



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2021

*Massimo Zanetti*  
MASSIMO ZANETTI  
BEVERAGE GROUP

# SOMMARIO

MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER.....	<b>4</b>
1. LA NOSTRA IDENTITA' .....	<b>5</b>
1.1 IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE .....	6
1.2 UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ .....	8
1.3 MISSION E VALORI .....	9
1.4 LA PRESENZA GLOBALE.....	10
1.5 IL NOSTRO 2021 .....	12
2. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ .....	<b>13</b>
2.1 The Sustainable Blend .....	14
2.2 Dialogo con gli Stakeholder e Matrice di materialità .....	17
3. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS .....	<b>22</b>
3.1 La Corporate Governance .....	22
3.2 Etica e compliance .....	24
3.3 Rispetto della normativa fiscale.....	24
3.4 Il Modello Organizzativo 231 .....	25
3.5 La creazione di valore sostenibile.....	26
4. LA CATENA DEL VALORE.....	<b>28</b>
4.1 La nostra politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo .....	29
4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità.....	30
5. I PRODOTTI E I CLIENTI .....	<b>41</b>
5.1 La centralità del cliente .....	43



5.2	Innovazione e Ricerca .....	45
5.3	La politica della qualità di Gruppo .....	49
5.4	Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto .....	50
6.	LE PERSONE .....	<b>54</b>
6.1	Il capitale umano.....	55
6.2	Benessere professionale e retention .....	55
6.3	Formazione e sviluppo.....	58
6.4	La valutazione dei dipendenti .....	59
6.5	Diversità e pari opportunità .....	60
6.6	La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro .....	63
7.	L'AMBIENTE .....	<b>67</b>
7.1	La nostra politica ambientale di Gruppo .....	69
7.2	Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali.....	71
7.3	Packaging sostenibile e circolarità .....	80
8.	COMUNITA' LOCALI .....	<b>84</b>
8.1	Le nostre iniziative sociali .....	85
9.	FONDAZIONE ZANETTI ONLUS .....	<b>88</b>
	Progetti sostenuti nel 2021 .....	89
	Iniziative di sensibilizzazione .....	96
	<b>Appendice</b> .....	<b>98</b>
	Nota Metodologica.....	98
	Metodologie di calcolo .....	99
	GRI Content Index .....	102

# MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER

Gli ultimi anni ci hanno portato ad affrontare numerose e nuove sfide, ad intraprendere scelte complesse, in uno scenario in continuo movimento.

Sono orgoglioso di constatare che, in questo particolare contesto, molte società del nostro Gruppo, nel corso del 2021, hanno formalizzato degli obiettivi specifici per perseguire uno sviluppo sostenibile, in un'ottica di continuo miglioramento.

Tali obiettivi riguardano, in particolare, la gestione efficiente dell'energia e delle risorse, l'ottimizzazione dei trasporti, la prevenzione dell'inquinamento, la minimizzazione dei rifiuti e la valorizzazione dei sottoprodotti della lavorazione del caffè. Inoltre, abbiamo intrapreso un percorso virtuoso per avere il 100% delle confezioni di prodotto completamente riciclabili, che vede come capofila Segafredo Zanetti Italia e che mira ad accompagnare anche il consumatore verso un percorso di riduzione del proprio impatto ambientale.

Meira, la nostra società finlandese, ha aderito a Science Based Target, iniziativa globale che guida le aziende in un percorso di riduzione delle emissioni, per contrastare il cambiamento climatico. L'obiettivo di Meira, una delle prime aziende nel mondo del caffè a ottenere l'approvazione di Science Based Target per il proprio percorso di sostenibilità, è in linea con l'obiettivo di limitare il riscaldamento globale a 1,5 gradi celsius, la meta più sfidante dell'Accordo di Parigi. Entro il 2028 Meira punta a ridurre dell'80% tutte le emissioni derivanti dalle proprie attività attraverso la transizione all'energia elettrica, proveniente solo da fonti rinnovabili.

Inoltre, Meira punta ad avere al 2025, almeno il 90% dei propri fornitori impegnati a comunicare annualmente a Science Based Target le proprie emissioni e il progresso rispetto ai propri obiettivi. Per ultimo, Meira si impegna a ridurre del 50% entro il 2028 le emissioni indirette derivanti dall'acquisto delle materie prime, dalla distribuzione e dai rifiuti generati. Ispirate dalle ambizioni di Meira, altre società del Gruppo, come Cafè Montana, si stanno invece impegnando nel raggiungimento della Carbon Neutrality.

Sfruttando la nostra presenza su tutta la supply chain, abbiamo lanciato una nuova linea di prodotti "Segafredo Storia", esempio di grande innovazione sul fronte della trasparenza della filiera produttiva. Si tratta, infatti, di un progetto basato sulla tecnologia Blockchain, che fornisce la piena tracciabilità della catena di fornitura e permette ai consumatori di seguire passo dopo passo la storia del caffè che hanno acquistato: entrare in contatto diretto con coltivatori, conoscere le piantagioni da cui proviene, i porti in cui è transitato, il modo in cui è stato miscelato e tostato.

Con la nostra presenza internazionale siamo consapevoli della potenziale influenza positiva che possiamo generare nel promuovere la cultura della sostenibilità lungo tutta la catena del valore e intendiamo fare del nostro meglio per favorire lo sviluppo sostenibile, riducendo il nostro impatto ambientale, valorizzando le persone con cui lavoriamo e creando una rete di collaborazioni di valore.

Massimo Zanetti  
Presidente e CEO  
Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A.

An aerial photograph of a vast agricultural field, likely a vineyard or orchard, showing a grid of rows and paths. The field is divided into several large sections by wider paths. In the lower-middle section, a single, dark green tree stands out against the repetitive pattern of the field. The overall color palette is dominated by earthy browns and tans, with small patches of green from the plants.

# 1. LA NOSTRA IDENTITA'

A close-up photograph of a man with a beard, wearing a brown jacket, using a pair of scissors to cut open a large sack of coffee beans. The sack is made of coarse, textured fabric and has some faint markings on it. The background is dark and out of focus.

## 1.1 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.

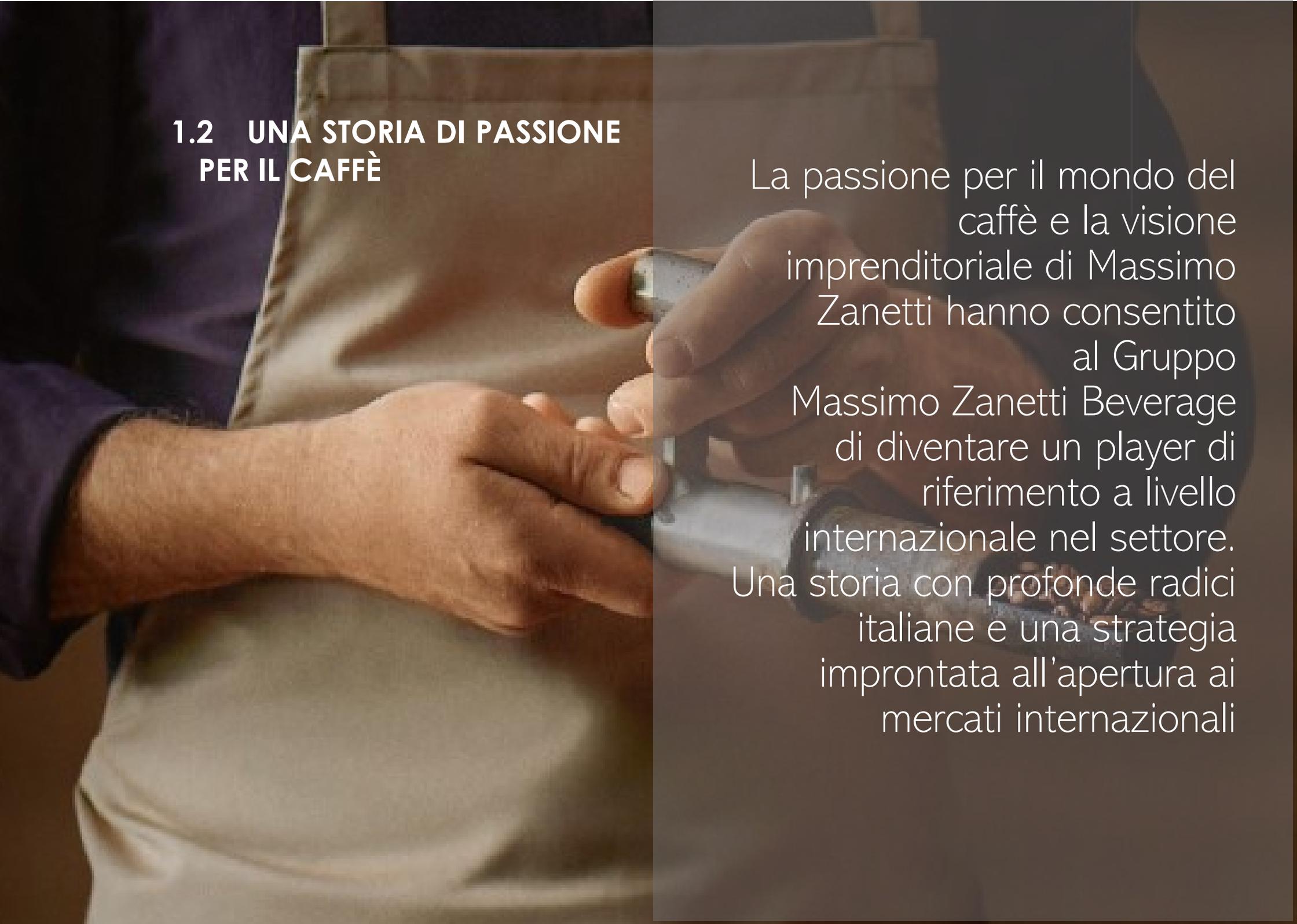
Oltre alle attività di approvvigionamento, torrefazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti, MZB è attivo nella progettazione e produzione di macchine professionali da bar "La San Marco" e di macchine per la distribuzione automatica

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.**



**Segafredo**  
— ZANETTI —



## 1.2 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

An aerial photograph of a coffee plantation. The rows of coffee plants are arranged in a grid pattern, with some curved sections. A winding river or stream flows through the plantation, creating a natural boundary. The water is a deep blue-green color. The surrounding landscape is a mix of green coffee plants and brownish soil.

### 1.3 MISSION E VALORI

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

## 1.4 LA PRESENZA GLOBALE

Il Gruppo Massimo Zanetti nasce all'inizio degli anni 70 quando il fondatore, 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.

L'espansione internazionale inizia negli anni 80, dapprima con l'acquisizione di alcune società con stabilimenti produttivi in Austria e in Francia, seguita dalla 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**.

Infine, nel 2021 è stata acquisita la società **Hoja Verde Gourmet Hovgo**, con sede in Ecuador, paese produttore delle migliori qualità di caffè e cacao al mondo.



## 1.5 IL NOSTRO 2021<sup>1</sup>



<sup>1</sup> I valori economici esposti comprendono tutte le società di Massimo Zanetti Beverage Group consolidate integralmente. Gli altri Highlights si riferiscono invece alle società incluse nel perimetro del Bilancio di Sostenibilità, come dettagliato in Nota Metodologica.



## 2. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

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.

## 2.1 The Sustainable Blend

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 2021 è proseguito il percorso già avviato nel 2019 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.

**Meira** continua ad operare in linea con gli **obiettivi di sostenibilità** che ha elaborato e formalmente approvato nel corso del 2020 e che si è prefissata di raggiungere entro i prossimi 3 anni. Si tratta di obiettivi in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile promossi dalle Nazioni Unite, declinati su quattro **aree** principali:

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 dei **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.

Inoltre, al fine di validare gli impegni ambiziosi in ambito "climate", Meira ha sviluppato nel corso del 2021 i "Science Based Target". 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. I seguenti target sono stati validati da Science Based Target initiative (SBTi)<sup>2</sup> nel marzo 2022.

Andando nel dettaglio degli obiettivi, entro il 2028 Meira si impegna a ridurre dell'80% le emissioni Scope 1&2, rispetto al 2019, passando all'uso di sola **energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili** e utilizzando **biogas e teleriscaldamento ottenuti da fonti rinnovabili**. Inoltre, Meira ha fissato l'obiettivo di ridurre del 50%, nello stesso

<sup>2</sup> The Science Based Targets initiative (SBTi) is a partnership between CDP, the United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) and the World Wide Fund for

periodo di tempo, le emissioni Scope 3 relative al trasporto e alla distribuzione "upstream" e ai rifiuti generati dalle operazioni. Infine, Meira si impegna a coinvolgere i partner nella catena di fornitura attraverso un target che richiede ai fornitori, corrispondenti al 90% delle emissioni relative all'acquisto di beni e servizi, di sviluppare gli Science Based Targets entro il 2025.



Nature (WWF). It drives ambitious climate action in the private sector by enabling organizations to set science-based emissions reduction targets.

**Distribudora Café Montaña**, in seguito al lancio del Piano Nazionale di Decarbonizzazione della Costa Rica<sup>3</sup>, ha deciso di porsi degli obiettivi ancora più ambiziosi, impegnandosi **nell'azzeramento delle emissioni di gas a effetto serra entro il 2020**. Il raggiungimento di questo ambizioso goal è stato attestato dalla Direzione Cambiamento Climatico del governo costaricano attraverso l'emissione della certificazione "Carbon Neutral" in relazione al **GHG Inventory**<sup>4</sup> di Café Montaña.

Per raggiungere l'obiettivo, Distribudora Cafè Montaña ha inizialmente provveduto a installare una nuova macchina tostatrice, più efficiente in termini di produzione e consumi, con un sistema di controllo e riduzione delle emissioni in atmosfera. Inoltre, sono state effettuate iniziative a supporto, come la formazione sullo spreco di risorse, in particolare dei consumi energetici, la riforestazione, l'educazione ambientale e la corretta raccolta e smistamento dei rifiuti.

Inoltre, nel 2021 la società è stata selezionata per partecipare ad un progetto pilota di "Decarbonization Roadmap" dal Climate Change Directorate del governo costaricano.

**SZ Poland**, durante il 2021, ha formalizzato una **Strategia di Sostenibilità** che ha comportato la definizione di alcuni obiettivi specifici 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.

Infine, nel 2021 **Tiktak** ha analizzato le proprie attività per formalizzare un piano di azioni e contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. In collaborazione con i propri partner, Tiktak ha deciso di concentrarsi su 5 linee di azione:

- Processo produttivo;
- Risparmio energetico;
- Raccolta differenziata;
- Packaging;
- Trasporto.

---

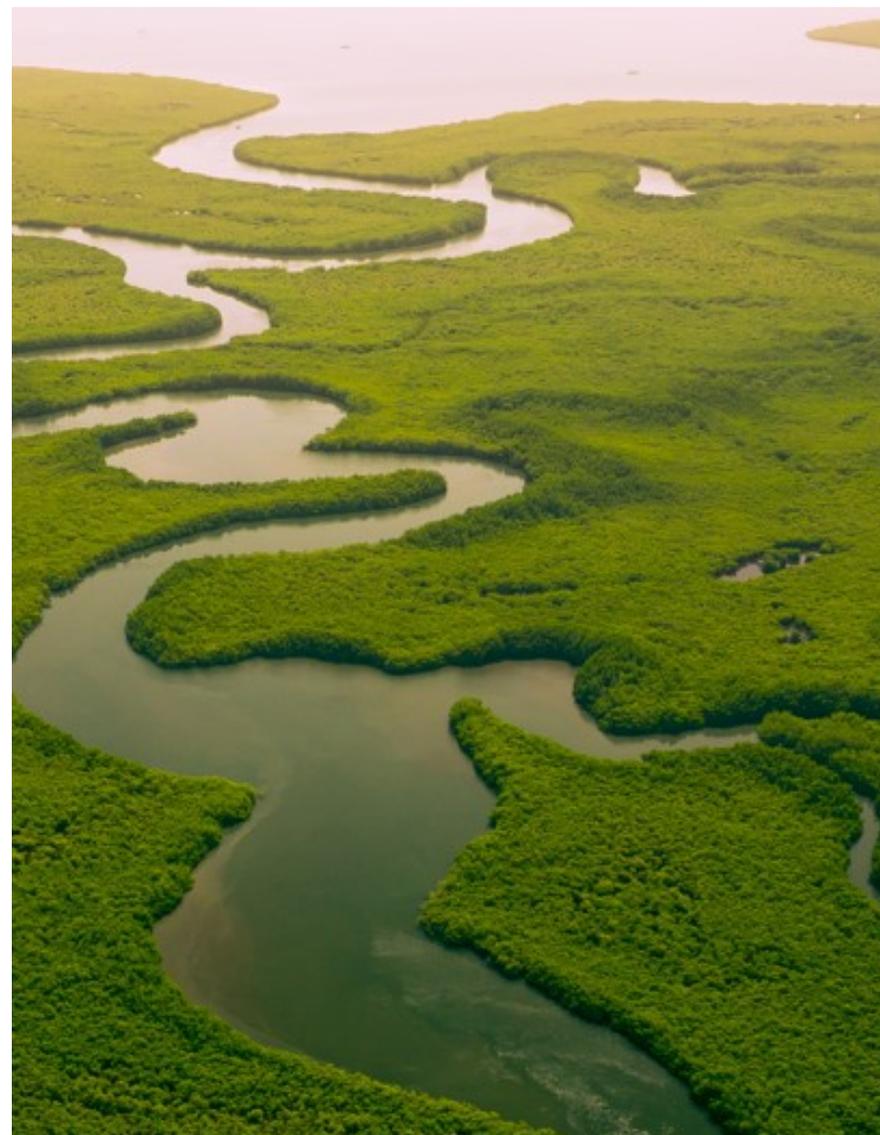
<sup>3</sup> Il Piano Nazionale di Decarbonizzazione della Costa Rica si pone l'obiettivo di ridurre a zero le emissioni nette di gas a effetto serra entro il 2050 in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul Cambiamento Climatico.

