



BILANCIO DI  
SOSTENIBILITÀ 2023

*Massimo Zanetti*  
MASSIMO ZANETTI  
BEVERAGE GROUP

# SOMMARIO

MESSAGGIO AGLI STAKEHOLDER .....	4
1. IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE .....	4
1.1 Una Storia Di Passione Per Il Caffè.....	6
1.2 Mission E Valori .....	9
1.3 Presenza Globale.....	10
1.4 Il Nostro 2023.....	13
1.5 Il Nostro Approccio Alla Sostenibilità.....	14
The Sustainable Blend .....	15
Dialogo con gli Stakeholder e Analisi di materialità .....	19
2. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS .....	24
2.1 La Corporate Governance .....	25
2.2 Etica e compliance.....	26
2.3 Rispetto della normativa fiscale.....	26
2.4 Il Modello Organizzativo 231 .....	28
2.5 La creazione di valore sostenibile.....	30
3. LA CATENA DEL VALORE.....	32
3.1 La politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo .....	33
3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità.....	34
4. I PRODOTTI E I CLIENTI .....	45
4.1 La centralità del cliente.....	47
4.2 Innovazione e Ricerca .....	49
4.3 La politica della qualità di Gruppo .....	51

4.4 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto.....	52
5. LE PERSONE.....	56
5.1 Il capitale umano.....	57
5.2 Benessere professionale e retention.....	57
5.3 Formazione e sviluppo.....	59
5.4 La valutazione dei dipendenti.....	61
5.5 Diversità e pari opportunità .....	62
5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro.....	65
6. L'AMBIENTE .....	69
6.1 La politica ambientale di Gruppo .....	71
6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali .....	73
6.3 Packaging sostenibile e circolarità.....	81
7. COMUNITÀ LOCALI.....	86
Le nostre iniziative sociali .....	87
8. FONDAZIONE ZANETTI ETS.....	89
Appendice .....	96
Nota Metodologica.....	96
GRI Content Index.....	98





# 1. IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE

Da sempre  
ambasciatore  
del caffè  
nel mondo



# 1.1 UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ

Una storia con profonde  
radici italiane e una  
strategia improntata  
all'apertura ai mercati  
internazionali

Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. (di seguito anche “MZB” o “Gruppo”) è uno dei principali attori globali nel settore del caffè.

Fondato da Massimo Zanetti più di 50 anni fa, il Gruppo è **presente oggi in più di 110 paesi, conta 3.352 dipendenti** e ha chiuso il 2023 con un **fatturato di 1.1 miliardi di Euro**.

Massimo Zanetti Beverage Group **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.

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, è presente **lungo tutta la catena del valore del caffè** e in tutti i canali di vendita, nel Mass market, nel Private Label, nel Foodservice e **ha un network importante di caffetterie**.

L'offerta ampia di prodotti, che comprende tutte le tipologie di caffè tostato - dal caffè macinato, in grani, al caffè istantaneo, ready to drink e quello disponibile in cialde o capsule - permette al Gruppo di soddisfare preferenze e aspettative di tutti i suoi clienti.

Oltre al caffè, Massimo Zanetti Beverage Group produce e commercializza thè, spezie, cacao, cioccolatini e altri prodotti ad uso alimentare, acquistati da un network di fornitori selezionati.

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 meno del 10% del fatturato del Gruppo.**

A settembre 2023 il **marchio Segafredo Zanetti** è stato inserito nel **Registro dei Marchi Storici di Interesse Nazionale**, un riconoscimento assegnato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy per promuovere e tutelare l'eccellenza delle aziende storiche radicate sul territorio nazionale da almeno cinquant'anni.

Nei primi mesi del 2024 **QuattroR**, fondo di private equity che si distingue per la forte vocazione industriale nel promuovere lo sviluppo di Imprese Italiane con caratteristiche di eccellenza e con solidi fondamentali, ha acquisito una partecipazione del 50% di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. con l'obiettivo di accelerarne la crescita e lo sviluppo internazionale.



**Segafredo**  
— ZANETTI —



# I NUMERI DEL GRUPPO

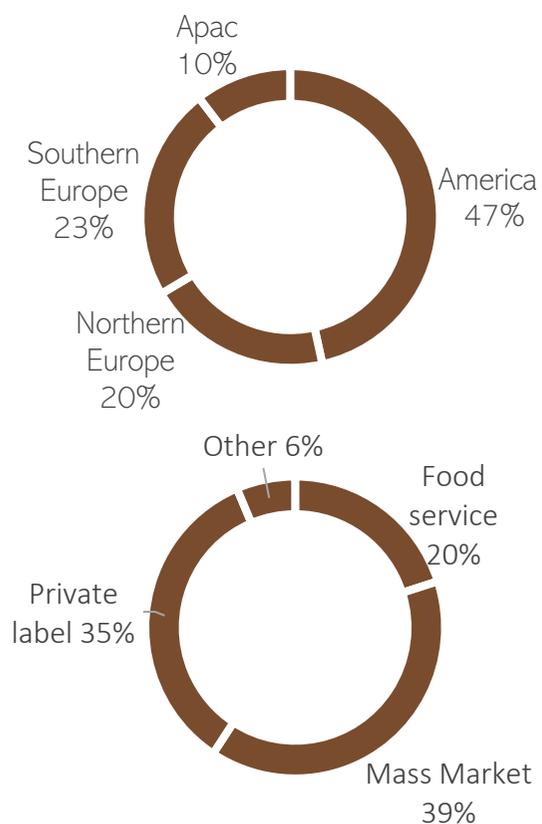
Euro 1,1 miliardi di ricavi nel 2023

130.190 tonnellate di caffè verde acquistato

20 stabilimenti produttivi

3.352 dipendenti

+110 paesi



## 1.2 MISSION E VALORI

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

# 1.3 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 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 società commerciali in Portogallo e in Spagna e infine 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 con l'acquisizione della società olandese **TikTak** e nel 2002 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 seguita dall'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.

Nel 2014 Massimo Zanetti Beverage Group acquista il Gruppo Boncafé, che opera in Asia e Medio Oriente. Tra il 2015 ed il 2018 vengono portate a termine le acquisizioni di **Nutricafés S.A.** (ora Massimo Zanetti Beverage Iberia) e **Club Coffee** in Canada, **Tru Blue** in Australia e **PT Caswells** in Indonesia.

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

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.

# PRINCIPALI MARCHI



# STABILIMENTI PRODUTTIVI



# 1.4 IL NOSTRO 2023

**1.131**

MILIONI DI EURO DI  
VALORE ECONOMICO  
DISTRIBUITO

**130.190**

TONNELLATE DI CAFFÈ VERDE  
ACQUISTATO

**3.352**

DIPENDENTI DEL  
GRUPPO AL  
31/12/2023

**75%**

DI CAFFÈ  
PRODOTTO IN SITI  
CERTIFICATI

**94%**

DEI DIPENDENTI CON  
CONTRATTO A TEMPO  
INDETERMINATO

**99,6%**

DEI RIFIUTI RECUPERATI  
O RICICLATI

**36%** DEGLI EXECUTIVE E IL

**44%** DEI MANAGER E' DONNA

**32%**

DI IMBALLAGGI  
PROVENIENTI DA  
RISORSE RINNOVABILI

**19.866**

ORE DI FORMAZIONE  
EROGATE AI DIPENDENTI

**1.812**

GIGA JOULE DI ENERGIA  
RINNOVABILE  
AUTOPRODOTTA

**703**

TONNELLATE DI CO2EQ  
EVITATE  
(SCOPE 2)

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



# 1.5 IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

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

## 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 Massimo Zanetti Beverage Group opera, in una logica di restituzione al territorio che da sempre fa parte del DNA e dell'approccio imprenditoriale della società.

Nel corso del 2023 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 su quattro ambiti strategici: responsabilità ambientale, qualità di prodotto e processo, pratiche di approvvigionamento e valorizzazione delle persone.

In particolare, le principali società del Gruppo hanno condiviso gli indirizzi strategici su temi altamente rilevanti per il business e per la società, espressione dei valori e dell'impegno del Gruppo, formalizzati nelle 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)**.



**Meira** continua ad operare in linea con gli **obiettivi di sostenibilità** che ha elaborato e formalmente approvato nel corso del 2020 e che sono in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile promossi dalle Nazioni Unite e 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 obiettivi sarà fondamentale per riuscire a diventare **carbon neutral** entro il 2035 e rispettare il piano strategico stabilito dalla città di Helsinki.

Gli impegni ambiziosi in ambito “climate” fissati da Meira, sono stati approvati da Science Base Target initiative (SBTi)<sup>1</sup>. 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.

In particolare, i seguenti target sono stati validati da Science Based Target nel marzo 2022:

- 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**
- nello stesso periodo di tempo, ovvero entro il 2028, Meira si impegna a ridurre del 50% le emissioni Scope 3 relative al trasporto e alla distribuzione “upstream” e ai rifiuti generati
- infine Meira si impegna a coinvolgere i partner nella catena di fornitura attraverso un target che richiede ai fornitori, corrispondenti

<sup>1</sup> 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

al 90% delle emissioni relative all’acquisto di beni e servizi, di sviluppare Science Based Targets entro il 2025.



nel settore privato ambiziose azioni per il clima, 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 del Costa Rica<sup>2</sup>, ha deciso di porsi degli obiettivi ancora più ambiziosi, impegnandosi **nell’azzeramento delle emissioni di gas a effetto serra entro il 2020**. Il raggiungimento di questo ambizioso target è stato attestato dalla Direzione Cambiamento Climatico del governo costaricano attraverso l’emissione della certificazione “Carbon Neutral” in relazione al **GHG Inventory**<sup>3</sup> di Café Montaña.

Per raggiungere tale obiettivo, Distribudora Cafè Montaña ha inizialmente installato una nuova macchina tostatrice, più efficiente in termini di produzione e consumi, con un sistema di controllo e riduzione delle emissioni in atmosfera. Sono state inoltre organizzate varie iniziative a supporto, come la formazione sullo spreco di risorse, sui consumi energetici, sulla riforestazione, l’educazione ambientale e la corretta raccolta e lo smistamento dei rifiuti.

Distribudora Cafè Montaña è stata inoltre selezionata per partecipare ad un progetto pilota di “Decarbonization Roadmap” dal Climate Change Directorate del governo costaricano.



---

<sup>2</sup> Il Piano Nazionale di Decarbonizzazione della Costa Rica si pone l’obiettivo di ridurre a zero le emissioni nette di gas a effetto serra entro il 2050 in linea con gli obiettivi dell’Accordo di Parigi sul Cambiamento Climatico.

<sup>3</sup> Definito dal Greenhouse Gas Protocol, un’iniziativa nata dalla partnership tra il World Resources Institute (WRI) e il World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), con l’obiettivo di definire degli standard globali per la misurazione e la gestione delle emissioni di gas a effetto serra.

**Segafredo Zanetti Poland**, nel corso del 2021, ha formalizzato una **Strategia di Sostenibilità** che ha comportato la definizione di alcuni obiettivi specifici sulle seguenti aree:

- riduzione dei **rifiuti** non riciclabili,
- miglioramento progressivo della struttura e dei **consumi** energetici,
- promozione di una **cultura sostenibile** all'interno dell'organizzazione.

Nel **2022 Segafredo Zanetti Italia** raggiunto l'ambizioso traguardo previsto dal **Progetto Packaging Sostenibile**, avviato nel 2017. Nello specifico Segafredo Zanetti Italia ha completamente abbandonato i packaging tradizionali utilizzati nel mondo del caffè, passando dall'utilizzo di imballi costituiti da plastiche (non affini fra loro) e alluminio – mix non riciclabile – all'impiego di plastiche riciclabili (con la totale eliminazione dell'alluminio). Inoltre, è stato interamente sostituito l'imballo dei formati multipli (bipack e quadripack) che è passato da un iniziale materiale non riciclabile a uno riciclabile nella plastica, per arrivare al completo impiego di imballi in carta certificata Forest Stewardship Council (FSC).

Nel 2023 **TikTak** ha formalizzato il "Sustainability Vision Document" documento che racchiude la vision e la mission di sostenibilità della società olandese e rappresenta una guida per la transizione verso un modello produttivo sostenibile. Questo documento si fonda su quattro pilastri principali:

1. Creazione di valore;
2. Trasparenza;
3. Integrazione della filiera;
4. Miglioramento continuo.

**Segafredo Zanetti Austria** ha pubblicato nel 2023 il primo Bilancio di Sostenibilità locale e il 26 giugno 2023 ha formalmente aderito al Global Compact, un patto non vincolante delle Nazioni Unite per incoraggiare le imprese di tutto il mondo a adottare politiche sostenibili e socialmente responsabili e comunicare la loro attuazione<sup>4</sup>.

#### **MEDAGLIA D'ORO NEL RATING ECOVADIS PER SEGAFREDO ZANETTI FRANCE**

Nel 2023 **Segafredo Zanetti France** ha ottenuto la **medaglia d'oro EcoVadis**, uno dei più accreditati riconoscimenti nel rating internazionale di sostenibilità.

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.

Segafredo Zanetti France ha ottenuto un **punteggio generale di 73/100** quale media di 4 indicatori: Ambiente, Lavoro e Diritti umani, Etica e Approvvigionamento sostenibile.



