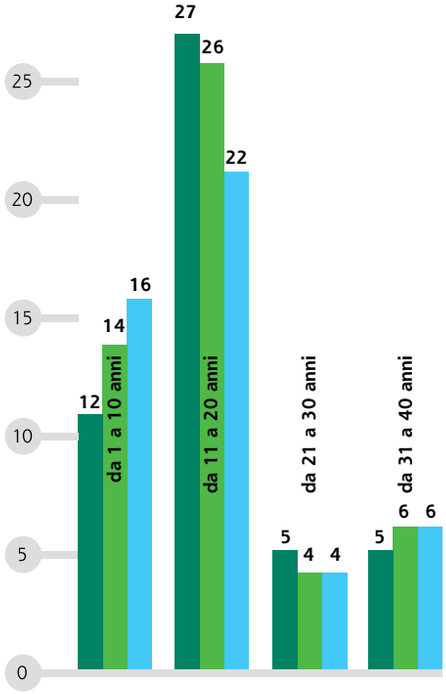
Un impiegato ogni 5 addetti

Su 49 dipendenti 38 sono operai, 11 impiegati.
A fine 2012 il numero di dipendenti risultava inferiore di una unità rispetto all'anno precedente.

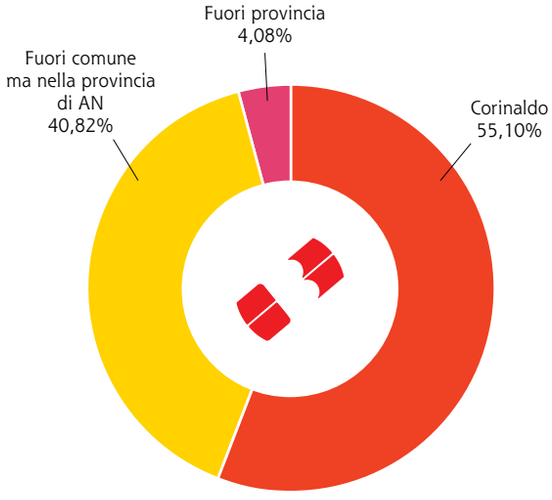
2

Età media in aumento

Il 63% degli addetti ha meno di 40 anni. Il limitato turnover ha portato, negli anni, ad una crescita dell'età media. Gli addetti con più di 50 anni rappresentano il 18%.



3 **Anzianità lavorativa aziendale**



4 **Provenienza territoriale** (dati 2012)

3

Prevalgono i dipendenti con più di 10 anni di anzianità lavorativa

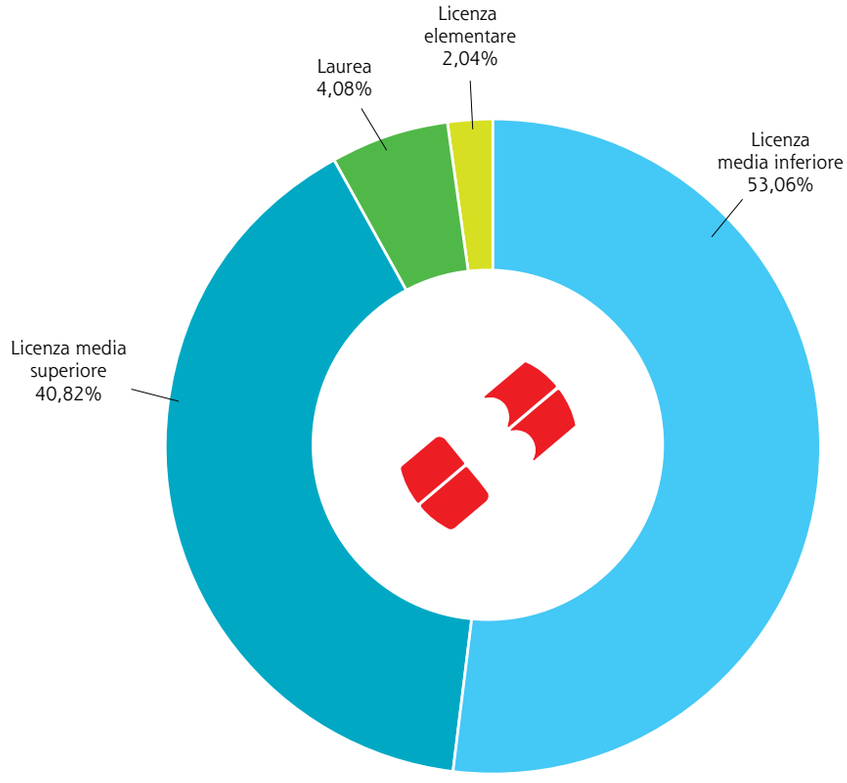
12 dipendenti hanno un'anzianità lavorativa pari o inferiore a 10 anni. Per 27 dipendenti l'anzianità è superiore a 10 anni.
Per i restanti 10 l'anzianità è superiore a 20 anni.

2012
2011
2010

4

Radicamento nel territorio

27 dipendenti risiedono nel Comune di Corinaldo, 20 nella provincia di Ancona, solo 2 fuori provincia.



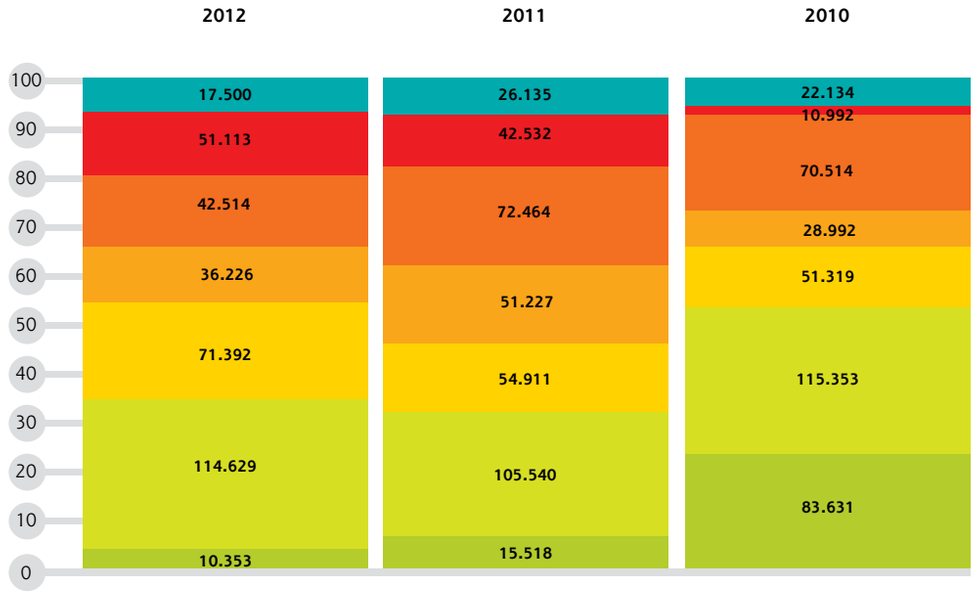
5

Licenza media titolo più diffuso
Il 53% dei dipendenti è in possesso di licenza media. Il titolo di studio superiore è stato conseguito dal 41% dei dipendenti mentre il poco più del 4% possiede una laurea.

5 **Titolo di studio** (dati 2012)

6

Personale non dipendente
Nel 2012 il costo per il personale non dipendente risulta in diminuzione del 6,7% rispetto al 2011. La riduzione più importante in termini assoluti è quella relativa alle consulenze generiche, - € 30 mila. In linea con il trend generale i costi relativi alle consulenze e alla formazione e gestione delle risorse umane sono diminuite. Contrariamente è aumento il volume dei costi relativi al lavoro interinale.



6 **Costi sostenuti per il personale non dipendente**

Perchè mi parli delle pietre?
É solo dell'arco che mi importa.
Senza pietre non c'è arco.

Marco Polo

> Turnover

Cessazioni

Nel 2012 si è avuta la cessazione del rapporto di lavoro dell'unico dirigente mediante dimissioni volontarie per pensionamento.

Nuove assunzioni

Nel 2012 è stata assunta una unità lavorativa.

> Pari Opportunità

Personale maschile e femminile

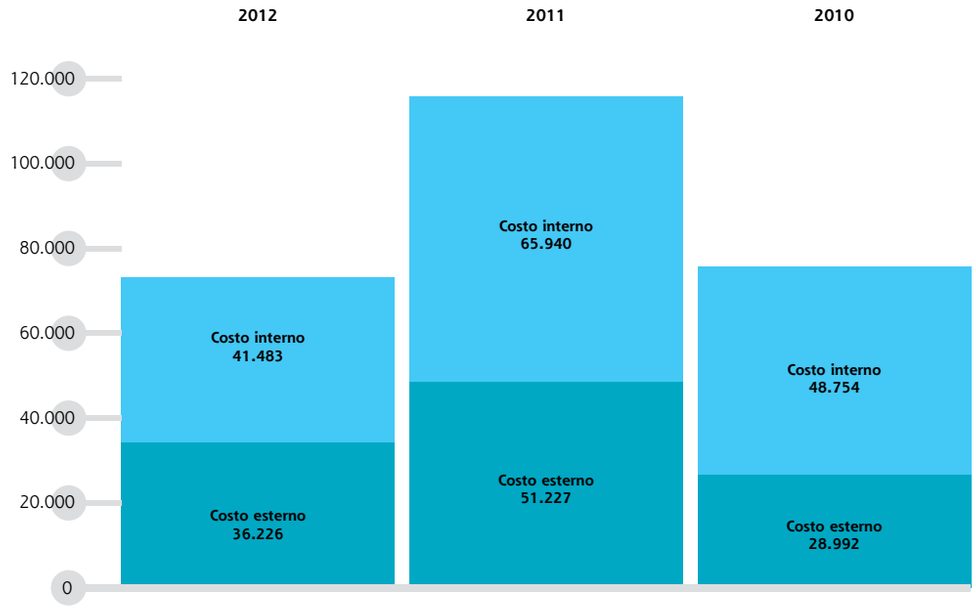
Il numero dei dipendenti si è ridotto di una unità passando da 50 addetti a fine 2011 ai 49 attuali. Prevalgono gli uomini: 34 su 49, pari al 69%.
Il differenziale maggiore tra numero di dipendenti di sesso maschile e femminile si ha nella categoria degli operai (per più dei due terzi uomini); ciò è collegato al tipo di mansioni richieste per la funzione produttiva.

Relazione tra retribuzione maschile e femminile

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.



7 **Costi di formazione del personale**

7

Riduzione dei costi di formazione rispetto al 2011

Rispetto al 2011 la società ha ridotto i costi esterni necessari alla formazione del personale; in valore assoluto la differenza è di € 15.001. I costi interni di formazione sono risultati pari a € 41 mila, in diminuzione di € 24 mila rispetto al 2011.

> Formazione

Progetti di formazione

Nel 2012 l'investimento in formazione si è ridotto rispetto al 2011, passando dal 3,60% al 2,21% del valore aggiunto globale lordo. Le ore totali di formazione sono passate da 2.356 a 1.671.

Nel 2012 la formazione è stata realizzata con un consistente ricorso a consulenti esterni (per un costo di € 36.226) ed è stata estesa a tutte le categorie aziendali.

Il costo comprensivo degli oneri retributivi è stato pari a € 77.709.

Alla formazione interna sulla qualità, ambiente, sicurezza e responsabilità sociale hanno partecipato tutti i dipendenti per un totale di 888 ore; ulteriori 610 ore sono state dedicate alla formazione sui corsi tecnici.

Nel 2012, secondo l'accordo Stato-Regioni n. 221/CSR del 21/12/2011, sono state realizzate 16 ore di formazione per tutti gli operai ed 8 ore per tutti gli impiegati sulla salute e sicurezza dei lavoratori.

Nell'esercizio 2012, 17 dipendenti hanno partecipato alla fiera di settore Drupa (Dusseldorf).

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 2012 è stato ospitato uno stagista universitario.

>Orari di lavoro per categoria

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

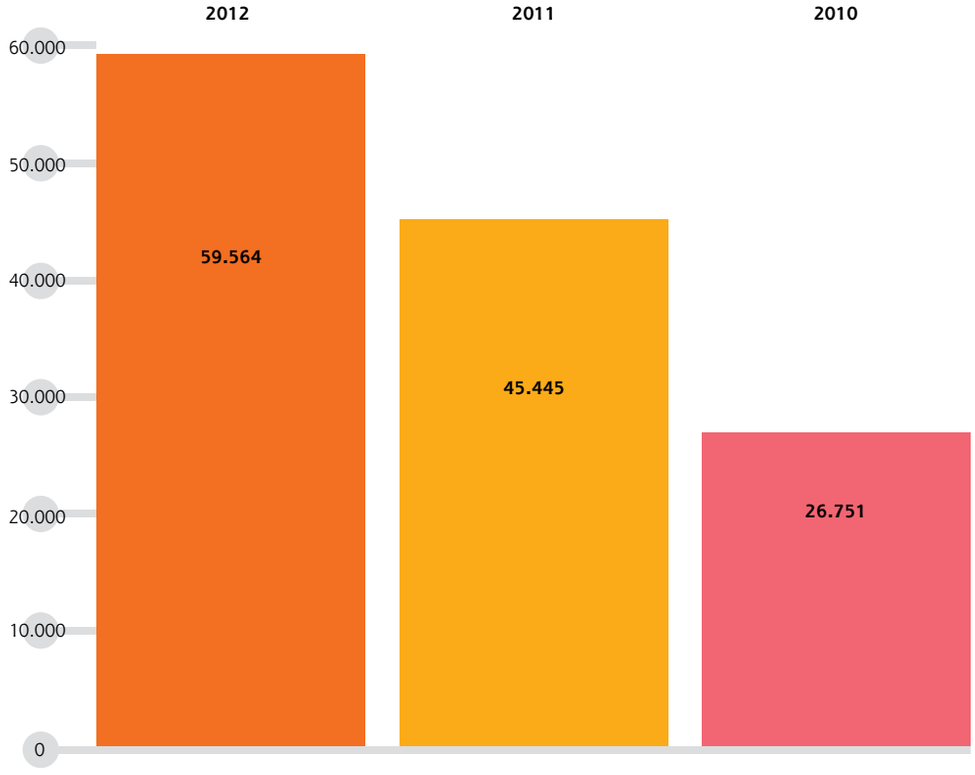
- Operai turnisti: primo turno dalle 5.00 alle 13.00 - secondo turno dalle 13.00 alle 21.00
- Operai non turnisti: 8.00 - 12.00 / 13.30 -17.30
- Impiegati: 8.00 - 12.00 / 14.00 - 18.00

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 2012 si è verificato un aumento delle ore lavorate, passate da 82.179 a 86.928 (+5,78%). L'azienda non ha fatto ricorso alla Cassa Integrazione Guadagni.

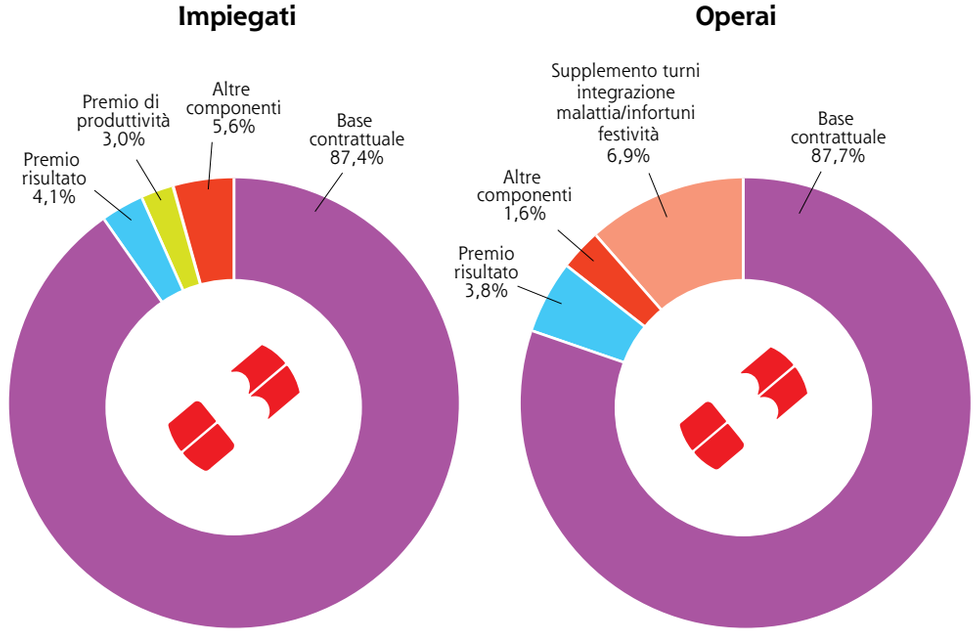
> Modalità Retributive

La remunerazione dei dipendenti rappresenta il 54,8% della ricchezza prodotta e distribuita nel 2012, 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 2012 le ore di assenza per malattia e maternità sono diminuite, passando da 5.250 a 3.055. Le ore di assenza per infortunio in itinere e sul lavoro sono state pari a zero, anche le ore di assenza per corsi di apprendistato obbligatori sono state zero.



8 **Premi di Risultato e Produttività**



9 **Composizione della retribuzione media** (dati 2012)

> 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).

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 (come per il 2011 solo un dipendente risulta iscritto).

> 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 necessari al funzionamento aziendale.

Tra le principali iniziative per i dipendenti si segnalano:

- **iBox** strumento cartaceo di comunicazione aziendale nato per sensibilizzare i collaboratori sui temi della sicurezza del lavoro, dell'ambiente e della qualità in genere; al suo interno si trovano articoli che trattano argomenti di marketing, articoli specifici sul settore grafico e cartotecnico etc. È questo un luogo dove ogni dipendente può esprimersi su quanto accade in azienda. Viene redatto 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).

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 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 2012 uno studente di scuola superiore ed uno studente universitario hanno maturato i requisiti per l'ottenimento della borsa di studio per un importo complessivo di € 1.400.

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 e nel 2012 non ci sono stati infortuni.
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.
L'Amministratore Delegato 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. È presente, inoltre, il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza, rieletto dai dipendenti nel 2012 e che ha frequentato il corso di formazione di base di 32 ore. 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 D.Lgs. 81/2008, secondo un protocollo sanitario predisposto dal Medico Competente. 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;
- 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.

> 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).

L'ultimo questionario è stato somministrato nel mese di aprile 2012.

Risultati dei questionari

L'80% dei dipendenti si considera complessivamente soddisfatto; 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 o mentale e considera il proprio personale come bene primario per il raggiungimento degli obiettivi economici e sociali.

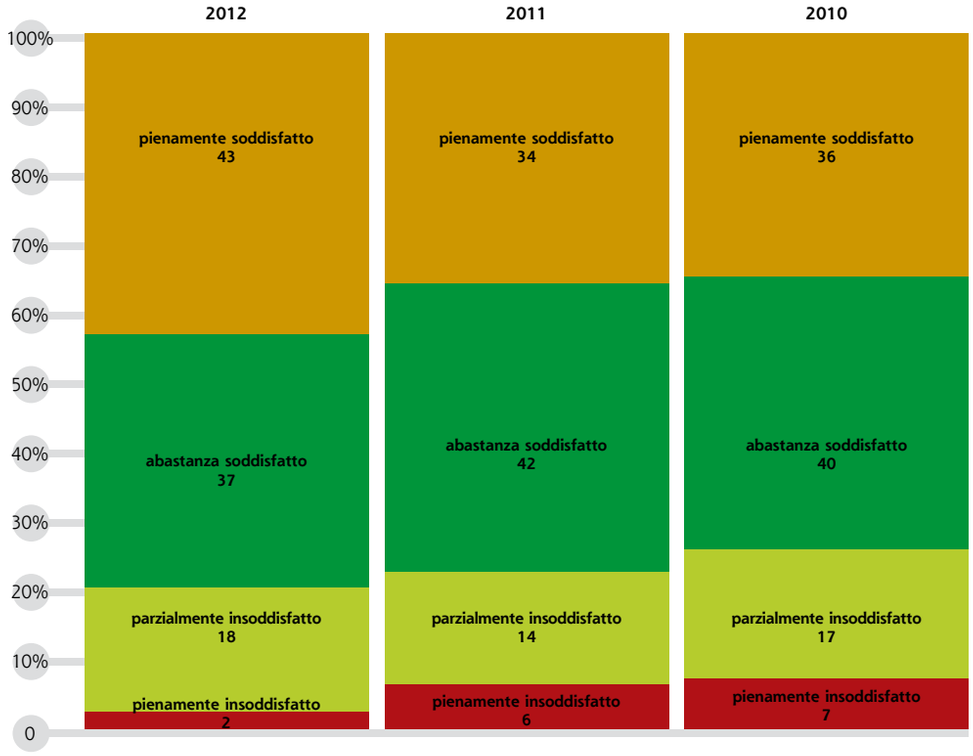
La società è stata certificata nel 2004 secondo la norma SA 8000. A partire dal 2007 non si è proceduto al rinnovo della certificazione SA8000 ritenendo l'iter troppo oneroso in termini di risorse impiegate rispetto ai benefici attesi.

