

A close-up photograph of coffee cherries on a branch. The cherries are bright red and clustered together. The background is a soft-focus green, suggesting a coffee plantation. The image is split vertically, with the left side showing the cherries in sharp focus and the right side being a blurred, darker version of the same scene.

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2020

Dichiarazione non finanziaria consolidata
ai sensi del D. Lgs. 254/2016

Massimo Zanetti

MASSIMO ZANETTI
BEVERAGE GROUP

SOMMARIO

MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER.....	4
1. MISSION.....	5
2. IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE.....	7
3. UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ	9
L'ESPANSIONE INTERNAZIONALE.....	11
LA SAN MARCO: UNA STORIA CENTENARIA.....	13
L'IMPEGNO ALLA SOSTENIBILITÀ	14
MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP PRESENTA SEGAFREDO STORIA	15
4. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS	17
4.1 La Corporate Governance	17
4.2 Etica e compliance	24
4.3 Rispetto della normativa fiscale.....	24
4.4 Il Modello Organizzativo 231	25
4.5 La creazione di valore sostenibile.....	26
5. NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ: "THE SUSTAINABLE BLEND"	29
5.1 Matrice di materialità.....	33
6. LE PERSONE	37
6.1 Le nostre risorse umane.....	38
6.2 Benessere professionale e retention.....	38
6.3 Formazione e sviluppo.....	41
6.4 La valutazione dei dipendenti	42



6.5	Diversità e pari opportunità	43
6.6	La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	46
7.	I PRODOTTI E I CLIENTI	50
7.1	Focalizzati sui clienti	52
7.2	Ricerca e sviluppo	54
7.3	Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto	57
7.4	La nostra politica di qualità di Gruppo	61
8.	LA CATENA DEL VALORE	63
8.1	Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	64
8.2	La nostra politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo	77
9.	AMBIENTE	78
9.1	Efficienza energetica e economia circolare	81
9.2	Iniziative e Innovazione sostenibile	89
9.3	La nostra politica ambientale di Gruppo	93
10.	COMUNITA' LOCALI	95
10.1.	Le nostre iniziative	96
11.	FONDAZIONE ZANETTI ONLUS	100
	Appendice	109
	Nota Metodologica.....	109
	Metodologie di calcolo	110
	GRI Content Index	113

MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER

In Massimo Zanetti Beverage Group sostenibilità è sinonimo di qualità e responsabilità: rispetto per l'ambiente, gestione sostenibile della catena di approvvigionamento e valorizzazione delle risorse umane, in un percorso di miglioramento continuo. Per il Gruppo agire responsabilmente attraverso il rispetto di valori di qualità e sostenibilità è parte integrante del proprio business e delle azioni quotidiane delle singole società.

Anche nel 2020, anno segnato pesantemente dal perdurare degli effetti della pandemia, il Gruppo ha voluto intraprendere numerose iniziative nell'ambito della sostenibilità.

In particolare, abbiamo ideato una nuova serie di prodotti "Segafredo Storia": una novità rivoluzionaria nell'ambito della sostenibilità e della trasparenza.

Segafredo Storia è un caffè mono-origine 100% arabica, totalmente trasparente e tracciabile grazie alla tecnologia blockchain. Inquadrando un QR Code sulla confezione di caffè Segafredo Storia, il consumatore potrà conoscere l'intera storia del prodotto, mappando il percorso del caffè dal luogo della coltivazione fino alla tazza, grazie a una piattaforma progettata per fornire la tracciabilità assoluta di tutti i passaggi. Tale sistema, inoltre, ha la capacità intrinseca di certificare la provenienza dei dati: un registro che garantisce una condivisione immutabile di tutte le transazioni che avvengono sulla filiera, permettendo al consumatore finale di avere la totale visibilità della storia del prodotto.

Segafredo Storia non è solo una nuova e innovativa serie di prodotti, ma rappresenta un simbolo dei valori del Gruppo. Abbiamo sempre creduto che l'integrazione della filiera, dalla pianta alla tazza, possa garantire oltre a qualità eccellente, etica e attenzione all'ambiente.

Grazie all'implementazione di sistemi in grado di monitorare ogni fase della catena del valore, assicuriamo piena tracciabilità e trasparenza. Ed oggi, con la tecnologia Blockchain, siamo in grado di affinare ulteriormente il controllo sulla supply chain e di contribuire allo sviluppo di prodotti sempre più sostenibili.

Innovare è sempre stata parte imprescindibile del nostro DNA. E sono particolarmente orgoglioso di constatare che anche quest'anno, particolarmente soddisfacente è stata la performance dei prodotti sostenibili, ossia certificati secondo standard di sostenibilità, che costituiscono oltre il 30% dei nuovi prodotti lanciati nel 2020.

Ci siamo dati obiettivi sfidanti per gli anni a venire: alcuni riguarderanno le nostre scelte quotidiane, altri invece richiederanno il nostro impegno e dedizione su un arco temporale più lungo.

Molte società del gruppo hanno formalizzato degli obiettivi specifici per perseguire uno sviluppo responsabile e rispettoso per l'ambiente. Tali obiettivi riguardano in particolare la gestione efficiente dell'energia e delle risorse, la prevenzione dell'inquinamento, la riduzione dei rifiuti legati agli imballi e la valorizzazione dei sottoprodotti, la minimizzazione dei rifiuti e l'ottimizzazione dei trasporti. Inoltre, l'innovazione del packaging sarà fondamentale: abbiamo intrapreso un percorso virtuoso per avere il 100% delle confezioni di prodotto completamente riciclabili.

Promuoviamo, inoltre, in tutto il Gruppo l'adozione di modelli di economia circolare come quella recentemente sviluppata dalla nostra società finlandese, Meira, che, nel corso del 2020, ha elaborato e formalmente approvato degli obiettivi di sostenibilità da raggiungere entro i prossimi 3 anni. I target prefissati sono in linea con gli obiettivi scientifici science-based target -SBT. A livello ambientale, per esempio, entro il 2022, Meira si impegna a dimezzare le proprie emissioni di gas ad effetto serra, passando all'uso di sola energia elettrica prodotta da impianti eolici e utilizzando biogas e teleriscaldamento ottenuti da fonti rinnovabili. Tra i vari obiettivi, Meira si è impegnata ad aumentare il tasso di riciclo all'80% entro il 2022 e sta già trasformando i rifiuti organici in biogas, che viene successivamente riutilizzato nel processo produttivo. Anche Café Montaña – la seconda torrefazione della Costa Rica – si è posta l'obiettivo di raggiungere la carbon neutrality entro il 2022.

Con la nostra presenza internazionale siamo consapevoli della potenziale influenza positiva che possiamo generare nella promozione della cultura di sostenibilità lungo tutta la catena del valore e intendiamo fare del nostro meglio per ridurre il nostro impatto ambientale e favorire uno sviluppo sostenibile.

Massimo Zanetti - Presidente e Amministratore Delegato

1. MISSION

“Far amare ai
consumatori
di tutto il mondo
il caffè di qualità,
nel pieno rispetto
dei valori di
sostenibilità”



«....Ancora una volta cercherò di far amare il caffè,
che è la mia vita, la vita di molte persone.

E' la tradizione di molte culture.

E' il buongiorno di tutte le mattine.

E', insomma, qualcosa di familiare, come qualcuno di famiglia a cui si vuol bene e del quale non
si può fare a meno.

Mille situazioni che si susseguono nella vita di ognuno, quando cominci da bambino con il
primo caffelatte.

E poi, via via che diventi grande, il primo caffè da solo, caffè puro, che ti fa sentire adulto.

Il primo appuntamento di lavoro, il primo contratto fatto a un cliente difficile.

E potrei continuare con mille altre situazioni.

Il caffè, insomma, un amico che ti accompagna tutta la vita.

Una semplice tazza di caffè coinvolge tutti.

Noi che ci lavoriamo e, spero, Voi che degustate i nostri prodotti."

Massimo Zanetti

A landscape photograph of a coffee plantation. In the foreground, there are rows of green coffee bushes. A large, gnarled tree stands prominently in the middle ground. The background shows rolling hills and mountains under a hazy sky. The image is split vertically, with the left side being slightly brighter than the right side.

2. IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE

Da sempre
ambasciatore
del caffè
nel mondo

Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. (di seguito anche "MZB" o "Gruppo") è uno dei leader a livello mondiale nella produzione, lavorazione e distribuzione di caffè tostato. Il **Gruppo vanta un portafoglio di più di 40 marchi**: alcuni noti a livello internazionale, come il marchio Segafredo, sinonimo dal 1960 del caffè espresso Italiano, e altri leader nei mercati locali, grazie a un'identità capace di fondere la tradizione con le nuove tendenze di mercato.

Alla base della forte presenza internazionale vi è una rete di società appartenenti al Gruppo, di cui 20 attive nella torrefazione e 37 che svolgono attività commerciali, con una **presenza diretta in 36 paesi**. MZB, inoltre, vanta un **presidio integrato lungo tutta la catena del valore del caffè, in oltre 110 paesi**, e in tutti i segmenti di distribuzione. Il Gruppo opera infatti sul mercato Mass market, che include la grande distribuzione nazionale e internazionale, nel Foodservice, che si rivolge prevalentemente a caffetterie, ristoranti, alberghi e nel Private Label, canale dedicato agli operatori sia Mass Market sia Foodservice che commercializzano con marchi propri il caffè e i prodotti forniti dal Gruppo.

L'offerta ampia di prodotti, che comprende tutte le tipologie di caffè tostato - dal caffè macinato, in grani, al caffè istantaneo e quello disponibile in cialde o capsule - permette al Gruppo di soddisfare preferenze e aspettative di tutti i suoi clienti. Oltre al caffè, MZB produce e commercializza tè, spezie, cacao, cioccolatini e altri prodotti ad uso alimentare, acquistati da un network di fornitori selezionati.

Oltre alle attività di approvvigionamento, torrefazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti, MZB è attivo nella progettazione e produzione di macchine professionali da bar "La San Marco" e di macchine per la distribuzione automatica

di bevande negli uffici. Inoltre, il Gruppo gestisce un network di circa 400 caffetterie in franchising nel mondo.

L'insieme di queste attività e un'offerta diversificata di prodotti si traduce in una presenza di mercato del Gruppo particolarmente significativa negli Stati Uniti, in Italia, in Francia, nella penisola iberica, in Finlandia e in Asia-Pacifico. **Nonostante le origini Italiane, l'Italia rappresenta ora meno del 10% del fatturato del Gruppo.**



A close-up photograph of a barista's hands operating a manual coffee grinder. The barista is wearing a white apron over a dark blue shirt. The grinder is a light-colored manual mill. The background is a soft, out-of-focus blue. The text is overlaid on the image in white, with the title on the left and a descriptive paragraph on the right.

3. UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ

La passione per il mondo del caffè e la visione imprenditoriale di Massimo Zanetti hanno consentito al Gruppo Massimo Zanetti Beverage di diventare un player di riferimento a livello internazionale nel settore. Una storia con profonde radici italiane e una strategia improntata all'apertura ai mercati internazionali.



Nel 1973

Massimo Zanetti acquista l'**Industria Nazionale Coloniali Segafredo**, una torrefazione bolognese attiva soprattutto sul mercato italiano. Sin dall'inizio, l'obiettivo è diventare un punto di riferimento nazionale per il canale dei bar e dei pubblici esercizi nella vendita di caffè tostato, puntando ad offrire non solo un prodotto di qualità ma anche beni e servizi accessori volti a fidelizzare la clientela quali, ad esempio, la cessione a titolo di comodato d'uso gratuito di macchine professionali per la preparazione del caffè.

Questo presupposto è alla base dell'acquisizione, nel 1976, della società "**La San Marco**", uno dei principali marchi italiani di macchine da caffè professionali e attrezzature da bar

Qualdo Tadino - Piazza Martiri

L'ESPANSIONE INTERNAZIONALE

L'espansione internazionale è iniziata negli anni 80, dapprima con l'acquisizione di alcune società con stabilimenti produttivi in Austria e in Francia, vi è stata poi la costituzione di aziende commerciali in Portogallo e in Spagna ed infine la definizione di accordi commerciali con distributori in Germania, Inghilterra, Stati Uniti e in Australia. In questi anni, inoltre, viene portata a termine l'acquisizione di **Cofiroasters**, società svizzera che opera nel trading di caffè verde.

A questo periodo, infine, risalgono anche le prime caffetterie a marchio Segafredo Zanetti espresso, gestite prevalentemente in franchising.

Nella prima parte degli anni '90 prosegue la strategia di crescita del Gruppo e l'espansione europea e internazionale con l'acquisizione della società olandese **TikTak**, della finlandese **Meira**, tra le principali società di caffè in Finlandia (con il noto marchio Kulta Katriina).

Il processo di internalizzazione si spinge poi oltre i confini europei con l'acquisizione della società **Café Nova Suissa** in Brasile, e di un distributore australiano.

Continua l'affermazione globale del Gruppo, grazie all'acquisizione di quattro storici brand americani: **Chock Full o'Nuts**, **MJB**, **Hills Bros** e **Chase and Sanborn** e del moderno stabilimento di torrefazione a Suffolk in Virginia.

Prosegue, inoltre, il processo di espansione commerciale in Nord America con l'acquisizione di **Kauai Coffee** che gestisce, tra l'altro, il business relativo alla coltivazione di caffè verde in una delle più grandi e produttive coltivazioni delle Hawaii. MZB diviene inoltre proprietaria di un ramo di azienda comprendente uno stabilimento di torrefazione a **Moonachie** in New Jersey.

Nel 2014, MZB acquista il Gruppo Boncafé che opera in Asia e Medio Oriente. È in questo assetto che, nel 2015, Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. procede alla **quotazione in Borsa**. Tra il 2015 ed il 2018 vengono portate a termine le acquisizioni di **Nutricafés S.A.** che, in seguito alla fusione con Segafredo Zanetti Portugal, diventa MZB Iberia. Il Gruppo continua inoltre ad effettuare investimenti in partecipazioni di società in mercati strategici e in espansione quali **Club Coffee** in Canada, **Tru Blue** in Australia e PT Caswells in Indonesia.

Nel corso del 2019 sono state acquisite tre nuove società: **The Bean Alliance** (Australia), **Café Pacaembu Ltda** (Brasile) e, attraverso la controllata Massimo Zanetti Iberia, **Cafés Nandi SA** (Portogallo).

Nel corso del 2020, è stata perfezionata la fusione per incorporazione di Cafè Pacaembu Ltda in Segafredo Zanetti Brasil Comercial e Distribudora de Cafè S.A., ora **Massimo Zanetti Beverage Brasil**.

Massimo Zanetti

MASSIMO ZANETTI
BEVERAGE GROUP



APAC

BONCAFÉ



EUROPE



AMERICAS



LA SAN MARCO: UNA STORIA CENTENARIA

Nel 2020 La San Marco ha celebrato i suoi primi cent'anni di storia.

La San Marco, azienda di Gradisca d'Isonzo (GO), ha contribuito ad esportare in tutto il mondo la grande tradizione dell'espresso italiano e oggi si posiziona ai vertici dei costruttori mondiali di macchine per caffè. Le macchine professionali La San Marco vengono apprezzate per l'alta affidabilità, il design e la qualità del prodotto in tazza.

Per celebrare questo importante traguardo, l'azienda ha presentato D., il nuovo modello elettronico di alta gamma dedicato ai professionisti del caffè.

Sviluppata all'interno del reparto R&D di La San Marco, D. rappresenta il culmine dell'espressione stilistica e tecnica del marchio giuliano e, grazie alle sue funzionalità avanzate, ambisce

a diventare il nuovo punto di riferimento per l'estrazione elettronica professionale. La grande novità è data dalla possibilità di scegliere profili di temperatura e di pressione personalizzati durante tutte le fasi di estrazione del caffè.

Grazie a soluzioni di efficientamento energetico implementate in fase di progettazione, la nuova D. La San Marco consente anche di ottenere, a parità di condizioni operative, una diminuzione del 35% dell'energia consumata rispetto agli altri modelli elettronici meno sofisticati.



L'IMPEGNO ALLA SOSTENIBILITÀ

Il **processo di rendicontazione** delle attività svolte in ambito **sostenibilità di Massimo Zanetti Beverage Group** è iniziato nel **2017**, con la pubblicazione della prima Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario.

Attraverso i Bilanci di Sostenibilità, il Gruppo ha potuto consolidare il proprio **impegno per la sostenibilità** e **rendere nota** a tutti gli **stakeholder** l'attenzione posta a questi aspetti.

A partire dal 2019 il Gruppo ha consolidato e formalizzato il proprio impegno sulla sostenibilità redigendo e pubblicando anche tre nuove **politiche** relative a tematiche prioritarie per il business, quali l'**approvvigionamento sostenibile**, la **qualità di prodotto e processo** e la **responsabilità ambientale**.

A novembre 2020 il Bilancio di sostenibilità di Massimo Zanetti Beverage Group è stato selezionato da un gruppo di 250 consumatori attenti agli obiettivi di sviluppo sostenibile ed è stato inserito nell'indice "**Future Respect 2020**", **tra le aziende che hanno**

meglio illustrato la propria governance sostenibile, facilitando scelte consapevoli da parte dei consumatori.



MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP PRESENTA SEGAFREDO STORIA

UN PRODOTTO RIVOLUZIONARIO CHE GARANTISCE TRASPARENZA AL CONSUMATORE ATTRAVERSO LA TECNOLOGIA BLOCKCHAIN

Nel 2020, anno segnato pesantemente dagli effetti della pandemia, il Gruppo Massimo Zanetti Beverage ha ideato **Segafredo Storia**, una novità rivoluzionaria nell'ambito della sostenibilità e della trasparenza.

Segafredo Storia è un caffè mono-origine 100% arabica, totalmente trasparente e tracciabile grazie alla tecnologia blockchain, in grado di svelare al consumatore la storia che si cela dietro ogni tazzina.

Inquadrando un QR Code sulla confezione di caffè Segafredo Storia, il consumatore potrà conoscere l'intera storia del prodotto, mappando il percorso del caffè dal luogo della coltivazione fino alla tazzina, grazie a una piattaforma progettata per fornire la tracciabilità assoluta di tutti i passaggi.

Tale sistema, inoltre, ha la capacità intrinseca di certificare la provenienza dei dati: un registro che garantisce una condivisione immutabile di tutte le transazioni che avvengono sulla filiera, permettendo al consumatore finale di avere la totale visibilità della storia del prodotto.

Attraverso Segafredo Storia, il consumatore avrà la possibilità di conoscere la storia degli agricoltori e della terra da cui proviene il caffè che hanno scelto di gustare, e di scoprire i luoghi coinvolti nella nascita e nello sviluppo della bevanda.



TRACE THE COFFEE STORY

TRANSPARENT & TRACEABLE.
WITH BLOCKCHAIN SYSTEM. YOU CAN
DISCOVER LIVES BEHIND OUR AMAZING
COFFEE FROM HONDURAS 100% ARABICA.



LA TECNOLOGIA A GARANZIA DEI NOSTRI VALORI

Blockchain è una tecnologia che consente transazioni sicure e certificate. È un registro in cui ogni fase di lavorazione riceve una marcatura digitale univoca e immutabile garantendo la totale tracciabilità della filiera. Le informazioni inoltre sono codificate e distribuite a livello globale, facilitando una condivisione sicura delle informazioni.

L'applicazione della Blockchain alla filiera del caffè è il modo più sicuro per garantire la trasparenza e la coerenza delle informazioni fornite al consumatore.



4. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS

4.1 La Corporate Governance

In data 29 settembre 2020, MZB Holding S.p.A., società controllata da Massimo Zanetti attraverso MZ Industries S.A. ha promosso un'offerta pubblica di acquisto volontaria totalitaria finalizzata al delisting di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. Il delisting è avvenuto in data 15 febbraio 2021, a seguito del provvedimento n. 8732 dell'8 febbraio 2021 di Borsa Italiana. Il modello di governance della Società è stato, fino al delisting, in linea con i criteri e i principi applicativi formulati dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana S.p.A. (il "Codice di Autodisciplina") e alle disposizioni normative che regolano le società quotate italiane, secondo le *best practice* di *corporate governance* internazionale.

La Società ha adottato un modello di amministrazione e controllo di tipo tradizionale, caratterizzato dalla presenza di un organo di gestione, il Consiglio di Amministrazione, e uno di controllo, rappresentato dal Collegio Sindacale.

Il Consiglio di Amministrazione di MZBG riveste un ruolo centrale nella guida e nella gestione della Società e del Gruppo. Oltre alle attribuzioni ad esso spettanti ai sensi di legge e dello Statuto, al Consiglio di Amministrazione è riservata in via esclusiva la competenza in relazione alle decisioni più importanti sotto il profilo economico e strategico e in termini di incidenza strutturale sulla gestione, ovvero funzionali all'esercizio dell'attività di monitoraggio e di indirizzo della Società e del Gruppo.

All'interno del Consiglio di Amministrazione, sono stati costituiti il Comitato per le Nomine e la Remunerazione ed il Comitato

Controllo e Rischi, tutti con funzioni propositive e consultive in adesione alle raccomandazioni del Codice di Autodisciplina. All'interno del Consiglio è stato altresì istituito un comitato per le operazioni con parti correlate (il "**Comitato Parti Correlate**").

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione ed in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo funzionamento.

La revisione legale dei bilanci di esercizio e consolidati per gli esercizi con chiusura compresa tra il 31 dicembre 2015 al 31 dicembre 2023 nonché la revisione limitata del bilancio consolidato abbreviato semestrale per i periodi con chiusura compresa tra il 30 giugno 2015 ed il 30 giugno 2023 è stata affidata alla società di revisione PricewaterhouseCoopers S.p.A.

MZBG, in qualità di società capogruppo, svolge attività di direzione delle strategie aziendali e di gruppo ed esercita attività di direzione e coordinamento ai sensi degli artt. 2497 e seguenti del Codice Civile sulle società italiane appartenenti al Gruppo dalla stessa controllate.

Il Consiglio di Amministrazione di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A., al fine di assicurare condizioni di correttezza, efficienza e trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, a tutela della propria posizione e immagine e delle aspettative di tutti i portatori di interesse, ha provveduto - dopo aver verificato la rispondenza dei principi comportamentali, della struttura organizzativa e delle procedure già adottate con le finalità previste dal Decreto 231 - ad adottare ed attuare un proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo (di seguito

"**Modello**" o "**Modello organizzativo**") ed istituire un Organismo di Vigilanza ex Decreto 231, deputato a vigilare sull'osservanza, il funzionamento e l'aggiornamento del Modello. Inoltre, le Società Segafredo Zanetti S.p.A., Segafredo Zanetti Coffee System e La San Marco S.p.A. hanno adottato dei modelli organizzativi con caratteristiche analoghe a quello adottato dalla Capogruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. – con riferimento all'informativa richiesta dall'art. 10 comma 1 del D. Lgs. 254/16 in materia di diversità degli organi di amministrazione, gestione e controllo – si compone di 9 persone, di cui 4 donne e 5 uomini come dettagliato nella tabella seguente. La società rispetta la normativa in tema di equilibrio di genere negli organi di amministrazione e controllo.

Composizione del CdA della Capogruppo					
Genere	Fascia d'età	Unità di misura	2018	2019	2020
Uomini	Tra 30 e 50 anni	n.	2	2	2
	Over 50 anni	n.	3	3	3
Totale Uomini		n.	5	5	5
Donne	Tra 30 e 50 anni	n.	3	3	3
	Over 50 anni	n.	1	1	2
Totale Donne		n.	4	4	4
TOTALE		n.	9	9	9

Il sistema dei controlli preventivi di reati dolosi o colposi poggia sul modello organizzativo adottato ai sensi del Decreto 231/2001. Tale modello prevede la messa in atto dei seguenti elementi che sono ad oggi adottati dal Gruppo: il Codice Etico, una struttura organizzativa formalizzata e coerente con le attività svolte, delle attività formative e di addestramento per migliorare le competenze dei collaboratori, una gestione efficiente del sistema

di controlli interni, un Organismo di Vigilanza indipendente e un sistema sanzionatorio formalizzato.

Ai sensi dell'art 7 del Codice di Autodisciplina il sistema di controllo interno coinvolge, ciascuno per le proprie competenze, il Consiglio di Amministrazione, il Comitato Controllo e Rischi, l'Amministratore SCIGR, il Collegio Sindacale e il Responsabile della funzione di Internal Audit.

All'interno del Consiglio di Amministrazione è costituito il **Comitato Controllo e Rischi**, composto da 3 amministratori indipendenti e con il compito di assistere il Consiglio con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva, nelle valutazioni e nelle decisioni relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi. Inoltre, a tale Comitato sono stati attribuiti poteri, funzioni e responsabilità in materia di sostenibilità.

L'**Amministratore SCIGR**, incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, ha tra le altre incombenze il compito di curare l'identificazione dei principali rischi aziendali, tenendo conto delle caratteristiche delle attività svolte dall'emittente e dalle sue controllate e dare esecuzione alle linee di indirizzo definite dal Consiglio di Amministrazione.

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione ed in particolare sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla società e sul suo funzionamento. La revisione legale dei bilanci di esercizio e consolidati è affidata alla società di revisione PricewaterhouseCoopers S.p.A., ai sensi del D.lgs. 39/2010.

Considerata la complessità delle attività gestionali e tenuto conto che l'assunzione di rischio rappresenta una componente fondamentale e imprescindibile dell'attività dell'impresa, il Consiglio di Amministrazione, in data 5 febbraio 2021, ha approvato il documento "**Risk Assessment 2021**" che identifica i principali rischi aziendali e descrive i controlli e le attività poste a presidio di ciascun rischio, nonché la valutazione di ciascuno di essi (processo di *Risk Management*). Il Risk Assessment è stato predisposto prendendo in considerazione anche i rischi incorsi dalla società in ambito non-finanziario, che sono illustrati nella tabella e nel paragrafo sottostante.



La gestione dei rischi del Gruppo si basa sui criteri COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Tradeway Commission)

Figura 1 - Il modello di identificazione e gestione dei rischi di MZBG

I rischi non finanziari e la loro gestione

Temati materiali	Ambito D. Lgs. 254/2016	Tipologia di rischio	Rischio
Packaging e innovazione sostenibile	Aspetti ambientali	Strategici e di business	<ul style="list-style-type: none"> - Mancata capacità di percepire e seguire nuove tendenze di mercato dettate dall'introduzione di prodotti derivati dal caffè (i.e. caffè porzionato monodose, bevande al gusto di caffè, prodotti compostabili, ecc.) e di nuove tecnologie applicabili al caffè (i.e. macchine da caffè B2C) - Mancata risposta all'evoluzione normativa in materia di packaging e alle richieste del consumatore su questo tema
Efficienza energetica e cambiamento climatico	Aspetti ambientali		<ul style="list-style-type: none"> - Mancata osservanza dei requisiti ambientali richiesti dai clienti e dai consumatori - Rischio legato al cambiamento climatico e sue conseguenze in termini di approvvigionamento (malattie delle piante, perdita di biodiversità, alluvioni, nonché altri eventi capaci di causare l'interruzione della catena di fornitura)
Gestione responsabile dei rifiuti ed economia circolare	Aspetti ambientali	Compliance legislativa / reputazionale /strategici e di business	<ul style="list-style-type: none"> - Mancato rispetto della legislazione ambientale italiana/europea al di fuori dell'EU
Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti	Aspetti sociali	Strategici e di business	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizzo di fornitori che fanno uso di lavoratori non in regola - Mancato possesso di certificazioni sociali/di filiera richieste dal mercato - Rischio legato alla sicurezza del contesto geopolitico e percezione della sicurezza sociale (es. attacchi terroristici) con riferimento alla continuità della catena di fornitura - Potenziali interruzioni operative legate alla consegna del caffè crudo da parte dei fornitori e al rispetto degli standard qualitativi, quantitativi e di timing richiesti
Qualità e sicurezza del prodotto	Aspetti sociali	Compliance legislativa	<ul style="list-style-type: none"> - Mancato rispetto degli adempimenti previsti in materia di certificazioni obbligatorie di prodotto (es. marcatura CE) - Mancato rispetto degli adempimenti previsti per il settore food sui processi di produzione e/o degli standard qualitativi richiesti dai clienti in materia di sicurezza alimentare (HACCP, Fair Trade, ecc.) - Mancato rispetto di adempimenti specifici previsti a livello di singolo Paese - Utilizzo di materie prime contaminate/non sicure per il consumatore.
Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori	Aspetti sociali	Compliance legislativa	<ul style="list-style-type: none"> - Violazione della privacy dei dati dei clienti/perdita di dati.
Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore	Diritti umani	Compliance legislativa/ operativo e reputazionale	<ul style="list-style-type: none"> - Violazione dei diritti umani delle comunità locali da cui il Gruppo si approvvigiona (es. lavoro minorile, lavoro forzato, diritto alla terra per le popolazioni indigene). - Violazione dei diritti umani da parte dei fornitori di materia prima (es. lavoro minorile, lavoro forzato, diritto alla terra per le popolazioni indigene). - Potenziale utilizzo di fornitori che fanno uso di lavoratori non in regola

Temi materiali	Ambito D. Lgs. 254/2016	Tipologia di rischio	Rischio
Compliance, etica e integrità	Lotta alla corruzione	Operativo e reputazionale	<ul style="list-style-type: none"> - Competizione scorretta sul mercato/ comportamenti monopolistici - Multe/sanzioni significative - Rischio legato a un atteggiamento del management non in linea con i principi etico comportamentali. - Rischio legato all'eventualità che i dipendenti e/o gli agenti possano attivare pratiche commerciali scorrette verso terze parti (i.e. corruzione attiva) - Rischio legato all'eventualità che i dipendenti possano essere corrotti da parte dei fornitori (corruzione passiva) - Alcune società del Gruppo operano in Paesi che comportano un elevato rischio ambientale legato alla corruzione
		Compliance legislativa	<ul style="list-style-type: none"> - Rischio legato all'assenza di regole e presidi per la gestione e il controllo delle attività e performance dell'organizzazione (es. in riferimento all'adeguatezza del MOG 231) - Rischio legato alla mancata osservanza di normative e regolamenti in tema di market abuse (es. individuazione e comunicazione alle persone che hanno accesso ad informazioni privilegiate)
Diversità e pari opportunità	Gestione del personale	Compliance legislativa	<ul style="list-style-type: none"> - Rischio legato al mancato rispetto CCNL / ex statuto dei lavoratori / altra normativa sul diritto del lavoro (es. contributi, lavoro minorile) - Rischio legato al mancato rispetto della variazione normativa sulla disciplina dei contratti di lavoro
		Operativo e reputazionale	<ul style="list-style-type: none"> - Rischio di insoddisfazione del personale legato a divergenze salariali (uomo/donna, rispetto ai competitor, rispetto al contesto geografico, etc.). - Rischio legato ad una carente percezione e conseguentemente tutela delle necessità dei gruppi meno rappresentati (es. donne, altri gruppi vulnerabili)
Salute e sicurezza sul lavoro	Gestione del personale	Compliance legislativa	<ul style="list-style-type: none"> - Rischio legato alla salute e sicurezza dei lavoratori (presidi di sicurezza – DPI, antincendio, ecc.- e condizioni di lavoro adeguate rispetto ai rischi specifici, schede di sicurezza, servizi sanitari dei Paesi in cui sono presenti le sedi lavorative del Gruppo)
Benessere professionale e retention	Gestione del personale	Strategici e di business	<ul style="list-style-type: none"> - Rischio legato al turnover e perdita di personale - Rischio legato alla protezione del know how aziendale in seguito a uscite volontarie - Rischio legato al turnover scarso / invecchiamento della popolazione aziendale - Rischio legato alla difficoltà nelle assunzioni - Rischio legato alla difficoltà di gestire eventuali cambiamenti "tecnologici" (introduzione di nuove tecnologie) e di gestire il cambiamento - Rischio di non idoneità del modello di remunerazione nell'incentivare il raggiungimento degli obiettivi aziendali definiti nel piano strategico da parte del personale - Rischio legato alla non adeguatezza dell'Organigramma Aziendale e/o all'inefficienza rispetto alle esigenze operative e regolamentari (descrizione dei ruoli e responsabilità attesi vs. adeguatezza CV delle posizioni coperte)

La gestione dei rischi non finanziari di MZBG è oggi in buona parte affidata alle singole società del Gruppo, che – sulla base di linee guida strategico-gestionali definite dai vertici aziendali – agiscono in autonomia, in linea con il modello operativo che da sempre contraddistingue l'operato di Massimo Zanetti Beverage Group.

