



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

Massimo Zanetti
MASSIMO ZANETTI
BEVERAGE GROUP

SOMMARIO

MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER.....	4
1. LA NOSTRA IDENTITÀ.....	5
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 2022	13
2. L NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ	14
2.1 The Sustainable Blend	15
2.2 Dialogo con gli Stakeholder e Matrice di materialità	18
3. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS	24
3.1 La Corporate Governance	25
3.2 Etica e compliance	27
3.3 Rispetto della normativa fiscale	28
3.4 Il Modello Organizzativo 231	29
3.5 La creazione di valore sostenibile	30
4. LA CATENA DEL VALORE.....	32
4.1 La politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo	33
4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità.....	34
5. I PRODOTTI E I CLIENTI	46
5.1 La centralità del cliente	48



5.2	Innovazione e Ricerca	50
5.3	La politica della qualità di Gruppo	52
5.4	Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto	53
6.	LE PERSONE	57
6.1	Il capitale umano.....	58
6.2	Benessere professionale e retention	58
6.3	Formazione e sviluppo.....	61
6.4	La valutazione dei dipendenti	62
6.5	Diversità e pari opportunità	63
6.6	La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	66
7.	L'AMBIENTE	70
7.1	La politica ambientale di Gruppo.....	72
7.2	Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	74
7.3	Packaging sostenibile e circolarità	83
8.	COMUNITÀ LOCALI	88
8.1	Le nostre iniziative sociali	89
9.	FONDAZIONE ZANETTI ETS	91
	Progetti sostenuti nel 2022.....	92
	Insieme per i bambini del Brasile	98
	Iniziative ed eventi 2022	98
	Appendice.....	101
	Nota Metodologica.....	101
	GRI Content Index	104

MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER

Con grande soddisfazione annualmente condividiamo i traguardi raggiunti dal nostro Gruppo e dalle persone che con orgoglio vi lavorano. Insieme abbiamo intrapreso un percorso di crescita virtuosa e sostenibile che ci impegniamo a perseguire nel nostro agire quotidiano. La gestione efficiente dell'energia e delle risorse, l'ottimizzazione dei trasporti, la prevenzione dell'inquinamento, la minimizzazione dei rifiuti, la valorizzazione dei sottoprodotti della lavorazione del caffè e l'attenzione verso una catena di fornitura sostenibile. Oltre a, naturalmente, l'utilizzo di packaging riciclabile.

A questo proposito sono orgoglioso di constatare che, nel 2022, Segafredo Zanetti Italia ha completamente abbandonato i packaging tradizionali utilizzati nel mondo del caffè. La società ha infatti sperimentato nuove tipologie di imballaggi in plastica riciclabile, utilizzando materiali innovativi che hanno permesso di eliminare l'alluminio, mantenendo comunque un alto livello di protezione per il caffè. Allo stesso tempo, è stato possibile utilizzare film plastici simili tra loro, facilitando così il riciclo degli imballaggi secondo la classificazione "Plastica". Le confezioni di prodotto in polipropilene sono state abbandonate a favore di confezioni monomateriale realizzate in carta certificata Forest Stewardship Council (FSC). Questo cambiamento ha consentito di ridurre ulteriormente l'impatto ambientale e di promuovere l'utilizzo di materiali sostenibili.

Mi piace ricordare inoltre l'impegno di Meira, la nostra società finlandese, che 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 attraverso la transizione all'energia elettrica proveniente solo da fonti rinnovabili. E infine 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. Gli esempi virtuosi potrebbero continuare...

Ma ciò che mi dà più soddisfazione è veder crescere sempre di più la cultura della sostenibilità nel nostro Gruppo: con la nostra presenza internazionale siamo consapevoli della potenziale influenza positiva che possiamo generare nel promuovere la cultura della sostenibilità in un percorso di miglioramento continuo. Siamo fermamente convinti che, attraverso l'impegno collettivo, sia possibile creare un futuro migliore e contribuire così a preservare il nostro pianeta per le generazioni future."

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

1. LA NOSTRA IDENTITÀ



A man with a beard, wearing a brown jacket and a hat, is shown from the chest down, working with coffee beans. He is using a tool to handle the beans on a large, textured burlap sack. The scene is dimly lit, with a warm, golden light source from the left, creating a dramatic and focused atmosphere. The background is blurred, suggesting an outdoor or semi-outdoor setting.

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.

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

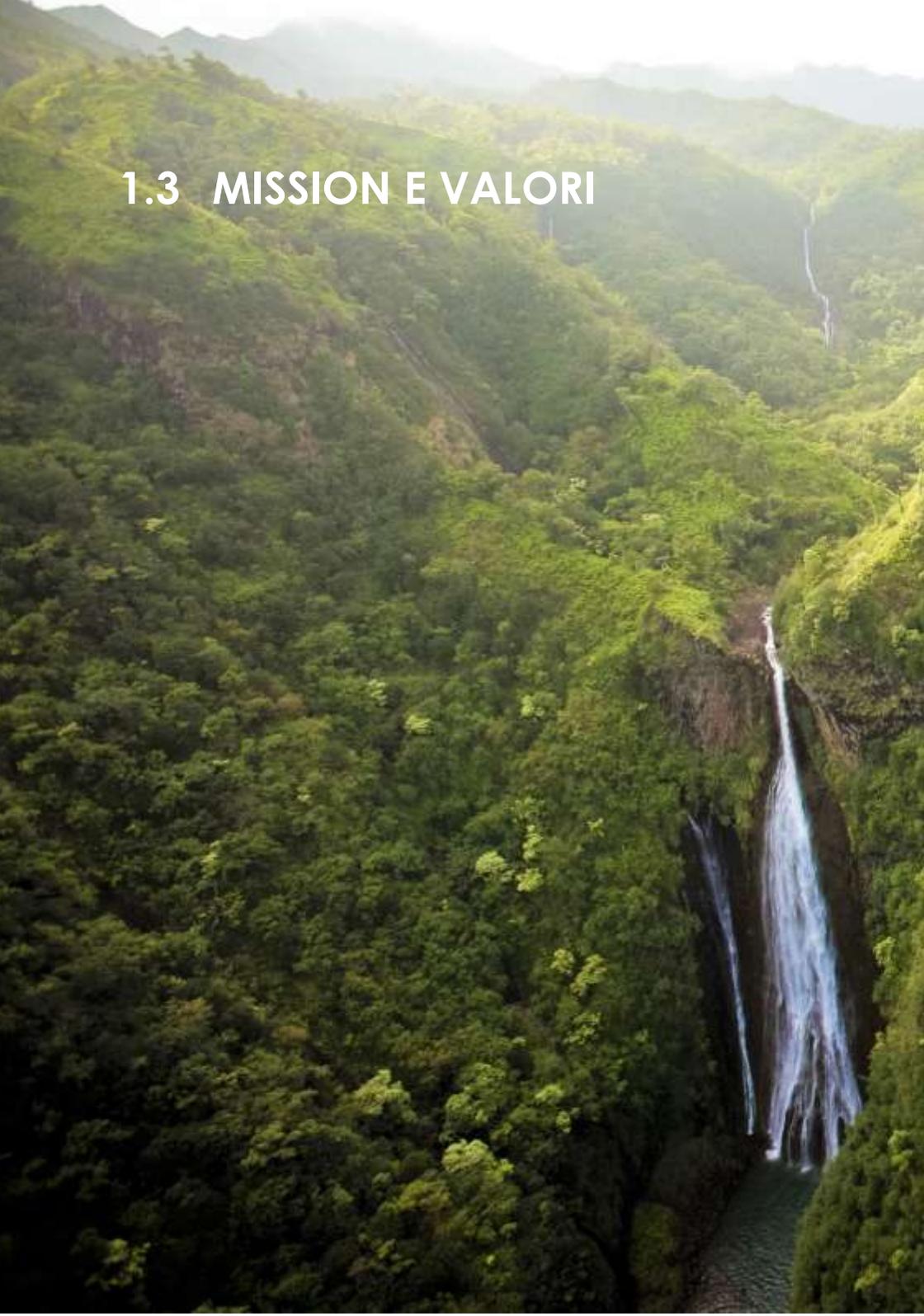
L'insieme di queste attività e un'offerta diversificata di prodotti si traduce in una presenza di mercato del Gruppo particolarmente significativa negli Stati Uniti, in Italia, in Francia, nella penisola iberica,

in Finlandia e in Asia-Pacifico. **Nonostante le origini Italiane, l'Italia rappresenta ora meno del 10% del fatturato del Gruppo.**

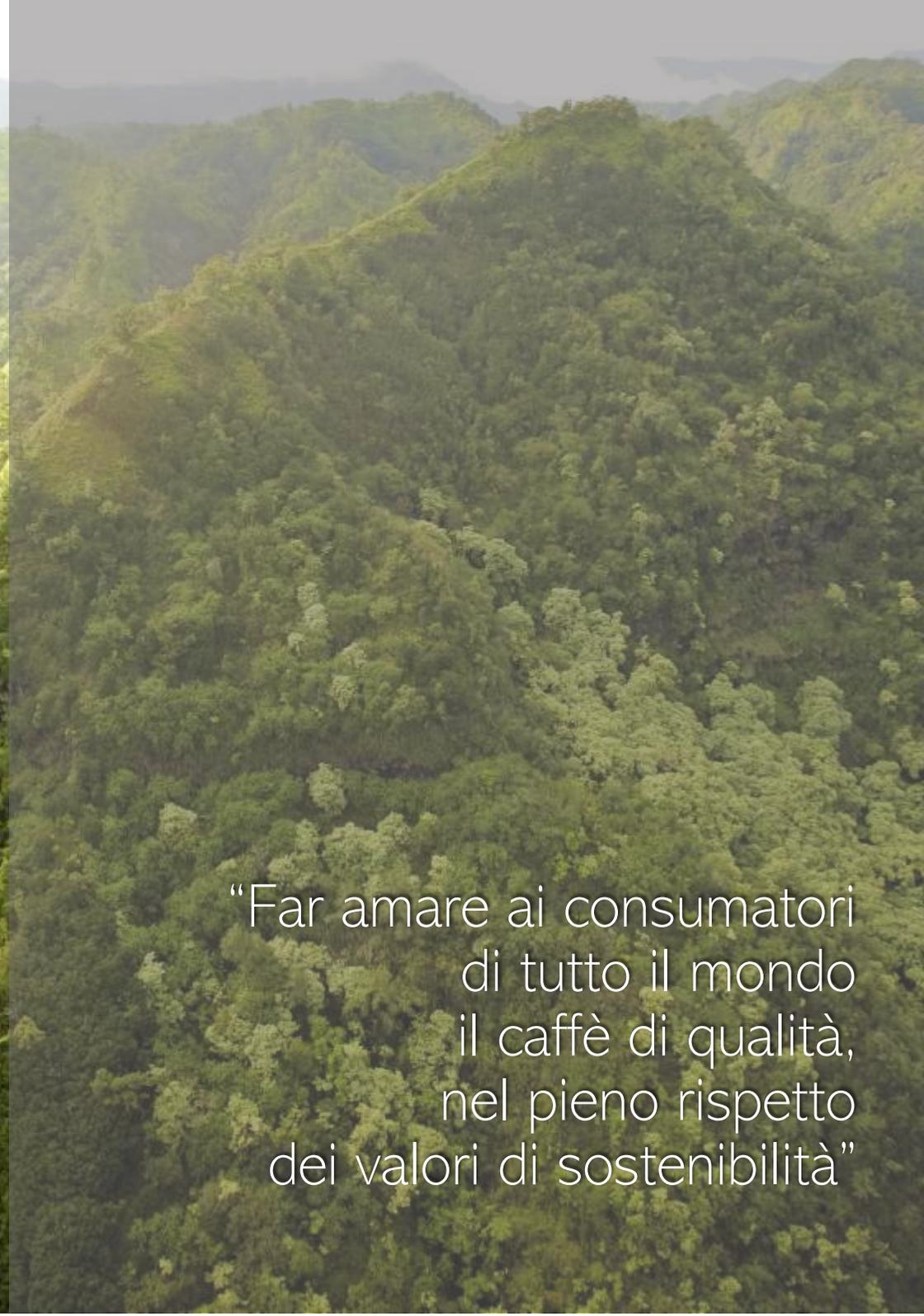


1.2 UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ

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 lush green valley. A waterfall cascades down a steep, rocky cliff in the center of the frame. The surrounding landscape is covered in dense, vibrant green forest. In the background, rolling hills and mountains are visible under a clear sky.

1.3 MISSION E VALORI

An aerial photograph of a dense, green forest covering rolling hills. The forest is thick and extends across the entire landscape, with varying shades of green indicating different types of vegetation. The hills are rounded and the overall scene is peaceful and natural.

“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

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 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**.

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.

Infine, in ottica di focalizzazione sulle attività di core-business inerenti alla produzione e distribuzione globale di caffè, a febbraio 2023 è stata ceduta la società **La San Marco S.p.A.**, attiva nella produzione e commercializzazione delle macchine da caffè professionali e attrezzature da bar.



Segafredo
— ZANETTI —

Massimo Zanetti
MASSIMO ZANETTI
BEVERAGE GROUP



Manufacturing Plant

MZB USA	Suffolk, Virginia
Kauai Coffee	Kauai, Hawaii
Café Montana	Alajuela, Costa Rica
Hoja Verde Gourmet	Cayambe, Ecuador
Café Pacaembu	Vargem Grande do Sul, Brazil
MZB Iberia	Amadora, Portugal
SZ France	Rouen, France
Brulerie	Ajaccio, France
Brodie	Musselburgh, UK
Tiktak SZ	Groningen, Netherlands
Meira	Helsinki, Finland
SZ Poland	Bochnia, Poland
SZ Austria	Salzburg, Austria
SZ Italia	Rastignano (Bologna), Italy
Boncafé Thailand	Chonburi, Thailand
Boncafé International	Singapore
MZB Vietnam	Ho Chi Minh City, Vietnam
Boncafé Indonesia	Jakarta, Indonesia
BAG	Melbourne, Australia
SZ Coffee System	Casale sul Sile (Treviso), Italy

1.5 IL NOSTRO 2022



¹ 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. L 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 MZB opera, in una logica di restituzione al territorio che da sempre fa parte del DNA e dell'approccio imprenditoriale della società.

Nel corso del 2022 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.

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)¹ 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 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.



¹ The Science Based Targets initiative (SBTi) è una collaborazione tra CDP, United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) e the World Wide Fund for

Nature (WWF). SBTi promuove un'azione ambiziosa per il clima nel settore privato, consentendo alle organizzazioni di fissare obiettivi di riduzione delle emissioni basati su dati scientifici. <https://sciencebasedtargets.org/>

Distribudora Café Montaña, in seguito al lancio del Piano Nazionale di Decarbonizzazione della Costa Rica², 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**³ 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.

Anche **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.

Infine, nel **2022 SZ Italia** raggiunto l'ambizioso traguardo previsto dal **Progetto Packaging Sostenibile**, avviato nel 2017. Nello specifico, la Società italiana è arrivata ad utilizzare il 100% delle confezioni di prodotto completamente riciclabili. Per raggiungere tale obiettivo, la Società si è impegnata attivamente nella sperimentazione di nuove tipologie di imballi in plastica riciclabile (es. poliolefina) e nella sostituzione delle confezioni di prodotto di polipropilene a favore di quelle monomateriale di carta certificata Forest Stewardship Council (FSC).