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 maggiore età, nei confronti dei minorenni che si presentassero alla ricerca di un lavoro presso l'azienda;



10 Giudizio sintetico

- 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.

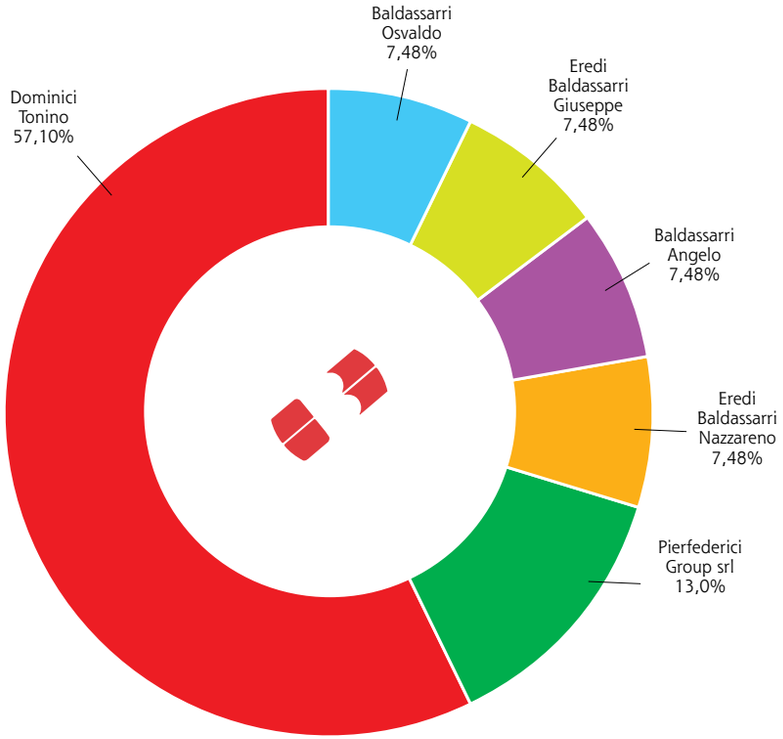
Inoltre i dipendenti vengono retribuiti nel pieno rispetto del C.C.N.L., il lavoro straordinario viene retribuito con una maggiorazione rispetto allo standard, non vengono attuate pratiche di lavoro forzato.

> 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

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 € 1.000.000 e risulta suddiviso in 100.000 azioni del valore nominale di € 10,00 ciascuna. Nel 2012 l'assetto societario non ha subito alcuna variazione; la maggioranza assoluta (57,1% delle azioni) appartiene all'A.D. Tonino Dominici, il 29,9% del capitale sociale appartiene alla famiglia Baldassarri ed il 13,0% alla Pierfederici Group srl.
Al 31/12/2012 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

L'utile dell'esercizio 2012 di pertinenza di ciascuna azione risulta pari a € 2,135 su ciascuna azione di nominali € 10,00.

La remunerazione percentuale del patrimonio netto (ROE) è pari all'8,09%, in deciso miglioramento rispetto al 2011 in cui risultava negativo dell'1,00%.

> 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, 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 2012 si sono tenute 5 riunioni del C.d.A., compresa quella richiesta per la redazione del progetto di bilancio 2011. I temi che hanno costituito oggetto di esame e/o deliberazione del C.d.A. possono riassumersi come segue:

- Conferimento delega per la partecipazione all'Assemblea della società controllata Promofarm Italia S.r.l
- Esame e redazione del progetto di bilancio al 31/12/2011, relazione sulla gestione, delibere relative
- Situazione economica, patrimoniale e finanziaria al 30 giugno 2012
- Comunicazioni degli organi delegati ai sensi dell'articolo 2381 c. 5 C.C. analisi in merito all'esercizio 2012, budget 2013, determinazione premio di risultato e determinazione borse di studio a favore dei figli dei 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 2013
- 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 2011, serate di beneficenza, open house aziendali, ricorrenze e anniversari, feste con clienti, fornitori e comunità esterna).

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

il cliente prima di tutto

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

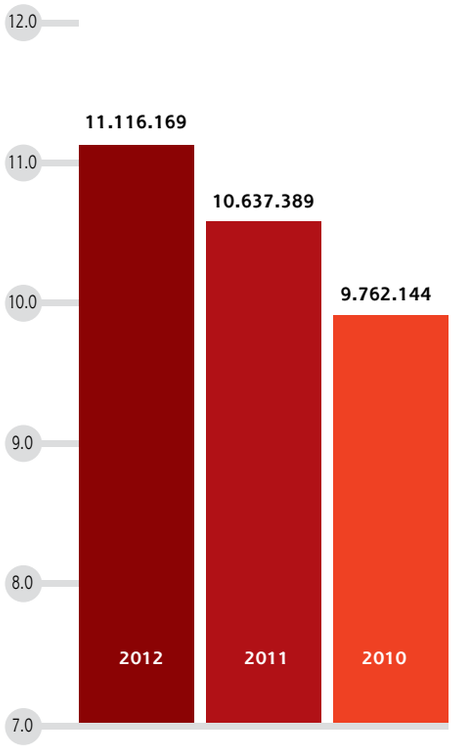
I clienti sono costituiti esclusivamente da imprese ed enti. Il numero dei clienti serviti nell'anno 2012 è diminuito di 36 unità rispetto al 2011, mentre le vendite sono aumentate passando da € 10.637.389 a € 11.116.169 (+4,5%).
Il lavoro di ricerca nuovi clienti viene gestito dall'area commerciale 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 49,2% del fatturato viene realizzato nelle Marche, un ulteriore 26,4% in Emilia Romagna ed un 3,9% in Veneto. La penetrazione nei mercati europei si mantiene sostanzialmente stabile con un'incidenza sul fatturato pari al 15,1% del totale.
Nelle due regioni più importanti sono stati conseguiti i migliori risultati anche in termini di variazione delle vendite: nel 2012 il fatturato è aumentato sensibilmente sia nelle Marche (+ € 509 mila) sia in Emilia Romagna (+ € 327 mila).
Le riduzioni più consistenti si sono avute in Umbria (- € 192 mila), Veneto (- € 165 mila), e Toscana (- € 33 mila).

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.

1

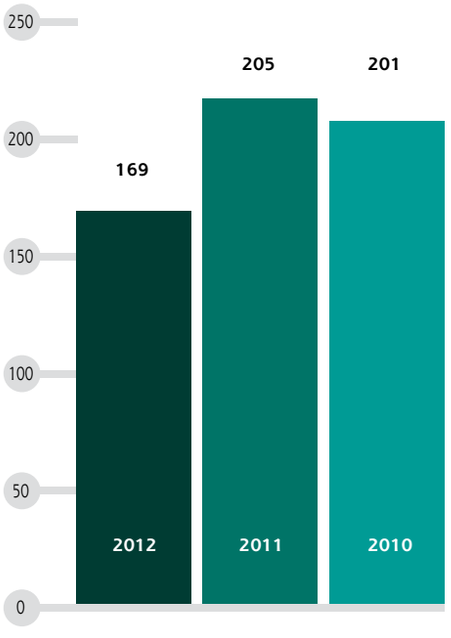
Fatturato in progressiva crescita
Nel 2012 il fatturato è aumentato di € 478 mila con una variazione del 4,5% rispetto al 2011.



1 **Fatturato** (milioni di euro)

2

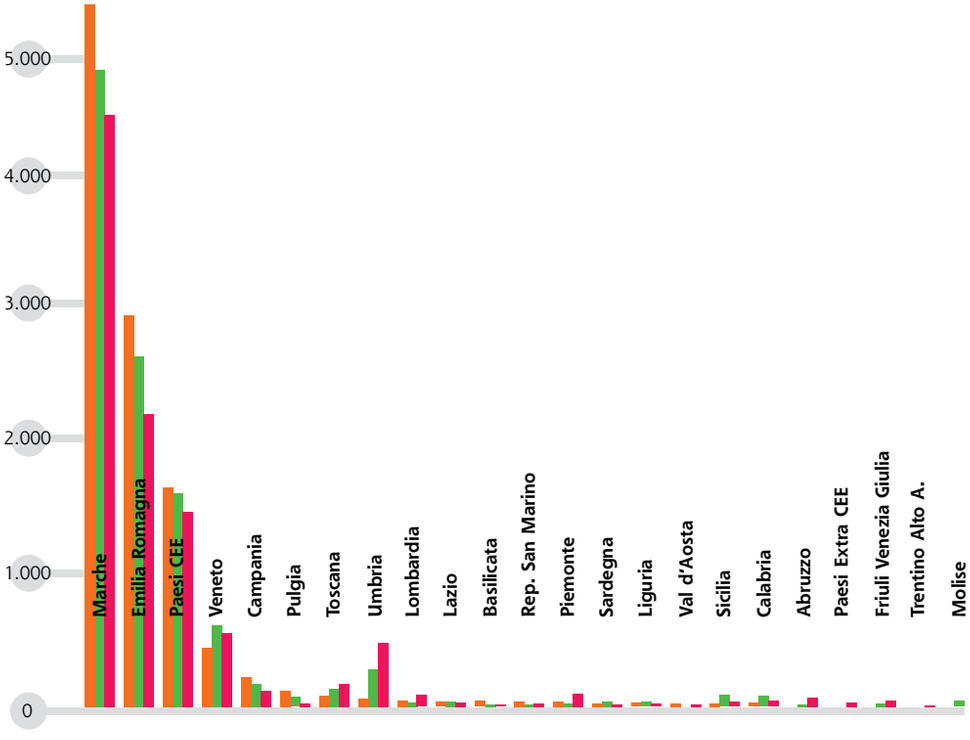
Maggiore concentrazione della clientela
Nel 2012 i clienti serviti sono stati pari a 169, in consistente riduzione rispetto al 2011 per effetto di una maggiore concentrazione del fatturato.



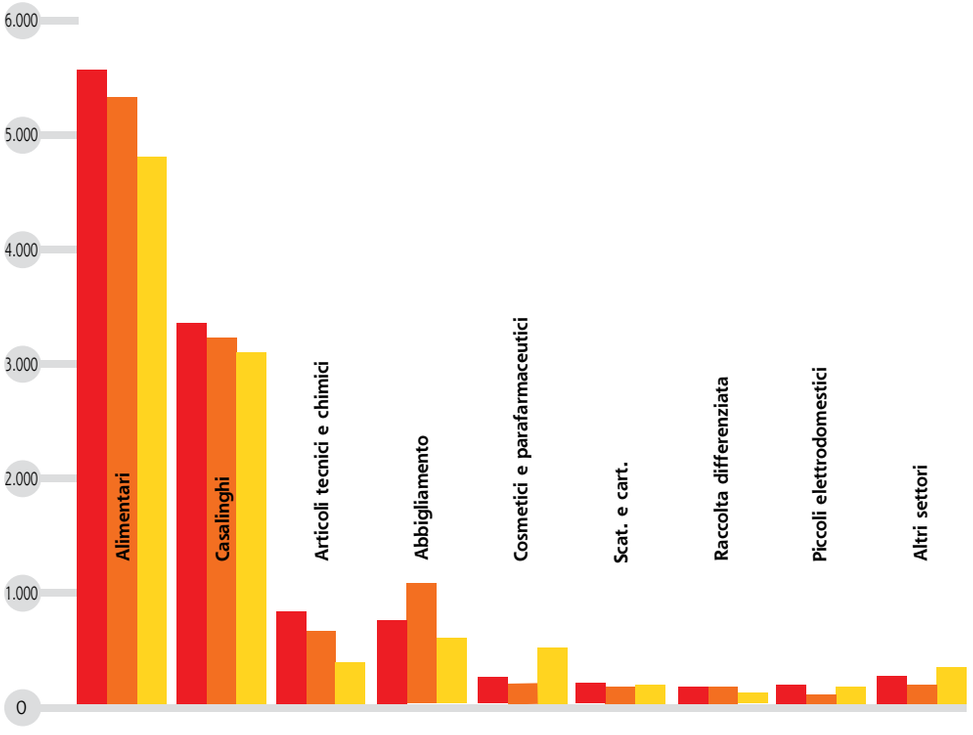
2 **Numero clienti serviti**

3

Nelle Marche ed in Emilia Romagna i principali mercati
Il 49,2% del fatturato viene realizzato nella regione Marche, il 26,4% in Emilia Romagna.
Per il terzo anno le esportazioni verso i Paesi della Comunità Europea superano il milione di euro, attestandosi al 15,1%.



3 **Fatturato per area geografica** (migliaia di euro)



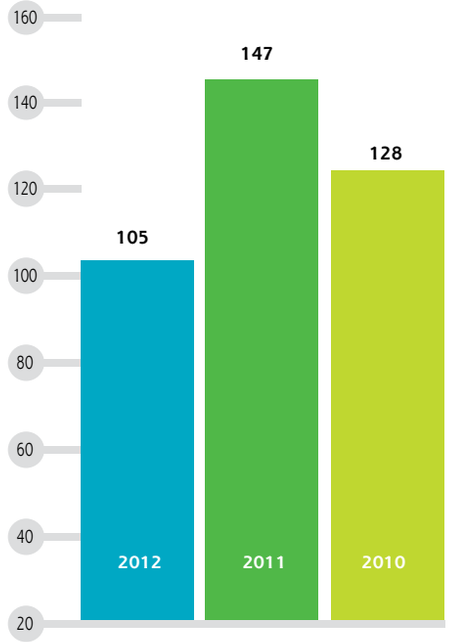
4 **Vendite 2010-2012 per settore appartenenza clienti** (migliaia di euro)

4

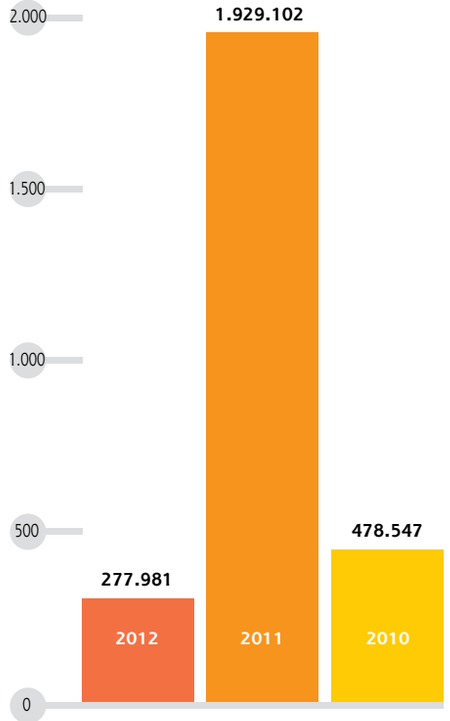
Aumenta la specializzazione nei tre settori principali

L'incremento di fatturato ottenuto nel 2012 è stato realizzato principalmente con clienti appartenenti ai settori alimentare (+ € 351 mila), casalinghi (+ € 153 mila) e cosmetici/parafarmaceutici (+ € 195 mila). Con gli stessi settori è stata realizzata una quota di fatturato pari all'88,4%. I clienti appartenenti ai settori abbigliamento, articoli tecnici e chimici e piccoli elettrodomestici coprono invece una quota pari all'8,3% del fatturato.

2012
2011
2010



5 **Numero nuovi clienti**



6 **Fatturato con nuovi clienti**

5-6

Nuovi Clienti

Nel 2012 sono stati acquisiti 105 nuovi clienti, con i quali la società ha realizzato un fatturato di € 277.981.

> Customer satisfaction e customer loyalty

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 il 97% 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.

Iniziative di customer loyalty (fedeltà del cliente)

Boxmarche ha visitato le seguenti fiere:

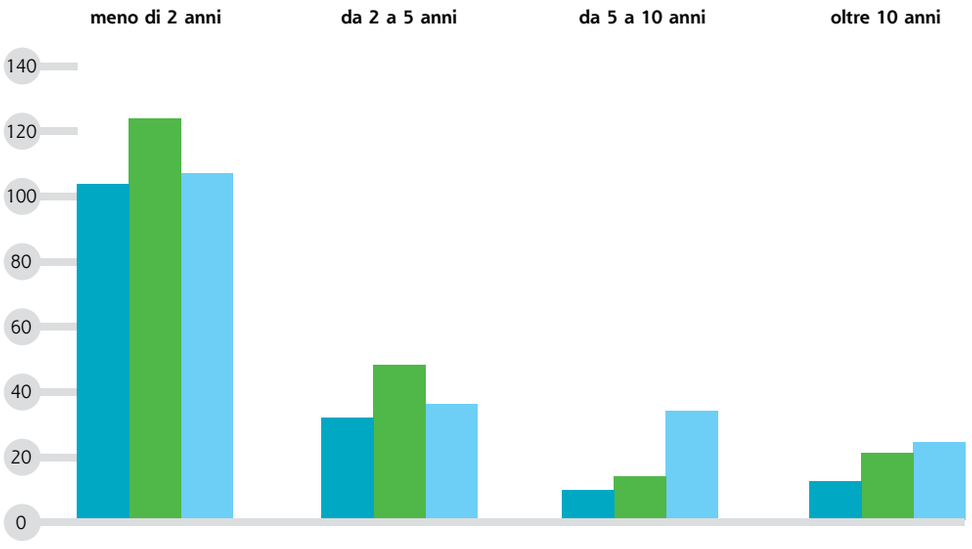
- Ipack Ima 2012, dal 28 Febbraio al 3 Marzo - Milano
- Cosmoprof Worldwilde 2012, dal 9 al 12 Marzo - Bologna
- Vinitaly 2012, 26 Marzo - Verona
- Drupa 2012, dall' 11 al 13 Maggio - Dusseldorf (Germania)
- Salone Internazionale del Libro di Torino, 13 Maggio - Torino
- Luxepack 2012, 24 e 25 Ottobre - Montecarlo (Principato di Monaco)
- Ecomondo 2012, dal 7 al 10 Novembre - Rimini

7 _ Fedeltà dei clienti - Durata del rapporto

	2012	%	2011	%	2010	%
Meno di 2 anni	105	62%	121	59%	107	53%
Da 2 a 5 anni	34	20%	48	23%	37	18%
Da 5 a 10 anni	12	7%	16	8%	36%	18%
Oltre 10 anni	18	11%	20	10%	21	10%
Totale clienti	**169**	**100%**	**205**	**100%**	**201**	**100%**

> Informativa ed etichettature di prodotto/servizio

I sistemi di informazione ed etichettatura possono riguardare, quando richiesto, etichette con descrizione prodotto e relativo codice a 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.



8 **Curva di loyalty**

8

Base consistente di clienti fedeli e turnover elevato sugli altri clienti

Dall'analisi della tabella si può notare che nel 2012 si è registrata una sensibile riduzione del numero dei clienti (da 205 a 169).
Ciò ha determinato una diminuzione del grado di loyalty (64 clienti) superiore a due anni con un trend in riduzione rispetto al 2011 (da 41% a 38%).
Inoltre, si può evincere che il 62% dei clienti risulta servito da meno di due anni; l'11% dei clienti viene servito da oltre 10 anni ed un 20% è fedele da oltre due anni.

2012
2011
2010

> 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.

Principali aziende concorrenti			
Concorrenti	**n. addetti (dati 2011)**	**fatturato in euro (dati 2011)**	**punti di forza (valutazione Boxmarche)**
GRUPPO ARTI GRAFICHE REGGIANE	148	115.870.819	Capacità produttiva Diversificazione dei mercati
LUCAPRINT	90	17.600.654	Efficienza organizzativa Specializzazione mercato food packaging
TONYGRAF	33	4.444.000	Prezzi competitivi
CGV	61	14.519.000	Qualità del prodotto Visibilità di mercato Prezzi competitivi Parco macchine all'avanguardia
CARTOTECNICA PUSTERLA	66	14.623.000	Innovazione di prodotto Elevati margini Leader nel settore profumeria e cosmetica
CARTOTECNICA VENETA	126	40.775.000	Elevati margini Qualità di prodotto Capacità produttiva
VIMER SRL	114	14.086.000	Differenziazione offerta prodotto Assistenza pre-vendita

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. È 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.