In accordo con questo approccio, come descritto al capitolo *“Il nostro approccio alla sostenibilità: The sustainable blend”* già dal 2018, MZBG ha deciso di rafforzare il presidio centrale sui temi non finanziari a partire da una attività di analisi dei processi interni.

Tale processo ha portato all'approfondimento delle modalità di gestione dei temi non finanziari presso le cinque maggiori società del Gruppo e ha permesso di definire un insieme di politiche, poi approvate dal CdA a fine 2019.

Tali politiche pongono le basi per una strategia organica e strutturata degli approvvigionamenti responsabili, della mitigazione degli impatti ambientali e della qualità dei prodotti e dei processi. L'adesione a tali politiche è in corso in tutte le società del Gruppo.

Oltre ad adottare tali politiche, le singole società agiscono nel rispetto della normativa locale vigente, implementando strumenti idonei alla copertura e alla mitigazione dei potenziali rischi di business e dei relativi impatti. Le modalità con le quali le Società gestiscono tali aspetti sono approfonditi all'interno del rispettivo capitolo (Persone, I prodotti e i clienti, La catena del valore e Ambiente).

A titolo d'esempio, con riferimento agli **aspetti ambientali**, alcune aziende (come La San Marco, Meira, Café Montaña, Segafredo Zanetti Italia, Segafredo Zanetti Poland, Massimo Zanetti Beverage Vietnam, Boncafé Thailand e Segafredo Zanetti Francia) hanno implementato un sistema di politiche, procedure o sistemi di gestione

ambientali mirati e definito specifici target e iniziative con l'obiettivo di ridurre gli impatti ambientali.

Ad esempio, **Café Montaña** – la seconda torrefazione della Costa Rica – si è posta l'**obiettivo di raggiungere la carbon neutrality** entro il 2021, poi posticipato al 2022 a causa della situazione pandemica che ha caratterizzato il 2020. Mentre, **Meira** si è impegnata ad **azzerare le emissioni di CO₂ entro il 2030**, in linea con la strategia nazionale finlandese di raggiungere la **Carbon Neutrality entro il 2035**.

I rischi in relazione alla qualità e alla sicurezza alimentare, invece, sono gestiti attraverso appositi **sistemi di gestione qualità**. In questo contesto, Segafredo Zanetti Francia, Segafredo Zanetti Italia, Meira, Massimo Zanetti Beverage Iberia, Boncafé International, Segafredo Zanetti Brazil, Café Montaña e Tik Tak sono certificate secondo lo standard ISO 9001. Massimo Zanetti Beverage USA, la principale azienda del Gruppo per volumi di produzione, ha redatto invece un apposito manuale aziendale per la qualità dei propri prodotti. Inoltre, diverse società del Gruppo sono certificate in accordo a riconosciuti standard internazionali di sicurezza alimentare.

Con riferimento alla gestione **degli approvvigionamenti**, (cfr. capitolo *La catena del valore*), infine, le società del Gruppo definiscono modalità di selezione e gestione dei fornitori, sulla base di criteri di qualità, economicità e rispetto delle normative. Nel caso delle società più strutturate, le pratiche di selezione dei fornitori possono considerare anche criteri di qualifica in relazione a temi sociali ed ambientali, come accade per Segafredo Zanetti Brazil, Café Montaña, Boncafé Middle East, Boncafé Thailand, Brodies, Meira, Segafredo Zanetti Francia e Segafredo Zanetti Poland. Massimo Zanetti Beverage USA ha redatto una procedura acquisti che prevede una piena conformità agli standard qualitativi definiti a livello governativo negli Stati Uniti.

Tutte le società del Gruppo, inoltre, si impegnano nell'acquisto di caffè certificato secondo i più elevati e riconosciuti Standard di prodotto, come UTZ, Rainforest Alliance, Fair Trade e certificazioni "Biologico" o "Organic". Nel 2020, le società del Gruppo MZB hanno acquistato una percentuale crescente di **materia prima certificata** rispetto agli anni precedenti: oggi circa il **18% del caffè verde complessivamente acquistato è certificato, in aumento di circa il 17%** rispetto alla quota di caffè certificato acquistata nel 2019.

Per quanto riguarda gli aspetti relativi alla **gestione delle persone**, sono numerosi gli strumenti implementati dalle diverse società del Gruppo a presidio dei rischi identificati.

Alcune aziende hanno implementato **modelli di valutazione delle performance basate su target annuali, e qualora applicabili, anche relativi a tematiche di sostenibilità** (Meira, Segafredo Zanetti Brazil, Café Montaña, Massimo Zanetti Beverage Deutschland, Boncafé Middle East, Massimo Zanetti Beverage Japan, Boncafé Thailand, Segafredo Zanetti Poland e Boncafé Malaysia).

Altre società, come ad esempio Boncafé International, hanno adottato un **manuale per la gestione delle risorse umane** che regola diversi aspetti della vita lavorativa quali l'assunzione, la relazione e la comunicazione con i dipendenti, lo sviluppo professionale e la formazione.

Inoltre, in alcune società come Meira, Segafredo Zanetti Brazil, Boncafé Middle East, MZB Iberia, Segafredo Zanetti Austria, Segafredo Zanetti Japan, Boncafé Thailand e Tik Tak, vengono condotte **indagini di clima aziendale** che aiutano a migliorare le relazioni con i dipendenti e mantenere un dialogo costante con gli stessi.

Massimo Zanetti Beverage USA ha redatto una politica sulla promozione delle pari opportunità, mentre Segafredo Zanetti Francia ha sottoscritto la Charte de la Diversité a favore della promozione di tutte le forme di diversità.

A presidio dei rischi relativi alla salute e sicurezza dei dipendenti, oltre al rispetto di tutte le normative nazionali vigenti, diverse società hanno implementato specifiche politiche e procedure, come Massimo Zanetti Beverage USA, Segafredo Zanetti Italia e Meira.

Infine, come descritto nel paragrafo *Etica e compliance*, il **Codice Etico** di Gruppo costituisce l'elemento essenziale del sistema di controllo interno di Massimo Zanetti Beverage Group e di tutte le società controllate. MZBG e le controllate italiane Segafredo Zanetti Italia, Segafredo Zanetti Coffee System e La San Marco hanno adottato il proprio **Modello di organizzazione e gestione 231/2001** e hanno nominato appositi **Organi di Vigilanza**.

La prevenzione della corruzione e il rispetto dell'etica e integrità di business è normato, oltre che dal Codice Etico di Gruppo, anche all'interno delle singole aziende da apposite procedure (come nel caso di Café Montaña e Boncafé Malaysia), da risk assessment dedicati (Brodies) o clausole specifiche all'interno dei risk assessment (Puccino's), da audit interni condotti dalla funzione Internal Audit di Gruppo o dalla supervisione di appositi organi, come l'Ethics Committee di Café Montaña. Inoltre, il rischio di corruzione è gestito attraverso dedicate attività di formazione e sensibilizzazione, limitando il potere assegnato a singoli soggetti e attraverso un sistema di Segregazione delle funzioni.

4.2 Etica e compliance

Etica, conformità alla normativa vigente e lotta alla corruzione attiva e passiva rappresentano alcuni dei valori chiave sui quali il Gruppo – a partire dal Codice Etico – ha improntato la conduzione del proprio business e la gestione delle relazioni con tutti gli *stakeholder*: azionisti, comunità finanziaria, clienti, consumatori, fornitori, *business partner*, comunità, dipendenti e istituzioni.

Il Codice Etico costituisce un elemento essenziale del sistema di controllo interno e il suo rispetto consente al Gruppo di prevenire la commissione di irregolarità e illeciti nei Paesi in cui opera. L'adozione di determinati principi di comportamento è manifestazione di impegno delle società italiane anche in relazione alla prevenzione dei reati di cui al Decreto legislativo 8 giugno 2001 n. 231. Il Codice Etico si applica agli organi sociali, agli amministratori, ai dirigenti, ai dipendenti, ai revisori, ai sindaci, agli agenti, ai collaboratori nonché a tutti coloro che operano in maniera rilevante e continuativa per conto, nel nome o nell'interesse del Gruppo.

I principi e valori espressi dal Codice Etico riguardano la legalità, la responsabilità, l'onestà e la correttezza, la trasparenza, l'integrità, l'affidabilità, l'imparzialità, il rispetto, la tutela dell'ambiente e della sicurezza, la qualità e la responsabilità sociale, intesa come salvaguardia dei diritti umani e promozione del benessere delle comunità. Questi valori devono ispirare tutte le attività del Gruppo, anche se svolte mediante ricorso a fornitori, distributori, consulenti, appaltatori o sub-appaltatori o attraverso partner commerciali,

consorzi, joint venture. Questi attori infatti sono invitati a promuovere le previsioni del Codice Etico negli ambiti di rispettiva competenza.

Anche al fine di garantire il rispetto di quanto previsto nel Codice Etico, la Capogruppo ha al suo interno la funzione di Internal Audit, che annualmente svolge audit su tutte le Società del Gruppo. Inoltre, alcune società, come ad esempio Café Montaña, hanno a loro volta una funzione di Internal Audit, ad ulteriore presidio di tali aspetti.

4.3 Rispetto della normativa fiscale

Uno dei principi e valori fondamentali accettati e condivisi da MZBG risiede nel rispetto di tutte le leggi, i regolamenti, i provvedimenti amministrativi ed in generale le disposizioni normative applicabili nei Paesi in cui opera, ivi incluse le disposizioni in materia fiscale.

È quindi massima priorità del Gruppo rispettare le leggi e le disposizioni applicabili per prevenire la commissione di irregolarità ovvero illeciti nei mercati e nelle giurisdizioni in cui opera. In merito si rinvia a quanto indicato anche nel Codice Etico del Gruppo¹.

Tali principi e gli aspetti di legittimità fiscale sono presi in considerazione in tutte le azioni e decisioni aziendali.

Coerentemente, le imposte sul reddito (correnti e differite) sono determinate in ciascun Paese in cui il Gruppo opera secondo una prudente interpretazione delle normative fiscali vigenti. Questo processo comporta talvolta complesse stime nella determinazione del reddito imponibile e delle differenze temporanee deducibili e

¹ Codice Etico, MZB Group, disponibile al link Massimo Zanetti Beverage Group - Codice Etico (mzb-group.com). In particolare, si veda quanto indicato ai paragrafi 1.2, 3, 4.2 e 4.3.

imponibili tra valori contabili e fiscali. In particolare, le attività per imposte anticipate sono riconosciute nella misura in cui è probabile che sia disponibile un reddito imponibile futuro a fronte del quale possano essere recuperate.

La valutazione della recuperabilità delle attività per imposte anticipate, rilevate in relazione sia alle perdite fiscali utilizzabili in esercizi successivi sia alle differenze temporanee deducibili, tiene conto della stima dei redditi imponibili futuri e si basa su una prudente pianificazione fiscale².

Si precisa che la scelta dei Paesi in cui il Gruppo opera è guidata da valutazioni di business e non da motivi fiscali. I rapporti infragruppo sono regolati, ai fini fiscali, in base al principio di libera concorrenza, come enunciato in ambito OCSE.

MZB promuove una cultura aziendale improntata al rispetto della normativa tributaria, assicurandone la completezza e l'affidabilità nonché la conoscibilità a tutti i livelli aziendali al fine di instaurare e mantenere un rapporto collaborativo, chiaro e trasparente con l'Amministrazione finanziaria.

La trasparenza rappresenta uno dei principi e valori ritenuti fondamentali, accettati e condivisi da MZB. Il Gruppo intende informare, in modo chiaro e trasparente, i portatori di interesse (c.d. stakeholders) in relazione alla propria situazione ed al proprio andamento economico e gestionale, senza favorire alcun gruppo d'interesse o singolo individuo.

Le preoccupazioni degli stakeholder sono affrontate come parte della regolare comunicazione con i soggetti portatori di interesse, ad

esempio nelle assemblee e nelle relazioni pubblicate nel sito del Gruppo.

4.4 Il Modello Organizzativo 231

La Società Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha adottato un Modello di organizzazione, gestione e controllo, ai sensi del Decreto 8 giugno 2001, n. 231 sulla responsabilità amministrativa delle società ("**Decreto 231**").

L'adozione del Modello 231 costituisce un valido strumento di sensibilizzazione e guida per tutti coloro che operano in nome e per conto della Società, affinché seguano, nell'espletamento della propria attività, comportamenti corretti e chiari, tali da prevenire il rischio di commissione dei reati previsti dal Decreto 231, tra i quali anche i reati corruttivi. I principi del Modello intendono a) determinare la piena consapevolezza, nel potenziale autore del reato, di commettere un illecito e b) consentire alla Società Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A., grazie ad un monitoraggio costante dell'attività, di prevenire o di reagire tempestivamente per impedire la commissione di illeciti.

La parte speciale del Modello 231 prevede, tra gli altri, una sezione dedicata ai reati contro la pubblica amministrazione e una sezione dedicata ai reati di corruzione tra privati e istigazione alla corruzione tra privati. Tali sezioni offrono una breve panoramica dei reati corruttivi che la Società intende prevenire, e individuano le funzioni aziendali "sensibili", i processi a rischio e c.d. "strumentali", le regole di comportamento (DOs & DONT's) e i presidi di controllo preventivo.

² Per ulteriori approfondimenti si rimanda a quanto indicato all'interno della Relazione finanziaria annuale di MZBG

Il 09 novembre 2020 è stata approvata la settima revisione del Modello Organizzativo 231. L'ultimo aggiornamento si è reso necessario principalmente al fine di riflettere l'entrata in vigore del Decreto Legislativo 14 luglio 2020, n. 75 di attuazione della Direttiva (UE) 2017/1371, relativa alla lotta contro la frode che lede gli interessi finanziari dell'Unione mediante il diritto penale (c.d. Direttiva PIF).

Le controllate italiane Segafredo Zanetti Italia S.p.A., Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A. e La San Marco S.p.A. hanno adottato un proprio Modello organizzativo ai sensi del Decreto 231/2001 e hanno nominato un Organismo di Vigilanza.

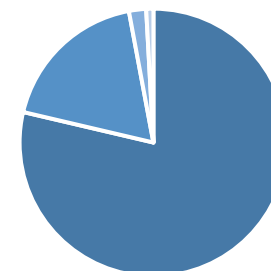
Consapevoli della necessità di dotarsi di politiche e procedure formali per la gestione di aspetti rilevanti per il Gruppo quali ad esempio la prevenzione di abusi di mercato, Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha adottato una procedura interna in materia di Market Abuse, ai sensi del Regolamento (UE) n. 596/2014 e dei relativi regolamenti attuativi consultabile dal sito web del Gruppo. Ai sensi della normativa europea e delle relative disposizioni di attuazione, nonché tenendo conto degli orientamenti emanati in materia dalla European Securities and Markets Authority ("ESMA") e dalla Consob come recepiti nella seconda parte della Procedura Market Abuse, Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha provveduto ad istituire e aggiornare i Registri delle persone che hanno accesso a Informazioni Privilegiate e Rilevanti nello svolgimento di determinati compiti o in virtù di un rapporto di collaborazione professionale con Massimo Zanetti Beverage Group e/o le società da questa controllate.

Nel triennio 2018-2020 non sono stati registrati episodi di non conformità a leggi e regolamenti nelle aree economiche e sociali, ad eccezione di due casi di non compliance socio-economica che hanno determinato delle sanzioni amministrative per Meira OY, prontamente gestita dalla società. [GRI 419-1] Allo stesso modo, non

si registrano nel corso del triennio azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche monopolistiche [GRI 206-1]. Infine, nel corso del 2020, non si sono verificati incidenti di corruzione [GRI 205-3].

4.5 La creazione di valore sostenibile

Nel corso del 2020 Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha registrato un valore economico generato pari a circa 814 milioni di euro. Di questi, il 98% è stato distribuito agli stakeholder del Gruppo, per un importo pari a oltre 800 milioni di euro, dei quali il 18% è stato distribuito ai dipendenti, l'79% ai fornitori di beni e servizi, il 2% ai fornitori di capitale e l'1% alla Pubblica Amministrazione.



- Costi operativi
- Valore distribuito ai dipendenti
- Valore distribuito ai fornitori di capitale
- Valore distribuito alla P.A.

LA PANDEMIA COVID-19

Evento caratterizzante l'anno 2020 è senz'altro l'avvento della pandemia di Covid 19. Per affrontare al meglio l'emergenza sanitaria, ogni società del Gruppo ha definito ed implementato accurati sistemi di gestione interni e protocolli sanitari per garantire la salute e sicurezza dei propri dipendenti e di tutti gli stakeholders. Di seguito vengono approfondite le azioni che sono state intraprese dalle società del Gruppo, le misure preventive che sono state adottate, ed infine l'attuale e futuro impatto che la crisi sanitaria ha avuto sulla gestione del business.

AZIONI INTRAPRESE

Essendo il Gruppo attivo a livello internazionale, ogni società ha accuratamente seguito tutte le normative ed indicazioni emesse dai propri governi nazionali e dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS). Inoltre, la maggior parte delle società ha definito delle policy, dei piani informativi e dei protocolli interni per permettere di gestire l'attività in totale sicurezza. Questi documenti sono stati periodicamente aggiornati e comunicati al personale, a garanzia del fatto che tutti i membri fossero al corrente delle norme di comportamento da seguire. In parallelo, molte società del Gruppo hanno stabilito delle Commissioni interne o Team multidisciplinari responsabili di definire, comunicare e controllare il corretto funzionamento dei protocolli sanitari e dell'organizzazione del personale. Infine, sono state definite le procedure da seguire nel caso di sospetto contagio o dell'insorgere di sintomi, indicando di non recarsi al lavoro in tali

situazioni ed offrendo gratuitamente la possibilità di sottoporsi ad un Test di controllo, oltre alla possibilità, in alcuni casi, di poter usufruire di un'assicurazione sanitaria.

MISURE PREVENTIVE ADOTTATE

Per contenere la diffusione del contagio, le società si sono dotate dei dispositivi di protezione necessari, nel rispetto di quanto indicato dai protocolli sanitari. In particolare, tutte le società hanno messo a disposizione del proprio personale:

- Dispositivi di protezione individuale (mascherine, visiere protettive e guanti);
- Gel igienizzante;
- Scanner della temperatura corporea.

Inoltre, sono state definite segnaletiche e divisori per permettere il mantenimento della distanza di sicurezza durante lo svolgimento delle attività lavorative. Al fine di garantire un ambiente di lavoro sicuro, sono state anche eseguite delle sanificazioni, e l'ambiente è stato mantenuto il più ventilato possibile per evitare stagnazioni d'aria.

Dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro, il lavoro "a distanza" è stata la modalità di lavoro principale con la conseguente riduzione degli incontri lavorativi, che sono stati tenuti in forma virtuale tramite diversi strumenti di comunicazione. Nei casi in cui è stato necessario svolgere degli incontri di persona, l'uso della mascherina è stato considerato obbligatorio ed i visitatori esterni alle società hanno dovuto compilare un modulo di autocertificazione, in cui dichiaravano di non aver sintomi sospetti e di non essere entrati in contatto con persone positive.

Infine, nei casi in cui il "lavoro a distanza" non era perseguibile, molte società hanno riorganizzato lo staff operante nei siti produttivi suddividendolo in diversi gruppi di lavoro su più turni al fine di limitare l'eventuale diffusione del virus.

IMPATTO SUL BUSINESS

In generale, la crisi sanitaria ha avuto un impatto negativo sulla crescita del business che ha registrato in molti casi una riduzione del 50% delle vendite. Questa flessione è dovuta in larga parte alle restrizioni imposte sul settore HoReCa e sul turismo, provocando una forte riduzione dei flussi commerciali.

Allo stesso tempo, le società del Gruppo hanno saputo riadattarsi e hanno sperimentato nuove forme di lavoro che si sono rivelate in alcuni casi molto efficienti e che potranno essere mantenute anche in futuro. Inoltre, si sono aperte opportunità uniche per innovarsi e puntare su nuovi canali di vendita online, che in questo periodo sono stati il focus per la maggior parte delle società. Un esempio è il nuovo negozio online di Segafredo Zanetti Poland: ALLEGRO.

La ripresa economica ai livelli di vendita prima dell'emergenza sanitaria sarà in molti casi possibile solo a partire dal 2022 ma nonostante ciò, questo periodo ha rafforzato la capacità di essere resilienti e dinamici di fronte alle incertezze che condizioneranno il futuro.



5. NOSTRO
APPROCCIO
ALLA
SOSTENIBILITÀ:
“THE
SUSTAINABLE
BLEND”

Per Massimo Zanetti Beverage Group la sostenibilità è trasmettere ogni giorno i principi di rispetto, responsabilità, dedizione e professionalità, dando il via a un circolo virtuoso che genera un impegno condiviso e proattivo.

Per Massimo Zanetti Beverage Group agire responsabilmente attraverso il rispetto di valori di qualità e sostenibilità è parte integrante del proprio business e delle azioni quotidiane delle singole società. Tali principi sono promossi dal Gruppo verso i propri clienti e consumatori, dipendenti e comunità locali in cui MZBG opera, in una logica di restituzione al territorio che da sempre fa parte del DNA e dell'approccio imprenditoriale della società.

Nel corso del 2020 è proseguito il percorso già avviato l'anno precedente che aveva permesso di identificare una Roadmap di sostenibilità, "**The sustainable blend**", per focalizzare tutte le società del Gruppo sui temi non finanziari e costruire risposte comuni in un contesto in costante evoluzione. "The sustainable blend" è impostata su quattro ambiti strategici: responsabilità ambientale, qualità di prodotto e processo, pratiche di approvvigionamento e valorizzazione delle persone.

Nello specifico, durante il 2019, le principali società del Gruppo (Segafredo Zanetti Italia, Segafredo Zanetti Francia, Massimo Zanetti Beverage USA, Meira e Boncafé) hanno condiviso gli indirizzi strategici su temi non finanziari altamente rilevanti per il business e per la società, espressione dei valori e dell'impegno del Gruppo, e hanno formalizzato le seguenti Politiche:

- La **Politica Ambientale** intende definire un approccio comune alla gestione di tematiche ambientali, quali l'approvvigionamento energetico, la riduzione delle emissioni, l'utilizzo efficiente delle risorse naturali e delle materie prime, e la gestione responsabile del fine vita dei prodotti;
- La **Politica della Qualità** promuove l'innovazione e la condivisione di best practice tra le varie società del Gruppo e

definisce un approccio comune per garantire elevati standard di qualità e sicurezza alimentare e la massima soddisfazione del cliente e del consumatore finale;

- La **Politica di Approvvigionamento Responsabile** intende favorire una gestione responsabile delle pratiche di approvvigionamento e degli impatti generati lungo la catena di fornitura e dai vari attori coinvolti.

Nell'ambito della promozione e diffusione di modalità di approvvigionamento responsabile, le principali società del Gruppo hanno inoltre definito alcune iniziative e obiettivi specifici volti a massimizzare e migliorare gli impatti delle singole società e del Gruppo lungo la filiera. Alcune di tali iniziative sono già state pubblicate all'interno di progetti a respiro internazionale come la **Sustainable Coffee Challenge** (SCC).

Il percorso "The sustainable blend" prevede inoltre l'adozione graduale di un approccio di Gruppo alla sostenibilità, a partire dall'implementazione delle politiche sopracitate nelle società del Gruppo.

La fase di implementazione prevede anche l'individuazione, inizialmente da parte delle principali società che hanno partecipato al processo di redazione delle politiche, di linee guida e strumenti *ad hoc* per la gestione comune degli aspetti prioritari inclusi nelle politiche.

SZ Poland, durante il 2020, ha iniziato il cammino che la porterà alla definizione di alcuni obiettivi di sostenibilità da raggiungere entro un tempo prestabilito. Le aree chiave degli obiettivi saranno: limitazione dei rifiuti non riciclabili, miglioramento progressivo della struttura e dei consumi energetici, promozione di una cultura sostenibile all'interno dell'organizzazione.

Inoltre, a novembre 2020, **Tik Tak** ha creato un team di sostenibilità per fissare traguardi e obiettivi relativi alle strategie per il clima e la sostenibilità per i prossimi 10 anni.

Nel corso del 2020, **Meria** ha elaborato e formalmente approvato degli **obiettivi di sostenibilità** da raggiungere entro i prossimi 3 anni e sono stati individuati in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile promossi dalle Nazioni Unite.

La decisione di stabilire degli obiettivi chiari e condivisi deriva dalla convinzione di Meira che "fissare dei target è fondamentale affinché le cose siano fatte".

Le **aree** su cui sono stati posti **degli obiettivi** sono **quattro**:

1. **prodotti e servizi affidabili**
2. **benessere ambientale**
3. **benessere delle persone**
4. **Meira come partner sostenibile.**

Per ciascuna area sono stati individuati dei **KPI** e degli **obiettivi target** da raggiungere **anno dopo anno** fino al 2023. Il raggiungimento di tali primi obiettivi sarà fondamentale per riuscire a diventare **carbon neutral** entro il 2035 e rispettare il piano strategico stabilito dalla città di Helsinki.

A livello ambientale, per esempio, **entro il 2022**, Meira si impegna a **dimezzare le proprie emissioni di gas ad effetto serra**, rispetto al 2018, passando all'uso di sola **energia elettrica prodotta da impianti eolici** e utilizzando **biogas e teleriscaldamento ottenuti da fonti rinnovabili**.

Gli impegni ambiziosi di Meira non sono però finiti: per il 2021 è in programma la determinazione di **Science Based Targets**. Si tratta di target scientifici legati alla riduzione dei gas ad effetto serra, in linea con il limite di incremento del riscaldamento globale, pari a 1,5 gradi, fissato con l'accordo di Parigi del 2015.



Associazioni e membership

Con la consapevolezza che per riuscire a raggiungere risultati significativi, sia a livello economico che in termini di sostenibilità, sono fondamentali la condivisione ed il confronto reciproco, tutte le Società del Gruppo appartengono a vario titolo, a diverse associazioni, *membership* o gruppi di categoria. Di seguito le principali associazioni a cui appartengono alcune società:

Brodies	- UK Tea & Infusions Association - Guild of Fine Food
----------------	--

MZB Iberia	- AICC - Associations of Portuguese coffee roasters
-------------------	---

Boncafé International	- SNEF - Singapore National Employers Federation - SMF - Singapore Manufacturing Federation - SAFEMS - Singapore Association of Food Equipment Manufacturing
------------------------------	--

Cafè Montaña	- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) - Cámara de Tostadores de Costa Rica - Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP)
---------------------	---

Kauai Coffee	- Kauai Chamber of Commerce Kauai Economic Development Board - Hawaii State Board of Agriculture - Hawaii Coffee Growers Association - Hawaii Coffee Association
---------------------	---

La San Marco	- UCIMAC (italian association of the main coffee machines producters)
---------------------	---

MZB Brasil	- ABIC- Brazilian Coffee Industry Association - Flavia Baldin - Member of the Marketig Committee at the ABIC Association - Murilo Halla - Member of the Permanent Quality Committee at Associação ABIC
-------------------	--

SZ Austria	- Kreditschutzverband - MCS Marketing Club - ÖFV Franchise Verband - Industriellenverband - Markenartikelverband
-------------------	--

Meira	- Finnish Food & Drink association - Coffee and Roastery association - Spice association
--------------	--

MZB USA	- National Coffee Association (NCA) - Green Coffee Association (GCA) - Specialty Coffee Association (SCA) - Private Label Manufacturers Association (PLMA)
----------------	---

SZ Poland	- Business Center Club
------------------	------------------------

SZ Deutschland	- German Coffee Association (DKV) - Marketing Club Munich - German Council of Shoppingcenter - FGM (Fördergesellschaft Marketing University Munich)
-----------------------	--

SZEW Japan	- Japan Food Service Association - Italian Chamber of Commerce in Japan - Shinjuku Convention & Visitors Bureau
-------------------	---

The Bean Alliance	- Australian Coffee Rosters Association - Membership
--------------------------	--

5.1 Matrice di materialità

Nel corso del 2020, MZBG ha aggiornato l'analisi di materialità che identifica i temi rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

Nello specifico i temi rilevanti per il Gruppo, in accordo ai GRI Standards sono quei temi che riflettono l'impatto economico, ambientale e sociale significativo dell'organizzazione o che influenzano in modo profondo le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

Grazie ad una desk analysis del contesto di riferimento all'interno del quale il Gruppo opera, che ha tenuto conto anche dell'avvento della pandemia di Covid-19, e al confronto continuativo mantenuto con tutti gli stakeholder, è stato possibile confermare la rilevanza e la significatività dei temi materiali considerati nell'analisi di materialità precedente.

Nella tabella sottostante sono indicati, per ogni tema materiale, una breve descrizione, il capitolo contenente le informazioni sull'argomento e la correlazione rispetto agli ambiti di interesse del D. Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 (di seguito "Decreto"), che recepisce la Direttiva 2014/95/UE sulla rendicontazione non finanziaria.

Da notare come il tema relativo all'utilizzo della risorsa idrica non sia emerso come materiale, seppure esplicitamente richiamato dal D. Lgs. 254. La motivazione è da ritrovarsi nel fatto che le attività dirette del Gruppo non hanno un impatto significativo sul prelievo idrico.