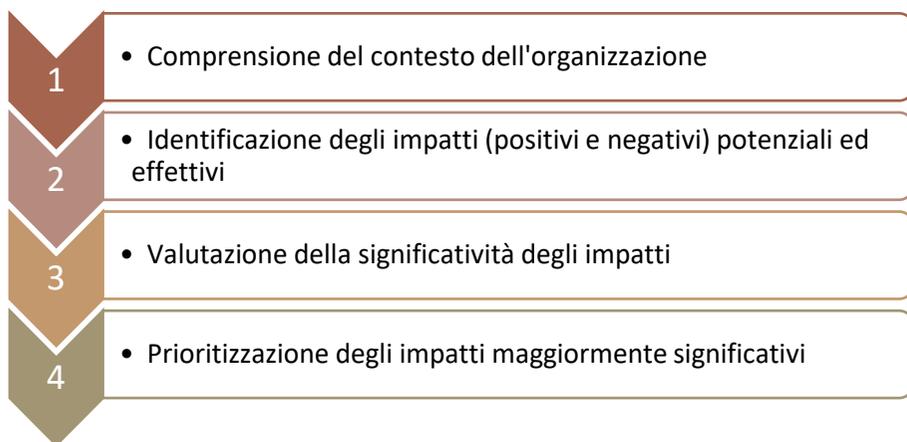
<sup>4</sup> <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/157864-Segafredo-Zanetti-Austria-Ges-m-b-H>

## Dialogo con gli Stakeholder e Analisi di materialità

Nel corso del 2023 Massimo Zanetti Beverage Group ha aggiornato la propria analisi di materialità, in linea con l'evoluzione dello scenario normativo e in considerazione delle novità introdotte dall'ultima edizione dei GRI Standards.

Questo aggiornamento è stato condotto focalizzandosi non soltanto sulla rilevanza percepita dei temi materiali per gli Stakeholder e l'Organizzazione, ma anche sugli impatti effettivi e potenziali generati dalle attività organizzative sull'economia, l'ambiente e le persone.

L'elenco finale dei temi materiali è stato determinato identificando e analizzando attentamente gli impatti generati da Massimo Zanetti Beverage Group nell'intera catena di valore: catena di approvvigionamento, attività direttamente controllate e, infine, prodotti e servizi finali. Più specificatamente, l'analisi di materialità è stata condotta con un approccio a quattro fasi, così come previsto dal *GRI 3: Temi materiali 2021*:



### 1) Comprensione del contesto dell'organizzazione

La comprensione del contesto organizzativo è avvenuta prendendo in considerazione molteplici input, sia interni (interviste ai referenti delle diverse funzioni di MZB) che esterni (analisi dei trend di sostenibilità specifici per il settore e analisi di benchmark).

### 2) Identificazione degli impatti (positivi e negativi) attuali e potenziali

A valle delle attività di analisi del contesto organizzativo interno ed esterno, Massimo Zanetti Beverage Group ha identificato una lista di impatti, classificati secondo le previsioni del *GRI 3: Temi materiali 2021*, ossia:

- **tipologia di impatto:** negativi o positivi, attuali o potenziali, a breve o a lungo termine, intenzionali o non intenzionali, reversibili o irreversibili
- **dimensioni dove avviene l'impatto:** catena di approvvigionamento, attività aziendali, prodotti
- **aree impattate:** economica, ambientale, sociale, diritti umani

### 3) Valutazione della significatività degli impatti

La valutazione della significatività degli impatti è stata effettuata dai Responsabili delle Direzioni che hanno valutato la *severity/significance* dell'impatto e la probabilità di accadimento (*likelihood*).

### 4) Prioritizzazione degli impatti maggiormente significativi

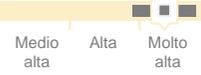
Al termine delle valutazioni effettuate, gli impatti prioritari sono stati clusterizzati sulla base della coerenza e correlazione, dando così vita al nuovo elenco dei temi materiali di MZB.

### Lista dei temi materiali

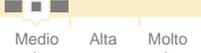
Le attività di analisi sopra descritte hanno confermato la qualità delle considerazioni e degli approfondimenti fatti negli anni precedenti.

Di seguito è riportata la tabella riassuntiva con l'elenco dei 12 temi materiali categorizzati secondo il pilastro ESG di riferimento e prioritizzati considerando la valutazione degli impatti da parte dell'Organizzazione.

PILLAR ESG	TEMA MATERIALE	SDGS
 AMBIENTALE	Efficienza energetica e cambiamento climatico	  
	Gestione responsabile dei rifiuti ed economia circolare	   
	Packaging e innovazione sostenibile	 
 SOCIALE	Salute e Sicurezza sul Lavoro	 
	Benessere professionale e retention	  
	Diversità pari opportunità	 
	Formazione e sviluppo dipendenti	   
	Qualità e sicurezza del prodotto	 
	Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore	 
 GOVERNANCE	Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti	   
	Compliance, etica e integrità	 
	Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori	  

TEMA MATERIALE	IMPATTO	IMPATTO POSITIVO NEGATIVO	DIMENSIONE DELL'IMPATTO	SIGNIFICATIVITÀ DELL'IMPATTO	CAPITOLO DI RIFERIMENTO
<b>Efficienza energetica e cambiamento climatico</b>	Emissioni di gas ad effetto serra da consumo energetico		Attività aziendali		6.2
	Impatto sul cambiamento climatico legato alla logistica		Supply Chain		
<b>Gestione responsabile dei rifiuti ed economia circolare</b>	Produzione di rifiuti		Attività aziendali		6.3
<b>Packaging e innovazione sostenibile</b>	Miglioramento dell'impronta ambientale dei prodotti		Prodotti		6.3
<b>Salute e Sicurezza sul Lavoro</b>	Salute e sicurezza sul lavoro		Attività aziendali		5.6
<b>Benessere professionale e retention</b>	Promozione di migliori condizioni occupazionali attraverso l'adozione di strumenti di contrattazione collettiva e/o equiparabili		Attività aziendali		5.1 5.2 5.4
	Promozione del benessere dei dipendenti		Attività aziendali		
	Contribuzione socio-economica allo sviluppo delle comunità locali		Attività aziendali		

Legenda:  impatto positivo,  impatto negativo

TEMA MATERIALE	IMPATTO	IMPATTO POSITIVO NEGATIVO	DIMENSIONE DELL'IMPATTO	SIGNIFICATIVITÀ DELL'IMPATTO	CAPITOLO DI RIFERIMENTO
Diversità pari opportunità	Disparità di genere e altri elementi di diversità		Attività aziendali		5.5
Formazione e sviluppo dipendenti	Up-skilling e sviluppo professionale dei dipendenti		Attività aziendali		5.3 e 5.4
Qualità e sicurezza del prodotto	<i>Danni sulla salute dei consumatori</i>		Prodotti		4.4
Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore	Violazioni dei diritti e abusi sul luogo di lavoro		Attività aziendali		3.1
	Lavoro forzato, lavoro minorile e violazioni di diritti umani nella propria supply chain		Supply Chain		3.2
Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti	Mancata tracciabilità nella supply chain		Supply Chain		3.1 e 3.2
Compliance, etica e integrità	Episodi di corruzione		Attività aziendali		2.1 2.2 2.4
	Pratiche fiscali non etiche		Attività aziendali		
	<i>Mancata compliance aziendale</i>		Attività aziendali		
	Perdita di dati aziendali sensibili e dati personali dei dipendenti		Attività aziendali		
Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori	Miglioramento della prestazione dei prodotti		Attività aziendali		4.1
					4.2
	Inadeguata comunicazione delle caratteristiche rilevanti dei prodotti		Prodotti		4.3 4.4

## Il dialogo con gli stakeholder

Il dialogo con gli stakeholder è fondamentale per Massimo Zanetti Beverage Group: 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"> <li>- Comunicazione continua secondo differenti modalità (intranet, newsletter, questionari ecc.)</li> <li>- Indagine interna di soddisfazione (per alcune società)</li> <li>- Meeting periodici</li> </ul>
Clienti e consumatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricerche di mercato, mystery shopping</li> <li>- Test, focus group, questionari, interviste online e telefonate, valutazione della <i>Product e Customer Satisfaction</i> (per alcune società)</li> <li>- Social media (es. Facebook, Twitter) e Siti internet aziendali, newsletter</li> <li>- Eventi e meeting virtuali (per alcune società)</li> <li>- Servizio Clienti</li> </ul>
Baristi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Corsi di formazione (Accademia Segafredo) per un servizio professionale, di qualità, campionati annuali dedicati</li> <li>- Meeting e incontri per la definizione di opportunità formative, eventi dedicati</li> <li>- Newsletter</li> </ul>
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attività di co-sviluppo</li> <li>- Business meeting e comunicazione continua, anche per gestire eventuali criticità e “disruptive event” (es. Brexit)</li> <li>- Audit e visite presso gli stabilimenti per garantire elevati standard di qualità (per alcune società)</li> <li>- Questionario fornitori (compilazione annuale per alcune società)</li> </ul>
ONG e comunità locali	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attività di beneficenza e contributi a mostre e a esibizioni esterne</li> <li>- Attività svolte localmente a favore delle comunità locali</li> <li>- Comunicazioni specifiche tramite e-mail</li> </ul>
Competitor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione a tavoli associativi comuni</li> </ul>
Associazioni di categoria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incontri periodici fisici e virtuali (specifici in relazione al contesto in cui ciascuna società opera)</li> </ul>
Sindacati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dialogo costante attraverso incontri fisici e virtuali e adempimento agli obblighi derivanti dalla contrattazione con le associazioni sindacali</li> </ul>
Azionisti e Comunità finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investor meeting e Incontri specifici</li> </ul>
Scuole e Università	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partecipazione a programmi di supporto per studenti in difficoltà economica (es. distribuzione di libri) (per alcune società)</li> <li>- Collaborazione con università e scuole in progetti di stage e tirocini (per alcune società)</li> </ul>
Franchisee	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Visite presso i negozi in franchising e incontri periodici fisici e virtuali (per alcune società)</li> </ul>

An aerial photograph of a coastal landscape. In the foreground, there are rolling green hills with visible agricultural patterns, possibly a vineyard. A small lake or reservoir is situated in the middle ground, surrounded by greenery. The coastline curves along the right side of the image, with waves breaking against the shore. The ocean extends to the horizon under a cloudy sky. The text '2. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS' is overlaid in white, sans-serif font on the left side of the image.

## 2. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS

## 2.1 LA CORPORATE GOVERNANCE

### L'AZIONARIATO

Il 4 aprile 2024 QuattroR SGR SpA, società di gestione di fondi di private equity che si distingue per la forte vocazione industriale nel promuovere lo sviluppo di Imprese Italiane con caratteristiche di eccellenza e con solidi fondamentali, ha acquisito una partecipazione del 50% di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. con l'obiettivo di accelerarne la crescita e lo sviluppo internazionale.

Nella medesima data l'assemblea degli azionisti di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha nominato un nuovo Consiglio di Amministrazione, composto da 5 membri. Pierluigi Tosato, manager con più di 25 anni di esperienza alla guida di grandi gruppi industriali nel settore food&beverage, è stato nominato CEO del Gruppo. QuattroR è entrata nel Gruppo principalmente attraverso la sottoscrizione di un aumento di capitale per apportare nuove risorse che saranno interamente dedicate a perseguire numerose opportunità di crescita, consolidare la leadership europea del Gruppo e rafforzare ulteriormente la presenza globale.

### MODELLO DI 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 Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. 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 2023 al 31 dicembre 2025 è stata affidata alla società di revisione PricewaterhouseCoopers S.p.A.

Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A., 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 italiane 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.

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, sempre 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.

## 2.2 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.

---

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

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.

## 2.3 RISPETTO DELLA NORMATIVA FISCALE

Uno dei principi e valori fondamentali accettati e condivisi da Massimo Zanetti Beverage Group 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 ovvero illeciti nei mercati e nelle giurisdizioni in cui opera. In merito si rinvia a quanto indicato anche nel Codice Etico del Gruppo<sup>5</sup>.

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

Coerentemente, le imposte sul reddito (correnti e differite) sono determinate in ciascun Paese in cui il Gruppo opera secondo una prudente interpretazione delle normative fiscali vigenti. Questo processo comporta talvolta complesse stime nella determinazione del reddito imponibile e delle differenze temporanee deducibili e imponibili tra valori contabili e fiscali. In particolare, le attività per imposte anticipate sono riconosciute nella misura in cui è probabile che sia disponibile un reddito imponibile futuro a fronte del quale possano essere recuperate.

La valutazione della recuperabilità delle attività per imposte anticipate, rilevate in relazione sia alle perdite fiscali utilizzabili in esercizi successivi sia alle differenze temporanee deducibili, tiene conto della stima dei redditi imponibili futuri e si basa su una prudente pianificazione fiscale<sup>6</sup>.

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

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

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

---

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

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.



## 2.4 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 i) determinare la piena consapevolezza, nel potenziale autore del reato, di commettere un illecito e ii) 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 Modello Organizzativo 231 è stato aggiornato nel corso del 2020 al fine di riflettere i) 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) ii) l’entrata in vigore della Legge 19 dicembre 2019, n. 157, che ha introdotto l’art. 25-*quinquiesdecies* del Decreto 231/2001 in tema di reati tributari.