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

Non esiste contenzioso con imprese concorrenti.

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, Ambiente, Sicurezza, Sicurezza Alimentare.

> Politiche di gestione dei fornitori

Selezione e valutazione dei fornitori

Al fine di definire se un fornitore può essere sottoposto o meno a valutazione sono stati stabiliti dei requisiti minimi obbligatori.
Vengono prese in esame le certificazioni di prodotto e di sistema, le iscrizioni ad albi/registri, le qualifiche professionali, la vicinanza alla sede e le eventuali referenze.
La valutazione viene effettuata secondo criteri differenti a seconda della categoria di prodotti/servizi forniti e perciò anche le modalità di indagine cambiano a seconda di ciò che si acquista.

Nel caso si decida di valutare e testare il nuovo fornitore esso viene inserito nell'elenco fornitori qualificati IN PROVA. Vengono raccolti dati e valutazioni relativi alla prima fornitura del prodotto e/o servizio; per tutti l'assenza di non conformità sulla prima fornitura è determinante. Se l'esito è positivo il fornitore viene inserito tra i fornitori omologati. Nel caso di omologazione per un uso regolare si predispongono accordi con il fornitore stesso firmando la specifica predisposta per quella tipologia di fornitura.
Attualmente esistono specifiche per le seguenti tipologie di fornitura:

- preparazione fustella e relativi accessori;
- fornitura di carta, cartone e scatoloni;
- conto lavorazione;
- trasporti;
- appalti.

Una revisione periodica annuale permette la conferma o una potenziale eliminazione del fornitore dal novero di quelli qualificati dall'organizzazione.

La ri-valutazione consiste in due step:
1) Mantenimento dei requisiti minimi richiesti inizialmente. La garanzia del mantenimento dei suddetti requisiti sarà assicurata attraverso:

- audit a campione sui terzisti (con riguardo a quelli maggiormente critici);
- verifica della conformità del prodotto/servizio sia da un punto di vista qualitativo che per quanto concerne l'ambiente, la salute e la sicurezza.

2) Raccolta di informazioni e dati relativi al fornitore pervenuti nel corso dell'anno quali le eventuali non conformità che si fossero manifestate con responsabilità del fornitore stesso e i report di verifica (audit) eventualmente effettuati presso il fornitore.

A seguito di tale ri-valutazione il fornitore potrà essere confermato, confermato con riserva (vengono aperte azioni preventive e/o correttive) o eliminato dall'elenco dei fornitori omologati.

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 svolta un'attività informativa in materia qualitativa, ambientale, di tutela della sicurezza e salute sui luoghi di lavoro per tutti i fornitori di beni e di servizi.
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 2012 gli acquisti di materie prime sono stati effettuati per il 15% presso fornitori certificati ISO 9001. Il 15% degli acquisti proviene da fornitori con doppia certificazione: ISO 9001 e ISO 14001. Il 50% degli acquisti di materie prime proviene da fornitori omologati sulla base delle procedure aziendali.
Il 50 % dei fornitori di materie prime posseggono ulteriori certificazioni.

>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.

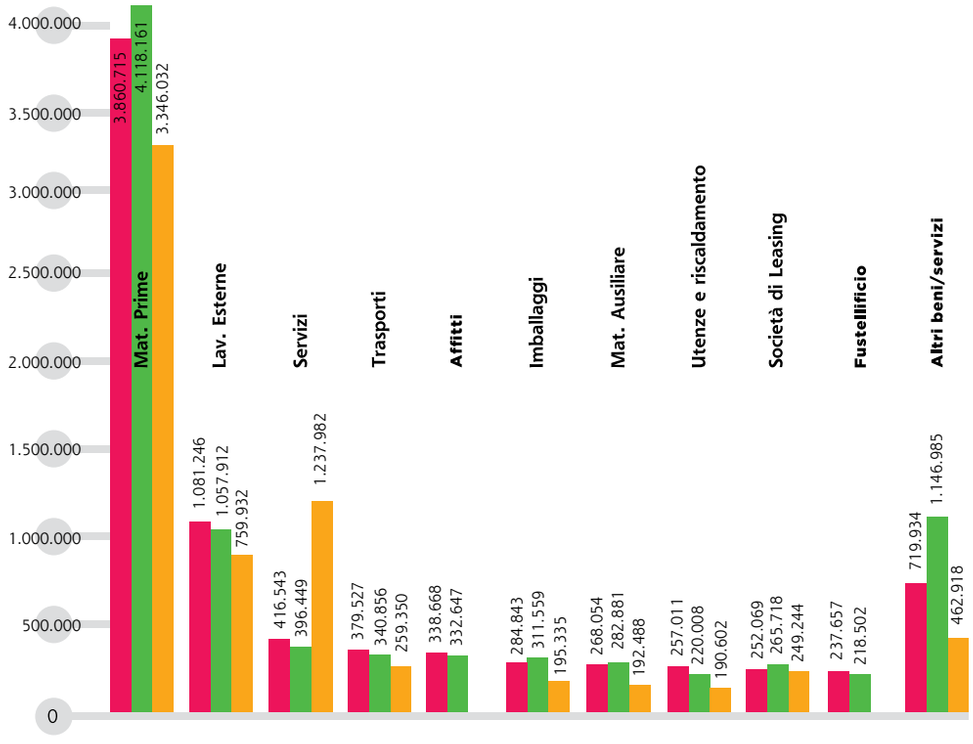
>Indice di litigation
Non esiste contenzioso di rilievo con fornitori.

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 € 193.036), delle società di leasing (fatturato medio pari a € 84.023) e delle lavorazioni esterne (fatturato medio pari a € 83.173).
Il numero di fornitori di materie prime si è ulteriormente ridotto per il 2012 (20 aziende) rispetto al 2011 (21 aziende).
Per quanto riguarda la provenienza geografica, una parte consistente degli acquisti (€ 1,84 milioni nel 2012) viene realizzata nella provincia di Ancona; un'altra fetta rilevante (€ 1,79 milioni) viene acquistata nella provincia di Milano. La restante parte degli acquisti viene effettuata in altre regioni d'Italia ed all'estero (in particolare Slovenia e Austria). I fornitori con sede nel comune di Corinaldo sono stati 27, per un volume di acquisti pari a € 446 mila.

1

Maggiore efficienza e riduzioni di costo contribuiscono al miglioramento della redditività

Gli acquisti per le materie prime, rispetto al 2011, si sono ridotti nonostante l'incremento del valore della produzione. Ulteriori riduzioni sono state ottenute negli acquisti di imballaggi, materie ausiliarie e materiali di consumo. Sono risultate invece in aumento le lavorazioni esterne e le utenze, comprensive delle spese per il riscaldamento.

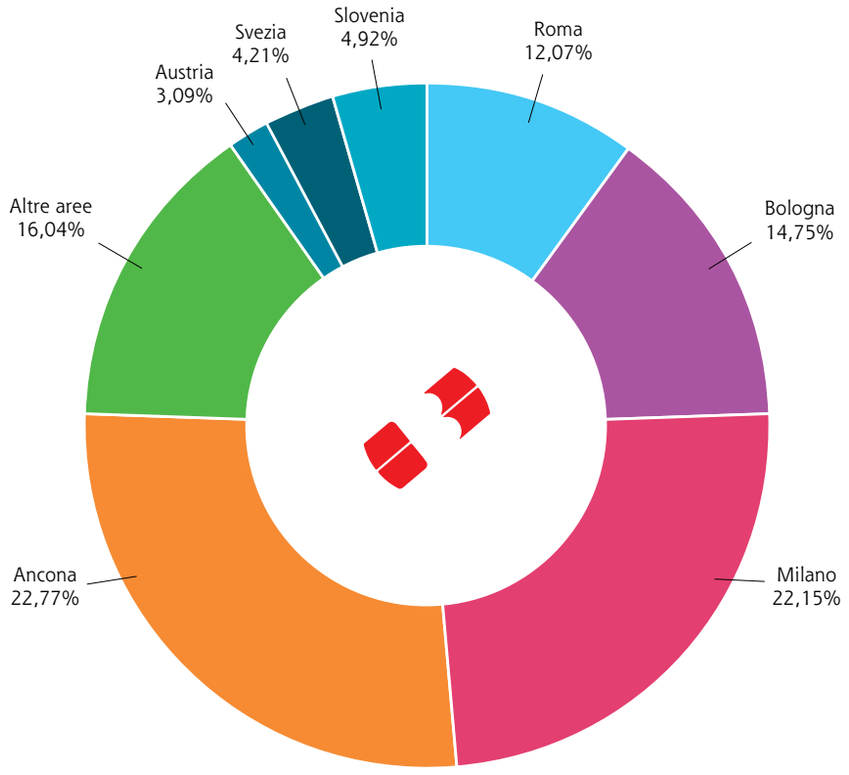


1 **Forniture per categoria** (valore fatturato)

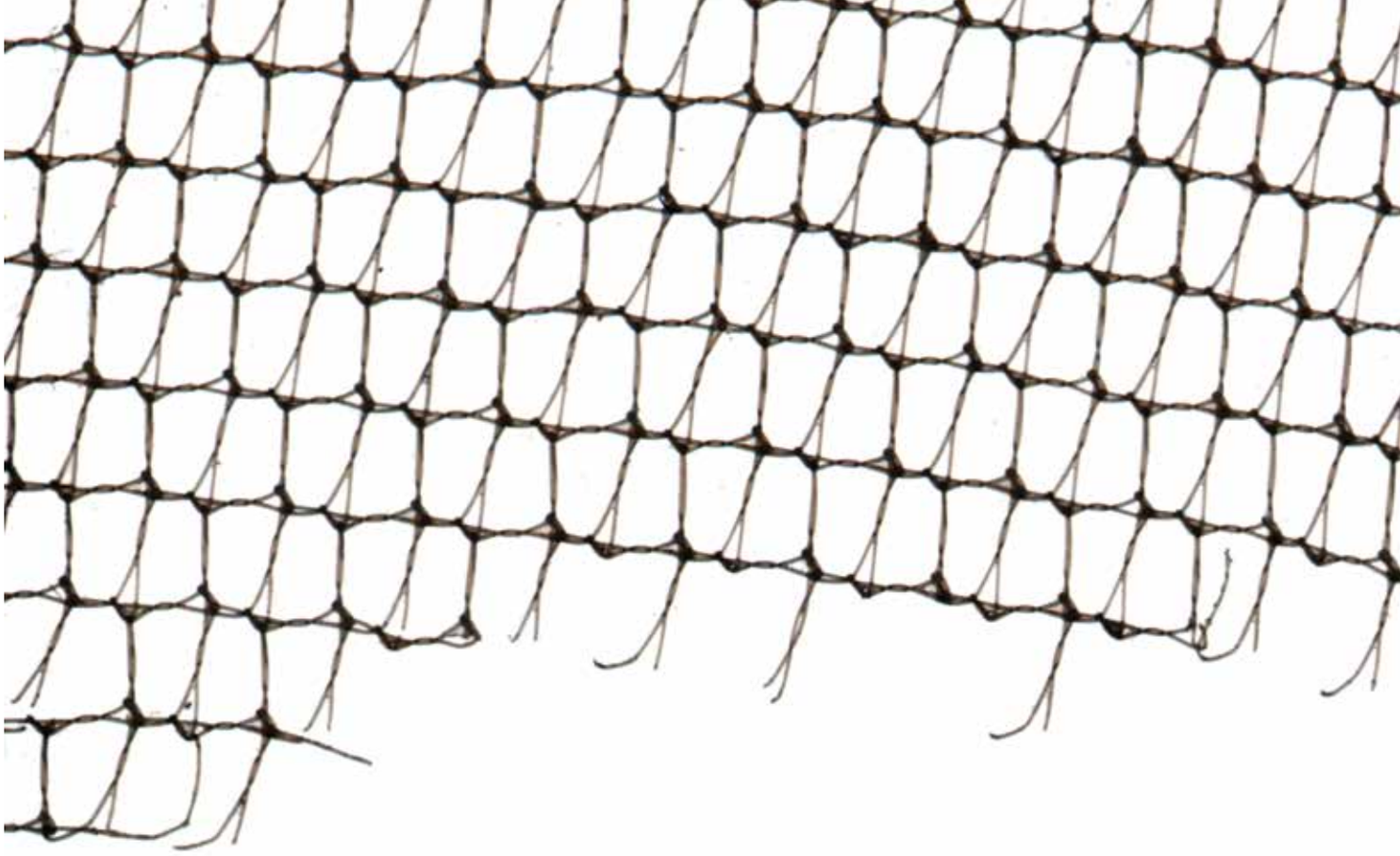
2

Il 45% degli acquisti proviene dalle province di Ancona e Milano

La società effettua gli approvvigionamenti prevalentemente nelle province di Ancona e di Milano, dalle quali proviene il 44,87% degli acquisti. Seguono le province di Bologna (14,73%) e Roma (12,06%), la Slovenia (4,92%), la Svezia (4,21%) e l'Austria (3,08%).



2 **Ripartizione acquisti per area geografica** (dati 2012)



Diadirette
Toulle da sposa

Partner finanziari

I partner finanziari rivestono 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 collaborazione e qualità che caratterizzano la fornitura in generale.

Ulteriore elemento della visione aziendale inerente la 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.

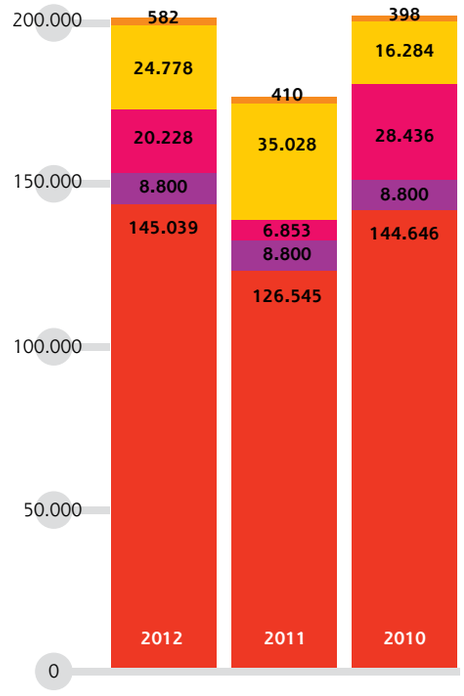
Infatti:

- 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.

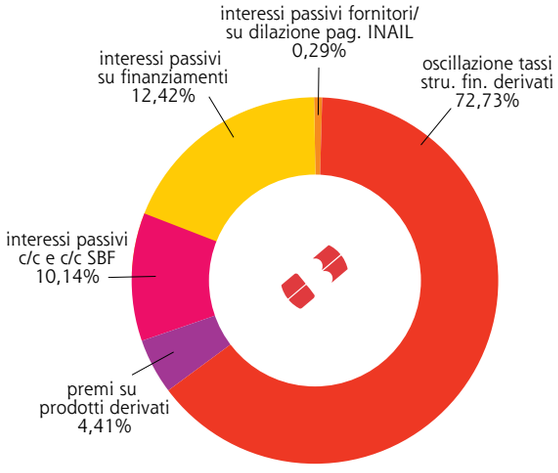
1-2

Oneri finanziari in aumento per effetto dei contratti derivati

Gli oneri finanziari (esclusi i leasing) hanno subito un incremento del 12,3%, passando da € 177.637 (valore 2011) ad € 199.428 nel 2012. L'incidenza sul fatturato risulta pari all'1,8%. Oltre i due terzi degli oneri finanziari (€ 153.839) sono relativi a contratti derivati.



1 **Oneri finanziari** (valore assoluto in euro)



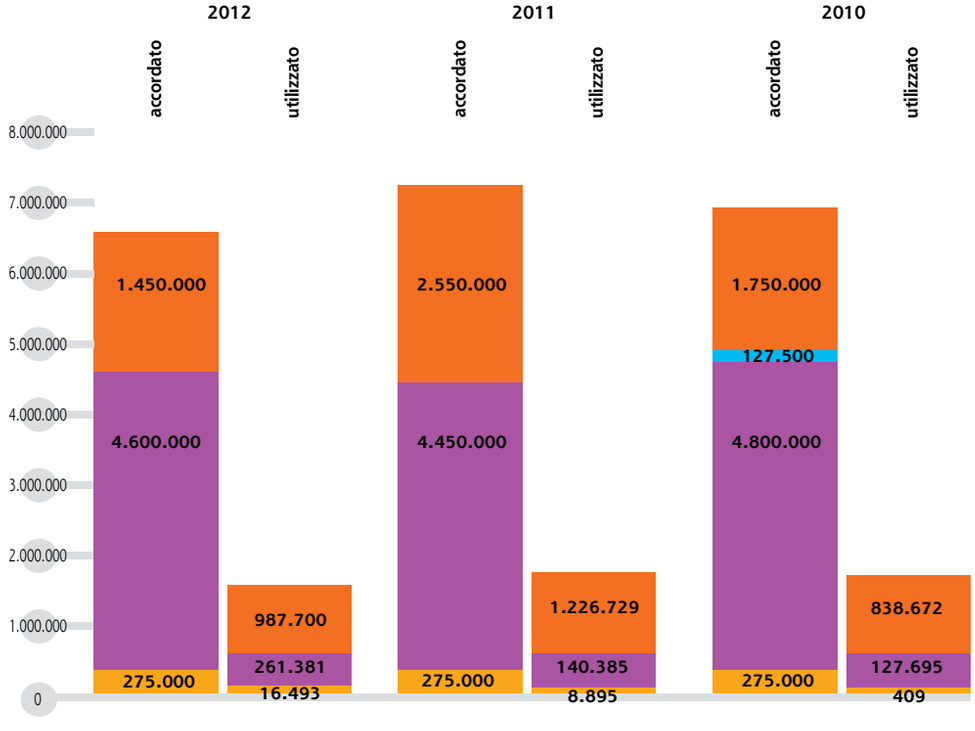
2 **Oneri finanziari 2012** (dati in percentuale)

Oscillazione tassi stru. fin. derivati
Premi su prodotti derivati
Interessi Passivi c/c e C8c SBF
Interessi passivi su finanziamenti
Interessi passivi fornitori/ su dilazione pag. INAIL

3

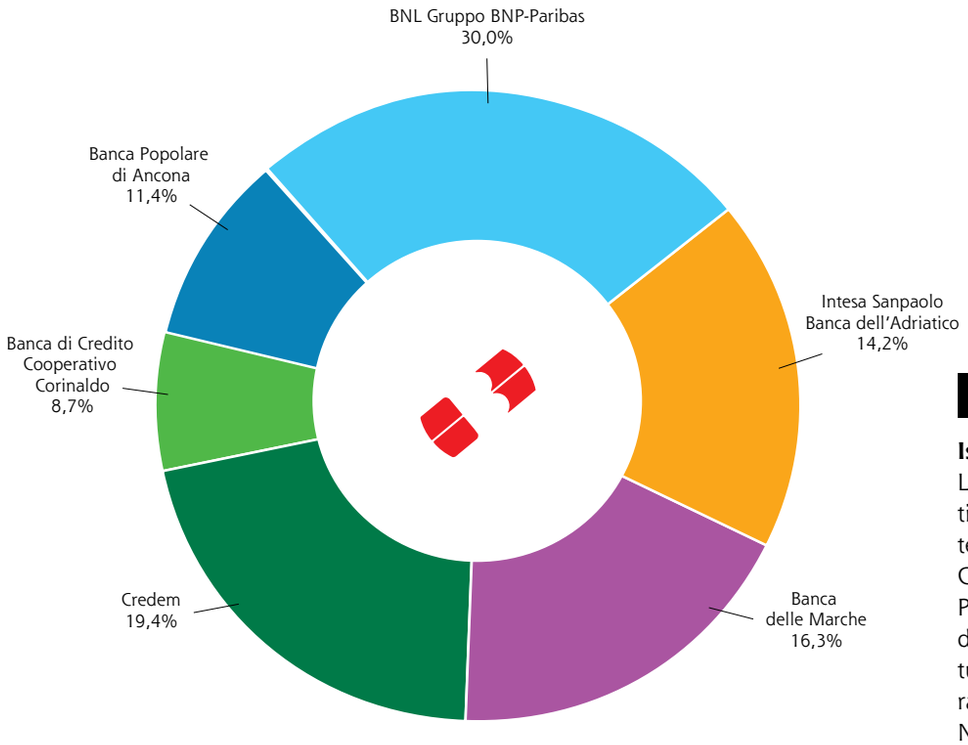
Affidamenti accordati e utilizzati

La società gode di una buona fiducia presso gli istituti di credito e gli affidamenti accordati vengono utilizzati solo parzialmente. Nel 2012 gli affidamenti accordati su apertura di credito in c/c sono stati utilizzati per il 5,99%, quelli su SBF per il 5,68%. I mutui erogati sono stati rimborsati per il 31,88%.