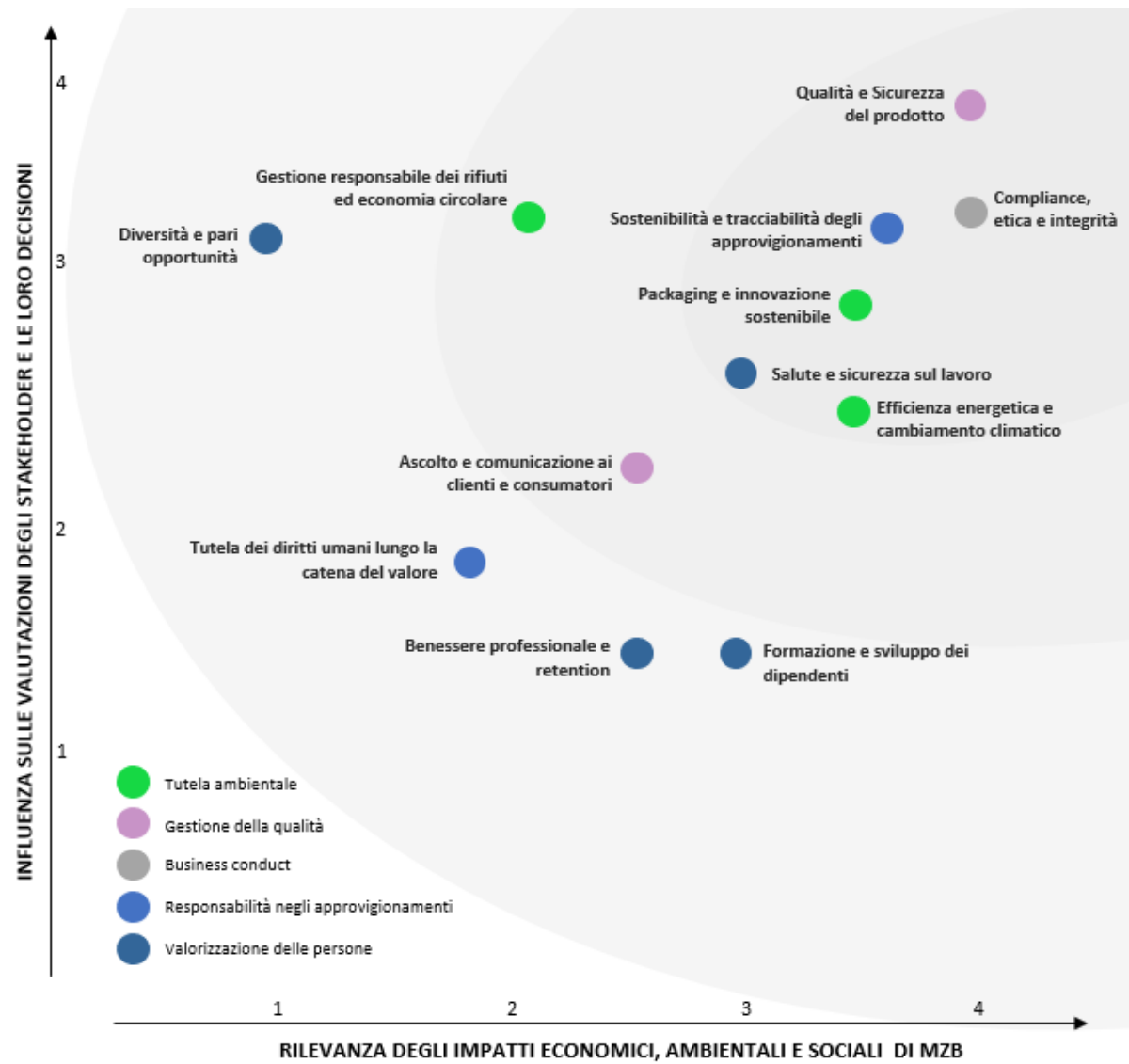
Il dialogo con gli stakeholder

Il dialogo con gli stakeholder è fondamentale per MZBG: ogni anno, le società del Gruppo portano avanti numerose iniziative di ascolto, dialogo e comunicazione con i propri portatori di interesse interni ed esterni. Gli strumenti utilizzati sono molteplici: da iniziative di dialogo mirate, all'interazione attraverso i canali Internet e i servizi cliente (sito web, social media, ecc.).

Gli input ricevuti dai portatori d'interesse sono alla base della definizione di strategie di risposta mirate e sono utilizzati, all'interno del processo di reporting, per indirizzare la rendicontazione verso i temi non finanziari più rilevanti per gli stakeholder attraverso l'analisi di materialità.

Stakeholder del Gruppo	Principali canali di comunicazione
Dipendenti e collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicazione continua secondo differenti modalità (intranet, newsletter, questionari ecc.) - Indagine interna di soddisfazione (per alcune società) - Meeting periodici, incluso quelli in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro
Clienti e consumatori	<ul style="list-style-type: none"> - Ricerche di mercato, mystery shopping - Test, focus group, questionari, interviste online e telefonate, valutazione della <i>Product e Customer Satisfaction</i> (per alcune società) - Social media (es. Facebook, Twitter) - Siti internet aziendali, newsletter - Eventi e meeting virtuali (per alcune società) - Servizio Clienti - Newsletter (per alcune società)
Baristi	<ul style="list-style-type: none"> - Corsi di formazione (Accademia Segafredo) per un servizio professionale, di qualità, campionati annuali dedicati - Meeting e incontri per la definizione di opportunità formative - Eventi dedicati - Newsletter
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> - Business meeting e comunicazione continua, anche per gestire eventuali criticità e "disruptive event" (es. Brexit) - Audit e visite presso gli stabilimenti per garantire elevati standard di qualità (per alcune società) - Questionario fornitori (compilazione annuale per alcune società)
ONG e comunità locali	<ul style="list-style-type: none"> - Attività di beneficenza e contributi a mostre e a esibizioni esterne - Attività svolte localmente a favore delle comunità locali - Comunicazioni specifiche tramite email
Competitor	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione a tavoli associativi comuni
Associazioni di categoria	<ul style="list-style-type: none"> - Incontri periodici fisici e virtuali (specifici in relazione al contesto in cui ciascuna società opera)
Sindacati	<ul style="list-style-type: none"> - Dialogo costante attraverso incontri fisici e virtuali e adempimento agli obblighi derivanti dalla contrattazione con le associazioni sindacali
Azionisti e Comunità finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> - Assemblea degli azionisti - Resoconti di gestione, Comunicati stampa e investor presentation - Analyst call, Investor meeting, Roadshow e investor conference - Casella di posta elettronica dedicata investors@mzb-group.com
Scuole e Università	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione a programmi di supporto per studenti in difficoltà economica (es. distribuzione di libri) (per alcune società) - Collaborazione con università e scuole in progetti di stage e tirocini (per alcune società)
Franchisee	<ul style="list-style-type: none"> - Visite presso i negozi in franchising e incontri periodici fisici e virtuali (per alcune società)

La matrice di materialità 2020 di MZBG



Tema	Cosa significa per MZBG	Dov'è trattato nel testo	Ambito D.Lgs 254/2016
Compliance, etica e integrità	Rispetto dei valori, dei principi, degli standard e delle norme di comportamento che guidano la condotta aziendale, l'anti-corrruzione e la correttezza negoziale e commerciale.	Etica e compliance	Lotta alla corruzione attiva e passiva
Qualità e sicurezza del prodotto	Attenzione alla sicurezza del prodotto a partire dalla selezione della materia prima e da procedure produttive e di controllo qualità in linea con i migliori standard internazionali.	I prodotti e i clienti	Impatti sociali
Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori	Monitoraggio delle percezioni dei clienti e dei consumatori, sia in termini di evoluzione dei loro gusti sia rispetto alla loro soddisfazione, e corretta comunicazione di tutte le caratteristiche del prodotto rilevanti.	I prodotti e i clienti	
Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti	Attenzione alle condizioni sociali e ambientali lungo la catena di fornitura e possibilità di ricostruire la «storia» del prodotto monitorando in tutti i passaggi fondamentali della filiera.	La catena del valore	
Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore	Rispetto e promozione dei diritti umani lungo la catena del valore e integrazione di questi principi nei modelli di gestione e nei processi aziendali significativi.	La catena del valore	Diritti umani
Efficienza energetica e cambiamento climatico	Uso efficiente e razionale delle risorse energetiche per migliorare le prestazioni e ridurre le emissioni climato-alteranti legate alle attività direttamente gestite dal Gruppo.	Ambiente	Ambiente
Gestione responsabile dei rifiuti, economia circolare	Riduzione e complessiva ottimizzazione della gestione dei rifiuti, con particolare riferimento a materiali di produzione, scarti alimentari e packaging.	Ambiente	
Packaging e innovazione sostenibile	Sviluppo di nuove soluzioni di packaging che possano garantire una riduzione dei consumi di materiali utilizzati e mitigarne gli effetti sull'ambiente, garantendo al tempo stesso un elevato standard qualitativo dei prodotti.	Ambiente	
Diversità e pari opportunità	Promozione delle pari opportunità e della diversità all'interno dell'azienda in conformità alle convenzioni, alle legislazioni e alle linee guida nazionali e internazionali.	Persone	Gestione del personale
Formazione e sviluppo dei dipendenti	Attività di formazione e valorizzazione del capitale umano per garantire la crescita, la gestione ed il rafforzamento del know how dei lavoratori in linea con le necessità del Gruppo.	Persone	
Salute e sicurezza sul lavoro	Prevenzione, monitoraggio e riduzione dei rischi legati alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro per i dipendenti.	Persone	
Benessere professionale e retention	Attenzione al benessere dei dipendenti e garanzia di un clima aziendale positivo e attrattivo.	Persone	

6. LE PERSONE

A close-up photograph of a person's hands operating a professional espresso machine. The person is using a black handle to pull down the lever, and another hand is holding a black handle to operate the group head. Coffee is being dispensed into a white cup. The machine is made of polished metal and has the brand name 'LEVA' visible on the side. The background is a bright, out-of-focus window.

Le persone sono il nostro patrimonio più importante, da tutelare e valorizzare ogni giorno. Per questo ci impegniamo a costruire un ambiente di lavoro in cui i nostri dipendenti possano crescere, sviluppare i talenti e operare nelle migliori condizioni, costruendo relazioni basate sulla fiducia reciproca e ispirate alla massima correttezza.

6.1 Le nostre risorse umane

Le persone sono uno dei fattori principali per permettere a un'azienda di essere competitiva nel lungo periodo. Costruire un ambiente di lavoro attraente è considerato, infatti, sempre più determinante per garantire il successo di una realtà come quella di MZB.

Il Gruppo Massimo Zanetti Beverage adotta una gestione delle persone orientata alla tutela delle diversità e delle pari opportunità, nonché alla formazione e sviluppo professionale, con l'obiettivo di creare un clima lavorativo favorevole improntato alla trasparenza e al dialogo.

Massimo Zanetti Beverage Group, inoltre, assicura il rispetto delle normative nazionali e internazionali in materia di lavoro e salute e sicurezza nella gestione delle relazioni con i propri dipendenti in tutti i Paesi in cui è presente. Complessivamente, la gestione delle risorse umane e la promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro, infatti, sono presidiate dalle singole società del Gruppo, in linea con i valori espressi nel Codice Etico. Le società inoltre hanno in capo il controllo in materia di prevenzione e monitoraggio dei rischi sul luogo di lavoro e sono chiamate alla predisposizione di specifiche misure per la loro mitigazione.

Nel corso del 2020, alla luce della pandemia di Covid-19 che ha coinvolto tutte le società del Gruppo, è stata riservata particolare attenzione agli aspetti legati alla salute e alla sicurezza sul luogo di lavoro. In particolare, tutte le società del Gruppo hanno adottato tutte le misure necessarie per la protezione individuale e per il contenimento della diffusione del virus.

Inoltre, nel corso del 2020, al fine di garantire la sicurezza di tutti i dipendenti e, allo stesso tempo, portare avanti le attività di business, tutte le Società del Gruppo hanno adottato delle nuove modalità operative. Ad eccezione dei reparti produttivi, è stata offerta a tutti i dipendenti la possibilità di lavorare in modalità smart working ed il personale è stato dotato degli strumenti necessari per poter svolgere le proprie attività da remoto.

6.2 Benessere professionale e retention

Al centro dell'impegno del Gruppo Massimo Zanetti Beverage c'è la volontà di garantire ai propri dipendenti un ambiente lavorativo stimolante e capace di valorizzare le singole persone.

Nel settembre del 2020, **Boncafé Thailand** ha aderito e ottenuto la certificazione di livello 3 del progetto "White Factory", dimostrando impegno nel creare un buon ambiente di lavoro, libero da droghe e attività illegali. Il monitoraggio della soddisfazione interna delle risorse e le politiche di welfare sono definiti dalle singole società, così come i progetti volti a promuovere il benessere dei dipendenti.

Meira, ad esempio, ogni due anni conduce un sondaggio interno per valutare il livello di soddisfazione delle risorse, identificare eventuali aree di miglioramento e raccogliere feedback su possibili azioni da implementare.

Brodies non realizza delle survey specifiche per valutare il grado di soddisfazione del personale, tuttavia vengono organizzati in modo regolare dei meeting con lo staff, nel corso dei quali è possibile raccogliere il punto di vista dei lavoratori.

MZB Iberia, SZ Austria e Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan, annualmente, conducono delle indagini sul clima organizzativo finalizzate a raccogliere die feedback da parte dei propri dipendenti.

Anche **Segafredo Zanetti Francia** conduce periodicamente delle survey rivolte ai propri dipendenti relativamente alla qualità della vita sul lavoro e i risultati vengono condivisi e discussi con i rappresentanti del personale. La società ha, inoltre, organizzato alcuni eventi per promuovere coesione e buon umore tra i dipendenti e a fine anno è stata allestita una newsletter HR per i dipendenti volta a rafforzare il sentimento di appartenenza aziendale.

Boncafé Thailand ha implementato, al termine della valutazione annuale delle performance, un questionario in grado di valutare il coinvolgimento e inclusione dei dipendenti della realtà asiatica, migliorare la comunicazione interna, raccogliere le opinioni dei dipendenti ed evidenziare i fattori che determinano un buon livello di coinvolgimento all'interno dell'organizzazione.

Massimo Zanetti Beverage USA ha sviluppato un proprio programma - **MZB Way To Wellness** - per la promozione della salute dei dipendenti. L'iniziativa, avviata da diversi anni e costantemente oggetto di aggiornamenti, è stata integrata nel corso 2018 con un programma nel campo dell'alimentazione.



L'azienda svolge, inoltre, una valutazione annuale della soddisfazione delle proprie persone, i cui risultati, condivisi con il Senior Management Team e con i singoli gruppi di lavoro, sono funzionali allo sviluppo di specifici piani di azione, laddove necessario.

Kauai adotta i programmi e le procedure di MZB USA, in materia di gestione delle risorse umane, e nel corso del 2020 ha implementato una nuova **newsletter mensile** per i propri dipendenti, attraverso cui migliorare la comunicazione e il dialogo e promuovere la MZB Way To Wellness.

Nel corso del 2020, **Boncafé Thailand** ha mantenuto le **newsletter Bon to Bon**, create nel 2019, per migliorare la comunicazione interna, creare una coscienza sociale e una cultura che promuova la collaborazione tra le persone.

Anche **MZB Brasil** presta attenzione al benessere dei propri collaboratori e negli anni ha realizzato numerose attività ed iniziative, tra cui per esempio accordi con palestre per agevolare e favorire l'attività fisica e incontri di terapia di gruppo con uno psicologo per supportare i dipendenti in difficoltà dal punto di vista psicologico.

SZ Deutschland invece offre quotidianamente ai propri dipendenti bevande gratuite e cesti di frutta biologica, dando vita all' "healthy workplace program".

Nel corso del 2020, **Segafredo Zanetti Poland** ha iniziato a sottoporre ai dipendenti che lasciano l'Azienda dei questionari. La scelta è stata fatta in un'ottica di lungo periodo, con la consapevolezza che conoscendo le ragioni dell'uscita sarà possibile migliorare il clima aziendale interno, qualora la ragione dovesse essere legata ad aspetti influenzabili dalla Società.

Complessivamente, nel 2020 si è assistito a una diminuzione delle assunzioni a livello di Gruppo. Con riferimento invece alle uscite, queste sono rimaste in linee rispetto ai valori del 2019. [GRI 401-1]

Assunzioni e cessazioni, suddivise per genere, età ed area geografica, in numero e percentuale

Assunzioni e Cessazioni di Gruppo, 2020		Assunzioni di Gruppo, 2020		Cessazioni di Gruppo, 2020	
		n.	Tasso di turnover	n.	Tasso di turnover
Uomini	< 30 anni	101	36%	99	35%
	30 ≤ x ≤ 50 anni	159	15%	167	15%
	> 50 anni	40	6%	99	16%
Totale uomini		300	15%	365	18%
Donne	< 30 anni	85	43%	107	54%
	30 ≤ x ≤ 50 anni	87	13%	121	18%
	> 50 anni	21	8%	53	19%
Totale donne		193	17%	281	24%
Totale		493	15,6%	646	20,4%

	2018	2019	2020
Tasso di assunzione di gruppo	24,5%	22,3%	15,6%
Tasso di turnover di gruppo	17,7%	20,6%	20,4%

Assunzioni per area geografica	2018		2019		2020	
	U	D	U	D	U	D
Americhe (n.)	181	100	143	70	138	66
Tasso di assunzione (%)	31.2	38.2	25.9	26.1	22,8	24,4
Asia e Oceania (n.)	142	156	152	157	66	70
Tasso di assunzione (%)	31.2	34.6	29.3	31.9	13,8	15,9
Nord Europa (n.)	60	27	49	26	46	32
Tasso di assunzione (%)	18.5	16.7	14.9	16	14,2	19,9
Sud Europa (n.)	59	33	85	35	50	25
Tasso di assunzione (%)	9.9	12.5	13.6	12.7	8,2	9,0
Tasso di assunzione di gruppo (%)	22,6	27,8	21,2	24,0	14,9	16,8

Cessazioni per area geografica	2018		2019		2020	
	U	D	U	D	U	D
Americhe (n.)	148	61	162	71	156	93
Tasso di turnover (%)	25,5	23,3	29,3	26,5	25,8	34,3
Asia e Oceania (n.)	136	147	131	141	99	124
Tasso di turnover (%)	29,9	32,6	25,3	28,7	20,7	28,1
Nord Europa (n.)	1	26	48	31	45	40
Tasso di turnover (%)	0,5	16,0	14,6	19,1	13,9	24,8
Sud Europa (n.)	2	25	57	21	65	24
Tasso di turnover (%)	0,4	9,5	9,1	7,6	10,7	8,7
Tasso di turnover di gruppo (%)	14,7	22,8	19,7	22,0	18,1	24,0

6.3 Formazione e sviluppo

Nel Gruppo Massimo Zanetti Beverage, l'attenzione ai bisogni formativi, così come la valorizzazione del talento e il supporto alla crescita dei dipendenti si concretizzano tutti gli anni in numerosi programmi di formazione e corsi multidisciplinari che le singole società mettono a disposizione delle proprie risorse a tutti i livelli.

Alla base della definizione dei piani di formazione annuali, nelle sei maggiori società del Gruppo è presente un processo di mappatura delle competenze dei dipendenti, finalizzato a identificare le eventuali aree che richiedono un potenziamento formativo e a individuare specifiche linee di azione in tali ambiti. I dipartimenti Risorse Umane predispongono specifici piani di formazione, assegnando i corsi in base alle categorie di dipendenti o alle mansioni svolte. Sono comunque numerosi gli esempi di società che propongono piani di formazione "aperti" in cui, accanto alla formazione obbligatoria, il singolo dipendente può decidere, talvolta in accordo con i propri manager, a quali specifici corsi di approfondimento iscriversi.

SZ Austria, ad esempio, impiega diversi strumenti per identificare e valutare le necessità di sviluppo del personale. Uno è il sistema EVA che supporta la società nell'identificare le aree di competenza di grande importanza per il successo dell'organizzazione. Inoltre, annualmente, vengono fissati dei colloqui di valutazione finalizzati all'analisi dei risultati raggiunti e degli obiettivi di crescita per l'anno successivo. Nei prossimi anni, è anche in programma la progettazione della Segafredo Academy, in linea con la strategia aziendale e la volontà di posizionare SZ Austria come un datore di lavoro ambito.

MZB USA, , tramite il proprio programma **MZB Way To Learn** a sostegno della formazione e della crescita del personale, annualmente pubblica una lista di corsi di formazione ai quali ogni singolo dipendente può richiedere di prendere parte, anche al fine di colmare possibili lacune o potenziare specifiche aree individuate in occasione della valutazione delle competenze dal proprio manager.



Anche **Massimo Zanetti Beverage Iberia**, sostiene lo sviluppo delle competenze professionali attraverso un sistema strutturato di valutazione delle performance che coinvolge tutti i dipendenti, con cadenza trimestrale, incentrato su parametri diversificati, quali leadership, assiduità, flessibilità, disponibilità, collaborazione, organizzazione, etica, produttività, qualità e attitudine tecnica.

I corsi di formazione organizzati durante il 2020 hanno riguardato diversi ambiti e hanno coinvolto differenti figure. **Brodies**, per esempio, ha organizzato corsi specifici per chi si occupa delle fasi produttive (tra cui corsi di torrefazione, corsi sulla guida dei carrelli elevatori e corsi di primo soccorso) e per chi si occupa della vendita all'interno dei bar. **MZB Iberia** e **Boncafé Internatinal**, hanno invece realizzato corsi su Igiene e Food Safety. La **Capogruppo** nel corso del 2020 ha organizzato corsi di Excel per alcuni dipendenti delle funzioni amministrazione, contabilità e segreteria.

Il piano di sostenibilità 2016-2020 di **Segafredo Zanetti Francia**, inoltre, prevede un insieme di azioni e obiettivi volti a valorizzare il talento e a sviluppare le competenze attraverso la formazione, promuovere la cultura della salute e sicurezza con azioni e campagne di prevenzione e infine sviluppare il dialogo con i dipendenti.

Le azioni realizzate dalle singole società, nel 2020, si sono concretizzate in una media di ore di formazione per dipendente pari a 7,4, in flessione rispetto al 2019, a causa delle limitazioni legate alla pandemia di Covid 19 e alla riduzione della presenza presso le sedi e gli stabilimenti. [GRI 404-1]

Formazione, suddivise per genere e inquadramento, in ore

Formazione per categoria	2018	2019	2020
Formazione erogata a Dirigenti e Quadri	4.831	5.520	4.284
Formazione erogata a Impiegati	10.047	13.428	6.593
Formazione erogata a Operai	18.108	14.670	12.422
Formazione per genere	2018	2019	2020
Formazione erogata a donne	11.369	11.948	8.518
Formazione erogata a uomini	21.612	21.671	14.781
Formazione media per dipendente	11,0	10,4	7,4
Formazione media – donne	10,0	10,0	7,4
Formazione media – uomini	11,1	10,7	7,3

Le ore medie di formazione sono state calcolate tenendo in considerazione i dipendenti totali al 31/12 dell'anno di riferimento, si crea pertanto un effetto distorsivo sulle medie delle categorie, per cui i totali non sono additivi.

6.4 La valutazione dei dipendenti

Sono numerose le aziende del Gruppo, sia produttive sia commerciali, che adottano sistemi strutturati di valutazione delle performance dei propri dipendenti.

Boncafé Thailand nel corso del 2020 ha sviluppato ulteriormente il nuovo sistema per la gestione delle performance (*Strategic Performance Management System*) che, oltre ad essere più accurato rispetto al sistema precedente, permette di integrare in un unico strumento la valutazione delle competenze, il piano di sviluppo di carriera individuale, il monitoraggio dei KPIs legati ai valori chiave della società e il riepilogo delle performance di ciascun dipendente.

In generale, nell'area asiatica sono presenti sistemi simili, come in **Massimo Zanetti Beverage Vietnam**, che ha elaborato specifici KPI per le diverse aree aziendali, oppure **Boncafé Malaysia**, che ha implementato un sistema di valutazione delle performance annuale basato sul KRA (Key Results Area). Anche **The Bean Alliance**, acquisita nel 2019, già da due anni adotta un sistema di valutazione delle performance basato su un questionario di self-assessment da parte del dipendente e feedback da parte di due colleghi o manager. Una volta completata la prima fase, il dipendente viene invitato a un colloquio per la valutazione del raggiungimento di obiettivi e risultati stabiliti.

In Sud America, **Distribuidora Café Montaña** possiede un sistema di assessment delle performance dei dipendenti che vengono valutati ogni 6 mesi su competenze chiave quali la qualità del lavoro, il rispetto delle scadenze, la creatività e spirito di iniziativa e il raggiungimento degli obiettivi prefissati, mentre la controllata

brasiliana **MZB Brazil**, effettua periodicamente un'analisi delle performance dei dipendenti basandosi su criteri oggettivi.

Boncafé International valuta le performance dei propri dipendenti due volte l'anno, attraverso dei colloqui diretti con il personale, che si concludono con la formalizzazione delle valutazioni all'interno di moduli standard di valutazione delle prestazioni. Sulla base della valutazione ottenuta, vengono sanciti aggiustamenti salariali, promozioni e bonus.

Boncafé Middle East, invece, ha adottato un sistema di valutazione delle performance con cadenza annuale. La valutazione viene svolta con il supporto di un apposito modulo che consente di valutare il dipendente in quattro principali aree: prestazioni realizzate, valore aggiunto apportato, carenze evidenziate e possibili aree di miglioramento.

Nel corso del 2020, **SZ Poland** ha rinnovato la modalità attraverso cui avviene la valutazione dei dipendenti. In particolare, è stato modificato il sistema di definizione degli obiettivi individuali per i dipendenti: ora i responsabili di tutti i reparti sono diventati responsabili della definizione dei KPI per ogni singolo dipendente e rientra tra le loro responsabilità il monitoraggio delle prestazioni trimestralmente.

Segafredo Zanetti Deutschland valuta le performance dei propri dipendenti annualmente, attraverso dei colloqui con il personale, svolti sulla base di linee guida stabilite internamente.

Per la valutazione dei dipendenti **The Bean Alliance** sta attualmente utilizzando un questionario di autovalutazione. A seguito della compilazione del questionario, ogni dipendente riceve dei feedback da parte di due colleghi di lavoro o manager di linea. Una volta completati questi due passaggi, si svolge un colloquio.

6.5 Diversità e pari opportunità

Il contesto multinazionale in cui il Gruppo opera e la forte diversità dei dipendenti ha portato le società del Gruppo a sviluppare iniziative mirate in relazione alla diversità.

Massimo Zanetti Beverage USA, ad esempio, ha definito il suo impegno per la diversità, la trasparenza e l'efficiente funzionamento della sua organizzazione attraverso un insieme di politiche sulle pari opportunità, sulle pratiche di selezione e sull'assunzione e promozione dei talenti. Inoltre, la società americana ha definito tre linee guida di azione fondamentali per la gestione delle persone: salute e sicurezza, supporto alla comunità e creazione di una cultura aziendale diffusa.

Con il suo **Equal Opportunities Plan**, invece, **Meira** intende incoraggiare e migliorare la parità di genere al fine di prevenire ogni tipo di discriminazione attraverso una serie di obiettivi di alto livello e di principi guida.

A testimonianza dell'impegno per la tutela e valorizzazione delle diversità e il riconoscimento delle qualità personali dei singoli individui, **Segafredo Zanetti Francia** ha sottoscritto da oltre un decennio la **Charte de la Diversité** (<http://www.charte-diversite.com>), un'iniziativa di carattere volontario di alcune aziende francesi per la promozione di tutte le forme di diversità.

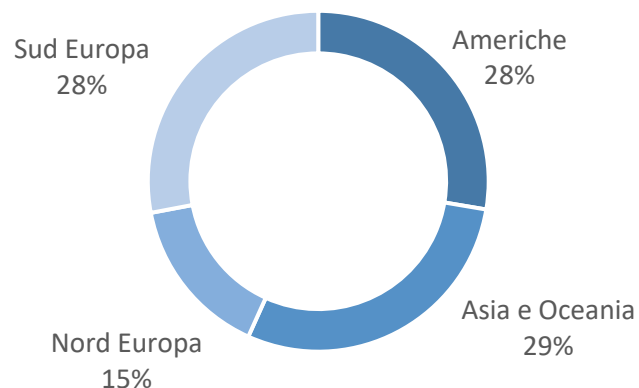
Nel corso del 2020 **Boncafé Thailand** ha iniziato una collaborazione con Social Innovation Foundation con l'obiettivo di inserire all'interno dell'ambiente lavorativo anche persone con disabilità. L'avvio effettivo del progetto è previsto a gennaio 2021.

Sempre nel 2020 **Boncafé International** ha ufficializzato il proprio impegno firmando un accordo con le autorità governative finalizzato a garantire pratiche di impiego eque, dalla selezione, che deve

avvenire secondo criteri di merito, alla garanzia di pari opportunità di formazione e sviluppo, in linea con il potenziale di ciascun dipendente.

Infine, anche, **The Bean Alliance**, monitora costantemente la composizione dei team di lavoro per mantenere un equilibrio di genere all'interno degli stessi, promuove iniziative e una cultura che incoraggi la presenza femminile nei ruoli di leadership e un ambiente di lavoro che permetta di conciliare il lavoro con la vita familiare.

Alla fine del 2020, i dipendenti impiegati nelle società del Gruppo incluse nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità sono risultati 3.164. Rispetto al 2019, è entrata nel perimetro anche Café Pacaembu, incorporata in MZB Brasil, con i suoi 106 dipendenti. L'organico del Gruppo è distribuito geograficamente secondo le percentuali riportate nel grafico sottostante. In particolare, è possibile notare una prevalenza dei dipendenti nei paesi europei (43%), seguiti dall'Asia e dalle Americhe. [GRI 102-8].



Dipendenti, per tipologia di contratto e per genere, numero

Contratto a tempo indeterminato		2018	2019	2020
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	1.770	1.866	1.903
	Donne	984	1.037	1.031
Full-time	Uomini	1.749	1.823	1.871
	Donne	916	961	970
Part-time	Uomini	21	43	32
	Donne	68	76	61
Totale dipendenti a tempo indeterminato		2.654	2.754	2.934
Contratto a tempo determinato		2019	2019	2020
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	182	158	111
	Donne	153	159	119
Full-time	Uomini	129	110	84
	Donne	60	61	47
Part-time	Uomini	53	48	27
	Donne	93	98	72
Totale dipendenti a tempo determinato		335	317	230
Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)		3.089	3.220	3.164

La maggior parte dei dipendenti è assunta a tempo indeterminato (93%) e tra questi vi è una netta predominanza dei contratti full-time (97%). La componente maschile tra i dipendenti risulta essere pari al 63,7% della popolazione aziendale, in sostanziale equilibrio rispetto al 2019 (quando la percentuale era pari al 62,9%). [GRI 405-1]
 Nel 2020, il 44% dei dipendenti del Gruppo è coperto da contratti di contrattazione collettiva. [GRI 102-41]

Dipendenti, per tipologia di contratto, per genere e area geografica per il 2020, numero

Contratto a tempo indeterminato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	573	436	299	563
	Donne	258	350	124	238
Part-time	Uomini	3	13	3	13
	Donne	11	13	16	21
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	576	449	302	576
	Donne	269	363	140	259
Totale dipendenti a tempo indeterminato		845	812	442	835
Contratto a tempo determinato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	28	6	21	29
	Donne	2	10	17	18
Part-time	Uomini	0	24	0	3
	Donne	0	68	4	0
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	28	30	21	32
	Donne	2	78	21	18
Totale dipendenti a tempo determinato		30	108	42	50
Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)		875	920	484	885

Dipendenti, per categoria professionale, genere e fascia d'età, percentuale

Percentuale di dipendenti per categoria professionale, genere e fascia d'età	2018		2019		2020	
	U	D	U	D	U	D
Dirigenti	69%	31%	69%	31%	67%	33%
di cui <30 anni	0%	0%	0%	3%	1%	0%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	46%	73%	39%	72%	43%	79%
di cui >50 anni	54%	27%	61%	24%	55%	21%
Manager	59%	41%	59%	41%	59%	41%
di cui <30 anni	2%	2%	2%	2%	3%	1%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	53%	82%	52%	80%	52%	78%
di cui >50 anni	45%	16%	45%	18%	45%	21%
Impiegati	56%	44%	50%	50%	51%	49%
di cui <30 anni	16%	18%	13%	20%	11%	19%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	62%	57%	62%	58%	61%	58%
di cui >50 anni	22%	25%	24%	23%	28%	23%
Operai	70%	30%	74%	26%	75%	25%
di cui <30 anni	20%	31%	21%	27%	18%	23%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	50%	47%	49%	45%	52%	49%
di cui >50 anni	30%	23%	30%	28%	30%	29%

U: uomini D: donne

6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro

La sicurezza sul lavoro, la salute dei lavoratori, la cura e il miglioramento degli ambienti lavorativi, costituiscono da sempre principi fondanti delle politiche delle società del Gruppo, in particolare da parte delle società produttive.

Anche all'interno del Codice Etico è sottolineata l'importanza attribuita dal Gruppo alla salute, all'igiene e alla sicurezza sul luogo di lavoro ed è indicato in modo chiaro che MZB si impegna a prevenire tutte le potenziali forme di rischio sia in relazione ai propri dipendenti che ai dipendenti di imprese esterne, nell'ambito degli interventi di queste ultime presso MZB.