Da ultimo si segnala che il Consiglio di Amministrazione, con delibera del 20 marzo 2024 ha apportato un aggiornamento del Modello Organizzativo 231

al fine di riflettere i) le variazioni organizzative e di rischio conseguenti alla cancellazione del titolo dal listino e al ritiro dalle negoziazioni di borsa, ii) la nuova edizione delle Linee Guida di Confindustria per la costruzione dei Modelli di organizzazione, gestione e controllo secondo il D. Lgs. 231/2001, iii) formalizzazione dei momenti di raccordo tra gli OdV del Gruppo, in ottica paritetica, iv) l’indicazione del nuovo sistema di whistleblowing di gruppo, in corso di potenziamento alla luce della Direttiva UE 2019/1937, v) l’avvenuta formalizzazione della policy fiscale, vi) le integrazioni delle procedure PR231/008 Flussi Monetari e Finanziari e PR231/002 Acquisti, con espressa indicazione dei controlli che vengono svolti sui flussi finanziari in entrata e in uscita, vii) il prospetto aggiornato dei flussi informativi delle funzioni aziendali verso l’OdV, viii) le novità normative 2021-2022 con impatto sul D. Lgs. 231/2001.

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

Nel 2023 non sono stati registrati episodi di non conformità a leggi e regolamenti nelle aree economiche e sociali. [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 2023, 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](mailto:whistleblowing@mzb-group.com)) o lettera raccomandata (indirizzata all'Internal Audit Massimo Zanetti Beverage 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.

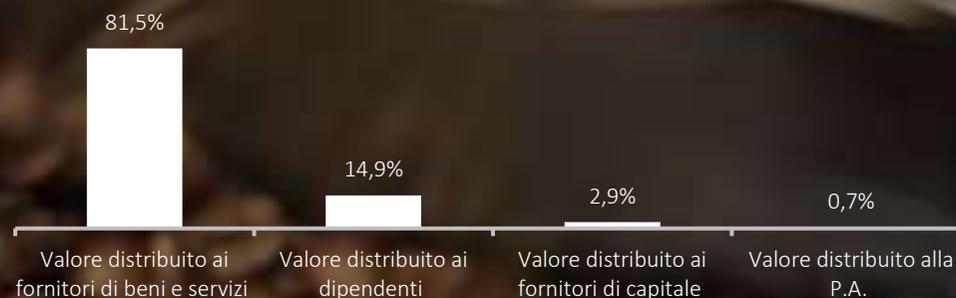
Nel 2023 non vi sono state segnalazioni ritenute rilevanti nel quadro della normativa whistleblowing e dei riferimenti interni.



## 2.5 LA CREAZIONE DI VALORE SOSTENIBILE

Nel corso del 2023 Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha registrato un valore economico generato pari a 1.131 milioni di euro<sup>7</sup>.

Di questo valore generato inoltre, circa il 97,3% è stato distribuito agli stakeholder esterni (Stato, lavoratori e altre aziende della filiera). In particolare, il 14,9% è stato distribuito al personale, l'81,5% ai fornitori di beni e servizi, il 2,9% ai fornitori di capitale e lo 0,7% alla Pubblica Amministrazione.



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

## Associazioni e *membership*

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

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

<b>Massimo Zanetti Beverage Brasil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ABIC- Brazilian Coffee Industry Association</li> <li>- Flavia Baldin - Member of the Marketing Committee at the ABIC Association</li> <li>- Valdenice Lopez - Member of the strategic Committee at Associação ABIC</li> </ul>
<b>Meira</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Finnish Food &amp; Drink association</li> <li>- Coffee and Roastery association</li> <li>- Spice association</li> <li>- The Helsinki region Chambe or Commerce</li> <li>- National Organic Association</li> </ul>
<b>Segafredo Zanetti Poland</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Business Center Club</li> </ul>
<b>Segafredo Zanetti Japan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Japan Food Service Association</li> <li>- Italian Chamber of Commerce in Japan</li> <li>- Shinjuku Convention &amp; Visitors Bureau</li> </ul>
<b>Bean Alliance Group</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Australian Coffee Rosters Association</li> <li>- Internal Women in Coffee Alliance</li> </ul>



### 3. 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

### 3.1 LA POLITICA DI APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE DI GRUPPO

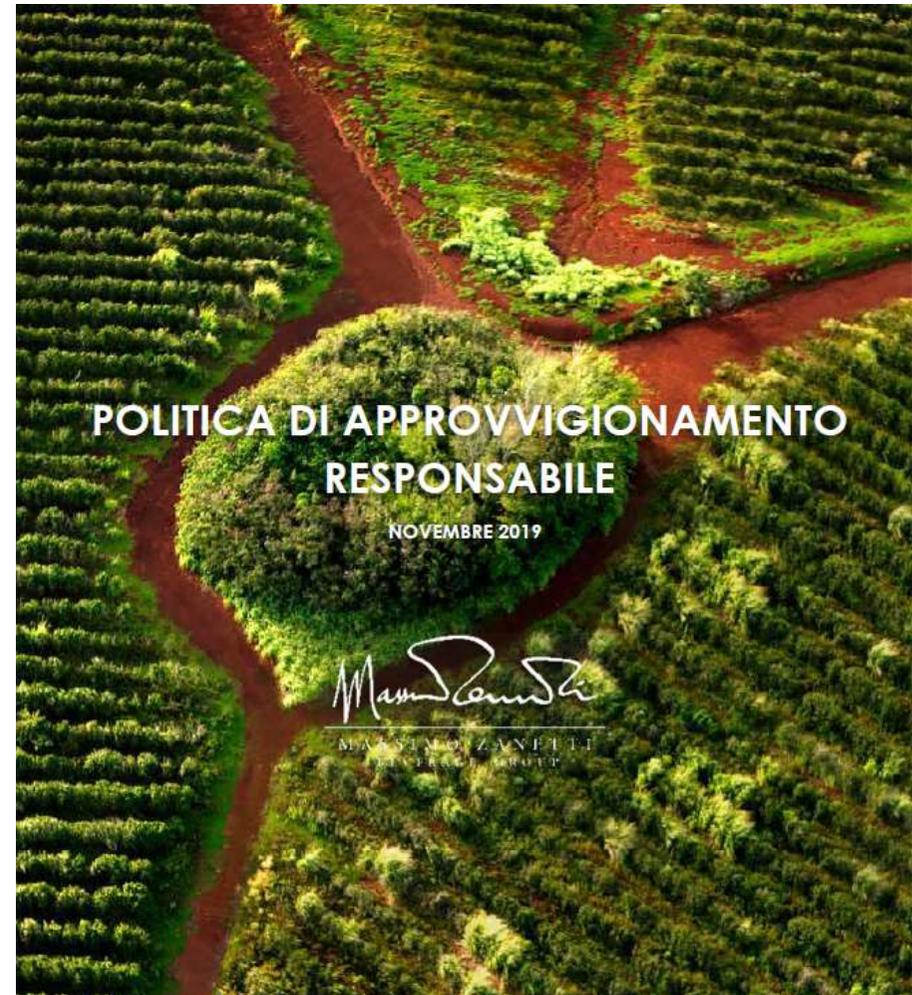
Nel corso del 2019, grazie all'impegno e alla collaborazione delle principali società del Gruppo, Massimo Zanetti Beverage Group ha pubblicato la **Politica di Approvvigionamento Responsabile**, dichiarazione di impegno del Gruppo verso una fornitura di caffè etica e sostenibile.

Attraverso la definizione di requisiti obbligatori, Massimo Zanetti Beverage Group 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 Massimo Zanetti Beverage Group 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 disponibile nel sito web del Gruppo Massimo Zanetti Beverage.



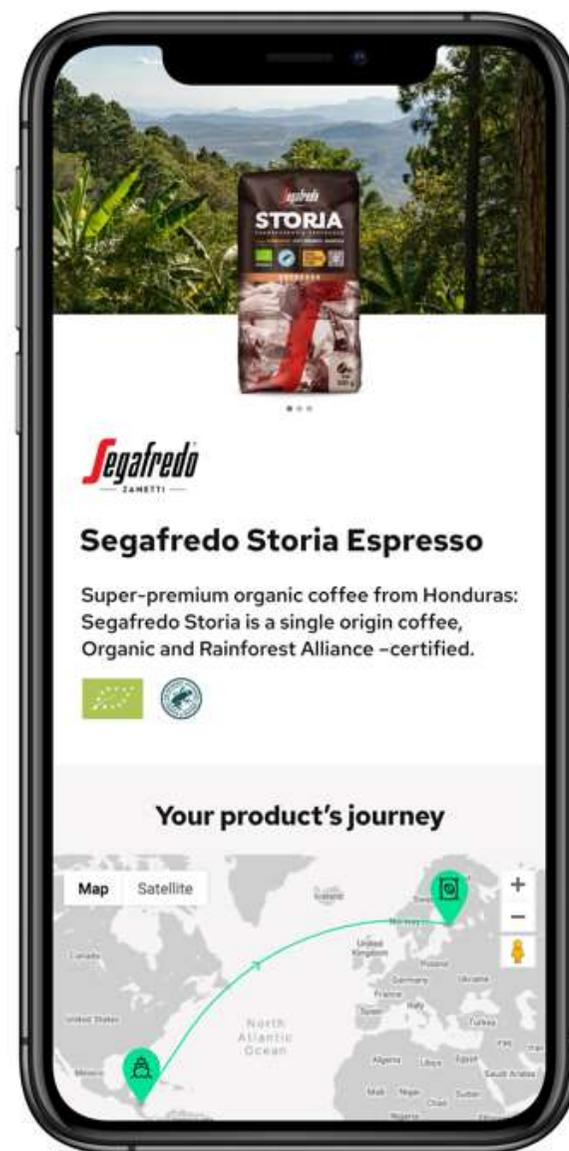
### 3.2 APPROVVIGIONAMENTI RESPONSABILI E TRACCIABILITÀ

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

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

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

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



## ATTENTA SELEZIONE DEI FORNITORI

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

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

**Tutte le torrefazioni europee del Gruppo**, in conformità anche con la normativa europea<sup>8</sup> che regola gli aspetti di tracciabilità e sicurezza alimentare, hanno implementato un efficace sistema di tracciabilità delle materie prime e materiali di confezionamento che viene periodicamente verificato sia internamente sia dai diversi Enti di certificazione in sede di audit.

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

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

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

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, Massimo Zanetti Beverage 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 Massimo Zanetti Beverage USA ha implementato una valutazione semestrale, basata su un sistema di rating, dei suoi 10 fornitori più importanti (rappresentano più dell'80% degli 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 e le non conformità rilevate. Vengono anche condotte prove di tracciabilità dei prodotti approvvigionati. Inoltre, dal 2021 la società richiede ai propri fornitori anche informazioni e documenti in merito alle loro performance e alle certificazioni ambientali.

Anche **Tiktak** richiede 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 era impegnata

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

a raggiungere il 100% dei fornitori, 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 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 Boncafé effettua test di qualità dei prodotti, al fine di verificare che siano conformi agli elevati standard 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, **Segafredo Zanetti Austria** valuta i propri fornitori seguendo il sistema di rating stabilito dall’International Food Standards, su cui la società è certificata.

**Massimo Zanetti Beverage Iberia** ha sviluppato un sistema di classificazione dei propri fornitori che consente di raggrupparli in tre macro-classi, 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, **Massimo Zanetti Beverage 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).

**Massimo Zanetti Beverage 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 **Segafredo Zanetti 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.

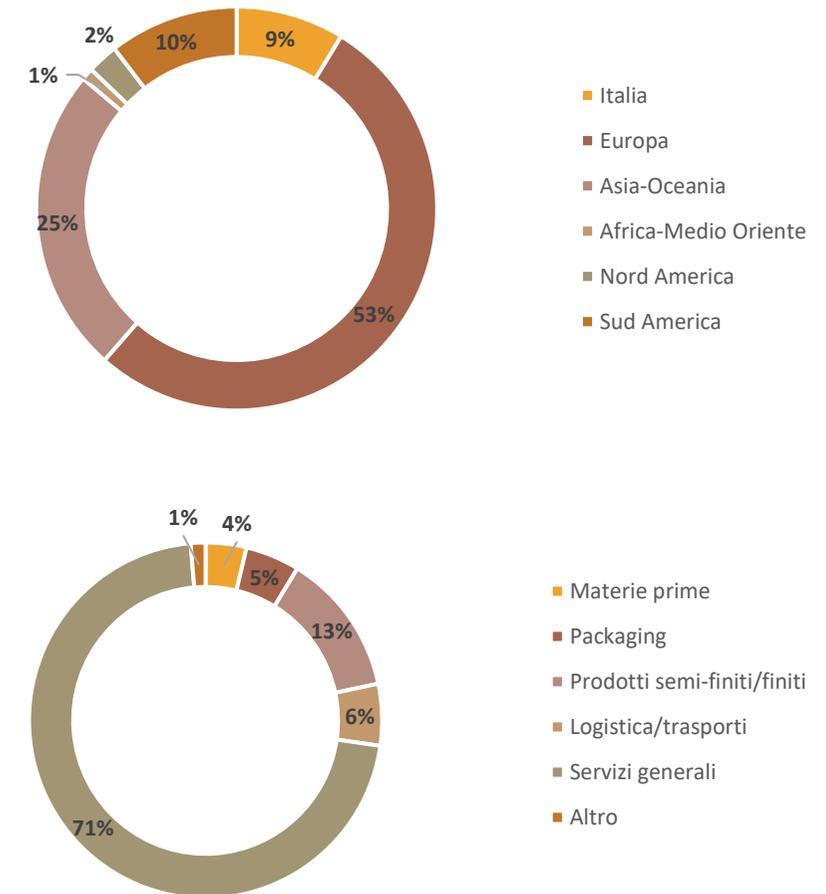
**Distribuidora Café Montaña** ha predisposto una specifica procedura che stabilisce le linee guida per la valutazione e l'approvazione dei fornitori di prodotti e servizi che incidono sugli standard di qualità e sulla sicurezza Good Manufacturing Practices (GMP). Inoltre, annualmente viene svolta una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