<sup>4</sup>Definito dal Greenhouse Gas Protocol, un'iniziativa nata dalla partnership tra il World Resources Institute (WRI) e il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), con l'obiettivo di definire degli standard globali per la misurazione e la gestione delle emissioni di gas a effetto serra.

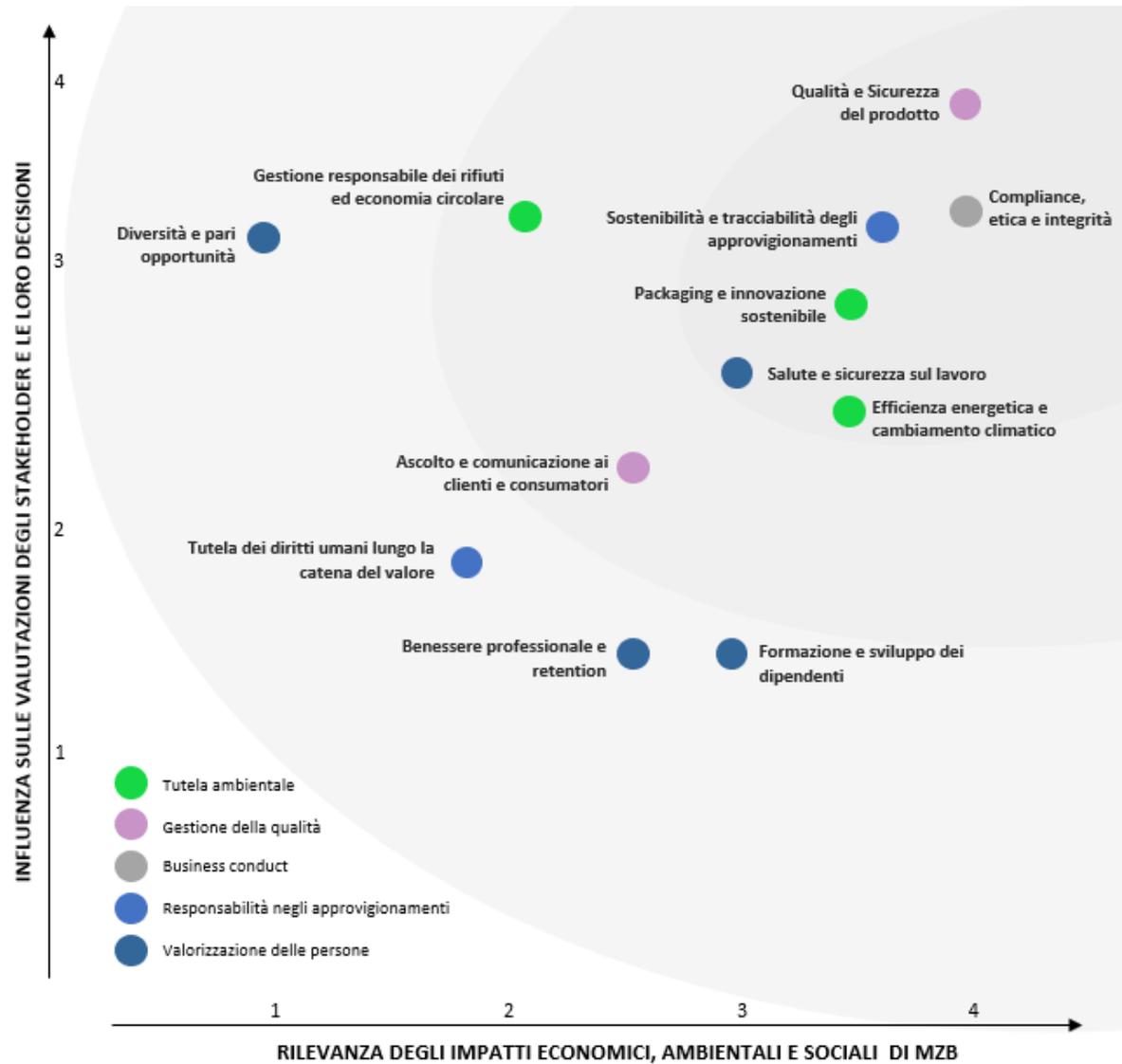
## 2.2 Dialogo con gli Stakeholder e Matrice di materialità

L'applicazione del principio di materialità consente di selezionare i temi da rendicontare rispondendo alle richieste di informazioni degli stakeholder in modo trasparente e completo. Questo processo viene portato avanti ogni volta che un cambiamento significativo del contesto interno o esterno al Gruppo possa influenzare i temi che gli stakeholder o MZBG ritengono rilevanti per il proprio sviluppo in ottica di sostenibilità. L'ultimo aggiornamento risale al 2020, quando a causa del COVID-19 MZBG ha valutato le conseguenze di tale evento sulle priorità. Nel 2021, non essendoci stati cambiamenti significativi della situazione rispetto all'anno precedente, si è deciso di confermare gli attuali risultati dell'analisi di materialità.

Nella tabella sottostante sono indicati, per ogni tema materiale, una breve descrizione e il capitolo contenente le informazioni sull'argomento.



## LA MATRICE DI MATERIALITA' DI MZBG



<b>Tema</b>	<b>Cosa significa per MZBG</b>	<b>Dov'è trattato nel testo</b>
Compliance, etica e integrità	Rispetto dei valori, dei principi, degli standard e delle norme di comportamento che guidano la condotta aziendale, l'anti-corruzione e la correttezza negoziale e commerciale.	Gestione responsabile del business
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
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
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.	L'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.	L'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.	L'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.	Le Persone
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.	Le Persone
Salute e sicurezza sul lavoro	Prevenzione, monitoraggio e riduzione dei rischi legati alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro per i dipendenti.	Le Persone
Benessere professionale e retention	Attenzione al benessere dei dipendenti e garanzia di un clima aziendale positivo e attrattivo.	Le Persone

## 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"><li>- Comunicazione continua secondo differenti modalità (intranet, newsletter, questionari ecc.)</li><li>- Indagine interna di soddisfazione (per alcune società)</li><li>- Meeting periodici, incluso quelli in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro</li></ul>
Clienti e consumatori	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ricerche di mercato, mystery shopping</li><li>- Test, focus group, questionari, interviste online e telefonate, valutazione della <i>Product e Customer Satisfaction</i> (per alcune società)</li><li>- Social media (es. Facebook, Twitter)</li><li>- Siti internet aziendali, newsletter</li><li>- Eventi e meeting virtuali (per alcune società)</li><li>- Servizio Clienti</li><li>- Newsletter (per alcune società)</li></ul>
Baristi	<ul style="list-style-type: none"><li>- Corsi di formazione (Accademia Segafredo) per un servizio professionale, di qualità, campionati annuali dedicati</li><li>- Meeting e incontri per la definizione di opportunità formative</li><li>- Eventi dedicati</li><li>- Newsletter</li></ul>
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"><li>- Attività di co-sviluppo</li><li>- Business meeting e comunicazione continua, anche per gestire eventuali criticità e "disruptive event" (es. Brexit)</li><li>- Audit e visite presso gli stabilimenti per garantire elevati standard di qualità (per alcune società)</li><li>- Questionario fornitori (compilazione annuale per alcune società)</li></ul>
ONG e comunità locali	<ul style="list-style-type: none"><li>- Attività di beneficenza e contributi a mostre e a esibizioni esterne</li><li>- Attività svolte localmente a favore delle comunità locali</li><li>- Comunicazioni specifiche tramite e-mail</li></ul>
Competitor	<ul style="list-style-type: none"><li>- Partecipazione a tavoli associativi comuni</li></ul>

Associazioni di categoria	- Incontri periodici fisici e virtuali (specifici in relazione al contesto in cui ciascuna società opera)
Sindacati	- Dialogo costante attraverso incontri fisici e virtuali e adempimento agli obblighi derivanti dalla contrattazione con le associazioni sindacali
Azionisti e Comunità finanziaria	- Investor meeting - Incontri specifici
Scuole e Università	- 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	- Visite presso i negozi in franchising e incontri periodici fisici e virtuali (per alcune società)

## COOPERAZIONE CON LE COMUNITÀ LOCALI – BONCAFÉ THAILAND

Una particolare forma di supporto e di dialogo con le comunità locali è stata realizzata da Boncafé Thailand, la quale incoraggia la collaborazione tra l'azienda e la comunità locale per creare uno sviluppo sostenibile per entrambe le parti. Questa forma di Responsabilità Sociale d'Impresa viene promossa dal Ministero dell'Industria thailandese, il quale ha emanato una serie di principi e policy in ambito CSR (Corporate Social Responsibility), successivamente implementati da Boncafé Thailand che ha inoltre costituito un comitato e un gruppo di lavoro dedicati esclusivamente alle tematiche CSR.





# 3. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS

## 3.1 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.

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, sino al 17 febbraio 2021, di 9 persone, di cui 4 donne e 5 uomini.

<b>Composizione del CdA della Capogruppo</b>					
<b>Genere</b>	Fascia d'età	Unità di misura	2019	2020	2021
<b>Uomini</b>	Tra 30 e 50 anni	n.	2	2	2
	Over 50 anni	n.	3	3	2
<b>Totale Uomini</b>		<b>n.</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>
<b>Donne</b>	Tra 30 e 50 anni	n.	3	3	2
	Over 50 anni	n.	1	2	
<b>Totale Donne</b>		<b>n.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>
<b>TOTALE</b>		<b>n.</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>6</b>

Il Successivamente, l'Assemblea degli Azionisti riunitasi in data 3 marzo 2021, ha deliberato in sede straordinaria di modificare lo statuto, in linea con le esigenze di una società non quotata modificando anche il numero dei membri del Consiglio di Amministrazione da nove a sei come dettagliato nella tabella seguente. Il Consiglio di Amministrazione attualmente in carica fino alla approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2022 è composto da Massimo Zanetti (Presidente), Matteo Zanetti, Laura Zanetti, Monika Dutkiewicz, Pascal Primo Heritiér, Leonardo Rossi, Consiglieri. La società rispetta la normativa in tema di equilibrio di genere negli organi di amministrazione e controllo.

In data 16 marzo 2021 il Consiglio di Amministrazione della Società ha apportato varie modifiche dell'organigramma, in ragione delle mutate esigenze organizzative e di governance conseguenti al delisting. È stato confermato, su base volontaria, ruolo, funzioni e compiti dell'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, conformemente a quanto previsto nel Codice di Autodisciplina.

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 24 giugno 2022, ha approvato il

documento "**Risk Assessment 2022**" 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.

## 3.2 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.

Nel corso del 2021 Meira ha steso una prima bozza dei cosiddetti "**Meira Ethical Principles**", andando a declinare in modo più personalizzato e vicino al contesto caratteristico i principi già espressi nel Codice Etico di Gruppo. Questi principi verranno finalizzati ed implementati nel 2022.

## 3.3 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 Gruppo<sup>5</sup>.

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 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 fiscale<sup>6</sup>.

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.

### 3.4 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

---

<sup>5</sup> Codice Etico, MZB Group, disponibile nel sito Massimo Zanetti Beverage Group - Codice Etico (mzb-group.com)

<sup>6</sup> Per ulteriori approfondimenti si rimanda a quanto indicato all'interno della Relazione finanziaria annuale di MZBG

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.

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.

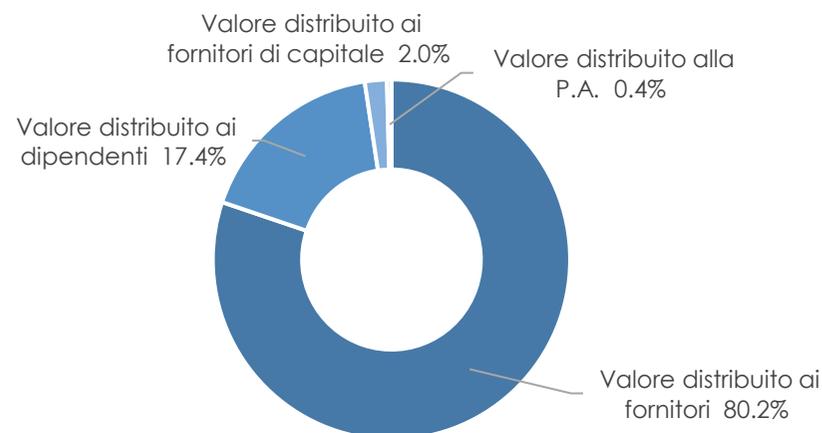
Nel triennio 2019-2021 non sono stati registrati episodi di non conformità a leggi e regolamenti nelle aree economiche e sociali, ad eccezione di due casi di non compliance socioeconomica che hanno determinato delle sanzioni amministrative per Meira OY, prontamente gestita dalla società. [GRI 419-1]. Allo stesso modo, non si registrano nel corso del triennio azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche [GRI 206-1].

<sup>7</sup> I valori economici esposti comprendono tutte le società di Massimo Zanetti Beverage Group consolidate integralmente.

Infine, nel corso del 2021, non si sono verificati incidenti di corruzione [GRI 205-3].

### 3.5 La creazione di valore sostenibile

Nel corso del 2021 Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha registrato un valore economico generato pari a circa 850 milioni di euro<sup>7</sup>. Di questi, il 99% è stato distribuito agli stakeholder del Gruppo, per un importo pari a oltre 840 milioni di euro, dei quali il 17,4% è stato distribuito ai dipendenti, 80,2% ai fornitori di beni e servizi, il 2,0% ai fornitori di capitale e lo 0,4% alla Pubblica Amministrazione.