Tra gli esempi più virtuosi all'interno del Gruppo ci sono **Segafredo Zanetti Italia** e **La San Marco** che hanno adottato un sistema di gestione per la salute e sicurezza, accompagnato da valutazioni periodiche dei rischi e supportato da apposite procedure aziendali. SZ Italia è sottoposta semestralmente ad audit da parte di clienti, in materia di salute e sicurezza, e ad audit interni da parte dell'Organismo Di Vigilanza del Gruppo e dai responsabili nominati. Proprio a partire da queste verifiche vengono individuati i rischi e le procedure di miglioramento in ambito *Health & Safety*. La San Marco, dotata di un QHSE Manager dal 2016, è ora certificata **ISO 45001: 2018** (Occupational Health and Safety Management Systems). Il sistema di gestione adottato copre tutti i lavoratori e tutte le attività.

Brulerie, in collaborazione con l'associazione francese "Health in Work", verifica annualmente il rispetto dei requisiti normativi previsti in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro, e sottopone trimestralmente i siti produttivi a verifica da parte di un ente di

controllo che rendiconta tutti gli eventuali aspetti di non compliance riscontrati e suggerisce eventuali aspetti di miglioramento.

Varie società del Gruppo, come **Meria**, **Boncafè Thailand**, **Cafè Montaña** e **Kauai**, hanno stabilito dei **Comitati** incaricati di coordinare le attività per la gestione della salute e sicurezza. Nello specifico, i comitati sono composti da manager, rappresentanti dei dipendenti e in alcuni casi da professionisti esterni, e hanno la funzione di monitorare i rischi e i pericoli caratteristici delle attività svolte, individuare le misure più adeguate per minimizzarli e/o eliminarli ed essere il punto di riferimento per i lavoratori per eventuali dubbi e/o segnalazioni in materia. Nel caso di **MZB Iberia**, la società è supportata da un consulente esterno, nella gestione degli aspetti collegati alla salute e alla sicurezza sul lavoro, che realizza dei report dove vengono individuati tutti i rischi collegati alle diverse funzioni aziendali.

Altre società, come **Brodies**, **Meira**, **Boncafè Malaysia**, **MZB Vietnam**, **Boncafè International** e **Segafredo Zanetti France**, hanno stabilito specifiche **policy e procedure interne** rivolte a tutti i dipendenti.

Tutti gli aspetti inerenti la salute e la sicurezza sul lavoro sono disciplinati da **Meria** mediante una specifica Occupational Safety and Health Action Policy, obbligatoria per legge in Finlandia, che contiene anche le procedure investigative da seguire qualora si dovesse verificare un infortunio. Anche la politica redatta da **MZB Vietnam** è stata elaborata al fine di garantire la compliance con la normativa locale ed essa contiene i rischi e delle metriche specifiche per monitorare le performance e per fissare poi degli obiettivi per il miglioramento continuo.

Contrariamente, **MZB Brasil** non dispone di una specifica politica per la gestione degli aspetti legati alla salute e la sicurezza sui luoghi di lavoro. Tuttavia, redige annualmente due documenti: PCMSO

(Medical Control and Occupational Health Program) e PPRA (Environmental Risk Prevention Program), che consentono di analizzare i rischi esistenti ed individuare le adeguate misure preventive.

Nel 2020 **SZ France** ha avviato un processo per l'individuazione dei **rischi occupazionali** ed è stato implementato un **tool** apposito per la definizione delle azioni preventive, di monitoraggio e di miglioramento da porre in essere con assegnazione della relativa priorità. Sulla base delle risultanze di tale tool, viene definito l'Action Plan da implementare per l'anno seguente.

Come ulteriore esempio, **Massimo Zanetti Beverage USA** ha elaborato un programma interno che si basa sui requisiti previsti dall'OSHA (Occupational Safety and Health Administration) e che prevede un processo di risk assessment che si sviluppa in cinque fasi. MZB USA ha inoltre implementato specifiche policy, il cui rispetto è monitorato mediante *Safety Committee* presenti presso ogni sito.

ATTENZIONE AI DIPENDENTI CHE VA OLTRE AL LUOGO DI LAVORO

KAUAI COFFEE offre ai dipendenti la possibilità di un **vaccino antinfluenzale** annuale per aiutare a combattere l'incidenza dell'influenza. Nel 2021, vogliono offrire ai dipendenti incaricati come primi soccorritori la vaccinazione contro l'epatite B per garantire protezione dai patogeni trasmessi dal sangue.

In linea con quanto previsto dall'Istituto generale di assicurazione contro gli infortuni (AUVA), che fornisce le indicazioni per l'assistenza sanitaria sul lavoro, **SZ Austria** dispone di un **medico del lavoro**, a cui tutti i dipendenti possono liberamente rivolgersi. A testimonianza dell'importanza attribuita a tali aspetti, la società ha anche firmato nel 2020 la **BGF Charta** impegnandosi nella promozione della salute e

della sicurezza sul lavoro e nella realizzazione di uno specifico piano di miglioramento.

Per quanto riguarda la **formazione**, tutte le società del Gruppo sono attive nella sensibilizzazione del proprio personale sulle procedure di salute e sicurezza, ed assolvono agli obblighi formativi previsti per legge. Ad esempio, **Brodies**, avendo degli addetti al primo soccorso certificati presso tutti i siti, eroga periodicamente dei corsi di formazione di aggiornamento per garantire la conformità con le normative locali. **Boncafé Thailand**, invece, ha erogato nel corso dell'anno numerosi corsi di formazione, tra cui "Occupational safety", "Health and work environment of the workplace for all worker", "Training First aid & AED Course", "Training Basic Fire Fighting", e ha in programma l'implementazione della campagna "Zero Accident Activity" finalizzata a portare a zero gli incidenti sul lavoro. Contemporaneamente, verrà realizzata la "**Near Miss Report Activity**", che inviterà tutti i lavoratori a riportare qualsiasi evento che avrebbe potuto causare un danno o un infortunio. L'iniziativa è stata ideata per aiutare i lavoratori a identificare gli eventi a rischio e prevenire incidenti gravi.

Puccino's, Segafredo Zanetti Poland, SZ Deutschland, SZ Australia, Boncafé Middle East, The Bean Alliance, Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan, SZ Coffee System e Tiktak non dispongono di un sistema strutturato di gestione degli aspetti relativi alla salute e alla sicurezza dei propri lavoratori, tuttavia tutte le società hanno adottato specifiche misure di prevenzione, in ottemperanza ai requisiti legali del Paese di riferimento.

Puccino's per esempio ha valutato i rischi presenti e i dipendenti hanno a disposizione un canale per comunicare eventuali situazioni di pericolo reali o potenziali, oltre che un'assicurazione medica. Allo stesso modo, **Tiktak**, ha svolto un inventario ed una valutazione dei rischi esistenti, rispettando quanto previsto per legge, e si rivolge ad

una società esterna per offrire assistenza al proprio personale e registrare e gestire eventuali infortuni.

Segafredo Zanetti Poland ha previsto attività e misure sulla base dei risultati del risk assessment svolto in ambito occupazionale, condotto secondo uno standard riconosciuto a livello nazionale, e ai requisiti legali presenti in materia di salute e sicurezza. Alcune delle procedure adottate riguardano la formazione specifica e le misure da seguire quando si verifica un'infortunio, una malattia professionale o un mancato infortunio. Al fine di indagare su infortuni e inconvenienti legati al lavoro, viene applicato il Regolamento in vigore nel Paese, che si fonda sul principio TOL per individuare la causa principale. La base teorica del metodo TOL è l'ipotesi che ogni infortunio sul lavoro avviene per cause tecniche (T), organizzative (O) o umane (L).

Per quanto concerne gli aspetti di salute e sicurezza dei lavoratori, nel 2020 diminuisce il tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza relativo ai dipendenti. Dall'analisi di questi dati emerge come, in relazione alle lavorazioni interne al Gruppo, sono avvenuti infortuni di lieve entità (es. lesioni, abrasioni, distorsioni) che in alcuni casi non hanno comportato giorni di assenza dal luogo di lavoro. Nonostante l'inclusione di una nuova società all'interno del perimetro 2020, le ore lavorate dal Gruppo sono ugualmente calate a causa delle limitazioni imposte dalla pandemia di Covid-19. Nel corso del triennio, non sono stati registrati, inoltre, decessi a seguito di infortuni sul lavoro o infortuni con gravi conseguenze, sia per i dipendenti che i contrattisti. [GRI 403-9]

Infortuni sul lavoro³

DIPENDENTI	2018	2019	2020
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	80	55	40
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	0	3	0
Altri infortuni sul lavoro	-	-	22
Totale infortuni sul lavoro	80	55	62
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	735	1.875	1.710
Ore lavorate	4.571.058	5.943.821	5.852.629
Infortuni in itinere	6	5	10
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0,00	0,00	0,00
Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza	17,5	9,3	6,8
Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE	17,5	9,3	10,6
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0,00	0,50	0,00

³ Al fine di allinearsi ulteriormente alle richieste del GRI 403-9, è stata aggiornata la modalità di rappresentazione dei dati relativi al 2018 e al 2019.

ALTRI LAVORATORI	2018	2019	2020
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	2	2	3
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	0	0	0
Altri infortuni sul lavoro	-	-	2
Totale infortuni sul lavoro	2	2	5
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	60	4	54
Ore lavorate	346.997	159.464	181.813
Infortuni in itinere	0	0	0
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0,00	0,00	0,00
Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza	5,8	12,5	16,5
Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE	5,8	12,5	27,5
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0,00	0,00	0,00

7. I PRODOTTI E I CLIENTI



Massimo Zanetti Beverage Group riconosce la propria responsabilità nel migliorare costantemente i processi e i propri prodotti, al fine di garantire elevati standard di qualità e il superamento delle aspettative dei clienti, nel rispetto al contempo dell'ambiente e delle future generazioni.

Soddisfare i bisogni del mercato fornendo prodotti e servizi di qualità, nel rispetto dei valori etici di integrità, onestà, trasparenza e concorrenza, impegnandosi a farlo nella piena attenzione ai regolamenti e legislazioni nazionali e internazionali è la mission di MZB, definita nel Codice Etico e sottoscritta da tutte le società del Gruppo.

Garantire prodotti di qualità, specialmente nel settore alimentare, è fondamentale per poter essere competitivi sul mercato. La qualità può essere descritta come un concetto dinamico che racchiude al suo interno temi diversificati quali la sicurezza alimentare, la tracciabilità delle materie prime e dei prodotti, la comunicazione con i clienti e il miglioramento continuo dei processi interni all'azienda.

La qualità dei prodotti offerti in tutti i mercati è il principio fondamentale che guida l'operato di MZBG. Per il Gruppo, qualità non significa solo fornire prodotti aderenti ai più elevati standard internazionali, ma anche ottimizzare i processi interni, integrando la prospettiva del cliente in ogni attività aziendale e ispirandosi a una filosofia d'azione orientata al miglioramento continuo e alla collaborazione costante con i fornitori, attori chiave per garantire il rispetto di tutti gli standard normativi e volontari.

L'impegno di MZB è tradotto localmente all'interno delle Società del Gruppo in specifiche politiche di qualità e sicurezza alimentare che consentono di cogliere le specificità dei mercati. In particolare, nelle società di maggiori dimensioni, le politiche di qualità e sicurezza alimentare sono rese operative da procedure apposite definite nell'ambito di sistemi di gestione certificati secondo protocolli internazionali.

In questo contesto, le direttrici principali lungo le quali si articola la gestione della qualità in Massimo Zanetti Beverage Group sono la **tutela della qualità e sicurezza del prodotto** lungo tutta la catena del

valore, l'**ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori**, e la continua **ricerca dell'innovazione di prodotto e processo**.

A livello centrale, il Gruppo garantisce che tutte le società operino in accordo alla regolamentazione applicabile localmente in termini di qualità e sicurezza e – laddove possibile – agli standard e alle linee guida più avanzate sul mercato. Funzioni dedicate all'interno delle singole società del Gruppo hanno il compito di garantire la qualità e la sicurezza dei prodotti, nonché la gestione efficiente delle relazioni con i clienti e consumatori in ogni fase del ciclo produttivo.

Parte integrante del concetto di qualità promosso dal Gruppo è anche l'innovazione volta allo sviluppo di prodotti che utilizzino sempre più materiali e processi sostenibili da un punto di vista sociale e ambientale. Le tendenze evolutive del mercato, infatti, portano ogni anno le società del Gruppo a lanciare nuovi prodotti, che mirano a soddisfare le esigenze e il gusto anche dei consumatori più esigenti a partire dalle diverse caratteristiche dei mercati locali, rispettando sempre i requisiti di qualità, sicurezza e sostenibilità di prodotto.

7.1 Focalizzati sui clienti

Il coinvolgimento costante degli stakeholder da parte di tutte le società del Gruppo è un aspetto fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi mirati alla soddisfazione dei consumatori e clienti e al superamento delle loro aspettative. L'ascolto dei bisogni, la comunicazione e la gestione dei servizi di supporto a clienti e consumatori risultano essere in capo alle diverse società operative, che, grazie alle proprie procedure interne e ai sistemi di gestione in essere, sono attive anche nel monitoraggio della soddisfazione e nella risoluzione di eventuali richieste o reclami.

Al fine di garantire una comunicazione responsabile e trasparente verso i propri stakeholder, vengono utilizzati molteplici canali dedicati a fornire informazioni commerciali esaustive e chiare. Le società produttive sono particolarmente attente alle informazioni riportate sulle confezioni e al rispetto della normativa locale ed europea in materia di etichettatura: sono infatti sempre riportati i dati del produttore e le modalità di stoccaggio del prodotto, oltre che la presenza di allergeni, le informazioni nutrizionali e le modalità di preparazione delle pietanze, così come richiesto dal Regolamento UE n. 1169/2011.

Con riferimento alla comunicazione commerciale, nel corso del 2020 non sono state registrate segnalazioni relative a non compliance di prodotto all'interno del Gruppo che hanno comportato un'ammenda o una sanzione. Sono state registrate solo due segnalazioni relative l'etichettatura dei prodotti, che sono state immediatamente risolte da parte delle società del Gruppo coinvolte. [GRI 417-2] [GRI 417-3]

Supportate dai propri sistemi e politiche di gestione della qualità, le società principali del Gruppo presentano un approccio strutturato ad customer care e alla customer satisfaction, che include la presenza di canali di comunicazione e dialogo dedicati, il monitoraggio di specifici indicatori per misurare l'andamento dei reclami ed azioni di miglioramento stabilite sulla base di piani annuali mirati.

Brodies gestisce tutte i reclami o gli eventuali casi di non compliance relativi ai prodotti sulla base di quanto previsto all'interno della Customer Compliant Procedure.

Per quanto riguarda invece il monitoraggio della soddisfazione di clienti e consumatori post-vendita, le società adottano approcci diversi in base alle peculiarità del mercato servito. **Segafredo Zanetti Francia, MZB Brasil, SZ Austria, Boncafé International, Kauai Coffee e Distribuidora Café Montaña**, ad esempio, conducono indagini periodiche di soddisfazione tra i propri clienti tramite questionari. I risultati vengono rielaborati al fine di individuare le aree problematiche e migliorare i processi. In Finlandia, **Meira** ha ampliato il numero di canali di ascolto, registrando i feedback dei propri consumatori attraverso interviste telefoniche, e-mail, sito web aziendale e anche tramite i propri profili ufficiali sui social network. **San Marco** valuta la soddisfazione dei propri clienti in modo indiretto, analizzando i dati del dipartimento vendite ed i reclami registrati. **Puccino's** invece valuta la soddisfazione dei propri clienti attraverso i Social Media e somministrando alcuni questionari ai clienti in negozio. **SZ Australia** monitora la soddisfazione dei propri clienti inviando un questionario di soddisfazione a seguito dei servizi di manutenzione delle macchine per il caffè svolti.

Anche nel 2020, **MZB Iberia** ha condotto l'analisi annuale sulla fedeltà dei propri clienti e ha analizzato quanti dei clienti che hanno acquistato nel corso del 2020 avevano acquistato anche nel corso

del 2019. L'analisi ha determinato che il tasso di fedeltà dei clienti è pari al 71%.

Annualmente **Boncafé International** monitora la soddisfazione dei propri clienti sottoponendo loro un "customer satisfaction form". I risultati registrati nel 2020 sono stati più che positivi. Il punteggio complessivo ottenuto è stato 4,75/5, mentre la tempestività di consegna del prodotto è stata valutata con 4,68/5 ed infine l'accuratezza del contenuto di consegna ha registrato il punteggio di 4,71/5.

Segafredo Zanetti Poland come altre società del Gruppo (es. **SZ Italia**) ha implementato delle iniziative finalizzate a promuovere la cultura del caffè e della qualità tra clienti e consumatori e migliorare, inoltre, l'esperienza complessiva legata al mondo del caffè. Attraverso la pagina web di **Coffee Art Masters**, ad esempio, è possibile registrarsi e partecipare ai corsi online per baristi.



RILANCIO DEI BLOG PER MANTENERE VIVA LA COMUNICAZIONE CON I CLIENTI: LA SCELTA DI BEAN ALLIANCE GROUP

Data l'importanza che Bean Alliance Group attribuisce alla **comunicazione** e al **dialogo** con i propri clienti, nel corso del 2020, sono stati rilanciati alcuni canali per coltivare la relazione con i clienti esistenti ed entrare in contatto con nuovi possibili consumatori.

Bean Alliance Group ha deciso di **arricchire i contenuti dei blog** presenti all'interno dei canali di vendita online, al fine di raccontare in modo approfondito la **storia dei propri prodotti** e della propria realtà, oltre che spiegare gli **impatti positivi** che possono derivare da un **acquisto consapevole**.

Tale scelta è allineata all'obiettivo di Bean Alliance Group di rendere maggiormente consapevoli i consumatori e guidarli nelle loro scelte di acquisto più responsabile.





7.2 Ricerca e sviluppo

Il Gruppo Massimo Zanetti Beverage si impegna costantemente nel promuovere all'interno delle singole società la cultura dell'innovazione e della ricerca di nuovi prodotti. Innovare per il Gruppo significa porre particolare attenzione alle nuove esigenze di mercato, in particolar modo a tutto ciò che riguarda lo sviluppo sostenibile e il fare impresa in modo responsabile. Pertanto, in qualità di player internazionale nel settore del caffè, l'obiettivo che si prefigge il Gruppo anche mediante l'implementazione della Policy della Qualità, è quello di migliorare continuamente i prodotti, servizi e processi del Gruppo attraverso la tecnologia e lo sviluppo di soluzioni innovative, garantendo al contempo la tutela dell'ambiente e lo sviluppo sociale.

A differenza delle attività focalizzate alla soddisfazione dei clienti, gestite per lo più localmente dalle singole società, i progetti di ricerca e sviluppo e in particolare l'innovazione di prodotto, possono essere gestiti a livello centrale dalla capogruppo, in collaborazione tra le funzioni responsabili delle società del Gruppo e in partnership con soggetti esterni, quali fornitori e Università.

In generale, per le varie società del Gruppo, il processo di innovazione inizia con l'analisi e ricerca sul mercato di nuove tendenze ed esigenze dei consumatori, oltre che dalla necessità di adattarsi alle nuove normative relative all'utilizzo di materiali più sostenibili.

In **Massimo Zanetti Beverage USA**, come in altre società del Gruppo, il processo di innovazione è avviato dal Marketing e dalla funzione commerciale che, a partire dalla gli studi di mercato e dai principali trend intercettati, individuano nuovi prodotti capaci di soddisfare le

aspettative degli attuali e potenziali futuri clienti. Nel corso del 2020 è stata organizzata una sessione creativa che ha coinvolto diverse funzioni aziendali e che ha portato allo sviluppo di 460 spunti d'innovazione. Tutti i suggerimenti ricevuti sono stati selezionati dalla funzione marketing e 24 di questi sono stati sottoposti a valutazione da parte dei consumatori. Talvolta, la richiesta di soluzioni innovative può arrivare alle società del Gruppo direttamente da parte del cliente. La controllata americana **Massimo Zanetti Beverage USA**, ad esempio, riceve richieste di innovazione anche dai clienti della grande distribuzione, che vengono gestite direttamente dal dipartimento di ricerca e sviluppo. Le innovazioni sviluppate sono monitorate attraverso la predisposizione di una matrice delle performance e il raggiungimento di target specifici.

All'interno di **MZB Iberia** la funzione Qualità e sviluppo di nuovi prodotti collabora fortemente con l'area marketing e con il dipartimento acquisti/pianificazione industriale. Solo grazie alla sinergia tra le diverse funzioni aziendali è possibile dar vita ad un nuovo prodotto, basato sul rispetto di specifici requisiti tecnici, la ricerca dei giusti fornitori e la costruzione di un'immagine coerente ed efficace. Nel corso del 2020, la società ha sviluppato diversi nuovi prodotti e innovative soluzioni per il packaging. Alcuni di questi progetti sono stati realizzati anche in partnership con altre società del Gruppo.

Anche **Segafredo Zanetti Francia** ha avviato durante il 2020 la produzione di una nuova linea di caffè: Intermezzo Bio.

Altre società del Gruppo, come **Meira**, hanno definito indicatori di performance per monitorare il numero di progetti che passano i molteplici step approvativi e arrivano ad essere considerati dei veri e propri progetti di innovazione. A partire dal 2021, Meira parteciperà al **progetto** triennale **LCA-foodprint-harmonizing** promosso dall'Istituto delle Risorse Naturali finlandesi (Luke).

Significativo è anche il dato relativo alla creazione di nuovi prodotti sostenibili di Gruppo, pari a circa il 30% del totale dei nuovi prodotti creati nel corso del 2020. Tale percentuale include la creazione di prodotti certificati (es. caffè verde certificato RFA, Fairtrade, Utz).

Tra le principali direzioni di innovazione promosse dal Gruppo vi è quella di creare un nuovo packaging sostenibile che impieghi solo materiali totalmente riciclabili.

Negli ultimi due anni, 2019 e 2020, **Segafredo Zanetti SpA** si è impegnata attivamente nella sperimentazione di nuove tipologie di imballi in plastica riciclabile, raggiungendo nel 2020 la riduzione al 50% degli imballaggi non riciclabili.

Nel corso del 2020, **SZ Coffee System** ha completato con successo alcuni progetti di ricerca legati alle capsule, tra cui le capsule rigide compostabili e le capsule morbide compostabili e BIO, realizzate con imballo primario biodegradabile.

Brodies sta sviluppando un progetto finalizzato alla creazione di imballi più attenti all'ambiente. In particolare, vuole sviluppare delle bustine per il tè prive di plastica al 100% entro la fine del 2021. Similarmente, la funzione R&S di **Brulerie** ha realizzato un nuovo packaging privo di alluminio (NATURA).

Segafredo Zanetti Francia, invece, ha avviato a novembre la produzione di un nuovo packaging per la linea San Marco Bio, che sarà realizzato con il 100% del proprio imballaggio primario riciclato e riciclabile, senza alluminio. Il lancio dei nuovi prodotti avverrà nei primi mesi del 2021.

La San Marco dispone di un dipartimento ricerca e sviluppo, il cui obiettivo è quello di ideare nuove macchine sempre più sicure, facili da usare e allineate alle più recenti innovazioni tecnologiche.

Nell'anno del suo centenario, La San Marco presenta **20/20 Plug&Play**. Pensata per gli amanti dell'espresso di qualità che desiderano un'estrazione a regola d'arte anche fuori dal bar, Plug&Play coniuga ingombri ridotti e prestazioni professionali. Versatile e maneggevole, la piccola semiautomatica a un gruppo è un concentrato di precisione e raffinata tecnologia, racchiusa in un design compatto dalla forte personalità. Il modello fa parte dell'omonima collezione di macchine denominate 20/20, il cui progetto porta la firma di Bonetto Design.



Nel 2020 **La San Marco** ha lanciato anche il nuovo modello elettronico di alta gamma: D. Design di ispirazione automotive e tecnologie d'avanguardia sono le caratteristiche di questa nuova fuoriclasse, in grado di regalare ai baristi più esigenti un'estrazione

personalizzata e performance di altissimo livello. La una nuova macchina da caffè automatica consente al barista di programmare tutti i parametri operativi che influenzano l'uscita di vapore e caffè. Tale tecnologia migliora ulteriormente il presidio sulla qualità del caffè e il monitoraggio dei consumi energetici.

ATTIVITÀ DI RICERCA E SVILUPPO CHE VANNO OLTRE IL PRODOTTO

Le attività di ricerca e sviluppo realizzate dal Gruppo non si sono limitate solamente ai prodotti, ma hanno incluso anche l'esperienza del consumatore. Nel 2020 è stato annunciato il lancio di **Segafredo Zanetti Robocup Café, prima caffetteria self-service 24 ore completamente robotizzata**, nella città cinese di Shenzhen, noto hub per i servizi informatici e di intelligenza artificiale del Paese.



Segafredo Zanetti Robocup Café offre un'esperienza di caffetteria completamente automatizzata, grazie alla quale i clienti possono ordinare attraverso un menu touchscreen o dal proprio cellulare

tramite un'applicazione. L'innovativa caffetteria rappresenta un traguardo storico per **Segafredo Zanetti, primo marchio italiano in grado di offrire un caffè attraverso un sistema completamente automatizzato**, che prevede inoltre un sistema di chiusura della tazzina in ambiente protetto, a garanzia dei più alti standard di sicurezza. Infine, grazie all'utilizzo di sistemi di pagamento elettronici e di codici QR, i clienti possono gustare un autentico caffè italiano in tutta sicurezza. Robocup Café è frutto della collaborazione con Robocup China.

Il design minimalista e l'uso di materiali naturali rendono l'ambiente accogliente e piacevole, ideale per una perfetta pausa caffè con Robocup-Segafredo.

7.3 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto

Il presidio sulla sicurezza e sulla qualità alimentare è esteso a tutte le attività lungo l'intero processo produttivo: dalle piantagioni all'arrivo del caffè verde negli stabilimenti sino alla commercializzazione del prodotto finito. Ancor prima di ricevere il lotto di caffè verde dai propri fornitori, le società produttive, tramite il team specializzato nel monitoraggio del rispetto degli standard di qualità e delle caratteristiche fisiche e organolettiche della materia prima, effettuano un primo controllo su un campione di caffè verde. La pratica del "coffee cupping", attraverso la riproduzione in laboratorio delle fasi del processo produttivo, permette di testare il prodotto finito prima che l'intero lotto di caffè sia prodotto e commercializzato. Lo specialista adotta una pratica che permette la percezione

immediata degli aromi e valutare così gli aspetti del gusto del caffè, in particolare il corpo (la consistenza o la sensazione in bocca, come l'oleosità), la dolcezza, l'acidità, il sapore e il retrogusto.

Una volta approvato l'invio dell'intero lotto di caffè verde, si procede con l'analisi documentale iniziale per l'accettazione della materia prima in entrata. A tale verifica viene affiancata un'analisi di laboratorio per verificarne le caratteristiche e le proprietà del caffè. In fase di torrefazione, si procede con il prelievo di un campione per un controllo organolettico e fisico, per valutare, tra l'altro, il colore del caffè tostato ed il grado di umidità; questi ultimi parametri vengono monitorati anche durante la fase di macinatura. Durante il confezionamento dei prodotti, infine, viene verificata la conformità del packaging in termini di peso ed etichettatura di prodotto e vengono effettuati controlli a campione sui lotti di prodotti.

Le società produttive più rilevanti – **Segafredo Zanetti Francia, Segafredo Zanetti Italia, Café Montaña, Meira OY, Massimo Zanetti Beverage Iberia, La San Marco e Boncafé International** – presentano un sistema di gestione della qualità certificato secondo la norma internazionale ISO 9001:2015, che prevede la definizione di responsabilità e presidi di controllo volti ad assicurare il raggiungimento degli obiettivi chiave e a sostenere la qualità del prodotto e dei servizi alla clientela tramite l'ottimizzazione dei processi interni. Tali sistemi accompagnano le società verso il miglioramento continuo trattando in modo adeguato eventuali casi di non compliance attraverso mirate azioni correttive.

MZB Brasil possiede la certificazione ISO 9001:2015 per uno dei siti produttivi ed è in corso il processo per l'implementazione dei sistemi e delle procedure necessari per l'ottenimento della certificazione in un secondo stabilimento.

Boncafè Thailand nel corso del 2020 ha implementato quasi tutti i requisiti previsti dalla ISO 9001:2015. Tuttavia, al momento non è ancora stata sottoposta a certificazione di terza parte.

In **Massimo Zanetti Beverage USA**, società del Gruppo che presenta i volumi di produzione più significativi, pur non essendo presente un sistema di gestione certificato ISO, l'attenzione verso la qualità dei prodotti e la sicurezza alimentare sono poste al centro dei processi produttivi, così come attestato dal manuale aziendale per la qualità, costantemente aggiornato e migliorato. Inoltre, dal 2018, è stata istituita la figura del "**Quality Assurance**", incaricata di supervisionare e ottimizzare tutti i processi aziendali in merito alla qualità di prodotto e di processo con l'obiettivo di uniformarli grazie all'implementazione di un unico **Programma Qualità** che comprende tutti i siti produttivi.

Segafredo Zanetti Italia al fine di garantire la sicurezza dei suoi prodotti e rispettare i più elevati standard di qualità, **effettua dei controlli aggiuntivi rispetto a quelli richiesti per legge** sul caffè crudo prima di entrare in produzione e ulteriori campionature successive alla fase di tostatura per verificare la conformità del prodotto finito rispetto ai requisiti di qualità e sicurezza. Inoltre, la creazione di sistemi gestionali *ad hoc* per gli stabilimenti produttivi del Gruppo, permettono alle singole società, come **SZ Italia** di **monitorare tutte le fasi della lavorazione del caffè, garantendone la tracciabilità.**

Al fine di incrementare ulteriormente il livello qualitativo dei propri prodotti, **SZ Austria** ha in programma per i prossimi anni la realizzazione di un laboratorio dedicato alla sola degustazione del caffè in fase di produzione. Con il medesimo scopo, **SZ Poland** sta sviluppando un cup tasting team (gruppo di degustazione) per ideare prodotti con un gusto migliore.



