



GRUPPO ZEUS

Formato da: Achim Raul, Garzi Sofia, Bandini Alessio e Bruka Alessia

BILANCIO AMBIENTALE



L'azienda Leporati poiché lascia gli impianti accesi 24 ore su 24 e ha bisogno di molta energia, nel 2016/2017 ha inserito un impianto fotovoltaico sul tetto così da produrre energia pulita.

BILANCIO AMBIENTALE



Gli scarti di lavorazione della carne vengono ceduti ad un'azienda che è specializzata nel recupero di queste rimanenze.

Essa li lavora e li trasforma in mangime per animali.

BILANCIO AMBIENTALE



Il sale rimanente, viene recuperato e ceduto ad una società specializzata e viene riutilizzato.

BILANCIO AMBIENTALE



Hanno anche delle collaborazioni con i macellai e gli allevatori ai quali viene richiesto di allevare gli animali in modo sano, sostenibile e salutare anche per l'animale stesso.

BILANCIO AMBIENTALE



Fino ad un anno fa Leporati inquinava molto di più rispetto ad ora.

Infatti, hanno sostituito le due vecchie caldaie a gas con due di nuova generazione riducendo la miscela di fumi nell'atmosfera.

BILANCIO AMBIENTALE



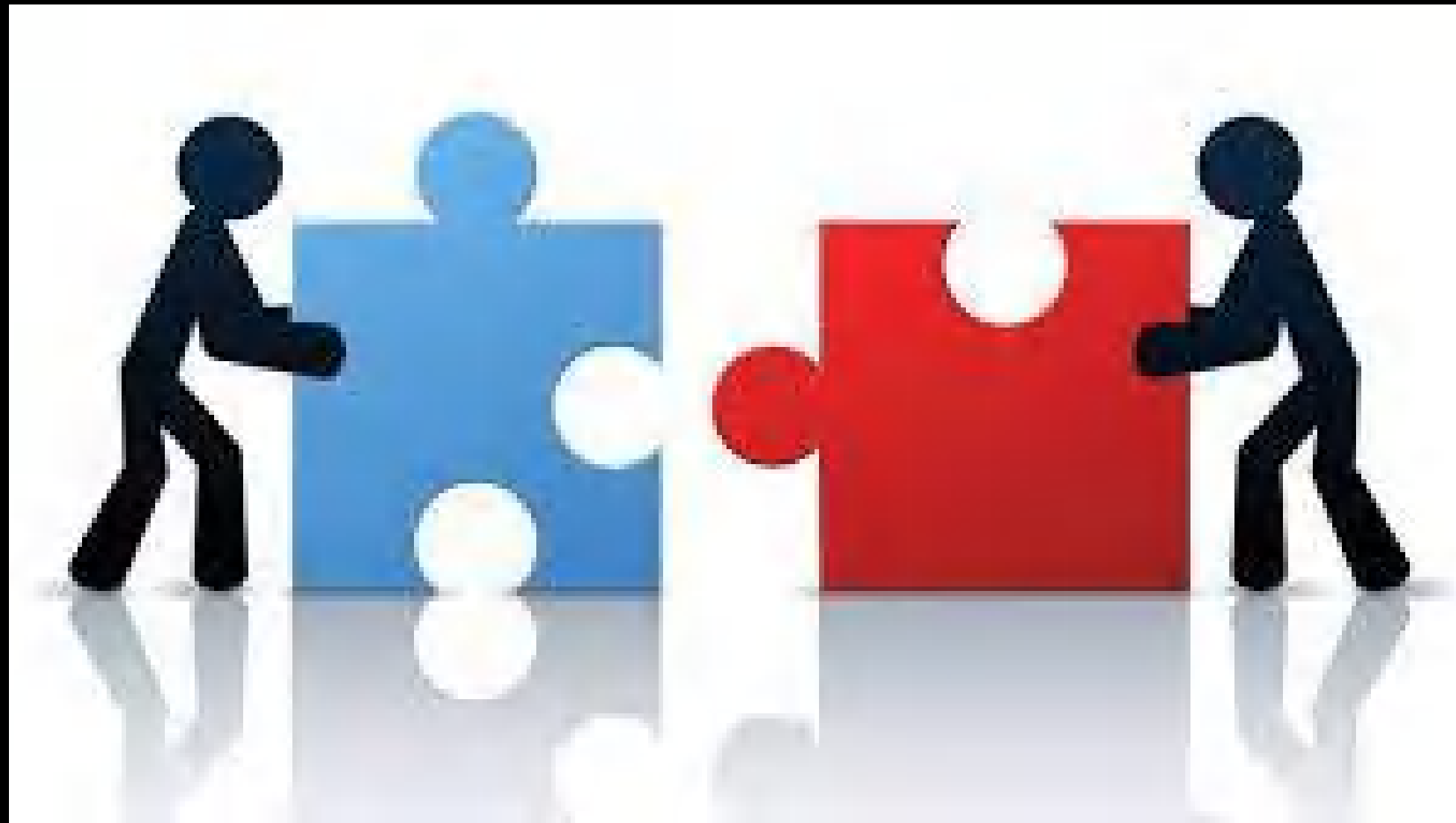
**L'azienda Leporati
riutilizza la maggior parte
del calore prodotto dagli
impianti per scaldare
l'acqua che serve per la
produzione.**

BILANCIO SOCIALE



Poiché possiedono macchine esterne molto rumorose, hanno creato una siepe intorno allo stabilimento per ridurre l'inquinamento acustico.

WELFARE AZIENDALE



Leporati ha anche una collaborazione con il bar vicino all'azienda, dove paga una parte del pasto dei dipendenti.

WELFARE AZIENDALE



I clienti più fedeli a fine anno hanno un riconoscimento, mentre per tutti gli altri clienti, durante l'anno ci sono sconti particolari.

CODICE ETICO



Ogni singola Prestazione commerciale ed amministrativa deve essere resa da parte di ogni Dipendente e di ogni Collaboratore della Società secondo diligenza, competenza, professionalità ed efficienza.

CODICE ETICO



OBBIETTIVI:

- 1) Produrre e commercializzare prosciutto di Parma Dop in conformità alle prescrizioni legislative.**
- 2) Consolidare sul mercato l'immagine già particolarmente qualificata.**
- 3) L'immissione sul mercato di un prodotto che ottenga un continuo riconoscimento da parte del mercato stesso.**

CODICE ETICO



Gli stakeholder sono tenuti ad adeguare i propri comportamenti alle disposizioni ed ai principi del Codice Etico ed a non assumere iniziative in contrasto con il Codice stesso.

CODICE ETICO



L'azienda Leporati come standard etici ha l'impegno, la serietà, l'onestà, la salvaguardia della propria immagine e reputazione e la qualità.

CODICE ETICO



Chiunque violi questi standard etici di comportamento, viene sanzionato secondo le regole stabilite dall'azienda.