## 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:

---

<b>Brodies</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- UK Tea &amp; Infusions Association</li><li>- Guild of Fine Food</li></ul>
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>MZB Iberia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- AICC - Associations of Portuguese coffee roasters</li></ul>
-------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>Boncafé International</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- SNEF - Singapore National Employers Federation</li><li>- SMF - Singapore Manufacturing Federation</li><li>- SAFEMS - Singapore Association of Food Equipment Manufacturing</li></ul>
------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>Cafè Montaña</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA)</li><li>- Cámara de Tostadores de Costa Rica</li><li>- Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP)</li></ul>
---------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>Kauai Coffee</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kauai Chamber of Commerce Kauai Economic Development Board</li><li>- Hawaii State Board of Agriculture</li><li>- Hawaii Coffee Growers Association</li><li>- Hawaii Coffee Association</li></ul>
---------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>La San Marco</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- UCIMAC (italian association of the main coffee machines producers)</li></ul>
---------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

---

<b>MZB Brasil</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- ABIC- Brazilian Coffee Industry Association</li><li>- Flavia Baldin - Member of the Marketig Committee at the ABIC Association</li><li>- Murilo Halla - Member of the Permanent Quality Committee at Associação ABIC</li></ul>
-------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>SZ Austria</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Kreditschutzverband</li><li>- MCS Marketing Club</li><li>- ÖFV Franchise Verband</li><li>- Industriellenverband</li><li>- Markenartikelverband</li></ul>
-------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>Meira</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Finnish Food &amp; Drink association</li><li>- Coffee and Roastery association</li><li>- Spice association</li></ul>
--------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>MZB USA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- National Coffee Association (NCA)</li><li>- Green Coffee Association (GCA)</li><li>- Specialty Coffee Association (SCA)</li><li>- Private Label Manufacturers Association (PLMA)</li></ul>
----------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>SZ Poland</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Business Center Club</li></ul>
------------------	------------------------------------------------------------------------

---

<b>SZ Deutschland</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- German Coffee Association (DKV)</li><li>- Marketing Club Munich</li><li>- German Council of Shoppingcenter</li><li>- FGM (Fördergesellschaft Marketing University Munich)</li></ul>
-----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>SZEW Japan</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Japan Food Service Association</li><li>- Italian Chamber of Commerce in Japan</li><li>- Shinjuku Convention &amp; Visitors Bureau</li></ul>
-------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<b>The Bean Alliance</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Australian Coffee Rosters Association - Membership</li></ul>
--------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------

---



# 4. 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

## 4.1 La nostra politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo

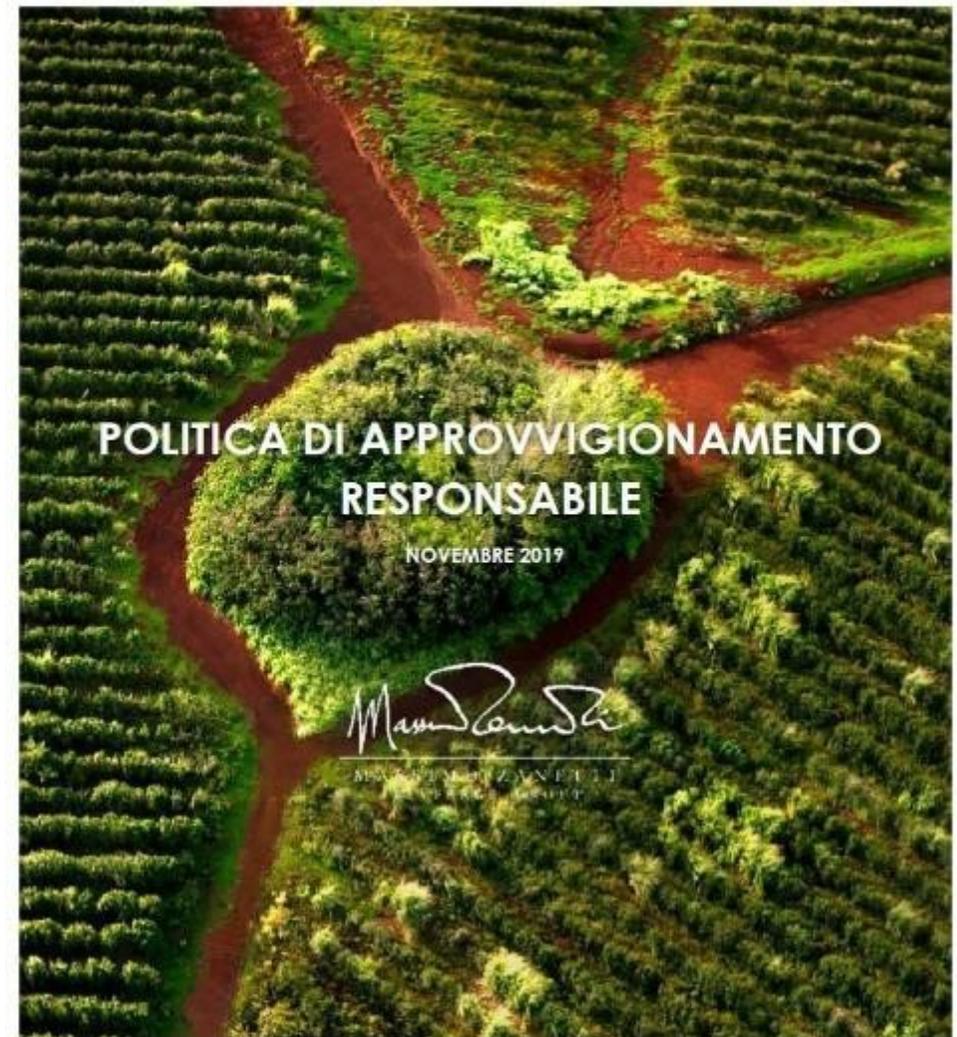
Nel corso del 2019, grazie all'impegno e alla collaborazione delle principali società del Gruppo, Massimo Zanetti Beverage Group ha pubblicato la **Politica di Approvvigionamento Responsabile**, dichiarazione di impegno del Gruppo verso una fornitura di caffè etica e sostenibile. Tale Politica è stata condivisa con tutte le società del Gruppo e dal 2020 le società condividono tale politica con i 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, sono valutate analisi e opportuni controlli 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.



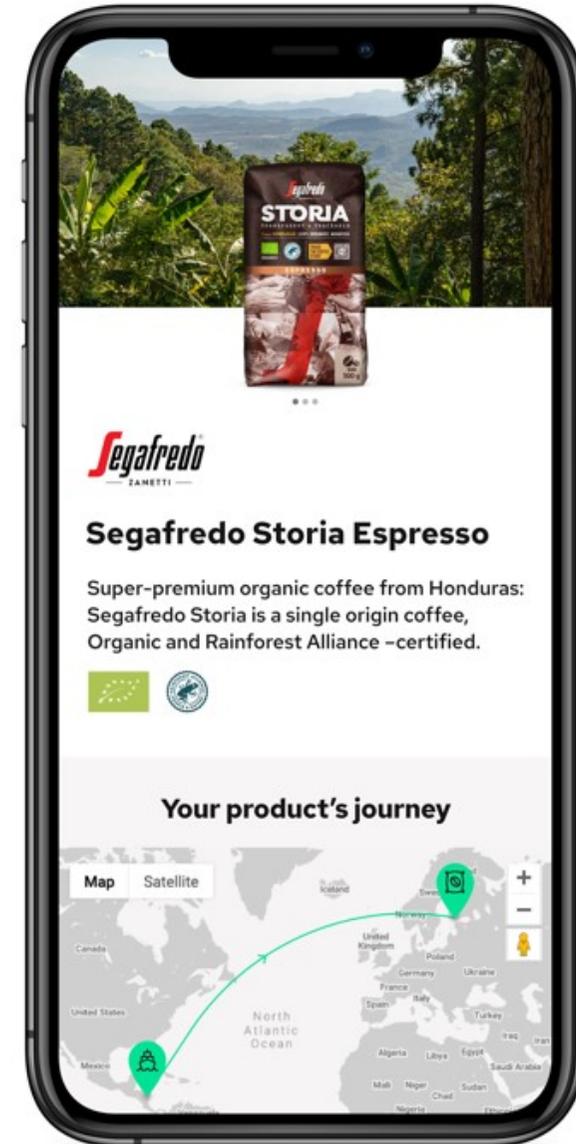
## 4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità

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.



## ATTENTA SELEZIONE DEI FORNITORI

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.

Tutte le società del Gruppo, in fase di definizione del contratto con i propri fornitori, richiedono alle controparti di accettare il Codice Etico come parte essenziale di qualsivoglia relazione commerciale tra le parti e si aspettano che tutti i loro fornitori e subfornitori rispettino gli standard e i principi previsti da tale Codice Etico.

**Tutte le torrefazioni europee del Gruppo**, in conformità anche con la normativa europea<sup>8</sup> 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 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.

---

<sup>8</sup> Regolamento (CE) n. 178/2002 del Parlamento europeo e del Consiglio europeo, del 28 gennaio 2002, che stabilisce i principi e i requisiti generali della

La procedura acquisti di **Massimo Zanetti Beverage USA** prevede, 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 GFSI (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. Nell'ambito della valutazione dei fornitori su tematiche sociali, MZB USA 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 altresì 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. Infine, dal 2021 MZB USA ha implementato la valutazione semestrale, basata su un sistema di rating, dei suoi 10 fornitori più importanti (rappresentano l'85% di tutti gli acquisti).

**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

legislazione alimentare, istituisce l'Autorità europea per la sicurezza alimentare e stabilisce procedure in materia di sicurezza alimentare.

e le non conformità rilevate. Vengono anche condotte prove di tracciabilità dei prodotti approvvigionati. Inoltre, dal 2021 la società ha iniziato a chiedere ai propri fornitori anche informazioni e documenti in merito alle loro performance e alle certificazioni ambientali.

Anche **Tiktak** ha richiesto ai propri fornitori di sottoscrivere la nuova politica di Gruppo, che formalizza un piano di azioni per contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, ottenendo inizialmente risposta dal 90% degli stessi. Nel corso del 2021 si è impegnata a raggiungere il 100% dei fornitori, che si concentreranno su 5 linee di azione: processo produttivo, risparmio energetico, raccolta differenziata, packaging e trasporto.

**Segafredo Zanetti Francia** ha predisposto una procedura di identificazione e tracciabilità del prodotto lungo tutta 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. Inoltre, la società francese 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. Infine, nel 2021 la società ha introdotto nuovi criteri sociali nella valutazione di alcuni

fornitori, che verranno gradualmente estesi negli anni a tutta la catena di fornitura.

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 siano conformi agli elevati standard di qualità previsti all'interno del Gruppo Massimo Zanetti Beverage.

La finlandese **Meira** monitora i fornitori secondo 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) e i criteri di certificazione previsti dalla piattaforma globale dell'European Coffee Federation al fine di strutturare un efficace processo di valutazione sociale ed ambientale della catena di approvvigionamento. In riferimento ai fornitori di caffè, prima della decisione di acquisto, la società finlandese acquista alcuni lotti di prova che si tramutano in un effettivo acquisto una volta superati una serie di rigorosi test di qualità. Infine, la società finlandese effettua regolarmente delle visite nelle piantagioni e negli impianti di lavorazione nei paesi di origine del caffè acquistato. In questo modo, Meira assicura l'effettivo rispetto degli standard sociali, ambientali e di qualità lungo tutta la sua catena di approvvigionamento.

**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 e la sostenibilità 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** richiede 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.

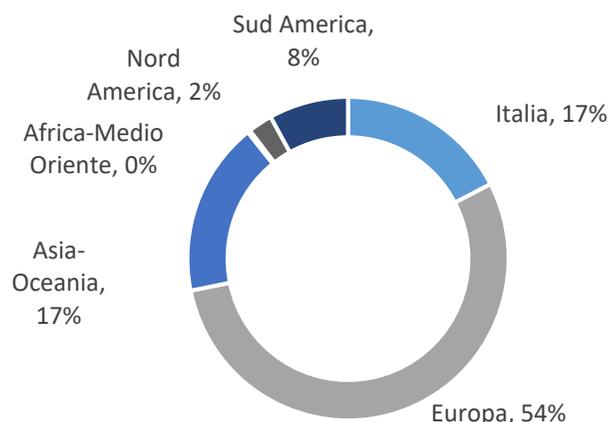
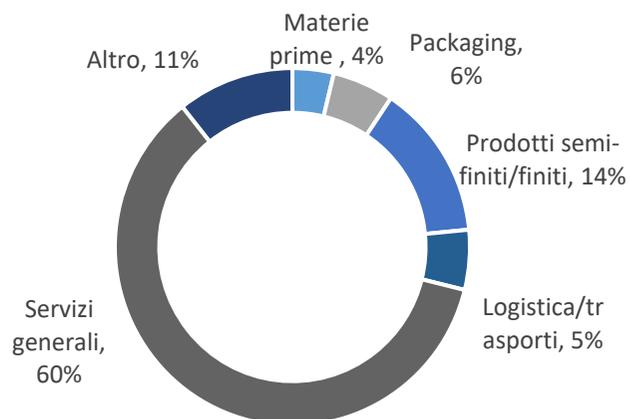
Anche **SZ Poland** si è dotata di una procedura interna e di un sistema per la valutazione dei fornitori, che prevedono la realizzazione di survey e attività di audit, svolte in presenza di rischi significativi. La ricerca e la scelta di nuovi fornitori è guidata anche da fattori legati alla sostenibilità.

**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.

Come negli anni precedenti (2020 e 2019), anche nel corso del 2021, 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 2021 le società del Gruppo MZB si sono approvvigionate da oltre 6.000 fornitori. I servizi generali rappresentano più della metà dei fornitori complessivi (60%), seguiti dai fornitori di prodotti finiti e semi-lavorati (14%), di logistica e trasporti (5%), di packaging (6%) e di caffè e materie prime alimentari (4%). La maggioranza dei fornitori è di provenienza europea (54%). [GRI 102-9]

### I fornitori, per tipologia merceologica e provenienza, 2021



Con particolare riferimento all'approvvigionamento di caffè verde tra il 2020 e il 2021 si rileva un calo degli acquisti, passando da 144.643 a 142.295 tonnellate. La contrazione degli acquisti è strettamente legata al calo delle vendite e dei volumi prodotti, che nel 2021 sono stati ancora influenzati dalle limitazioni dovute alla pandemia di Covid 19.

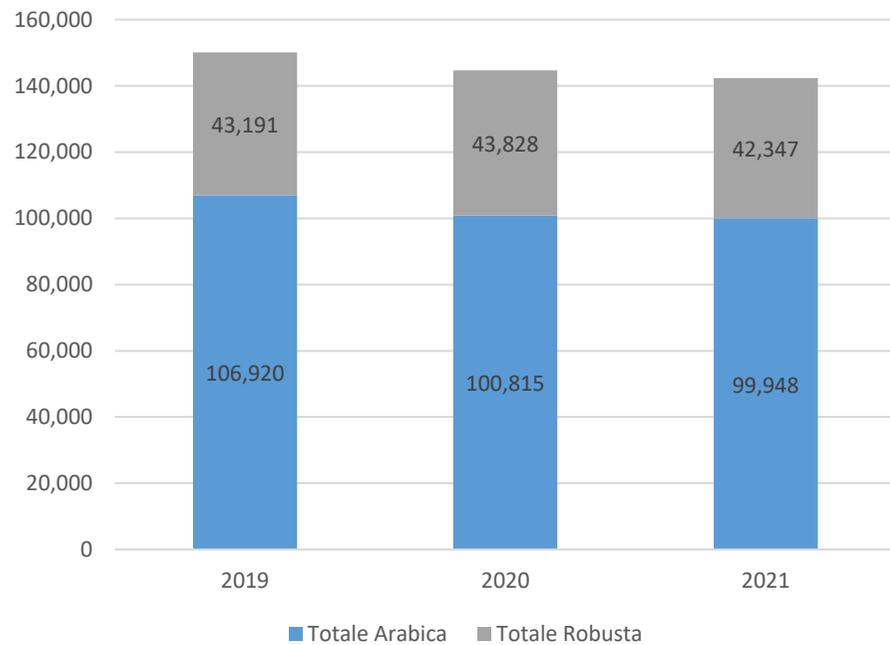
Guardando alla **provenienza del caffè**, è possibile notare un allineamento rispetto al trend del 2020 soprattutto per quanto riguarda il caffè di qualità Robusta. Infatti, nel 2019 il caffè di qualità Robusta proveniva per il 63% da paesi asiatici. Nel 2021, invece, il 59% (42% nel 2020) del caffè di qualità Robusta è stato acquistato da fornitori localizzati nel sud-centro America, in particolare in Brasile, e per il 31% (37% nel 2020) 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 (81,5% nel 2021).

### I paesi di provenienza del caffè verde nel 2021

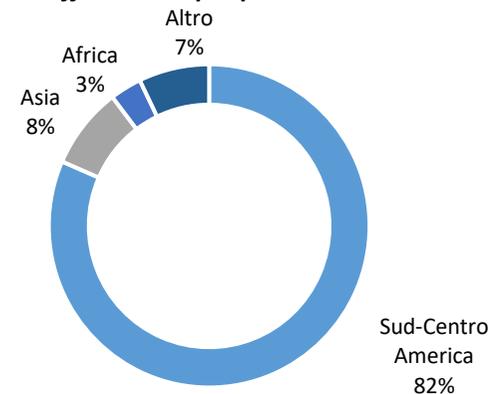
<b>Caffè qualità Arabica</b>	Sud-Centro America	Brasile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Santos, Panama, Perù
	Asia	China, India, Indonesia, Laos, Papua Nuova Guinea, Singapore, Thailandia, Vietnam
	Africa	Burundi, Congo, Etiopia, Kenya, Malawi, Ruanda, Tanzania, Uganda, Zambia, Zimbabwe
<b>Caffè qualità Robusta</b>	Sud-Centro America	Brasile, Messico, Nicaragua
	Asia	India, Indonesia, Thailandia, Vietnam
	Africa	Cameroon, Costa d'Avorio, Madagascar, Tanzania, Togo, Uganda

**Il caffè approvvigionato, per qualità e provenienza**

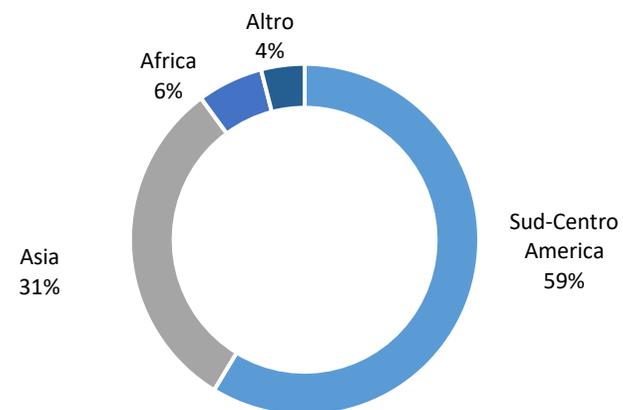
**Il caffè approvvigionato, per qualità, in tonnellate**



**Caffè Arabica per provenienza**



**Caffè Robusta per provenienza**

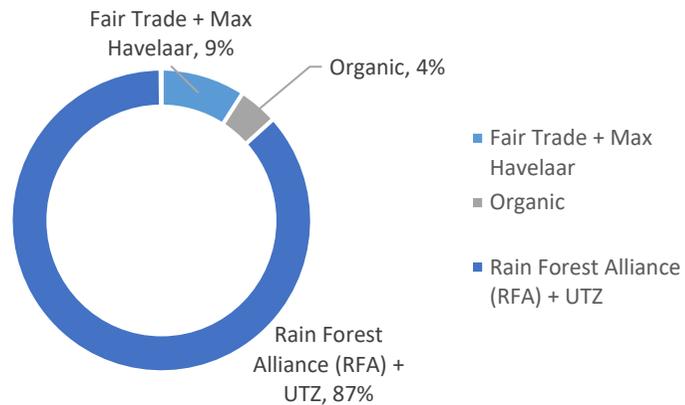


## CAFFÈ CERTIFICATO

Tra le società del Gruppo, **Meira** è la capofila per quanto riguarda gli acquisti di caffè certificato. L'azienda, infatti, ha formalmente adottato già dal 2019 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 la fine del 2022** e si impegna nel raggiungimento di tale obiettivo anche tramite l'adesione a iniziative internazionali di settore come la **Sustainable Coffee Challenge (SCC)**.