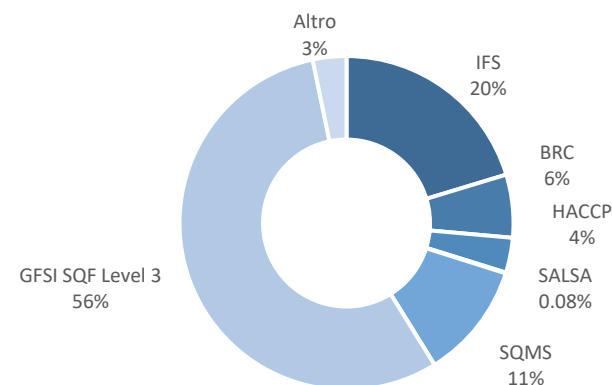
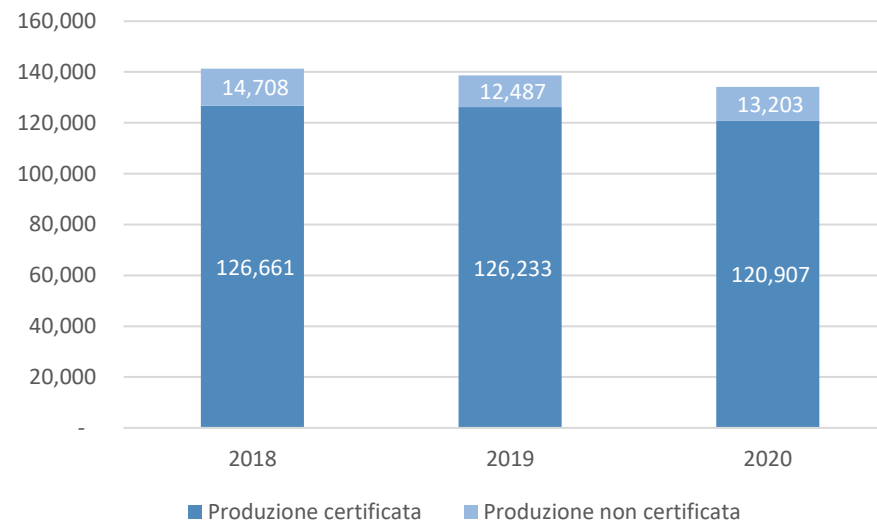
Standard di certificazione e Società certificate		
IFS Food Certificate	Standard unificato di sicurezza della qualità valido per tutti i prodotti alimentari	<ul style="list-style-type: none"> - Massimo Zanetti Beverage Brasil - Segafredo Zanetti Austria GmbH - Segafredo Zanetti Francia S.A.S. - Segafredo Zanetti S.p.A. - Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A. - Segafredo Zanetti Poland sp. z o.o - Tiktak
British Retail Consortium	Standard globale per la sicurezza agroalimentare	<ul style="list-style-type: none"> - Massimo Zanetti Beverage Brasil - Segafredo Zanetti S.p.A. - Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.
Food Safety System Certification 22000	Standard di sicurezza agroalimentare nei processi produttivi lungo la catena di fornitura	<ul style="list-style-type: none"> - Distribuidora Cafè Montaña S.A. - Tiktak/Segfredo Zanetti Nederland BV - Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd
Safe Quality Food	Standard di sicurezza per il settore alimentare lungo la catena di fornitura	<ul style="list-style-type: none"> - Massimo Zanetti Beverage USA Inc.
Non-GMO Project	Certificazione che garantisce la coltivazione del caffè senza il ricorso ad Organismi Geneticamente Modificati	<ul style="list-style-type: none"> - Kauai Coffee Company LLC
Supplier Quality Management System	Sistema per la gestione della qualità dei fornitori sui prodotti alimentari	<ul style="list-style-type: none"> - Segafredo Zanetti S.p.A. - Segafredo Zanetti Francia S.A.S.
Hazard Analysis and Critical Control Points	Certificazione europea in materia di igiene alimentare	<ul style="list-style-type: none"> - Tiktak - Segfredo Zanetti Nederland BV - Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd - Boncafé International Pte Ltd - Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A. - Kauai Coffee Company LLC - Boncafé (Thailand) Ltd - The Bean Alliance
Good manufacturing practice	Certificazione che garantisce l'integrità del processo di produzione alimentare e la conformità alle normative in materia di sicurezza alimentare	<ul style="list-style-type: none"> - Boncafé (Thailand) Ltd
Safe and Local Supplier Approval	Certificazione diffusa nel Regno Unito che attesta la conformità normativa dei prodotti ai requisiti di sicurezza alimentare	<ul style="list-style-type: none"> - Brodie Melrose Drysdale & CO Ltd.

Le certificazioni di sicurezza alimentare del Gruppo MZB

Le varie società del Gruppo, inoltre, adottano specifiche procedure e certificazioni, in base agli obblighi legislativi e alle richieste provenienti dal mercato, in particolare per quanto riguarda la sicurezza alimentare e il segmento *private label*. Nella tabella precedente, sono elencate le principali certificazioni volontarie adottate all'interno delle varie società del Gruppo. Al fine di conservare le certificazioni ottenute, tutte le società monitorano costantemente le diverse fasi di produzione e affidano il riconoscimento del rispetto degli standard a enti di certificazione ufficialmente riconosciuti.

In questo contesto, nel 2020, il 90% del caffè di Massimo Zanetti Beverage Group è stato prodotto in siti certificati in accordo a uno degli standard di sicurezza alimentare tra quelli sopra citati, in linea con quanto registrato nei due anni precedenti. La produzione certificata si ripartisce tra i differenti standard come indicato nel grafico seguente. [GRI FP5]

La produzione certificata, sul totale e per standard, in tonnellate



7.4 La nostra politica di qualità di Gruppo

Nel corso del 2020, tutte le società del Gruppo sono state chiamate ad adottare e rispettare le linee guida definite all'interno della Politica della Qualità, elaborata nel corso del 2019.

Le società hanno dovuto adeguarsi a quanto previsto e per massimizzare il risultato hanno condiviso quanto previsto dalla Politica anche con i loro principali fornitori.

Le cinque società principali del Gruppo per rilevanza economica e impatti generati – Massimo Zanetti Beverage USA, Segafredo Zanetti S.A Francia, Segafredo Zanetti Italia, Meira e Boncafé International – si sono confrontate su tematiche di qualità, sicurezza alimentare, tracciabilità, innovazione di prodotto e di processo, soddisfazione di clienti e consumatori.

In relazione a questi ambiti, sono state definite delle linee guida di Gruppo, al fine di perseguire obiettivi comuni, uniformare le pratiche aziendali condividendo best practices già presenti, ma considerando allo stesso tempo le specificità di ciascuna società del Gruppo.

La **Politica della Qualità** di Gruppo ha lo scopo di formalizzare l'impegno di Massimo Zanetti Beverage Group nel:

- Garantire prodotti di qualità e sicuri
- Adottare pratiche di business volte ad accrescere la soddisfazione del cliente
- Promuovere soluzioni innovative



Inoltre, la Politica della Qualità si prefigge l'obiettivo di disciplinare a livello di Gruppo alcuni aspetti quali **l'innovazione, le certificazioni alimentari e la tracciabilità e la centralità dei consumatori.**

INNOVAZIONE

- Innovare per anticipare le aspettative dei nostri consumatori e migliorare i processi interni
- Innovare per garantire la crescita sostenibile

CERTIFICAZIONI ALIMENTARI E TRACCIABILITÀ

- Garantire la sicurezza dei prodotti in tutte le attività del Gruppo e lungo la catena di fornitura
- Monitorare, misurare e migliorare i processi aziendali
- Assicurare standard di qualità elevati e la tracciabilità del caffè

CENTRALITÀ DEI CONSUMATORI

- Coinvolgere costantemente clienti e consumatori
- Superare le aspettative dei consumatori

I responsabili della gestione della qualità all'interno di ciascuna società e tutti i dipendenti del Gruppo devono monitorare e garantire l'implementazione dei requisiti e il perseguimento di tali obiettivi. Infine, la Politica della Qualità prevede che ciascuna società del Gruppo MZB effettui analisi e accertamenti lungo la propria catena di fornitura, al fine di garantire che i requisiti obbligatori siano rispettati, mediante visite in sito, questionari di autovalutazione e/o audit esterni.

8. LA CATENA DEL VALORE



Il Gruppo Massimo Zanetti Beverage crede nella promozione della cultura della sostenibilità grazie a un dialogo aperto con i propri stakeholder volto al miglioramento continuo e congiunto

8.1 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità

Da sempre la mission del Gruppo Massimo Zanetti Beverage è di “far amare ai consumatori di tutto il mondo il caffè di qualità, nel pieno rispetto dei valori di sostenibilità”.

Fondamentale è quindi l'impegno del Gruppo nello sviluppare rapporti di fiducia con i propri fornitori con cui viene condivisa la stessa responsabilità nel raggiungere obiettivi sempre più sostenibili.

L'importanza di dare visibilità al percorso del caffè, dal chicco alla tazza ha reso sempre più necessario adottare dei sistemi che permettono la **completa tracciabilità delle materie prime** lungo tutta la filiera. Tali sistemi, oltre ad aumentare la fiducia nei confronti dei consumatori garantendo qualità e sicurezza del prodotto, permettono di ottimizzare ed efficientare le attività degli attori che intervengono lungo tutta la catena di fornitura, nonché migliorare la comunicazione e la qualità delle informazioni.

La certificazione del caffè verde, secondo i diversi standard di sostenibilità riconosciuti a livello internazionale, è espressione del controllo e presidio di aspetti di sostenibilità lungo l'intera catena di fornitura.



Certificazioni e società certificate



Biologico/Organic - Standard di certificazione delle materie prime agricole che garantisce la loro provenienza da filiere in cui sono rispettati i principi della coltivazione biologica. Per le aziende che operano in Europa, le norme che formalizzano le caratteristiche della coltivazione biologica sono definite dalla normativa comunitaria mentre in USA dal National Organic Programme (NOP).

- Massimo Zanetti Beverage USA
- Tiktak
- Segafredo Zanetti Nederland
- Segafredo Zanetti Poland
- Segafredo Zanetti S.p.A.
- Distribuidora Cafè Montaña
- Massimo Zanetti Iberia
- Segafredo Zanetti S.p.A.
- Brulerie des Cafés Corsica
- The Bean Alliance
- Segafredo Zanetti Francia



Fairtrade - La certificazione garantisce che i prodotti recanti il marchio Fairtrade siano stati realizzati nel rispetto dei diritti dei lavoratori in Asia, Africa, America Latina e siano stati acquistati secondo i criteri del commercio equo.

- Distribuidora Cafè Montaña
- Massimo Zanetti Beverage USA
- Massimo Zanetti Iberia
- Segafredo Zanetti Francia
- Brodie Melrose Drysdale
- Meira
- Tiktak
- Segafredo Zanetti Nederland
- Kauai Coffee Company
- The Bean Alliance



UTZ - Lo standard si basa su principi quali la trasparenza delle pratiche commerciali, la tracciabilità della materia prima e il rispetto delle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO).

- Distribuidora Cafè Montaña
- Massimo Zanetti Beverage USA
- Segafredo Zanetti Brazil
- Gruppo Boncafé
- Meira
- Boncafé Thailand



Rainforest Alliance - Lo standard si basa su 9 principi: tutela della flora e della fauna locali, tutela degli ecosistemi, tutela del terreno, tutela delle risorse idriche, trattamento equo dei lavoratori e buone condizioni di lavoro, buone relazioni all'interno della comunità, gestione integrata dei rifiuti e dei pesticidi, monitoraggio e pacificazione.

- Distribuidora Cafè Montaña
- Massimo Zanetti Beverage USA
- Massimo Zanetti Iberia
- Segafredo Zanetti Brazil
- Brodie Melrose Drysdale
- Tiktak
- Segafredo Zanetti Francia
- Massimo Zanetti Vietnam
- Meira
- Segafredo Zanetti S.p.A.
- Gruppo Boncafé
- Kauai Coffee Company
- Segafredo Zanetti Poland sp. z o.o
- The Bean Alliance

Tra le società del Gruppo, **Meira** è la capofila per quanto riguarda gli acquisti di caffè certificato. L'azienda infatti ha formalmente adottato già dallo scorso anno un piano di acquisto di caffè verde certificato, ponendosi precisi target di crescita per i prossimi anni, con **l'obiettivo di acquistare il 100% di caffè verde certificato entro il 2022**.

Con tale obiettivo, inoltre, Meira contribuisce, anche tramite l'adesione a iniziative internazionali di settore, al raggiungimento degli obiettivi internazionali di sostenibilità del caffè. Gli approvvigionamenti di caffè verde certificato hanno permesso alla controllata finlandese di lanciare sul mercato nel corso del 2020 nuovi prodotti certificati, tra cui una nuova linea di caffè decaffeinato e di caffè ad alto contenuto di caffeina a marchio Kulta Katriina, certificata Rainforest Alliance.



Sempre nel 2020, Meira ha lanciato la linea Vallila Roastery, speciale tributo allo storico distretto di Helsinki dove la società produce caffè da oltre 100 anni e da dove proviene il 30% di tutto il caffè tostato in Finlandia. Uganda Sipi Falls e Honduras Lempira, caffè mono-origine e di alta qualità della famiglia Vallila Roastery, provengono da **coltivazioni certificate Rainforest Alliance e UTZ** in Honduras e Uganda. Il **packaging** è realizzato in maniera **sostenibile**: al posto del tradizionale laminato, sono utilizzate materie prime vegetali e parzialmente rinnovabili, riducendo così l'impatto ambientale del 45%. Materiali ecocompatibili, dimensioni ottimizzate della confezione per ridurre gli sprechi e capacità di preservare il sapore autentico del caffè sono i cardini dello sviluppo del nuovo packaging. Parallelamente al lancio di Vallila Roastery, Meira ha preso parte ad un **progetto sociale in Honduras per sostenere l'educazione della prima infanzia**.

Sono diverse le società del Gruppo che hanno scelto di acquistare caffè certificato per la produzione dei propri prodotti.

Una di queste è Segafredo Zanetti Francia, il cui nuovo prodotto in grani **"Premium d'Arôme certificato BIO"**, un caffè in grani Arabica al 100% proveniente da agricoltura biologica dell'America Latina, è stato recentemente eletto **prodotto dell'anno 2020** dai consumatori francesi. Questo importante traguardo arriva dopo aver ottenuto lo stesso riconoscimento lo scorso anno con la gamma di capsule biodegradabili San Marco.

Inoltre, Premium d'Arôme BIO è stato votato come "prodotto preferito dai consumatori" su Shop Advisor, importante applicazione online utilizzata in Francia da oltre 500.000 consumatori per condividere le proprie opinioni sui prodotti preferiti presenti nel mercato.



Nel 2020 **Boncafé Thailand** ha ricevuto il prestigioso riconoscimento **"Superior Taste Award 2020"** dall' International Taste Institute (leader mondiale nella valutazione e certificazione di alimenti e bevande ed è riconosciuto dai maggiori operatori del settore e consumatori del mondo. I prodotti presi in esame per l'assegnazione del riconoscimento sono sottoposti a un blind test, che ne assicura una valutazione obiettiva) su due prodotti: Caffè Crema e Espresso Angelo. Tali miscele, best seller premium di Boncafé Thailand, si sono contraddistinte per l'elevata qualità e per il gusto eccellente.



Durante il 2020, **Segafredo Zanetti Francia** ha lanciato dei prodotti a marchio **Natura Bio**, realizzati con **caffè biologico puro**, proveniente da aziende agricole certificate e impegnate in Honduras, Papua Nuova Guinea e Perù.



“Crediamo e supportiamo un futuro sostenibile per le persone e l'ambiente.”

L'offerta di prodotti sostenibili e certificati del Gruppo si è ampliata nel 2019 anche grazie all'acquisizione di Bean Alliance e dei suoi marchi **Bean Ground & Drunk**, primo caffè in Australia ad essere certificato organico secondo lo standard Australian Certified Organica, e **Oxfam Fair**. Da dieci anni Bean Alliance Group collabora con Oxfam Australia, un'organizzazione riconosciuta a livello internazionale per la promozione della dignità dei lavoratori e la lotta contro la povertà e le disuguaglianze, producendo la gamma a marchio FAIR e a partire dal 2019, realizza in esclusiva una nuova linea di caffè etico premium.

Attraverso i suoi prodotti, Oxfam Fair si impegna ad aiutare le comunità che lavorano nelle piantagioni di caffè e le popolazioni più svantaggiate in Australia e in tutto il mondo.

I fondi raccolti dalle vendite di caffè e cioccolato sono investiti in programmi d'aiuto di lotta alla povertà.



Inoltre, la produzione dei prodotti Oxfam Fair garantisce agli agricoltori un prezzo equo e stabile per le loro materie prime e dei premi di produzione per dare alle comunità la possibilità di costruirsi una vita migliore.

CHANGING THE WORLD ONE CUP OF COFFEE AT A TIME



Same Coffee. Same taste. Same Impact.

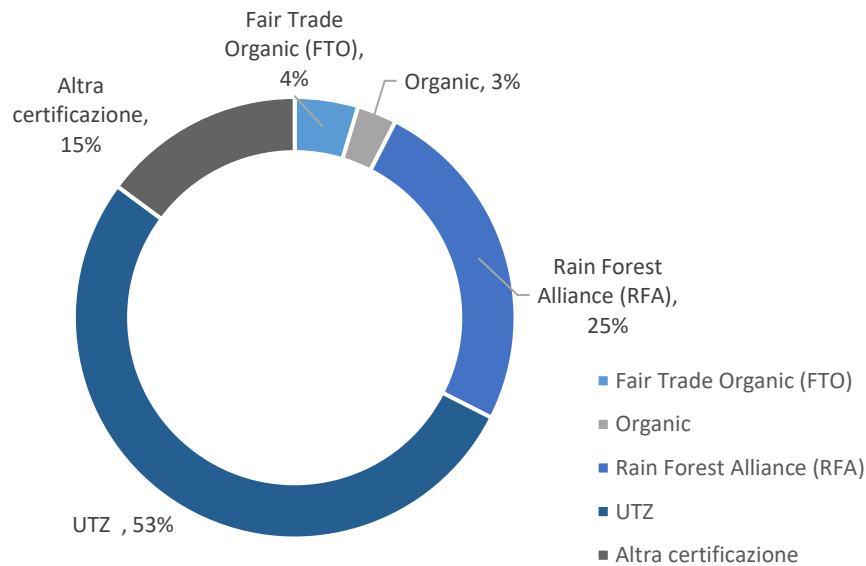
Nel corso del 2020, Bean Alliance Group ha reso disponibile **bean ground & drunk** anche **in capsule**. Le sue miscele sono realizzate esclusivamente con **chicchi biologici e certificati Fairtrade**.

bean ground & drunk è certificato ACO (Australian Certified Organic), principale organismo di certificazione australiano in materia di prodotti biologici e biodinamici, che garantisce ai consumatori l'acquisto di un caffè biologico e la totale assenza di pesticidi e altre sostanze chimiche all'interno dell'intero processo, "dalla pianta alla tazza". Bean ground & drunk è anche certificato Fairtrade e contribuisce alla diffusione di una maggiore consapevolezza del commercio equo e solidale tra i consumatori è fonte di grande soddisfazione per il gruppo Bean Alliance.



In totale, nel corso del 2020 gli acquisti di caffè certificato secondo gli standard di sostenibilità internazionali sopra riportati si sono attestati al 17,9%, in costante aumento rispetto ai dati registrati negli anni precedenti (+17% rispetto al 2019, dovuto anche alla fusione con Cafè Pacaembu). [GRI FP2]

La quota delle diverse certificazioni sul totale del caffè certificato secondo standard di sostenibilità



BIOLOGICO E SOSTENIBILITÀ VANNO OLTRE IL CAFFÈ

La domanda di prodotti biologici e sostenibili è cresciuta rapidamente negli ultimi anni e per questo motivo Meira ha recentemente introdotto un'alternativa più sana rispetto al prodotto tradizionale: il **ketchup biologico Meira** contiene l'85% di pomodoro, il 30% in meno di zucchero e sale ed è totalmente privo di conservanti. Inoltre, viene prodotto attraverso l'utilizzo di biogas rinnovabile ed ecologico.



Nel corso del 2020, Meira ha inoltre introdotto alcune novità all'interno della propria gamma di spezie: cannella di Ceylon e ortica finlandese. Le **spezie della gamma Meira Premium**, altamente selezionate, sono coltivate biologicamente e prodotte secondo

pratiche sostenibili. Entrambi i nuovi prodotti hanno ottenuto le **certificazioni Bio e FairTrade**.

Negli anni, con l'obiettivo di migliorare il presidio sulla catena di fornitura, le società del Gruppo hanno implementato dei sistemi per la selezione, valutazione e monitoraggio dei fornitori basati su criteri economici, la qualità dei prodotti acquistati e la puntualità del servizio reso dagli stessi. Inoltre, a seconda delle specificità dei singoli mercati, i fornitori sono valutati anche per gli aspetti ambientali, la tracciabilità della materia prima e la tutela dei diritti umani nella catena di fornitura.



La procedura acquisti di **Massimo Zanetti Beverage USA** prevede, ad esempio, oltre alla valutazione di aspetti commerciali e tecnici, la piena conformità ai parametri stabiliti da tutte le normative sanitarie definite sia a livello governativo sia dal Global Food Safety Initiative, che riunisce i principali attori del settore alimentare con lo scopo di migliorare continuamente i sistemi di gestione della sicurezza alimentare. In particolare, la società richiede ai propri fornitori la compilazione di una checklist dettagliata con oltre 100 domande in tema di tracciabilità e sicurezza, tra cui la conformità allo standard HACCP, le modalità di controllo sulla presenza di parassiti e allergeni e l'applicazione delle Pratiche di Buona Fabbricazione (Good Manufacturing Practices) in relazione agli standard di qualità. A fine 2020, MZB USA ha inviato ai propri fornitori la nuova Politica di Approvvigionamento Responsabile di Gruppo, chiedendo loro di firmarla per accettazione e di rispettare quanto previsto. Le risposte saranno ricevute ed elaborate nel corso del 2021.

Anche **Tiktak** ha richiesto ai propri fornitori di sottoscrivere la nuova politica di Gruppo, ottenendo risposta dal 90% degli stessi. Nel corso del FY21 sarà premura della società sollecitare i fornitori che non hanno ancora fornito risposta.

Segafredo Zanetti Francia ha emanato una specifica procedura di qualifica per i nuovi fornitori di materiale per il packaging, che prevede la compilazione di un questionario di autovalutazione, seguita da visite ispettive nei siti, al fine di verificare l'effettiva adesione a standard di qualità elevati.

Il **Gruppo Boncafé** richiede ai propri fornitori di completare un self-assessment di qualifica che comprende i principali KPI commerciali, quali la qualità dei prodotti approvvigionati o la capacità di soddisfare le richieste. Inoltre, per quanto riguarda le materie prime, il Gruppo asiatico effettua test di qualità dei prodotti, al fine di

verificare che lo stesso sia conforme agli elevati standard di qualità previsti all'interno del Gruppo Massimo Zanetti Beverage.

Anche **Segafredo Zanetti Italia** ha redatto opportune procedure per la selezione e la valutazione dei propri fornitori. Nei cicli regolari di assessment sui fornitori vengono valutati molteplici parametri, quali l'affidabilità di lungo periodo, il rispetto delle tempistiche di consegna e le non conformità rilevate. Vengono anche condotte prove di tracciabilità dei prodotti approvvigionati.

In un'ottica di miglioramento continuo, **Meira** ha aggiornato i propri sistemi di valutazione e monitoraggio dei fornitori introducendo alcuni aspetti sociali in materia di pratiche di lavoro, di diritti umani e di impatto sociale. In particolare, l'azienda ha integrato i principi BSCI (Business Social Compliance Initiative), uno dei più importanti sistemi di gestione della catena di fornitura che supporta le aziende nel processo di valutazione della conformità sociale delle loro catene di approvvigionamento. In riferimento ai fornitori di caffè, la valutazione è inoltre standardizzata in base a criteri di certificazione propri della piattaforma globale dell'European Coffee Federation. Infine, la controllata finlandese ha sviluppato delle linee guida interne relative alle pratiche di approvvigionamento, in cui vengono declinati gli impegni dell'azienda nel perseguire principi etici lungo tutta la propria catena di fornitura e nel garantire la protezione ambientale tramite l'adozione di soluzioni sostenibili di business, anche in collaborazione con i propri partner commerciali.

Tutte le torrefazioni europee del Gruppo, in conformità anche con la normativa europea⁴ che regola gli aspetti di tracciabilità e sicurezza alimentare, hanno implementato un efficace sistema di tracciabilità delle materie prime e materiali di confezionamento che viene

⁴ Regulation (EC) No 178/2002 of the European Parliament and of the Council of 28 January 2002 laying down the general principles and requirements of food

periodicamente verificato sia internamente sia dai diversi Enti di certificazione in sede di audit.

I test per verificare la capacità delle società del Gruppo di risalire alle informazioni relative ai prodotti commercializzati lungo tutta la catena di fornitura, hanno dimostrato la possibilità delle torrefazioni di accedere ai dati richiesti nei tempi utili per garantire l'accuratezza e la disponibilità delle informazioni, a conferma del solido presidio su tale aspetto.

Anche MZB USA soddisfa i requisiti GFSI, garantendo la tracciabilità dei prodotti lungo la catena di fornitura fino alle prime fasi di pulitura del caffè.

Massimo Zanetti Beverage USA, nell'ambito della valutazione dei fornitori su tematiche sociali, richiede ai fornitori di caffè verde dei Paesi in via di sviluppo di presentare la "**Child Labor Certification**", che attesta l'adesione agli standard nazionali e internazionali applicabili in materia di pratiche e condizioni di lavoro. La società richiede inoltre ai propri fornitori di essere dotati di sistemi numerici per l'identificazione dei prodotti al fine di facilitarne la rintracciabilità, in caso di necessità. L'azienda americana incoraggia infine i fornitori a divenire membri della **Green Coffee Association di New York**, un'associazione votata alla promozione del business del caffè, attraverso regole condivise tra tutti gli attori del mercato.

La società MZBG e Segafredo Zanetti Italia, in fase di definizione del contratto con i propri fornitori, richiede alla controparte di accettare il Codice Etico come parte essenziale di qualsivoglia relazione commerciale tra le parti e si aspetta che tutti i suoi fornitori e

law, establishing the European Food Safety Authority and laying down procedures in matters of food safety.

subfornitori rispettino gli standard e i principi previsti da tale Codice Etico.

Brodies valuta i propri fornitori utilizzando un apposito Questionario Fornitori, come espressamente richiesto al fine di poter mantenere la certificazione SALSA (Safe and Local Supplier Approval). Allo stesso modo, **SZ Austria** valuta i propri fornitori seguendo il sistema di rating stabilito dall'International Food Standards, su cui la società è certificata.

La San Marco dispone di un sistema di valutazione dei fornitori certificato ISO 9001:2015. In particolare, il processo richiede di selezionare il fornitore sulla base di offerte scritte e dopo aver confrontato almeno tre offerte alternative. Inoltre, vengono svolti dei test su alcuni campioni per valutarne la qualità prima di concludere un accordo.

MZB Iberia ha sviluppato un sistema di classificazione dei propri fornitori che consente di raggrupparli in tre macro classi (verde, gialla e rossa). L'attività di valutazione iniziale, che deve concludersi positivamente per poter essere un fornitore approvato, e di audit successiva sono finalizzate a verificare il rispetto dei requisiti richiesti dalla certificazione 9001.

Anche **Boncafè International** ha costruito nel corso degli anni una lista di fornitori approvati, che sono sottoposti annualmente ad assessment per verificare il continuo rispetto dei requisiti previsti dalla certificazione ISO 9001 e dallo standard HACCP. Allo stesso modo, **MZB Vietnam**, in fase di selezione dei fornitori, verifica che questi rispettino i requisiti previsti dallo standard HACCP e FSSC 22000.

Boncafè Thailand ha da sempre richiesto ai propri fornitori di rispettare quanto previsto dai GFSI (Global Food Safety Initiative) Standards e, a partire dal 2020, richiede il rispetto di quanto previsto dalla Politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo. In particolare, ai

fornitori viene richiesta la compilazione di un questionario e prima di concludere un accordo commerciale viene organizzata una visita di controllo agli stabilimenti del proprio fornitore. Solo a seguito di un esito positivo i fornitori vengono registrati all'interno dell'AVL (Approved Vendor List).

MZB Brasil dispone di un Supply Manual che stabilisce i requisiti minimi che devono essere rispettati dai fornitori per poter intraprendere un rapporto commerciale con la società. I requisiti riguardano la qualità, le questioni ambientali e la responsabilità sociale e vengono verificati attraverso la compilazione di un form apposito e attività di audit.

Anche **SZ Poland** si è dotata di una procedura interna e di un sistema per la valutazione dei fornitori, che prevedono la realizzazione di survey e attività di audit, svolte in presenza di rischi significativi. La ricerca e la scelta di nuovi fornitori è guidata anche da fattori legati alla sostenibilità. Nel 2021, la società vuole infatti introdurre l'uso di materiale per l'imballaggio di origine riciclato e pertanto si rivolgerà a nuovi fornitori, sia per la pellicola che per gli scatoloni.

Segafredo Zanetti Francia ha predisposto una procedura di identificazione e tracciabilità del prodotto lungo tutto la filiera che prevede la registrazione dei dati grazie ad un software specifico denominato "**Coffee Trace**". L'azienda invita i propri fornitori ad agire con correttezza ed imparzialità attraverso l'adesione alla "**Charte des Achats Responsables entre Segafredo Zanetti et ses fournisseurs**". La carta richiede di agire contro tutte le forme di corruzione e rispettare i principi del Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), le 8 convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e le normative sociali e ambientali pertinenti. Inoltre, i fornitori sono chiamati a elaborare una relazione annuale sui progressi raggiunti, sono sottoposti a eventuali controlli per verificare il rispetto dei principi sottoscritti e, se necessario, a mettere in atto adeguate azioni correttive.

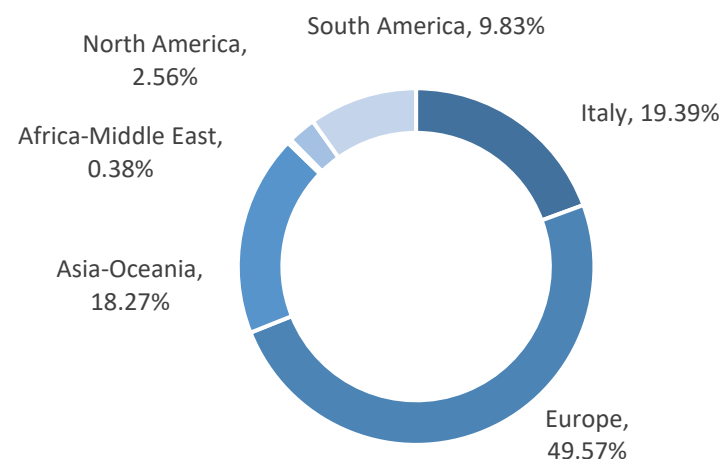
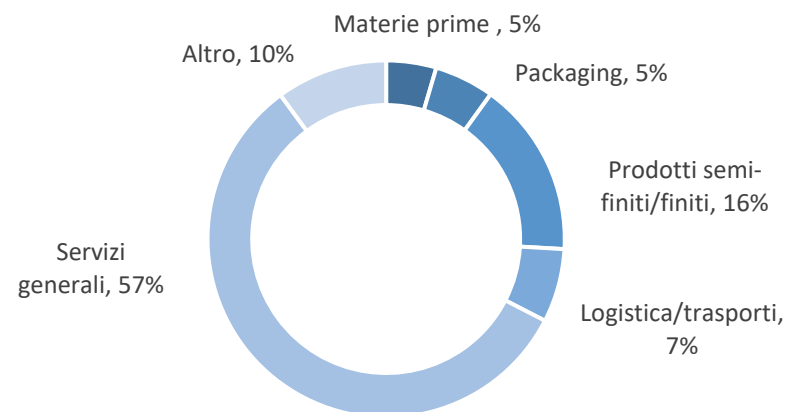
VALUTAZIONE E MONITORAGGIO DEI FORNITORI IN DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA: PRATICHE IN USO E OBIETTIVI FUTURI

Distribuidora Café Montaña ha predisposto una specifica procedura di valutazione e approvazione dei fornitori, che stabilisce le linee guida per la valutazione e l'approvazione dei fornitori di prodotti e servizi che incidono sugli standard di qualità e sulla sicurezza Good Manufacturing Practices (GMP). Inoltre, annualmente viene svolta una verifica dei requisiti legali dei fornitori sulla base dei parametri stabili all'interno della Compliance Matrix for Suppliers.