Nel corso del 2023, sono stati condotti 3 *assessment* sui diritti umani presso le società del Gruppo, presso l'italiana Segafredo Zanetti Italia, presso la finlandese Meira 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 2023 le società del Gruppo Massimo Zanetti Beverage Group si sono approvvigionate da 5.621 fornitori (in linea con il 2022). I servizi generali rappresentano più della metà dei fornitori complessivi

(71%), seguiti dai fornitori di prodotti finiti e semi-lavorati (13%), di logistica e trasporti (6%), di packaging (5%) e di caffè e materie prime alimentari (4%). La maggioranza dei fornitori è di provenienza europea (53%). [GRI 2-6]

**Fornitori, per tipologia merceologica e provenienza, 2023**



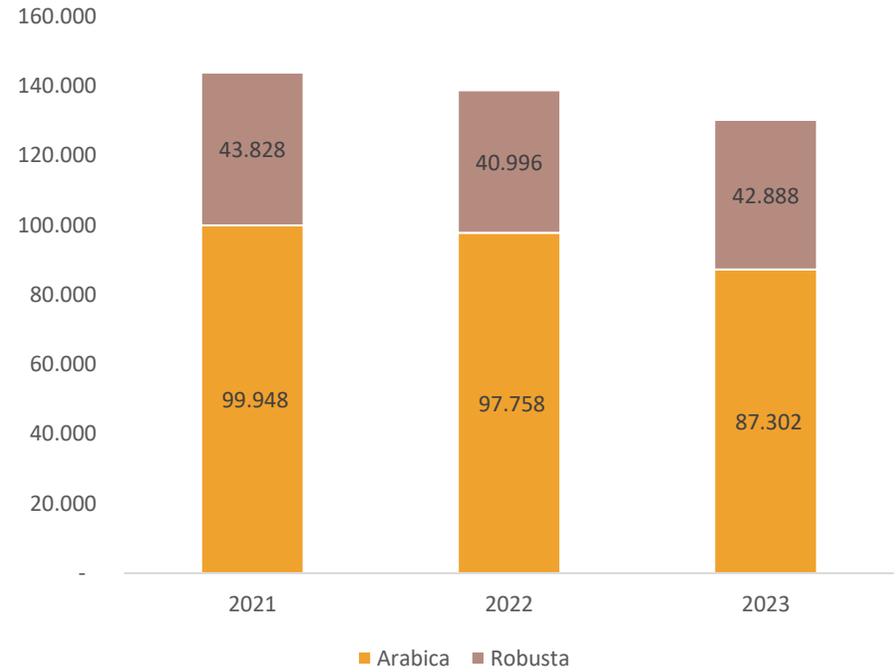
Con particolare riferimento all'approvvigionamento di caffè verde tra il 2021 e il 2023 si rileva un calo degli acquisti, passando da 138.754 a 130.190 tonnellate.

Guardando alla **provenienza del caffè**, nel 2023 il 57% del caffè di qualità Robusta è stato acquistato da fornitori localizzati in Asia. Relativamente invece al caffè di qualità Arabica, la maggior parte del caffè verde proviene da paesi nel centro-sud America, tra cui Brasile, Colombia e Honduras (88%).

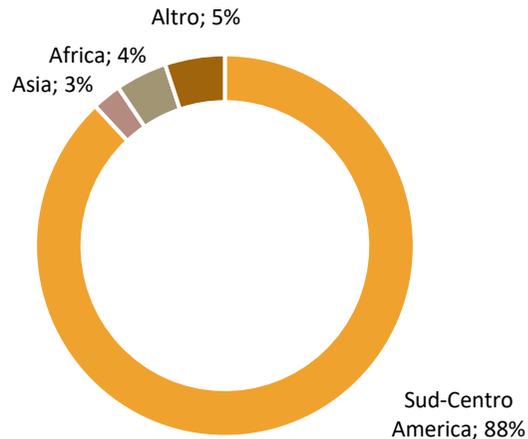
***I paesi di provenienza del caffè verde nel 2023***

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

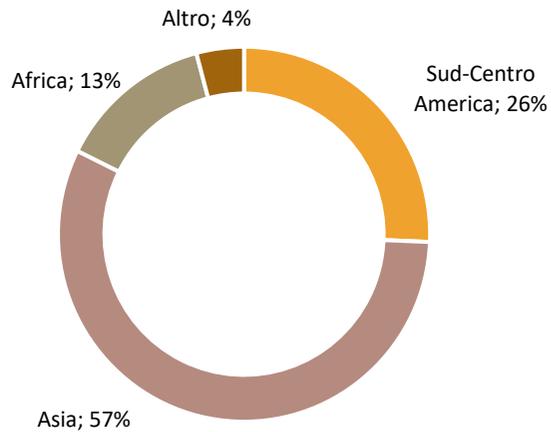
***Il caffè approvvigionato, per qualità e provenienza, 2023 (in tonnellate)***



### Caffè Arabica per provenienza, 2023



### Caffè Robusta per provenienza, 2023

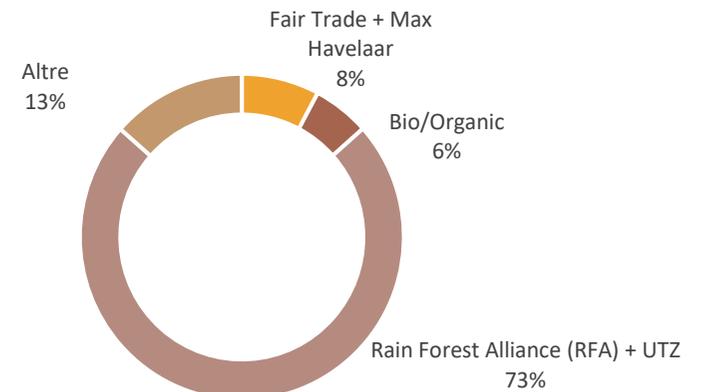


### CAFFE' CERTIFICATO

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 acquisti 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**. Nel mese di novembre 2023 Meira è riuscita a raggiungere il 100% degli acquisti di caffè verde certificato (di fronte alla media annua del 78%) e si è posta l'obiettivo di mantenere questo risultato per tutto il 2024.

In totale, nel corso del 2023 gli acquisti complessivi di caffè certificato secondo gli standard di sostenibilità internazionali sotto riportati si sono attestati al 19,8%. [GRI FP2]

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





# RAINFOREST 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](http://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.



**UTZ<sup>9</sup>** - Lo standard si basa su principi quali la trasparenza delle pratiche commerciali, la tracciabilità della materia prima e il rispetto delle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO).

Caffè certificato	Organic/Bio	Fairtrade + Max Havelaar	RFA + UTZ	Swiss Water Process
<b>Società<sup>10</sup></b>				
Massimo Zanetti Beverage Iberia	x		x	
Segafredo Zanetti Italia	x		x	
Segafredo Zanetti France	x	x	x	
Brodies		x	x	x
Brulerie	x	x		
Cafè Montana		x		
Meira		x	x	
Massimo Zanetti Beverage USA	x	x	x	x
Massimo Zanetti Beverage Vietnam			x	
Segafredo Zanetti Austria		x		
Segafredo Zanetti Poland			x	
TikTak		x	x	
Massimo Zanetti Beverage Brasil				
Bean Alliance Group		x	x	x

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

<sup>10</sup> La tabella riporta esclusivamente le società che acquistano caffè verde. Boncafe International, Boncafe Thailand, Cafè Montana, e Massimo Zanetti Beverage 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.

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, Tiktak Duet e Tiktak Single Origin Colombia Fairtrade.



Anche la società Australiana Bean Alliance si distingue per l'offerta di prodotti sostenibili e certificati. In particolare Bean Ground & Drunk, il primo caffè in Australia ad essere certificato organico secondo lo standard Australian Certified Organic<sup>11</sup>, e Oxfam Fair. Da molti 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 alla lotta alla povertà.



---

<sup>11</sup> 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**.

Nel 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*.



## 4. I PRODOTTI E I CLIENTI

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



**Soddisfare i bisogni del mercato fornendo prodotti e servizi di qualità, nel rispetto dei valori etici di integrità, onestà, trasparenza e concorrenza,** impegnandosi a farlo nella piena attenzione ai regolamenti e legislazioni nazionali e internazionali rappresenta uno dei principi e valori fondamentali di Massimo Zanetti Beverage Group, 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 Massimo Zanetti Beverage 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.

## 4.1 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 in materia di etichettatura. Nel caso delle società europee sono 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 2023 **Massimo Zanetti Beverage 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 2023 sono state registrate due segnalazioni relative a non compliance relative al marketing ed etichettatura all'interno del Gruppo, entrambe relative 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. **Massimo Zanetti Beverage USA, Massimo Zanetti Beverage Brasil, Segafredo Zanetti Austria, Boncafé International, Kauai Coffee, Boncafé Thailand 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. **Segafredo Zanetti 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 2023 sono stati più che positivi. Il punteggio complessivo ottenuto è stato 4,57/5, mentre la tempestività di consegna del prodotto è stata valutata con 4,55/5 ed infine l'accuratezza del contenuto di consegna ha registrato il punteggio di 4,55/5.

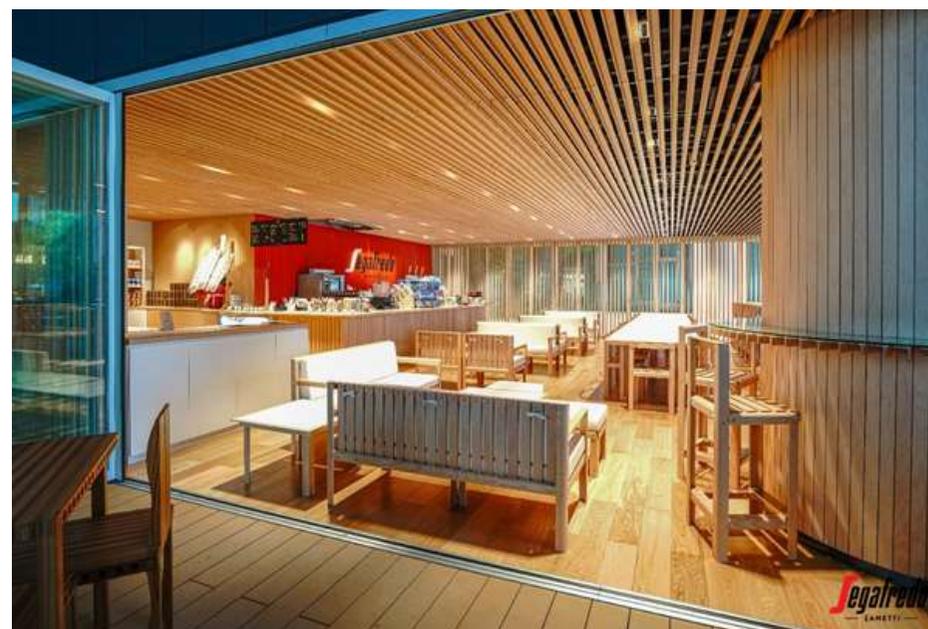
**Segafredo Zanetti Poland** come altre società del Gruppo (es. **Segafredo Zanetti Italia**) ha implementato delle iniziative finalizzate a promuovere la cultura del caffè e della qualità tra clienti e consumatori e migliorare, inoltre, l'esperienza complessiva legata al mondo del caffè. Attraverso 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 offrire un qualificato servizio di supporto post-vendita ed è altresì sede di formazione tecnica di alto livello.

**Segafredo Zanetti Japan** nel 2023 ha aperto una caffetteria nel campus del Shibaura Institute of Technology. Il negozio è stato progettato da Shigeru Ban, architetto giapponese di fama internazionale, vincitore del Premio Pritzker per l'architettura nel 2014, e noto per la delicatezza delle sue strutture, i suoi metodi anticonvenzionali e il suo decisivo contributo all'innovazione e all'umanità nell'architettura. La caffetteria è stata concepita come un luogo di aggregazione in cui la società giapponese ha svolto dei seminari per educare alla cultura del caffè italiano i giovani studenti.



## 4.2 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.

All'interno di **Massimo Zanetti Beverage 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 Baristi, 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. Nel 2023, Meira ha dato il suo contributo finale al **progetto** triennale **LCA-Foodprint-harmonizing** promosso dall'Istituto delle Risorse Naturali finlandesi (Luke)<sup>12</sup>. Il progetto si è posto 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.

**Segafredo Zanetti 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.

---

<sup>12</sup> <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 blockchain<sup>13</sup>, in grado di svelare al consumatore la storia che si cela dietro ogni tazzina.

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

Tale sistema, inoltre, ha la capacità intrinseca di certificare la provenienza dei dati: un registro che garantisce una condivisione immutabile di tutte le transazioni che avvengono 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.