In totale, nel corso del 2021 gli acquisti di caffè certificato secondo gli standard di sostenibilità internazionali sotto riportati si sono attestati al 16,1%. [GRI FP2]

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





**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).



**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.



**Fairtrade – Max Havelaar** – La certificazione è emessa dalla Fondazione Max Havelaar e attesta che i prodotti siano stati acquistati in conformità ai criteri del commercio equo.



**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.



**UTZ<sup>9</sup>** - 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).

Caffè certificato	Organic/Bio	Fairtrade + Max Havelaar	RFA + UTZ
<b>Società<sup>10</sup></b>			
MZB Iberia	x		x
SZ Italia	x		x
SZ France	x	x	x
Boncafé Thailand			x
Brodies		x	x
Brulerie	x	x	
Meira		x	x
MZB USA	x	x	
MZB Vietnam			x
SZ Poland	x		x
TikTak	x	x	x
The Bean Alliance		x	x

<sup>9</sup> UTZ si è fuso con Rainforest Alliance a partire dal 2018.

<sup>10</sup> La tabella riporta esclusivamente le società che acquistano caffè verde. Boncafé International, Cafè Montana, SZ Austria e MZB Brasil attualmente non acquistano caffè certificato.

Gli approvvigionamenti di caffè verde certificato hanno permesso alla controllata finlandese di lanciare sul mercato 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**. Nel corso del 2021, la linea Kulta Katriina si è allargata con l'introduzione sul mercato del Kulta Katriina Plus Smooth, caffè certificato a bassa acidità.



L'offerta di prodotti sostenibili e certificati del Gruppo si è ampliata 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 undici 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.



Tra i diversi prodotti, dal 2019, **Segafredo Zanetti Italia** produce il caffè SUPREMO, un caffè dall'aroma dolce e fruttato, ottenuto con una selezione di caffè 100% arabica, biologici, provenienti dalle migliori piantagioni del centro America e Africa e Rainforest Alliance Certified.



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.

A partire dal 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.



Anche **Tiktak** si impegna continuamente lungo tutta la catena di fornitura per rendere i propri prodotti più affidabili, trasparenti e verificabili. Da anni la società olandese ha introdotto sul mercato una serie di prodotti certificati BIO, Rainforest Alliance e Fairtrade: Segafredo Selezione Organica, Segafredo Climate, Tiktak Organica e Tiktak Duet. Inoltre, nel 2021 Tiktak ha introdotto il **GO GREEN!**, un pacchetto pensato agli amanti di caffè più consci che contiene la combinazione di tutti i caffè certificati della società.



## 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 alternative più sane rispetto a prodotti tradizionali come il **ketchup biologico Meira**, che contiene l'85% di pomodoro, il 30% in meno di zucchero e sale ed è totalmente privo di conservanti.

Inoltre, già nel corso del 2020 Meira ha 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**.

Nella primavera del 2021 è stato invece lanciato **Meira Dips**, che contengono erbe e spezie del raccolto più fresco senza esaltatori di sapidità e amido. Queste salse contengono in media il 30% di zucchero e sale in meno rispetto alle salse tradizionali e non contengono aromi o additivi artificiali, risultando così un prodotto vegano e *gluten free*.





# 5. 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.

## 5.1 La centralità del cliente

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 di 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.

### COMUNICAZIONE RESPONSABILE E TRASPARENTE

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.

Nel corso del 2021 **MZB USA** ha realizzato un processo formale di revisione dell'etichettatura dei prodotti. In particolare, attraverso una partecipazione multi-reparto (Marketing, Legale, Qualità, Vendite e altri), viene effettuato un processo completo di controllo delle etichettature di prodotto lungo tutte le varie fasi di produzione e

commercializzazione al fine di assicurarne l'accuratezza e conformità normativa e legale.

Con riferimento alla comunicazione commerciale, nel corso del 2021 sono state registrate sei segnalazioni relative a non compliance relative al marketing ed etichettatura all'interno del Gruppo: quattro non conformità di prodotto e due segnalazioni relative all'etichettatura dei prodotti. Tuttavia, in nessun caso le non conformità hanno comportato ammende o sanzioni, che invece sono state immediatamente risolte dalla società del Gruppo coinvolte. [GRI 417-2] [GRI 417-3]

### CUSTOMER CARE E CUSTOMER SATISFACTION

Supportate dai propri sistemi e politiche di gestione della qualità, le società principali del Gruppo presentano un approccio strutturato al 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 tutti 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, anche ricorrendo all'utilizzo di società specializzate. 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. La **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 svolti sulle macchine per il caffè.

Annualmente **Boncafé International** monitora la soddisfazione dei propri clienti sottoponendo loro un "customer satisfaction form". I risultati registrati nel 2021 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.

Bean Alliance Group attribuisce primaria importanza alla **comunicazione** e al **dialogo** con i propri clienti. A partire dal 2020, sono stati rivisti i canali e le modalità di comunicazione per **arricchire i contenuti dei blog** presenti all'interno dei canali di vendita online. Bean Alliance ha voluto far conoscere la **storia dei propri prodotti** e

della propria realtà, oltre a sensibilizzare e guidare i clienti nelle loro scelte di acquisto più consapevoli e responsabili. Nel 2021, i temi di maggior interesse e coinvolgimento dei clienti hanno riguardato l'impatto e il riciclo delle **capsule bean ground & drunk**, i prodotti organici certificati **Australian Certified Organic (ACO)**, il valore del Fairtrade nell'annuale resoconto **Fairtrade Fortnight** e lo stato d'arte dell'Agricoltura organica ed ecologica in occasione della **Giornata della Terra**.

Nel 2021 **Boncafé Middle East** ha inaugurato il **nuovo Service Center**, struttura all'avanguardia in grado di servire un maggior numero di clienti rispetto al precedente ed è altresì sede di formazione tecnica di alto livello e di supporto post-vendita.



## 5.2 Innovazione e Ricerca

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.

In generale, per le varie società del Gruppo, il processo di innovazione inizia con l'analisi e la 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 2021, è stato formalmente creato un team multifunzionale NPD (New Product Development) che si riunisce con cadenza bisettimanale per discutere di sviluppo di nuovi prodotti, innovazione e altri progetti.

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. Per la società portoghese solo grazie alla sinergia tra le diverse funzioni aziendali è possibile dar vita ai nuovi prodotti, basati sul rispetto di specifici requisiti tecnici, la ricerca dei giusti fornitori e la costruzione di un'immagine coerente ed efficace.

Altre società del Gruppo, come **Meira**, hanno definito indicatori di performance per monitorare il numero di progetti e per analizzare quelli che passano i molteplici step approvativi previsti per poi arrivare ad essere considerati dei veri e propri progetti di innovazione. A partire dal 2021, Meira partecipa al **progetto** triennale **LCA-Foodprint-harmonizing** promosso dall'Istituto delle Risorse Naturali finlandesi (Luke)<sup>11</sup>. Il progetto si pone l'obiettivo di sviluppare un framework metodologico armonizzato, basato su criteri scientifici e pratici al fine di valutare più correttamente l'importanza ambientale dei prodotti alimentari.

**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. Nel 2020, l'anno del suo centenario, La San Marco ha presentato la collezione di macchine **20/20**, il cui progetto porta la firma di Bonetto Design. Nel 2021 la collezione è stata ufficialmente introdotta sul mercato, pensata per gli amanti dell'espresso di qualità che desiderano un'estrazione a regola d'arte anche fuori dal bar. Nel 2021 La San Marco ha inoltre ufficialmente introdotto sul mercato anche il nuovo modello elettronico di alta gamma: **D. Design**.

---

<sup>11</sup> <https://www.luke.fi/en/projects/lcafoodprint>

L'ispirazione all'automotive e le tecnologie d'avanguardia sono le caratteristiche di questa nuova fuoriclasse, in grado 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.



L'eccellente design che contraddistingue le macchine prodotte da La San Marco è stato riconosciuto anche nel corso del 2021, anno in cui la celebre macchina da caffè **La San Marco V6** è stata nuovamente selezionata da ADI e ADI Design Museum tra i **migliori prodotti del design industriale italiano ad alto contenuto tecnologico**. La San Marco V6 è un rivoluzionario modello di macchina da caffè a leva a doppia bancata, un gioiello manifatturiero ad alto contenuto tecnologico. La macchina è stata inoltre esposta in due importanti mostre, organizzate in occasione del **Summit G20 di Roma** e della **Dubai Design Week**. A Roma la macchina è stata esposta all'interno della mostra *"Italian Design. People, Planet, Prosperity – Innovation, Creativity, Responsibility"*, che contava 41 oggetti di design selezionati ed esposti all'EUR, alla Nuvola e al Palazzo dei Congressi.

La San Marco V6 è stata l'unica macchina da caffè selezionata ed esposta. A Dubai, invece, la macchina era all'interno del Padiglione Italia, dove gli oggetti selezionati erano organizzati secondo cinque aree tematiche: *Imagin-able, Relation-able, Live-able, Move-able* e *Work-able*, la categoria nella quale è stata inserita V6 di La San Marco.



## RIVITALIZZAZIONE DEL BRAND - GRAVITY ESPRESSO

In occasione del suo 40° anniversario, nel 2021 **The Bean Alliance** ha lanciato il rebranding del suo marchio urban-hipster Gravity Espresso.

Il marchio è stato completamente rivitalizzato con l'obiettivo di rispondere alle nuove e delicate esigenze dei baristi, dei proprietari dei caffè e, soprattutto, delle nuove generazioni dei consumatori (Gen Y e Gen Z). Oltre al nuovo design di prodotto, la campagna marketing portata avanti dalla società australiana ha previsto una serie di collaborazioni, da radio e magazine locali a marchi di abbigliamento al fine di creare anche una linea di abbigliamento.

L'impegno di Bean Alliance ha inoltre avuto un riconoscimento ufficiale, raggiungendo le finali di Australian National Marketing Excellence Awards 2021.



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

Nel 2021 il Gruppo Massimo Zanetti Beverage ha introdotto **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<sup>12</sup>, 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 può 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 ha 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.

---

<sup>12</sup> 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 immodificabile garantendo la totale tracciabilità della filiera. Le informazioni inoltre sono codificate e distribuite a livello globale, facilitando una condivisione sicura delle informazioni.

### 5.3 La politica della qualità di Gruppo

Nel corso del 2020, tutte le società del Gruppo sono state chiamate a 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 dei 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.

## **5.4 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 necessarie per l'ottenimento della certificazione in un secondo stabilimento.

**Boncafé Thailand** nel corso del 2021 ha continuato l'implementazione dei requisiti previsti dalla ISO 9001:2015. Tuttavia, al momento non è ancora stata sottoposta a certificazione di terza parte. Sempre nel 2021, **Boncafé Middle East** ha avviato il percorso di realizzazione di protocolli e procedure necessari per l'ottenimento della certificazione HACCP.

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** sta realizzando 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. **MZB Iberia**, invece, nel corso del 2021 ha rivisitato la Politica di Qualità di Gruppo, adottando alcuni ulteriori controlli per rispondere in maniera ancora più puntuale alle esigenze della società.

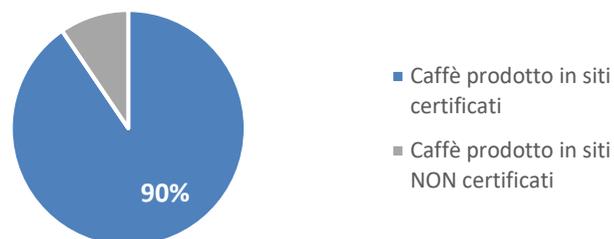
**GRI FP-5: Certificazioni di processo riguardanti sistemi di gestione della sicurezza alimentare e società conformi a questi standard<sup>13</sup>**

	<b>IFS Food Certificate</b>	Standard unificato di sicurezza della qualità valido per tutti i prodotti alimentari		<b>Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP)</b>	Certificazione europea in materia di igiene alimentare
	<b>British Retail Consortium (BRC)</b>	Standard globale per la sicurezza agroalimentare		<b>ISO 9001</b>	Certificazione della Qualità che è uno standard internazionale applicabile da tutte le organizzazioni, operanti in qualsiasi settore di attività.
	<b>Food Safety System Certification 22000</b>	Standard di sicurezza agroalimentare nei processi produttivi lungo la catena di fornitura		<b>KOSHER</b>	Certificazione che assicura la conformità alle norme di alimentazione Kosher.
	<b>Good Hygiene Practice (GHP)</b>	Standard per la corretta implementazione di un Sistema di Gestione per la Sicurezza Alimentare		<b>Safe Quality Food (SQF)</b>	Standard di sicurezza per il settore alimentare lungo la catena di fornitura
	<b>HALAL</b>	Certificazione di qualità che assicura la conformità di sistemi, processi, servizi e prodotti ai requisiti fissati dalle norme Halal e dagli standard Halal internazionali		<b>Safe and Local Supplier Approval (SALSA)</b>	Certificazione diffusa nel Regno Unito che attesta la conformità normativa dei prodotti ai requisiti di sicurezza alimentare
	<b>Supplier Quality Management System (SQMS)</b>	Sistema per la gestione della qualità dei fornitori sui prodotti alimentari			

<sup>13</sup> Le certificazioni RFA, Organic e Fairtrade sono sia certificazioni di prodotto che di processo.

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.

### % di caffè prodotto in siti produttivi certificati



In questo contesto, nel 2021, 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, in tonnellate



## 6. LE PERSONE

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 Il capitale umano

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 2021, sono state portate avanti tutte le misure necessarie per la protezione individuale e per il contenimento della diffusione del virus Covid-19. Inoltre, 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, laddove possibile, hanno continuato ad offrire ai propri dipendenti la possibilità di lavorare in modalità smart working.

## 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. 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.

**In Brodies** 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 dei 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. Nel 2021 la società ha, inoltre, organizzato alcuni eventi per promuovere coesione e buon umore tra i dipendenti.

**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.

Nel 2021, **Kauai** ha implementato una nuova **survey sull'efficienza organizzativa** per raccogliere le opinioni dei dipendenti ed evidenziare i fattori che determinano i punti di forza e di debolezza dell'organizzazione. Inoltre, nel corso dell'anno Kauai ha riavviato l'iniziativa del **Suggestion Box**, sospesa a causa dell'emergenza pandemica Covid-19, per raccogliere domande, dubbi e suggerimenti dai propri dipendenti. Rispetto agli anni passati, nel 2021 la raccolta tradizionale dei feedback ha subito un notevole miglioramento tecnologico, introducendo la tecnologia QR al fine di aumentare la partecipazione e facilitare la raccolta.

Nel corso del 2021, **Boncafé Thailand** ha mantenuto le **newsletter Bon to Bon**, creata 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, come ad esempio accordi con palestre per agevolare e favorire l'attività fisica o 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 programme".