Nel corso del 2020, sono stati condotti 2 *assessment* sui diritti umani presso le società del Gruppo, in Italia e presso la piantagione di Kauai. [GRI 412-1]

In questo contesto, nel corso del 2020 le società del Gruppo MZB si sono approvvigionate da oltre 5.000 fornitori. La nuova acquisizione in Brasile ha portato a un incremento di circa 100 fornitori. I servizi generali rappresentano più della metà dei fornitori complessivi (57%), seguiti dai fornitori di prodotti finiti e semi-lavorati (16%), di logistica e trasporti (7%), di packaging (5%) e di caffè e materie prime alimentari (5%). La maggioranza dei fornitori è di provenienza europea (52%). [GRI 102-9]

I fornitori, per tipologia merceologica e provenienza, 2020



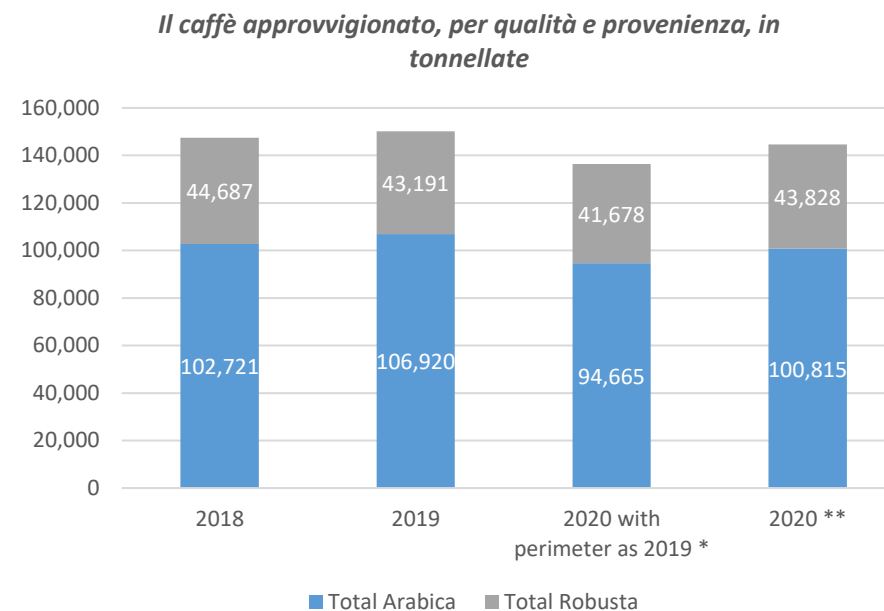
Con particolare riferimento all'approvvigionamento di caffè verde tra il 2019 e il 2020 si rileva un calo degli acquisti, passando da 150.110 a 144.643 tonnellate (136.343 tonnellate nel 2020 a parità di perimetro). La contrazione degli acquisti è strettamente legata al calo delle vendite e dei volumi prodotti, che nel 2020 sono stati influenzati dalle limitazioni dovute alla pandemia di Covid 19.

Guardando alla **provenienza del caffè**, è possibile notare dei **cambiamenti** nei valori relativi al 2020 **rispetto agli anni precedenti**, soprattutto per quanto riguarda il caffè di qualità Robusta. Nel 2019 il caffè di qualità Robusta proveniva per il 63% da paesi asiatici. Nel 2020, invece, il 42% del caffè di qualità Robusta è stato acquistato da fornitori localizzati nel sud-centro America, in particolare in Brasile, e per il 37% in paesi asiatici, tra cui Vietnam e Indonesia. Relativamente invece al caffè di qualità Arabica, la maggior parte del caffè verde proviene sempre da paesi nel centro-sud America, tra cui Brasile, Colombia e Honduras.

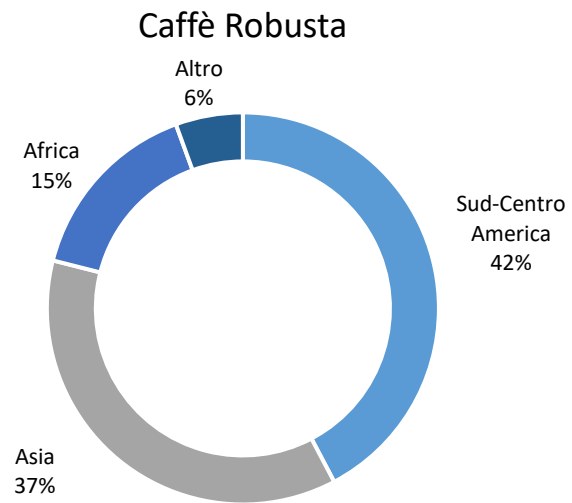
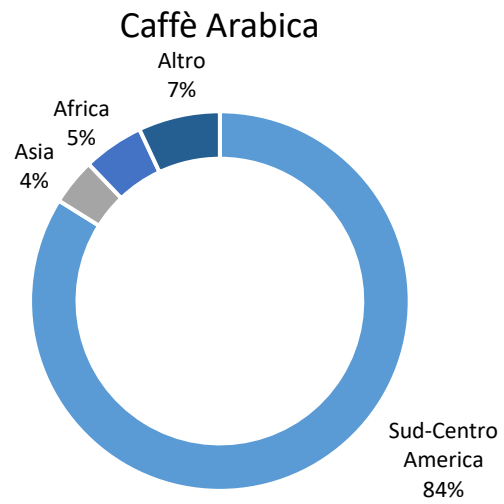
I paesi di provenienza del caffè verde nel 2020

Caffè qualità Arabica	Sud-Centro America	Brasile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Perù
	Asia	India, Indonesia, Laos, Papua Nuova Guinea, Tailandia, Vietnam
	Africa	Burundi, Congo, Etiopia, Kenya, Malawi, Ruanda, Tanzania, Uganda, Zambia
Caffè qualità Robusta	Sud-Centro America	Brasile, Messico
	Asia	India, Indonesia, Tailandia, Vietnam
	Africa	Cameroon, Costa d'Avorio, Madagascar, Tanzania, Uganda

Il caffè approvvigionato, per qualità e provenienza, in tonnellate



* Tutti i dati 2020 sono evidenziati con una doppia vista: la colonna contrassegnata da "2020*" fa riferimento al perimetro senza la nuova Cafè Pacaembu acquisita da SZ Brasil, ora MZB Brasil; mentre la colonna intestata con "2020", fa riferimento al perimetro intero del Gruppo Massimo Zanetti Beverage. I dati inseriti nei grafici fanno riferimento all'intero perimetro di consolidamento.



8.2 La nostra politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo

Nel corso del 2019, grazie all'impegno e alla collaborazione delle principali società del Gruppo, Massimo Zanetti Beverage Group ha pubblicato la **Politica di Approvvigionamento Responsabile**, dichiarazione di impegno del Gruppo verso una fornitura di caffè etica e sostenibile. Tale Politica è stata condivisa con tutte le società del Gruppo e nel corso del 2020 le società hanno condiviso tale politica con propri fornitori, chiedendone la sottoscrizione.

Attraverso la definizione di requisiti obbligatori, MZB si pone l'obiettivo di condividere con i propri fornitori e lungo tutta la catena di fornitura i valori del Gruppo: **la promozione di comportamenti etici e l'integrità aziendale, il rispetto dei diritti umani, la conservazione dei fragili ecosistemi da cui proviene il caffè verde e delle risorse naturali.**

Tutte le società del Gruppo MZB si sono impegnate a condividere tale politica di Approvvigionamento Responsabile con i propri fornitori, in particolare con quelli di materie prime e packaging. Tali fornitori, a loro volta, sono tenuti ad accettare e a rispettare i requisiti obbligatori definiti nella politica e a verificarne l'applicazione in ogni fase della catena di fornitura.

Al fine di garantire la conformità con i requisiti obbligatori, saranno condotte analisi e opportune valutazioni della catena di fornitura mediante sopralluoghi, questionari di auto-valutazione e/o audit.

La Politica di Approvvigionamento Responsabile è consultabile integralmente dal sito web del Gruppo Massimo Zanetti Beverage.



9. AMBIENTE



La tutela dell'ambiente e la conservazione delle risorse per le future generazioni rappresentano i principi che guidano il Gruppo nello svolgimento delle proprie attività e nella ricerca di soluzioni più sostenibili.

La responsabilità ambientale è ormai riconosciuta come presupposto fondamentale per operare sul mercato, spinta anche dalla crescente pressione dell'opinione pubblica e dagli sviluppi normativi a livello internazionale.

Cambiamenti climatici, risorse idriche ed energia sono alcuni dei temi più rilevanti da tenere in considerazione nella gestione ambientale a livello locale e globale.

Secondo il rapporto "Global Warming of 1.5°C" dell'IPCC⁵ è solo dimezzando le emissioni di gas serra entro il 2030 e abbattendole del tutto entro il 2050 che la variazione delle temperature a livello mondiale potranno essere mantenute entro la soglia di +1,5°C, limite cruciale perché il cambiamento climatico non metta a rischio intere aree geografiche e sistemi produttivi.

Allo stesso modo, con riferimento alle risorse idriche, più di due miliardi di persone vivono in paesi soggetti a tassi elevati di stress idrico, mentre circa quattro miliardi di persone devono affrontare gravi episodi di scarsità idrica per almeno un mese all'anno. L'incremento della domanda determinerà, pertanto, una crescita continua dei livelli di stress idrico, ampliati inoltre dall'intensificarsi degli effetti dei cambiamenti climatici (UN WATER).⁶In funzione di tale contesto, la nuova strategia di crescita annunciata dall'Unione Europea alla fine del 2019, il **Green Deal** europeo, prevede una spinta verso un migliore ed efficiente utilizzo delle risorse da parte della UE e dei Paesi membri, volta ad azzerare entro il 2050 le emissioni nette di gas a effetto serra

⁵ Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC. È il foro scientifico formato nel 1988 da due organismi delle Nazioni Unite, l'Organizzazione meteorologica mondiale (WMO) ed il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP) allo scopo di studiare il riscaldamento globale.

e a dissociare, per quanto possibile, la crescita economica dall'uso delle risorse.⁷

Parallelamente, la pubblicazione del Pacchetto sull'**Economia circolare** nell'aprile del 2018 – un insieme di misure e obiettivi volti a facilitare la "chiusura del cerchio" in Europa – e della Strategia Europea sulla plastica, hanno definito nuovi obiettivi di riciclabilità e riutilizzabilità per la totalità del materiale plastico utilizzato per il packaging entro il 2030.

Infine, nell'ambito degli sviluppi dell'Action Plan dell'Unione Europea sulla finanza sostenibile, a giugno 2020 è stato pubblicato il Regolamento 2020/852 relativo all'istituzione della cosiddetta **Tassonomia UE**. Essa consiste in un sistema unificato di classificazione delle attività economiche sostenibili in Europa, che introduce garanzie di trasparenza e comparabilità nei mercati della finanza sostenibile e dell'economia green. Per affrontare tali tematiche globali, il Gruppo si è dotato di una Politica Ambientale, descritta nel paragrafo 9.3 "La nostra Politica Ambientale di Gruppo", dichiarando in tal modo il proprio impegno verso la protezione delle matrici ambientali più a rischio, a favore della decarbonizzazione e della gestione efficiente delle risorse naturali.

Nel corso del 2020, la gestione operativa degli aspetti ambientali è proseguita in capo alle singole società del Gruppo.

Sei società produttive (Segafredo Zanetti Italia, La San Marco, Segafredo Zanetti Poland, Massimo Zanetti Beverage Vietnam,

⁶ UN, 2019: "The United Nations world water development report 2019: Leaving no one behind"

⁷ Commissione Europea, Dicembre 2019: "Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico E Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni. Il Green Deal europeo".

Boncafé Thailand e Meira) adottano un **sistema di gestione ambientale formalizzato**.

Meira, La San Marco e da quest'anno anche **Segafredo Zanetti Italia** dispongono di un sistema di gestione ambientale certificato in accordo allo standard internazionale **ISO 14001:2015**, il punto di riferimento internazionale in materia, mentre la società scozzese **Brodies** ha l'obiettivo di certificare il proprio stabilimento secondo la norma ISO 14001:2015 entro la fine del 2021. **MZB Brasil**, allo stesso modo, nel 2021 vuole certificare uno dei propri stabilimenti e migliorare i processi di un secondo stabilimento, al fine di poter arrivare alla certificazione nei prossimi anni.

Segafredo Zanetti Poland, da anni impegnata sui temi del risparmio energetico e idrico e sulla riduzione delle emissioni in atmosfera, ha predisposto nel 2018 una policy ambientale interna in linea con i requisiti legislativi nazionali e una lista di comportamenti "green" condivisa con i dipendenti, al fine di incoraggiarli ad adottare pratiche responsabili e accrescere la loro consapevolezza. Nel corso del 2020 ha aggiornato la propria policy al fine di adeguarla a quanto stabilito dalla politica ambientale di Gruppo e si sta avvicinando ai requisiti necessari per l'ottenimento della certificazione ISO 14001:2015.

Massimo Zanetti Vietnam possiede specifiche procedure per la gestione e la riduzione dei propri impatti ambientali. Innanzitutto, è dotata di dispositivi che monitorano le emissioni di aria al fine di verificare che questa sia pulita. Inoltre, annualmente la società è chiamata a redigere un report ambientale e comunicare i dati direttamente alle autorità. Infine, vi è un attento monitoraggio dell'ambiente circostante i siti produttivi e una gestione programmata delle attività di smaltimento dei rifiuti.

IL COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI NELLE SCELTE AZIENDALI

Nel corso del 2020 Segafredo Zanetti Poland ha organizzato un **concorso per i propri dipendenti** in occasione del quale i dipendenti hanno potuto presentare le proprie **idee** sulla **protezione ambientale** e lo **sviluppo sostenibile**. Le idee migliori sono state organizzate all'interno di un elenco e alcune iniziative sono già state implementate. Oltre alla gestione separata di tutti i rifiuti, è stato deciso di limitare l'uso delle bottiglie di plastica per l'acqua e sono state installate in tutti gli uffici chiave delle macchine per l'erogazione dell'acqua. Nel 2021 verrà sostituito almeno il 50% della carta ad ora usata negli uffici, a favore di una carta per la stampa ecologica.

MZB Iberia, pur non avendo ancora un sistema di gestione ambientale certificato, è chiamata a rispettare la normativa locale, la quale richiede il monitoraggio delle emissioni, il contenimento del rumore, il pagamento delle tariffe previste per gli imballaggi e il monitoraggio dei rifiuti industriali prodotti.

Nel corso del 2020, **KAUAI COFFEE** ha aderito ad un programma cooperativo di 30 anni per proteggere gli uccelli marini in via di estinzione, il **Kauai Seabird Habitat Conservation Program** (KSHCP). In tale progetto, Kauai Coffee collaborerà con le agenzie statali e della contea e con altre realtà. Ognuno sarà chiamato a dare il proprio contributo e fare la sua parte, al fine di ridurre le morti premature e proteggere e migliorare le aree di nidificazione nelle montagne al centro dell'isola.

9.1 Efficienza energetica e economia circolare

Sono sempre di più le società del Gruppo MZB che hanno definito un piano di azione con obiettivi specifici e iniziative in risposta alla rilevanza di tematiche ambientali quali l'efficiamento energetico, la riduzione delle emissioni, la gestione del fine vita del prodotto e dei rifiuti prodotti. In particolare, alcune aziende del Gruppo hanno definito degli specifici obiettivi che prevedono l'implementazione di misure per la diminuzione delle emissioni al fine di ridurre la propria *carbon footprint*, anche attraverso specifiche scelte in termini di approvvigionamento energetico e servizi di logistica e gestione delle flotte aziendali.

Ad esempio, **Meira** società produttiva con sede ad Helsinki, ha deciso di supportare il piano strategico annunciato nel 2017 dalla capitale finlandese "*Helsinki City Strategy 2017-2021*" nel raggiungimento della **Carbon Neutrality**⁸ entro il 2035 attraverso la riduzione dell'80% delle emissioni di gas a effetto serra della capitale. Il restante 20% sarà compensato da Helsinki attraverso iniziative di riduzione delle emissioni nelle città limitrofe. Tra le azioni previste, le principali riguardano la riduzione del consumo di energia per il riscaldamento tramite nuovi standard costruttivi per gli edifici e l'utilizzo di energia geotermica.

Quest'anno **Meira** ha alzato l'asticella fissata dal proprio governo e ha espresso la volontà di raggiungere la neutralità carbonica entro il 2030. Per tale ragione, a dicembre 2020, ha approvato la nuova **strategia climatica 2030**, allineata agli obiettivi di sviluppo sostenibile

⁸ Con Carbon Neutrality si intende il risultato di un processo di riduzione e compensazione delle emissioni di CO₂ di una specifica entità, tale per cui le emissioni totali di anidride carbonica risultino pari a zero.

promossi dalle Nazioni Unite (Agenda 2030) e fondata sull'utilizzo di Science Based Targets. In particolare, la società si impegna nel ridurre progressivamente le proprie emissioni di CO₂ (efficientamento) energetico e uso di energia da fonte rinnovabile), ridurre l'impatto ambientale dei processi produttivi (progressivo annullamento dei rifiuti) e rendere più sostenibile il packaging dei propri prodotti (impiego di soli materiali riciclati, riciclabili o rinnovabili entro il 2030).

L'obiettivo della carbon neutrality entro il 2030 è stato poi declinato in un piano d'azione di breve, medio e lungo periodo. Per esempio, entro il **2022**, Meira si impegna a **dimezzare** rispetto al 2018 le proprie **emissioni** di gas ad effetto serra, passando all'uso di sola energia elettrica prodotta da impianti eolici e utilizzando biogas e teleriscaldamento ottenuti da fonti rinnovabili.

Al fine di ridurre e compensare le proprie emissioni di anidride carbonica, nel 2019, **Segafredo Zanetti Francia** ha rinnovato il proprio parco auto con una flotta costituita da auto ibride, nonché acquistato energia elettrica certificata proveniente da fonti rinnovabili a copertura della totalità del proprio fabbisogno, contribuendo in questo modo ad evitare l'emissione di 132 ton di CO₂.

Con l'obiettivo di ridurre le emissioni clima-alteranti, le società del Gruppo hanno inoltre implementato soluzioni sostenibili per la gestione della logistica dei prodotti.

Nel corso degli anni, la riorganizzazione della logistica e l'accentramento in poli logistici di nuova creazione hanno permesso a **Segafredo Zanetti Italia** di dismettere circa 21 strutture affittate ad

uso esclusivo di SZ Italia e ottimizzarne così i consumi, le risorse impiegate e la movimentazione delle merci. Con lo stesso obiettivo ambientale, per il trasporto primario, Segafredo Zanetti Italia ha inoltre richiesto da diversi anni ai propri fornitori di trasporto del caffè crudo dal porto di Genova allo stabilimento di Bologna di utilizzare autoveicoli EURO 5 o superiori. Relativamente alle attività di trasporto secondario, invece, Segafredo Zanetti Italia ha definito un **target** in relazione alla saturazione media dei carichi trasportati pari al 90%, impegnandosi quindi ad ottimizzare il quantitativo di prodotto trasportato dalle singole vetture.

Massimo Zanetti Beverage USA, già da qualche anno, ha avviato un progetto di logistica che prevede il passaggio al trasporto intermodale (che include trasporto ferroviario e su gomma) per la movimentazione delle merci e dei prodotti. Tale modalità si differenzia dal trasporto solo su gomma per una gestione ottimizzata dei carichi tramite unità che possono essere facilmente spostate da un mezzo all'altro, consentendo quindi un maggior livello di efficienza nei trasferimenti. Inoltre, ha avviato il progetto Regional Set Sailing (RSS) che mira a ridurre i trasporti non a pieno carico in modo tale da ridurre ulteriormente le emissioni legate al trasporto. Nell'ottica di ridurre il fabbisogno energetico degli stabilimenti, **The Bean Alliance** nel 2020 ha installato sistemi di oscuramento per finestre industriali su tutte le finestre rivolte a nord e ovest, con una riduzione del calore dovuto al sole di circa l'83% e una riduzione dei raggi UV del 99%. Ciò ha permesso di ridurre l'intensità di utilizzo degli impianti di aria condizionata, contenendo conseguentemente il fabbisogno energetico ed i costi correlati.

⁹ UN Climate Change News. "Costa Rica Commits to Fully Decarbonize by 2050". Marzo, 2019

NUOVI OBIETTIVI PER CAFÉ MONTAÑA

Il 24 febbraio 2019, il presidente della Costa Rica ha annunciato il lancio del Piano Nazionale di Decarbonizzazione, con l'obiettivo di ridurre a zero le emissioni nette di gas a effetto serra entro il 2050 in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul Cambiamento Climatico⁹. Con l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas a effetto serra, il Piano Nazionale prevede misure significative nelle infrastrutture di base e in settori economici come il trasporto pubblico e privato, energia, industria, agricoltura, gestione dei rifiuti e gestione del suolo e delle foreste. Inoltre, il Piano stabilisce una tabella di marcia per modernizzare l'economia, generare posti di lavoro e favorire la crescita sostenibile.

In linea con tale approccio, **Distribudora Café Montaña** ha deciso di porsi degli obiettivi ancora più ambiziosi, impegnandosi nell'**azzeramento delle emissioni di gas a effetto serra entro il 2020**. Tuttavia, la pandemia di Covid 19 ha richiesto alla Società di concentrarsi su altri aspetti e pertanto tale ambizioso goal è stato rinviato al 2021.

Nell'ambito di tale progetto, Distribudora Cafè Montaña ha già provveduto a installare una nuova macchina tostatrice, più efficiente in termini di capacità produttiva e consumi, con un sistema di controllo e riduzione dei fumi che limita le emissioni in atmosfera. Inoltre, sono previste iniziative a supporto del raggiungimento di tale obiettivo, quali la formazione sullo spreco di risorse, in particolare dei consumi energetici, la riforestazione, l'educazione ambientale e la corretta raccolta e smistamento dei rifiuti.



Altri progetti di efficientamento energetico, con conseguente riduzione dei consumi e dei costi riguardano l'installazione di fonti di illuminazione LED in alcune delle società controllate dal Gruppo quali, ad esempio, **Boncafé Thailand, Boncafé Malaysia, Café Montaña, La San Marco, Tik Tak Segafredo Zanetti Olanda, Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan, The Bean Alliance e Brodies**, quest'ultima anche in virtù della volontà di certificare i propri impianti secondo la norma ISO 14001:2015 entro la seconda metà del 2021.

Tiktak, oltre alla sostituzione delle lampadine, prevede di isolare l'edificio ed installare doppi vetri nelle finestre della fabbrica al fine di migliorare le prestazioni energetiche, come indicato all'interno del piano energetico redatto nel corso del 2020. **MZB Iberia**, nel corso del 2020 ha installato nuovi pannelli fotovoltaici con una capacità massima di generazione di 196 Kw. Nel corso del 2021, è prevista l'installazione di una nuova unità produttiva da 120 Kw.

Nel corso del 2020, **Boncafé Thailand** ha rinnovato gli impianti di condizionamento, passando al sistema AHU (Air Handling Unit), che consente di ridurre il consumo di energia e di annullare l'emissione di clorofluorocarburi. Inoltre, nella sezione tostatura, è stato installato un nuovo silenziatore, migliorando notevolmente il rumore dell'ambiente.

La San Marco ha portato avanti la sostituzione delle vecchie lampadine con nuove a LED ed ha installato un nuovo impianto di riscaldamento ad alta efficienza. All'inizio del 2021 è in programma la sostituzione della vecchia caldaia con una caldaia a condensazione di nuova generazione al fine di ridurre sensibilmente il consumo di fonti energetiche non rinnovabili e il consumo di gas metano.

Lo stabilimento di Cafè Pacaembu, società acquisita tramite **MZB Brasil**, è dotato di un moderno sistema di produzione con emissioni di

CO2 controllate, che consente di mantenere al livello minimo di rilascio consentito dalla legge brasiliana. Inoltre, parte della flotta di Pacaembu è alimentata a etanolo, un combustibile rinnovabile a base di vari materiali vegetali che riduce l'inquinamento atmosferico.

L'insieme delle attività sopra menzionate in relazione all'approvvigionamento energetico e il calo degli spostamenti effettuati nel corso dell'anno, a causa delle limitazioni imposte dalla pandemia di Covid 19, hanno contribuito alla diminuzione dei consumi energetici diretti del Gruppo del 12% rispetto al 2019, a parità di perimetro.

Nel 2020, MZBG ha registrato consumi energetici complessivi pari a circa 594.807 GJ (611.859 GJ a perimetro completo), in diminuzione del 9% rispetto al 2019. [GRI 302-1]

Consumi energetici, in GJ

Consumi diretti	2018	2019	2020*	2020
Benzina	76.083	79.799	66.170	66.174
Gasolio	74.950	97.520	64.893	68.599
Gas naturale	271.531	297.024	278.935	278.935
GPL	25.484	22.055	24.743	33.228
Biogas	2.065	2.246	2.497	2.497
Etanolo	0	0	0	2.660
Totale consumi diretti	450.113	498.643	437.238	452.093

Consumi indiretti	2018	2019	2020*	2020
Energia elettrica	141.223	133.543	123.854	126.050
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	11.088	11.131	22.283	22.283
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	-	-	113	113
Energia per riscaldamento	14.841	11.817	11.195	11.195
Energia per raffrescamento	118	124	124	124
Totale consumi indiretti	167.270	156.615	157.569	159.765
<hr/>				
Consumi energetici diretti e indiretti	617.383	655.258	594.807	611.858

Complessivamente il livello di utilizzo di energia elettrica diminuisce del 7% a parità di perimetro nel 2020. Inoltre, nel 2020, circa il 18% dei consumi di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili, raddoppiati rispetto al 2019.

Dati i consumi energetici rilevati, e in accordo con il protocollo GHG (Greenhouse Gas Protocol), uno dei più importanti standard internazionali per il reporting delle emissioni di gas a effetto serra, le emissioni di CO₂ sono rendicontate sotto forma di:

- **emissioni dirette** (Scopo 1) dovute ad attività del Gruppo MZB o da questo controllate, per l'utilizzo di combustibili per riscaldamento/raffrescamento, l'attività di roasting e per il trasporto mediante auto aziendali [GRI 305-1];
- **emissioni indirette** (Scopo 2) [GRI 305-2], per trasformazioni energetiche acquistate e utilizzate dall'azienda.

Nel 2020, le emissioni complessive sono diminuite del 5%, passando da 46.704 tonnellate di CO_{2eq} nel 2019 a 44.320 tonnellate di CO_{2eq} (a perimetro completo). Inoltre, utilizzando l'approccio Market Based – e considerando quindi l'approvvigionamento da energia rinnovabile di Segafredo Zanetti France e Meira - le emissioni indirette (c.d. Scopo 2) risultano pari a 13.604 rispetto all'intero perimetro di Gruppo, in calo del 29% rispetto al 2019. Meira contribuisce al contenimento delle emissioni di CO_{2eq} a livello di Gruppo, anche grazie alla scelta di utilizzare il Biogas, un combustibile che ha un fattore emissivo nullo.

Emissioni di gas a effetto serra, in tonCO_{2eq}

Emissioni dirette	2018	2019	2020*	2020
Da consumo di benzina	7.385	5.623	4.667	4.667
Da consumo di gasolio	5.476	7.281	4.847	5.124
Da consumo di gas naturale	15.212	16.850	15.776	15.776
Da consumo di GPL	1.630	1.411	1.583	2.609
Da consumo di Etanolo	-	-	-	184
Totale emissioni dirette	29.704	31.165	26.873	28.360
Emissioni indirette	2018	2019	2020*	2020
Da energia elettrica (L.B.)	17.003	14.961	15.331	15.417
Da riscaldamento	843	573	537	537
Da raffrescamento	22	6	6	6
Totali emissioni indirette L.B.	17.847	15.539	15.874	15.960
Totale emissioni (dirette e indirette LB)	47.571	46.704	42.747	44.320

Anche per quanto riguarda la gestione dei rifiuti derivanti dalle attività produttive, sono numerosi gli esempi di gestione virtuosa proposti dalle singole società del Gruppo, in particolare in quelle attive nei mercati europei. **Le iniziative attuate dalle differenti aziende sposano il concetto di economia circolare**, oggi sempre più centrale nel settore, soprattutto per quanto riguarda la gestione degli scarti di produzione.

Una pratica virtuosa condivisa e comune a diverse società del Gruppo, come ad esempio **Segafredo Zanetti Francia, Segafredo Zanetti Italia, Boncafé International, e The Bean Alliance**, e che permette di migliorare le performance relative alla produzione di rifiuti è quella che prevede il **riutilizzo dei sacchi di juta** e la vendita a esterni degli stessi trasformando un prodotto di scarto in una risorsa. I sacchi di juta vengono infatti utilizzati nell'agricoltura per la protezione delle nuove culture, per la creazione di tappeti o per la realizzazione di alcuni materiali per le scuole.

Grazie all'insieme di misure specifiche dirette a una migliore gestione dei rifiuti, come il riciclo (per plastiche, metalli, cartone), la vendita a terzi o la produzione di energia (per gli scarti del caffè), **Segafredo Zanetti Francia**, per il quarto anno consecutivo, ha conseguito **l'azzeramento dei rifiuti destinati all'interramento in discarica** (es. gli scarti di caffè vengono trattati in unità di metanizzazione), così come pure la consociata italiana **Segafredo Zanetti Italia**.

Anche altre società del Gruppo come **Meira, Segafredo Zanetti Italia** e **MZB USA** hanno avviato progetti in questo ambito e sono continuamente impegnate nella riduzione dei rifiuti prodotti.

MZB USA, in un'ottica di economia circolare e di valorizzazione dei sottoprodotti, **vende a terzi gli scarti di caffè** verde per la creazione di **concime** organico e **fertilizzante** ad uso agricolo.

Segafredo Zanetti Italia, invece, raccoglie in un contenitore esterno la pellicola argentea generata come sottoprodotto delle attività di tostatura, mediante un sistema a circuito chiuso. Tale residuo organico, una volta lavorato, viene trasformato in pellet, al fine di essere venduto come **combustibile per il riscaldamento**. Si stanno valutando, anche in partnership con Università e centri di ricerca, azioni alternative per valorizzare tale tipologia di rifiuto e altre come le polveri di caffè in altri settori. Ulteriori progetti di trattamento dei materiali di scarto in un'ottica di economia circolare sono oggetto di valutazione per l'attuazione nei prossimi anni.

Sono numerose le società del Gruppo MZB che adottano approcci simili e immettono nuovamente sul mercato i propri scarti di produzione attraverso società autorizzate. A questa tipologia di iniziativa prendono infatti anche parte **Massimo Zanetti Beverage Vietnam, Segafredo Zanetti Brazil, The Bean Alliance e Segafredo Zanetti Poland**.

Tutti i rifiuti organici generati a seguito dei processi di lavorazione del caffè, **Kauai Coffee** li utilizza come fertilizzante naturale nei propri frutteti. Inoltre, al fine di migliorare ulteriormente il processo, è in corso uno studio di fattibilità per la realizzazione di un centro di trattamento dei rifiuti organici, alimentari e agricoli direttamente in loco. Lo scopo è quello di compensare l'uso di fertilizzanti e migliorare la salute del suolo.

Boncafé Thailand restituisce ad alcuni fornitori i cartoni con cui viene consegnata la merce e i sacchi di juta contenenti i chicchi di caffè al fine di consentire il loro ri-utilizzo. Inoltre, lo scarto che si genera a seguito della lavorazione del caffè viene venduto ad una società specializzata che usa tale materiale per la produzione di energia elettrica. Particolare attenzione viene posta anche agli avanzi di cibo della mensa interna. I lavoratori hanno infatti la possibilità di portare a casa quanto avanzato, minimizzando così gli sprechi.

La società australiana **The Bean Alliance**, ad esempio, cerca di ridurre al minimo lo scarto di imballaggi obsoleti anche attraverso un'attenta pianificazione relativa al loro utilizzo. Tuttavia, quando è necessario scartare il riavvolgimento del tri-laminato inutilizzato, Bean Alliance utilizza i servizi di un'azienda locale che raccoglie gli imballaggi obsoleti in rotoli e li riutilizza per funzioni diverse.

MZB Brasil, tramite Café Pacaembu, è fortemente impegnato a garantire procedure rispettose dell'ambiente ed è sempre alla ricerca di alternative per ridurre gli impatti ambientali. La **logistica inversa** consente a Pacaembu Café di compensare il 100% della plastica e del cartone utilizzati nei processi di confezionamento e trasporto del caffè. Questo risultato è stato premiato con il sigillo "eureciclo", che certifica che l'azienda che lo espone, investe e partecipa attivamente al processo di riciclo garantendo la raccolta e il trattamento approvati del materiale riciclato.