² 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.

³ 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.

MEDAGLIA D'ARGENTO ECOVADIS PER TIKTAK

Nel 2022 **TikTak** ha ottenuto la medaglia d'argento come riconoscimento della loro valutazione EcoVadis.

EcoVadis è una piattaforma internazionale che misura l'impatto sostenibile, con l'intento di migliorare le pratiche ambientali e sociali delle aziende sfruttando l'influenza delle catene logistiche globali.

TikTak ha ottenuto un punteggio generale di **56/100** quale media di 4 indicatori: Ambiente, Lavoro e Diritti umani, Etica e Approvvigionamento sostenibile.



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 MZB ritengono rilevanti per il proprio sviluppo in ottica di sostenibilità. Anche per il 2022 il Gruppo ha deciso di confermare i risultati dell'ultimo aggiornamento dell'analisi di materialità del 2020. Tuttavia, in considerazione delle novità introdotte dai GRI Standards 2021⁴, è stata svolta una preliminare analisi degli impatti di MZB sull'economica, la società e le persone, inclusi quelli sui loro diritti umani.

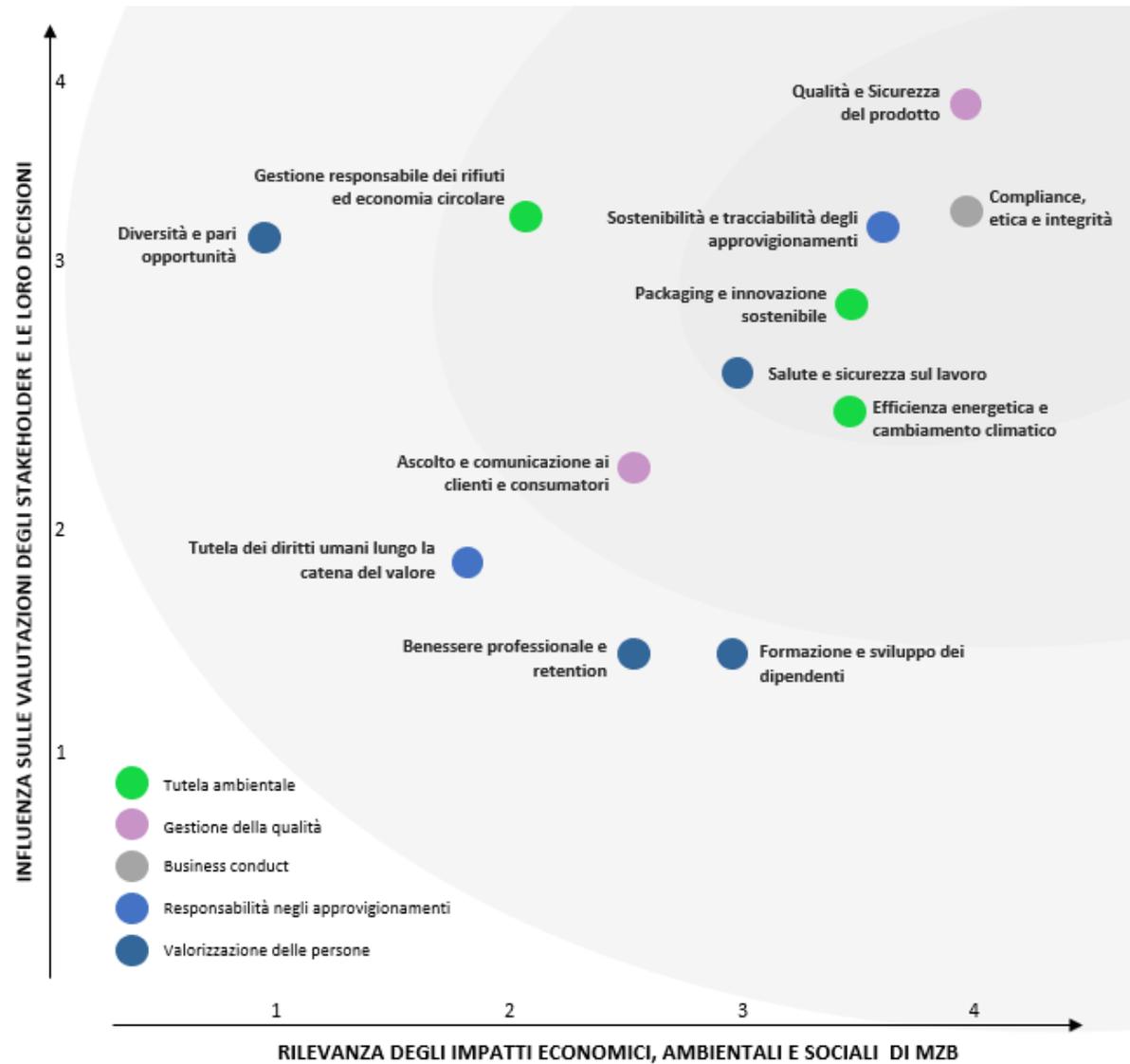
Il Gruppo si pone l'obiettivo di completare l'aggiornamento dell'analisi di materialità nel corso del 2023, in conformità con i GRI Standards 2021.

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

⁴ GRI 3: Temi materiali 2021 offre indicazioni guidate rivolte alle aziende su come identificare i temi materiali. Inoltre, spiega come gli Standard di settore vengono utilizzati in questo

processo. Sono temi materiali quei temi che appresentano gli impatti maggiormente significativi di un'organizzazione sull'economia, sull'ambiente, sulle persone inclusi quelli sui diritti umani.

LA MATRICE DI MATERIALITA' DI MZB



Tema materiale	Cosa significa per MZBG	Quali sono gli impatti associati	Dov'è trattato nel testo
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.	<ul style="list-style-type: none"> - Comportamenti anticoncorrenziali. - Perdita di dati aziendali sensibili e dati personali dei dipendenti. - Episodi di corruzione. - Pratiche fiscali non etiche. - Mancata compliance aziendale. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Danni sulla salute dei consumatori. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Miglioramento della prestazione socio-economica dei prodotti. - Inadeguata comunicazione delle caratteristiche rilevanti dei prodotti. - Insoddisfazione dei consumatori. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Mancanza di tracciabilità della supply chain. - Contributo alla creazione di una value chain sostenibile. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Violazioni dei diritti e abusi sul luogo di lavoro. - Lavoro forzato, lavoro minorile e violazioni di diritti umani nella propria supply chain. 	La catena del valore
Efficienza energetica e cambiamento climatico	Uso efficiente e razionale delle risorse energetiche per migliorare le prestazioni e ridurre le emissioni clima-alteranti legate alle attività direttamente gestite dal Gruppo.	<ul style="list-style-type: none"> - Emissioni di gas ad effetto serra da consumo energetico. - Rilascio di sostanze tossiche nocive. - Impatto sul cambiamento climatico legato alla logistica. - Impatto delle attività del Gruppo sulla biodiversità. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Prelievi, consumi e scarichi idrici. - Produzione di rifiuti. - Impatto sull'ambiente e sulla salute delle persone legato al fine vita dei prodotti. 	L'Ambiente

Tema materiale	Cosa significa per MZBG	Quali sono gli impatti associati	Dov'è trattato nel testo
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.	<ul style="list-style-type: none"> - Impatto delle materie prime utilizzate per produrre e confezionare i prodotti. - Miglioramento della prestazione ambientale 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.	<ul style="list-style-type: none"> - Disparità di genere e altri elementi di diversità. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Up-skilling e sviluppo professionale dei dipendenti. 	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.	<ul style="list-style-type: none"> - Salute e sicurezza sul lavoro. 	Le Persone
Benessere professionale e retention	Attenzione al benessere dei dipendenti e garanzia di un clima aziendale positivo e attrattivo.	<ul style="list-style-type: none"> - Impatti socio-economici sulle comunità locali. - Promozione di migliori condizioni occupazionali attraverso l'adozione di strumenti di contrattazione collettiva e/o equiparabili. - Promozione del benessere dei dipendenti. 	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 coinvolgimento
Dipendenti e collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicazione continua secondo differenti modalità (intranet, newsletter, questionari ecc.) - Indagine interna di soddisfazione (per alcune società) - Meeting periodici, incluso quelli in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro
Clienti e consumatori	<ul style="list-style-type: none"> - Ricerche di mercato, mystery shopping - Test, focus group, questionari, interviste online e telefonate, valutazione della <i>Product e Customer Satisfaction</i> (per alcune società) - Social media (es. Facebook, Twitter) e Siti internet aziendali, newsletter - Eventi e meeting virtuali (per alcune società) - Servizio Clienti
Baristi	<ul style="list-style-type: none"> - Corsi di formazione (Accademia Segafredo) per un servizio professionale, di qualità, campionati annuali dedicati - Meeting e incontri per la definizione di opportunità formative, eventi dedicati - Newsletter
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> - Attività di co-sviluppo - Business meeting e comunicazione continua, anche per gestire eventuali criticità e "disruptive event" (es. Brexit) - Audit e visite presso gli stabilimenti per garantire elevati standard di qualità (per alcune società) - Questionario fornitori (compilazione annuale per alcune società)
ONG e comunità locali	<ul style="list-style-type: none"> - Attività di beneficenza e contributi a mostre e a esibizioni esterne - Attività svolte localmente a favore delle comunità locali - Comunicazioni specifiche tramite e-mail
Competitor	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione a tavoli associativi comuni
Associazioni di categoria	<ul style="list-style-type: none"> - Incontri periodici fisici e virtuali (specifici in relazione al contesto in cui ciascuna società opera)
Sindacati	<ul style="list-style-type: none"> - Dialogo costante attraverso incontri fisici e virtuali e adempimento agli obblighi derivanti dalla contrattazione con le associazioni sindacali
Azionisti e Comunità finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> - Investor meeting - Incontri specifici
Scuole e Università	<ul style="list-style-type: none"> - Partecipazione a programmi di supporto per studenti in difficoltà economica (es. distribuzione di libri) (per alcune società) - Collaborazione con università e scuole in progetti di stage e tirocini (per alcune società)
Franchisee	<ul style="list-style-type: none"> - Visite presso i negozi in franchising e incontri periodici fisici e virtuali (per alcune società)

COOPERAZIONE CON LE COMUNITÀ LOCALI – BONCAFÈ 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 a queste tematiche. Per il secondo anno consecutivo ha, infatti, ottenuto il riconoscimento CSR-DIW Continuous Award.



3. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS



3.1 La Corporate Governance

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.

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 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. e Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A. hanno adottato dei modelli organizzativi con caratteristiche analoghe a quello adottato dalla Capogruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. – con riferimento all'informativa richiesta dall'art. 10 comma 1 del D. Lgs. 254/16 in materia di diversità degli organi di amministrazione, gestione e controllo – si compone di 6 persone, di cui 2 donne e 4 uomini.

Composizione del CdA della Capogruppo					
Genere	Fascia d'età	Unità di misura	2020	2021	2022
Uomini	Tra 30 e 50 anni	n.	2	2	1
	Over 50 anni	n.	3	2	3
Totale Uomini		n.	5	5	4
Donne	Tra 30 e 50 anni	n.	3	2	2
	Over 50 anni	n.	2		
Totale Donne		n.	4	4	2
TOTALE		n.	9	9	6

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 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 27 marzo 2023, ha approvato il documento "**Risk Assessment 2023**" 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.

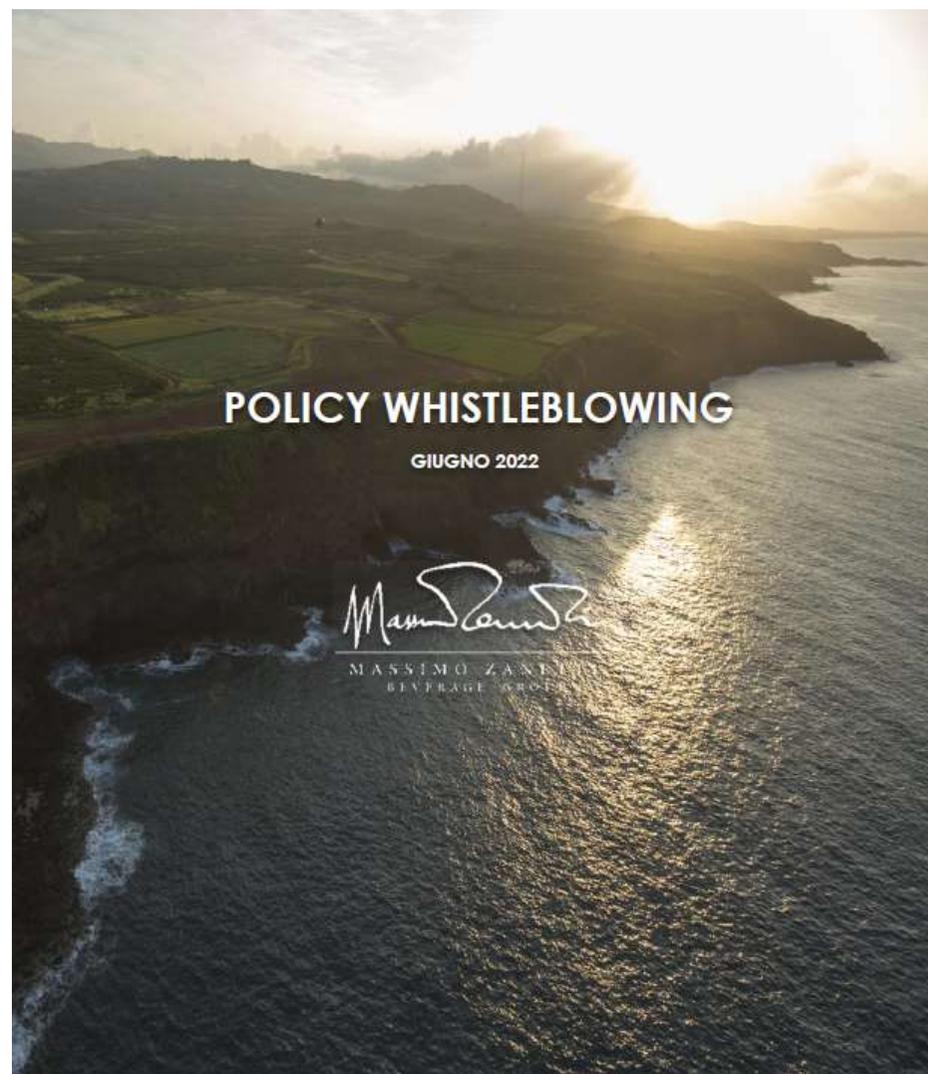


3.2 Etica e compliance

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.

Tra le iniziative promosse dalla Società del Gruppo nel corso del 2022, si sottolinea l'impegno della finlandese **Meira**, la quale ha finalizzato e implementato i "**Meira Ethical Principles**", andando a declinare in modo più personalizzato e vicino al contesto caratteristico i principi già espressi nel Codice Etico di Gruppo.

3.3 Rispetto della normativa fiscale

Uno dei principi e valori fondamentali accettati e condivisi da MZB risiede nel rispetto di tutte le leggi, i regolamenti, i provvedimenti amministrativi ed in generale le disposizioni normative applicabili, 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

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

ovvero illeciti nei mercati e nelle giurisdizioni in cui opera. In merito si rinvia a quanto indicato anche nel Codice Etico del Gruppo⁵.

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 fiscale⁶.

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.