3 **Affidamenti accordati e utilizzati per tipologia**

Mutuo Chirografario
Fideiussione a terzi
SBF in euro
Apertura di credito di c/c



4 **Affidamenti per istituto di credito** (dati 2012)

4

Istituti di credito utilizzati
La società utilizza in modo significativo gli istituti bancari con radici nel territorio, quali la Banca di Credito Cooperativo di Corinaldo, la Banca Popolare di Ancona, e la Banca delle Marche. Negli ultimi anni, tuttavia, sono state le banche operanti su scala nazionale, quali Banca Nazionale del Lavoro e Credem a concedere linee di affidamento per importi più consistenti.

> 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 risulta adeguato rispetto ai programmi di sviluppo.

5 _ Contratti di assicurazione

Tipologia polizza	Compagnia	Massimali 2012	Massimali 2011	Massimali 2010	Note
Polizza cumulativa Infortuni aziende	SAI annuale	103.291 103.291 36	103.291 103.291 36	103.291 103.291 36	Caso morte Invalidità permanente Invalidità temporanea
Ass. globale di responsabilità civile	SAI annuale	2.000.000 1.500.000	2.000.000 1.500.000	2.000.000 1.500.000	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	1.000.000	1.000.000	1.000.000	
Assicurazione Crediti	COFACE annuale	600.000	300.000	300.000	Assicurazione crediti
Dirigenti Industria Confindustria	RAS annuale			144.608 144.608	Caso morte Invalidità permanente
Polizza r.c. Consiglio di Amm.ne	Zurich annuale	750.000	750.000	750.000	
Polizza tutela giudiziaria	UCA annuale	20.000	20.000	20.000	Per vertenza
Polizza assicurazione autocarro	SAI annuale	2.582.285 2.582.285 2.582.285	2.582.285 2.582.285 2.582.285	2.582.285 2.582.285 2.582.285	Per sinistro Per persona lesa o deceduta Per danni a cose o animali

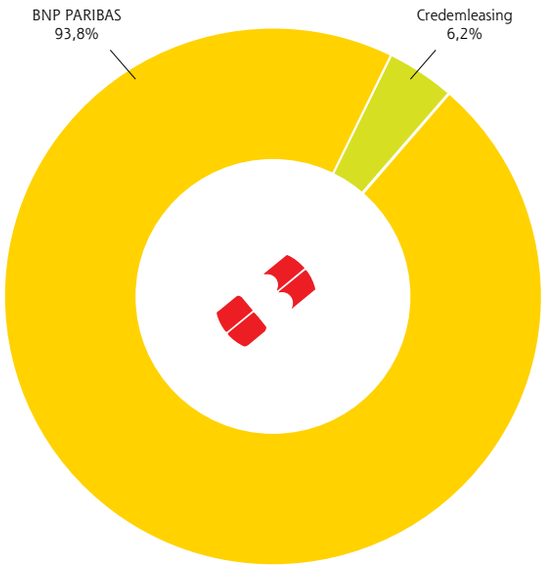
> Rapporti con le compagnie assicurative

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.



6 Ripartizione valori contratti di leasing (dati 2012)

6

Leasing per acquisizione macchinari
La società ha attivi tre contratti di leasing finanziario, di cui uno stipulato con BNP PARIBAS (93,8% del totale finanziato) e due contratti minori con Credemleasing (6,2% del valore finanziato).

7 _ Società di leasing 2012

Società di leasing	Bene	Importo contratto	Comp. 2012	Somma rate a scadere	Valore riscattato
BNP PARIBAS	SPHANTHERA	2.203.735	256.769	1.037.298	17.800
CREDEM LEASING	Voltapile	65.678	10.966	16.425	550
CREDEM LEASING	Plotter + tappeto pressatore	78.870	11.187	67.040	700
TOTALI		**2.348.283**	**278.922**	**1.120.762**	**19.050**
+/- oscillazioni			-42.566		
TOTALE			**236.356**		

7

Sintesi dei contratti di leasing
Il costo originario dei beni acquistati con contratti ancora in essere nel 2012 è pari a € 2.348.283. I contratti di leasing presentano, complessivamente, un debito residuo pari a € 1.120.762 al quale devono aggiungersi € 19.050 per riscatto finale. I canoni e gli oneri pagati nell'esercizio sono stati pari a € 236.356 (al netto di € 42.566 di accrediti per indicizzazioni).

8 _ Rimborsi leasing

	2012	2011	2010	Var. 11/12	Var. % 11/12
Quota capitale	176.702	190.787	207.017	-14.085	-7,38%
Quota oneri finanziari	59.654	74.932	125.970	-15.278	-20,39%
TOTALE	**236.356**	**265.719**	**332.987**	**-29.363**	**-11,05%**

8

Capitale ed interessi
Considerando il leasing come forma di finanziamento, la quota capitale rimborsata nel 2012 è stata pari a € 176.702 mentre gli interessi pagati sono stati pari a € 59.654.

> 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 gli aspetti di tipo operativo.

> Indice di litigation

Non esiste contenzioso con i partner finanziari.

1 _ Imposte								
	2012	% su V.A.G.L.	2011	% su V.A.G.L.	2010	% su V.A.G.L.	Variaz.	Var. %
Imposte dirette								
IRES	52.092	1,48%	-	0,00%	24.881	0,76%	52.092	100,00%
IRAP (regione Marche)	78.081	2,22%	64.506	2,03%	67.115	2,06%	13.575	21,04%
Imposte anticipate	2.449	0,07%	-2.028	-0,06%	2.926	0,09%	4.477	-220,76%
Imposte differite	-135	0,00%	-135	0,00%	-1.585	-0,05%	-	0,00%
Totale Imposte Dirette	**132.487**	**3,76%**	**62.343**	**1,97%**	**93.337**	**2,87%**	**70.144**	**112,51%**
Imposte indirette								
TARSU	4.018	0,11%	4.018	0,13%	4.018	0,12%	-	0,00%
Diritto annuale C.C.I.A.A.	-	0,00%	1.105	0,03%	1.327	0,04%	-1.105	-100,00%
Tassa vidimazioni libri sociali	536	0,02%	541	0,02%	516	0,02%	-5	-0,92%
Valori bollati	-	0,00%	175	0,01%	410	0,01%	-175	-100,00%
Imposta sulla pubblicità	5.000	0,14%	4.958	0,16%	4.957	0,15%	42	0,85%
Bolli auto	511	0,01%	511	0,02%	511	0,02%	-0	-0,01%
Imposta di registro	1.234	0,04%	1.207	0,04%	340	0,01%	27	2,24%
Altre imposte e tasse	672	0,02%	601	0,02%	-	-	71	11,80%
Totale Imposte Indirette	**11.970**	**0,34%**	**13.116**	**0,41%**	**12.080**	**0,37%**	**-1.146**	**-8,73%**
TOTALE IMPOSTE	**144.457**	**4,10%**	**75.459**	**2,38%**	**105.417**	**3,24%**	**68.998**	**91,44%**

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 l'IRES di competenza 2012 ammonta a € 52.092.

Il carico IRAP 2012 rispetto al 2011 risulta aumentato in termini di valore assoluto passando da € 64.506 a € 78.081 con conseguente incremento dell'incidenza sul VAGL, passata dal 2,03% al 2,22%. 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 aumentate di circa € 70 mila; l'incidenza percentuale dell'imposizione diretta sul Valore Aggiunto Globale Lordo è passata dall'1,97% al 3,76%.

Per quanto concerne le imposte indirette, i tributi Comunali sulla pubblicità risultano pari a € 5 mila mentre quelli per lo smaltimento rifiuti ammontano a € 4.018.
La tassa sulla vidimazione dei libri sociali è pari a € 536. In riferimento alla ricchezza prodotta nel 2012 (pari a € 3.519.390), 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 € 144.457, con un'incidenza percentuale sul Valore Aggiunto Globale Lordo pari al 4,10%.

2 _ Contributi ricevuti						
	2012	% su V.A.G.L.	2011	% su V.A.G.L.	2010	% su V.A.G.L.
Contributi ricevuti						
L. 598/ 94 art. 11	-	0,00%	-	0,00%	82.304	2,53%
Credito d'imposta L.269/2008	-	0,00%	31.944	1,01%	-	0,00%
Totale contributi ricevuti	**-**	**0,00%**	**31.944**	**1,01%**	**82.304**	**2,53%**

> 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.
- Altre Camere di Commercio sensibili alla diffusione della CSR (CCIAA Roma, CCIAA Treviso).
- Il Comune di Corinaldo.

> Contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati ricevuti

Nel 2012 non sono stati ricevuti contributi, agevolazioni o finanziamenti agevolati.

> Indice di litigation

Non è in essere alcun contenzioso con la Pubblica Amministrazione.

Il 17 dicembre 2012, a seguito di verifica fiscale sul periodo d'imposta 2010, l'Agenzia delle Entrate ha emesso P.V.C. contenente un solo rilievo di € 76.166 per perdite su crediti non deducibili. La società ha presentato all'Agenzia delle Entrate apposite osservazioni ai sensi dell'art.12, Legge n.212/2000 ("Statuto del contribuente").
Con riferimento a detta vicenda ad oggi la società non ha ancora ricevuto ulteriori atti da parte dell'Ufficio.

Comunità sociale

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.

> Corporate Giving - solidarietà sociale

Nel 2012 la società ha attivato una raccolta fondi a favore del restauro del "Cristo Deposto" di Corinaldo. Il progetto di restauro conservativo si propone di riportare l'opera d'arte al suo originale splendore, di avviarne lo studio approfondito per allestire, infine, una mostra che illustri l'intervento eseguito e gli esiti delle indagini storiche sulla scultura.

Un ignoto ed eccellente scultore è l'autore dell'opera "Cristo Deposto", stupenda e struggente scultura lignea della fine del XVIII secolo. L'opera, conservata a Corinaldo nella Chiesa dell'Addolorata, nasce per essere trasportata in processione durante il rito pasquale del Venerdì Santo quando, giunta la notte, esce adagiata sul catafalco per essere accompagnata con devozione lungo le vie del paese. Il Cristo, che giace disteso in attesa di essere trasportato nel sepolcro, mostra sul corpo nudo i segni delle percosse, della crocifissione e purtroppo anche quelli del tempo.

I fondi (€ 8 mila) sono stati raccolti grazie al contributo di collaboratori, amici e fornitori intervenuti durante la consueta Cena Solidale Natalizia del 15 Dicembre 2012.

Nel 2012 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 sostenuto lo **spettacolo teatrale "Parole e Potere"** promosso dal **Centro Studi Calamandrei.** Lo spettacolo si è tenuto a Corinaldo presso il Teatro Goldoni il 13 Gennaio 2012.

Boxmarche continua a sostenere la **Parrocchia San Pietro Apostolo** di Corinaldo e la **"Casa della Gioventù Onlus"**, pure di Corinaldo, con particolare riferimento alla festa del 2 Giugno 2012.

Inaugurata la scuola "Pere Huchet"

Pubblichiamo la lettera di **Antonio Carettoni**, responsabile dei progetti Benin del gruppo **Aleimar Onlus**, con il quale nel 2012 Boxmarche ha collaborato con una raccolta fondi per la realizzazione di una **Scuola Elementare** in uno dei quartieri più poveri di **Natitingou (Benin)**, capoluogo della regione dell'Atacora nel nord del paese. Gli alunni che frequentano la scuola sono, nella maggior parte dei casi orfani, abbandonati o che vivono situazioni familiari di grave disagio sanitario e sociale.

Carissimo Sig. Tonino,

è con immensa gioia che il 31 Ottobre scorso, grazie al Vostro contributo, abbiamo inaugurato il primo lotto della Scuola elementare di quartiere di Natitingou (Benin) per accogliere i bambini di famiglie povere o incapaci di accudire i loro figli a causa di malattie mentali, fisiche, Aids ecc.

Come dettole nel mio messaggio dello scorso Aprile, la scuola è stata completata nel mese di Giugno, arredata in Settembre ed ora completamente operativa. Trattasi di 3 belle ed ampie aule destinate alle prime 3 classi della scuola elementare e che ora ospita la prima e la seconda (CI e CP).

Abbiamo preferito iniziare con gradualità ed il prossimo anno scolastico partirà pure la terza (CE1). Il prossimo nostro impegno sarà quello di trovare i fondi per costruire il secondo ed ultimo lotto che consisterà in ulteriori 3 aule per le ultime tre classi della scuola elementare (CE2, CM1, CM2).

Allo scopo di renderla partecipe di questa iniziativa, sorta grazie al suo contributo, le inviamo alcune foto della scuola fatte durante l'inaugurazione.

Con l'occasione auguriamo a lei e alla sua famiglia un felice Natale ed un 2013 di pace, salute e serenità.

La terremo, come sempre, al corrente dell'andamento e degli sviluppi del progetto.

Cordialmente.

Antonio

> Apporti diretti nei diversi ambiti di intervento

Istruzione e formazione

- **Giornata Nazionale delle Piccole e Medie Imprese**, stabilimento Boxmarche 23 Novembre 2012.

Le piccole e medie imprese di Confindustria si aprono ai giovani e alle comunità locali per raccontare il loro impegno quotidiano a favore dello sviluppo del Paese e per mostrare le competenze e i valori che appartengono al mondo produttivo. Nata nel 2010, la Giornata Nazionale delle Piccole e Medie Imprese (PMI DAY - Industriamoci) è organizzata da Piccola Industria in collaborazione con le Associazioni di Confindustria e si articola in visite guidate presso le PMI con momenti di approfondimento sul loro ruolo produttivo e sociale. Primi destinatari dell'iniziativa sono gli studenti, le loro famiglie e gli insegnanti, ma l'invito in azienda è rivolto anche agli organi di informazione, agli amministratori degli enti locali e a quanti interagiscono con le imprese sul territorio.

Boxmarche ha ospitato due classi di studenti dell'IIS Cambi Serrani di Falconara.

- **Giornata Nazionale Comieco "Riciclo Aperto 2012"** (19 - 21 Aprile): Comieco, il Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo Imballaggi Cellulosici, durante tale iniziativa, si rivolge direttamente alle scuole e agli studenti di tutta Italia con l'obiettivo di avvicinare le giovani generazioni ai temi del riciclo e del consumo consapevole ed educare sull'importanza di una corretta raccolta differenziata dei materiali. Numerosi impianti del settore su tutto il territorio nazionale hanno aperto le porte alle scuole per la nuova edizione di "Riciclo Aperto". Studenti e insegnanti hanno potuto visitare cartiere, piattaforme di selezione e cartotecniche per vedere con i loro occhi cosa succede a giornali, sacchetti, riviste, scatole e imballaggi in cartone "dopo il cassonetto" e come la carta torna a vivere grazie alle operazioni di riciclo. Nel 2012 sono stati 12.000 studenti prenotati, dalla prima edizione del 2000 oltre 350 mila visitatori complessivi.
- Lezione **"CSR e Oltre - Il caso Boxmarche"** presso il **Politecnico di Milano** tenutasi il 3 Aprile 2012. La lezione è stata 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 13 Novembre 2012. L'evento è stato organizzato dal Prof. Paolo Preti (Professore di Organizzazione e Personale presso SDA Bocconi).

Boxmarche ha inoltre sostenuto e fornito allo studente **Andrea Passeri** (iscritto al Corso di Laurea in Economia Aziendale presso l'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo" facoltà di Economia) gli strumenti necessari per la redazione della tesi di Laurea dal

titolo **"Bilancio Sociale e nuovi strumenti di accountability: modelli di rendicontazione per l'impresa socialmente responsabile. Il Global Report di Boxmarche spa e la rendicontazione integrata"**.

Cultura

Presentazione del Volume "Next - iCantastorie"

Domenica 13 maggio, presso lo stand della Regione Marche alla Fiera del Libro di Torino, Boxmarche ha presentato il volume Next i Cantastorie, raccolta di articoli, riflessioni pubblicati sui primi 40 numeri di "Next idee e packaging". Hanno preso parte all'incontro Vittoriano Solazzi, Presidente Consiglio Regionale Marche, Tonino Dominici, AD Box Marche, Vincenzo Oliveri, Casa Editrice Controvento e Giuliano De Minicis, Art Director Next.

Next i Cantastorie è - e sarà - un ulteriore strumento per promuovere l'immagine e lo sviluppo dell'azienda investendo in cultura. Da 10 anni Next è la newsletter di Box Marche. Più che un house organ, vuole essere un canale per dialogare con l'intera comunità di dipendenti, clienti, fornitori, opinion leader e con il territorio in cui l'azienda opera, su temi non convenzionali e profondi, per diffondere e consolidare i valori che sono il fondamento dell'attività di Boxmarche, in cui persone, ambiente e identità territoriale hanno un posto centrale.

La raccolta proposta da Box Marche con il volume presentato a Torino riflette lo spirito che anima l'azienda da oltre 40 anni, fatto di passione, entusiasmo e sensibilità.

"È la motivazione, unita a entusiasmo e determinazione, che ci ha spinto a realizzare questo libro, tanto più in questo momento della vita economica e sociale" spiega l'AD Tonino Dominici. "Vivere fuori dagli schemi, andare controvento, lanciare nuove sfide è la nostra passione e ragione di vita. Siamo quello che facciamo" - continua Dominici - "e di fronte ad 'anni nuovi' che ci attendono, noi siamo pronti, con solide basi e senso di profonda responsabilità. Next, in quanto occasione di confronto culturale, ci dà forza e coraggio, ci aiuta ad affrontare il nuovo e l'incerto, contando sulla forza del nostro passato. Pensiamo che niente, meglio del nostro patrimonio di sapere ed esperienza, possa sostenerci nell'affrontare le sfide competitive".

Next i Cantastorie offre quindi un'occasione di riflessione su futuri modelli di crescita economica, per non cadere nella tentazione, in un momento complesso e critico come quello attuale, di giudicare negativamente le esperienze passate. Come i Cantastorie che contribuivano "a tramandare di padre in figlio una cultura fatta di piccoli accadimenti e di importanti morali" gli scritti, i racconti, i pensieri raccolti nel volume sono una chiave di lettura per cogliere, nel tessuto delle nostre imprese, il patrimonio di elementi ed esperienze su cui fondare un concreto progetto di crescita futura.

Tra gli autori dei contributi presenti nella raccolta, solo per citarne alcuni, Tonino Guerra, Sergio Angeletti, Massimo Cirri e Filippo Solibello, insieme a rappresentati delle istituzioni, del mondo dell'impresa, dell'università, del giornalismo, della cultura.

Nel 2012 Boxmarche ha partecipato all'organizzazione dei seguenti eventi culturali, in collaborazione con la comunità locale:

- Sponsorizzazione della mostra **"Devozione Privata. Un capolavoro di Nicola da Urbino per la sua Città"** curata dal Prof. Claudio Paolinelli, allestita presso Casa Raffaello ad Urbino;

- Contributo all'**Associazione Turistica Pro Corinaldo** in occasione di Halloween - La Festa delle Streghe 2012;
- Contributo per lo spettacolo **"O Fado; l'anima e... la sua musica"** del musicista Marco Poeta.

Sport

Continua l'impegno Boxmarche anche in ambito sportivo tramite sponsorizzazione diretta al **Corinaldo Calcio** e un sostegno particolare alla Scuola Calcio e al Settore Giovanile. Durante il 2012 le sponsorizzazioni ammontano a € 14.270.

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.

Attraverso la propria Politica Ambientale, la Box Marche agisce con costante impegno nell'identificare e controllare gli aspetti ambientali collegati alle proprie attività in modo da prevenire e gestire possibili situazioni di inquinamento.