Nel 2021 **Segafredo Zanetti Poland** ha continuato 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 2021 si è assistito ad un aumento sia delle assunzioni che delle cessazioni a livello di Gruppo. [GRI 401-1]

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

Assunzioni e Cessazioni di Gruppo, 2021	Assunzioni di Gruppo, 2021		Cessazioni di Gruppo, 2021	
	n.	Tasso di turnover	n.	Tasso di turnover
Uomini < 30 anni	111	40%	105	37%
Uomini 30 ≤ x ≤ 50 anni	183	17%	224	20%
Uomini > 50 anni	46	7%	112	18%
<b>Totale uomini</b>	<b>340</b>	<b>17%</b>	<b>441</b>	<b>22%</b>
Donne < 30 anni	107	54%	99	50%
Donne 30 ≤ x ≤ 50 anni	117	17%	141	21%
Donne > 50 anni	18	6%	46	17%
<b>Totale donne</b>	<b>242</b>	<b>21%</b>	<b>286</b>	<b>25%</b>
<b>Totale</b>	<b>582</b>	<b>18,4%</b>	<b>727</b>	<b>23%</b>

	2019	2020	2021
<b>Tasso di assunzione di gruppo</b>	<b>22,3%</b>	<b>15,6%</b>	<b>19,3%</b>
<b>Tasso di turnover di gruppo</b>	<b>20,6%</b>	<b>20,4%</b>	<b>24,1%</b>

Assunzioni per area geografica	2019		2020		2021	
	U: uomini	D: donne	U	D	U	D
Americhe (n.)	143	70	138	66	133	80
Tasso di assunzione (%)	25,9	26,1	22,8	24,4	22	19
Asia e Oceania (n.)	152	157	66	70	86	102
Tasso di assunzione (%)	29,3	31,9	13,8	15,9	18	23,1
Nord Europa (n.)	49	26	46	32	58	30
Tasso di assunzione (%)	14,9	16	14,2	19,9	18	18,6
Sud Europa (n.)	85	35	50	25	63	30
Tasso di assunzione (%)	13,6	12,7	8,2	9,0	10,4	10,8
<b>Tasso di assunzione di gruppo (%)</b>	<b>21,2</b>	<b>24</b>	<b>14,9</b>	<b>16,8</b>	<b>16,9</b>	<b>21</b>

Cessazioni per area geografica	2019		2020		2021	
	U: uomini	D: donne	U	D	U	D
Americhe (n.)	162	71	156	93	202	76
Tasso di turnover (%)	29,3	26,5	25,8	34,3	33,4	28
Asia e Oceania (n.)	131	141	99	124	109	144
Tasso di turnover (%)	25,3	28,7	20,7	28,1	22,8	32,7
Nord Europa (n.)	48	31	45	40	55	38
Tasso di turnover (%)	14,6	19,1	13,9	24,8	17	23,6
Sud Europa (n.)	57	21	65	24	75	28
Tasso di turnover (%)	9,1	7,6	10,7	8,7	12,3	10,1
<b>Tasso di turnover di gruppo (%)</b>	<b>19,7</b>	<b>22</b>	<b>18,1</b>	<b>24,4</b>	<b>21,9</b>	<b>24,9</b>

## 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 (tra cui, leadership, assiduità, flessibilità, disponibilità, collaborazione, organizzazione, etica, produttività, qualità e attitudine tecnica). Alla fine del 2021, **MZB Iberia** ha intrapreso un percorso di innovazione del proprio sistema di performance management, cogliendo gli stimoli derivanti dalle recenti evoluzioni nel campo HR.

I corsi di formazione organizzati durante il 2021 hanno riguardato diversi ambiti e hanno coinvolto differenti figure. Ad esempio, **SZ Poland** e **Tiktak** hanno organizzato corsi specializzati dedicati all'area vendite, **MZB Iberia** e **Boncafé International**, hanno invece realizzato corsi su Igiene e Food Safety. La **Capogruppo** nel corso del 2021 ha organizzato corsi di Digital Awareness e di Leadership. Altre società del Gruppo hanno fornito ai propri dipendenti corsi di formazione generici: amministrazione, salute e sicurezza, primo soccorso.

Le azioni realizzate dalle singole società, nel 2021, si sono concretizzate in una media di ore di formazione per dipendente pari a 7,5, in linea rispetto al 2020, ed inferiori 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	2019	2020	2021
Formazione erogata a Dirigenti e Quadri	5.520	4.284	4.008
Formazione erogata a Impiegati	13.428	6.465	7.788
Formazione erogata a Operai	14.670	12.376	10.802
Formazione per genere	2019	2020	2021
Formazione erogata a donne	11.948	8.390	6.702
Formazione erogata a uomini	21.671	14.735	15.896
<b>Formazione media per dipendente</b>	<b>10,4</b>	<b>7,6</b>	<b>7,5</b>
<b>Formazione media – donne</b>	<b>10,0</b>	<b>7,6</b>	<b>3,5</b>
<b>Formazione media – uomini</b>	<b>10,7</b>	<b>7,6</b>	<b>14,5</b>

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 2021 ha migliorato ulteriormente il sistema per la gestione delle performance (*Strategic Performance Management System*), implementando il monitoraggio *real time* 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** a partire dal 2019 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 determinati 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.

**SZ Poland** effettua la valutazione dei dipendenti attraverso un sistema di valutazione individuale. In particolare, i responsabili di tutti i reparti sono responsabili della definizione dei KPI per ogni singolo dipendente e rientra tra le loro responsabilità il monitoraggio trimestrale delle prestazioni.

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

## 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.

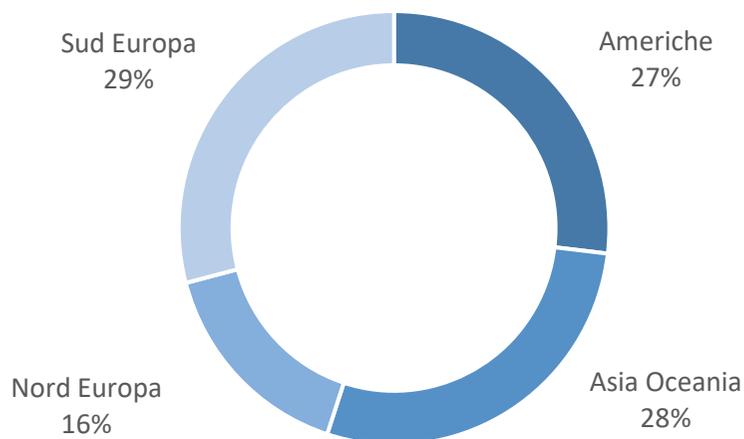
Nel corso del 2021 **Boncafé Thailand** ha avviato un progetto in collaborazione con Social Innovation Foundation con l'obiettivo di inserire all'interno dell'ambiente lavorativo persone con disabilità e detenuti.

**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 2021, i dipendenti impiegati nelle società del Gruppo incluse nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità sono risultati

3.013. 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 (45%), seguiti dall'Asia e dalle Americhe. [GRI 102-8]



Nel 2021, il 45% dei dipendenti del Gruppo è coperto da contratti di contrattazione collettiva. [GRI 102-41]

### Dipendenti, per tipologia di contratto e per genere, numero

<b>Contratto a tempo indeterminato</b>		<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	1.866	1.903	1.838
	Donne	1.037	1.031	1.015
Full-time	Uomini	1.823	1.871	1.806
	Donne	961	970	950
Part-time	Uomini	43	32	32
	Donne	76	61	65
<b>Totale dipendenti a tempo indeterminato</b>		<b>2.754</b>	<b>2.934</b>	<b>2.853</b>
<b>Contratto a tempo determinato</b>		<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	158	111	77
	Donne	159	119	83
Full-time	Uomini	110	84	56
	Donne	61	47	38
Part-time	Uomini	48	27	21
	Donne	98	72	45
<b>Totale dipendenti a tempo determinato</b>		<b>317</b>	<b>230</b>	<b>160</b>
<b>Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)</b>		<b>3.220</b>	<b>3.164</b>	<b>3.013</b>

La maggior parte dei dipendenti è assunta a tempo indeterminato (95%) e tra questi vi è una netta predominanza dei contratti full-time (97%). La componente maschile tra i dipendenti risulta essere pari al 63,6% della popolazione aziendale, in sostanziale equilibrio rispetto al 2020 (quando la percentuale era pari al 63,7%). [GRI 405-1]

**Dipendenti, per tipologia di contratto, per genere e area geografica per il 2021, numero**

Contratto a tempo indeterminato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	519	422	299	566
	Donne	262	329	117	242
Part-time	Uomini	3	10	6	13
	Donne	9	13	18	25
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	522	432	305	579
	Donne	271	342	135	267
<b>Totale dipendenti a tempo indeterminato</b>		<b>793</b>	<b>774</b>	<b>440</b>	<b>846</b>
Contratto a tempo determinato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	17	3	18	18
	Donne	0	9	17	12
Part-time	Uomini	0	20	1	0
	Donne	0	42	3	0
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	17	23	19	18
	Donne	0	51	20	12
<b>Totale dipendenti a tempo determinato</b>		<b>17</b>	<b>74</b>	<b>39</b>	<b>30</b>
<b>Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)</b>		<b>810</b>	<b>848</b>	<b>479</b>	<b>876</b>

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

Percentuale di dipendenti per categoria professionale, genere e fascia d'età	2019		2020		2021	
	U	D	U	D	U	D
<b>Dirigenti</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>	<b>67%</b>	<b>33%</b>	<b>71%</b>	<b>29%</b>
di cui <30 anni	0%	3%	1%	0%	0%	0%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	39%	72%	43%	79%	49%	80%
di cui >50 anni	61%	24%	55%	21%	51%	20%
<b>Manager</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>58%</b>	<b>42%</b>
di cui <30 anni	2%	2%	3%	1%	3%	3%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	52%	80%	52%	78%	51%	78%
di cui >50 anni	45%	18%	45%	21%	46%	18%
<b>Impiegati</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>
di cui <30 anni	13%	20%	11%	19%	11%	17%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	62%	58%	61%	58%	61%	55%
di cui >50 anni	24%	23%	28%	23%	29%	28%
<b>Operai</b>	<b>74%</b>	<b>26%</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>
di cui <30 anni	21%	27%	18%	23%	17%	19%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	49%	45%	52%	49%	51%	53%
di cui >50 anni	30%	28%	30%	29%	32%	27%

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, ha perseguito la certificazione **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 a 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 alla 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.

**SZ France** individua i **rischi occupazionali** attraverso un **tool** apposito per la definizione delle azioni preventive, di monitoraggio e di miglioramento da attuare con assegnazione della relativa priorità. Sulla base delle risultanze di tale tool, viene definito l'Action Plan da implementare per l'anno seguente. Inoltre, dal 2021 la società ha introdotto le cosiddette "Visite sulla Sicurezza Comportamentale" al fine di migliorare il dialogo con i dipendenti in materia di sicurezza sul lavoro.

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.

**Kauai** offre ai dipendenti la possibilità di un vaccino antinfluenzale annuale per aiutare a combattere l'incidenza dell'influenza. Dal 2021 la società offre 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** esegue periodicamente 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 2021 è in leggero aumento il tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza relativo ai dipendenti ma si mantiene al di sotto del tasso registrato nel 2019. Dall'analisi di questi dati emerge che, a seguito del lieve aumento degli infortuni, principalmente legati ad infortuni di lieve entità (es. lesioni, abrasioni, distorsioni), si è registrato un incremento dei giorni di assenza per infortuni sul lavoro.

Infine, 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]

### *Infotuni sul lavoro*

<b>DIPENDENTI</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	55	40	44
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	3	0	1
Altri infortuni sul lavoro	0	22	22
<b>Totale infortuni sul lavoro</b>	<b>55</b>	<b>62</b>	<b>66</b>
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	1875	1.710	2.673
Ore lavorate	5.943.821	5.852.629	5.770.616
Infortuni in itinere	5	10	15
<b>Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza</b>	<b>9,3</b>	<b>6,8</b>	<b>7,6</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE</b>	<b>9,3</b>	<b>10,6</b>	<b>11,4</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze</b>	<b>0,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>

<b>ALTRI LAVORATORI</b>	2019	2020	2021
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	2	3	5
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	0	0	0
Altri infortuni sul lavoro	0	2	0
<b>Totale infortuni sul lavoro</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	4	54	109
Ore lavorate	159.464	181.813	127.402
Infortuni in itinere	0	0	2
<b>Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza</b>	<b>12,5</b>	<b>16,5</b>	<b>39,2</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE</b>	<b>12,5</b>	<b>27,5</b>	<b>39,2</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

A landscape photograph showing a dry lake bed in the foreground. A dead, bleached tree stands prominently in the middle ground. The background features rolling hills under a clear sky. The image is used as a background for a slide about environmental protection.

## 7. L'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'IPCC<sup>14</sup> 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).<sup>15</sup>In 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

---

<sup>14</sup> 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.<sup>16</sup>

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.

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 7.1 “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 2021, la gestione operativa degli aspetti ambientali è proseguita in capo alle singole società del Gruppo.

<sup>15</sup> UN, 2019: “The United Nations world water development report 2019: Leaving no one behind”

<sup>16</sup> 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”.

Sei società produttive (Segafredo Zanetti Italia, La San Marco, Segafredo Zanetti Poland, Massimo Zanetti Beverage Vietnam, Boncafé Thailand e Meira) adottano un **sistema di gestione ambientale formalizzato**.

**Meira, La San Marco, Segafredo Zanetti Italia** e dal 2021 anche **Brodies** dispongono di un **sistema di gestione ambientale certificato** in accordo allo standard internazionale **ISO 14001:2015**, il punto di riferimento internazionale in materia. **MZB Brasil** ha invece proseguito con le attività al fine di 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 a adottare pratiche responsabili e accrescere la loro consapevolezza. Nel 2020 ha aggiornato la propria policy al fine di adeguarla a quanto stabilito dalla politica ambientale di Gruppo e nel corso del 2021 ha continuato ad implementare i 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.

**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.

## 7.1 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 a 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 monitorano e garantiscono 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.



## 7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali

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'efficientamento energetico, la riduzione delle emissioni, la gestione del fine vita del prodotto e dei rifiuti prodotti.

Come anticipato nel paragrafo 2.1, 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**<sup>17</sup> entro il 2035. Meira ha alzato ulteriormente l'asticella fissata dal proprio governo e, come già descritto, sta perseguendo l'obiettivo di raggiungere la neutralità carbonica entro il 2030 attraverso il proprio piano di sostenibilità al 2030, che è stato approvato da Science Based Targets il 7 febbraio 2022.

Anche **Distribudora Café Montaña**, supporta il proprio governo nel raggiungimento del Piano Nazionale di Decarbonizzazione della Costa Rica. Infatti, oltre ad aver raggiunto l'ambizioso obiettivo di ottenere la certificazione "Carbon Neutral" in relazione all'inventario

---

<sup>17</sup> Con Carbon Neutrality si intende il risultato di un processo di riduzione e compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> di una specifica entità, tale per cui le emissioni totali di anidride carbonica risultino pari a zero.

GHG al fine di verificare la metodologia di calcolo nel 2021, la società è stata selezionata per partecipare ad un progetto pilota di "Decarbonization Roadmap" dal Climate Change Directorate del governo costaricano.

Infine, anche **SZ Poland**, durante il 2021, ha formalizzato la propria Strategia di Sostenibilità, definendo alcuni obiettivi ambientali specifici che mirano alla riduzione dei rifiuti non riciclabili, al miglioramento dell'efficienza energetica e alla promozione di una forte cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione.

### CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

Diversi sono i progetti e le iniziative realizzati dalle diverse società del Gruppo per ridurre i propri consumi energetici e le collegate emissioni.

Alcuni dei 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**.

**Tiktak**, nel corso del 2021 ha portato avanti le attività di isolamento della propria sede e di installazione dei 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.

**La San Marco** ha continuato l'attività di installazione di nuove lampade a LED, arrivando al tasso di sostituzione del 80%, con

l'obiettivo di completare quest'attività entro la fine del 2022. Inoltre, nel corso dell'anno è stata completata 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.

**MZB Iberia**, nel corso del 2020 ha installato nuovi pannelli fotovoltaici con una capacità massima di generazione di 196 Kw, che è stato potenziato nel corso del 2021, con l'installazione di una nuova unità produttiva da 120 Kw, portando la produzione di energia interna al 20% del fabbisogno totale aziendale. Nel 2022, MZB Iberia ha pianificato l'installazione di un secondo impianto fotovoltaico, con l'obiettivo di raggiungere almeno il 35% di produzione di energia interna.

Anche **SZ Austria** ha intrapreso la strada dell'efficientamento energetico e nel corso del 2022 si è prefissata di portare a termine il piano di installazione di un impianto fotovoltaico, con una capacità massima di generazione di 90 Kw.

**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.

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.

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.