---

<sup>13</sup> Blockchain è una tecnologia che consente transazioni sicure e certificate. È un registro in cui ogni fase di lavorazione riceve una marcatura digitale univoca e immutabile garantendo la totale tracciabilità della

filiera. Le informazioni inoltre sono codificate e distribuite a livello globale, facilitando una condivisione sicura delle informazioni.

### 4.3 LA POLITICA DELLA QUALITÀ DI GRUPPO

Dal 2020 tutte le società del Gruppo e i propri principali fornitori sono stati chiamati a adottare e rispettare le linee guida definite all'interno della **Politica della Qualità**.

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 le linee guida di Gruppo, al fine di perseguire obiettivi comuni, uniformare le pratiche aziendali condividendo best practices già presenti, tenendo in considerazione 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 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 Massimo Zanetti Beverage 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.

## **4.4 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, Massimo Zanetti Beverage 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 2023 ottenuto la certificazione ISO 9001:2015. 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 **Segafredo Zanetti**

**Italia di monitorare tutte le fasi della lavorazione del caffè, garantendone la tracciabilità.**

Al fine di incrementare ulteriormente il livello qualitativo dei propri prodotti, **Segafredo Zanetti Austria** sta realizzando un laboratorio dedicato alla sola degustazione del caffè in fase di produzione. Con il medesimo scopo, nel corso del 2021, **Massimo Zanetti Beverage 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 standard<sup>14</sup>**

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

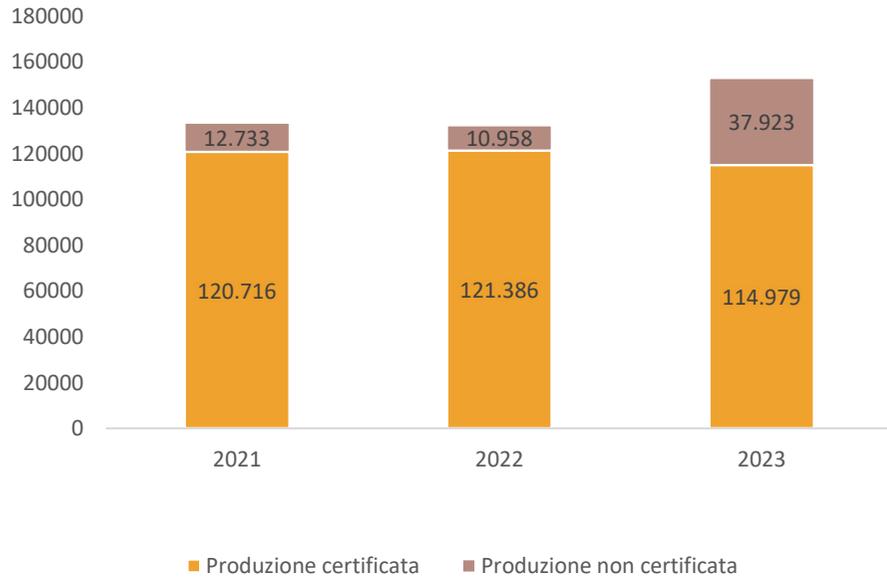
Le varie società del Gruppo, inoltre, adottano specifiche procedure e certificazioni, in base agli obblighi legislativi e alle richieste provenienti dal mercato, in particolare per quanto riguarda la sicurezza alimentare e il segmento *private label*. Nella tabella precedente, sono elencate le principali

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.

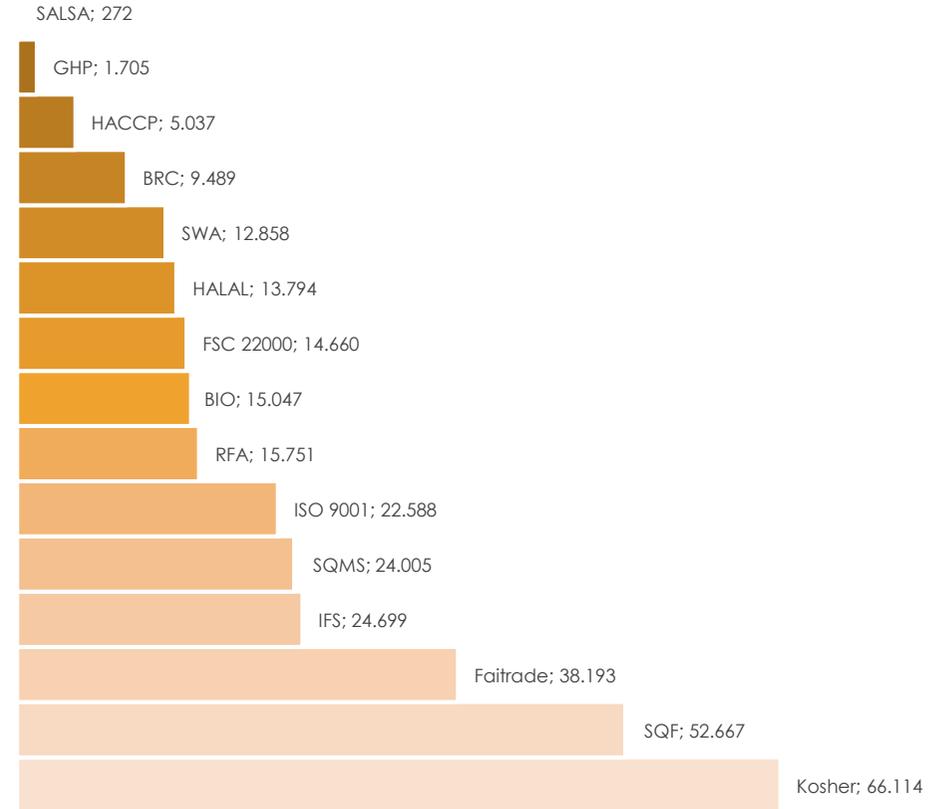
<sup>14</sup> Le certificazioni RFA, Organic e Fairtrade sono sia certificazioni di prodotto che di processo.

In questo contesto, nel 2023, il 75% 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 (in diminuzione rispetto al 92% del 2022). La produzione certificata si ripartisce tra i differenti standard come indicato nel grafico seguente. [GRI FP5]

**Distribuzione della produzione certificata nel periodo 2021-2023 (in tonnellate)**



**La produzione per tipologia di certificazione, 2023 (in tonnellate)**



## 5. LE PERSONE

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

## 5.1 IL CAPITALE UMANO

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.

La gestione delle risorse umane e la promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro, sono presidiate dalle singole società del Gruppo, in linea con i valori espressi nel Codice Etico. Le singole società inoltre gestiscono il controllo in materia di prevenzione e monitoraggio dei rischi sul luogo di lavoro, predisponendo specifiche misure per la loro mitigazione.

## 5.2 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.

**Segafredo Zanetti Austria e Segafredo Zanetti Japan** conducono annualmente 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.

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

**Massimo Zanetti Beverage USA** ha sviluppato un proprio programma - **MZB Way To Wellness** – per la promozione della salute dei dipendenti. L'iniziativa, avviata da diversi anni e costantemente oggetto di aggiornamenti, 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.

**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 **Massimo Zanetti Beverage 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.

**Segafredo Zanetti Deutschland** invece offre quotidianamente ai propri dipendenti bevande gratuite e cesti di frutta biologica, dando vita all'"healthy workplace programme".

Nel corso del 2032 **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.

Nel 2023 Bean Alliance Group e Meira hanno sottoposto un sondaggio sulla diversità e l'inclusione a tutta la popolazione aziendale, al fine di comprendere il *sentiment* dei propri dipendenti e concentrare gli sforzi nelle aree a maggiore urgenza.

Complessivamente il tasso di assunzione di gruppo è passato dal 25,8% del 2022 al 24,3% del 2023 e il tasso di turnover di gruppo è passato dal 24,9% al 21,6%. [GRI 401-1]

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

Assunzioni e Cessazioni di Gruppo, 2023		Assunzioni di Gruppo, 2023		Cessazioni di Gruppo, 2023	
		n.	Tasso di turnover	n.	Tasso di turnover
<b>Uomini</b>	< 30 anni	176	59%	90	30%
	30 ≤ x ≤ 50 anni	196	20%	217	23%
	> 50 anni	75	12%	94	15%
<b>Totale uomini</b>		<b>447</b>	<b>24%</b>	<b>401</b>	<b>21%</b>
<b>Donne</b>	< 30 anni	123	59%	69	33%
	30 ≤ x ≤ 50 anni	120	18%	142	22%
	> 50 anni	47	17%	43	15%
<b>Totale donne</b>		<b>290</b>	<b>25%</b>	<b>254</b>	<b>22%</b>
<b>Totale</b>		<b>737</b>	<b>24,4%</b>	<b>655</b>	<b>21,6%</b>

	2021	2021*	2022	2023
<b>Tasso di assunzione di gruppo</b>	19,3%	19,9%	25,8%	24,3%
<b>Tasso di turnover di gruppo</b>	24,1%	24,7%	24,9%	21,6%

### 5.3 FORMAZIONE E SVILUPPO

Nel Gruppo Massimo Zanetti Beverage, l'attenzione ai bisogni formativi, così come la valorizzazione dei talenti e il supporto alla crescita dei dipendenti si concretizzano 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.

**Segafredo Zanetti 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.

**Massimo Zanetti Beverage 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.

Assunzioni per area Geografica U: uomini D: donne	2021		2021*		2022		2023	
	U	D	U	D	U	D	U	D
Americhe (n.)	133	80	133	80	196	85	169	81
Tasso di assunzione (%)	22%	19%	25%	30%	36%	31%	30%	29%
Asia e Oceania (n.)	86	102	86	102	162	190	184	145
Tasso di assunzione (%)	18%	23%	19%	26%	33%	44%	34%	31%
Nord Europa (n.)	58	30	58	30	39	30	39	24
Tasso di assunzione (%)	18%	19%	18%	19%	13%	19%	13%	16%
Sud Europa (n.)	63	30	63	30	38	29	55	40
Tasso di assunzione (%)	10%	11%	12%	11%	8%	11%	11%	16%
<b>Tasso di assunzione di gruppo (%)</b>	<b>17%</b>	<b>21%</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>24%</b>	<b>25%</b>

Cessazioni per area geografica U: uomini D: donne	2021		2021*		2022		2023	
	U	D	U	D	U	D	U	D
Americhe (n.)	202	76	202	76	149	58	166	63
Tasso di turnover (%)	33%	28%	37%	28%	33%	27%	30%	22%
Asia e Oceania (n.)	109	144	109	144	128	151	129	127
Tasso di turnover (%)	23%	33%	24%	37%	26%	35%	24%	28%
Nord Europa (n.)	55	38	55	38	33	47	43	24
Tasso di turnover (%)	17%	24%	17%	25%	12%	32%	14%	16%
Sud Europa (n.)	75	28	69	27	65	41	63	40
Tasso di turnover (%)	12%	10%	13%	10%	13%	16%	13%	3%
<b>Tasso di turnover di gruppo (%)</b>	<b>22%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>26%</b>	<b>22%</b>	<b>28%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>

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).

I corsi di formazione organizzati nel 2023 hanno riguardato diversi ambiti e hanno coinvolto differenti figure. Ad esempio, **Segafredo Zanetti Poland** e **TikTak** hanno organizzato corsi per l'area vendite, **Massimo Zanetti Beverage USA** sulle aree legate alla *supply chain e operations*, mentre **Massimo Zanetti Beverage Vietnam**, **Massimo Zanetti Beverage Iberia**, **Boncafé International**, **Brodies** e **Segafredo Zanetti France** 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 2023, si sono concretizzate in una media di ore di formazione per dipendente pari a 6,5, in aumento rispetto al 2022. [GRI 404-1]

**Formazione, suddivise per genere e inquadramento, in ore<sup>15</sup>**

<b>Formazione per categoria</b>	<b>2021</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Formazione erogata a Dirigenti e Quadri	4.008	4.001	3.264	3.975
Formazione erogata a Impiegati	7.788	7.261	6.606	7.121
Formazione erogata a Operai	10.802	8.981	8.891	8.687
<b>Formazione per genere</b>	<b>2021</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Formazione erogata a donne	6.702	6.690	6.716	7.514
Formazione erogata a uomini	15.896	13.553	12.045	12.268
<b>Formazione media per dipendente</b>	<b>7,5</b>	<b>6,9</b>	<b>6,3</b>	<b>6,5</b>
<b>Formazione media – donne</b>	<b>3,5</b>	<b>3,6</b>	<b>6,0</b>	<b>6,5</b>
<b>Formazione media – uomini</b>	<b>14,5</b>	<b>12,5</b>	<b>6,4</b>	<b>6,6</b>

<sup>15</sup> 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.

## 5.4 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 *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 **Bean Alliance Group** 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 **Massimo Zanetti Beverage 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.

**Segafredo Zanetti 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.

## 5.5 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 2023, inoltre, l'azienda ha raggiunto il punteggio di 88 su 100 nella valutazione per l'Indice di parità professionale tra uomo e donna, richiesto dalle leggi francesi.