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

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 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. hanno adottato un proprio Modello organizzativo ai sensi del Decreto 231/2001 e hanno nominato un Organismo di Vigilanza.

Nel periodo 2019-2022 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 2-27] Allo stesso modo, non si registrano nel corso del periodo azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche. [GRI 206-1] Infine, nel corso del 2022, non si sono verificati incidenti di corruzione. [GRI 205-3]

Al fine di consentire a tutte le persone del Gruppo MZBG di segnalare comportamenti non in linea con il Codice Etico, le Policy e le Procedure o le norme vigenti, il Gruppo si è dotato di un **sistema di whistleblowing**.

Le modalità e le istruzioni operative sull'utilizzo dei canali di segnalazione sono opportunamente indicate nella Policy sul Whistleblowing, disponibile a tutto il personale sulla intranet aziendale.

La segnalazione di una potenziale violazione può essere inviata tramite e-mail (whistleblowing@mzb-group.com) o lettera raccomandata (indirizzata all'Internal Audit MZB Group - Viale Gian Giacomo Felissent 53, 31020 Villorba - TV, Italy).

L'Azienda si impegna a garantire la massima confidenzialità nella gestione delle segnalazioni e non tollera alcuna forma di ritorsione che possa essere conseguenza della segnalazione e dei relativi correttivi.

Attraverso il sistema di whistleblowing, nel corso del 2022, è stata ricevuta una segnalazione a cui si è dato seguito con opportune indagini. Dopo adeguato approfondimento, l'Organismo di Vigilanza non ha ritenuto necessario ai sensi del d.lgs. 231/2001 e del Modello raccomandare ulteriori approfondimenti o attività.

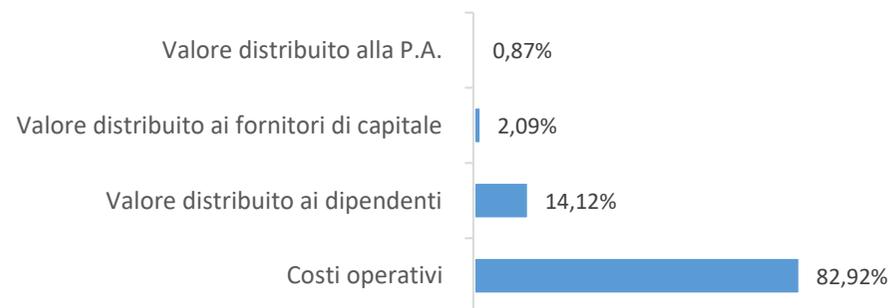
3.5 La creazione di valore sostenibile

Nel corso del 2022 Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha registrato un valore economico generato pari a circa 1.157 milioni di euro⁷.

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

Di questi, il 92,91% è stato distribuito agli stakeholder del Gruppo, per un importo pari a oltre 1.133 milioni di euro, dei quali il 14,12% è stato distribuito ai dipendenti, 82,92% ai fornitori di beni e servizi, il 2,09% ai fornitori di capitale e lo 0,87% alla Pubblica Amministrazione.

Valore economico generato e distribuito



Associazioni e membership

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

Brodies	<ul style="list-style-type: none"> - UK Tea & Infusions Association - Guild of Fine Food - Fairtrade - Rainforest Alliance
MZB Iberia	<ul style="list-style-type: none"> - AICC - Associations of Portuguese coffee roasters
Boncafé International	<ul style="list-style-type: none"> - SNEF - Singapore National Employers Federation - SMF - Singapore Manufacturing Federation - SAFEMS - Singapore Association of Food Equipment Manufacturing
Boncafé Thailand	<ul style="list-style-type: none"> - Industrial Estate Authority of Thailand - The Federation of Thai Industries
Cafè Montaña	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara Costarricense de la Industria Alimentaria (CACIA) - Cámara de Tostadores de Costa Rica - Unión Costarricense de Cámaras y Asociaciones del Sector Empresarial Privado (UCCAEP)
Kauai Coffee	<ul style="list-style-type: none"> - Kauai Chamber of Commerce - Kauai Economic Development Board - Hawaii State Board of Agriculture - Hawaii Coffee Growers Association - Hawaii Coffee Association

MZB Brasil	<ul style="list-style-type: none"> - ABIC- Brazilian Coffee Industry Association - Flavia Baldin - Member of the Marketing Committee at the ABIC Association - Valdenice Lopez - Member of the strategic committee Committee at Associação ABIC
SZ Austria	<ul style="list-style-type: none"> - Kreditschutzverband (Credit Protection Association) - MCS Marketing Club - ÖFV Franchise Verband - Industriellenverband (Trade Union) - Markenartikelverband (Brand Product Union)
Meira	<ul style="list-style-type: none"> - Finnish Food & Drink association - Coffee and Roastery association - Spice association - The Helsinki region Chambe or Commerce - National Organic Association
MZB USA	<ul style="list-style-type: none"> - National Coffee Association (NCA) - Green Coffee Association (GCA) - Specialty Coffee Association (SCA) - Private Label Manufacturers Association (PLMA)
SZ Poland	<ul style="list-style-type: none"> - Business Center Club
SZ Deutschland	<ul style="list-style-type: none"> - German Coffee Association (DKV) - Marketing Club Munich - German Council of Shoppingcenter - FGM (Fördergesellschaft Marketing University Munich)
SZEW Japan	<ul style="list-style-type: none"> - Japan Food Service Association - Italian Chamber of Commerce in Japan - Shinjuku Convention & Visitors Bureau
The Bean Alliance	<ul style="list-style-type: none"> - Australian Coffee Rosters Association - Internal Women in Coffee Corp Membership

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 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.

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.



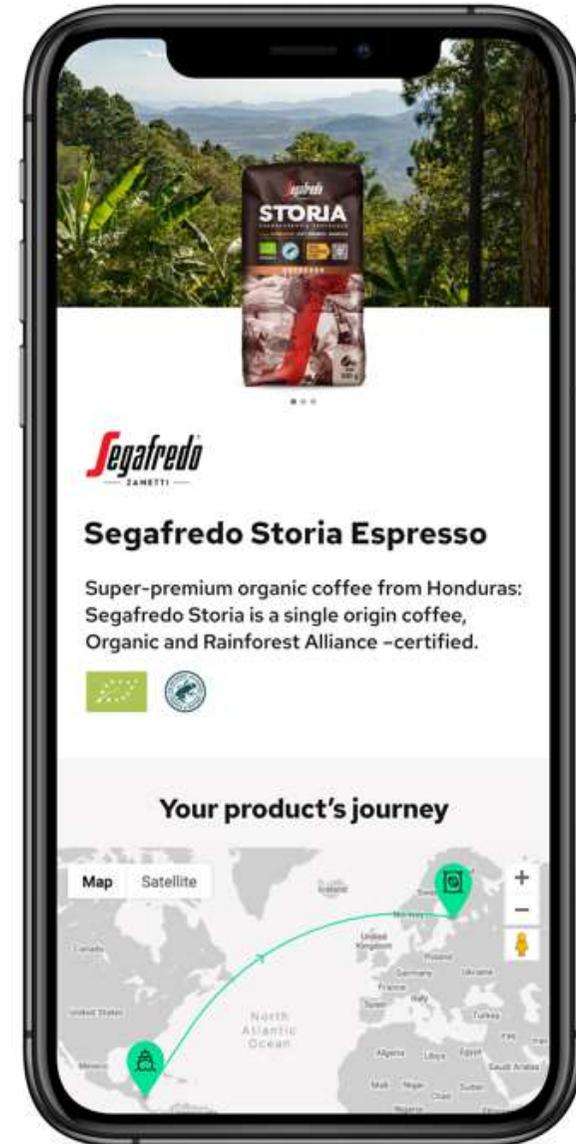
4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità

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 europea⁸ 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.

⁸ 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 legislazione alimentare,

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

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 2022 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, dal 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.

Bean Alliance, nel periodo giugno 2022 – febbraio 2023, ha rivisto la propria politica di approvvigionamento (*Procurement Policy and Procedure*), declinando le previsioni della Politica di Approvvigionamento Responsabile di Gruppo rispetto alle esigenze e peculiarità del proprio contesto operativo: dall'acquisto di caffè verde ai servizi generali.

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.

MZB Iberia ha sviluppato un sistema di classificazione dei propri fornitori che consente di raggrupparli in tre macro-classi (verde, gialla e rossa), in base al livello di compliance ottenuto dalla valutazione. 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 **Boncafé International** ha identificato 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.

Boncafé 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.

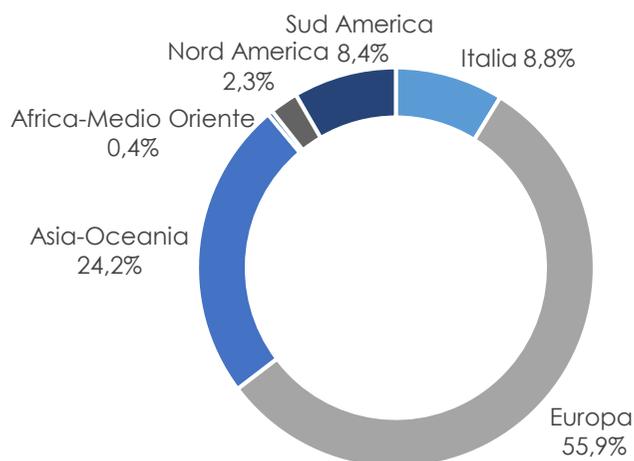
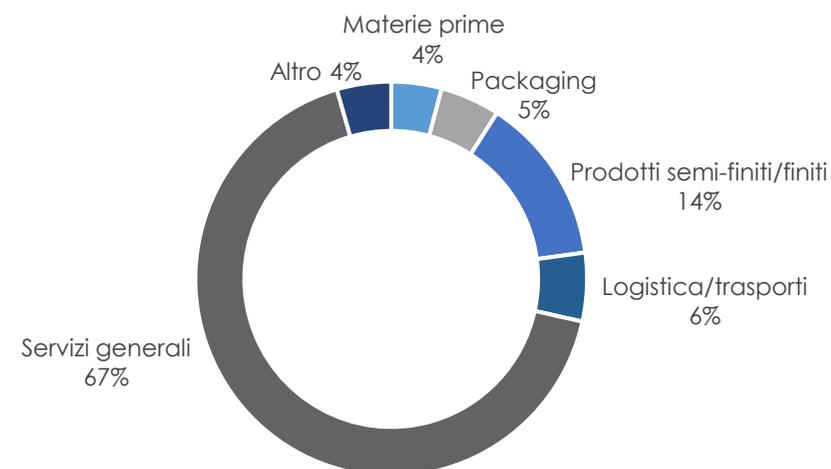
Anche **SZ Poland** si è dotata di una procedura interna e di un sistema per la valutazione dei fornitori, che prevedono la realizzazione di survey e attività di audit, svolte in presenza di rischi significativi. La ricerca e la scelta di nuovi fornitori è guidata anche da fattori legati alla sostenibilità.

Distribuidora Café Montaña ha predisposto una specifica procedura 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 2021), anche nel corso del 2022, sono stati condotti 2 assessment sui diritti umani presso le società del Gruppo, in Italia e presso la piantagione di Kauai. [Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto]

In questo contesto, nel corso del 2022 le società del Gruppo MZB si sono approvvigionate da quasi 5.600 fornitori (in linea con il 2021*). I servizi generali rappresentano più della metà dei fornitori complessivi (67%), seguiti dai fornitori di prodotti finiti e semi-lavorati (14%), di logistica e trasporti (6%), di packaging (5%) e di caffè e materie prime alimentari (4%). La maggioranza dei fornitori è di provenienza europea (56%). [GRI 2-6]

I fornitori, per tipologia merceologica e provenienza, 2022



Con particolare riferimento all'approvvigionamento di caffè verde tra il 2021 e il 2022 si rileva un calo degli acquisti, passando da 142.295 a 138.754 tonnellate.

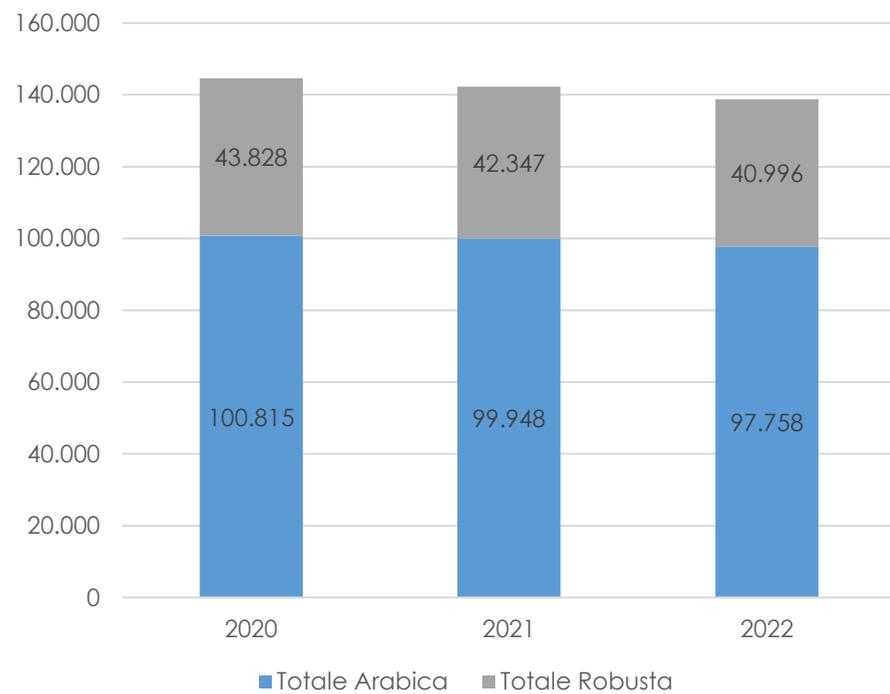
Guardando alla **provenienza del caffè**, nel 2022 il 12% del caffè di qualità Robusta è stato acquistato da fornitori localizzati nel sud-centro America (59% nel 2021), in particolare in Brasile, e per il 64% (31% nel 2021) in paesi asiatici, tra cui Vietnam e Indonesia. Relativamente invece al caffè di qualità Arabica, la maggior parte del caffè verde proviene sempre da paesi nel centro-sud America, tra cui Brasile, Colombia e Honduras (85,7% nel 2022).