Il monitoraggio continuo dei propri aspetti/impatti ambientali ha come fine, quello di migliorare le proprie prestazioni in materia ambientale e, per raggiungere tale traguardo, l'Azienda si impegna:
- a rispettare le prescrizioni legali applicabili in campo ambientale gestendo le attività del sito in conformità con leggi e regolamenti locali, regionali, nazionali comunitari e con standard aziendali;
- nell'instaurare con la comunità locale e la Pubblica Amministrazione un rapporto di fiducia e trasparenza sulle attività dell'azienda anche tramite una comunicazione adeguata;
- nell'accrescere la sensibilità ambientale dei clienti, dei fornitori e degli altri stakeholder attraverso la comunicazione;
- nel coinvolgere i dipendenti nell'attenzione verso l'ambiente e promuovere un diffuso senso di responsabilità affidando alle risorse interne responsabilità al fine di rispettare la Politica e i propri programmi/obiettivi;
- nella ricerca, con i fornitori, di nuove opportunità per il rispetto dell'ambiente;
- nel promuovere e svolgere tutte le attività per l'identificazione, la valutazione e la riduzione degli impatti ambientali anche attraverso attività di formazione ad ogni livello;

- nel gestire il sito produttivo, progettare e realizzare le modifiche o le nuove attività in modo da tenere in debito conto le interazioni con i vari comparti ambientali e con il contesto territoriale del sito; ciò al fine di tenere sotto controllo e minimizzare, ove possibile, gli impatti sull'ambiente conseguenti alle attività aziendali;
- nell'assicurare, attraverso il mantenimento di un sistema di monitoraggio, la sistematica valutazione delle prestazioni ambientali del sito al fine di fornire gli elementi necessari per il miglioramento;
- nell'ottimizzare l'uso delle risorse naturali mediante un impegno razionale ed efficiente delle risorse energetiche e delle materie prime e l'utilizzo delle migliori tecnologie disponibili a costi economicamente accettabili. A tale proposito Box Marche S.p.A. è certificata FSC e PEFC e promuove l'utilizzo di carte provenienti da foreste certificate;
- verificare periodicamente da parte della Direzione, il grado di efficienza ed efficacia raggiunta dal SGA ed avviare opportune Azioni Correttive e preventive per il raggiungimento degli obiettivi.

Il mantenimento di un Sistema di Gestione Ambientale conforme alla Norma UNI EN ISO 14001 e al Regolamento CEE 1221/2009 "sull'adesione volontaria delle organizzazioni a un sistema comunitario di ecogestione ed audit" (EMAS), è lo strumento adottato per perseguire questi principi.

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 1221/2009 (EMAS-Eco Management and Audit Scheme), 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).

Negli anni sia la certificazione ISO14001 che la registrazione EMAS sono state costantemente rinnovate.

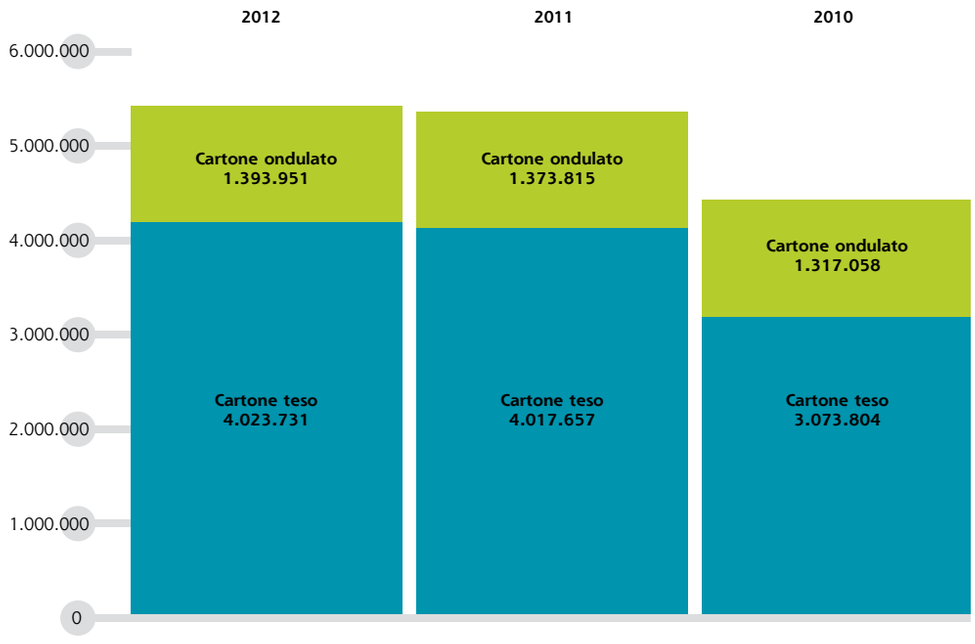
Al fine di divulgare gli obiettivi e i risultati conseguiti, annualmente, come richiesto dal regolamento CE 1221/2009 (EMAS), viene redatto l'aggiornamento della Dichiarazione Ambientale, convalidata dall'ente di certificazione DNV tramite la verifica periodica sul sistema di gestione ambientale ed attualmente alla decima revisione dell'01/03/13 relativamente ai dati dell'anno 2012.

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

Ad ogni novità introdotta nel processo di produzione o nei processi di supporto viene valutata la significatività del nuovo aspetto/impatto ambientale.

Le attività con ricaduta sull'ambiente, e la valutazione della significatività degli aspetti/impatti, sono riportate nella dichiarazione ambientale e le modalità di gestione 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.

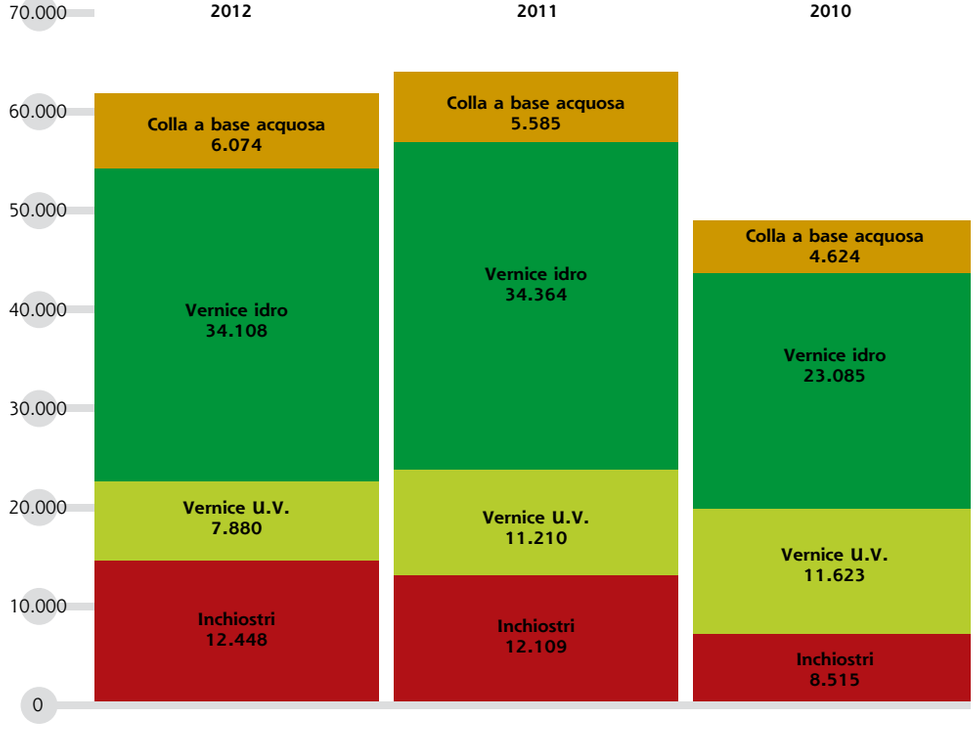


1 **Consumi di carta e cartone** (Kg.)

1

Stabile il consumo di materie prime

La materia prima utilizzata per la produzione di articoli cartotecnici è costituita da carta e cartoncino, in prevalenza riciclati.
Nel 2012 la società ha mantenuto stabile il consumo di carta e cartone, facendo registrare un lieve aumento dello 0,49%.

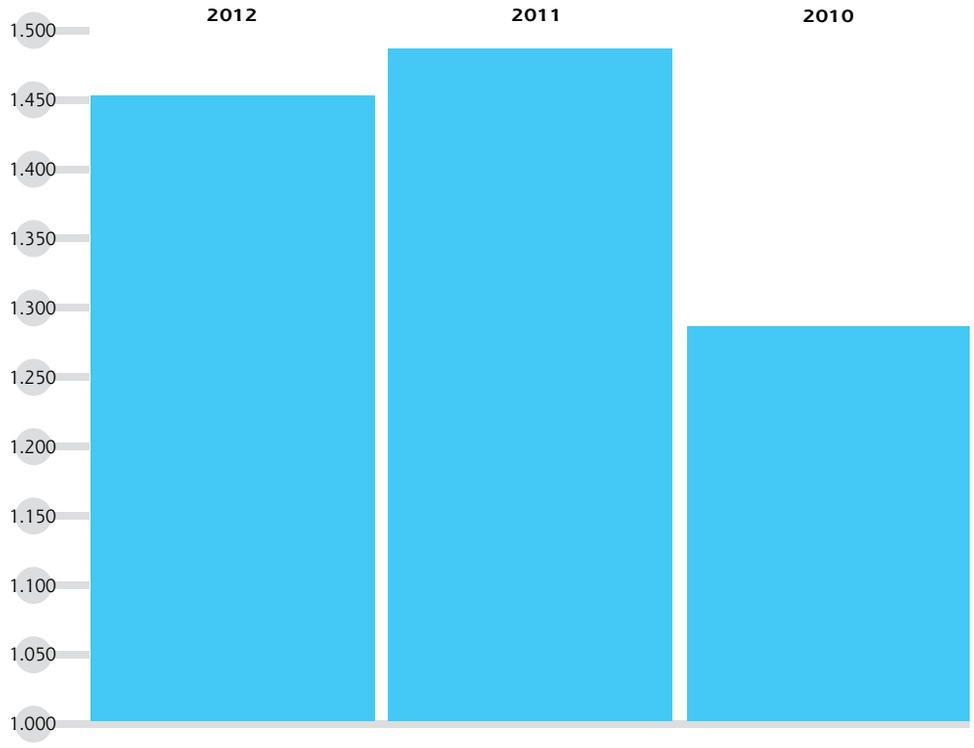


2 **Consumi di materie ausiliarie** (Kg.)

2

Stabili anche i consumi di materie prime ausiliarie

I consumi di materie prime ausiliarie nel corso del 2012 si mantengono stabili rispetto al 2011, nonostante l'incremento del volume delle vendite.
La variazione più significativa risulta quella relativa all'utilizzo della vernice U.V. che si riduce, rispetto al 2011, di circa il 29,71%.



3 **Consumo di energia elettrica** (Kwh/anno) migliaia

3

Consumi elettrici in riduzione rispetto al 2012
Il consumo di energia elettrica ha subito una leggera riduzione nel 2012 passando da Kwh 1.496.327 del 2011 a Kwh 1.459.853 del 2012 (-2%).

> Consumi di materiali, energia ed emissioni

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 e parte dei quali provenienti da catena di custodia e foreste tutelate (FSC PEFC).

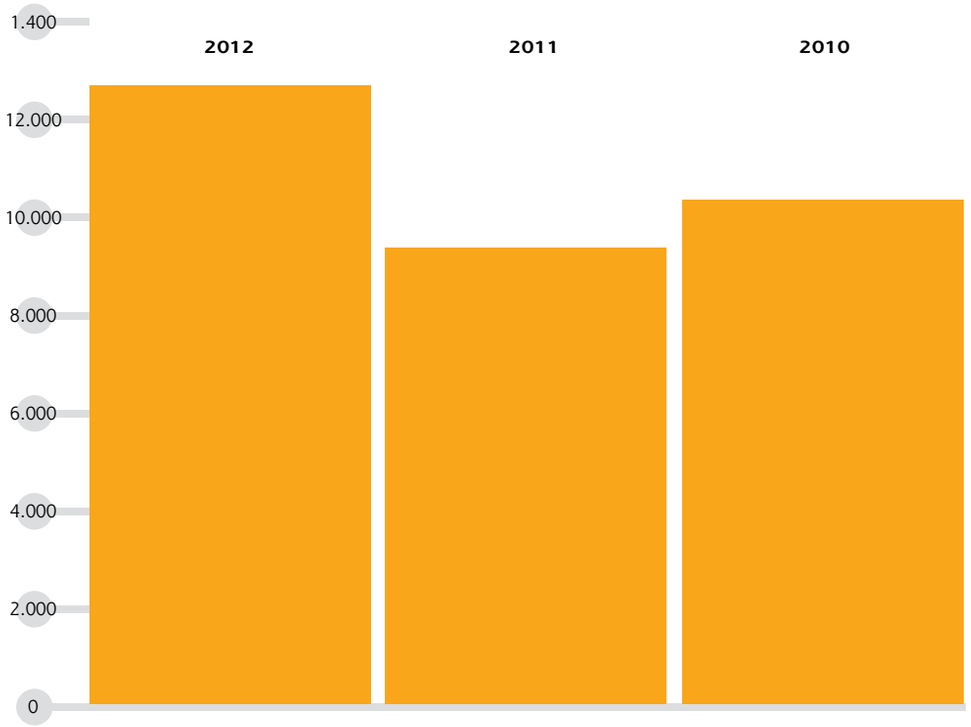
Le materie ausiliarie sono costituite in prevalenza da inchiostri a base grassa e vegetale, vernici UV, alcool, vernici idro, prodotti per la pulizia, colle viniliche adatte al contatto con alimenti.

La scelta di tali materie viene fatta in modo oculato, ricercando continuamente materie prime compatibili con l'ambiente, con la tutela della sicurezza e della salute dei lavoratori e con la sicurezza alimentare per i prodotti a contatto diretto con gli alimenti.
Vengono utilizzati solventi ecologici, vernici idro a bassa concentrazione di ammoniaca ed inchiostri a base grassa e vegetale (per imballi alimentari primari) e a bassa concentrazione di solventi.
Il RSGI (responsabile del sistema di gestione integrato) conserva ed aggiorna continuamente le schede di sicurezza di tutti i prodotti.

Consumi di risorse naturali ed energetiche

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

Aumenta il consumo di metano
Il consumo di metano nel 2012 è passato da mc 9.360 a mc 12.832, con un variazione in aumento del 37,09%.

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

150 - 200 m^3 per usi industriali e 550 - 600 m^3 per usi civili

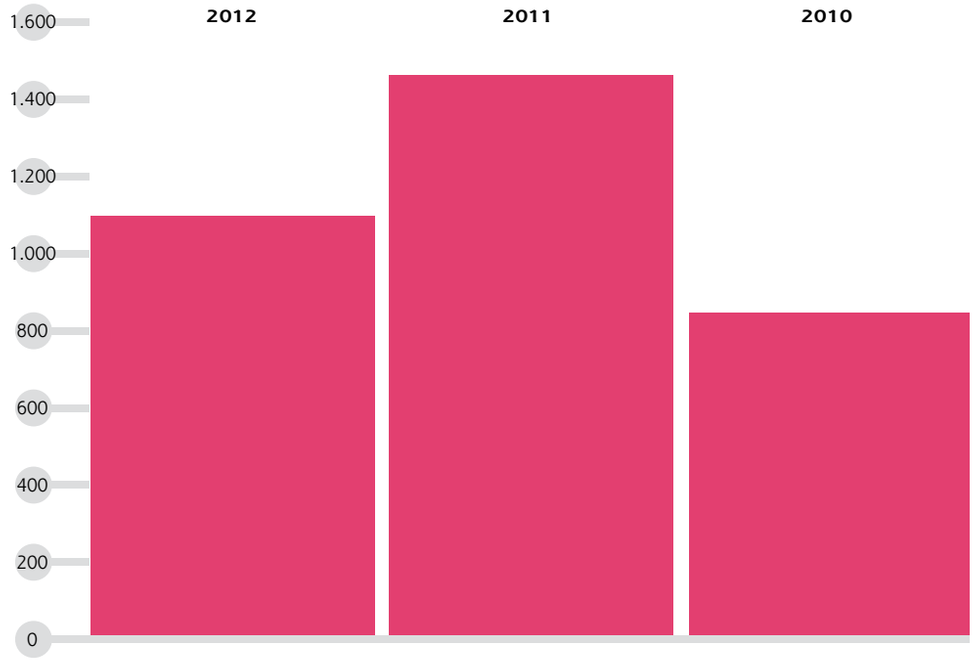
Per esigenze particolari (uso irriguo) è prelevata acqua di falda di subalveo del fiume Nevola, utilizzando il pozzo disponibile e regolarmente censito: l'azienda ha ottenuto la concessione pluriennale in data 19/11/2002, modificata nel corso del 2004.

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.

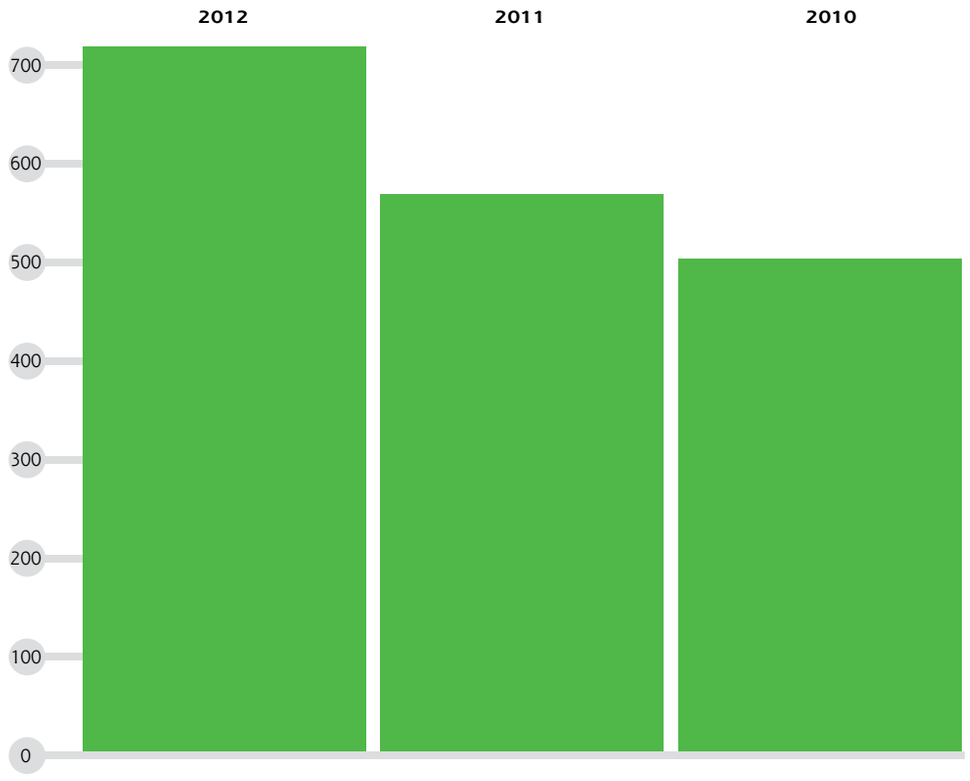
Gli impianti di condizionamento sono privi dei liquidi refrigeranti dannosi per l'ozono, ad eccezione di uno, contenente R22 che tuttavia potrebbe essere dannoso solo in caso di perdite o rotture. L'azienda non ricade nell'ambito di applicazione del D.Lgs. 372/99 (che recepisce la Direttiva 96/61/CE, 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.