Inoltre, Pacaembu si impegna a riutilizzare la pula di caffè (residui di buccia d'argento) generata dal processo di tostatura. Questo strato è ricco di importanti sostanze nutritive per il suolo ed è un fertilizzante naturale.

La torrefazione di **Meira**, invece, **converte gli scarti della produzione di caffè in biogas**, che successivamente riutilizza all'interno del proprio ciclo produttivo, riducendo così le emissioni di anidride carbonica. Questo progetto, tra l'altro, contribuisce al raggiungimento degli ambiziosi obiettivi ambientali di Meira.



Nel corso del 2020 il Gruppo MZB ha prodotto 9.486,94 tonnellate di rifiuti, in aumento di circa il 10% rispetto alle tonnellate registrate nel 2019. L'aumento dei rifiuti nel corso dell'anno è dovuto a molteplici cause tra cui l'ampliamento del perimetro del Gruppo e l'ammodernamento del processo produttivo di una società, che ha fatto sì che le bucce del caffè non vengono più bruciate nel corso del processo di produzione, ma gestite separatamente come rifiuto destinato al compostaggio. [GRI 306-2]

La quasi totalità dei rifiuti complessivi prodotti, cioè il 99,95%, è classificata tra i rifiuti non pericolosi, in linea con i valori degli scorsi anni.

Rifiuti prodotti in tonnellate

Rifiuti pericolosi	2018	2019	2020*	2020
- di cui inviati a riuso	0,0	0,0	0,0	0,0
- di cui inviati a incenerimento	1,4	0,0	0,6	0,6
- di cui inviati a riciclo	2,3	3,6	0,7	0,7
- di cui inviati a compostaggio	0,0	0,0	0,0	0,0
- di cui inviati a stoccaggio in deposito	5,6	3,8	3,6	3,6
- di cui inviati a interrimento	0,2	0,0	0,0	0,0
Rifiuti totali pericolosi	9,5	8,0	4,9	4,9
Rifiuti non pericolosi	2018	2019	2020*	2020
- di cui inviati a riuso	479,8	551,7	750,7	750,7
- di cui inviati a recupero (incluso il recupero energetico)	349,7	724,5	186,1	186,1
- di cui inviati a incenerimento	2.705,6	2.280,3	3.444,7	3.444,7
- di cui inviati a riciclo	1991,9	2.015,3	1.876,5	1.891,2
- di cui inviati a compostaggio	2.568,2	2.302,5	2.616,0	2.616,0
- di cui inviati a stoccaggio in deposito	255,2	204,0	129,1	129,1
- di cui inviati a interrimento	414,6	497,1	464,2	464,2
- altra tipologia di smaltimento	99,9	57,5	0,0	0,0
Rifiuti totali non pericolosi	8.864,7	8.632,9	9.467,3	9.482,0
Rifiuti totali (pericolosi e non pericolosi)	8.874,1	8.640,9	9.472,2	9.486,9

KAUAI COFFEE NEL CUORE DELLE HAWAII

Particolare attenzione in relazione alle tematiche ambientali e sociali, merita la società Kauai Coffee Company, presente sull'isola hawaiana di Kauai. Con oltre 4 milioni di piante di caffè, Kauai Coffee, infatti, è l'unica società del Gruppo Massimo Zanetti Beverage che gestisce direttamente la coltura di caffè e il relativo business. Kauai Coffee si impegna nella gestione sostenibile delle coltivazioni affinché le attività operative siano condotte nel rispetto e tutela del territorio e dei valori di sostenibilità della società e del Gruppo MZB.

Infatti, Kauai Coffee ha adottato alcuni accorgimenti per la gestione delle risorse e del terreno in linea con i valori e le pratiche di sostenibilità adottate dal Gruppo. Ad esempio, la gestione efficiente della risorsa idrica, è consentito attraverso l'adozione del sistema di irrigazione a goccia, con oltre **2.500 miglia di tubi di gocciolamento, che consente il risparmio e il riuso delle acque nei campi**. Inoltre, l'utilizzo dei droni permette una mappatura attiva e il monitoraggio costante delle colture, mentre parte del terreno agricolo è dedicato alla ricerca e allo studio di nuove varietà.

A partire dal 2019, ai fini del miglioramento della qualità del terreno e della portata dell'acqua nelle piantagioni, **MZB USA** che gestisce la più grande azienda agricola di caffè negli Stati Uniti **Kauai Coffee**, ha sviluppato in partnership con tecnici ed esperti, una serie di progetti innovativi volti ad accrescere la conoscenza e consapevolezza delle comunità locali sui rischi legati al cambiamento climatico.

Con riferimento all'impiego di sostanze chimiche, Kauai ha deciso, già dal 2018 di ridurre entro il 2021 l'utilizzo di tutte le tipologie di pesticidi e di eliminare totalmente i "Restricted use pesticides". Attualmente l'uso di erbicidi è stato ridotto del 75% grazie alle pratiche di coltivazione adottate da Kauai Coffee.

I circa 3.100 acri della piantagione di caffè di Kauai Coffee sono, inoltre, certificati secondo gli standard Rainforest Alliance, Fairtrade e NON-OGM, garantendo in tal modo condizioni di lavoro eque e sicure, lo sviluppo sostenibile delle comunità locali, il rispetto e la tutela dell'ambiente e l'assenza di **Organismi Geneticamente Modificati (OGM)**.

Inoltre, nell'ambito dell'iniziativa **Sustainable Coffee Challenge**, ha deciso di implementare iniziative volte a ridurre l'utilizzo di fertilizzanti chimici entro il 2022, pur mantenendo la medesima produttività delle colture, grazie alla **rotazione periodica dei terreni coltivati e all'utilizzo di materia organica compostata** ad alto potere fertilizzante. L'utilizzo della rotazione periodica, inoltre, permette al suolo di arricchirsi di sostanze nutritive e così ridurre il fabbisogno idrico del terreno fino al 20%.



9.2 Iniziative e Innovazione sostenibile

I materiali utilizzati – siano essi per cialde, capsule o per le tradizionali confezioni di caffè – hanno un ruolo chiave nel preservare il gusto e la fragranza del prodotto e mantenerne inalterata la qualità: per questo motivo le iniziative per lo sviluppo di un packaging più sostenibile seguono un processo di analisi complesso e strutturato prima del lancio sul mercato.

I principali progetti legati all'innovazione di prodotto del Gruppo MZB, nel corso del 2020, hanno riguardato lo sviluppo di soluzioni che permettano di utilizzare un **packaging sostenibile**, la riciclabilità dell'involucro e al contempo di preservare l'aroma e la qualità del caffè.

Al fine di ridurre il quantitativo dei materiali utilizzati, i relativi costi e le quantità da smaltire derivanti dall'utilizzo del prodotto, diverse società del Gruppo, come **Segafredo Zanetti Italia e Segafredo Zanetti Francia**, in collaborazione con i propri fornitori, hanno avviato progetti e condotto test di fattibilità per verificare l'applicabilità ai propri prodotti di soluzioni che mirino, ad esempio, a ridurre lo spessore dei materiali utilizzati o ad eliminare alcuni componenti come l'alluminio e utilizzare packaging riciclabili.

Nello specifico, **Segafredo Zanetti SpA** si è impegnata attivamente nella sperimentazione di nuove tipologie di imballi in plastica riciclabile, raggiungendo nel 2020 la riduzione al 50% degli imballaggi non riciclabili e ponendosi l'obiettivo di raggiungere oltre l'80% di imballaggi riciclati nel 2021. I precedenti imballaggi non riciclabili

sono stati sostituiti con la poliolefina, un materiale innovativo che ha permesso di rimuovere l'alluminio, pur mantenendo un alto livello di protezione del caffè attraverso un film barriera brevettato, e allo stesso tempo, utilizzare film plastici simili tra loro che consentono di riciclare gli imballaggi secondo la classificazione "Plastica". Tale nuovo materiale è stato attualmente impiegato nelle confezioni da 1 kg, largamente utilizzate nel comparto Ho.Re.Ca., nelle confezioni da 250 gr di caffè macinato e nelle confezioni multipack. Nel 2021 è inoltre previsto il lancio di nuove capsule in alluminio 100% riciclabili e di una linea di cialde compostabili.

Per i prodotti Segafredo Intenso (anche biologico), Segafredo Pausa, Segafredo Biondo, Katriina Gold Premium, **Meira** ha invece già sviluppato una soluzione più ecologica per il packaging che permette di ridurre l'utilizzo di materiale da imballaggio¹⁰. Nel corso del 2020, è stata inoltre lanciata una nuova tipologia di packaging realizzata utilizzando solamente bio-plastiche.

La riduzione dell'alluminio delle capsule monoporzione è uno dei driver delle iniziative di Massimo Zanetti Beverage Iberia nell'ambito del packaging. Tale soluzione ha permesso di ridurre il quantitativo di alluminio utilizzato di 3,9 tonnellate annue, pari a una riduzione percentuale di quasi il 40% del materiale utilizzato per questa tipologia di prodotto.

Le iniziative rivolte al miglioramento del packaging sono anche state ufficialmente riconosciute dal mercato. All'inizio del 2019, **Segafredo Zanetti Francia** è stata premiata "**Prodotto dell'Anno**" in Francia (**Elu Produit de l'Année**) per la gamma di capsule biodegradabili e compostabili San Marco. Le capsule San Marco, inoltre, vengono certificate da *TUV Austria OK Compost*, un ente di certificazione

¹⁰ Meira, per alcuni dei suoi prodotti, ha sviluppato un packaging nel quale alluminio e plastica sono ridotti complessivamente di circa il 30%.

autorizzato da European Bioplastics (Associazione Europea delle bioplastiche) che può assegnare il logo Seedling a prodotti conformi alla norma EN 13432 relativa alle caratteristiche che un materiale deve possedere per potersi definire biodegradabile o compostabile.

Nel corso del 2020, **SZ Coffee System** ha lanciato sul mercato delle nuove capsule rigide compostabili e delle capsule morbide compostabili e BIO, realizzate con imballo primario biodegradabile.

Anche la controllata **Boncafé International**, già a partire dal 2019, ha introdotto sul mercato la linea di capsule compostabili in quattro varianti e compatibili con i principali marchi di macchine da caffè espresso.



A conferma dell'impegno nell'ottimizzazione del packaging, **Boncafé** è stata tra i primi firmatari del **Singapore Packaging Agreement**, un'iniziativa che dal 2007 è supportata dal Governo e da oltre 220 tra aziende e ONG con l'obiettivo di ridurre i rifiuti derivanti dal packaging, che rappresenta oggi oltre un terzo dei rifiuti del Paese.



A partire dal 2021, anche **Boncafé Middle East** commercializzerà capsule compostabili biodegradabili al 100% per i servizi di ristorazione e il mass market.

Massimo Zanetti Beverage USA per servire il caffè utilizza dei bicchieri di plastica particolari. Essi infatti sono prodotti con il 35% di plastica in meno rispetto al formato leader del bicchiere per il caffè monodose negli Stati Uniti.

Inoltre, il packaging di alcuni prodotti di MZB USA è realizzato in **acciaio**, un **materiale altamente riciclabile**, che mantiene intatta la sua qualità.



Ulteriori iniziative portate avanti dalle società del Gruppo, finalizzate oltre che alla riduzione degli impatti ambientali, anche a incentivare il consumo responsabile dei consumatori, riguardano l'eliminazione o la riduzione della plastica monouso, introducendo sul mercato prodotti sostenibili come le **Brown Brew Cups di The Bean Alliance**.

Presente nel mercato australiano principalmente con "**Bean Ground and Drunk**", vincitore di numerosi premi nell'ambito della sostenibilità, tra cui l' Australian Organic Awards, The Bean Alliance ha lanciato sul mercato già da qualche anno un prodotto disegnato impiegando efficientemente le risorse utilizzate e materiali sostenibili ed etici. In particolare, le Brown Brew Cups, ovvero tazze per il caffè d'asporto, sono realizzate con carta proveniente da fonti responsabili, mentre la bioplastica è utilizzata per il rivestimento interno del bicchiere. Tutte le tazze Brown Brew Cups riportano all'esterno le informazioni per smaltire correttamente il prodotto e altre informazioni ambientali.

Oltre a generare impatti minori al momento della loro produzione e smaltimento, le **Brown Brew Cups** sono pensate per rispondere da un lato alle esigenze di consumatori che sempre più scelgono di acquistare responsabilmente e dall'altro a quelle di baristi che vogliono offrire un'alternativa sostenibile ai clienti che non



rinunciano al caffè "in viaggio".

Nel corso del 2020, The Bean Alliance ha inoltre iniziato la sperimentazione di una nuova tipologia di **imballaggio flessibile e compostabile** per le confezioni della polvere caffè da 1 kg.

Allo stesso modo la controllata scozzese **Brodies**, a fronte di un incremento significativo nell'utilizzo di tazze e bicchieri a uso singolo osservato negli ultimi anni nel Regno Unito, offre ai propri clienti le KeepCups, bicchieri acquistabili insieme alla bevanda e riutilizzabili alla successiva visita presso gli store Segafredo.



Parallelamente allo sviluppo di prodotti innovativi e sostenibili, le società del Gruppo adottano internamente comportamenti responsabili. Oltre a **Segafredo Zanetti France e La San Marco**, a partire dal 2020, anche MZB Iberia ha sostituito le tazzine di caffè in plastica con quelle di carta oppure con quelle in ceramica, nel caso della Massimo Zanetti Beverage Group. Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan ha invece sostituito le tazzine di carta e plastica

con quelle di vetro e ceramica, al fine di ridurre i rifiuti ed incentivare il riuso.

Il costante impegno dimostrato dalle iniziative appena descritte e la cultura del Gruppo aperta alla creazione di nuove partnership e collaborazioni anche tra le società stesse, hanno permesso una generale diminuzione delle tonnellate di materiali utilizzati per il packaging dei prodotti, in particolare del legno e della yuta.

RIDUCI, RIUSA, RICICLA: LA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE DI BONCAFÈ PER RIDURRE I CONSUMI DI PLASTICA

Attraverso l'iniziativa "Reduce, Re-use and Recycle", Boncafé International si impegna a diffondere la cultura di un consumo più responsabile fra i suoi consumatori. La campagna ha previsto la creazione di *shopping bag* riutilizzabili o compostabili.



Nel 2020 Massimo Zanetti Beverage Group ha utilizzato circa 19.149 tonnellate di materiale per il confezionamento dei prodotti. I consumi di materiale per imballaggi provenienti da risorse rinnovabili¹¹ –

¹¹ Per materiale rinnovabile s'intende materiale che deriva da abbondanti risorse che vengono rapidamente reintegrate da cicli ecologici o processi agricoli.

ovvero carta e cartone – corrispondono al 30% dei consumi complessivi.[GRI 301-1]

Materiale per imballaggio, distinto per tipologia, in tonnellate

Materiale	2018	2019	2020*	2020
Carta	1.153,2	1.206,2	859,71	859,71
Plastica	3.218,8	3.347,7	2.971,04	3.051,04
Cartone e cartone ondulato	4.898,4	5.096,7	4.684,37	4.858,37
Vetro	672,7	428,8	419,10	419,10
Alluminio	150,8	157,5	131,09	131,39
Banda stagnata	7.086,5	7.235,0	7.245,79	7.245,79
Bobine	136,5	130,4	84,59	84,59
Legno (compresi pallet)	414,6	35,2	626,56	626,56
Acciaio	2,0	2,0	1,00	1,00
Poliaccoppiati (plastica, alluminio)	132,4	147,6	383,89	454,89
Film flessibile (plastica)	774,4	770,6	736,13	790,13
Juta	140,0	-	-	-
Altri (prevalentemente plastica)	429,0	430,8	623,60	626,60
Totale materiale	19.209,3	18.987,6	18.766,86	19.149,16

affinché i servizi forniti da queste e altre risorse correlate non siano in pericolo e rimangano disponibili per le generazioni future.

9.3 La nostra politica ambientale di Gruppo

Nel corso del 2019 le cinque società principali del Gruppo si sono confrontate sulle principali tematiche ambientali rilevanti per il Gruppo MZB, individuando le aree prioritarie di impegno. Per ciascun'area sono state definiti degli obiettivi comuni alle diverse società del Gruppo, quali le fonti di approvvigionamento energetico, le emissioni, i rifiuti e le materie prime. Inoltre, sono state condivise le best practices e le iniziative già implementate o in fase di sperimentazione all'interno di alcune società più sensibili a determinati temi.

Il risultato di tali momenti di incontro è la **Politica Ambientale** di Gruppo che ha lo scopo di formalizzare l'impegno di Massimo Zanetti Beverage Group nel cogliere le più attuali sfide ambientali integrandole nel proprio core business. La Politica Ambientale si pone inoltre l'obiettivo di creare una cultura volta al rispetto dell'ambiente, aumentando la consapevolezza dei propri stakeholder in relazione a tali tematiche.

Le società del Gruppo MZB si sono impegnate ad adottare e rispettare i seguenti requisiti obbligatori descritti nella politica condivisa e accettata da tutte le controllate del Gruppo:

ENERGIA

- Gestione efficiente dell'energia
- Utilizzo di energia rinnovabile
- Recupero energetico dai sottoprodotti

EMISSIONI

- Monitoraggio costante delle emissioni di gas serra
- Riduzione delle emissioni di gas serra e delle sostanze inquinanti
- Miglioramento della logistica per ridurre le emissioni di gas serra

RIFIUTI

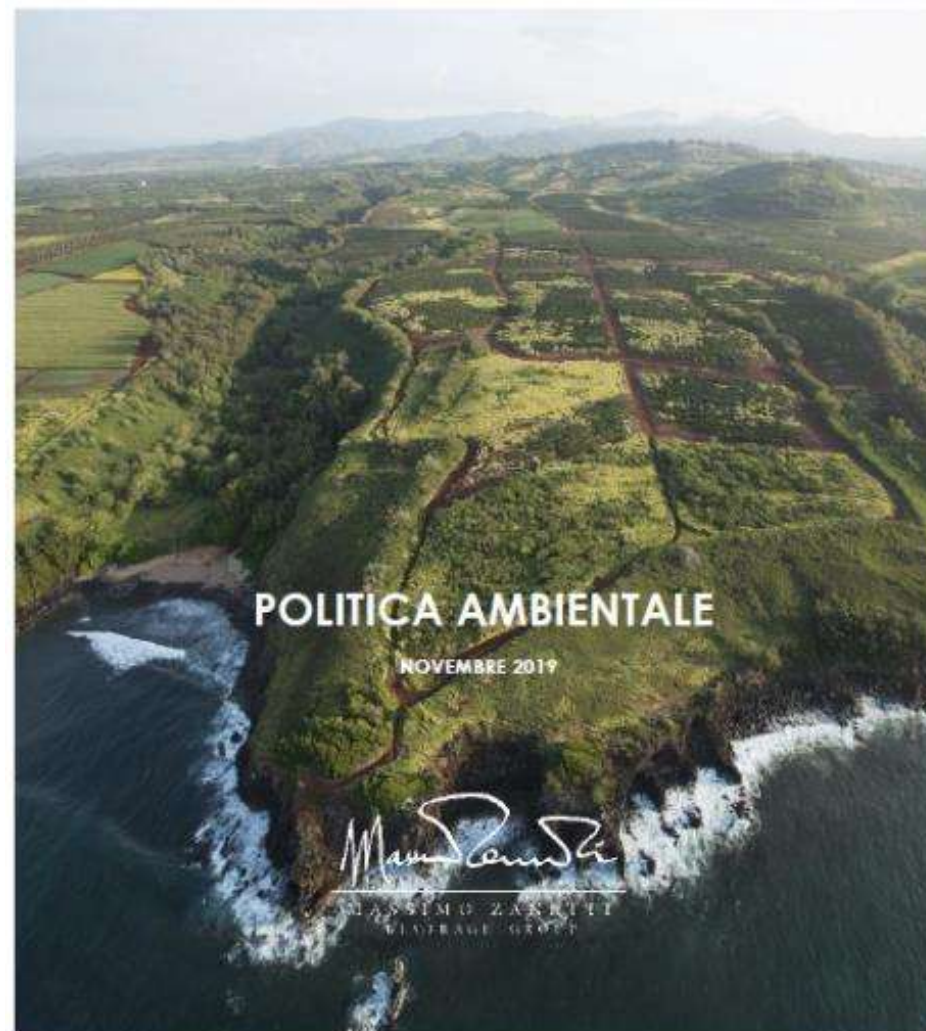
- Riduzione dei rifiuti prodotti
- Riciclo dei rifiuti
- Generazione di sottoprodotti
- Consapevolezza dei clienti sulle modalità di smaltimento dei prodotti

MATERIE PRIME

- Riduzione dei materiali da imballaggio
- Aumento dell'utilizzo di materie prime riciclate
- Promozione dell'innovazione nel packaging

I responsabili della gestione delle tematiche ambientali all'interno di ciascuna società e tutti i dipendenti del Gruppo hanno iniziato a monitorare e garantire l'implementazione dei requisiti e il perseguimento di tali obiettivi. Infine, la Politica Ambientale prevede analisi e accertamenti lungo la catena di fornitura, al fine di garantire che i requisiti obbligatori siano rispettati, mediante visite in sito, questionari di autovalutazione e/o audit.

Il Gruppo, inoltre, è consapevole dell'importanza di tematiche ambientali quali la tutela della biodiversità e degli ecosistemi forestali. Seppure non direttamente menzionate all'interno degli obiettivi della Politica Ambientale, si impegna anche tramite la sottoscrizione di iniziative internazionali, come la Sustainable Coffee Challenge (SCC), a preservare il valore della biodiversità e degli ecosistemi forestali, anche se presenti in aree non direttamente interessate dalle attività del Gruppo. Le iniziative e le modalità di gestione di tali tematiche sono definite nella Politica di Approvvigionamento Responsabile del Gruppo.



10.COMUNITA' LOCALI



10.1. Le nostre iniziative

Come già evidenziato nei capitoli precedenti, la tutela della filiera anche mediante il supporto diretto alle comunità locali nei paesi di coltivazione del caffè è un aspetto chiave per il Gruppo Massimo Zanetti.

L'adozione di pratiche sostenibili e di certificazioni del caffè verde da parte degli agricoltori locali rappresenta un modo per garantire costantemente elevati standard di qualità e sicurezza del caffè prodotto e la sua piena tracciabilità.

Con l'obiettivo di comprendere al meglio le realtà delle comunità coltivatrici di caffè e contribuire allo sviluppo sostenibile delle stesse, **Meira** ha avviato le "Sustainability Visit" presso i fornitori. All'inizio del 2019, nello specifico, sono stati visitati i luoghi di coltivazione e raccolta del caffè verde in Honduras, uno dei paesi in cui la produzione agricola rappresenta la principale fonte di reddito e il commercio estero del caffè rappresenta il 13%¹² del totale esportato.

Grazie a questa visita, **Meira** ha avuto modo di approfondire le tematiche sociali, ambientali e di qualità specifiche del territorio con l'obiettivo finale di promuovere l'adozione di pratiche agricole capaci di preservare gli ecosistemi e le risorse naturali, mitigare gli impatti del cambiamento climatico e migliorare le condizioni di vita e lavoro delle comunità locali.



In occasione di tale visita, è stato approfondito il processo di certificazione del caffè verde e sono stati analizzati gli impatti sul territorio e sulle comunità locali dell'adesione alle certificazioni. Tale analisi, condotta attraverso l'incontro diretto con gli agricoltori, ha dimostrato che l'ottenimento delle certificazioni del caffè (es. Rainforest, UTZ e Fairtrade) ha permesso, in generale, di migliorare il benessere delle comunità e gli impatti sull'ambiente. Infatti, le comunità che decidono di implementare pratiche di coltivazione sostenibili e certificate, possono usufruire di alcuni servizi a valenza sociale, come la possibilità di lasciare i figli presso strutture apposite durante le ore di lavoro. Dal punto di vista ambientale, invece, l'utilizzo della parte più esterna delle bacche di caffè come

¹² The observatory of economic complexity. Honduras Export, 2017. (oec.world/en/profile/country/hnd)

fertilizzante, in sostituzione dei prodotti chimici, ha migliorato la composizione del terreno arricchendolo con minerali naturali.

Nel corso del 2020, **Meira** si è impegnata contro lo **spreco alimentare** ed ha collaborato con il banco alimentare di Hursti e il supermercato alimentare in eccedenza WeFood, donando prodotti "non vendibili" (data di scadenza troppo breve per la vendita al dettaglio). Ha inoltre collaborato con l'associazione dei genitori della scuola elementare Aleksis Kivi, Ronald McDonald Children's Foundation e la città di Helsinki Ohjaamo promuovendo attività per i giovani.

Altre società del Gruppo tra cui, **TikTak, Brulerie, SZ Poland, MZB USA e MZB Brasil** offrono gratuitamente alcuni dei loro prodotti a persone bisognose, attraverso organizzazioni riconosciute, come ad esempio la Food Bank in Groningen (Netherlands) o alcuni ospedali (Charity Hospital of Vargem Grande do Sul-SP e Brotherhood of Santa Casa de Misericórdia de Araraquara-SP).

La San Marco, da alcuni anni, si impegna a favore di una Comunità del nord della Thailandia dove, dagli anni '90, un gruppo di missionari opera per promuovere la scolarizzazione degli abitanti del villaggio e per garantire lavoro e redditi alle loro famiglie. Le macchine di caffè, donate ai missionari operanti nelle alte montagne del nord della Thailandia, hanno contribuito alla creazione di una rete economica virtuosa, consentendo una significativa crescita economica e di stile di vita della comunità locale.

Già da diversi anni, anche **Boncafé** apporta il suo contributo alle popolazioni coltivatrici della regione di Marcala. Alcune iniziative portate avanti in collaborazione con la Fondazione Zanetti Onlus a supporto delle **comunità locali hanno visto negli scorsi anni anche la realizzazione di una nuova scuola nella regione di Marcala**. La partnership di **Boncafé** con l'associazione che riunisce le società esportatrici di caffè dell'Honduras ADECAEH's e le relative iniziative

promosse, quali la presenza in loco e l'aiuto di esperti, l'erogazione di corsi di formazione (es. smaltimento dei fertilizzanti chimici non conformi) e di una campagna di comunicazione volta a sensibilizzare le comunità locali su tematiche di responsabilità ambientale e sviluppo sostenibile, hanno permesso agli agricoltori della regione di Marcala di certificare il caffè coltivato, secondo standard internazionali riconosciuti a livello internazionale (es. UTZ, Fairtrade e Rainforest). In tale contesto, anche altre società del Gruppo hanno definito degli obiettivi di sostenibilità per la gestione responsabile di tutti gli aspetti della catena del valore anche mediante la partecipazione ad iniziative internazionali di settore come la **Sustainable Coffee Challenge (SCC)**.

Nata dall'idea secondo cui il caffè consumato ogni giorno nel mondo dipende, in primo luogo, dal benessere degli oltre 25 milioni di contadini e dai 10 milioni di ettari di suolo utilizzati per la coltura della materia prima, la *Sustainable Coffee Challenge* è un'iniziativa internazionale di collaborazione tra differenti soggetti che mira alla promozione della sostenibilità lungo la catena di fornitura, focalizzandosi sul benessere delle popolazioni locali.

Progettata da **Conservation International** e lanciata nel 2015 in collaborazione con 18 partner, oggi l'iniziativa conta oltre 100 firmatari provenienti da 34 Paesi, rappresentanti dell'intera catena del valore del caffè, a cui si aggiungono associazioni multi-stakeholder, agenzie governative e NGO e integra i *Sustainable Development Goals* nel proprio framework. Qualunque azienda o ente operante nel settore può sottoscrivere la partnership, che richiede la definizione – anche non immediata – di impegni e obiettivi concreti in una serie di ambiti predefiniti.

Questi rappresentano una guida per indirizzare gli sforzi dei firmatari secondo 4 direttrici ben definite, fondamentali per incrementare la sostenibilità nel settore del caffè:

- **Sustain Supply:** Implementazione di pratiche agricole sostenibili che consentano di soddisfare la crescente domanda di caffè in maniera socialmente responsabile, senza compromettere le risorse naturali;
- **Improved livelihoods** Assicurare agli oltre 25 milioni di agricoltori e alle loro famiglie un maggior profitto derivante dalla vendita del prodotto, favorendo in questo modo il miglioramento delle condizioni di vita;
- **Conserve Nature:** Preservare le foreste, le aree ad alto valore di biodiversità e le altre risorse naturali;
- **Strengthening Market Demand:** Promuovere, supportare e investire in specifici interventi che forniscano gli incentivi necessari a favorire la creazione di valore condiviso nella catena del valore del caffè.

La gestione della catena di fornitura, attraverso l'implementazione di pratiche di approvvigionamento responsabile e il supporto alle comunità locali, è una parte indispensabile della strategia di sostenibilità di un'azienda. Il Gruppo Massimo Zanetti partecipa alla Sustainable Coffee Challenge (SCC) con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo sostenibile dell'industria del caffè attraverso la collaborazione, la condivisione e la promozione di iniziative di sostenibilità.

Come indicato all'interno del Commitments Hub Report 2020, **Massimo Zanetti Beverage USA, Kauai Coffee e Boncafé International**, si sono impegnate nel perseguimento di differenti obiettivi.

Boncafé International è partner dell'iniziativa *Sustainable Coffee Challenge* dal 2017, e nel corso del 2020 si è impegnata in modo particolare nel raggiungere l'obiettivo "Consumer Education & Awareness". **Kauai Coffee Company**, invece, è diventata partner della Sustainable Coffee Challenge nel 2019 e nel corso dell'anno appena concluso ha concentrato le proprie energie nel

perseguimento di altri due obiettivi: "Forest Conservation and Restoration" e "Renovation". Infine, **MZB USA**, partner dal 2018 dell'iniziativa SCC, si impegna ad aumentare l'accesso all'istruzione secondaria nella regione Marcala in Honduras contribuendo non solo attraverso la costruzione di aule per l'insegnamento, ma anche come *project leader* nel supportare lo sviluppo sociale della regione. Gli obiettivi su cui si è impegnata nel corso del 2020 sono stati infatti "Education & Health" e "Gender, Youth & Indigenous People".

In questo contesto, MZB USA ha deciso inoltre di partecipare ai quattro *Action Network* promossi dalla Sustainable Coffee Challenge, network di aziende partner dell'iniziativa che si impegnano ad agire in partnership per aumentare l'approvvigionamento sostenibile, il rinnovamento e la riabilitazione delle aziende agricole, il miglioramento delle pratiche di lavoro e della catena di fornitura e la mappatura e il monitoraggio delle piantagioni di caffè e delle foreste.

Gli altri *Action Network*, infine, hanno visto coinvolta la società statunitense su ulteriori aspetti fondamentali per la sostenibilità del caffè e rilevanti anche per le altre società del Gruppo MZB. Un esempio è l'importanza di migliorare la tracciabilità del caffè, proteggendo le popolazioni che forniscono tali dati, garantendo infine la distribuzione equa dei benefici apportati da una maggiore trasparenza lungo tutta la filiera.

In questo anno così particolare, **MZB Group** si è messa **al fianco del personale medico in prima linea, della polizia, dei vigili del fuoco e di coloro che stanno soffrendo e lottano** in questi tempi difficili. Le nostre aziende in tutto il mondo stanno offrendo il loro supporto, facendo ciò che sanno fare meglio, fornendo caffè nella speranza che aiuti a portare un po' di sollievo ed energia a coloro che sono in prima linea e che continuano instancabilmente a combattere questa battaglia.