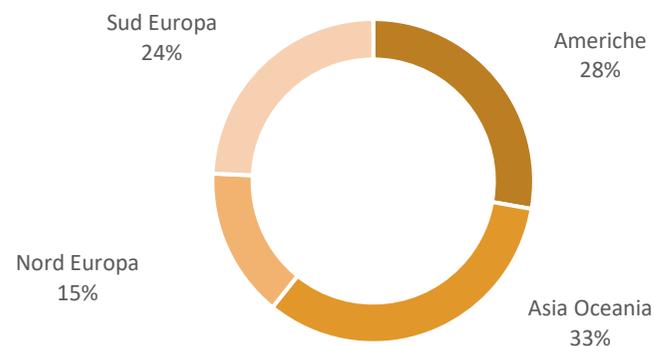
Dal 2021 **Boncafé Thailand** collabora con Social Innovation Foundation con l'obiettivo di inserire all'interno dell'ambiente lavorativo persone con disabilità e detenuti.

**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 **Bean Alliance Group** 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 2023, i dipendenti impiegati nelle società del Gruppo incluse nel perimetro del presente Bilancio di Sostenibilità sono risultati 3.034. 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 (39%), seguiti dall'Asia e dalle Americhe. [GRI 2-7]

*Dipendenti, per area geografica*



Nel 2023, il 40% dei dipendenti del Gruppo è coperto da contratti di contrattazione collettiva, in diminuzione di tre punti percentuali rispetto all'anno precedente, a causa di un minor ricorso alla contrattazione collettiva da parte di alcune società del Gruppo. [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 femminile tra i dipendenti risulta essere in aumento e pari al 38% della popolazione aziendale, rispetto al 36% del 2020. In particolare la percentuale femminile raggiunge il 36% nella categoria dirigenti e il 44% nella categoria manager. [GRI 405-1]

Per quanto riguarda i lavoratori che non rientrano tra i dipendenti, nel 2023 risultano impiegate 151 persone (+12% rispetto al 2022), 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*

<b>Contratto a tempo indeterminato</b>		<b>2020</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	1.838	1.760	1.770	1.800
	Donne	1.015	1.000	1.022	1.049
Full-time	Uomini	1.806	1.729	1.741	1.774
	Donne	950	936	955	975
Part-time	Uomini	32	31	29	26
	Donne	65	64	67	74
<b>Totale dipendenti a tempo indeterminato</b>		<b>2.853</b>	<b>2.760</b>	<b>2.792</b>	<b>2.849</b>
<b>Contratto a tempo determinato</b>		<b>2020</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	77	77	82	70
	Donne	83	83	93	96
Full-time	Uomini	56	56	55	34
	Donne	38	38	28	24
Part-time	Uomini	21	21	27	36
	Donne	45	45	65	72
<b>Totale dipendenti a tempo determinato</b>		<b>160</b>	<b>160</b>	<b>175</b>	<b>166</b>
Dipendenti con ore lavorative non garantite	Uomini	-	2	2	13
	Donne	-	1	1	6
<b>Totale dipendenti con ore lavorative non garantite</b>		<b>-</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>19</b>
<b>TOTALE dipendenti</b>		<b>3.013</b>	<b>2.920</b>	<b>2.970</b>	<b>3.034</b>

**Dipendenti, per tipologia di contratto, per genere e area geografica per il 2023, numero**

Contratto a tempo indeterminato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	545	482	282	465
	Donne	274	360	122	219
Part-time	Uomini	8	5	3	10
	Donne	9	20	19	26
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	553	487	285	475
	Donne	283	380	141	245
<b>Totale dipendenti a tempo indeterminato</b>		<b>836</b>	<b>867</b>	<b>426</b>	<b>720</b>
Contratto a tempo determinato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	6	6	14	8
	Donne	0	6	11	7
Part-time	Uomini	0	35	1	0
	Donne	0	69	2	1
Dipendenti a tempo determinato	Uomini	0	75	13	8
	Donne	0	0	0	0
<b>Totale dipendenti a tempo determinato</b>		<b>6</b>	<b>116</b>	<b>28</b>	<b>16</b>
Contratto con ore lavorative non garantite		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Dipendenti con ore lavorative non garantite	Uomini	0	13	0	0
	Donne	0	6	0	0
<b>Totale dipendenti con ore lavorative non garantite</b>		<b>0</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTALE dipendenti</b>		<b>842</b>	<b>1002</b>	<b>454</b>	<b>736</b>

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

Percentuale di dipendenti per categoria professionale, genere e fascia d'età	2021		2021*		2022		2023	
	U	D	U	D	U	D	U	D
<b>Dirigenti</b>	<b>71%</b>	<b>29%</b>	<b>70%</b>	<b>30%</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>	<b>64%</b>	<b>36%</b>
di cui <30 anni	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	3%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	49%	80%	50%	80%	46%	75%	45%	71%
di cui >50 anni	51%	20%	50%	20%	54%	25%	54%	26%
<b>Manager</b>	<b>58%</b>	<b>42%</b>	<b>58%</b>	<b>42%</b>	<b>57%</b>	<b>43%</b>	<b>56%</b>	<b>44%</b>
di cui <30 anni	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	21%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	51%	78%	52%	78%	52%	75%	54%	58%
di cui >50 anni	46%	18%	45%	18%	46%	21%	44%	22%
<b>Impiegati</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>	<b>49%</b>	<b>51%</b>	<b>46%</b>	<b>54%</b>
di cui <30 anni	11%	17%	11%	17%	11%	15%	17%	21%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	61%	55%	61%	55%	56%	60%	55%	58%
di cui >50 anni	29%	28%	28%	27%	33%	25%	28%	22%
<b>Operai</b>	<b>76%</b>	<b>24%</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>	<b>73%</b>	<b>27%</b>	<b>75%</b>	<b>25%</b>
di cui <30 anni	17%	19%	18%	19%	19%	24%	19%	22%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	51%	53%	53%	54%	54%	53%	49%	48%
di cui >50 anni	32%	27%	30%	28%	27%	23%	33%	29%
<b>TOTALE</b>	<b>64%</b>	<b>36%</b>	<b>63%</b>	<b>37%</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>

U: uomini D: donne

## 5.6 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.

Anche all'interno del Codice Etico è sottolineata l'importanza attribuita dal Gruppo alla salute, all'igiene, alla sicurezza sul luogo di lavoro e alla prevenzione di tutte le potenziali forme di rischio sia in relazione ai propri dipendenti che ai dipendenti di imprese esterne che operano presso MZB.

**Segafredo Zanetti Italia**, ad esempio, ha adottato un sistema di gestione per la salute e sicurezza, accompagnato da valutazioni periodiche dei rischi e supportato da apposite procedure aziendali. Segafredo Zanetti 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**, **Boncafé 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.

Società come **Brodies**, **Meira**, **Boncafé Malaysia**, **Massimo Zanetti Beverage Vietnam**, **Boncafé 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 **Massimo Zanetti Beverage 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.

**Massimo Zanetti Beverage 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.

**Segafredo Zanetti 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)<sup>16</sup>.

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. Massimo Zanetti Beverage 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, **Segafredo Zanetti Austria** dispone di un **medico del lavoro**, a cui tutti i dipendenti possono liberamente rivolgersi. A testimonianza dell'importanza attribuita a tali aspetti, la società ha anche firmato nel 2020 la **BGF Charta** impegnandosi nella promozione della salute e della sicurezza sul lavoro e nella realizzazione di uno specifico piano di miglioramento.

Per quanto riguarda la **formazione**, tutte le società del Gruppo sono attive nella sensibilizzazione del proprio personale sulle procedure di salute e sicurezza, ed assolvono agli obblighi formativi previsti per legge. Ad esempio, **Brodies**, avendo degli addetti al primo soccorso certificati presso tutti i siti, eroga periodicamente dei corsi di formazione di aggiornamento per garantire la conformità con le normative locali. **Boncafé Thailand**, invece, ha erogato nel corso dell'anno numerosi corsi di formazione, tra cui "Occupational safety, health and work environment of the workplace" 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, Segafredo Zanetti Deutschland, Segafredo Zanetti Australia, Boncafé Middle East, Bean Alliance Group, Segafredo Zanetti Japan, Segafredo Zanetti 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

---

<sup>16</sup> 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

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 2023 è diminuito il tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza relativo ai dipendenti e contrattisti, 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. Nel corso del 2023, non sono stati registrati, inoltre, decessi a seguito di infortuni sul lavoro o infortuni con gravi conseguenze, sia per i dipendenti che i contrattisti. [GRI 403-9]

### *Infortuni sul lavoro - dipendenti*

<b>DIPENDENTI</b>	<b>2021</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	44	44	31	40
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	1	1	0	0
Altri infortuni sul lavoro	22	22	26	11
<b>Totale infortuni sul lavoro</b>	<b>66</b>	<b>66</b>	<b>57</b>	<b>51</b>
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	2.673	2.553	2.213	1.215
Ore lavorate	5.770.616	5.648.357	5.666.257	5.359.676
Infortuni in itinere	15	15	19	8
<b>Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza</b>	<b>7,6</b>	<b>7,8</b>	<b>5,5</b>	<b>7,5</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE</b>	<b>11,4</b>	<b>11,7</b>	<b>10,1</b>	<b>2,1</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze</b>	<b>0,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

### *Infortuni sul lavoro – altri lavoratori*

<b>ALTRI LAVORATORI</b>	<b>2021</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0	0
Infortuni sul lavoro con giorni di assenza	5	5	0	0
<i>di cui con gravi conseguenze</i>	0	0	0	0
Altri infortuni sul lavoro	0	0	3	4
<b>Totale infortuni sul lavoro</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Giorni di assenza per infortuni sul lavoro registrabili	109	109	0	0
Ore lavorate	127.402	127.402	88.668	228.229
Infortuni in itinere	2	2	3	0
<b>Tasso di decessi a seguito di infortuni sul lavoro</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con giorni di assenza</b>	<b>39,2</b>	<b>39,2</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro TOTALE</b>	<b>39,2</b>	<b>39,2</b>	<b>33,8</b>	<b>17,5</b>
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



## 6. L'AMBIENTE

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

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

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

Secondo il rapporto "Global Warming of 1.5°C" dell'IPCC<sup>17</sup> è solo dimezzando le emissioni di gas serra entro il 2030 e abbattendole del tutto entro il 2050 che la variazione delle temperature a livello mondiale potranno essere mantenute entro la soglia di +1,5°C, limite cruciale perché il cambiamento climatico non metta a rischio intere aree geografiche e sistemi produttivi.

Allo stesso modo, con riferimento alle risorse idriche, più di due miliardi di persone vivono in paesi soggetti a tassi elevati di stress idrico, mentre circa quattro miliardi di persone devono affrontare gravi episodi di scarsità idrica per almeno un mese all'anno. L'incremento della domanda determinerà, pertanto, una crescita continua dei livelli di stress idrico, ampliati inoltre dall'intensificarsi degli effetti dei cambiamenti climatici (UN WATER).<sup>18</sup> In funzione di tale contesto, la nuova strategia di crescita annunciata dall'Unione Europea alla fine del 2019, il **Green Deal** europeo, prevede una spinta verso un migliore ed efficiente utilizzo delle risorse da parte della UE e dei Paesi membri, volta ad azzerare entro il 2050 le emissioni nette di gas a effetto serra e a dissociare, per quanto possibile, la crescita economica dall'uso delle risorse.<sup>19</sup>

Parallelamente, la pubblicazione del Pacchetto sull'**Economia circolare** nell'aprile del 2018 – un insieme di misure e obiettivi volti a facilitare la "chiusura del cerchio" in Europa – e della Strategia Europea sulla plastica,

---

<sup>17</sup> Intergovernmental Panel on Climate Change – IPCC. È il foro scientifico formato nel 1988 da due organismi delle Nazioni Unite, l'Organizzazione meteorologica mondiale (WMO) ed il Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente (UNEP) allo scopo di studiare il riscaldamento globale.

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 seguente "La 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 2023, la gestione operativa degli aspetti ambientali è proseguita in capo alle singole società del Gruppo.

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.

**Massimo Zanetti Beverage 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

<sup>18</sup> UN, 2019: "The United Nations world water development report 2019: Leaving no one behind"

<sup>19</sup> Commissione Europea, dicembre 2019: "Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni. Il Green Deal europeo".

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 2023 ha continuato ad implementare i requisiti necessari per l’ottenimento della certificazione ISO 14001:2015.

**Massimo Zanetti Beverage 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, Massimo Zanetti Beverage Vietnam redige un report ambientale annuale e comunica 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.

## 6.1 LA POLITICA AMBIENTALE DI GRUPPO

Nel corso del 2019 le cinque principali società del Gruppo Massimo Zanetti Beverage si sono confrontate sulle principali tematiche ambientali, individuando le aree prioritarie di impegno del Gruppo. Per ciascun’area sono state definiti degli obiettivi comuni, 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 Massimo Zanetti Beverage si sono impegnate a adottare e rispettare i seguenti requisiti obbligatori descritti nella politica condivisa e accettata da tutte le controllate del Gruppo:

### ENERGIA

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

### EMISSIONI

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

### RIFIUTI

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

### MATERIE PRIME

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

I responsabili della gestione delle tematiche ambientali all’interno di ciascuna società e tutti i dipendenti del Gruppo monitorano e garantiscono l’implementazione dei requisiti e il perseguimento di tali obiettivi. Infine, la Politica Ambientale prevede analisi e accertamenti lungo la catena di

fornitura, al fine di garantire che i requisiti obbligatori siano rispettati, mediante visite in sito, questionari di autovalutazione e/o audit.