**Massimo Zanetti Beverage USA** ha continuato il progetto di 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.

Al fine di ridurre e compensare le proprie emissioni di anidride carbonica, **Segafredo Zanetti Francia** ha rinnovato il proprio parco auto con una flotta costituita da auto ibride. Inoltre, sia SZ Francia che Meira acquista energia elettrica certificata proveniente da fonti rinnovabili a copertura della totalità del proprio fabbisogno, contribuendo in questo modo ad aver evitato l'emissione di 1.061 ton di CO<sub>2</sub><sup>18</sup> nel 2021.

L'insieme delle attività sopra menzionate in relazione all'approvvigionamento energetico, a causa delle limitazioni imposte dalla pandemia di Covid 19, hanno contribuito a mantenere i consumi energetici diretti del Gruppo in linea rispetto al 2020, con una leggera contrazione del 3%.

---

<sup>18</sup> Calcolate secondo la metodologia Market Based.

### Consumi energetici, in GJ

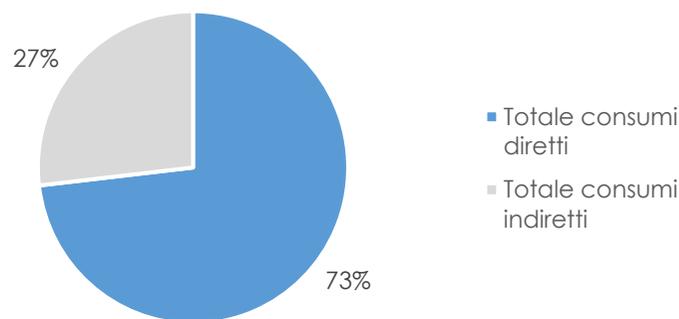
Nel 2021, MZBG ha registrato consumi energetici complessivi pari a circa 600.232 GJ in diminuzione del 2% rispetto al 2020. [GRI 302-1]

Consumi diretti	2019	2020	2021
Benzina <sup>19</sup>	79.799	66.174	17.927
Gasolio	97.520	68.599	80.826
Gas naturale	297.024	278.935	288.972
GPL	22.055	33.228	46.698
Biogas	2.246	2.497	2.517
Etanolo	0	2.660	2.219
<b>Totale consumi diretti</b>	<b>498.644</b>	<b>452.093</b>	<b>439.158</b>

Consumi indiretti	2019	2020	2021
Energia elettrica	133.543	126.050	126.981
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	11.131	22.283	19.694
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili		113	1.069
Energia per riscaldamento	11.817	11.195	13.210
Energia per raffrescamento	124	124	119
<b>Totale consumi indiretti</b>	<b>156.615</b>	<b>159.765</b>	<b>161.074</b>
<b>Consumi energetici diretti e indiretti</b>	<b>655.259</b>	<b>611.859</b>	<b>600.232</b>

<sup>19</sup> La diminuzione dei consumi di benzina è dovuta ad una variazione della metodologia della Società Segafredo Zanetti Francia che gli anni precedenti considerava anche il consumo dei fornitori.

### % consumi energetici diretti e indiretti



**Complessivamente il livello di utilizzo di energia elettrica rimane in linea al 2020, con un leggero aumento dell'1%. Inoltre, nel 2021, circa il 16% dei consumi di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili.**

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 CO<sub>2</sub> 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 2021, le emissioni complessive sono diminuite del 5%, passando da 44.320 tonnellate di CO<sub>2eq</sub> nel 2020 a 42.077 tonnellate di CO<sub>2eq</sub>. 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 12.740 rispetto all'intero perimetro di Gruppo, in calo del 6% rispetto al 2020. Meira contribuisce al contenimento delle emissioni di CO<sub>2eq</sub> 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<sub>2eq</sub>

Emissioni dirette (CO <sub>2eq</sub> )	2019	2020	2021
Da consumo di benzina	5.623	4.667	1.266
Da consumo di gasolio	7.281	5.124	6.051
Da consumo di gas naturale	16.850	15.776	16.285
Da consumo di GPL	1.411	2.609	2.986
Da consumo di Etanolo	-	184	153
<b>Totale emissioni dirette</b>	<b>31.165</b>	<b>28.360</b>	<b>26.740</b>
Emissioni indirette (CO <sub>2eq</sub> )	2019	2020	2021
Da energia elettrica (L.B.)	14.961	15.417	14.704
Da riscaldamento	573	537	627
Da raffrescamento	6	6	6
<b>Totali emissioni indirette L.B.</b>	<b>15.539</b>	<b>15.960</b>	<b>15.336</b>
<b>Totale emissioni (dirette e indirette LB)</b>	<b>46.704</b>	<b>44.320</b>	<b>42.077</b>

## RIFIUTI PRODOTTI

Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti derivanti dalle attività produttive, sono numerosi gli esempi di gestione virtuosa in essere presso le diverse società del Gruppo. **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.

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 quinto 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**.

Inoltre, **SZ Italia**, così come **MZB USA e Meira** 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**.

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.

**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.

**Kauai Coffee** utilizza tutti i rifiuti organici generati a seguito dei processi di lavorazione del caffè come fertilizzante naturale nei propri frutteti. Inoltre, al fine di migliorare ulteriormente il processo, sta proseguendo 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.

La società australiana **The Bean Alliance** cerca di ridurre al minimo lo scarto di imballaggi obsoleti 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.

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.

**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 Café Pacaembu 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, Café 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.



Dal 2020 Segafredo Zanetti Poland organizza **concorsi per i propri dipendenti** in occasione dei quali i dipendenti possono 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 eliminato 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. Inoltre, nel 2021 è stato sostituito quasi il 70% della carta ad ora usata negli uffici (rispetto al 50% prefissato), a favore di una carta per la stampa ecologica.

Nel corso del 2021 il Gruppo MZB ha prodotto 10.004,68 tonnellate di rifiuti. [GRI 306-3] Inoltre, la quasi totalità dei rifiuti complessivi prodotti, cioè il 99,73%, è classificata tra i rifiuti non pericolosi.

## Rifiuti prodotti in tonnellate

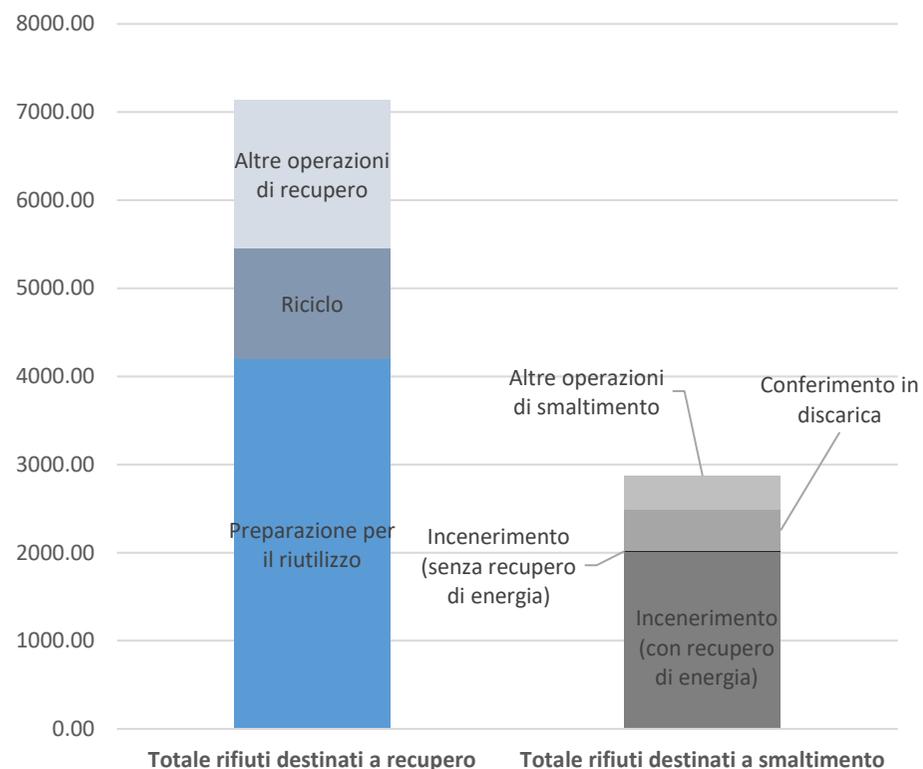
<b>Composizione rifiuti non pericolosi (t)</b>	Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti destinati a smaltimento	<b>Rifiuti generati</b>
Plastica	123,80	24,24	148,04
Carta	488,84	45,06	533,90
Metalli	248,10	0,22	248,32
Organico	376,10	99,46	475,55
Altri rifiuti di caffè non pericolosi	3838,68	1101,10	4939,78
Tela	451,86	569,80	1021,66
Legno	268,22	54,90	323,12
Materiale elettrico	15,07	6,97	22,03
Rifiuti liquidi	3,03	129,56	132,59
Falciature	4,25	0,00	4,25
Rifiuti generici	1184,81	820,87	2005,68
Rifiuti da costruzione	10,42	0,00	10,42
Acque di scarico	0,00	10,00	10,00
Rifiuti per recupero energetico	98,78	0,00	98,78
Fanghi di acqua piovana	0,00	1,02	1,02
Rifiuti minori <sup>20</sup>	2,03	0,07	2,10
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>7113,99</b>	<b>2863,26</b>	<b>9977,25</b>

<sup>20</sup> Vi sono stati inseriti in questa categoria i rifiuti con un peso inferiore a 1,5t complessive: Vetro, Materiali isolanti non pericolosi (ad es. poliuretano), toner, batterie alcaline, nastro (ad es. stampa su nastro).

<b>Composizione rifiuti pericolosi (t)</b>	Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti destinati a smaltimento	<b>Rifiuti generati</b>
Solventi	0,00	0,03	0,03
Oggetti contaminati	0,97	0,27	1,24
Olii	17,80	1,46	19,26
Filtri dell'olio	0,15	0,00	0,15
Batterie e accumulatori	0,02	0,01	0,02
Elettronica e apparecchiature elettriche contaminate	1,99	0,00	1,99
Lampadine	0,12	4,23	4,35
Toners & cartucce d'inchiostro	0,09	0,03	0,11
Materiali isolanti pericolosi	0,00	0,27	0,27
Rifiuti organici contaminati, solidi	0,00	0,01	0,01
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>21,14</b>	<b>6,29</b>	<b>27,43</b>
<b>Rifiuti totali</b>	<b>7135,13</b>	<b>2869,55</b>	<b>10004,68</b>

Inoltre, il seguente grafico illustra la totalità dei rifiuti per destinazione. In particolare, più del 70% dei rifiuti viene destinato ad attività di recupero, riciclo o riutilizzo [GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5].

### Rifiuti per destinazione (2021)



Rifiuti destinati a recupero (t) 2021			
Rifiuti pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Preparazione per il riutilizzo	0,00	17,97	17,97
Riciclo	0,00	2,88	2,88
Altre operazioni di recupero	0,00	0,28	0,28
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>0,00</b>	<b>21,137</b>	<b>21,14</b>
Rifiuti non pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Preparazione per il riutilizzo	2756,00	1426,24	4182,24
Riciclo	0,00	1246,38	1246,38
Altre operazioni di recupero	0,00	1685,39	1685,39
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>2756,00</b>	<b>4358,01</b>	<b>7114,01</b>
<b>Totale rifiuti</b>	<b>2756,00</b>	<b>4379,14</b>	<b>7135,14</b>

Rifiuti destinati a smaltimento (t) 2021			
Rifiuti pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Incenerimento (con recupero di energia)	0,00	0,00	0,00
Incenerimento (senza recupero di energia);	0,00	0,29	0,29
Conferimento in discarica;	0,00	4,47	4,47
Altre operazioni di smaltimento	0,00	1,53	1,53
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>0,00</b>	<b>6,29</b>	<b>6,29</b>
Rifiuti non pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Incenerimento (con recupero di energia)	0,00	2013,77	2013,77
Incenerimento (senza recupero di energia)	1,00	3,43	4,43
Conferimento in discarica	0,00	464,80	464,80
Altre operazioni di smaltimento	0,00	381,27	381,27
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>1,00</b>	<b>2863,26</b>	<b>2864,26</b>
<b>Totale rifiuti</b>	<b>1,00</b>	<b>2869,55</b>	<b>2870,55</b>

## KAUAI COFFEE: AGRICOLTURA SOSTENIBILE NEL CUORE DELLE HAWAII

Per Kauai Coffee, produrre caffè in modo sostenibile è un impegno culturale e ambientale. La più grande azienda agricola di caffè degli Stati Uniti sta mettendo in primo piano il benessere dei dipendenti, della terra, delle risorse naturali e della comunità.

Grazie ad un ambizioso programma di sostenibilità, Kauai Coffee Company ha ottenuto l'esclusiva **tripla certificazione Fair Trade, Rainforest Alliance e non-OGM per l'intera produzione**. I prodotti certificati Fair Trade da Fair Trade USA contribuiscono a migliorare le condizioni lavorative e la qualità della vita degli agricoltori e delle comunità locali. Il sigillo Rainforest Alliance certifica l'utilizzo di pratiche agricole sostenibili volte a proteggere l'ambiente e le condizioni di vita, nonché la promozione dei diritti umani.

**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 collabora 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.

Infine, per l'ottenimento della certificazione non-OGM le aziende vengono sottoposte ad una delle verifiche più rigorose del Nord America.

L'impegno di Kauai Coffee Company nei confronti di un'**agricoltura sostenibile** è concreto. La coltivazione responsabile dipende da

un'attenta gestione e dal corretto utilizzo della tecnologia. Con i suoi 1250 ettari e 4 milioni di piante di caffè, Kauai Coffee è la più grande coltivazione di caffè del mondo ad utilizzare l'irrigazione a goccia, sistema che apporta i nutrienti direttamente alle radici delle singole piante attraverso una rete di tubature lunga oltre 4000 km, riducendo notevolmente l'utilizzo di fertilizzanti ed erbicidi ed eliminando il metodo di irrigazione tradizionale.

La conservazione dell'acqua e del terreno sono due elementi fondamentali del programma di sostenibilità aziendale. Per ridurre l'utilizzo idrico durante la fase di raccolta, l'acqua viene deviata dal sistema di irrigazione a goccia all'impianto di lavorazione del caffè.

Circa 2.750 tonnellate di scarti di lavorazione vengono riutilizzati come nutriente per lo stesso terreno e allo stesso modo l'acqua viene filtrata e rimessa in circolo all'interno dell'azienda. Inoltre, nell'ambito dell'iniziativa **Sustainable Coffee Challenge**, la società ha deciso di implementare iniziative volte a ridurre l'utilizzo di fertilizzanti chimici entro la seconda metà del 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%.

## 7.3 Packaging sostenibile e circolarità

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. È infatti fondamentale che oltre ad aumentare la riciclabilità dell'involucro, siano preservati l'aroma e la qualità del caffè.

Nello specifico, **Segafredo Zanetti Italia** si è impegnata attivamente nella sperimentazione di nuove tipologie di imballi in plastica riciclabile: nel 2021 l'86% del totale derivava da plastica riciclata, con l'obiettivo di raggiungere il 100% nel 2022. La sostituzione è avvenuta principalmente 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". Inoltre, nel 2021 sono state introdotte nuove capsule in alluminio 100% riciclabili e una linea dedicata di cialde compostabili.

Anche **SZ Poland** ha introdotto l'uso di materiali per l'imballaggio di origine riciclata e si è posta l'obiettivo di arrivare ad utilizzare il 100% di scatoloni riciclati entro il 2023. **Segafredo Zanetti Francia**, ha introdotto un nuovo packaging per la linea San Marco Bio, realizzato

con il 100% del proprio imballaggio primario riciclato e riciclabile, senza alluminio.

**Brodies** è riuscita a portare a termine nel corso del 2021 il progetto finalizzato allo sviluppo di bustine per il tè prive di plastica al 100%, portando così il Gruppo ad un ulteriore passo in avanti nella creazione di imballi più attenti all'ambiente.

Nel 2021, **Puccino's** ha proseguito l'impegno di ridurre complessivamente l'utilizzo di plastica vergine (PET) a favore di quella riciclata (RPET), arrivando a ricoprire il 30% di tutta la plastica utilizzata nel corso dell'anno.

**MZB Iberia** ha sviluppato nel corso del 2021 un'innovativa soluzione per il packaging, che al contempo ha permesso di efficientare alcune fasi della produzione e della logistica.

**Meira**, già nel 2021, ha invece sviluppato una soluzione più ecologica per il packaging che permette di ridurre l'utilizzo di materiale da imballaggio<sup>21</sup>. Nel corso del 2021, il 42% di tutti gli imballaggi utilizzati da Meira erano rappresentati da materiali riciclabili, materie prime riciclate o rinnovabile.

Diverse società del Gruppo si sono impegnate nell'introduzione sul mercato di **capsule compostabili**. Nel 2019 **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.