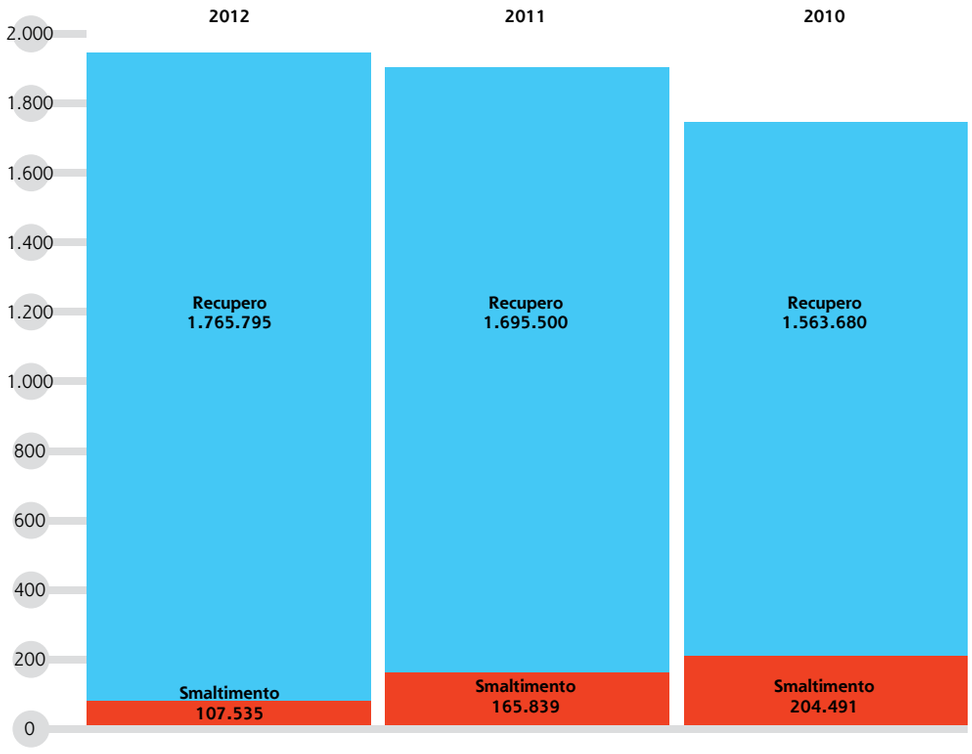
5 **Acqua prelevata da pozzo** (mc/anno)

5-6

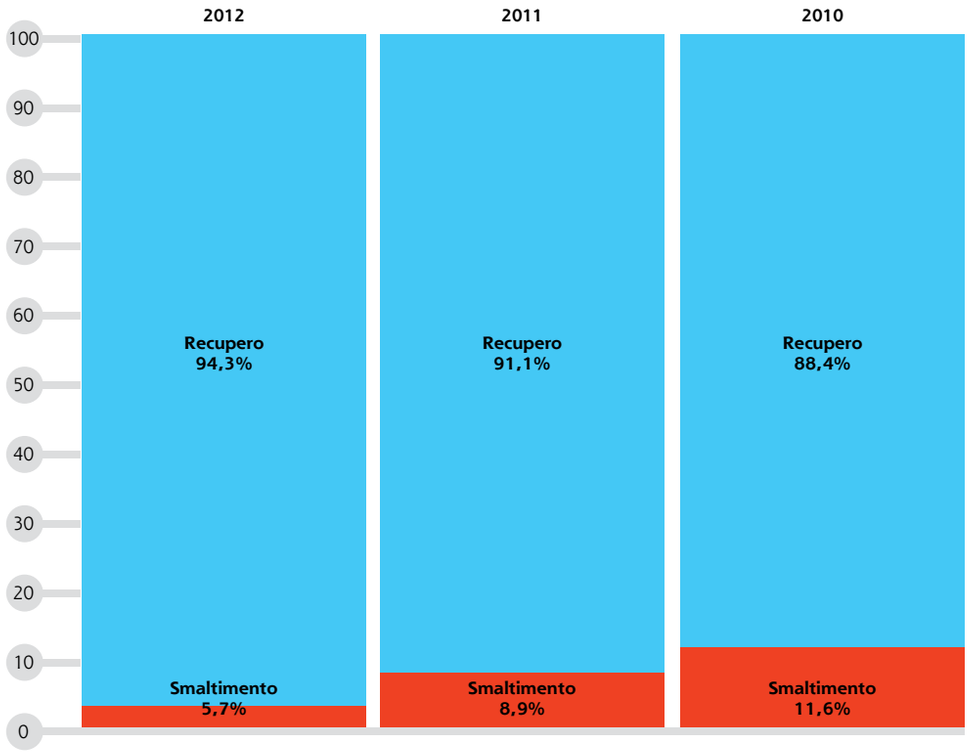
Incrementata la quota di acqua prelevata da acquedotto rispetto a quella da pozzo
Nel 2012 l'acqua prelevata dall'acquedotto comunale è passata da mc 575 a mc 717 (+25%), mentre l'utilizzo dell'acqua prelevata dal pozzo si è ridotto da mc 1.446 a mc 1.093 (-56%).



6 **Acqua prelevata da acquedotto comunale** (mc/anno)



7 **Destinazione dei rifiuti** (Kg)



8 **Percentuale destino dei rifiuti**

7-8

Ulteriore miglioramento della gestione rifiuti

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. La quota di rifiuti destinata a smaltimento è stata ulteriormente ridotta: nel 2012 il 94,3% dei rifiuti è stato destinato al recupero.

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.

Tolti quelli derivanti dai processi industriali che vengono smaltiti come rifiuti, gli altri scarichi confluiscono in parte in pubblica fognatura e in parte in acque superficiali. Le autorizzazioni agli scarichi sono state rinnovate nel corso del 2012 e in ottica EMAS alcuni di essi sono controllati tramite analisi annuali da parte di un laboratorio esterno.

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.

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 a livello ambientale.

Il programma ambientale per il triennio 2011-2013 pubblicato annualmente sulla Dichiarazione Ambientale assieme a tutti i dati ambientali dell'anno di riferimento e allo stato degli indicatori e degli obiettivi annuali.

Gli obiettivi di miglioramento riguardano principalmente la riduzione dell'alcool utilizzato in fase di stampa, 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.), l'aumento di prodotti FSC PEFC, e la valutazione di impianti per la produzione di energie rinnovabili (fotovoltaico e co-generazione).

> 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.

Innovazione

Nel 2012 è proseguito lo sforzo formativo teso all'estensione della metodologia e delle pratiche Lean a tutte le aree aziendali. L'approccio Lean presuppone, difatti, una tensione senza soluzione di continuità al miglioramento e la formazione è parte fondamentale di questa filosofia.

L'estensione formativa ha consentito, tra l'altro, di rendere autonome nello sviluppo di progetti lean un numero maggiore di persone come, ad esempio, gli operatori di stampa che hanno lavorato sul progetto di un nuovo layout per il loro reparto. L'obiettivo, raggiunto, è stato quello di migliorare la gestione degli spazi al fine di ridurre gli sprechi per movimenti (di persone) e movimentazioni (di cose).

Sempre in produzione si è proceduto all'implementazione di un nuovo sistema d'incollaggio per gli espositori, in ottica di miglioramento di un processo altamente critico.
Oltre a questo nel reparto di verniciatura è stato condotto uno studio per l'introduzione di una nuova macchina per la produzione di effetti drip-off lucido-opachi al fine di incrementare il ventaglio di nobilitazioni e finiture realizzabili.

Con un cliente importante è stato intrapreso e concluso un progetto di ottimizzazione e razionalizzazione della gestione degli ordini, per ridurre gli sprechi di questo processo (che nel caso specifico risultano essere molto onerosi dato l'elevato numero di codici).

L'azienda ha posto poi l'attenzione, anche sulla struttura organizzativa di alcune aree di supporto che però movimentano le risorse vitali per l'azienda: le risorse finanziarie, quelle umane e quelle materiali. L'organigramma di partenza era funzionale e la gestione delle risorse si suddivideva tra l'amministrazione e la logistica. Quest'ultima provvedeva anche agli acquisti di materiali.
Il presupposto di questo progetto è stato che tali risorse sono più efficienti e possono essere ottimizzate se sono gestite come un *unicum*, con una stretta compenetrazione e partecipazione alle mutue decisioni. Si è proceduto quindi ad accorpare in un unico ente le funzioni amministrativa, logistica e acquisti, risorse umane ed IT.

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

ECMA Pro Carton Award (2012), sezione Most Innovative Carton

Finalista Oscar di Bilancio (2012)

Proposte di miglioramento

- Implementazione di un nuovo sistema di coordinamento strategico e allineamento agli obiettivi;
- Attivare e incentivare attività volte allo sviluppo di nuovi mercati e opportunità;
- 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 "la Tecnologia di cui siamo più fieri..."

a) Aumento delle conoscenze e competenze dei Team Leader;
b) Aumento delle conoscenze e competenze tecniche di prestampa e stampa;

- Attivazione programma "5S"in ambito produttivo;
- Progetto riduzione costi di Set Up in reparto Stampa;
- Re-Layout reparto Fustellatura;
- Riorganizzazione logistica fine linea piega-incolla.

Corriere della Sera
Speciale Vinitaly 2012

Copenhagen
Premio Boxmarche
Pro Carton ECMA
Award 2012
per il packaging
'Sorrentina'

Boxmarche
Omaggio aziendale 2012
Carte da collezione
'Giochiamo con le carte
scommettiamo solo
sulla fantasia'

BOXMARCHE
Periodico bimestrale di Box Marche S.p.A.
via S. Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
www.boxmarche.it - info@boxmarche.it
tel. 071 797891 - fax 071 7978950
Aut. del Tribunale di Ancona n. 11 del 24.03.2005
Periodico bimestrale
Direttore Responsabile: Eros Gregorini
Sede: via San Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
Hanno collaborato a questo numero:
Claudia Mimmi, Don Vittorio Mencucci,
Luca Celidoni, Tonino Dominici,
Tonino Dominici, Lina Mattenzoi,
Simone Fantoni, Giuliano De Minicis.
Progetto grafico **drop**concept
Stampa **Flaminio** srl Osimo (AN)

Next
idee & packaging 41 FEBBRAIO 2012

Le canzoni del destino!

Il destino fa fuoco con la legna che c'è.
A. Baricco

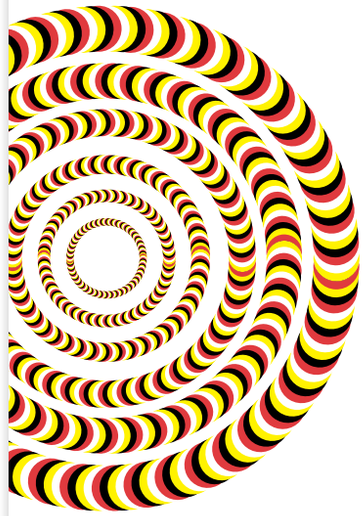
*"Prendi questa mano, zingara, / dimmi pure che **destino** avrò, / Guardami negli occhi, / dammi la speranza"* cantava Iva Zanicchi nel 1969. Che canzone metafisica! Un inno alla fiducia più cieca e ingiustificata nell'abilità di una donna che può predire il futuro semplicemente leggendo le linee curve sul palmo della mano. Che cosa mi dirà? Presagi, novità, sorprese, vane attese o incontri improvvisi e imprevisti. Bisogna fidarsi delle frasi inventate da una persona sconosciuta ed esotica, piuttosto che delle proprie capacità e dei propri progetti? E se poi fosse tutto vero? Così è fatta la speranza: credere di poter ottenere qualcosa di cui non è possibile avere certezze. *"Dammi la speranza"* o dammi l'illusione? Per fortuna la zingara non si fa troppi problemi: mi predice felicità e io, felice, le darò un po' di soldi. Chiunque lo può fare! Perché no?! Ci vuole soltanto una buona dose di ottimismo, di quello che è sempre meglio avere in abbondanza nella nostra faticosa giornata! Invece Marcella, nel 1972, cantava *"Il mio **destino** è di stare accanto a te, / con te vicino, più paura non avrò"*. Tutto dipende da "te": la mia speranza, la mia paura, il mio destino sono nelle tue mani (basta che resisti ad avermi vicino)! In questo caso si capisce meglio a cosa possa servire la benevolenza del destino: serve a non avere più paura. La speranza può sconfiggere anche la paura e senza paura avrò una maggiore convinzione di riuscire a raggiungere i miei obiettivi. Ironia del destino: spesso non riesco a trovare una luce di speranza proprio quando ne avrei più bisogno. Proprio quando mi sembra che il destino si accanisca contro di me mentre ride, si ride, delle mie paure. Provo a fuggire: vado a Samarcanda. Prendo *"Il cavallo più veloce che c'è"* (forse sarebbe stato meglio prendere l'aereo?!) e fuggo dal mio ***destino*** che ritrovo puntualmente a Samarcanda, ad aspettarmi. Così dice la canzone di Roberto Vecchioni. Ai loro tempi però gli antichi Romani dicevano: "Homo faber suae fortunae" cioè "Ogni persona è artefice del proprio ***destino***". Della propria ricchezza, del proprio futuro, della propria crescita. Lo dicevano molto tempo fa ma si può anche pensare che l'abbiano detto ieri! (Se solo avessero parlato in inglese! O l'avessero scritto su internet!). I Romani, convinti di questa loro affermazione, hanno messo in piedi un vero Impero: che avessero ragione?! Allora il mio destino posso costruirmelo come meglio credo?! Vale la pena di provarci! Sento Giorgia cantare: *"Strano il mio **destino**, / mi sorprende qui/ qui ferma a non capire / dove voglio andare"*. Eppure è semplice da capire, cosa voglio fare? Mi metto in cammino. *"Era **destino**, mi è capitato quando meno me lo aspettavo. Un'occasione da non perdere!"*. Oppure: *"Era **destino**, ci siamo incontrati! Una favola!"*. La gioia scaccia sempre la paura e alimenta la speranza che accende una candelina da mettere sul davanzale della finestra come il lumino nella notte di Natale. C'è ancora qualcuno che accende il lumino nella notte di Natale? C'è ancora qualcuno che accende la speranza? Speriamo di sì!

Amico anonimo

BOXMARCHE
Periodico bimestrale di Box Marche S.p.A.
via S. Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
www.boxmarche.it - info@boxmarche.it
tel. 071 797891 - fax 071 7978950
Aut. del Tribunale di Ancona n. 11 del 24.03.2005
Periodico bimestrale
Direttore Responsabile: Eros Gregorini
Sede: via San Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
Hanno collaborato a questo numero:
Giovanni Bomprezzi, Tonino Dominici,
Michele Biachi, Giuliano De Minicis,
Italo Pelinga, Davide Perini, Eros Gregorini.
Progetto grafico **drop**concept
Stampa **Flaminio** srl Osimo (AN)

Next
idee & packaging 42 LUGLIO 2012

Crescita e convergenze



Quel che si trova nell'effetto
era già nella causa
Henri Bergson

L'unione fa la forza. L'unione si ottiene con la convergenza delle forze che, unite, moltiplicano il loro valore e la loro potenza. Il gruppo, i cui componenti hanno convergenze di intenti, è molto più forte della somma di ogni singolo individuo. Anche la resistenza è data dalla convergenza di posizioni rispetto all'aggressione. L'attacco più efficace è quello che prende di sorpresa perché non lascia il tempo di far convergere le forze difensive contro le azioni pericolose. Anche i calciatori di una stessa squadra devono convergere in difesa della propria porta altrimenti l'attacco avversario avrà maggiore probabilità di segnare il goal.
Quando le persone convergono in uno stesso luogo ci sarà il massimo di presenze possibile e sarà necessario prevedere una canalizzazione di flussi per evitare blocchi e ingorghi di traffico. Tutte le strade portano a Roma, dicevano una volta. Ovvero: tutti i percorsi mi possono portare alla meta che mi sono prefissata. Si tratta di far convergere progressivamente i miei spostamenti nella direzione della meta stessa. Se mi rivolgo altrove, pur non avendo modificato la meta, compierò un cammino più lungo ma alla fine la raggiungerò. Anche le linee curve possono convergere al centro, vedi per esempio la linea a spirale che, pur avvolgendosi su se stessa, raggiunge il centro.
La rappresentazione dello spazio tridimensionale su una superficie piana ha bisogno di convergenze, infatti la prospettiva risulta dalla convergenza di linee immaginarie che tendono ad un punto posto all'infinito.
Convergere vuol dire far puntare al vertice tutte le linee di tendenza in modo da avere il massimo di competenza relativamente ad un problema. Convergere o non convergere: questo è il problema. Incontrarsi o non incontrarsi: questo è il risultato. La convergenza di idee o di valori o di intenzioni o di ideali permette la crescita del gruppo i cui componenti si troveranno a collaborare agendo nella stessa direzione e perciò avranno maggiore probabilità di raggiungere l'obiettivo. Un bacino idrografico rappresenta efficacemente la convergenza delle acque verso il mare. Dalle sorgenti sulle montagne i corsi d'acqua confluiscono progressivamente dal più piccolo nel più grande fino al fiume, che tutti li unisce. Cresce lungo il percorso diventando sempre più forte e realizzando il progetto della sua esistenza.
La convergenza di opinioni porta all'accordo e alla realizzazione di azioni per la crescita di un progetto. Non c'è crescita senza convergenze di energie, di competenze, di obiettivi. Per crescere è necessario evitare la dispersione di forze e di capacità affinché tutte le entropie siano riordinate e canalizzate nella crescita.

Questo stesso breve scritto è un tentativo di far convergere le parole verso una crescita espositiva di chiarezza ma... non sempre i tentativi riescono!!

Renata D'Ambrosio

BOXMARCHE
Periodico bimestrale di Box Marche S.p.A.
via S. Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
www.boxmarche.it - info@boxmarche.it
tel. 071 797891 - fax 071 7978950
Aut. del Tribunale di Ancona n. 11 del 24.03.2005
Periodico bimestrale
Direttore Responsabile: Eros Gregorini
Sede: via San Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
Hanno collaborato a questo numero:
Lucia Celidoni, Tonino Dominici,
Alessandro Ferri, Gabriele Di Caro, Mauro Coloccì,
Suor Maria Benedicta, Domizia Carafòli.
Progetto grafico **drop**concept
Stampa **Flaminio** srl Osimo (AN)

Next
idee & packaging 43 OTTOBRE 2012

Trama
cinque lettere in comune

"Bisogna avere una trama, sai?
Perché senza di essa,
la tua vita è meno di una storia
e più di un documento vuoto"
Nema Al-Araby

Somiglia alle figure che i bambini disegnano nei loro quaderni per impratichirsi a governare pagine e matite.
Legittimati dal titolo di scolari, essi vengono invitati ad affrontare, corpo a corpo, spazio e ordine per abituarsi a resistere, da subito, al caos che ogni pagina vuota nasconde in sé.
Un quadrato, denso di puntini a distanza regolare uno dall'altro. Una colonna verticale, una riga orizzontale.
E ancora una fila orizzontale di puntini e una verticale che si intersecano e si tagliano.
Ci sono più tonalità nello sfondo.
Marrone è il colore dominante, che sfuma dal bianco sporchissimo come la sabbia salina che sente da qui la vicinanza del mare, fino al bruno scuro, sanguigno, di castagna, ferroso e quasi alpino della terra.
Colore della secchezza, rarso e calcareo il primo; novembrino e opulento il secondo.
Una foglietta di bianco fermo o un'ombra di rosso mosso.
A seconda dei gusti. E dei dialetti.
I puntini invece. Hanno tutti lo stesso colore.
Verde scuro, ma di un grigio quasi nero.
Forse soldati schierati, pronti a muoversi al grido di comando: «Fianco sinist, avanti marsch!». Oppure ombrelloni piantati da un bizzarro bagnino di collina.
La matrice di puntini, vista dal finestrino, rimane sempre uguale. Neppure il quadrato cambia dimensioni né contenuto. Solo le ombre, che i puntini proiettano sullo sfondo man mano che il sole si abbassa all'orizzonte, rivelano una terza dimensione. Ombre lunghe lunghe - erano le stesse che preoccupavano l'inquieto e cavalleresco Don Chisciotte?- o circonferenze appena appena accennate, alloni esterni più chiari, forse un miscuglio di gas come quello intorno a Saturno. Da qui la profondità equivale all'altezza.
Il filtro azzurro del cielo ogni tanto lascia fioccare uno sfilacciio di nuvole. Si vedono bene, da ottomila piedi e imboccata da poco la Sierra Morena l'aereo vira verso Sud Est.
Ci siamo. Inizia la manovra di avvicinamento.
Ancora il comandante non lo dice, ma ha già cominciato le procedure. Intanto l'ala si abbassa, va giù di venti, forse venticinque, gradi.
Ora noi nelle fila di sinistra, le A, B e C, siamo almeno un metro più vicini al suolo dei nostri compagni di viaggio che siedono nelle D, E, F e forse due metri e passa di quelli che hanno i posti G, H, I.
L'aereo ha già guadagnato qualche migliaio di piedi scendendo sulla verticale verso terra e qualche altro migliaio in lungo in direzione dell'aeroporto. I puntini ora si rivelano. Mettendo in comune cinque delle sue sette lettere, la matrice altro non è che la trama degli uliveti dell'Andalusia.