I paesi di provenienza del caffè verde nel 2022

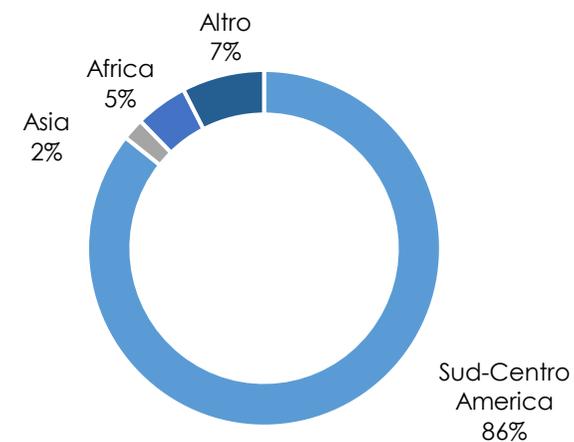
Caffè qualità Arabica	Sud-Centro America	Brasile, Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Messico, Nicaragua, Santos, Panama, Perù
	Asia	China, India, Indonesia, Laos, Papua Nuova Guinea, Singapore, Thailandia, Vietnam
	Africa	Burundi, Congo, Etiopia, Kenya, Malawi, Ruanda, Tanzania,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

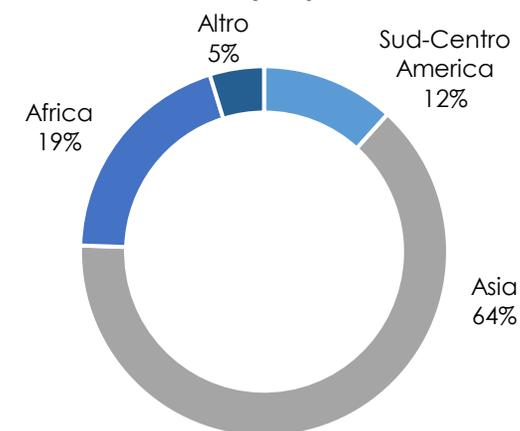
Il caffè approvvigionato per qualità, in tonnellate



Caffè Arabica per provenienza



Caffè Robusta per provenienza

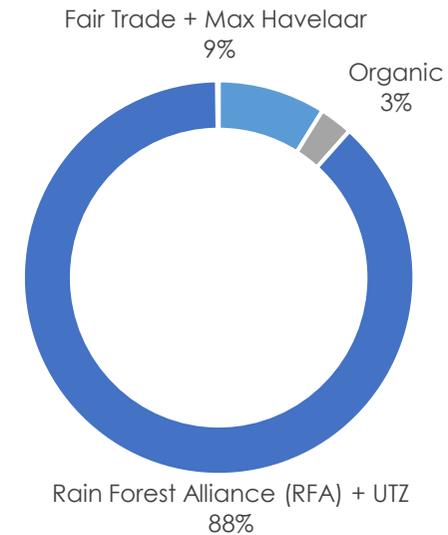


CAFFE' CERTIFICATO

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 e si impegna nel raggiungimento di tale obiettivo anche tramite l'adesione a iniziative internazionali di settore come la **Sustainable Coffee Challenge (SCC)** con l'**obiettivo di acquistare il 100% di caffè verde certificato entro la fine del 2022**. Tuttavia, nel 2022 Meira è riuscita ad acquistare soltanto l'83% del caffè verde certificato, a causa dell'interruzione nella propria catena di fornitura. Per tale motivo, la società finlandese è stata costretta a posticipare di un anno il raggiungimento di questo ambizioso obiettivo.

In totale, nel corso del 2022 gli acquisti di caffè certificato secondo gli standard di sostenibilità internazionali sotto riportati si sono attestati al 16,8%. [GRI FP2]

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





RAINF⁰REST RESERVE

AN ASIAN SUSTAINABLE COFFEE INITIATIVE

From the highlands of Da Lat and Dak Lak in Vietnam, Boncafé presents Rainforest Reserve – an exquisite Asian coffee blend using the finest beans from Rainforest Alliance Certified™ farms in Vietnam. The farmers are trained in methods that help safeguard the health of the land and benefit farm communities, and can boost yields at the same time. By enjoying Rainforest Reserve coffee, you are helping to ensure the long term well-being of the farm communities, forests and wildlife on which we all depend.

BONCAFÉ
Discover more at www.boncafe.com





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.



UTZ⁹ - 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	Swiss Water Process
Società¹⁰				
MZB Iberia	x		x	
SZ Italia	x		x	
SZ France	x	x	x	
Boncafe international				
Boncafe Thailand				
Brodies		x	x	x
Brulerie	x	x		
Cafè Montana				
Meira		x	x	
MZB USA	x	x	x	x
MZB Vietnam			x	
SZ Austria				
SZ Poland	x		x	
TikTak		x	x	
MZB Brasil				
The Bean Alliance		x	x	x

⁹ UTZ si è fuso con Rainforest Alliance a partire dal 2018.

¹⁰ La tabella riporta esclusivamente le società che acquistano caffè verde. Boncafe International, Boncafe Thailand, SZ Austria, Cafè Montana, 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 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.

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.

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 per gli amanti di caffè più consci che contiene la combinazione di tutti i caffè certificati della società.



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 Organic¹¹, 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.



¹¹ Australian Certified Organic è il 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"

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, totalmente privo di conservanti e prodotto localmente con il solo utilizzo di biogas nel processo produttivo.

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 sono state lanciate le **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*.



5.1 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 rappresenta uno dei principi e valori fondamentali 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 MZB. 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, 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 2022, **MZB USA** ha continuato il 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.

Nel 2022 **Bean Alliance** ha introdotto l'etichetta "*Planet friendly packaging*" per le confezioni di caffè in grani, riciclabili e in plastica morbida PET/PE (poliestere). L'etichetta riporta le istruzioni per lo smaltimento e la trasparenza per i consumatori.

Con riferimento alla comunicazione commerciale, nel corso del 2022 sono state registrate quattro segnalazioni relative a non compliance relative al marketing ed etichettatura all'interno del Gruppo: tre non conformità di prodotto e una segnalazione relativa all'etichettatura dei prodotti. Tuttavia, in nessun caso le non conformità hanno comportato ammende o sanzioni, che invece sono state immediatamente risolte dalle 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. **MZB USA, MZB Brasil, SZ Austria, Boncafé International, Kauai Coffee e Distribuidora Cafè 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. **Meira e Boncafé Thailand** hanno 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. **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 2022 sono stati più che positivi. Il punteggio complessivo ottenuto è stato 4,8/5, mentre la tempestività di consegna del prodotto è stata valutata con 4,65/5 ed infine l'accuratezza del contenuto di consegna ha registrato il punteggio di 4,8/5.

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. Dal 2020 sono stati introdotti due canali per ottenere feedback dei consumatori tramite i siti di e-commerce. Sempre 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.

Boncafé Middle East con il **Service Center**, è in grado di servire un maggior numero di clienti rispetto al precedente servizio 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 dagli 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.

Boncafé International da anni ha istituito un comitato di Ricerca e Sviluppo a Singapore, il quale è composto da Baristas, oltre al team multidisciplinare della società, i quali trasmettono la loro esperienza sul campo sulle preferenze dei clienti nello sviluppo di nuovi prodotti.

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)¹². 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.

SZ Poland sta sviluppando un cup tasting team (gruppo di degustazione) per ideare prodotti con un gusto migliore. L'azienda ha, inoltre, introdotto la figura del coordinatore dello sviluppo di nuovi prodotti, con il compito di coordinare il lavoro tra i vari dipartimenti dalla ricerca e sviluppo all'introduzione del prodotto sul mercato.

¹² <https://www.luke.fi/en/projects/lcafoodprint>

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 blockchain¹³, 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 nella filiera, permettendo al consumatore finale di avere la totale visibilità della storia del prodotto.

Attraverso Segafredo Storia, il consumatore ha, inoltre, 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.

¹³ 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

Dal 2020 tutte le società del Gruppo con i propri principali fornitori sono state chiamate ad adottare e rispettare le linee guida definite all'interno della **Politica della Qualità**, elaborata nel corso del 2019.

Tale politica affronta tematiche di qualità, sicurezza alimentare, tracciabilità, innovazione di prodotto e di processo, soddisfazione dei clienti e consumatori. In relazione a questi ambiti definisce 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, infine, 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 la valutazione degli 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, MZB Brasil 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.

Boncafé Thailand nel corso del 2022 ha continuato l'implementazione dei requisiti previsti dalla ISO 9001:2015. Tuttavia, al momento non è ancora stata sottoposta a certificazione di terza parte. Nel 2022, **Boncafé Middle East** ha ottenuto la 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, permette 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, nel corso del 2021, **MZB Iberia** ha aggiornato la Politica di Qualità di Gruppo per rispondere in maniera ancora più puntuale alle esigenze della società.



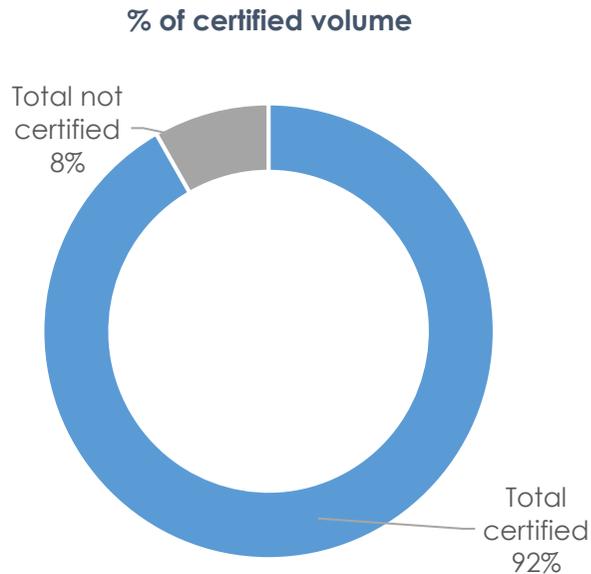
GRI FP-5: Certificazioni di processo riguardanti sistemi di gestione della sicurezza alimentare e società conformi a questi standard¹⁴

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

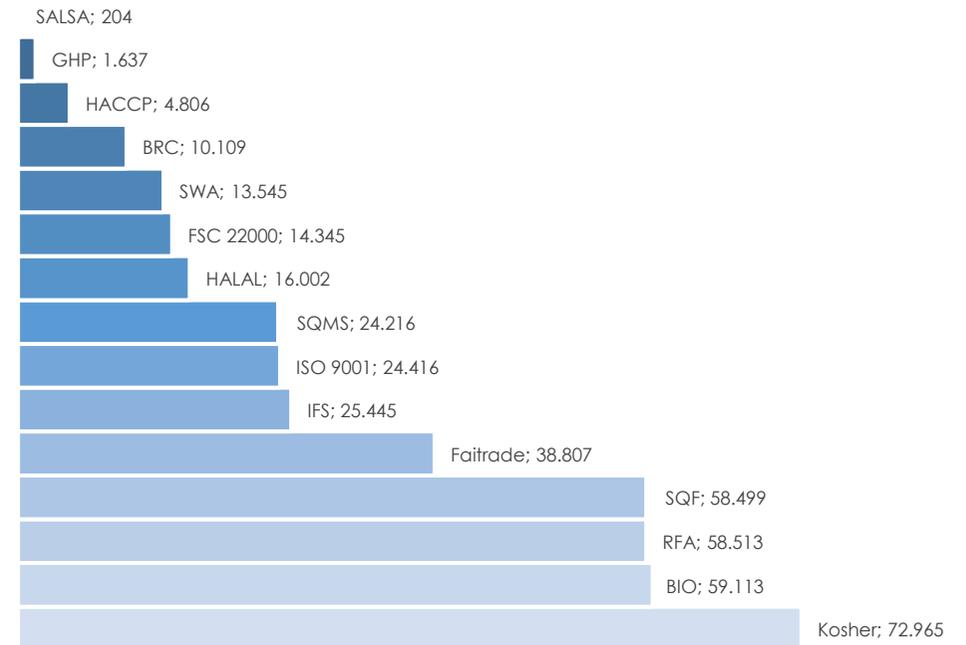
¹⁴ Le certificazioni RFA, Organic e Fairtrade sono sia certificazioni di prodotto che di processo.

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 delle varie società del Gruppo. Inoltre, tutte le società monitorano costantemente le diverse fasi di produzione e affidano la verifica del rispetto degli standard a enti di certificazione ufficialmente riconosciuti.

In questo contesto, nel 2022, il 92% 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 per tipologia di certificazione, in tonnellate



6. LE PERSONE

A photograph of a man with grey hair, wearing a blue t-shirt and dark pants, standing in a field of large green bushes. He is reaching up with his right hand to touch the leaves of a bush. The background is a blurred field of similar bushes under soft, natural light.

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.

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 e Puccino's vengono organizzati in modo regolare dei meeting con lo staff, nel corso dei quali è possibile raccogliere il punto di vista dei lavoratori.

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 2022 la società ha, inoltre, implementato una verifica sul clima di squadra e un programma di salute e benessere offrendo ad esempio classi di yoga e meditazione.

Nel 2021 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'organizzazione¹⁵.

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, include anche 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.

Dal 2022 Kauai ha iniziato a condurre l'Employee Engagement Survey, attraverso il servizio offerto dall'Hawaii Employers Council. In precedenza, **Kauai** aveva condotto una **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.

¹⁵ Tuttavia, per via di una ristrutturazione interna della Funzione HR, nel 2022 tale questionario non è stato somministrato.

Boncafé Thailand utilizza dal 2019 le **newsletter Bon to Bon** 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 2022 **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 il tasso di assunzione di gruppo è passato dal 19,9% del 2021 al 25,8% del 2022 e il tasso di turnover di gruppo è passato dal 24,7% al 24,9%. [GRI 401-1]

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

Assunzioni e Cessazioni di Gruppo, 2022		Assunzioni di Gruppo, 2022		Cessazioni di Gruppo, 2022	
		n.	Tasso di turnover	n.	Tasso di turnover
Uomini	< 30 anni	149	58%	114	44%
	30 ≤ x ≤ 50 anni	222	22%	210	21%
	> 50 anni	59	10%	92	15%
Totale uomini		430	23%	23%	23%
Donne	< 30 anni	122	69%	112	63%
	30 ≤ x ≤ 50 anni	187	28%	173	26%
	> 50 anni	27	10%	39	14%
Totale donne		336	30%	30%	29%
Totale		766	26%	740	25%
		2020	2021	2021*	2022
Tasso di assunzione di gruppo		15,6%	19,3%	19,9%	25,8%
Tasso di turnover di gruppo		20,4%	24,1%	24,7%	24,9%

Assunzioni per area geografica	2020		2021		2021*		2022	
	U	D	U	D	U	D	U	D
U: uomini D: donne								
Americhe (n.)	138	66	133	80	133	80	196	85
Tasso di assunzione (%)	23%	24%	22%	19%	25%	30%	36%	31%
Asia e Oceania (n.)	66	70	86	102	86	102	162	190
Tasso di assunzione (%)	14%	16%	18%	23%	19%	26%	33%	44%
Nord Europa (n.)	46	32	58	30	58	30	39	30
Tasso di assunzione (%)	14%	20%	18%	19%	18%	19%	13%	19%
Sud Europa (n.)	50	25	63	30	63	30	38	29
Tasso di assunzione (%)	8%	9%	10%	11%	12%	11%	8%	11%
Tasso di assunzione di gruppo (%)	15%	17%	17%	21%	19%	22%	24%	30%

Cessazioni per area geografica	2020		2021		2021*		2022	
	U	D	U	D	U	D	U	D
U: uomini D: donne								
Americhe (n.)	156	93	202	76	202	76	183	86
Tasso di turnover (%)	26%	34%	33%	28%	37%	28%	33%	32%
Asia e Oceania (n.)	99	124	109	144	109	144	128	151
Tasso di turnover (%)	21%	28%	23%	33%	24%	37%	26%	35%
Nord Europa (n.)	45	40	55	38	55	38	34	50
Tasso di turnover (%)	14%	25%	17%	24%	17%	25%	11%	32%
Sud Europa (n.)	65	24	75	28	69	27	65	41
Tasso di turnover (%)	11%	9%	12%	10%	13%	10%	13%	16%
Tasso di turnover di gruppo (%)	18%	24%	22%	25%	24%	26%	22%	30%

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.