---

<sup>21</sup> Meira, per alcuni dei suoi prodotti, ha sviluppato un packaging nel quale alluminio e plastica sono ridotti complessivamente di circa il 30%.

Nel caso di **Segafredo Zanetti Francia**, la gamma di capsule compostabili è stata ufficialmente riconosciuta dal mercato. All'inizio del 2019, **Segafredo Zanetti Francia** ha ricevuto infatti il riconoscimento "**Prodotto dell'Anno**" (**Elu Produit de l'Année**) per la gamma di capsule biodegradabili e compostabili San Marco. Le capsule San Marco BIO, inoltre, vengono certificate da *TUV Austria OK Compost*, un ente di certificazione 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.

A partire dal 2021, anche Café Montaña ha sostituito le capsule tradizionali con quelle compostabili biodegradabili, mentre **Boncafé Middle East** ha cominciato a commercializzarle per i servizi di ristorazione e il mass market. Sempre nel corso del 2021, **Bean Alliance Group** ha convertito il coperchio e la base delle proprie capsule con l'alluminio, che insieme alla restante parte composta da polipropilene permette un riciclo del 100% del prodotto.



A conferma dell'impegno nell'ottimizzazione del packaging, **Boncafé International** 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.



**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. Il packaging di alcuni altri prodotti, invece, è realizzato in **acciaio**, un **materiale altamente riciclabile**, che mantiene intatta la sua qualità. Inoltre, nel 2021 MZB USA si è unita ad altre società del Gruppo introducendo capsule riciclabili al 100%, nel caso della società americana prodotte con l'alluminio.



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.

Nel corso del 2021, 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.

Sempre nel 2021, **SZ Coffee System**, ha proseguito il percorso di riduzione nell'utilizzo di circolarità e recupero, sostituendo i bicchierini composti da un mix di plastica e carta, con quelli monomateriale (carta o polietilene) al fine di migliorarne la riciclabilità.



Parallelamente allo sviluppo di packaging innovativo e sostenibile, 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. Inoltre, nel 2021 SZEW Japan rimosso tutti i bastoncini a favore di quelli in legno e, in alcune caffetterie, sono e state sostituite le cannucce di plastica con quelle di carta.

### SZ DEUTSCHLAND CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Nel corso del 2021 SZ Deutschland ha cominciato a collaborare con TooGoodToGo, impegnandosi nella lotta contro lo spreco alimentare, attraverso la vendita a prezzi ridotti dei propri prodotti a fine giornata, promuovendo allo stesso tempo attività di sensibilizzazione dei propri clienti.

Nel 2021 Massimo Zanetti Beverage Group ha utilizzato circa 17.838 tonnellate di materiale per il confezionamento dei prodotti, in diminuzione rispetto al 2020 (19.149). I consumi di materiale per imballaggi provenienti da risorse rinnovabili<sup>22</sup> – ovvero carta e cartone – corrispondono al 33% dei consumi complessivi.[GRI 301-1]

### Materiale per imballaggio, distinto per tipologia, in tonnellate

Materiale	2019	2020	2021
Carta	1.206	860	889
Plastica	3.348	3.051	3.039
Cartone e cartone ondulato	5.097	4.858	4.999
Vetro	429	419	309
Alluminio	158	131	107
Banda stagnata	7.235	7.246	6.089
Bobine	130	85	83
Legno (compresi pallet)	35	627	581
Acciaio	2	1	2
Poliaccoppiati (plastica, alluminio)	148	455	294
Film flessibile (plastica)	771	790	811
Juta	-	-	-
Altri (prevalentemente plastica)	431	627	635
<b>Totale materiale</b>	<b>18.988</b>	<b>19.149</b>	<b>17.838</b>

<sup>22</sup> Per materiale rinnovabile s'intende materiale che deriva da abbondanti risorse che vengono rapidamente reintegrate da cicli ecologici o processi agricoli.

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

# 8. COMUNITA' LOCALI



## 8.1 Le nostre iniziative sociali

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.

Nel corso del 2021, **Meira** ha continuato il proprio impegno contro lo **spreco alimentare** collaborando 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 continuato a cooperare 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.

La condivisione è sempre stata parte della cultura aziendale di **Boncafé Middle East**. Per questo motivo, nel mese di Ramadan la società ha donato ad alcune ONG locali 10 Dirham degli Emirati Arabi Uniti per ciascuna confezione venduta della propria linea "Premium – Locally Roasted".

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 2021, **Massimo Zanetti Beverage USA**, partner dal 2018 dell'iniziativa Sustainable Coffee Challenge (SCC), nel 2021 si è impegnata 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 della SCC su cui si è impegnata nel corso del 2021 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* 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 la distribuzione equa

dei benefici apportati da una maggiore trasparenza lungo tutta la filiera.

Nel 2021 La San Marco ha organizzato la mostra "La San Marco. Cent'anni di design per il caffè", in collaborazione con l'ERPAC, presso la Galleria d'Arte contemporanea Luigi Spazzapan di Gradisca d'Isonzo (GO). L'esposizione, disponibile anche in modalità digitale attraverso un virtual tour dedicato<sup>23</sup>, ripercorre le tappe più importanti dei cent'anni de La San Marco attraverso una selezione dei modelli più famosi, che hanno fatto la storia in tutto mondo del celebre marchio italiano.



---

<sup>23</sup> <https://www.lasanmarco.com/cent-anni-di-design-per-il-caffe.php>

# 9. FONDAZIONE ZANETTI ONLUS



FONDAZIONE ZANETTI  
ONLUS

Nata a Treviso nel 2007, la Fondazione voluta dalla famiglia Zanetti è un'organizzazione laica ed indipendente che opera senza alcuna discriminazione di cultura, etnia o religione. La sua *mission* è diretta ad aiutare i minori in difficoltà attraverso il sostegno e la promozione di progetti nazionali e internazionali che favoriscono l'assistenza alimentare e sanitaria, l'accoglienza, l'istruzione e il supporto psicologico.

L'attenzione al mondo dei minori e ai loro diritti è il filo conduttore dell'attività della Fondazione che organizza anche di eventi di racconta fondi, iniziative di sensibilizzazione e incontri pubblici per promuovere una cultura comune sempre dalla parte dei bambini

## Progetti sostenuti nel 2021

In anni così complessi, 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 ed 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 dell'Istituto Rogazionista per proteggere bambini e adolescenti in situazione di rischio e vulnerabilità sociale, attraverso l'acquisto di attrezzatura per la palestra del centro. I 200 minori accolti hanno così la possibilità di praticare atletica, calcetto, pallavolo, basket, tennis da tavolo e tennis da campo, attività sportive preziose per il percorso educativo.

### **Brasile | Sicurezza alimentare e sanitaria, laboratori e corsi per la Casa del Sorriso di Rio de Janeiro**

Il sostegno della Fondazione Zanetti al progetto di Cesvi Onlus ha contribuito a preservare la sicurezza alimentare di famiglie e minori in condizioni di estrema vulnerabilità, attraverso l'accesso ai servizi di base pubblici e l'avvio di una campagna vaccinazioni per adulti e bambini. Attraverso lezioni online, sono state sviluppate, inoltre, attività educative e culturali, di educazione artistica e musicale.

### **Costa d'Avorio | Buongiorno Africa, Centro Socio-Educativo Carrefour Jeunesse**

Il sostegno della Fondazione Zanetti per il Centro Socio-Educativo di Grand Bassam ha permesso di attivare corsi di sostegno e avviamento al reintegro scolastico, corsi di lettura, workshop sull'uso delle nuove tecnologie. L'obiettivo dell'Associazione Hic Sunt Leones, che promuove il progetto, è far diventare il Centro un importante punto di riferimento per i più giovani.



### **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, borse di studio, l'acquisto di materiale per la didattica a distanza e la realizzazione di orti comunitari. Seguendo l'agroecologia, gli orti hanno supportato 150 famiglie anche con la formazione delle madri su corretta alimentazione e parità di genere

### **Italia | Emergenza Covid, un sostegno alle famiglie**

Per il progetto Emergenza Covid-19, il sostegno della Fondazione Zanetti ha permesso l'acquisto di 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 fragilità e insicurezza economica.

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

All'interno del progetto della Cooperativa Sociale Sonda, nato per garantire un presente e un futuro di qualità-ai minori con autismo seguiti dal Centro Ca' Leido, il sostegno della Fondazione Zanetti ha contribuito all'acquisto di un nuovo pulmino a 9 posti per il trasporto dei bambini e dei ragazzi a scuola, per le uscite didattiche e i viaggi abilitanti estivi.



### **Italia | La nuova mediateca di Radio Magica**

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

### **Italia | La foresteria A Casa con le farfalle**

Il sostegno della Fondazione Zanetti ha contribuito alle spese di affitto di una foresteria per i familiari che devono assistere minori con Disturbi del Comportamento Alimentare e del Peso in cura nel [Centro Disturbi del Comportamento Alimentare](#) di Portogruaro (Venezia). Un aiuto importante dal punto di vista economico e psicologico per le famiglie che sono lontane dai luoghi di origine.

### **Italia | Nuovi orizzonti**

Attraverso il programma umanitario della Regione Emilia-Romagna, l'[Associazione Cosmohelp Odv Onlus](#) ha potuto far curare in Italia bambini con gravi malattie non trattabili nei loro paesi d'origine. La Fondazione Zanetti Onlus ha contribuito a sostenere le spese per i viaggi aerei di 6 bambini e delle loro mamme, per la loro accoglienza nei periodi di dimissione dall'ospedale e per i medicinali.

### **Italia | Spiaggia amica**

Nell'ambito del progetto di inclusione sociale e professionale Spiaggia amica, promosso dall'associazione [Gli amici di Nemo Onlus](#)

[ad Arzachena](#), in Sardegna, abbiamo partecipato alla realizzazione di un gommone *disability-friendly*, dal design innovativo, progettato per permettere alle persone con disabilità di poter vivere il mare non più come una barriera e in piena sicurezza.

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

Il progetto promosso da [Fondazione Fontana Onlus](#) permette ai minori orfani e sieropositivi ospitati nella struttura di accoglienza Talitha Kum di Nyahururu, di poter studiare, ricevere vitto, alloggio, cure mediche e sostegno psicologico. Grazie alla Fondazione Zanetti il progetto ha raggiunto 639 minori, e indirettamente oltre 4000 persone delle comunità in cui vivono.

### **Nepal | Istruzione e accoglienza per 13 bambini di villaggi remoti**

La scuola del villaggio di Ghami, nel Mustang, ospita 60 bambini per consentire loro un'istruzione e per mantenere la loro cultura mustangi, isolata negli anni e non confluita nel Tibet, che altrimenti andrebbe perduta. Il sostegno della Fondazione Zanetti ha permesso di dare istruzione, vitto e alloggio nella [Ghami Solar School](#) a 13 bambini che provengono dai villaggi più remoti della regione.

### **Nepal | Educazione per i bambini di Kirtipur**

Gli alti tassi di disoccupazione e la povertà rendono molto difficile l'accesso alla scolarizzazione in Nepal: solo il 37% dei bambini raggiunge il livello educativo primario. Dal 2015 la Fondazione Zanetti sostiene l'adozione a distanza di 10 minori grazie al programma della [Fondazione Senza Frontiere](#), attraverso la copertura delle spese di vitto, alloggio, vestiario e materiale didattico.



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

Il progetto della Fondazione Canossiana si sviluppa nel Centro de Salud Sagrada Familia del Barrio Pacu Cua, una zona periferica della città di Encarnación dove vivono oltre 3.000 persone in condizioni igienico-sanitarie precarie. La Fondazione Zanetti ha sostenuto un indispensabile servizio sanitario di base per i bambini da 0 a 5 anni che fanno riferimento al Centro.



### **Romania | In difesa di bambini, bambine e adolescenti delle comunità rurali di Huancarani, Accha e Omacha**

Il progetto di Terre des Hommes opera a favore dei bambini, delle bambine e degli adolescenti di etnia e cultura Quechua delle comunità rurali alto andine del Cusco. Nel prolungato lockdown, con

il sostegno della Fondazione Zanetti è stato possibile dotare di letti e materassi 32 bambini e distribuire 130 tavolini e panche per permettere l'attività di studio in casa e contare su uno spazio loro riservato.

### **Romania | Una mamma anche per me**

Il Centro Pilota Andrea Damato di Singureni, creato dalla Fondazione Bambini in Emergenza Onlus, accoglie minori abbandonati e in alcuni casi 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 ai bambini delle ragazze-madri accolte un'assicurazione sanitaria indispensabile per l'accesso alle cure mediche di base, una corretta alimentazione e un supporto alla scuola dell'infanzia.

### **Sierra Leone | A sostegno dei bambini malnutriti di Pujehun**

Obiettivi dell'intervento di Fondazione Zanetti Onlus e di ONG Medici con l'Africa CUAMM sono la prevenzione e il trattamento della malnutrizione infantile in Sierra Leone. Attraverso l'acquisto di prodotti Segafredo Zanetti, una quota del ricavato è stata devoluta per sostenere l'assistenza medica, l'acquisto di equipaggiamenti e

l'acquisto di cibo terapeutico per l'Ospedale Materno Infantile di Pujehun.



### **Sud Sudan | Dalla parte dei più deboli: un mattone per la tutela dei diritti dell'infanzia**

Attraverso la riabilitazione del dispensario di Ananatak, il progetto di Amref Health Africa/Comitato Collaborazione Medica ha assicurato a donne in gravidanza e a bambini al di sotto di 5 anni delle Contee di Tonj East, l'accesso ai servizi sanitari e nutrizionali in una struttura sanitaria adeguata. Oltre ai lavori di manutenzione, il sostegno della Fondazione Zanetti ha reso possibile l'acquisto di materiale sanitario e nuove attrezzature mediche.

### **Ucraina | Supporto psicologico per i piccoli malati oncologici**

Grazie all'impegno di Fondazione Zaporuka e al sostegno della Fondazione Zanetti è stato possibile garantire ai piccoli malati ricoverati nel reparto pediatrico dell'Istituto Nazionale del Cancro di Kiev, e alle loro famiglie, un supporto psicologico durante le cure. Sono stati 126 i bambini e 133 i genitori coinvolti rispettivamente in 560

e 450 sessioni psicologiche che li hanno aiutati a identificare le loro emozioni, ad accettarsi nei diversi momenti della malattia e a superare le difficoltà con fiducia.

### **Tanzania | Lotta alla malnutrizione nelle Regioni di Iringa e Njombe**

L'ONG Medici con l'Africa CUAMM sta sviluppando in Tanzania un'azione integrata di lotta alla malnutrizione che combina interventi in ambito agricolo, sanitario e nutrizionale che permettono di migliorare lo stato di salute delle comunità, delle mamme e dei bambini al di sotto dei 5 anni. Il sostegno della Fondazione Zanetti ha supportato l'azione in 60 villaggi dove la malnutrizione cronica dei bambini ha tassi d'incidenza tra i più alti del Paese.

### **Uganda | Curare l'infanzia per creare futuro**

Fornire le migliori cure possibili, al maggior numero di persone, al minor costo: opera con questo obiettivo il St. Mary's Hospital Lacor di Gulu. Il sostegno della Fondazione Zanetti è stato dedicato all'acquisto di farmaci e alle risorse umane del reparto pediatrico, per favorire un ampio accesso alle cure di base e specialistiche per i bambini e le bambine, che rappresentano il 25% dei pazienti dell'ospedale.

### **Uganda | Un futuro migliore in Nord Uganda: borse di studio e kit lavoro per 10 ragazzi capofamiglia**

Un percorso di studi di 2 anni per 10 ragazzi capofamiglia che vivono in condizioni di vulnerabilità socioeconomica e la consegna di un kit lavoro post-diploma per avviare un'attività micro-imprenditoriale: il progetto di Good Samaritan ODV favorisce l'istruzione professionale e l'autonomia, con il sostegno della Fondazione Zanetti.

## **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 accolti nel Social Word 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 sostenuto l'associazione Progetto Jacaranda Onlus per organizzare corsi professionalizzanti per giovani vulnerabili del villaggio Mundolobela, vicino a Livingstone. I corsi sono importanti poiché offrono un'opportunità di crescita umana e

professionale e un futuro a ragazzi e ragazze tra 16 e 24 anni che non sono in grado di frequentare la Scuola Secondaria.

## **Iniziative di sensibilizzazione**

Le iniziative di informazione e sensibilizzazione che la Fondazione Zanetti Onlus ha realizzato anche nel corso del 2021, hanno avuto come obiettivo quello di supportare genitori, famiglie, insegnanti nel contesto della pandemia, attraverso il contributo di professionisti autorevoli e sensibili.

In presenza, sempre rispettando le condizioni di sicurezza, è stata realizzata l'ottava edizione di Fiabe al parco, evento di raccolta fondi, e le presentazioni al cinema del documentario Passi verso l'Altrove prodotto dalla Fondazione Zanetti Onlus.