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



## 6.2 EFFICIENZA ENERGETICA E RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Sono sempre di più le società del Gruppo Massimo Zanetti Beverage 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 già anticipato, alcune aziende hanno definito specifici obiettivi che prevedono l'implementazione di misure per la diminuzione delle emissioni al fine di ridurre la propria *carbon footprint*, anche attraverso determinate scelte in termini di approvvigionamento energetico e servizi di logistica e gestione delle flotte aziendali.

Ad esempio, **Meira**, società produttiva con sede ad Helsinki, ha deciso di supportare il piano strategico annunciato nel 2017 dalla capitale finlandese "*Helsinki City Strategy 2017–2021*" nel raggiungimento della **Carbon Neutrality**<sup>20</sup> entro il 2035. Meira ha alzato ulteriormente l'asticella fissata dal proprio governo e, come già descritto, sta perseguendo l'obiettivo di raggiungere la neutralità carbonica entro il 2030 attraverso il proprio piano di sostenibilità al 2030, che è stato approvato da Science Based Targets nel 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 **Segafredo Zanetti 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.

Dal 2022 Boncafé Thailand ha ottenuto la certificazione "Green Industry Level 3", nota anche come "Green System". Questa certificazione richiede che un'organizzazione abbia una politica ambientale, pianificazione, implementazione, monitoraggio, elaborazione, revisione e manutenzione del sistema di gestione ambientale.

Il "Green Industry Level 3" del Ministero dell'Industria della Thailandia è parte di un programma più ampio chiamato BCG (Bio Economy, Circular Economy, Green Economy). Questo programma mira a promuovere la sostenibilità economica, sociale e ambientale, riducendo l'uso delle risorse naturali.

### CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

Diversi sono i progetti e le iniziative realizzati dalle 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 del Gruppo come, ad esempio, in **Boncafé Thailand**, **Boncafé Malaysia**, **Café Montaña**, **Segafredo Zanetti Japan**, **Bean Alliance Group**.

**Tiktak** ha condotto, nel corso del 2022, 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.

---

<sup>20</sup> Con Carbon Neutrality si intende il risultato di un processo di riduzione e compensazione delle emissioni di CO<sub>2</sub> di una specifica entità, tale per cui le emissioni totali di anidride carbonica risultino pari a zero.

**Massimo Zanetti Beverage Iberia** ha installato nel 2022 un secondo impianto fotovoltaico, che, insieme a quello installato nel 2020, ha consentito di produrre internamente il 41% del fabbisogno di elettricità totale della società nel 2023. Allo stesso modo, anche Segafredo Zanetti 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 **Massimo Zanetti Beverage Brasil**, è dotato di un moderno sistema di produzione con emissioni di CO2 controllate, che consente di mantenere il livello minimo di rilascio consentito dalla legge brasiliana. Inoltre, parte della flotta di Pacaembu è alimentata a etanolo, un combustibile rinnovabile a base di 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 Segafredo Zanetti 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

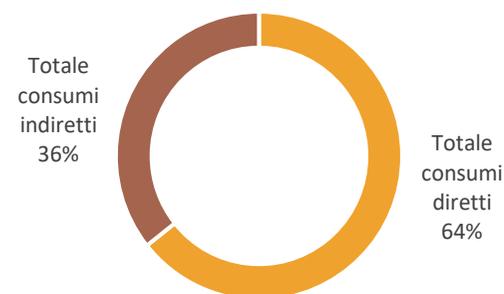
non a pieno carico in modo tale da ridurre ulteriormente le emissioni legate al trasporto.

Al fine di ridurre e compensare le proprie emissioni di anidride carbonica, negli anni **Segafredo Zanetti France, Brodies e Segafredo Zanetti Deutschland** hanno rinnovato la propria flotta auto, di cui quella della società tedesca costituita interamente da auto ibride.

Infine, Segafredo Zanetti Austria, Segafredo Zanetti Poland, Segafredo Zanetti France, acquistano energia elettrica certificata proveniente da fonti rinnovabili a copertura della totalità del proprio fabbisogno. La finlandese Meira, invece, nel 2023 ha coperto oltre il 95% del proprio fabbisogno di energia elettrica da fonti *CO2-free*<sup>21</sup>.

Nel 2023, **Massimo Zanetti Beverage Group** ha registrato consumi energetici complessivi pari a circa 596.397 GJ, in aumento dell'11% rispetto al 2022. [GRI 302-1]

#### *Percentuale consumi energetici diretti e indiretti*



<sup>21</sup> Nello specifico, Meira ha acquistato energia nucleare la cui origine è stata certificata secondo le disposizioni dell'Association of Issuing Bodies (AIB).

Il livello di utilizzo di energia elettrica, invece è aumentato di 43% rispetto al 2022. Inoltre, nel 2023 circa il 15% dei consumi di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili.

### Consumi energetici, in GJ

Consumi diretti	2021	2021*	2022	2023
Benzina	17.927	17.740	21.333	25.455
Gasolio <sup>22</sup>	81.732	81.632	76.792	80.682
Gas naturale	288.972	286.554	255.540	233.518
GPL	46.698	46.698	26.809	41.474
Biogas	2.517	2.517	2.845	3.133
Etanolo	2.219	2.219	0	478
E85 Etanolo/Gasolio	0	0	0	537
<b>Totale consumi diretti</b>	<b>440.064</b>	<b>437.361</b>	<b>383.318</b>	<b>383.738</b>
Consumi indiretti	2021	2021*	2022	2023
Energia elettrica	126.981	125.698	122.289	175.478
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	19.694	19.694	22.166	23.810
Energia elettrica autoprodotta da fonti rinnovabili	1.069	1.069	1.699	1.812
Energia per riscaldamento	13.210	13.210	11.543	11.559
Energia per raffrescamento	119	119	0	0
<b>Totale consumi indiretti</b>	<b>161.074</b>	<b>159.791</b>	<b>157.698</b>	<b>212.658</b>
<b>Consumi energetici diretti e indiretti</b>	<b>601.138</b>	<b>597.152</b>	<b>541.016</b>	<b>596.397</b>

<sup>22</sup> 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 Protocol<sup>23</sup>, le emissioni di CO<sub>2eq</sub> sono rendicontate sotto forma di:

- **emissioni dirette** (Scope 1) dovute ad attività del Gruppo **Massimo Zanetti Beverage** 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: l'aumento nei consumi energetici ha causato un conseguente aumento complessivo nelle emissioni (nel 2023, le emissioni complessive sono aumentate del 16%). Tuttavia, le iniziative legate alla transizione a fonti rinnovabili e all'efficienza energetica hanno mitigato questo aumento. In particolare, l'acquisto di energia da fonti rinnovabili e *CO2-free* da parte di Segafredo Zanetti Austria, Segafredo Zanetti Poland, Segafredo Zanetti France e Meira ha permesso di evitare l'emissione di 703 tonnellate di CO<sub>2eq</sub> nel 2023<sup>24</sup>. Inoltre, Meira ha contribuito al contenimento delle emissioni di CO<sub>2eq</sub> a livello di Gruppo, anche grazie alla scelta di utilizzare il Biogas, un combustibile che ha un fattore emissivo nullo.

<sup>23</sup> 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

<sup>24</sup> Calcolate secondo la metodologia Market Based.

### Emissioni di gas a effetto serra, in tonCO<sub>2</sub>eq

Emissioni dirette (tonCO <sub>2</sub> eq)	2021	2021*	2022	2023
Da consumo di benzina	1.266	1.253	1.182	1.654
Da consumo di gasolio <sup>25</sup>	6.118	6.111	5.069	5.595
Da consumo di gas naturale	16.285	16.148	14.291	13.096
Da consumo di GPL	2.986	2.986	2.447	3.646
Da consumo di Etanolo	153	153	0	33
Da consumo di E85 Etanolo/Gasolio	0	0	0	32
<b>Totale emissioni dirette</b>	<b>26.808</b>	<b>26.651</b>	<b>22.989</b>	<b>23.157</b>
Emissioni indirette (tonCO <sub>2</sub> eq)	2021	2021*	2022	2023
Da energia elettrica (L.B.)	14704	14.589	13.119	18.708
Da riscaldamento	627	627	547	577
Da raffrescamento	6	6	0	0
<b>Totali emissioni indirette L.B.</b>	<b>15.336</b>	<b>15.221</b>	<b>13.666</b>	<b>19.285</b>
Totali emissioni indirette M.B.	<b>12.740</b>	<b>12.576</b>	<b>14.007</b>	<b>19.479</b>
Totali emissioni (dirette e indirette L.B.)	<b>42.077</b>	<b>41.872</b>	<b>36.656</b>	<b>42.441</b>
Totali emissioni (dirette e indirette M.B.)	<b>39.548</b>	<b>39.228</b>	<b>36.997</b>	<b>42.636</b>

### RIFIUTI PRODOTTI

Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti derivanti dalle attività produttive, sono numerosi gli esempi di gestione virtuosa in essere presso le diverse società del Gruppo. **Le iniziative attuate dalle differenti aziende sposano il concetto di economia circolare**, oggi sempre più centrale nel settore, soprattutto per quanto riguarda la gestione degli scarti di produzione.

Grazie all'insieme di misure specifiche dirette a una migliore gestione dei rifiuti, come il riciclo (per plastiche, metalli, cartone), la vendita a terzi o la produzione di energia (per gli scarti del caffè), **Segafredo Zanetti Francia**, per il 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**.

**Massimo Zanetti Beverage USA e Segafredo Zanetti 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 Massimo Zanetti Beverage che adottano approcci simili e immettono nuovamente sul mercato i propri

<sup>25</sup> 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.

scarti di produzione attraverso società autorizzate. A questa tipologia di iniziativa prendono anche parte **Massimo Zanetti Beverage Vietnam, Segafredo Zanetti Brazil, Bean Alliance Group e Segafredo Zanetti Poland.**

Una pratica virtuosa condivisa e comune a diverse società del Gruppo, come ad esempio **Segafredo Zanetti Francia, Segafredo Zanetti Italia<sup>26</sup>, 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 e 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 riutilizzo. 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 loco. Lo scopo è quello di compensare l'uso di fertilizzanti e migliorare la salute del suolo.

La società australiana **Bean Alliance Group** 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.

---

<sup>26</sup> Dal 2022 il 100% dei sacchi di juta utilizzati da Segafredo Zanetti Italia vengono trattati come sottoprodotti e inviati a riciclaggio.

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.

**Massimo Zanetti Beverage Brasil** 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 Massimo Zanetti Beverage Brasil 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, **Massimo Zanetti Beverage Brasil** 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 2023 il **Gruppo Massimo Zanetti Beverage** ha prodotto 771.122<sup>27</sup> 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	80,34	9,69	90,02
Carta	425,36	29,84	455,20
Metalli	238,67	0,00	238,67
Vetro	3,16	0,00	3,16
Organico	398,20	96,31	494,51
Acque reflue del caffè	763.045,00	0,00	763.045,00
Altri rifiuti di caffè non pericolosi	3.401,89	963,79	4.365,68
Tela	410,78	278,43	689,21
Legno	222,96	26,06	249,02
Materiale elettrico	9,65	12,33	21,98
Toner	0,20	0,00	0,20
Filtri dell'aria	2,00	0,00	2,00
Batterie	0,01	0,00	0,01
Rifiuti liquidi	17,00	8,74	25,74
Falciature	5,27	0,00	5,27
Nastri	0,00	0,10	0,10
Rifiuti generici	126,03	953,96	1.079,99
Rifiuti per recupero energetico	0,00	94,09	94,09
Rifiuti da costruzione	0,00	4,92	4,92
Rifiuti industriali	0,00	150,88	150,88
Altro	54,52	31,32	85,84
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>768.441</b>	<b>2.661</b>	<b>771.101</b>

<sup>27</sup> L'aumento di 765 mila tonnellate è dovuto al fatto che la controllata Kauai per la prima volta ha monitorato e rendicontato le acque reflue del caffè, corrispondenti a 763.045 tonnellate, ossia il 99% dei rifiuti prodotti dall'intero Gruppo

Inoltre, la quasi totalità dei rifiuti viene destinata ad attività di recupero, riciclo o riutilizzo (99,6%). [GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5]

Composizione rifiuti pericolosi (t)	Rifiuti non destinati a smaltimento	Rifiuti destinati a smaltimento	Rifiuti generati
Solventi	0,35	0,04	0,39
Oggetti contaminati	0,18	0,27	0,45
Olii	6,70	0,08	6,78
Filtri dell'olio	0,04	0,00	0,04
Batterie e accumulatori	5,81	0,00	5,81
Elettronica e app. elettriche contaminate	0,14	0,00	0,14
Lampadine	0,09	0,91	1,00
Toners & cartucce d'inchiostro	0,20	0,01	0,21
Materiali isolanti pericolosi	0,00	0,00	0,00
Vernici	0,00	0,11	0,11
Alcool isopropilico	4,75	0,00	4,75
Contenitori di pesticidi	0,00	1,00	0,00
Altro	0,00	0,07	0,00
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>18,26</b>	<b>2,49</b>	<b>20,75</b>
<b>TOTALE rifiuti</b>	<b>768.459</b>	<b>2.663</b>	<b>771.122</b>

Rifiuti destinati a recupero (t) 2023			
Rifiuti pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Preparazione per il riutilizzo	0,00	0,55	0,55
Riciclo	5,30	6,49	11,79
Altre operazioni di recupero	5,86	0,12	5,98
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>11,16</b>	<b>7,16</b>	<b>18,32</b>
Rifiuti non pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Preparazione per il riutilizzo	2.948,70	246,26	3.194,96
Riciclo	581,08	1.168,81	1.749,89
Altre operazioni di recupero	763.345,74	150,37	763.496,11
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>766.875,52</b>	<b>1.565,44</b>	<b>768.440,96</b>
<b>Totale rifiuti</b>	<b>766.887</b>	<b>1.573</b>	<b>768.459</b>

Rifiuti destinati a smaltimento (t) 2023			
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	0,36	0,36
Conferimento in discarica	0,00	1,00	1,00
Altre operazioni di smaltimento	0,00	1,12	1,12
<b>Totale rifiuti pericolosi</b>	<b>0,00</b>	<b>2,48</b>	<b>2,48</b>
Rifiuti non pericolosi	In loco	Presso un sito esterno	Totale
Incenerimento (con recupero di energia)	0,00	379,68	379,68
Incenerimento (senza recupero di energia)	0,00	81,08	81,08
Conferimento in discarica	0,00	1.974,30	1.974,30
Altre operazioni di smaltimento	0,00	225,48	225,48
<b>Totale rifiuti non pericolosi</b>	<b>0,00</b>	<b>2.660,1</b>	<b>2.660,53</b>
<b>Totale rifiuti</b>	<b>0,00</b>	<b>2.663</b>	<b>2.663</b>

## **KAUAI COFFEE: AGRICOLTURA SOSTENIBILE NEL CUORE DELLE HAWAII**

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

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

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 1.250 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 4.000 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 terreni<sup>28</sup> 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 implementato l'uso di droni per verificare le aree di intervento, limitare i danni di eventuali parassiti e rispondere in modo efficiente e tempestivo. Sebbene nel corso del 2023 la società hawaiana non sia riuscita a raggiungere l'obiettivo a causa di numerose sfide interne ed esterne, Kauai continua a portare avanti tale l'impegno.