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 nel 2022 hanno riguardato diversi ambiti e hanno coinvolto differenti figure. Ad esempio, **SZ Poland** ha organizzato corsi per l'area vendite, **TikTak** sulla qualità dedicati all'area produzione, mentre **MZB Iberia**, **Boncafé International** e **Brodies** su Igiene e Food Safety. 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 2022, si sono concretizzate in una media di ore di formazione per dipendente pari a 6,3, in linea con il 2021. [GRI 404-1]

Formazione, suddivise per genere e inquadramento, in ore¹⁶

Formazione per categoria	2020	2021	2021*	2022
Formazione erogata a Dirigenti e Quadri	4.284	4.008	4.001	3.264
Formazione erogata a Impiegati	6.465	7.788	7.261	6.606
Formazione erogata a Operai	12.376	10.802	8.981	8.891
Formazione per genere	2020	2021	2021*	2022
Formazione erogata a donne	8.390	6.702	6.690	6.716
Formazione erogata a uomini	14.735	15.896	13.553	12.045
Formazione media per dipendente	7,6	7,5	6,9	6,3
Formazione media – donne	7,6	3,5	3,6	6,0
Formazione media – uomini	7,6	14,5	12,5	6,4

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 aggiornato 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. Inoltre, nel 2022 la società thailandese ha ulteriormente migliorato il monitoraggio delle performance, implementando il

¹⁶ 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.

Performance Appraisal Form, un tool online in grado di collegare il monitoraggio delle performance con l'upskilling dei dipendenti.

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** 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.

Puccino's dispone di un sistema di valutazione delle performance che viene condotto attraverso regolari revisioni individuali, semestrali e annuali. Si concentra su diversi criteri come i risultati dei Mystery Shopper, Standard definiti dal Brand e i KPI finanziari.

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 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 **Equality 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.

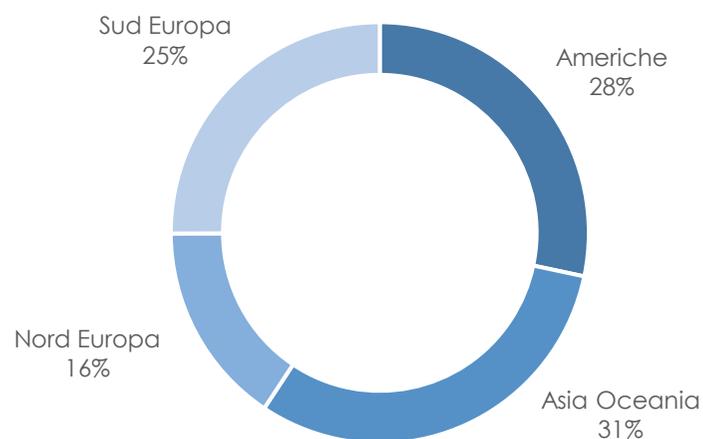
A testimonianza dell'impegno per la tutela e valorizzazione delle diversità e il riconoscimento delle qualità personali dei singoli individui, **Segafredo Zanetti Francia** ha sottoscritto da oltre un decennio la **Charte de la Diversité** (<http://www.charte-diversite.com>), un'iniziativa di carattere volontario di alcune aziende francesi per la promozione di tutte le forme di diversità. Nel 2022, inoltre, l'azienda ha raggiunto il punteggio di 87 su 100 nella valutazione per l'Indice di parità professionale tra uomo e donna, richiesto dalle leggi francesi.

Dal 2021 **Boncafé Thailand** collabora 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.

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 2022, i dipendenti impiegati nelle società del Gruppo incluse nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità sono risultati 2.970. 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 (41%), seguiti dall'Asia e dalle Americhe. [GRI 2-7]



Nel 2022, il 43% dei dipendenti del Gruppo è coperto da contratti di contrattazione collettiva. [GRI 2-30]

La maggior parte dei dipendenti è assunta a tempo indeterminato (94%) e tra questi vi è una netta predominanza dei contratti full-time (97%). La componente maschile tra i dipendenti risulta essere pari al 62,4% della popolazione aziendale, in sostanziale equilibrio rispetto al 2021* (quando la percentuale era pari al 62,9%). [GRI 405-1]

Per quanto riguarda i lavoratori che non rientrano tra i dipendenti, nel 2022 risultano impiegate 67 persone (+12% rispetto al 2021*), di cui la maggior parte hanno svolto le proprie mansioni attraverso contratti di somministrazione del lavoro. La quasi totalità di questa categoria di lavoratori è stata impiegata nell'ambito produttivo. [GRI 2-8]

Dipendenti, per tipologia di contratto e per genere, numero

Contratto a tempo indeterminato		2020	2021	2021*	2022
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	1.903	1.838	1.760	1.770
	Donne	1.031	1.015	1.000	1.022
Full-time	Uomini	1.871	1.806	1.729	1.741
	Donne	970	950	936	955
Part-time	Uomini	32	32	31	29
	Donne	61	65	64	67
Totale dipendenti a tempo indeterminato		2.934	2.853	2.760	2.792
Contratto a tempo determinato		2020	2021	2021*	2022
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	111	77	77	82
	Donne	119	83	83	93
Full-time	Uomini	84	56	56	55
	Donne	47	38	38	28
Part-time	Uomini	27	21	21	27
	Donne	72	45	45	65
Totale dipendenti a tempo determinato		230	160	160	175
Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)		3.164	3.013	2.920	2.970

Dipendenti, per tipologia di contratto, per genere e area geografica per il 2022, numero

Contratto a tempo indeterminato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	529	451	289	472
	Donne	266	341	128	220
Part-time	Uomini	4	7	7	11
	Donne	7	18	17	25
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	533	458	296	483
	Donne	273	359	145	245
Totale dipendenti a tempo indeterminato		806	817	441	728
Contratto a tempo determinato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	30	4	13	8
	Donne	5	8	8	7
Part-time	Uomini	0	27	0	0
	Donne	0	62	2	1
Dipendenti a tempo determinato	Uomini	30	31	13	8
	Donne	5	70	10	8
Totale dipendenti a tempo determinato		35	101	23	16
Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)		841	921	464	744

U: uomini D: donne

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

Percentuale di dipendenti per categoria professionale, genere e fascia d'età	2020		2021		2021*		2022	
	U	D	U	D	U	D	U	D
Dirigenti	67%	33%	71%	29%	70%	30%	69%	31%
di cui <30 anni	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	43%	79%	49%	80%	50%	80%	46%	75%
di cui >50 anni	55%	21%	51%	20%	50%	20%	54%	25%
Manager	59%	41%	58%	42%	58%	42%	57%	43%
di cui <30 anni	3%	1%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	52%	78%	51%	78%	52%	78%	52%	75%
di cui >50 anni	45%	21%	46%	18%	45%	18%	46%	21%
Impiegati	51%	49%	51%	49%	51%	49%	49%	51%
di cui <30 anni	11%	19%	11%	17%	11%	17%	11%	15%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	61%	58%	61%	55%	61%	55%	56%	60%
di cui >50 anni	28%	23%	29%	28%	28%	27%	33%	25%
Operai	75%	25%	76%	24%	75%	25%	73%	27%
di cui <30 anni	18%	23%	17%	19%	18%	19%	19%	24%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	52%	49%	51%	53%	53%	54%	54%	53%
di cui >50 anni	30%	29%	32%	27%	30%	28%	27%	23%

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 che operino presso MZB.

Un esempio virtuoso all'interno del Gruppo è **Segafredo Zanetti Italia** che ha 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*.

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.

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 in **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.

MZB Brasil non dispone di una specifica politica per la gestione degli aspetti legati alla salute e la sicurezza sui luoghi di lavoro ma organizza eventi per la sicurezza sul lavoro, tramite il CIPA (Internal Commission for Accident Prevention) e 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. Anche **Boncafé International** conduce risk assessment in materia di Salute e Sicurezza ed ha certificato il proprio impegno a riguardo raggiungendo il terzo livello del programma BizSAFE (bizSAFE Level 3)¹⁷.

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

¹⁷ bizSAFE Level 3 riconosce che l'azienda ha condotto un risk assessment per ogni attività e processo lavorativo nel vostro luogo di lavoro, in conformità con i requisiti delle WORKPLACE SAFETY AND HEALTH (RISK MANAGEMENT) REGULATIONS

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" per tutti i dipendenti, "Training First aid & CPR Training", "Ergonomic training" e "Training Fire drill and 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. Inoltre, dal 2022 la società ha inserito nel risk assessment anche i rischi legati al mobbing e alle molestie sul luogo del lavoro, creando successivamente delle policy ad hoc per gestire tali rischi.

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 2022 è diminuito il tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza relativo ai dipendenti, raggiungendo il valore più basso nell'ultimo triennio. Dall'analisi di questi dati emerge che, a fronte della riduzione del numero di infortuni, si è registrata una diminuzione 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 - dipendenti

DIPENDENTI	2020	2021	2021*	2022
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Infotuni sul lavoro con giorni di assenza	40	44	44	31
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	0	1	1	0
Altri infotuni sul lavoro	22	22	22	26
Totale infotuni sul lavoro	62	66	66	57
Giorni di assenza per infotuni sul lavoro registrabili	1.710	2.673	2.553	2.213
Ore lavorate	5.852.629	5.770.616	5.648.357	5.666.257
Infotuni in itinere	10	15	15	19
Tasso di decessi a seguito di infotuni sul lavoro	0,0	0,0	0,0	0,0
Tasso di infotuni sul lavoro con giorni di assenza	6,8	7,6	7,8	5,5
Tasso di infotuni sul lavoro TOTALE	10,6	11,4	11,7	10,1
Tasso di infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	0,0	0,2	0,2	0,0

Infortuni sul lavoro – altri lavoratori

ALTRI LAVORATORI	2020	2021	2021*	2022
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	3	5	5	0
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	0	0	0	0
Altri infortuni sul lavoro	2	0	0	3
Totale infortuni sul lavoro	5	5	5	3
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	54	109	109	0
Ore lavorate	181.813	127.402	127.402	88.668
Infortuni in itinere	0	2	2	3
Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza	16,5	39,2	39,2	0,0
Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE	27,5	39,2	39,2	33,8
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	0	0	0	0



7. L'AMBIENTE

An aerial photograph showing a coastal landscape. The top half of the image is dominated by a deep blue ocean with white waves crashing against a rocky shore. Below the ocean, the land is covered in lush green vegetation, which is terraced into rows, suggesting a plantation or agricultural field. The terrain is hilly, and the rows of crops follow the contours of the land. The overall scene is vibrant and natural.

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'IPCC¹⁸ 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).¹⁹ 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

¹⁸ 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.²⁰

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 2022, la gestione operativa degli aspetti ambientali è proseguita in capo alle singole società del Gruppo.

¹⁹ UN, 2019: "The United Nations world water development report 2019: Leaving no one behind"

²⁰ 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, Segafredo Zanetti Poland, Massimo Zanetti Beverage Vietnam, Boncafé Thailand e Meira) adottano un **sistema di gestione ambientale formalizzato**.

Meira e Segafredo Zanetti Italia dispongono di un **sistema di gestione ambientale certificato** in accordo allo standard internazionale **ISO 14001:2015**, il punto di riferimento internazionale in materia. **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 2022 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, la società è chiamata a redigere un report ambientale annuale 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.

7.1 La 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 practice e le iniziative già implementate o in fase di sperimentazione all'interno di alcune società più sensibili a determinati temi.

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

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

ENERGIA

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

EMISSIONI

- Monitoraggio costante delle emissioni di gas serra

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

RIFIUTI

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

MATERIE PRIME

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

I responsabili della gestione delle tematiche ambientali all'interno di ciascuna società e tutti i dipendenti del Gruppo 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**²¹ 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 **Distribuidora Café Montaña**, supporta il proprio governo nel raggiungimento del Piano Nazionale di Decarbonizzazione del Costa Rica. Infatti, oltre ad aver raggiunto l'ambizioso obiettivo di ottenere la certificazione "Carbon Neutral" in relazione all'inventario 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** 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, Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan, The Bean Alliance**.

Tiktak, nel corso del 2022 ha continuato 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.

MZB Iberia, nel corso del 2022 ha installato un secondo impianto fotovoltaico, che, insieme a quello installato nel 2020, ha consentito

²¹ Con Carbon Neutrality si intende il risultato di un processo di riduzione e compensazione delle emissioni di CO₂ di una specifica entità, tale per cui le emissioni totali di anidride carbonica risultino pari a zero.

di produrre internamente il 37% del fabbisogno energetico totale della società. Allo stesso modo, anche SZ Austria ha raggiunto l'obiettivo di favorire il proprio fabbisogno energetico attraverso l'autoproduzione di energia elettrica, a seguito dell'installazione di un impianto fotovoltaico.

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. 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.

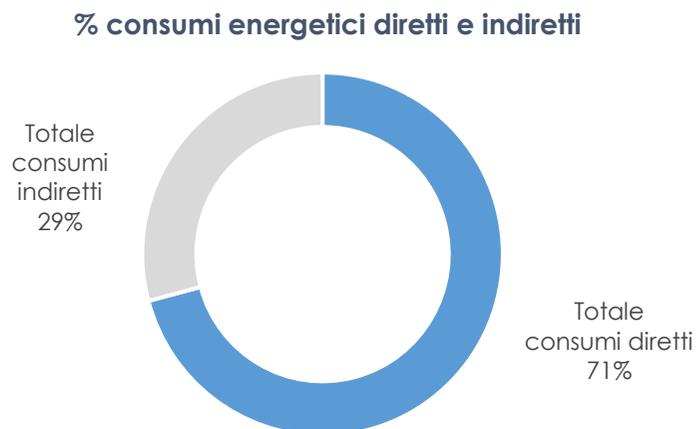
Al fine di ridurre e compensare le proprie emissioni di anidride carbonica, negli anni **SZ France, Brodies e SZ Deutschland** hanno rinnovato la propria flotta auto con una costituita da auto ibride.

Infine, SZ Austria Meira, acquistano energia elettrica certificata proveniente da fonti rinnovabili a copertura della totalità del proprio fabbisogno.

L'insieme delle attività sopra menzionate in relazione all'approvvigionamento energetico hanno contribuito a ridurre i consumi energetici diretti del Gruppo, con una contrazione del 12% rispetto al 2021*.

Consumi energetici, in GJ

Nel 2022, MZBG ha registrato consumi energetici complessivi pari a circa 541.016 GJ, in diminuzione del 9% rispetto al 2021*. [GRI 302-1]



Complessivamente il livello di utilizzo di energia elettrica rimane in linea con il 2021*, con una diminuzione del 3%. Inoltre, nel 2022 circa il 20% dei consumi di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili.

²² 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 diretti	2020	2021	2021*	2022
Benzina ²²	66.174	17.927	17.740	21.333
Gasolio ²³	69.835	81.732	81.632	76.792
Gas naturale	278.935	288.972	286.554	255.540
GPL	33.228	46.698	46.698	26.809
Biogas	2.497	2.517	2.517	2.845
Etanolo	2.660	2.219	2.219	0
Totale consumi diretti	453.329	440.064	437.361	383.318
Consumi indiretti	2020	2021	2021*	2022
Energia elettrica	126.050	126.981	125.698	122.289
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	22.283	19.694	19.694	22.166
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	113	1.069	1.069	1.699
Energia per riscaldamento	11.195	13.210	13.210	11.543
Energia per raffrescamento	124	119	119	0
Totale consumi indiretti	159.765	161.074	159.791	157.698
Consumi energetici diretti e indiretti	613.094	601.138	597.152	541.016

²³ Nel Bilancio di Sostenibilità 2021 è stato riportato che il consumo di gasolio per gli anni 2021 e 2020 è stato rispettivamente di 80.826 e 68.599 GJ, a causa di errata conversione. Di conseguenza sono state modificate (*restated*) anche le relative emissioni di GHG Scope 1.