## **Genitori oggi tra complessità e nuove sfide**

*Incontro online gratuito con Anna Pileri, aprile*

Realizzato in collaborazione con la FISM - Federazione Italiana Scuole Materne, di Treviso l'appuntamento ha permesso di condividere nuovi orizzonti educativi per bambine e bambini 0-6 in tempi di emergenza Covid 19. Insieme ad Anna Pileri, Dottorato di Ricerca in Pedagogia e in Psicologia, docente presso l'Università IUSVE di Venezia-Mestre, oltre 500 persone hanno partecipato per confrontarsi sulla situazione della pandemia che ha stravolto la quotidianità delle famiglie e la conciliazione del lavoro con la cura dei figli e i nuovi bisogni.

## **Fiabe al parco**

*Lecture di fiabe per bambini e famiglie, tra gli alberi e i fiori del parco di Villa Zanetti, settembre*

L'evento, realizzato in presenza nel mese di settembre, ha coinvolto i bambini e le loro famiglie che hanno avuto una bella occasione per stare insieme tra natura e magici personaggi grazie ai volontari di LILT Giocare in corsia. L'associazione, a cui è andato il ricavato della giornata, da quasi 30 anni è impegnata nel proporre attività ricreative dedicate ai piccoli pazienti della Pediatria dell'Ospedale Ca' Foncello di Treviso e dell'ospedale di Conegliano.

## **Che fine hanno fatto i bambini. Cronache di un Paese che non guarda al futuro**

*Presentazione online gratuita del libro con l'autrice Annalisa Cuzzocrea, maggio*

In collaborazione con Terre des Hommes Italia, è stato presentato il libro della giornalista Annalisa Cuzzocrea per stimolare un confronto sulle conseguenze dell'isolamento e della chiusura delle scuole, soprattutto per i minori più fragili e per chi vive in contesti difficili.

## **Passi verso l'Altrove, documentario**

*Presentazioni pubbliche, ottobre e dicembre*

Il documentario Passi verso l'Altrove è stato presentato per la prima volta pubblicamente al Cinema Edera di Treviso, con una doppia proiezione, davanti a un pubblico di 200 persone. Hanno partecipato alla serata i protagonisti Marco Cortesi, Mara Moschini, Renzo Cristofoli, Flora Teot, Fausto De Stefani, Dominique Corti, Silvia Saini Damato, Alessandro Rocca e Padre Eros Borile e il regista Marco Zuin.

Successivamente il film è stato presentato in occasione della Giornata Internazionale del Volontariato, in collaborazione con Volontarinsieme - CSV Belluno Treviso, al Cinema Corso di Treviso.

Il film, prodotto dalla Fondazione in occasione dei 10 anni di attività per le scuole, è invece stato visto online da quasi 2000 studenti in Veneto e in tutta Italia.

## **Fondazione Zanetti Onlus**

Viale Felissent 53 - 31020 Villorba (Treviso)

Tel. 0422.312680 [www.fondazionezanetti-onlus.org](http://www.fondazionezanetti-onlus.org)

# Appendice

## Nota Metodologica

In considerazione del delisting avvenuto il 15 febbraio 2021, MZBG risulta non soggetta alle disposizioni del D. Lgs. 254/2016. Il Gruppo, tuttavia, su base volontaria, ha deciso di predisporre la quinta edizione del Bilancio di Sostenibilità, in continuità alla precedente versione pubblicata il 20 maggio 2021.

Le informazioni e i dati inseriti sono riferiti all'anno 2021 e i trend di performance al triennio 2019 – 2021, 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 2021 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.

I dati inseriti nelle tabelle e 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 306 Waste pubblicato nel 2020 e 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
<b>GRI 201 Performance economiche</b>	<b>GRI 201-1</b> Valore economico direttamente generato e distribuito
<b>GRI 205 Anticorruzione</b>	<b>GRI 205-3</b> Numero totale di incidenti di corruzione
<b>GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale</b>	<b>GRI 206-1</b> Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche
	<b>GRI 207-1</b> Approccio alla fiscalità
	<b>GRI 207-2</b> Governance fiscale, controllo e gestione del rischio
<b>GRI 207 Imposte</b>	<b>GRI 207-3</b> Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale
	<b>GRI 301 Materiali</b>
<b>GRI 302 Energia</b>	<b>GRI 302-1</b> Consumi energetici all'interno dell'organizzazione
<b>GRI 305 Emissioni</b>	<b>GRI 305-1</b> Emissioni dirette di gas a effetto serra

<b>GRI 305 Emissioni</b>	<b>GRI 305-2</b>	Emissioni indirette di gas a effetto serra
<b>GRI 306 Rifiuti</b>	<b>GRI 306-1</b>	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti
	<b>GRI 306-2</b>	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti
	<b>GRI 306-3</b>	Rifiuti prodotti
	<b>GRI 306-4</b>	Rifiuti non destinati a smaltimento
	<b>GRI 306-5</b>	Rifiuti destinati allo smaltimento
<b>GRI 401 Occupazione</b>	<b>GRI 401-1</b>	Nuove assunzioni e tasso di turnover
<b>GRI 403 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro</b>	<b>GRI 403-1</b>	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro
	<b>GRI 403-2</b>	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti
	<b>GRI 403-3</b>	Servizi di medicina del lavoro
	<b>GRI 403-4</b>	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro
	<b>GRI 403-5</b>	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro
	<b>GRI 403-6</b>	Promozione della salute dei lavoratori
	<b>GRI 403-7</b>	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali
	<b>GRI 403-9</b>	Infortuni sul lavoro
	<b>GRI 404 Formazione e istruzione</b>	<b>GRI 404-1</b>
<b>GRI 405 Diversità e pari opportunità</b>	<b>GRI 405-1</b>	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

<b>GRI 412 Valutazione sui diritti umani</b>	<b>GRI 412-1</b>	Attività che sono valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani
<b>GRI 417 Marketing ed etichettatura</b>	<b>GRI 417-2</b>	Casi di non conformità relative a informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi
	<b>GRI 417-3</b>	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione
<b>GRI 419 Compliance socioeconomica</b>	<b>GRI 419-1</b>	Valore delle multe e numero delle sanzioni significative per violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale
<b>Pratiche di approvvigionamento</b>	<b>GRI FP2</b>	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
	<b>GRI FP5</b>	Percentuale di volume prodotto insiti certificati da un ente di terza parte in accordo a standard di gestione alimentare riconosciuti a livello internazionale
<b>Indicatore non GRI</b>		
<b>Volume di caffè acquistato</b>	-	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 CO<sub>2</sub> sono indicati nelle tabelle che seguono. Per le emissioni energetiche indirette, l'unico gas a effetto serra considerato

è la CO<sub>2</sub>. Per le emissioni dirette da diesel, benzina, gas metano e GPL, sono stati considerati anche CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O, 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 2021
Etano	GHG Protocol - Emission Factors from Cross-sector Tools
Energia Elettrica	Per quanto riguarda il calcolo delle emissioni secondo l'approccio Location Based, sono stati utilizzati i fattori di emissione che sono stati ricavati dal documento European Residual Mix 2020 pubblicato dall'Association of Issuing Body (AIB).  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 emissione per i Paesi Europei sono stati ricavati dal documento European Residual Mix 2020 pubblicato dall'Association of Issuing Body (AIB), mentre per gli USA il documento di riferimento è stato e-GRID 2020 – EPA.  Si specifica che con riferimento a MZB Iberia – comprendente Portogallo e Spagna – è stato utilizzato il fattore di emissione più cautelativo relativo al Portogallo. Per la Costa Rica è stato utilizzato il fattore di emissione del Messico in quanto non disponibile.

## 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), 2021.

## Perimetro degli impatti

Aspetto GRI	Perimetro interno	Perimetro esterno
GRI 201 - Performance economiche	X	Azionisti, Fornitori
GRI 205 - Anticorruzione	X	Clienti, Fornitori
GRI 206 - Comportamento anticoncorrenziale	X	-
GRI 207 - Imposte	X	Azionisti
GRI 301 - Materiali	X	Fornitori
GRI 302 - Energia	X	-
GRI 305 - Emissioni	X	-
GRI 306 - 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 socioeconomica	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	USA	Produttiva
Boncafé (Thailand) Ltd	Tailandia	Produttiva
Segafredo Zanetti Francia S.A.S	Francia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.	Portogallo/Spagna	Produttiva
Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan Inc.	Giappone	Commerciale
Segafredo Zanetti S.p.A.	Italia	Produttiva
Kauai Coffee Company LLC	Hawaii	Produttiva
Meira Oy Ltd	Finlandia	Produttiva
Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o.	Polonia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Brasil	Brasile	Produttiva
La San Marco S.p.A.	Italia	Produttiva
Distribuidora Cafè Montaña	Costa Rica	Produttiva
Boncafé International Pte Ltd	Singapore	Produttiva
Segafredo Zanetti Austria Gmbh	Austria	Produttiva
Segafredo Zanetti Australia Pty Ltd	Australia	Commerciale
Boncafé Middle East Co LLC	Emirati Arabi	Commerciale
Segafredo Zanetti Deutschland Gmbh	Germania	Commerciale
Boncafé Malaysia	Malesia	Commerciale
Tiktak/Segafredo Zanetti Nederland BV	Paesi Bassi	Produttiva
Brodie Melrose Drysdale & CO Ltd	Scozia	Produttiva
Puccino's	Regno Unito	Commerciale
Brulerie des Cafés Corsica SAS	Francia	Produttiva
Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A.	Italia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd	Vietnam	Produttiva
The Bean Alliance Group	Australia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A.	Italia	Commerciale

# GRI Content Index

[GRI 102-55]

GRI 102: GENERAL DISCLOSURES		PAG. N.	NOTA / OMISSION
GRI 102-1	Nome dell'organizzazione	6	
GRI 102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	7,11	
GRI 102-3	Luogo della sede principale	7	
GRI 102-4	Luogo delle attività	96	
GRI 102-5	Proprietà e forma giuridica	22	
GRI 102-6	Mercati serviti	7,11	
GRI 102-7	Dimensione dell'organizzazione	7	
GRI 102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	60	
GRI 102-9	Catena di fornitura	32-34	
GRI 102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	32-34	
GRI 102-11	Principio di precauzione	22-24	
GRI 102-12	Iniziativa esterne	81-96	
GRI 102-13	Adesione ad associazioni	27	
GRI 102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	3	
GRI 102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	22-24	
GRI 102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento		
GRI 102-18	Struttura della governance	22-24	
GRI 102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	19,20	
GRI 102-41	Accordi di contrattazione collettiva	61	
GRI 102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	9,24	
GRI 102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	13-20	
GRI 102-44	Temi e criticità chiave sollevati	19,20	
GRI 102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	98-101	
GRI 102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	98-101	
GRI 102-47	Elenco dei temi materiali	19	
GRI 102-48	Revisione delle informazioni	77,78	
GRI 102-49	Modifiche nella rendicontazione	98-100	
GRI 102-50	Periodo di rendicontazione	98	
GRI 102-51	Data del report più recente	98	
GRI 102-52	Periodicità della rendicontazione	102	
GRI 102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	Funzione Affari Legali e Societari di MZB Group:	marina.cargnello@mzb-group.com
GRI 102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	98	
GRI 102-55	Indice dei contenuti GRI	102-105	
GRI 102-56	Assurance esterna	106-108	

TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC		PAG. N.	NOTA / OMISSION
<b>Compliance, etica e integrità</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
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	27	
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 207-1	Approccio alla fiscalità	24-25	
GRI 207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	24-25	
GRI 207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	24-25	
GRI 419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	26	
<b>Packaging e innovazione sostenibile</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	80-83	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	80-83	
GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	83	
<b>Efficienza energetica e cambiamento climatico</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	71-74	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	71-74	
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	73	
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	74	
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	74	
<b>Gestione responsabile dei rifiuti ed economi circolare</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	75-76	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	75-76	
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	75-76	
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	75-76	
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	76	
GRI 306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	77-78	
GRI 306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	77-78	

TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC		PAG. N.	NOTA / OMISSION
<b>Benessere professionale e retention</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	63-65	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	63-65	
GRI 401-1	Nuove assunzioni e turnover	63-65	
<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	63-65	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	63-65	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	63-65	
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	63-65	
GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	63-65	
GRI 403-3	Servizi di medicina del lavoro	63-65	
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	63-65	
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	63-65	
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	63-65	
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	63-65	
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	65-66	
<b>Formazione e sviluppo dei dipendenti</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	58-59	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	58-59	
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	59	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	60,61	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	60,61	
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	60,61	

TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC		PAG. N.	NOTA / OMISSION
<b>Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	29-40	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	29-40	
GRI 412-1	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	33	
<b>Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	42-44	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	42-44	
GRI 417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	43	
GRI 417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	43	
<b>Qualità e sicurezza del prodotto</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	49-53	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	49-53	
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	53	
<b>Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti</b>			
GRI 103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	19,100	
GRI 103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	29-40	
GRI 103-3	Valutazione delle modalità di gestione	29-40	
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	36	
-	Volume di acquisti per qualità di caffè e origine	35	



MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP SPA

RELAZIONE DI REVISIONE LIMITATA SUL  
BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2021



## Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione della Massimo Zanetti Beverage Group SpA

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di Sostenibilità di Massimo Zanetti Beverage Group SpA e sue controllate (di seguito "il Gruppo" o "Gruppo Massimo Zanetti Beverage Group") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori della Massimo Zanetti Beverage Group SpA, sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai *Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards* definiti nel 2016, e aggiornati al 2020, dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards") e, con riferimento ad alcuni indicatori, dal "G4 Sector Disclosure - Food Processing" definito nel 2014 (di seguito "G4 Sector Disclosure"), come descritto nella sezione "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità, da essi individuati come standard di rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi di Massimo Zanetti Beverage Group in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

### La nostra indipendenza 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 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.

### PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

Società a responsabilità limitata a socio unico  
Sede legale: Milano 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 725091 Cap. Soc. Euro 100.000,00 I.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 06234600968 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Ginna 79 Tel. 080 5640341 Fax 080 5640349 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 051 6186211 - Brescia 25121 Viale Duse d'Aosta 28 Tel. 030 3697501 - Cagliari 09125 Viale Duse 29 Tel. 070 6848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 2482899 - Genova 16121 Piazza Piccopietra 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80123 Via dei Mille 16 Tel. 081 36181 - Padova 35128 Via Vicenza 4 Tel. 049 8734321 Fax 049 8734399 | Rabano 35030 Via Belle Puntre 36 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 6256313 Fax 091 7829221 | 90139 Via Roma 457 Tel. 091 6752111 - Parma 43121 Viale Tanassi 20/A Tel. 0521 275911 Fax 0521 781814 - Pescara 66127 Piazza Ettore Trelio 8 - Roma 00154 Largo Fieschi 29 Tel. 06 6920739 Fax 06 6920739 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773299 - Trento 38121 Viale della Costituzione 23 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 - Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422 345711 Fax 0422 345798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 Fax 040 364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl  
[www.pwc.com/it](http://www.pwc.com/it)



### La nostra responsabilità

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche "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 il Bilancio di Sostenibilità 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 sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Massimo Zanetti Beverage Group SpA, e con il personale di Segafredo Zanetti SpA e La San Marco 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 del Bilancio di Sostenibilità.

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

- a livello di capogruppo, Massimo Zanetti Beverage Group SpA,
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità 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, Segafredo Zanetti Italia SpA e La San Marco 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 visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria 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 il Bilancio di Sostenibilità del gruppo Massimo Zanetti Beverage Group relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards e, con riferimento ad alcuni indicatori, dal G4 Sector Disclosure – Food processing, come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Treviso, 29 giugno 2022

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

  
Paolo Bersani  
(Partner)

A close-up photograph of coffee flowers. The flowers are small, white, and star-shaped, clustered together on a dark green stem. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting a coffee bush. The lighting is bright, highlighting the delicate petals and stamens of the flowers.

caffè s. m. [dal turco *kahve*, che è dall'arabo *qahwa* «vino, bevanda eccitante»]. – 1. Nome di alcune specie di piante del genere *Coffea*, dai cui semi, torrefatti e macinati in polvere, si ricava per infuso la nota bevanda. La specie più pregiata e da più tempo coltivata è la *Coffea arabica*: alberetto di 5-6 m (2-3 nelle piante coltivate), sempreverde, con foglie opposte, ovali, acute e lucide. I fiori sono odorosi, bianchi, in dense infiorescenze all'ascella delle foglie; il frutto, detto *ciliegia*, è una drupa quasi sferica, prima verde, poi rossa, da ultimo bruna: contiene due noccioli, ciascuno dei quali avvolge un seme (*grano* o *chicco di caffè*).