11. FONDAZIONE ZANETTI ONLUS



FONDAZIONE ZANETTI
ONLUS

La *mission* della Fondazione Zanetti, nata nel 2007 per desiderio del Dott. Massimo Zanetti e dei figli Laura e Matteo, è quella di aiutare i minori in difficoltà attraverso il sostegno di progetti nazionali e internazionali che favoriscono l'assistenza alimentare e sanitaria, l'accoglienza, l'istruzione e il supporto psicologico, in collaborazione con organizzazioni, associazioni, enti religiosi. L'attenzione al mondo dei minori e ai loro diritti, alla cooperazione allo sviluppo e alla solidarietà, è il filo conduttore dell'attività della Fondazione che prevede anche l'organizzazione di eventi di racconta fondi e iniziative di informazione e sensibilizzazione per promuovere una cultura comune sempre dalla parte dei bambini e delle persone più fragili.

Progetti sostenuti

In un anno così complesso, come il 2020, la Fondazione è stata al fianco di associazioni e organizzazioni non-profit che si sono trovate a supportare i minori e le famiglie più fragili, nel contesto dell'emergenza sanitaria, sociale e economica globale, attraverso il sostegno dei seguenti progetti:

Brasile | Attrezzature sportive per il Centro De Convivência Santo Aníbal

La Fondazione Zanetti ha sostenuto il progetto del Centro De Convivência Santo Aníbal con l'acquisto di attrezzatura per la palestra per permettere a 200 minori accolti, che si trovano situazione di rischio e vulnerabilità sociale, la pratica delle attività sportive, atletica, calcetto, pallavolo e basket. Lo sport

rappresenta per tutti un elemento fondamentale nel processo educativo.

Brasile | Laboratori, seminari e corsi per la Casa del Sorriso di Rio de Janeiro

Con l'emergenza della pandemia, il sostegno della Fondazione Zanetti al progetto *Casa del Sorriso* di [Cesvi Onlus](#) ha contribuito a preservare la sicurezza alimentare delle famiglie e dei minori in condizioni di estrema vulnerabilità, con la distribuzione di 1.170 ceste alimentari, il supporto e l'accesso a servizi di base pubblici per favorire inclusione e diritti. 200 bambini hanno potuto continuare a seguire corsi di musica a distanza.

Eritrea | Integrazione alimentare per bambini da 0 a 5 anni

A fronte dell'emergenza Covid-19, il progetto promosso da [Aleimar OdV](#) ha potuto garantire generi di prima necessità alle famiglie in estrema povertà. Grazie al sostegno della Fondazione Zanetti sono stati donati 42 ovini a 14 famiglie che vivono in alcuni villaggi eritrei, dando così una sicurezza alimentare migliore a 48 bambini a forte rischio di malnutrizione.



Guatemala | Educazione e nutrizione per bambine e famiglie delle comunità indigene maya K'iche's

Per favorire l'istruzione e migliorare l'alimentazione di 100 bambine e adolescenti di 14 comunità indigene maya K'iche's, la Fondazione Zanetti ha sostenuto, con Cefa Onlus, la loro formazione a distanza, la sicurezza alimentare e la sensibilizzazione sulla parità di genere, rispettando le restrizioni imposte dal governo. A sostegno delle famiglie sono state erogate borse di studio e sacchetti con alimenti.

Guatemala | Risposta all'emergenza alimentare e sanitaria causata dal passaggio dell'uragano ETA

La Fondazione Zanetti ha sostenuto Cefa Onlus anche nell'intervento di emergenza dovuto alla tempesta tropicale ETA che lo scorso 3 novembre ha investito il Guatemala e altri paesi centroamericani. Il progetto ha permesso di fornire Kit con generi alimentari di prima necessità, kit sanitari per far fronte all'emergenza Covid ancora grave nel paese, e borse di acqua potabile raggiungendo circa 600 famiglie e 3000 persone.

Guinea-Bissau | Sostegno al reparto pediatrico dell'ospedale Raoul Follereau

L'Associazione Ahead Onlus è impegnata nel contrasto alla diffusione della tubercolosi e delle più comuni malattie infettive nei bambini attraverso il supporto del reparto di Pediatria dell'ospedale Raoul Follereau di Bissau che fornisce terapia farmacologica e nutrizionale per 200 bambini all'anno. La

Fondazione Zanetti ha sostenuto le spese per parte dei farmaci necessari per la cura dei minori.

Italia | Ca' Leido - Servizi e progetti per minori con Autismo

Il progetto promosso dalla Cooperativa Sociale Sonda vuole garantire l'abilitazione e l'educazione del bambino con autismo fino all'ottenimento della massima autonomia possibile, per realizzare un presente e un futuro di qualità. La Fondazione Zanetti ha sostenuto le spese per contribuire all'acquisto di strumenti per le attività dedicate ai bambini nella nuova sede.

Italia | Cure sanitarie in Italia per minori stranieri

La Fondazione Zanetti ha supportato l'associazione Cosmohelp per curare in Italia 6 minori con gravi patologie non curabili nei loro paesi d'origine, in particolare 5 bambini con gravi cardiopatie congenite e 1 minore con un'altra grave patologia, sostenendo le spese per i viaggi aerei dei bambini e delle loro mamme, per la loro ospitalità nei periodi di dimissione dall'ospedale e per i medicinali.

Italia | Emergenza Covid, un sostegno alle famiglie

Nell'ambito del progetto Emergenza Covid-19, il sostegno della Fondazione Zanetti ha permesso l'acquisto beni di prima necessità attraverso la consegna di buoni spesa, per tre mesi, a favore di 6 famiglie con minori. Un'azione curata dall'Associazione Segno di Alleanza Onlus, di Treviso, per garantire un aiuto concreto alle famiglie che vivono in una condizione di incertezza e insicurezza economica.

Italia | La nuova mediateca di Radio Magica

Attraverso il [suo portale](#), Radio Magica mette a disposizione di tutti i bambini e i ragazzi, anche con bisogni educativi speciali, audio e video-libri gratuiti, anche con la lingua dei segni e la comunicazione aumentativa alternativa, per promuovere l'ascolto, la lettura e l'inclusione. La Fondazione Zanetti ha contribuito ad ampliare l'offerta di audio e video racconti anche in LIS e CAA per l'ascolto inclusivo.

Kenya | Sostegno alle spese scolastiche per i bambini di Talitha Kum

La struttura di accoglienza Talitha Kum di Nyahururu, in collaborazione con Fondazione Fontana Onlus offre a molti minori orfani e sieropositivi vitto, alloggio, cure mediche, sostegno psicologico e un percorso di educazione. Nel contesto dell'emergenza sanitaria, il sostegno della Fondazione Zanetti ha coperto le tasse scolastiche arretrate e supportato le scuole del territorio più fragili, per la sicurezza e i comportamenti sicuri.

Nepal | Adozioni a distanza di minori a Kirtipur

Gli alti tassi di disoccupazione e la povertà diffusa rendono difficile l'accesso alla scolarizzazione in Nepal. Per questo dal 2015 la Fondazione Zanetti sostiene l'adozione a distanza di 10 minori grazie al programma della Fondazione Senza Frontiere per la continuità della scolarizzazione attraverso la copertura delle spese di vitto, alloggio, vestiario e materiale didattico per i minori delle fasce più deboli della popolazione.





Nepal | Istruzione e accoglienza per 13 bambini di villaggi remoti

La scuola del villaggio di Ghami, nel Mustang, al confine tra Nepal e Tibet, grazie all'Associazione Pietro Taricone Onlus, ospita 60 bambini per dare loro un'istruzione e per proteggere la loro cultura mustanghi che altrimenti andrebbe perduta. Il sostegno della Fondazione Zanetti è dedicato a 13 bambini (istruzione, vitto, alloggio) che provengono dai villaggi più remoti della regione.

Papua Nuova Guinea | Feeding program per i minori di Bereina

In un contesto sociale violento e di grande povertà la Fraternità Cavanis ha creato nel villaggio di Bereina la *Jesus Good Shepherd Primary School* e il *Fode Center* che per dare ai minori protezione, cure mediche e istruzione. Il supporto della Fondazione Zanetti ha garantito a 50 bambine e bambini della scuola un pasto equilibrato al giorno con riso, carne o pesce, banane bollite, pane e verdure.



Paraguay | Salute integrale per i bambini da 0 a 5 anni

Nell'ambito del progetto seguito dalla Fondazione Canossiana al Centro de Salud Sagrada Familia del Barrio Pacu Cua, zona periferica della città di Encarnación, la Fondazione Zanetti ha sostenuto un indispensabile servizio sanitario di base per i bambini da 0 a 5 anni, di prevenzione e di educazione igienico-sanitaria.

Perù | Indifesa di bambini, bambine e adolescenti delle comunità rurali di Huancarani, Accha e Omacha

Il progetto *Indifesa* di *Terre des Hommes* opera a favore dei bambini, delle bambine e degli adolescenti di etnia e cultura Quechua che vivono nelle comunità rurali alto andine del Cusco. Il sostegno della Fondazione Zanetti ha contribuito a promuovere una rete di protezione e assistenza a favore di 400 minori, tra 6 e 17 anni, che si trovano in una situazione di povertà ed esclusione sociale.



Romania | Una mamma anche per me

Il Centro Pilota Andrea Damato di Singureni, creato dalla Fondazione Bambini in Emergenza Onlus, accoglie minori abbandonati e sieropositivi. La Fondazione Zanetti ha sostenuto le spese necessarie per l'affidamento di 6 bambini a 5 "mamme", ovvero 5 famiglie affidatarie locali opportunamente formate e seguite, che sanno donare un affetto speciale, per una sana crescita fisica e psicologica.



Ruanda | Accesso alle cure mediche e istruzione per i bambini delle ragazze-madri

Nell'ambito del progetto *Casa del Sorriso* di Nyanza, gestita dall'Organizzazione delle Missionarie Rogazioniste, la Fondazione Zanetti ha dato il suo sostegno per garantire a 810 bambini delle ragazze-madri accolte un'assicurazione sanitaria indispensabile per l'accesso alle cure mediche di base e un supporto alla scuola dell'infanzia, frequentata da 390 bambini.

Sud Sudan | Sostegno nutrizionale e sanitario per mamme e bambini

Ridurre la mortalità materna e infantile attraverso un approccio integrato sanitario e nutrizionale, implementando la capacità dell'ospedale di Turalei: è questo l'obiettivo del progetto di CCM Comitato di Collaborazione Medica. Il sostegno della Fondazione Zanetti ha permesso di contribuire alle spese relative alle risorse umane, alle attività comunitarie, al materiale medico e ai costi generali dell'ospedale.

Tanzania | Lotta alla malnutrizione nelle Regioni di Iringa e Njombe

La Fondazione Zanetti sostiene Medici con l'Africa Cuamm in un'iniziativa integrata di contrasto alla malnutrizione che combina interventi in ambito agricolo, sanitario e nutrizionale, per migliorare lo stato di salute delle mamme e dei bambini al di sotto dei 5 anni nelle regioni di Iringa e Njombe. Un intervento in 60 villaggi dove la malnutrizione cronica tra i bambini raggiunge tassi d'incidenza tra i più alti del Paese.

Vietnam | Cura e riabilitazione per i minori della provincia di Vinh Long

La Fondazione Zanetti ha contribuito a sostenere il progetto dell'Associazione Italia-Viet Nam che si prende cura di 45 bambini di famiglie in difficoltà nati con deformazioni provocate da diossine e li accoglie nel Social Work Center dove sono assistiti e aiutati ad integrarsi in autonomia attraverso attività di fisioterapia, terapia fonetica, educazione prescolare e logopedia.

Zambia | Formazione professionale per giovani vulnerabili

La Fondazione Zanetti ha dato il suo sostegno per organizzare corsi professionalizzanti per giovani vulnerabili del villaggio Mundolobela/Airport Compound, vicino a Livingstone, un'importante opportunità per dare un futuro a ragazzi e ragazze tra 16 e 24 anni che non sono in grado di frequentare la Scuola Secondaria. Un'azione promossa dall'associazione Progetto Jacaranda Onlus per favorire l'istruzione per tutti.

Iniziative di sensibilizzazione

Il ciclo di incontri di sensibilizzazione per le scuole *Passi verso l'Altrove*, ha proposto nei primi mesi dell'anno, prima che le attività venissero sospese a causa dell'emergenza, due incontri dedicati a temi di attualità per supportare le giovani generazioni nell'affrontare il presente e il futuro: *Giovani e social media*, un viaggio verso un'educazione digitale civica in collaborazione con Social Warning - Movimento Etico Digitale; la presentazione del libro *Guerrieri di sogni. Storie e paesi che dovresti conoscere* (Mondadori, 2018) della giornalista e scrittrice Viviana Mazza che racconta storie vere di piccoli eroi da tutto il mondo.

Passi verso l'Altrove, il documentario prodotto dalla Fondazione Zanetti

Ci sono persone che scelgono di dedicarsi agli altri senza clamore, in silenzio, possono esprimere i motivi più diversi, ma da una parte all'altra del mondo, pur senza conoscersi, condividono un impegno verso l'umanità. È questo il tema del documentario *Passi verso l'Altrove* (Italia, 2020, 42') prodotto dalla Fondazione Zanetti Onlus in occasione dei 10 anni del ciclo di incontri di sensibilizzazione per le scuole.

Diretto da Marco Zuin, il film propone 10 storie raccontate dalla voce diretta dei protagonisti: **Marco Cortesi e Mara Moschini, Renzo Cristofoli e Flora Teot, Dominique Corti, Fausto De Stefani, Simona Atzori, Elena Rocco, Silvia Saini Damato, Davide Demichelis e Alessandro Rocca, Giorgia Benusiglio, Eros Borile.** Le loro testimonianze rappresentano una piccola ma preziosa parte del lavoro svolto dalla Fondazione con il coinvolgimento, dal 2010 ad oggi, di 15mila studenti e oltre 100 relatori per parlare di diritti umani, inclusione, cooperazione, solidarietà. Un'opportunità per conoscere anche alcune delle moltissime iniziative sostenute dalla Fondazione: i protagonisti del film sono, infatti, anche i referenti di progetti che abbiamo contribuito a sviluppare per essere sempre dalla parte delle bambine e dei bambini in difficoltà, nel mondo.

Il documentario *Passi verso l'Altrove* è pubblicato nel sito della Fondazione Zanetti dove è visibile attraverso una password che si trova in un libretto illustrato per noi da **Francesca Rizzato**, uno strumento pensato e realizzato per continuare il lavoro di sensibilizzazione, informazione e di sostegno ai progetti.



**Passi
verso
l'Altrove**
(Storie raccontate altrove)



coordinata da
Fondazione Zanetti

regia di Marco Zuin

anno 2020

con la partecipazione di
Marco Cortesi, Mara Moschini,
Renzo Cristofoli, Flora Teot,
Dominique Corti,
Fausto De Stefani,
Simona Atzori,
Elena Rocco,
Silvia Saini Damato,
Davide Demichelis,
Alessandro Rocca,
Giorgia Benusiglio,
Eros Borile

collaborazioni artistiche
di Francesca Rizzato
Torna a leggere
il libro
di Francesca Rizzato
Libretto illustrato
a colori
per le scuole
e i bambini
in difficoltà

Fondazione Zanetti Onlus

Viale Felissent 53 31020 Villorba (Treviso)

Tel. 0422.312680 www.fondazionezanetti-onlus.org

Appendice

Nota Metodologica

In considerazione del delisting avvenuto il 15 febbraio 2021, in data antecedente a quella del CdA per l'approvazione del Bilancio 2020, MZBG risulta non soggetta alle disposizioni del D. Lgs. 254/2016. Il Gruppo, tuttavia, su base volontaria, ha deciso di predisporre la quarta edizione del Bilancio di Sostenibilità (Dichiarazione non finanziaria consolidata) e di impostare il documento ai sensi dell'art. 7 del D.lgs. n°254 del 30 dicembre 2016. La versione precedente del documento era stata approvata dal CdA il 05 marzo 2020.

Le informazioni e i dati inseriti sono riferiti all'anno 2020 e i trend di performance al triennio 2018 – 2020, laddove disponibili. Il perimetro di rendicontazione per tutte le informazioni non finanziarie comprende 26 delle 55 società controllate dal Gruppo in Italia e all'estero, di cui 19 produttive e 7 commerciali (si veda Appendice – Elenco delle società di MZBG incluse nel perimetro del Bilancio di Sostenibilità), stabilito in base ad un criterio di rilevanza dimensionale in termini finanziari e di personale. Le eccezioni a questo perimetro sono esplicitamente riportate all'interno del documento.

A partire dal 2020 entra a far parte del perimetro del Bilancio di Sostenibilità anche Cafè Pacaembu, a seguito del perfezionamento della fusione per incorporazione nella Segafredo Zanetti Brasil Comercial e Distribudora de Cafè S.A. in Cafè Pacaembu Ltda, che a partire dal 1 agosto 2020 ha cambiato nome in Massimo Zanetti Beverage Brasil.

Alcuni dati 2020 sono evidenziati con una doppia vista: la colonna contrassegnata da "2020*" fa riferimento al perimetro senza la nuova Cafè Pacaembu acquisita da SZ Brasil, ora MZB Brasil; mentre la colonna intestata con "2020", fa riferimento al perimetro intero del Gruppo Massimo Zanetti Beverage. I dati inseriti nei grafici fanno riferimento all'intero perimetro di consolidamento.

Lo standard di rendicontazione adottato da MZGB per la redazione del proprio Bilancio di Sostenibilità sono i GRI Sustainability Reporting Standards, pubblicati nel 2016 dal GRI – Global Reporting Initiative e le successive versioni (es. GRI 403 Occupational Health & Safety pubblicato nel 2018), secondo l'opzione "in accordance-core". Inoltre, per rendicontare alcuni temi rilevanti sono altresì stati utilizzati alcuni specifici del Sector Supplement "Food Processing" delle Linee guida GRI-G4. In particolare, secondo quanto previsto dallo standard GRI 101: Foundation, paragrafo 3, all'interno di questo documento si è fatto riferimento ai seguenti Reporting Standards.

Aspetto	Standard GRI
GRI 205 Anticorruzione	GRI 205-3 Numero totale di incidenti di corruzione
GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale	GRI 206-1 Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche
GRI 207 Imposte	GRI 207-1 Approccio alla fiscalità
	GRI 207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio
	GRI 207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale
GRI 301 Materiali	GRI 301-1 Materiali utilizzati per peso o volume

GRI 302 Energia	GRI 302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione
GRI 305 Emissioni	GRI 305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra
GRI 305 Emissioni	GRI 305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra
GRI 306 Scarichi e rifiuti	GRI 306-2	Rifiuti totali per tipologia e metodi di smaltimento
GRI 401 Occupazione	GRI 401-1	Nuove assunzioni e tasso di turnover
GRI 403 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro
	GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti
	GRI 403-3	Servizi di medicina del lavoro
	GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro
	GRI 403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro
	GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori
	GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali
GRI 404 Formazione e istruzione	GRI 404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente
GRI 405 Diversità e pari opportunità	GRI 405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità
GRI 412 Valutazione sui diritti umani	GRI 412-1	Attività che sono valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani

GRI 417 Marketing ed etichettatura	GRI 417-2	Casi di non conformità relative a informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi
	GRI 417-3	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione
GRI 419 Compliance socio-economica	GRI 419-1	Valore delle multe e numero delle sanzioni significative per violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale
	GRI FP2	Percentuale di volumi acquistati che sono stati verificati in accordo a uno standard di produzione responsabile credibile e riconosciuto a livello internazionale, diviso per standard
Pratiche di approvvigionamento	GRI FP5	Percentuale di volume prodotto insiti certificati da un ente di terza parte in accordo a standard di gestione alimentare riconosciuti a livello internazionale
	Indicatore non GRI	
Volume di caffè acquistato	-	Volume di acquisti per qualità di caffè e origine

Metodologie di calcolo

Con riferimento ai dati contenuti nel presente documento, si precisa che non sono stati utilizzati approcci di stima bensì i migliori dati disponibili al momento della redazione del presente documento. Si riportano di seguito le indicazioni metodologiche per alcuni indicatori.

Tassi di infortunio

Tutti i tassi sono stati calcolati come il rapporto tra il numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro / infortuni sul lavoro / infortuni sul lavoro con gravi conseguenze e il numero totale di ore lavorate moltiplicate per 1.000.000.

Emissioni di gas serra

Il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra è stato svolto utilizzando i principi indicati nel GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ sono indicati nelle tabelle che seguono. Per le emissioni energetiche indirette, l'unico gas a effetto serra considerato

è la CO₂. Per le emissioni dirette da diesel, benzina, gas metano e GPL, sono stati considerati anche CH₄ e N₂O, applicando i Global Warming Potential (GWP) a cento anni riportati nel IV Assessment Report dell'IPCC.

Fonte Combustibile	Fonte del fattore di emissione
Diesel Benzina GPL Gas naturale	DEFRA (Department of Environment, Food & Rural Affairs), Conversion factors 2018 - 2020
Etanolo	GHG Protocol - Emission Factors from Cross-sector Tools
Energia Elettrica	Per il calcolo delle emissioni Location Based sono stati utilizzati i fattori da Terna, Confronti internazionali, 2018. Nello specifico sono stati utilizzati i fattori di emissione specifici per Paese, laddove disponibili nel report di Terna. Con riferimento a MZB Iberia – comprendente Portogallo e Spagna – invece è stato utilizzato il fattore di emissione più cautelativo relativo al Portogallo. Per quanto riguarda il calcolo delle emissioni secondo l'approccio Market Based, sono stati utilizzati i fattori di emissione riferiti al c.d. residual mix. In particolare, i fattori di emissioni per i Paesi Europei sono stati ricavati dal documento European Residual Mix 2019 pubblicato dall'Association of Issuing Body (AIB), mentre per gli USA il documento di riferimento è stato e-GRID 2019 – EPA.

Fattori di conversione

La conversione dei consumi energetici in GJ è stata effettuata utilizzando i fattori di conversione di DEFRA (Department of Environment, Food & Rural Affairs), 2018 – 2020.

Perimetro degli impatti

Aspetto GRI	Perimetro interno	Perimetro esterno
GRI 205 – Anticorruzione	X	Clienti, Fornitori
GRI 206 - Comportamento anticoncorrenziale	X	-
GRI 207 – Imposte	X	Azionisti e Comunità finanziaria
GRI 301 – Materiali	X	Fornitori
GRI 302 – Energia	X	-
GRI 305 – Emissioni	X	-
GRI 306 - Scarichi e rifiuti	X	-
GRI 401 – Occupazione	X	-
GRI 403 - Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	X	Fornitori
GRI 404 - Formazione e istruzione	X	-
GRI 405 - Diversità e pari opportunità	X	Fornitori
GRI 412 - Valutazione sui diritti umani	X	Fornitori
GRI 417 - Marketing ed etichettatura	X	-
GRI 419 - Compliance socio-economica	X	-
GRI Food Processing Sector Supplement		Fornitori

Elenco delle società di MZBG incluse nel perimetro di rendicontazione

Società	Paese	Tipologia
Massimo Zanetti Beverage USA Inc	<i>USA</i>	Produttiva
Boncafé (Thailand) Ltd	<i>Tailandia</i>	Produttiva
Segafredo Zanetti Francia S.A.S	<i>Francia</i>	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.	<i>Portogallo/Spagna</i>	Produttiva
Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan Inc.	<i>Giappone</i>	Commerciale
Segafredo Zanetti S.p.A.	<i>Italia</i>	Produttiva
Kauai Coffee Company LLC	<i>Hawaii</i>	Produttiva
Meira Oy Ltd	<i>Finlandia</i>	Produttiva
Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o.	<i>Polonia</i>	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Brasil	<i>Brasile</i>	Produttiva
La San Marco S.p.A.	<i>Italia</i>	Produttiva
Distribuidora Cafè Montaña	<i>Costa Rica</i>	Produttiva
Boncafé International Pte Ltd	<i>Singapore</i>	Produttiva
Segafredo Zanetti Austria Gmbh	<i>Austria</i>	Produttiva
Segafredo Zanetti Australia Pty Ltd	<i>Australia</i>	Commerciale
Boncafé Middle East Co LLC	<i>Emirati Arabi</i>	Commerciale
Segafredo Zanetti Deutschland Gmbh	<i>Germania</i>	Commerciale
Boncafé Malaysia	<i>Malesia</i>	Commerciale
Tiktak/Segafredo Zanetti Nederland BV	<i>Paesi Bassi</i>	Produttiva
Brodie Melrose Drysdale & CO Ltd	<i>Scozia</i>	Produttiva
Puccino's	<i>Regno Unito</i>	Commerciale
Brulerie des Cafés Corsica SAS	<i>Francia</i>	Produttiva
Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A.	<i>Italia</i>	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd	<i>Vietnam</i>	Produttiva
The Bean Alliance Group	<i>Australia</i>	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A.	<i>Italia</i>	Commerciale

GRI Content Index

[GRI 102-55]

GRI 102: GENERAL DISCLOSURES		PAG. N.	NOTA / OMISSION
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	7	
GRI 102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	8, 12	
GRI 102-3	Luogo della sede principale	108	
GRI 102-4	Luogo delle attività	8	
GRI 102-5	Proprietà e forma giuridica	17	
GRI 102-6	Mercati serviti	8, 12	
GRI 102-7	Dimensione dell'organizzazione	8	
GRI 102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	44	
GRI 102-9	Catena di fornitura	74	
GRI 102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	74	
GRI 102-11	Principio di precauzione	20-23	
GRI 102-12	Iniziativa esterne	96-108	
GRI 102-13	Adesione ad associazioni	32	
GRI 102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	4	
GRI 102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	20-23	
GRI 102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	5, 24	
GRI 102-18	Struttura della governance	17-19	
GRI 102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	34	
GRI 102-41	Accordi di contrattazione collettiva	44	
GRI 102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	33	
GRI 102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	33-34	
GRI 102-44	Temi e criticità chiave sollevati	33-36	
GRI 102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	109-112	
GRI 102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	109-111	
GRI 102-47	Elenco dei temi materiali	35-36	
GRI 102-48	Revisione delle informazioni	48	
GRI 102-49	Modifiche nella rendicontazione	109	
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione	109	
GRI 102-51	Data del report più recente	109	
GRI 102-52	Periodicità della rendicontazione	109	
GRI 102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Funzione Investor Relations di MZB Group:	marina.cargnello@mzb-group.com
GRI 102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	109	
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	113-116	
GRI 102-56	Assurance esterna	117-120	

TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC		PAG. N.	NOTA / OMISSION
Compliance, etica e integrità			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	21-26	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	21-26	
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	26	
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	26	
GRI 206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	26	
GRI 419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	26	
Packaging e innovazione sostenibile			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 89-92	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	89-92	
GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	92	
Efficienza energetica e cambiamento climatico			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 79-84	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	79-84	
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	83-84	
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	84	
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	84	
Gestione responsabile dei rifiuti ed economi circolare			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 85-87	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	85-87	
GRI 306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	87	
Benessere professionale e retention			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 38-40	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	38-40	
GRI 401-1	Nuove assunzioni e turnover	40	

TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC		PAG. N.	NOTA / OMISSION
Salute e sicurezza sul lavoro			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 27-28, 46-49	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	46-49	
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	46-49	
GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	46-49	
GRI 403-3	Servizi di medicina del lavoro	47	
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	46-49	
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	47	
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	47	
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	46-49	
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	48-49	
Formazione e sviluppo dei dipendenti			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 41-43	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	41-43	
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	42	
Diversità e pari opportunità			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 43-45	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	43-45	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	44-45	
Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 64-77	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	64-77	
GRI 412-1	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	74	

TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC		PAG. N.	NOTA / OMISSION
Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 52-53	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	52-53	
GRI 417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	52	
GRI 417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	52	
Qualità e sicurezza del prodotto			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 51, 57-60	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	57-60	
FP 5	Percentuale di volume prodotto in siti certificati da un ente di terza parte in accordo a standard di gestione alimentare riconosciuti a livello internazionale	60	
Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	36, 111	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	22-23, 64-77	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	64-77	
FP 2	Percentuale di volumi acquistati che sono stati verificati in accordo a uno standard di produzione responsabile credibile e riconosciuto a livello internazionale, diviso per standard	70	
-	Volume di acquisti per qualità di caffè e origine	75-76	



MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP SPA

RELAZIONE DELLA SOCIETA' DI REVISIONE
INDIPENDENTE SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA
DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI
DELL'ARTICOLO 3, COMMA 10, DLGS N° 254/2016 E
DELL'ARTICOLO 5 REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO
CON DELIBERA N° 20267 DEL GENNAIO 2018

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2020



Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario

ai sensi dell'articolo 3, comma 10, DLGS n° 254/2016 e dell'articolo 5 Regolamento CONSOB adottato
con delibera n° 20267 del gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione di Massimo Zanetti Beverage Group SpA

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n° 254 (di seguito il "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n° 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("limited assurance engagement") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di Massimo Zanetti Beverage Group SpA e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 predisposta ex articolo 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 18 marzo 2021 (di seguito "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto, dai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards", definiti nel 2016, e aggiornati al 2018, dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standards") e, con riferimento ad alcuni indicatori, dal "G4 Sector Disclosure - Food Processing" definito nel 2014 (di seguito "G4 Sector Disclosure"), indicati nel paragrafo "Nota metodologica" della DNF, da essi individuati come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono, infine, responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

PricewaterhouseCoopers SpA

Sede legale: Milano 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 77831 Fax 02 7783240 Capitale Sociale Euro 6.890.000,00 i.v. C.F. e P.IVA e Reg. Imprese
Milano Monza Brianza Lodi 12079880135 Iscritta al n° 110644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: Ancona 60131 Via Sandro Totti 1
Tel. 071 2132311 - Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 3540211 - Bergamo 24121 Largo Boloni 3 Tel. 035 229591 - Bologna 40125 Via
Angelo Riboldi 5 Tel. 051 4086211 - Brescia 25121 Viale Duca d'Atina 28 Tel. 030 2697901 - Catania 95129 Corso Italia 302 Tel. 095 7332311 -
Firenze 50121 Viale Guinigi 15 Tel. 055 2482811 - Genova 16121 Piazza Pignone 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081
36181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873481 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 349737 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A
Tel. 0521 279921 - Pescara 66127 Piazza Ettore Trillo 8 Tel. 085 4545711 - Roma 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 570251 - Torino 10122 Corso
Palestro 10 Tel. 011 556771 - Trento 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 227004 - Treviso 31100 Viale Palisotti 90 Tel. 0422 646011 -
Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 - Udine 33100 Via Postolle 43 Tel. 0432 25780 - Varese 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332
289039 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8263001 - Vicenza 36100 Piazza Pontelanello 9 Tel. 0444 393311

www.pwc.com/it

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto, dai GRI Standards e, con riferimento ad alcuni indicatori, dal G4 Sector Disclosure. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement")* e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'articolo 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
- 2 analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
- 3 comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato di Massimo Zanetti Beverage Group SpA;
- 4 comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'articolo 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'articolo 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'articolo 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lettera a);

- 5 comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Massimo Zanetti Beverage Group SpA e con il personale di Massimo Zanetti Beverage Iberia SA, Boncafé Thailand Ltd e Segafredo Zanetti SpA e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello della capogruppo, Massimo Zanetti Beverage Group SpA,
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le seguenti società, Massimo Zanetti Beverage Group SpA, Massimo Zanetti Beverage Iberia SA, Boncafé Thailand Ltd e Segafredo Zanetti SpA, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato incontri ed approfondimenti nel corso dei quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

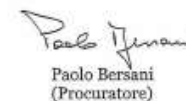
Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF di Massimo Zanetti Beverage Group relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto, dai GRI Standards e, con riferimento ad alcuni indicatori, dal G4 Sector Disclosure - Food processing.

Treviso, 2 aprile 2021

PricewaterhouseCoopers SpA



Filippo Zagari
(Revisore Legale)



Paolo Bersani
(Procuratore)