Dati i consumi energetici rilevati, e in accordo con il Greenhouse Gas Protocol²⁴, le emissioni di CO_{2eq} sono rendicontate sotto forma di:

- **emissioni dirette** (Scope 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** (Scope 2) [GRI 305-2], per trasformazioni energetiche acquistate e utilizzate dall'azienda.

Essendo direttamente correlate ai consumi energetici, l'andamento delle emissioni è in linea con questi ultimi: la diminuzione nei consumi energetici ha causato una conseguente diminuzione complessiva nelle emissioni (nel 2022, le emissioni complessive sono diminuite del 12%, passando da 41.872 tonnellate di CO_{2eq} nel 2021* a 36.656 tonnellate di CO_{2eq}). Pertanto, la riduzione delle emissioni è da attribuire alle iniziative legate alla transizione a fonti rinnovabili e all'efficienza energetica. In particolare, tale riduzione è legata all'acquisto del 100% di energia da fonti rinnovabili da parte di SZ Austria e Meira, che hanno così contribuito ad aver evitato l'emissione di 359 tonnellate di CO_{2eq} nel 2022²⁵. Inoltre, Meira contribuisce al contenimento delle emissioni di CO_{2eq} a livello di Gruppo, anche grazie alla scelta di utilizzare il Biogas, un combustibile che ha un fattore emissivo nullo.

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

Emissioni dirette (tonCO_{2eq})	2020	2021	2021*	2022
Da consumo di benzina	4.667	1.266	1.253	1.182
Da consumo di gasolio ²⁶	5.216	6.118	6.111	5.069
Da consumo di gas naturale	15.776	16.285	16.148	14.291
Da consumo di GPL	2.609	2.986	2.986	2.447
Da consumo di Etanolo	184	153	153	0
Totale emissioni dirette	28.452	26.808	26.651	22.989
Emissioni indirette (tonCO_{2eq})	2020	2021	2021*	2022
Da energia elettrica (L.B.)	15417	14704	14.589	13.119
Da riscaldamento	537	627	627	547
Da raffrescamento	6	6	6	0
Totali emissioni indirette L.B.	15.960	15.336	15.221	13.666
Totale emissioni (dirette e indirette LB)	44.320	42.077	41.872	36.656

²⁴ Il Greenhouse Gas Protocol è nato dalla partnership tra il World Resources Institute e il World Business Council for Sustainable Development, con l'obiettivo di definire degli standard globali per la misurazione e la gestione delle emissioni di gas a effetto serra

²⁵ Calcolate secondo la metodologia Market Based.

²⁶ Nel Bilancio di Sostenibilità 2021 è stato riportato che le emissioni legato al consumo di gasolio per gli anni 2021 e 2020 erano rispettivamente di 6.051 e 5.124. Per maggiori dettagli si rimanda alla Nota 24 e alla Nota Metodologica.

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 sesto 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 **Segafredo Zanetti Italia**.

MZB USA e SZ Austria, in un'ottica di economia circolare e di valorizzazione dei sottoprodotti, **vendono 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, in partnership con Università e centri di ricerca, azioni alternative per valorizzare tale tipologia di rifiuto, come le polveri di caffè in altri settori.

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 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**²⁷, **Boncafé International**, che permette di migliorare le performance relative alla produzione di rifiuti è quella che prevede il **riutilizzo dei sacchi di juta** e la loro vendita a esterni, trasformando, così, un prodotto di scarto in una risorsa. I sacchi di juta vengono infatti utilizzati nell'agricoltura per la protezione delle nuove culture o per la pacciamatura, per la creazione di tappeti, 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. 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

²⁷ Dal 2022 il 100% dei sacchi di juta utilizzati da SZ Italia vengono trattati come sottoprodotti e inviati a riciclaggio.

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.



Nel corso del 2022 il **Gruppo MZB** ha prodotto 6.101,8 tonnellate di rifiuti. [GRI 306-3] Inoltre, la quasi totalità dei rifiuti complessivi prodotti, cioè il 99,91%, è classificata tra i rifiuti non pericolosi.

Rifiuti prodotti in tonnellate

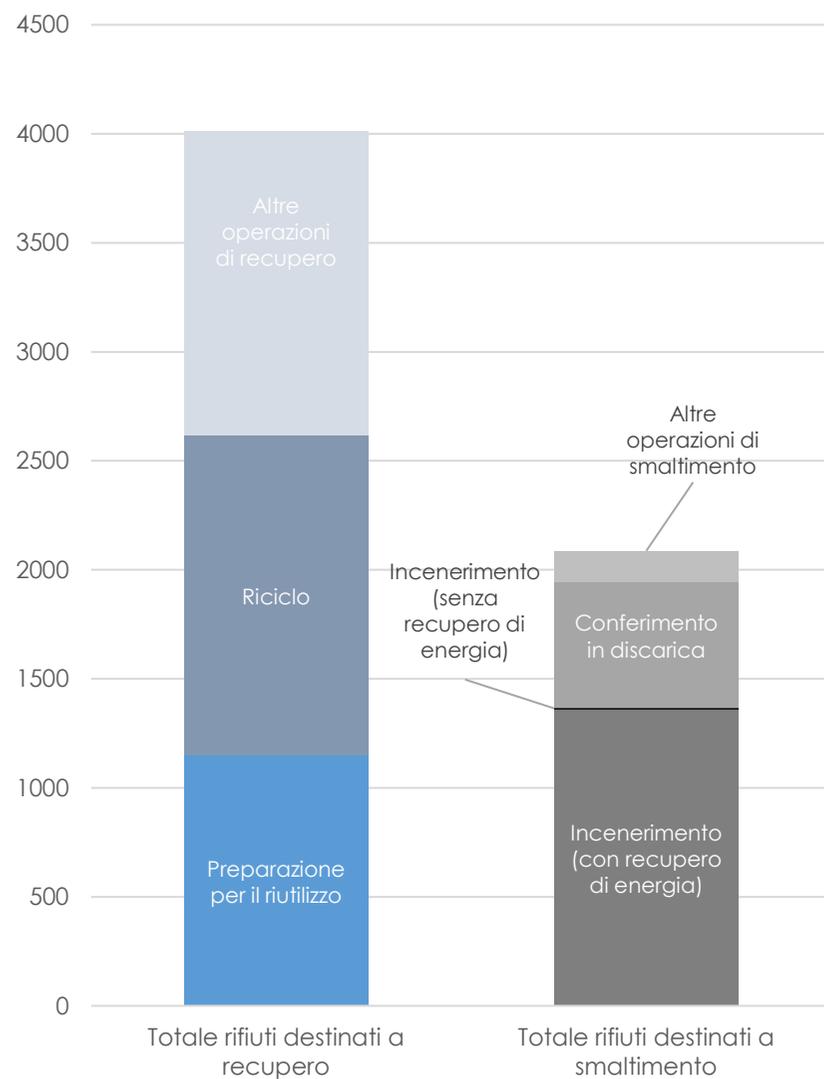
Composizione rifiuti non pericolosi (t)	Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti destinati a smaltimento	Rifiuti generati
Plastica	62,81	20,04	82,84
Carta	385,78	18,52	404,30
Metalli	304,82	0,20	305,02
Organico	343,68	106,07	449,75
Altri rifiuti di caffè non pericolosi	1.024,59	667,64	1.692,23
Tela	445,22	295,00	740,22
Legno	277,97	54,90	332,87
Materiale elettrico	16,05	4,84	20,89
Filtri dell'aria	0,17	0,00	0,17
Rifiuti liquidi	0,00	8,50	8,50
Falciature	1,40	0,00	1,40
Rifiuti generici	1.026,13	910,67	1.936,80
Rifiuti da costruzione	22,62	0,00	22,62
Acque di scarico	0,00	0,00	0,00
Rifiuti per recupero energetico	96,18	0,00	96,18
Fanghi di acqua piovana	0,00	0,00	0,00
Rifiuti minori ²⁸	2,37	0,12	2,49
Totale rifiuti non pericolosi	4.009,78	2.086,50	6.096,27

²⁸ 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).

Composizione rifiuti pericolosi (t)	Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti destinati a smaltimento	Rifiuti generati
Solventi	0,00	0,55	0,55
Oggetti contaminati	0,32	0,19	0,51
Olii	0,31	0,02	0,33
Filtri dell'olio	0,06	0,00	0,06
Batterie e accumulatori	0,46	0,00	0,46
Elettronica e apparecchiature elettriche contaminate	3,08	0,00	3,08
Lampadine	0,21	0,10	0,31
Toners & cartucce d'inchiostro	0,08	0,04	0,12
Materiali isolanti pericolosi	0,00	0,00	0,00
Vernici	0,12	0,00	0,12
Carta sporca di inchiostro e alcol	0,00	0,01	0,01
Contenitori con residui di sostanze pericolose	0,00	0,01	0,01
Totale rifiuti pericolosi	4,64	0,92	5,56
Rifiuti totali	4.014,41	2.087,42	6.101,83

Inoltre, il seguente grafico illustra la totalità dei rifiuti per destinazione. In particolare, più del 65% dei rifiuti viene destinato ad attività di recupero, riciclo o riutilizzo. [GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5]

Rifiuti per destinazione (2022)



Rifiuti destinati a recupero (t) 2022

Rifiuti pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Preparazione per il riutilizzo	0,00	0,17	0,17
Riciclo	0,00	3,95	3,95
Altre operazioni di recupero	0,00	0,30	0,30
Totale rifiuti pericolosi	0,00	4,41	4,41
Rifiuti non pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Preparazione per il riutilizzo	2,30	1.145,85	1.148,15
Riciclo	8,50	1.457,91	1.466,41
Altre operazioni di recupero	70,42	1.324,82	1.395,24
Totale rifiuti non pericolosi	81,22	3.928,57	4.009,80
Totale rifiuti	81,22	3.932,98	4.014,41

Rifiuti destinati a smaltimento (t) 2022

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	0,14	0,14
Conferimento in discarica;	0,00	0,62	0,62
Altre operazioni di smaltimento	0,00	0,10	0,10
Totale rifiuti pericolosi	0,00	0,85	0,85
Rifiuti non pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Incenerimento (con recupero di energia)	0,00	1.359,09	1.359,09
Incenerimento (senza recupero di energia)	0,00	10,18	10,18
Conferimento in discarica	0,00	576,38	576,38
Altre operazioni di smaltimento	0,00	140,89	140,89
Totale rifiuti non pericolosi	0,00	2.086,54	2.086,54
Totale rifiuti	0,00	2.087,42	2.087,42

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.

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 si era inizialmente fissata l'obiettivo 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 terreni²⁹ coltivati e all'utilizzo di materia organica compostata** ad alto potere fertilizzante. Tuttavia, Kauai Coffee ha dovuto traslare di un anno il raggiungimento dell'obiettivo (dicembre 2023), in seguito alla scoperta della presenza della ruggine fogliare del caffè sull'isola di Kauai, il cui contrasto ha rappresentato il principale impegno della società nel corso del 2022. Nello specifico, Kauai ha recentemente implementato l'uso di droni per perlustrare le aree di intervento, limitare i danni di eventuali parassiti e rispondere in modo efficiente e tempestivo.

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, proteggendo e migliorando le aree di nidificazione nelle montagne al centro dell'isola.

²⁹ 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, nel 2022 spicca il traguardo raggiunto da **Segafredo Zanetti Italia**, la quale è arrivata ad utilizzare il 100% delle confezioni di prodotto completamente riciclabili. La sostituzione dei materiali per il packaging è avvenuta su un duplice binario. Da un lato, la Società si è impegnata attivamente nella sperimentazione di nuove tipologie di imballi in plastica riciclabile, ed in particolare 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". Dall'altro, le confezioni di prodotto di polipropilene sono state completamente sostituite a favore di quelle monomateriale di carta certificata Forest Stewardship Council (FSC). Infine, nel 2022 SZ Italia ha incrementato l'utilizzo di capsule in alluminio 100% riciclabili e 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 produce etichette e 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.

MZB Iberia nel corso del 2022 ha continuato a lavorare alle innovative soluzioni per il packaging, che al contempo permettono di efficientare alcune fasi della produzione e della logistica.

Meira ha invece sviluppato una soluzione più ecologica per il packaging che permette di ridurre l'utilizzo di materiale da imballaggio. Per il packaging di alcuni dei suoi prodotti, la Società ha ridotto l'utilizzo dell'alluminio e della plastica complessivamente di circa il 30%.

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.

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.

Inoltre, nel 2022 la società francese ha sostituito completamente le capsule tradizionali con quelle compostabili per la linea *Quotidien Normandy*.

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 dal 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. Inoltre, ha iniziato la sperimentazione di una nuova tipologia di **imballaggio flessibile e compostabile** per le confezioni della polvere caffè da 1 kg.

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 standard del bicchiere per il caffè monodose negli Stati Uniti. Il packaging di altri prodotti, invece, è realizzato in **acciaio**, un **materiale altamente riciclabile**, che mantiene intatta la sua qualità.

Inoltre, nel 2021 la società americana si è allineata ad altre società del Gruppo introducendo capsule riciclabili al 100% per alcuni dei suoi marchi, nel caso della società americana prodotte con l'alluminio. Nel 2022, l'impegno su tale fronte è proseguito con l'introduzione sul mercato delle cialde di caffè compostabili per il marchio *Hills Bros*.



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



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**. Si tratta di 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.

Allo stesso modo, **Puccino's** vende e promuove l'uso delle KeepCups per ridurre in numero di bicchieri monouso applicando uno sconto sulle bevande acquistate che presentino questa tipologia di bicchiere. Mentre 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.

Nel 2022, **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**, 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, **SZEW Japan** ha rimosso tutti i bastoncini a

favore di quelli in legno e, in alcune caffetterie, sono state sostituite le cannucce di plastica con quelle di carta.



NATURA – PIÙ DI UN CAFFÈ, UN IMPEGNO CONCRETO

A dimostrazione del suo impegno concreto a favore della sostenibilità, Segafredo Zanetti ha creato "**Natura**", un progetto sostenibile in grado di generare un impatto ambientale, sociale ed economico positivo sulle persone e sul pianeta.

Segafredo Natura Bio, la nuova miscela 100% arabica da **agricoltura biologica**, è un prodotto d'eccellenza coltivato utilizzando solo l'impiego di sostanze naturali ed evitando lo sfruttamento eccessivo delle risorse.

L'intera fase produttiva di Segafredo Natura, dalla coltivazione nei Paesi di origine alla tostatura e al confezionamento presso gli stabilimenti, **tutela l'equilibrio naturale dell'ecosistema**.

L'azienda adotta metodi che garantiscono il rispetto della terra, limitando o evitando il ricorso a prodotti e sostanze di sintesi chimica, contribuendo a mantenere alti i livelli di biodiversità.

Inoltre, con l'obiettivo di coinvolgere partner, clienti e consumatori nel percorso di sostenibilità, Segafredo offre loro la possibilità di giocare un ruolo fondamentale nella protezione e preservazione dell'ambiente.

Per ogni nuovo cliente bar di Segafredo Natura Bio, l'azienda si è impegnata a piantare **10 nuovi alberi** in un'area naturale protetta alle pendici del monte Majella in Abruzzo, dando vita alla prima foresta Segafredo in Italia.