Luca Celidoni

BOXMARCHE
Periodico bimestrale di Box Marche S.p.A.
via S. Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
www.boxmarche.it - info@boxmarche.it
tel. 071 797891 - fax 071 7978950
Aut. del Tribunale di Ancona n. 11 del 24.03.2005
Periodico bimestrale
Direttore Responsabile: Eros Gregorini
Sede: via San Vincenzo, 67 - 60013 **Corinaldo** (AN)
Hanno collaborato a questo numero:
Giovanni Bomprezzi, Tonino Dominici,
Michele Biachi, Giuliano De Minicis,
Italo Pelinga, Davide Perini,
Federica Mazzoleni, Eros Gregorini,
Stefano Ieri, Alberto Sommaria.
Progetto grafico **drop**concept
Stampa **Flaminio** srl Osimo (AN)

Next
idee & packaging 44 DICEMBRE 2012

Progettare la speranza

Tieni il cuore aperto
su tutta l'umanità.
Chiara Lubic

Sento di iniziare con un doveroso ringraziamento per lo spazio che mi viene offerto in questa rivista. Grazie soprattutto per la possibilità di "dar voce" a molte persone del nostro territorio che, in questo periodo, stanno vivendo sofferenze e preoccupazioni enormi. Se è vero che la Solidarietà sta ad indicare "un atteggiamento di benevolenza e comprensione, ma soprattutto di sforzo attivo e gratuito, atto a venire incontro alle esigenze e ai disagi di qualcuno che ha bisogno di un aiuto", trovare luoghi e spazi per amplificare tante grida di aiuto diventa vitale. Il periodo storico che stiamo vivendo è veramente molto preoccupante, la crisi economica sta esponendo sempre più famiglie a situazioni inimmaginabili fino a soli pochi mesi fa. Eravamo, forse, abituati a pensare che la povertà fosse sempre causata da un "cattivo" atteggiamento o comportamento del singolo. L'abbiamo probabilmente spesso esorcizzata, pensandola così: "Se uno è caduto in disgrazia, sicuramente è colpa delle proprie azioni". Sempre più spesso, invece, incontriamo famiglie devastate dalla povertà, per la sola sfortuna di aver perso il lavoro. Questa è la prima, drammatica, novità del momento sociale che stiamo vivendo.
Non avere e non trovare un lavoro. Di fronte a questo, come non sollecitare tutti - istituzioni, privati, ecc.- affinché possa scattare quella benevolenza e comprensione che stanno alla base della Solidarietà? Ora più che mai diventa improrogabile attivare circuiti di vicinanza e supporto, finalizzati ad alleviare i disagi di chi ha effettivamente un grande bisogno di aiuto.
Chi può, deve lasciarsi interpellare da questa emergenza sociale, oramai paragonabile ad un devastante terremoto. Con la sola differenza che la povertà silenziosa, contrariamente ad un evento naturale catastrofico, fa meno notizia, non colpisce le sensibilità, non fa scattare la molla della Solidarietà immediata ed istantanea. Purtroppo però, proprio come per l'evento sismico, la crisi economica sta devastando anche il nostro territorio, in modo subdolo sta minando la stabilità di molte famiglie e le certezze nelle nostre comunità locali. Chi avrebbe mai immaginato che, nel 2012, molti nuclei vivessero l'angoscia di non avere il cibo da mangiare, che fossero impossibilitati ad effettuare visite mediche specialistiche e diagnostiche, visto il costo da sostenere? Ma, soprattutto, che smettessero di sperare in un futuro migliore?
Il quadro diventa ancor più angosciante quando indirettamente le vittime della crisi sono i bambini. Tutti gli indicatori segnalano che, nell'anno che sta per concludersi, sono aumentate del 50% le persone cadute in condizione di povertà. Molte altre sono al limite: basta pochissimo, una spesa non preventivata anche di entità esigua, per far precipitare il quadro economico di un'intera famiglia. L'attenzione della Caritas diocesana di Senigallia è rivolta anche a questa fascia di persone.
Per essere concretamente di aiuto la Fondazione Caritas Senigallia – Onlus ha avviato strumenti molto interessanti, su tutti il Fondo di Solidarietà promosso dalla Diocesi di Senigallia e gestito dalla Fondazione Caritas: attraverso questo è possibile non solo fornire interventi di sostegno economico diretto, ma sperimentare anche la bellezza di un "progetto pilota" innovativo, quello degli inserimenti lavorativi temporanei protetti. Non può essere descritta l'espressione di una persona che ha perso il lavoro, nel momento in cui una nuova occupazione viene prospettata: anche se a carattere di provvisorietà, è comunque occasione per riprendere a sperare.
È con questo messaggio che voglio concludere una riflessione che rischierebbe di angosciare il lettore, se spiragli di positività non venissero lanciati. L'auspicio è che, attraverso la forza e la generosità del nostro territorio, possano essere attivati percorsi concreti di finanziamento, necessari ad aiutare più persone possibili. Per chi fosse nella possibilità di sostenere concretamente gesti di Solidarietà, la Caritas Diocesana, attraverso le sue realtà caritative, è pronta ad illustrare nei dettagli i numerosi progetti fin da ora operativi.

Giovanni Bomprezzi
Direttore Generale Fondazione Caritas Senigallia Onlus

Next
I numeri 41 - 42 - 43 - 44
del 2012

'Next i Cantastorie'
Il volume raccolta
dei primi 40 numeri di Next
40 temi
312 pagine
364 articoli
161 autori
36 aziende intervistate
9 partner etici

'Next i Cantastorie'
Idea omaggio autoprodotto
'Teatrino delle storie'

Salone Internazionale
del Libro - Torino
Presentazione
'Next i Cantastorie'

Bliblioteca Antonelliana
Senigallia
Presentazione e mostra
'Next 40 prime pagine'

Drupa - Dusseldorf
Viaggio di formazione

Corinaldo
Allestimento
nuovo mezzo Boxmarche

Boxmarche
Giornata Nazionale
Piccole Medie Imprese

Boxmarche
Giornata Riciclo Aperto

Svezia
Visita alla cartiera
Stora Enso

Boxmarche
Progetti di miglioramento
aziendale 'Milk Run'
e 'Lay Out Stampa'

Boxmarche
Presentazione
Global Report 2011

Semilavorati

giochiamo con le carte
scommettiamo sulla
fantasia

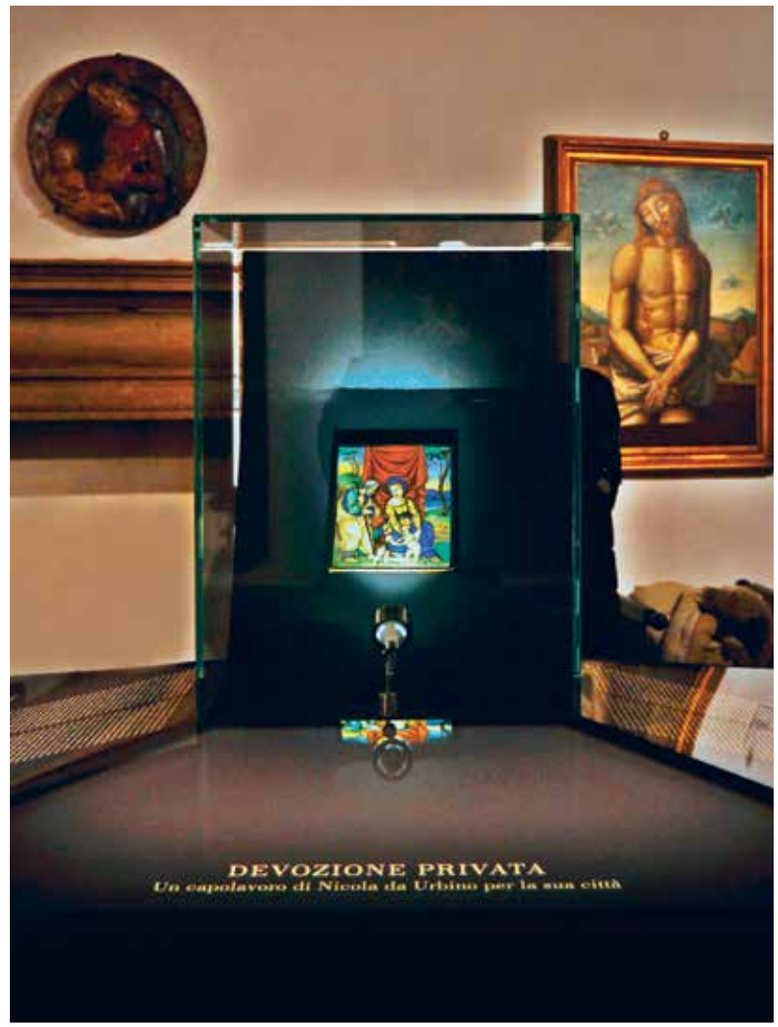
living
outside
the box

la mania
di fare
meglio

giochiamo con le
scommettiamo

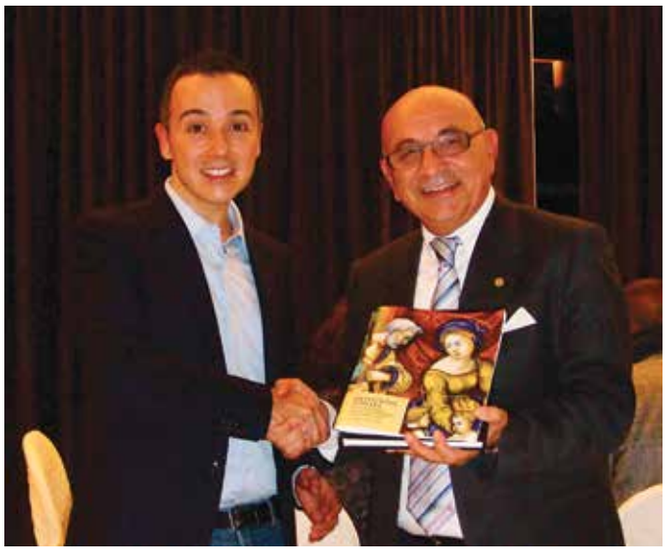
facciamo

Milano
Cerimonia di premiazione
Oscar di Bilancio 2012



Casa Raffaello - Urbino
Partner mostra
Devozione Privata

Serra De' Conti
Serata di solidarietà
Dicembre 2012



Serra De' Conti
Serata di solidarietà
Dicembre 2012

Sezione di analisi del capitale intellettuale

Introduzione all'analisi del capitale intellettuale ____ 130
Analisi del capitale strutturale ____ 132
Analisi del capitale umano ____ 136
Analisi del capitale relazionale ____ 138

L'idea ha il sopravvento
e la sorpresa ha la sua vittoria.

Lorenzo Marini

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 espressi dai 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.

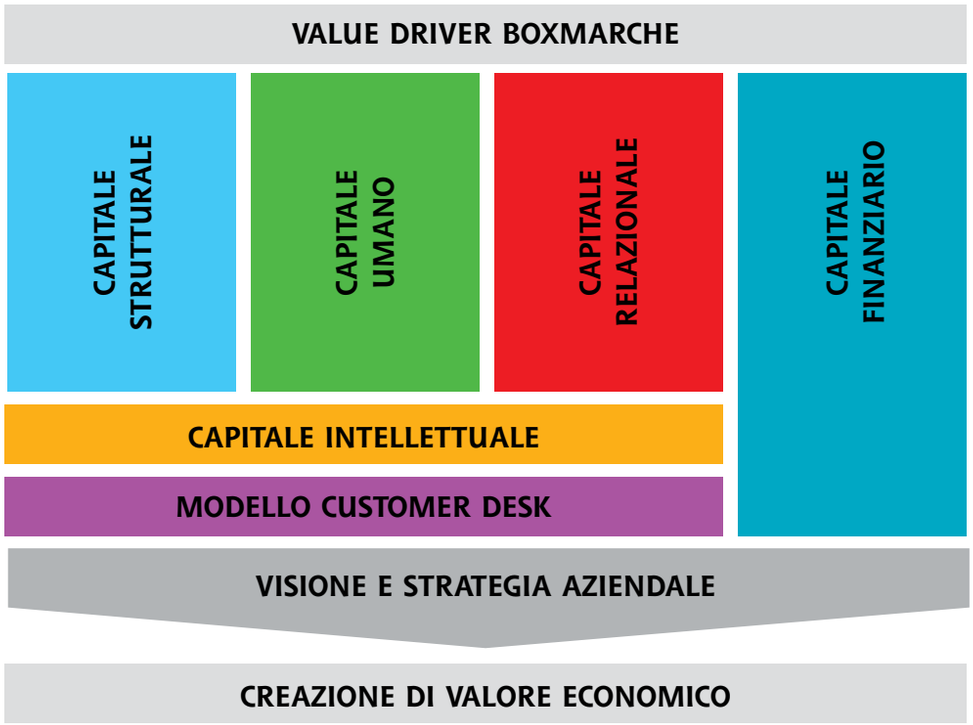
Tale consapevolezza si è tradotta, negli ultimi decenni, nello sviluppo di numerose metodologie per l'analisi e la misurazione delle risorse intangibili secondo differenti approcci:

- 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 raggruppati in classi omogenee;
- metodologie finalizzate alla definizione del valore economico delle risorse intangibili, attraverso un'espressione monetaria delle stesse.

Boxmarche dedica, per l'ottavo 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 curata dal dott. Cesare Tomassetti - Commercialista e Revisore Legale - e dalla dott.ssa Michela Sopranzi, Commercialista, Revisore e 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;
- migliorare la qualità della vita dei collaboratori, della comunità e del territorio.

[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].

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.

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.

Analisi del capitale strutturale

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 1.770 progetti di industrializzazione su commessa, 1.454 progetti di innovazione del prodotto e 33 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 presenta una crescita per il 2012, passando dal 51,56% al 59,46%.

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 nell'ultimo triennio) che in termini di incidenza sul fatturato (3,53% nel 2012). 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'ottimizzazione delle attività produttive:

1. riorganizzazione aziendale con introduzione di nuove divisioni, allo scopo di conseguire una maggiore capacità di soddisfare il cliente con prodotti di migliore qualità, minore costo e consegnati con tempestività;
2. integrazione strategica con "PF Azienda Partner" per la diversificazione dell'offerta;
3. nuovo layout di un reparto stampa;
4. progetto speciale su cliente "PAD1" per l'integrazione cliente-fornitore delle condizioni di acquisto e delle modalità produttive;
5. implementazione del nuovo sistema per lavorazioni speciali di display;
6. implementazione della macchina verniciatura U.V. per riprodurre inediti effetti estetici (drip-off).

Lo sviluppo di tali progetti ha comportato costi per € 392.112 (in crescita dell'11,09% rispetto al 2011).

L'indicatore di incidenza degli investimenti in macchinari e tecnologie rispetto al fatturato passa dal 4,7% del 2011 al 2,2%; nell'ultimo triennio gli investimenti sono stati pari a € 937.645. 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 € 236 mila, a fronte di investimenti (per i contratti tuttora in essere) per € 2,27 milioni.

Per quanto concerne gli indici di obsolescenza delle tecnologie, si evidenzia che i valori oscillano, nei vari reparti, tra il 63,3% 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 2012 l'indice di informatizzazione hardware, calcolato come numero di PC rispetto all'organico aziendale, era pari all'87,8%, dato condizionato dal numero di postazioni inferiore al numero dei dipendenti. Oltre ai 43 personal computer considerati da tale indicatore, Boxmarche utilizza 14 server.

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 e nel 2012 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 0,65% del fatturato nel 2012, valore in lieve incremento rispetto al 2011. Il numero di non conformità esterne è passato da 31 a 34. Le non conformità interne presentano un'incidenza dello 0,31% del fatturato (in aumento rispetto allo 0,24% del 2011).
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 (+ 1.815 ore) a fronte di un peggioramento della programmazione della produzione (perdita di 908 ore complessive in termini di tempi di set-up).

Capitale strutturale

N.	Indicatore	Formula	2012	2011	2010
1	Indici di innovazione	numero di progetti di industrializzazione su commessa	555	597	618
		numero di progetti di innovazione del prodotto (customer problem solving)	473	450	531
		numero di progetti di innovazione dei processi (produttivi interni o produttivi del cliente)	13	8	12
			1.041	1.055	1.161
2	Indice di efficacia dell'innovazione	numero di progetti messi in produzione /totale progetti	619	544	679
			1.041	1.055	1.161
			59,46%	51,56%	58,48%
3	Investimenti in sviluppo del prodotto ed innovazione	Costi R&D/Fatturato	392.112	352.949	369.096
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			3,53%	3,32%	3,78%
4	Investimenti in macchinari e tecnologie	Investimenti/fatturato	244.864	497.983	194.798
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			2,2%	4,7%	2,0%
5	Indice di obsolescenza delle tecnologie	Reparto stampa: media anni di utilizzo/vita utile media	12,67	11,67	10,67
			15,00	15,00	15,00
			84,5%	77,8%	71,1%
		Reparto fustellatura: media anni di utilizzo/vita utile media	9,50	8,50	7,50
			15,00	15,00	15,00
			63,3%	56,7%	50,0%
		Reparto piegaincolla: media anni di utilizzo/vita utile media	13,50	13,50	12,50
			15,00	15,00	15,00
			90,0%	90,0%	83,3%
6	Indice di informatizzazione (hardware)	PC/numero dipendenti	43	44	48
			49	49	48
			87,8%	89,8%	100,0%
7	Indice di utilizzo pacchetti di produttività personale	Utenti Office/numero dipendenti	43	49	48
			49	49	48
			87,8%	100,0%	100,0%
8	Indice di utilizzo pacchetti software dedicati	Utenti pacchetti dedicati/numero dipendenti	43	49	48
			49	49	48
			87,8%	100,0%	100,0%
9	Indice di gravità degli infortuni	Giorni di assenza per infortuni sul lavoro/organico aziendale	-	-	12
			49	49	48
			-	-	0,3
10	Indice di non conformità esterna	Valore non conformità/Fatturato	37.865	30.599	24.543
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			0,34%	0,29%	0,25%
		Numero di non conformità	34	31	20
11	Indice di non conformità interna	Costo non qualità/Fatturato	34.676	25.270	20.652
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			0,31%	0,24%	0,21%
12	Indice di produttività stabilimento	ore di guadagno annue su fogli/pezzi prodotti per riduzione tempo unitario	1.815	1.022	-41
13	Indice di flessibilità produttiva	ore di guadagno annue su totale set-up per riduzione media tempo di set-up	-908	10	107

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 con buona esperienza. Dalla stratificazione del valore medio, pari a 40 anni, si evidenzia che l'8,2% dei collaboratori ha meno di 30 anni, mentre il 55,1% è compreso in una fascia di età tra 31 e 40 anni. Sommando a tali dati quello del personale con età tra 41 e 50 anni, emerge che l'81,6% dei lavoratori ha meno di 50 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 2012, a 16 anni.

L'indice sintetico di scolarità evidenzia valori costanti; dalla stratificazione del dato emerge una prevalenza di collaboratori (soprattutto in area operativa) in possesso di licenza media inferiore (53,1%), mentre il 40,8% possiede un diploma. A fine 2012 due dipendenti sono in possesso di Laurea ed uno di licenza elementare.
L'azienda ha investito, negli ultimi tre anni, circa € 273 mila in formazione, con un'incidenza sul fatturato che ha oscillato tra lo 0,7% (nel 2012) e l'1,1% (nel 2011). Nell'ultimo triennio le ore di formazione sono state pari a 5.910. I corsi interni hanno riguardato principalmente la formazione per la gestione del sistema integrato "qualità, sicurezza, ambiente" (888 ore), gli aspetti tecnico/produttivi (610 ore) e l'utilizzo di software per la grafica (37 ore). Un totale di 69 ore sono state impegnate in Open House con i fornitori e partecipazioni a fiere di settore per aggiornamento.

L'importo investito in formazione è stato pari a € 77.709, con un'incidenza dello 0,7% sul fatturato aziendale. Le ore di formazione effettivamente fruite dai collaboratori sono state 1.671, con una media individuale di 34 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). Nel 2012 si assiste ad un aumento del 14,7% dell'indice di flessibilità degli addetti alla produzione (passato da 34% a 39%), indicando che ciascun addetto interviene, mediamente, in 3,9 processi.

Capitale umano					
N.	**Indicatore**	**Formula**	**2012**	**2011**	**2010**
14	Età media del personale	Media semplice dell'età dei dipendenti	40	40	40
15	Anzianità aziendale media	Media semplice degli anni dalla data di assunzione	16	15	14
16	Turnover in uscita	Numero dimissioni/numero dipendenti	1	1	2
			49	49	48
			2,0%	2,0%	4,2%
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	2,47	2,50	2,44
18	Percentuale del fatturato investita in formazione	Costi interni ed esterni sostenuti per la formazione del personale/fatturato	77.709	117.167	77.746
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			0,70%	1,10%	0,80%
19	Ore di formazione per addetto	Ore totali di formazione/numero dipendenti	1.671	2.356	1.883
			49	49	48
			34	48	39
20	Indice di polivalenza e flessibilità addetti produzione	Rilevazione interna per il personale operaio su 10 processi produttivi - indice da 0% a 100%	39%	34%	35%
21	Indice di competenza addetti produzione	Rilevazione interna per il personale operaio su 12 processi - indice da 0% a 100%	51%	50%	49%
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	3,14	3,10
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	2,99	3,20

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 51%.