Inoltre, i bar che acquistano Segafredo Natura Bio possono mettere a disposizione dei loro clienti diversi **materiali** come i tovaglioli **Made in Italy 100% riciclabili**, i bicchierini "take away" compostabili e lo zucchero biologico.

I consumatori, infine, ricevono in omaggio con ogni caffè un sacchetto con la posa da poter riutilizzare a casa per diversi usi, ad esempio, come fertilizzante per le piante.



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.

Inoltre, nel 2022 ha iniziato la collaborazione con la start-up Relevo GmbH per supportare e sensibilizzare i clienti nell'utilizzo del packaging riutilizzabile, elemento fondamentale nella lotta allo spreco alimentare.

Nel 2022 Massimo Zanetti Beverage Group ha utilizzato circa 17.053 tonnellate di materiale per il confezionamento dei prodotti, in diminuzione rispetto al 2021* (-5,4%). I consumi di materiale per imballaggi provenienti da risorse rinnovabili³⁰ – ovvero carta e cartone – corrispondono al 33% dei consumi complessivi [GRI 301-1]

Materiale per imballaggio, distinto per tipologia, in tonnellate

Materiale	2020	2021	2021*	2022
Carta	860	889	889	758
Plastica	3.051	3.039	3.039	2.808
Cartone e cartone ondulato	4.858	5.216	5.185	4.933
Vetro	419	309	309	299
Alluminio	131	106	106	141
Banda stagnata	7.246	6.095	6.095	5.717
Bobine	85	83	83	102
Legno (compresi pallet)	627	581	557	588
Acciaio	1	2	2	2
Poliaccoppiati (plastica, alluminio)	455	294	294	281
Film flessibile (plastica)	790	811	811	781
Juta	-	-	-	-
Altri (prevalentemente plastica)	627	679	669	642
Totale materiale	19.149	18.104³¹	18.040	17.053

³⁰ 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.

³¹ Nel Bilancio di Sostenibilità 2021 è stato riportato che il consumo di gasolio nel 2021 il Gruppo ha utilizzato circa 17.838 tonnellate di materiali confezionamento dei prodotti, a causa di un'imprecisione nel calcolo di una società controllata.

8. COMUNITÀ 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 2022, **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 che presentano una 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. In particolare, TikTak sostiene la ood Bank in Groningen (Netherlands), mentre MZB Brasil a diversi enti, tra cui anche alcuni ospedali come il Charity Hospital of Vargem Grande do Sul-Sao Paulo).

Anche **MZB USA** continua a sostenere le comunità locali attraverso il programma **MZB Way to Care**, con attività di volontariato e opportunità di donazione offerte durante l'anno per coinvolgere i dipendenti e sostenere le comunità e le organizzazioni locali.

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:

- **Sustainable 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.

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 produttrice di caffè Marcala in Honduras, attraverso la costruzione della prima aula completa di istruzione secondaria presso La Escuela Jaime Martínez Guzmán. MZB USA ha comunicato al SCC di aver raggiunto tale l'obiettivo nel mese di giugno 2022, portando così a termine l'ambizioso obiettivo di offrire ai bambini di questa comunità la possibilità di continuare il percorso scolastico oltre l'istruzione primaria, in un Paese in cui si registra un elevato tasso di abbandono scolastico ancora prima di terminare l'istruzione obbligatoria.

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.

9. FONDAZIONE ZANETTI ETS



Nata nel 2007, la Fondazione Zanetti Ets è un'organizzazione laica e indipendente che opera senza alcuna discriminazione di cultura, etnia o religione. La sua *mission* è diretta ad aiutare i minori che si trovano in condizioni di difficoltà attraverso il sostegno di progetti nazionali e internazionali che favoriscono in modo particolare l'assistenza alimentare e sanitaria, il supporto psicologico, l'accoglienza, l'istruzione. L'attenzione al mondo dei minori, al rispetto dei loro diritti, alla cooperazione, all'inclusione e alla solidarietà in generale, è alla base dell'attività della Fondazione Zanetti Ets che si sviluppa anche attraverso eventi di raccolta fondi e iniziative di sensibilizzazione per promuovere una cultura sempre dalla parte dei bambini. Attraverso il suo impegno, la Fondazione opera per costruire un mondo che rispetti i diritti dei minori, sanciti dalla Convenzione Onu sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, e dove la malnutrizione infantile non possa più fare soffrire milioni di minori ogni anno.

Dal 2017 ad oggi, la Fondazione ha sostenuto 249 progetti in oltre 25 paesi, ha realizzato 130 incontri di sensibilizzazione e formazione e 32 eventi di raccolta fondi.

Progetti sostenuti nel 2022

Nel 2022 la Fondazione Zanetti Ets ha sostenuto 18 progetti in Italia e in altri paesi del mondo. Attraverso una sinergia costante con diverse organizzazioni non profit, ha lavorato per rispondere a bisogni reali di minori in difficoltà e per portare un cambiamento concreto nelle loro vite.

Brasile | L'arte della ceramica per l'inclusione sociale

Ente promotore: Instituto Rogacionista Santo Anibal

Il Centro De Convivência Santo Aníbal di Bahia opera per accogliere e proteggere bambini e adolescenti in situazione di rischio e vulnerabilità sociale. Uno spazio di promozione umana che segue circa 200 minori e dove tutte le attività sono gratuite. Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets è stato possibile acquistare diversi strumenti indispensabili per ampliare un laboratorio di ceramica utilizzato per attività ricreative e per formare e professionalizzare adolescenti, ragazze e ragazzi di famiglie in difficoltà.

Guatemala | Promozione dei diritti delle bambine e delle donne e prevenzione della violenza di genere

Ente promotore: CEFA Onlus

In Guatemala donne, ragazze e bambine, soprattutto se indigene, vivono gravi situazioni di disagio, oppressione e violenza sessuale, fisica, economica e psicologica. Per sostenerle e aiutarle a sviluppare una loro autonomia, con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets è stato possibile iscrivere a scuola 30 bambine e acquistare per loro il materiale scolastico necessario. Inoltre, si è potuto supportare il lavoro di un educatore e offrire borse di studio e workshop a 100 bambine e adolescenti maya del Dipartimento del Quiché, uno dei più poveri del paese.

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

Ente promotore: Fondazione Canossiana Voica Onlus

Sostenuto dal 2018, il progetto si sviluppa nel Centro de Salud Sagrada Familia, struttura gestita dalle suore canossiane e situata nel Barrio Pacu Cua di Encarnación, nel sud del paese. Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets è stato possibile seguire i minori, in





Tanzania | Lotta alla malnutrizione nelle Regioni di Iringa e Njombe

Ente promotore: Medici con l'Africa Cuamm

Il progetto, sostenuto da Fondazione Zanetti Ets per il terzo anno consecutivo, ha visto un'azione integrata di lotta alla malnutrizione con interventi in ambito agricolo, sociosanitario e nutrizionale permettendo di migliorare lo stato di salute delle comunità, prima di tutto di mamme e bambini sotto i 5 anni. In particolare, nel 2022 è stata realizzata una nuova unità malnutriti nell'ospedale distrettuale di Kilolo, punto di riferimento per casi gravi di malnutrizione acuta severa, che può contare su un medico e due infermieri specializzati.

Uganda | Un futuro migliore per i ragazzi capofamiglia

Ente promotore: Good Samaritan Onlus

Attraverso il conferimento di borse di studio e la consegna di un kit lavoro, il progetto sostenuto da Fondazione Zanetti Ets ha favorito l'istruzione e l'inserimento professionale di 10 ragazze e ragazzi capofamiglia in condizioni di vulnerabilità socioeconomica e in assenza di figure adulte di riferimento stabile. I beneficiari, dopo alcuni incontri individuali di conoscenza e orientamento, hanno scelto di intraprendere percorsi di studio e di lavoro diversi grazie al coinvolgimento di varie scuole professionali del dipartimento di Gulu, nel nord del paese.

Zambia | Educazione per tutti a Mundolobela

Ente promotore: Associazione Progetto Jacaranda Onlus

Favorire l'istruzione attraverso l'acquisto di attrezzature scolastiche, la costruzione e il mantenimento di scuole materne e di primo e secondo grado: sono questi gli obiettivi del progetto. I destinatari sono bambini e bambine, ragazze e ragazzi appartenenti a famiglie in difficoltà. Il sostegno della Fondazione Zanetti Ets ha contribuito alla realizzazione di un quinto edificio della St. Patrick's Secondary School, nel Villaggio Mundolobela, vicino a Livingstone. La struttura ha accolto nuove aule scolastiche per dare la possibilità a più minori di ricevere istruzione gratuita.

Ucraina | Riabilitazione fisica per i bambini malati di cancro

Ente promotore: Amici dei popoli Padova

In un momento così complesso per l'Ucraina, Fondazione Zanetti Ets ha sostenuto le cure riabilitative a favore di minori malati di cancro che sono stati curati negli ospedali ancora attivi del paese. In

particolare, le sedute di fisioterapia sono state a beneficio di 50 minori con tumori solidi negli arti inferiori o superiori e da tumori spinali. Le 730 sedute di fisioterapia, condotte da due fisioterapisti che continuano a implementare nuovi metodi di riabilitazione, si sono svolte nelle sale dedicate, ma, in situazioni particolari, anche online ottenendo comunque ottimi risultati.

Italia | Nuovi Orizzonti. Cure per bambini con gravi patologie

Ente promotore: Associazione Cosmohelp Odv

Il progetto ha contribuito a curare in Italia minori stranieri con gravi patologie non curabili nei loro paesi d'origine. Le spese di ricovero e intervento sono state a carico dell'Assessorato alla Sanità della Regione Emilia-Romagna, mentre tutti gli altri costi - viaggi aerei, trasporti interni, ospitalità nei periodi di dimissione dall'ospedale, medicinali e riabilitazione - hanno fatto parte delle spese previste dal progetto. Grazie al sostegno della Fondazione Zanetti Ets è stato possibile contribuire alla cura di quattro bambini affetti da cardiopatia congenita e di un bambino affetto da leucemia.

Italia | Con Fido, letture assistite per bambini con bisogni educativi speciali

Ente promotore: Rocking Motion

Sviluppatosi nella BRaT - Biblioteca dei Ragazzi di Treviso, questo progetto ha permesso di svolgere letture assistite con cani per motivare e facilitare alla lettura bambini di 6 e 7 anni con bisogni educativi speciali. I reading dog aiutano i minori a riprendere fiducia in sé stessi e ad affrontare le difficoltà nella lettura a voce alta. Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets è stato possibile accompagnare 5 bambini in sessioni di lettura incontri individuali di conoscenza e orientamento seguite da logopediste.

Italia | La foresteria A Casa con le farfalle

Ente promotore: Associazione La Fenice Onlus

I disturbi del comportamento alimentare sono patologie che colpiscono soprattutto le donne e insorgono prevalentemente durante l'adolescenza sconvolgendo la vita delle persone. Fondazione Zanetti Ets ha sostenuto un progetto legato ad una delle strutture di riferimento in Italia per la cura di queste patologie: il Centro Provinciale di Portogruaro (Venezia). In particolare, ha contribuito alle spese necessarie per gestire una foresteria dedicata ai famigliari che devono assistere minori in cura nel Centro. Un aiuto importante dal punto di vista economico e psicologico per le famiglie lontane dai luoghi di origine.

Italia | Spazio Biscìò. Uno spazio di prossimità per bambine e bambini dei quartieri nord di Treviso.

Un luogo di idee, creativo e sperimentale che lavora con i bambini per promuovere cambiamento, integrazione ed inclusione. Inaugurato nel giugno del 2022 a San Paolo di Treviso, Spazio Biscìò accoglie i minori dei quartieri Nord della città tutti i pomeriggi, dal lunedì al venerdì, e offre loro una merenda sana, laboratori, incontri e supporto allo studio. Uno spazio ideato e progettato da Fondazione Zanetti Ets in sinergia con la Cooperativa La Esse, che ha proposto, e continua a proporre, ai tanti bambini accolti, ma anche alla comunità, percorsi educativi e formativi sempre gratuiti e realizzati da educatori qualificati.



Italia | Un nuovo dispositivo per la Terapia Intensiva Neonatale di Treviso.

Nel mese di ottobre Fondazione Zanetti Ets ha donato alla Terapia Intensiva Neonatale e Patologia Neonatale dell'ospedale Cà Foncello di Treviso, diretta dalla Professoressa Paola Lago, un sistema avanzato di monitoraggio continuo della funzione cerebrale nel neonato. Denominato Be Micro, il dispositivo di ultima generazione permette di avere informazioni immediate sulla funzionalità del cervello, senza dover attendere i tempi di lettura del classico elettroencefalogramma da parte del neurologo pediatra. I beneficiari sono tutti i neonati a rischio di esiti neurologici ricoverati nell'ospedale trevigiano.

Nepal | Educazione per i bambini di Kirtipur *Ente promotore: Fondazione Senza Frontiere Onlus*

A Kirtipur, città situata a 10 km da Kathmandu, si trova la Rarahil Memorial School che offre a più di 1000 minori un'educazione scolastica di primo livello e una preparazione per l'avviamento professionale. Nata grazie all'impegno dell'alpinista Fausto De Stefani, la struttura può contare su un gruppo di educatori locali qualificati e accogliere anche gli studenti più poveri che provengono da zone lontane. Fondazione Zanetti Ets ha dato continuità all'adozione a distanza di 10 minori coprendo le spese necessarie per il vitto e l'alloggio, l'acquisto di vestiario e di materiale didattico.



Insieme per i bambini del Brasile

Campagna in sinergia con Segafredo Zanetti S.p.A. e Cesvi

Promossa in sinergia con Segafredo Zanetti e CESVI, la campagna Insieme per i bambini del Brasile ha permesso alla Fondazione Zanetti Ets di sensibilizzare e raccogliere fondi destinati ad un importante progetto per i bambini che abitano a Manguinhos, un complesso di 13 favelas alla periferia di Rio de Janeiro dove vivono più di 55.000 persone. Il progetto si è sviluppato nella Casa del Sorriso di Cesvi che accoglie i minori proteggendoli dall'emarginazione, dalla violenza e dal disagio sociale e offre loro cibo, cure mediche, educazione, attività ludico-ricreative e supporto psicologico. Un luogo dove i bambini e le bambine imparano che quello che conta non è semplicemente sopravvivere, ma soprattutto studiare e costruire un futuro migliore lontano dalla favela e dalla violenza.

Iniziative ed eventi 2022

Passi verso l'Altrove 2022-2023

Incontri con le scuole

Novembre e dicembre 2022

Con i primi due appuntamenti nel 2022, la Fondazione Zanetti Ets è tornata, dopo un periodo di sospensione causato dalla pandemia, a proporre alle scuole il ciclo di incontri denominato Passi verso l'Altrove. La nuova stagione è stata inaugurata con la proiezione del documentario Passi verso l'Altrove al Cinema Edera di Treviso, e, successivamente, con un incontro che ha visto Enrico Galliano, scrittore di numerosi bestsellers e docente, dialogare in modo interattivo con gli studenti sui temi della felicità, dell'importanza di sbagliare, dell'amore, del coraggio e della libertà.



Cuori nella tempesta

Incontro pubblico con Alberto Pellai e Enrico Galiano
31 marzo, Auditorium Fondazione Cassamarca, Treviso.

Alberto Pellai, psicoterapeuta e scrittore, ed Enrico Galiano, insegnante e scrittore, per la prima volta insieme per parlare di sfide educative e sfide evolutive della generazione Covid. La conversazione, guidata dalla giornalista Valentina Calzavara, ha coinvolto genitori, insegnanti, educatori e psicologi per accompagnare i giovani a crescere con consapevolezza e ad entrare con loro in empatia, anche a partire dai loro sbagli. L'appuntamento, sold-out, ha visto la partecipazione di oltre 500 persone.

Fiabe al parco 2022

Lecture animate per bambini
15 maggio, Parco di Villa Zanetti, Villorba (Treviso).

L'atteso appuntamento con le letture di fiabe a cura dei volontari dell'associazione *LILT Giocare in corsia* ha coinvolto, anche in questa edizione, moltissimi bambini e adulti.

Le offerte libere raccolte in questa occasione sono state devolute all'associazione che da 30 anni propone attività ricreative ai piccoli pazienti della Pediatria dell'Ospedale Ca' Foncello di Treviso e dell'Ospedale di Conegliano per rendere la corsia un luogo a misura di bambino.



Leggi qui. Guida galattica (e)norme per adolescenti

Presentazione del libro

28 settembre, Auditorium di Villa Zanetti, Villorba (Treviso).

Leggi qui. Guida galattica (e)norme per adolescenti (Mondadori) è una guida 3.0 di educazione civica per aiutare i giovani e chi vuole educare alla legalità a orientarsi tra leggi, norme, diritti e doveri di tutti i cittadini. Scritta con l'Associazione Nazionale Magistrati e il contributo di molti autori e personaggi, la guida è stata presentata da Andrea Gajo, avvocato e consigliere della Fondazione Zanetti Ets, Silvia Melandri, avvocato e curatrice del libro, e da Maria Grazia Martelli, avvocato e membro dell'associazione *Libera, Nomi e numeri contro le mafie*.

Lucille degli Acholi

Presentazione del libro

1° ottobre, Palazzo Rinaldi, Treviso.

In sinergia con la Fiera 4 Passi Treviso e il Treviso Comic Book Festival, è stata presentata la graphic novel *Lucille degli Acholi* (Editrice Il Castoro) di Ilaria Ferramosca con le illustrazioni di Chiara Abastanotti. Il libro racconta la vita straordinaria di Lucille Teasdale una donna che ha saputo lottare per il suo grande sogno di diventare chirurga, sfidando i pregiudizi del tempo, e per rendere il mondo un luogo migliore. All'incontro, ha partecipato Dominique Corti, figlia di Lucille, medico e presidente della Fondazione Corti che la Fondazione Zanetti Ets sostiene da diversi anni supportando il reparto pediatrico del Lacor Hospital in Uganda.

Perlasca, il coraggio di dire no

Spettacolo teatrale di e con Alessandro Albertin

4 novembre, Teatro Busan, Mogliano.

Un monologo affascinante, travolgente e commovente sulla storia di Giorgio Perlasca, un Giusto tra le Nazioni. Un uomo normale che nella Budapest del 1944 si mette al servizio dell'Ambasciata di Spagna e affronta la morte ogni giorno per salvare la vita a più di 5.200 persone. Vive nell'ombra per più di 40 anni finché nel 1988 il suo eroismo viene reso noto al mondo. Il ricavato di questo spettacolo, a cui hanno partecipato più di 150 persone, è stato destinato ai progetti per i bambini in difficoltà sostenuti dalla Fondazione Zanetti Ets.

Passi verso l'Altrove, il documentario

Incontri pubblici

Il viaggio del documentario *Passi verso l'Altrove*, diretto da Marco Zuin e prodotto nel 2020 dalla Fondazione Zanetti Ets per celebrare 10 anni di incontri di sensibilizzazione per le scuole, è continuato anche nel 2022 in numerose occasioni pubbliche e in sinergia con diverse realtà non profit. Le presentazioni, accompagnate dallo staff della Fondazione e dal cast del film, hanno suscitato sempre attenzione e curiosità verso le storie, i protagonisti e i progetti raccontati.

Fondazione Zanetti Onlus

Viale Felissent 53 - 31020 Villorba (Treviso)

Tel. 0422.312680

fondazionezanetti-ets.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 sesta edizione del Bilancio di Sostenibilità, in continuità alla precedente versione pubblicata il 4 ottobre 2022.

Il perimetro di rendicontazione per tutte le informazioni non finanziarie comprende 25 delle 57 società controllate dal Gruppo in Italia e all'estero, di cui 18 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.

A partire dal 2022 è stata esclusa dal perimetro di rendicontazione La San Marco SpA in seguito alla cessione della stessa, intervenuta a Febbraio 2023. Al fine di garantire il rispetto dei principi di rendicontazione illustrati nel “GRI 1: Principi fondamentali 2021”, e in particolare il principio della comparabilità, è stata introdotta una colonna aggiuntiva nelle tabelle, denominata “2021*”. Tale colonna riporta i dati relativi al FY 2021 escludendo i dati de La San Marco SpA. Si precisa che i commenti ai trend nel periodo 2022-2021 fanno riferimento alla colonna 2021*.

I dati inseriti nelle tabelle e nei grafici fanno riferimento all'intero perimetro di consolidamento. Le eccezioni a questo perimetro sono esplicitamente riportate all'interno del documento.

Il presente di Bilancio di Sostenibilità è stato predisposto secondo l'approccio *with reference* previsto dai GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards) del 2021: si rimanda al GRI Content Index per maggiori dettagli sugli indicatori utilizzati. Inoltre, per rendicontare alcuni temi rilevanti sono altresì stati utilizzati alcuni specifici del Sector Supplement “Food Processing” delle Linee guida GRI-G4.

Il Bilancio di Sostenibilità viene sottoposto a un controllo interno dalla Funzione Sostenibilità e approvato dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo. È altresì oggetto di revisione limitata da parte della società terza indipendente PricewaterhouseCoopers Business Services SpA.

A fronte di affinamenti del processo di reporting di Gruppo, la Società ha valutato di aggiornare alcuni dati relativi agli esercizi 2021 e 2020, risultati imprecisi. I dati aggiornati (*restated*) sono riportati ai paragrafi: 7.2 *Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali* e 7.3 *Packaging sostenibile e circolarità*.

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.

Dipendenti e altri lavoratori che non sono dipendenti

Il conteggio del numero di lavoratori è stato effettuato seguendo la metodologia per teste.

Tassi di infortunio

Il tasso di infortuni è stato calcolato attraverso la seguente formula:

$$\frac{\text{numero di infortuni}}{\text{numero di ore lavorate}} \times 1.000.000$$

Consumi energetici ed Emissioni di gas serra

Per rappresentare i consumi energetici in GJ e le emissioni dirette di gas serra (Scope 1), MZBG ha utilizzato rispettivamente i fattori di conversione e di emissione forniti dal Department for Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) del Regno Unito per gli anni 2022, 2021 e 2020.

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_{2eq} sono indicati nelle tabelle che seguono.

Fonte Combustibile	Fonte del fattore di emissione
Diesel Benzina GPL Gas naturale	DEFRA (Department of Environment, Food & Rural Affairs), Conversion factors 2022
Etano	GHG Protocol - Emission Factors from Cross-sector Tools
Energia Elettrica	<p>Le emissioni indirette di gas serra legate all'acquisto di energia (Scope 2) sono state calcolate in maniera conservativa, utilizzando esclusivamente l'approccio Location-based, in quanto non risultavano disponibili i residual mix di alcuni Paesi, necessari per utilizzare l'approccio Market-based.</p> <p>Per quanto riguarda il calcolo delle emissioni secondo l'approccio Location Based, sono stati utilizzati i fattori più recentemente disponibili per ciascun Paese, considerando AIB (Association of Issuing Body) 2022 e DEFRA Conversions Factors 2022.</p> <p>Si specifica che nel caso degli USA il documento di riferimento è stato il Database e-GRID 2022 dell'EPA.</p> <p>Per Vietnam, Costa Rica e Malaysia sono stati utilizzati i Default Grid Factors 2021 redatti dall'IFI TWG (Technical Working Group of the International Financial Institutions).</p> <p>Nel caso di Brasile e Giappone, i fattori sono stati reperiti dal Climate Transparency Report 2022.</p> <p>Per gli Emirati Arabi Uniti, la fonte è stata la Dubai Electricity & Water Authority (DEWA) 2021.</p> <p>Per l'Australia sono stati utilizzati i fattori dell'Australian Government Department of Environment & Energy Emissions Factors 2022.</p> <p>Infine, per Singapore e Thailandia sono stati utilizzati i fattori forniti dalle autorità governative (rispettivamente, Singapore Energy Market Authority (EMA) 2021 e Thai Government Ministry of Energy) 2021.</p>

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
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

Per qualsiasi chiarimento, Vi invitiamo a contattare la Funzione Affari Legali e Societari di MZB Group: marina.cargnello@mzbggroup.com

GRI Content Index

Dichiarazione di Utilizzo	Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo GRI Content Index per il periodo 01/01/2022 – 31/12/2022 secondo l'approccio <i>with reference</i> dei GRI Standards.
GRI 1 utilizzato	GRI 1: Foundation 2021

GRI STANDARD	INDICATORI	RIFERIMENTO	NOTA/OMISSION
GRI 2: INFORMAZIONI GENERALI 2021			
GRI 2-1	Dettagli dell'organizzazione	Nota Metodologica	
GRI 2-2	Società incluse nel report di sostenibilità	Nota Metodologica	
GRI 2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Nota Metodologica	
GRI 2-4	Rettifiche delle informazioni	Nota Metodologica	
GRI 2-5	Assurance esterna	Nota Metodologica	
GRI 2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	
GRI 2-7	Dipendenti	6.5 Diversità e pari opportunità	
GRI 2-8	Lavoratori non dipendenti	6.5 Diversità e pari opportunità	
GRI 2-9	Struttura e composizione della governance	3.1 La Corporate Governance	
GRI 2-11	Presidente del massimo organo di governo	3.1 La Corporate Governance	
GRI 2-12	Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	2.1 The Sustainable Blend	
GRI 2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2.1 The Sustainable Blend	
GRI 2-15	Conflitti di interesse	3.4 Il Modello Organizzativo 231	Non inserito il processo di comunicazione dei conflitti di interesse a stakeholder
GRI 2-16	Comunicazione delle criticità	3.4 Il Modello Organizzativo 231	Non rendicontato il numero e natura delle criticità comunicate al massimo organo di governo
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2.1 The Sustainable Blend	
GRI 2-23	Impegno in termini di policy	2.1 The Sustainable Blend 3.4 Il Modello Organizzativo 231 4.1 La nostra politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo 5.3 La politica della qualità di Gruppo 7.1 La nostra politica ambientale di Gruppo	
GRI 2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	3.4 Il Modello Organizzativo 231	
GRI 2-27	Conformità a leggi e regolamenti	3.4 Il Modello Organizzativo 231	
GRI 2-28	Adesioni ad associazioni	3.5 La creazione di valore sostenibile	
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2.2 Dialogo con gli Stakeholder e Matrice di materialità	

GRI 2-30	Accordi di contrattazione collettiva	6.5 Diversità e pari opportunità	
GRI 3: TEMATICHE MATERIALI 2021			
GRI 3-1	Processo per determinare le tematiche materiali	2.2 Dialogo con gli Stakeholder e Matrice di materialità	
GRI 3-2	Elenco delle tematiche materiali	2.2 Dialogo con gli Stakeholder e Matrice di materialità	
TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC			
Compliance, etica e integrità			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	3.5 La creazione di valore sostenibile	
GRI 201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	3.5 La creazione di valore sostenibile	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti all'intero Gruppo, in allineamento con il Bilancio Finanziario Consolidato.</i>
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	3.4 Il Modello Organizzativo 231	
GRI 206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	3.4 Il Modello Organizzativo 231	
GRI 207-1	Approccio alla fiscalità	3.3 Rispetto della normativa fiscale	
GRI 207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	3.3 Rispetto della normativa fiscale	
GRI 207-3	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	3.3 Rispetto della normativa fiscale	
Packaging e innovazione sostenibile			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	7.3 Packaging sostenibile e circolarità	
GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	7.3 Packaging sostenibile e circolarità	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
Efficienza energetica e cambiamento climatico			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
Gestione responsabile dei rifiuti ed economi circolare			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
GRI 306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
GRI 306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	7.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	

Benessere professionale e retention		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	6.2 Benessere professionale e retention
GRI 401-1	Nuove assunzioni e turnover	6.2 Benessere professionale e retention
Salute e sicurezza sul lavoro		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-3	Servizi di medicina del lavoro	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-6	Promozione della salute dei lavoratori	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	6.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro
Formazione e sviluppo dei dipendenti		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	6.3 Formazione e sviluppo
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	6.3 Formazione e sviluppo
Diversità e pari opportunità		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	6.5 Diversità e pari opportunità
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	6.5 Diversità e pari opportunità
Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità
NON GRI	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità
Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	5.1 La centralità del cliente
GRI 417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	5.1 La centralità del cliente
GRI 417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	5.1 La centralità del cliente
Qualità e sicurezza del prodotto		
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	5.4 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto

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	5.4 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti			
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	
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	4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
NON GRI	Volume di acquisti per qualità di caffè e origine	4.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	



MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP SPA

**RELAZIONE DI REVISIONE LIMITATA SUL BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ**

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2022

Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità 2022

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 "Massimo Zanetti Beverage Group") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

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 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), come descritto nella sezione "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

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 del Gruppo 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 dell'*International 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 Management 1 (ISQM 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 n. Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 06524620968 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Aldeò Gianna 72 Tel. 080 5640911 Fax 080 5640969 - Bologna 40124 Via Luigi Carlo Farini 10 Tel. 051 4386211 - Bolzano 39100 Via Alessandro Volta 134 Tel. 0471 066650 - Brescia 25121 Viale Duca d'Aosta 45 Tel. 030 3597591 - Cagliari 09123 Viale Diaz 29 Tel. 070 6848771 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 2482899 - Genova 10121 Piazza Cavour 9 Tel. 010 29041 - Napoli 80121 Via del Mille 16 Tel. 081 26181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873421 Fax 049 8734299 - Piacenza 33030 Via Belle Punte 36 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 6256313 Fax 091 7829221 / 90139 Via Roma 457 Tel. 091 6752111 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521 255911 Fax 0521 281844 - Pescara 66127 Piazza Ettore Troilo 8 - Roma 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 6920731 Fax 06 69207320 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773999 - Trento 38121 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 - Treviso 31100 Viale Folliant 50 Tel. 0422 310711 Fax 0422 312798 - Trieste 34127 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 2480718 Fax 040 264727 - Verona 37135 Via Francia 21/1 Tel. 045 8263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
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 nel "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 analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. 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 Segafredo Zanetti Austria GmbH 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, Segafredo Zanetti Italia SpA e Segafredo Zanetti Austria GmbH, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato interviste ed incontri nel corso dei quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base



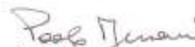
campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità di Massimo Zanetti Beverage Group relativo all'esercizio chiuso 31 dicembre 2022 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Treviso, 20 marzo 2024

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl


Paolo Bersani
(Partner)

Firmato digitalmente da: Paolo Bersani
Data: 20/03/2024 12:56:28



Kauai

<https://kauaicoffee.com/>