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 2011-2012 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 (+ 4,5%), a fronte di una lieve riduzione della quota di mercato relativa rispetto al leader di settore (passata dal 29,38% al 27,26%).
La concentrazione del fatturato aziendale è ulteriormente aumentata: il numero di clienti è diminuito, passando da 205 a 169, ed il fatturato medio per cliente è cresciuto da € 51.890 a € 65.776.

Il valore riferito ai soli clienti che operano su commessa risulta ad ogni modo 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 74,63% al 78,85%) che per i TOP 20 (dall'87,12% al 91,83%).
Il fatturato realizzato con i primi 10 clienti risulta incrementato di € 827 mila (+ 10,41%), mentre quello ottenuto con i primi 20 clienti ha registrato una variazione positiva del 10,14%.
Nel 2012 il fatturato realizzato con nuovi clienti è stato pari a € 277.981 con 105 clienti; il valore risulta decisamente più basso di quello registrato nei precedenti esercizi ed indica che la crescita del fatturato aziendale è stata ottenuta principalmente con l'incremento della penetrazione e la fidelizzazione dei clienti già acquisiti.

L'indice di rilevanza dei nuovi clienti è stato ricavato dalla somma di fatturato realizzato in ciascun esercizio con i primi cinque clienti di nuova acquisizione. In questo caso si conferma quanto già espresso al punto precedente: i nuovi clienti acquisiti hanno espresso potenzialità mediamente ridotte, con un valore passato da € 1,5 milioni a € 171 mila.

L'azienda ha attivato da alcuni anni 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 96,56%, 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 2012 un ulteriore importante miglioramento (dal 68,27% al 73,56%).

Il livello di soddisfazione dei clienti viene rilevato attraverso vari strumenti, oltre che per mezzo del continuo supporto del customer desk 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 cogliere 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. Nel 2012 è stato modificato il questionario proposto ai clienti, che ora è composto da 10 domande che vengono valutate in una scala da

Capitale relazionale					
N.	**Indicatore**	**Formula**	**2012**	**2011**	**2010**
24	Variazione del fatturato	Fatturato esercizio/fatturato eserc. prec. - 1	11.116.169	10.637.389	9.762.144
			10.637.389	9.762.144	10.208.292
			4,50%	8,97%	-4,37%
25	Quota di mercato relativa	Fatturato Boxmarche/Fatturato leader mercato anno n-1	11.116.169	10.637.389	9.762.144
			40.775.000	36.203.000	34.963.297
			27,26%	29,38%	27,92%
26	Fatturato medio per cliente	Fatturato totale/numero clienti	11.116.169	10.637.389	9.762.144
			169	205	201
			65.776	51.890	48.568
27	Indice di concentrazione del fatturato	Incidenza percentuale primi 10 clienti	8.765.546	7.938.882	7.036.685
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			78,85%	74,63%	72,08%
		Incidenza percentuale primi 20 clienti	10.207.545	9.267.450	8.447.064
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			91,83%	87,12%	86,53%
28	Fatturato derivante da nuovi clienti	Fatturato realizzato con clienti acquisiti nell'anno	277.981	1.929.102	462.661
29	Fatturato medio realizzato con nuovi clienti	Fatturato con nuovi clienti/numero nuovi clienti	277.981	1.929.102	462.661
			105	147	128
			2.647	13.123	3.615
30	Indice di rilevanza nuovi clienti	Fatturato realizzato con i primi 5 nuovi clienti	170.818	1.529.201	404.230
31	Livello monitoraggio Customer Relationship Management	Fatturato clienti CRM/fatturato totale	10.734.217	9.966.097	9.006.722
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			96,56%	93,69%	92,26%
32	Indice di penetrazione su clienti monitorati	Fatturato Boxmarche su clienti monitorati/Acquisti totali per cartotecnica	10.690.900	9.966.097	9.006.722
			14.532.709	14.599.090	13.350.000
			73,56%	68,27%	67,47%
33	Customer satisfaction	Indagine Customer Satisfaction - valutazione percezione attraverso 10 domande sui vari aspetti del servizio. Valore minimo: 1 - valore massimo: 5	3,39	N.D.	N.C.
34	Incidenza degli investimenti in marketing e comunicazione	costi sostenuti per marketing e comunicazione/fatturato totale	69.930	53.897	68.623
			11.116.169	10.637.389	9.762.144
			0,63%	0,51%	0,70%
35	Contenzioso con clienti		3	2	3

1 (non soddisfatto) a 5 (molto soddisfatto) e vengono ponderate da 1 a 3 in base al livello di importanza attribuito dal cliente. Nella rilevazione effettuata nel 2012 emerge un punteggio medio pari a 3,39 e, pertanto, di elevata soddisfazione. In particolare, i migliori risultati sono stati conseguiti nella percezione della "qualità del prodotto" (3,41), nella capacità di risolvere situazioni critiche come la "risposta ai reclami" (3,67) e la "gestione urgenze" (3,51), negli aspetti amministrativi del servizio, come la percezione sui "documenti di spedizione" (3,41).

Nel 2011 il questionario non era 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 3 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 Boxmarche 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 2012, 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 e tra i primi tre per le edizioni 2006 e 2012. 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 Gobal 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 2012 Boxmarche inserisce per l'ottavo anno nell'informativa obbligatoria del bilancio di esercizio le indicazioni 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 il 7 marzo 2013; **b)** il coordinamento è avvenuto con un incontro collegiale e, successivamente, attraverso posta elettronica su modulistica già sperimentata; **c)** la responsabilità del processo è stata attribuita all'Amministratore Delegato, mentre il coordinamento operativo è stato assegnato ad un consulente esterno;
- *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.

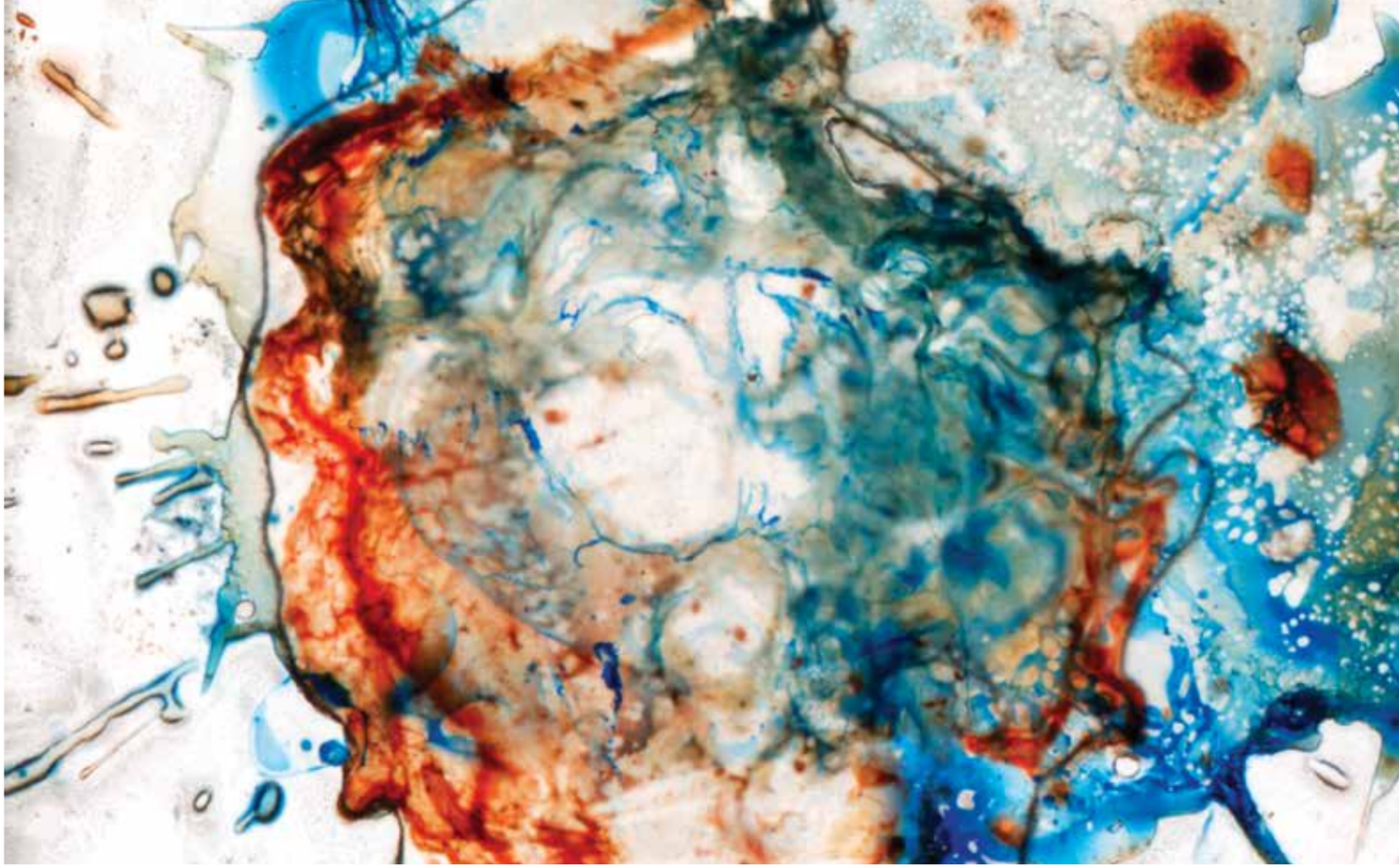
- *redazione del Global Report come relazione sintetica dell'attività di rendicontazione di performance economiche, etiche, ambientali e sociali:* si ritiene che il Global Report Boxmarche 2012 risponda ai requisiti previsti;
- *redazione di un piano di comunicazione; il piano di comunicazione prevede 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 nel 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 2011 in un incontro aperto al pubblico tenutosi il 7 luglio 2012 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 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 31/12/2010, 31/12/2011 e 31/12/2012. 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 2010, 2011 e 2012, 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".



Diadirette
Cera bianca su ecoline

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 già in esercizi precedenti ai fini dell'informativa interna agli azionisti ed al 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 2012 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, 9 aprile 2013

Michela Sopranzi
Dottore in Economia - Rag. Commercialista
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: € 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 azionisti 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 31/12/2012

All'assemblea degli azionisti della Boxmarche S.p.A.

A) Premessa

Il Collegio Sindacale, nell'esercizio chiuso al 31/12/2012, 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, nonché le osservazioni e le proposte in ordine al bilancio ed 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 legale del bilancio d'esercizio della società "BOX MARCHE S.p.A." al 31/12/2012. 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.". È 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 27 marzo 2012.

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, nonché il risultato economico dell'esercizio chiuso al 31/12/2012.

4) La responsabilità della redazione della Relazione sulla gestione, in conformità a quanto previsto dalle norme di legge, compete agli Amministratori della società "BOX MARCHE S.p.A.". È di nostra competenza l'espressione del giudizio sulla coerenza della Relazione sulla gestione con il bilancio, come richiesto dall'art. 14 comma 2 lett. e) del D.Lgs. n. 39/2010. 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.
A nostro giudizio la Relazione sulla gestione è coerente con il bilancio d'esercizio della "BOX MARCHE S.p.A." al 31/12/2012.

C) Relazione sull'attività svolta ai sensi dell'art. 2429 comma 2 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 e degli 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, in relazione alle quali, sulla base delle informazioni disponibili, non abbiamo rilevato violazioni della legge e dello statuto, né operazioni effettuate anche dalla società controllata manifestamente imprudenti, azzardate, in potenziale conflitto di interessi o tali da compromettere l'integrità del patrimonio sociale.

3) Abbiamo acquisito dagli Amministratori Delegati con periodicità semestrale, ai sensi dell'art. 2381 comma 5 C.C., informazioni sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione, nonché sulle operazioni di maggiore rilievo, per le loro dimensioni o caratteristiche, effettuate dalla società e, in base alle informazioni acquisite, non abbiamo osservazioni particolari da riferire.

4) 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, senza dover formulare osservazioni.

5) 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.

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 sono pervenute 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 31/12/2012 che esprime un utile netto di € 213.559, così come redatto dagli Amministratori.

Vi ricordiamo infine che dovrete provvedere alla nomina degli Amministratori e del Collegio Sindacale per scaduto triennio.

Corinaldo, 6 aprile 2013

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: € 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 29 Aprile 2013, alle ore 18,30 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 31/12/2012, previa lettura della relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione e della relazione del Collegio Sindacale, deliberazioni relative.
2) Nomina del Consiglio di Amministrazione per scaduto triennio, determinazione del relativo compenso e conseguenti deliberazioni.
3) Nomina del Collegio Sindacale per scaduto triennio, determinazione del relativo compenso e conseguenti deliberazioni.

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, in proprio o con delega, tutti i soci portatori dell'intero capitale sociale, come da foglio presenze che viene conservato agli atti sociali;
- sono altresì presenti, oltre al Presidente, gli Amministratori nelle persone dei Sigg. Baldassarri Maria Giuseppina, Dominici Tonino e Paradisi Sandro, mentre assente giustificato risulta essere il Sig. Carminati Ferruccio 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 Roberto (Presidente), Pierluca Marco e Zamporlini Leonardo;

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 passa alla discussione degli argomenti posti all'ordine del giorno ed i lavori procedono come segue.

1) Presentazione del bilancio chiuso al 31/12/2012, previa lettura della relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione e della relazione del Collegio Sindacale, deliberazioni relative.

Il Sig. Dominici Tonino legge ed illustra la relazione sulla gestione del bilancio chiuso al 31/12/2012, nonché il progetto di bilancio dell'esercizio 2012 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 31/12/2012.

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

DELIBERA

- l'approvazione del bilancio chiuso al 31/12/2012;
- la destinazione dell'utile dell'esercizio 2012, pari a € 213.558,87 (duecentotredicimilacinquecentocinquantotto/87), così come proposto dall'Organo Amministrativo e precisamente:
- quanto a € 10.677,94 (diecimilaseicentosettantasette/94), pari al 5% a "Riserva legale";
- quanto a € 10.000,00 (diecimila/00) a "Riserva finalità sociali nel territorio";
- quanto al residuo di € 192.880,93 (centonovantaduemilaottocentoottanta/93) a "Riserva straordinaria" per il consolidamento patrimoniale della Vostra società;
- l'acquisizione agli atti sociali della relazione del Collegio Sindacale;
- di attribuire sin da ora al Sig. Dominici Tonino i poteri per l'utilizzo della "Riserva finalità sociali nel territorio" di € 10.000,00 (diecimila/00) appena costituita, previa individuazione da parte dello stesso di una causa giudicata meritevole e in linea con i principi sociali e morali condivisi dalla società.

2) Nomina del Consiglio di Amministrazione per scaduto triennio, determinazione del relativo compenso e conseguenti deliberazioni.

Sul punto il Sig. Dominici Tonino ricorda che per compiuto triennio scadono dalla loro carica gli Amministratori, dovendosi pertanto procedere alla loro nomina.

Lo stesso Sig. Dominici legge ai presenti l'art. 18 dello statuto sociale, che si titola "Amministrazione" e quindi, dopo cordiale discussione e dopo che il Presidente del Consiglio di Amministrazione Sig. Pierfederici Sesto ha informato che, ove venisse confermato, non potrebbe accettare il mandato per motivi del tutto personali, l'Assemblea, ringraziato sentitamente lo stesso Sig. Pierfederici Sesto per l'attività svolta, con voto unanime

DELIBERA

- di individuare in cinque il numero dei membri del Consiglio di Amministrazione;
- di nominare detti cinque membri nelle persone di seguito indicate, dopo avere preso atto che è stata presentata ai sensi dello statuto una sola lista da parte degli azionisti:
- Dominici Tonino, nato a Corinaldo (AN) il 18/03/1952 ed ivi residente in via S.M. Ballanti n.42, codice fiscale DMNTNN52C18D007W;
- Baldassarri Maria Giuseppina, nata a Corinaldo (AN) il 19/04/1961 ed ivi residente in via Montorio n.22, codice fiscale BLDMGS61D59D007D;
- Pierfederici Daniele, nato a Corinaldo (AN) il 27/10/1963 e residente a Senigallia (AN) in via Mattei n.3/A, codice fiscale PRFDNL63R27D007D;
- Paradisi Sandro, nato a Jesi (AN) il 08/09/1959 ed ivi residente in via Amendola n.8, codice fiscale PRDSDR59P08E388V;
- Tittarelli Stefano, nato a Milano il 05/09/1963 e residente a Erlenbach – ZURIGO (CH) Lerchenbergstrasse n.94, codice fiscale TTTSFN63P05F205S;
- di prevedere la loro durata in carica sino alla approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio, ai sensi dell'art. 2383 c. 2 C.C. e quindi sino al bilancio chiuso al 31/12/2015;
- di stabilire in € 5.000,00 (cinquemila/00) il compenso lordo annuale per ciascun componente del Consiglio di Amministrazione, con decorrenza 1 maggio 2013 e sino a diversa delibera, da erogare in una o più soluzioni;

- di autorizzare in favore degli Amministratori il rimborso delle spese sostenute, purché inerenti al loro mandato, ivi compreso l'uso della propria vettura con rimborso Km. da tariffa ACI per una percorrenza annua di 15.000 Km.

3) Nomina del Collegio Sindacale per scaduto triennio, determinazione del relativo compenso e conseguenti deliberazioni.

Il Sig. Dominici Tonino, con riferimento ai "nominandi" Sindaci, rende noti all'Assemblea gli incarichi ricoperti dagli stessi presso altre società, conformemente all' ultimo comma dell'art. 2400 codice civile.

A questo punto l'Assemblea, sempre all'unanimità,

DELIBERA

di nominare i membri effettivi e supplenti del Collegio Sindacale, organo al quale viene attribuita anche la revisione legale dei conti ai sensi dell'art. 24 dello statuto sociale, nelle persone dei Signori sottoindicati, tutti revisori contabili, i quali resteranno in carica sino alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della carica (art. 2400 c. 1 codice civile), vale a dire il bilancio chiuso al 31/12/2015:

- Sindaci effettivi

- Dott. Roberto Cirilli con funzione di Presidente (confermato) nato a Jesi (AN) l'11/01/1943 ed ivi residente in via G. Amendola n. 25, codice fiscale CRLRRT43A-11E388S;
- Dott. Marco Pierluca (confermato) nato a Senigallia (AN) il 18/06/1958 ed ivi residente in via Giotto n.55/C, codice fiscale PRLMRC58H28I608R;
- Dott. Leonardo Zamporlini (confermato) nato a Jesi (AN) il 12/10/1967 ed ivi residente in via T. Mamiani n. 2, codice fiscale ZMPLRD67R12E388E.

- Sindaci supplenti

- Rag. Viventi Antonio (confermato) nato a Jesi (AN) il 14/07/1961 ed ivi residente in via Paradiso n.7/F, codice fiscale VVNNTN61L14E388D;
- Rag. Giuliano Cerioni (nuovo) nato a Jesi (AN) l' 08/09/1951 ed ivi residente in Via Galante n. 3, codice fiscale CRNGLN51P08E388J.

La stessa Assemblea con voto unanime stabilisce quindi il compenso annuale per i tre Sindaci effettivi per l'intero periodo di durata del loro ufficio come segue:

- per la funzione di vigilanza, ex art. 2403 codice civile, l'importo di € 11.900,00 (undicimilanovecento/00);
- per la revisione legale dei conti, ex art. 2409-bis codice civile, l'importo di € 8.100,00 (ottomilacento/00).

Complessivamente quindi il compenso annuale è di € 20.000,00 (ventimila/00), più IVA e quant'altro come per legge, per l'intero periodo di durata della loro carica.

Il Presidente, constatato che l'ordine del giorno è esaurito e nessuno dei presenti avendo chiesto la parola, dichiara la riunione conclusa alle ore 20,10.

Letto, approvato e sottoscritto.

IL PRESIDENTE
Sig. Pierfederici Sesto

IL SEGRETARIO
Sig. Dominici Tonino

Diadirette
Graffiature
acetati colorati
e pellicola fotografica

NOTE

BOXMARCHE®
idee & packaging

BOXMARCHE®
idee & packaging

BOXMARCHE®
idee & packaging

BOXMARCHE®
idee & packaging

finito di stampare
nel mese di giugno 2013
presso
Flamini Aspio di Osimo An