**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 con altre realtà al fine di ridurre le morti premature degli uccelli marini in via di estinzione, proteggendo e migliorando le aree di nidificazione nelle montagne al centro dell'isola.

---

<sup>28</sup> 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%.

### 6.3 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.

Nel **2022 Segafredo Zanetti Italia** raggiunto l’ambizioso traguardo previsto dal **Progetto Packaging Sostenibile**, avviato nel 2017. Nello specifico Segafredo Zanetti Italia ha completamente abbandonato i packaging tradizionali utilizzati nel mondo del caffè, passando dall’utilizzo di imballi costituiti da plastiche (non affini fra loro) e alluminio – mix non riciclabile – all’impiego di plastiche riciclabili (con la totale eliminazione dell’alluminio). Inoltre è stato interamente sostituito l’imballo dei formati multipli (bipack e quadripack) che è passato da un iniziale materiale non riciclabile a uno riciclabile nella plastica, per arrivare al completo impiego di imballi in carta certificata Forest Stewardship Council (FSC).

Nel **2023 Segafredo Zanetti Poland** ha raggiunto l’obiettivo di utilizzare il 100% di scatoloni di carta di origine riciclata. **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 thè prive di plastica al 100%, portando così il Gruppo ad un ulteriore passo in avanti nella creazione di imballi più attenti all’ambiente.

**Massimo Zanetti Beverage Iberia** nel corso del 2023 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 **Segafredo Zanetti 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.

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



**Massimo Zanetti Beverage USA** per servire il caffè utilizza dei bicchieri di plastica particolari. Essi, infatti, sono prodotti con il 35% di plastica in meno rispetto al formato 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*.

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 Bean Alliance Group**. 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 il 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 2023 **Segafredo Zanetti Coffee System** ha ridotto le dimensioni dell'incarto delle bustine per alcuni dei suoi prodotti.

Infine, **Bean Alliance Group** ha introdotto i bicchieri di carta compostabili con rivestimento ad acqua.

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 Japan** ha invece sostituito le tazzine di carta e plastica con quelle di vetro e ceramica. Inoltre, Segafredo Zanetti Japan ha rimosso tutti i bastoncini a favore di quelli in legno e, in alcune caffetterie, sono state sostituite le cannuccie 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 Italia 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.



## SEGAFREDO ZANETTI DEUTSCHLAND CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Nel corso del 2021 Segafredo Zanetti 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 2023 Massimo Zanetti Beverage Group ha utilizzato circa 17.043 tonnellate di materiale per il confezionamento dei prodotti, in diminuzione rispetto al 2022 (-10 tonnellate). I consumi di materiale per imballaggi provenienti da risorse rinnovabili<sup>29</sup> – ovvero carta e cartone – corrispondono al 32% dei consumi complessivi [GRI 301-1]

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

Materiale	2021	2021*	2022	2023
Carta	889	889	758	690
Plastica	3.039	3.039	2.808	3.577
Cartone e cartone ondulato	5.216	5.185	4.933	4.700
Vetro	309	309	299	264
Alluminio	106	106	141	100
Banda stagnata	6.095	6.095	5.717	5.351
Bobine	83	83	102	126
Legno ( <i>compresi pallet</i> )	581	557	588	703
Acciaio	2	2	2	0
Poliaccoppiati (plastica, alluminio)	294	294	281	339
Film flessibile ( <i>plastica</i> )	811	811	781	622
Juta	-	-	-	571
Altri ( <i>prevalentemente plastica</i> )	679	669	642	690
<b>Totale materiale</b>	<b>18.104<sup>30</sup></b>	<b>18.040</b>	<b>17.053</b>	<b>17.043</b>

<sup>29</sup> Per materiale rinnovabile s'intende materiale che deriva da abbondanti risorse che vengono rapidamente reintegrate da cicli ecologici o processi agricoli, affinché i servizi forniti da queste e altre risorse correlate non siano in pericolo e rimangano disponibili per le generazioni future.

<sup>30</sup> Nel Bilancio di Sostenibilità 2021 è stato riportato che nel 2021 il Gruppo ha utilizzato circa 17.838 tonnellate di materiali confezionamento dei prodotti (invece di 18.104 tonnellate), a causa di un'imprecisione nel calcolo di una società controllata.

# 7. COMUNITÀ LOCALI



## 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, Segafredo Zanetti Poland, Massimo Zanetti Beverage USA e Massimo Zanetti Beverage Brasil** offrono gratuitamente alcuni dei loro prodotti a persone bisognose, attraverso organizzazioni riconosciute. In particolare, TikTak sostiene la Food Bank in Groningen (Netherlands), mentre Massimo Zanetti Beverage Brasil sostiene diversi enti, tra cui anche alcuni ospedali come il Charity Hospital of Vargem Grande do Sul-Sao Paulo).

Anche **Massimo Zanetti Beverage 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.

Nel 2023, Bean Alliance Group è diventata Corporate Partner di **Fitted for Work**, un'organizzazione no-profit che si occupa di facilitare inserimento nel mondo del lavoro di donne che incontrano ostacoli all'occupazione o che si trovano attualmente in una situazione di svantaggio.

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 tramite alcune società (Boncafé, Massimo Zanetti Beverage USA, Meira, Kauai), come già anticipato, 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**, ad esempio, 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. Massimo Zanetti Beverage 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, Massimo Zanetti Beverage 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.

# 8. 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 2007 al 2023...*

---

*270*

*Progetti a favore di minori sostenuti in Italia e all'estero*

*142*

*Incontri di sensibilizzazione e formazione per studenti, docenti, genitori e cittadini*

*35*

*Eventi di raccolta fondi a favore di progetti dedicati ai minori*

## I PROGETTI 2023

Nel 2023 l'impegno della Fondazione Zanetti a favore dei minori in difficoltà si è concretizzato attraverso il sostegno di **21 progetti in Italia e nel mondo**. Grande attenzione è stata data alla **lotta alla malnutrizione infantile** che colpisce centinaia di milioni di bambini e che, soprattutto a causa della recente pandemia, dei conflitti armati e dei fenomeni climatici estremi, è drammaticamente in aumento. Il sostegno della Fondazione si è focalizzato anche sulle **cure sanitarie, l'accoglienza, l'inclusione e l'educazione**, attività indispensabile anch'essa per contribuire a sradicare le cause che sono all'origine dell'emergenza fame che coinvolge aree del mondo sempre più ampie e diffuse.

**È stata data continuità a progetti che hanno bisogno di tempo per svilupparsi** ed essere quindi davvero generativi di cambiamento, **ma sono stati accolte anche nuove progettualità** collaborando sempre con enti *non profit* che lavorano in sinergia con il territorio dove operano.

Dall'India al Centro e Sud America, dall'Africa all'Italia, **il sostegno della Fondazione Zanetti Ets ha contribuito a garantire a migliaia di bambine e bambini diritti e preziose opportunità di riscatto.**

In Italia lo **Spazio Biscio** di Treviso ha continuato a sviluppare attività educative e ricreative a favore dei minori che vivono in contesti fragili con riscontri significativi per la loro crescita.

### PROGETTI NEL MONDO

---

#### 1\_BANGLADESH

*Diritto alla salute dei bambini Dalit*

**Ente promotore:** Fondazione l'Albero della Vita Ets

Il progetto ha garantito a 2000 bambini Dalit, il gruppo etnico più emarginato e discriminato al mondo, l'accesso ai servizi medico/sanitari di base. Sono stati organizzati campi medici nei Distretti di Khulna e Satkhira al fine di monitorare lo stato di salute dei minori, prescrivere eventuali terapie e medicinali ed è stato attivato un servizio di referral presso l'ospedale più vicino in caso di gravi patologie o

malattie riscontrate durante le visite. Inoltre, i bambini e le loro famiglie sono stati informati sulle buone pratiche igienico-sanitarie da adottare.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile sostenere l'attività di un esperto in salute pubblica, di un assistente sanitario e di alcuni paramedici.

L'azione del progetto è stata di fondamentale importanza dal momento che il 78% dei bambini beneficiari soffriva di Malnutrizione Severa ed Acuta.

#### 2\_BRASILE

*Biblioteca InterAttiva per i minori di Bahia*

**Ente promotore:** Instituto Rogacionista Santo Aníbal

Il Centro di Convivência Santo Aníbal accoglie e protegge 200 bambini, adolescenti e giovani dai 5 ai 18 anni che vivono in situazioni di rischio e vulnerabilità sociale. Si tratta di uno spazio culturale polifunzionale dove tutte le attività sono gratuite.

**Con il sostegno Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile realizzare all'interno della struttura una biblioteca interattiva per favorire lo studio, la conoscenza e la socialità tra minori. In questo spazio di promozione umana oltre alla possibilità di consultare libri cartacei e digitali, si possono ora organizzare anche diverse attività di formazione come corsi, convegni, spettacoli teatrali e proiezioni di film, documentari e reportage nella sala cinema dedicata. Il tutto è stato realizzato in sinergia con i docenti e gli educatori che seguono direttamente i minori.

#### 3\_BURKINA FASO

*Sicurezza alimentare e nutrizione per donne e bambini vulnerabili*

**Ente promotore:** Amref Health Africa

Il progetto ha contribuito alla lotta contro la fame e la malnutrizione in Burkina Faso nella Région du Centre Ouest. In particolare, è stato rafforzato il sistema di presa in carico comunitario a favore di

bambini e donne vulnerabili nei comuni di Poa e Thyou ed è stato avviato un processo di sviluppo locale in un'ottica di sostenibilità e generatività economica e sociale.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stata garantita la presa in carico nutrizionale di 125 bambini nelle mense scolastiche dei due comuni coinvolti. Oltre 1.261 alunni e alunne hanno potuto beneficiare del servizio della mensa scolastica che ha assicurato un pasto sano al giorno e ha contribuito a migliorare il loro stato nutrizionale e il loro apprendimento.

#### 4\_GUATEMALA

*Promozione del diritto all'impiego degno, alla salute e all'istruzione per bambine e ragazze*

**Ente promotore:** CEFA Ets

In Guatemala le donne, le bambine e le ragazze, soprattutto se indigene, vivono gravi situazioni di emarginazione e oppressione. Il progetto si è rivolto a bambine e ragazze di 14 comunità rurali di 12 micro-regioni del Dipartimento del Quiché e ha favorito l'accesso a tre diritti fondamentali - istruzione, lavoro e salute - e la parità di genere.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** 80 bambine e ragazze delle comunità coinvolte hanno ricevuto delle borse di studio indispensabili per il loro percorso di scolarizzazione. I fondi sono stati quindi destinati al pagamento delle rette scolastiche, all'acquisto di materiali didattici, al compenso per un educatore che ha supportato le ragazze e per un mediatore culturale di lingua k'iche'.

#### 5\_HAITI

*L'educazione è vita*

**Ente promotore:** Terre des Hommes Italia

Il progetto ha migliorato le condizioni di vita dei bambini e delle bambine più vulnerabili di Haiti garantendo loro il diritto allo studio e contribuendo al rafforzamento del sistema di protezione dell'infanzia partendo dalla scuola e dalle famiglie. Un'azione di grande importanza se si pensa che ad Haiti solo il 57% dei bambini risulta iscritto alla scuola primaria e il 20% alla scuola secondaria.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile acquistare kit scolastici e coprire le spese scolastiche di 105 bambini e bambine che frequentano la scuola dell'Ecole Fondamentale Giancarlo et Memi Oderda, gestita dai Salesiani di Don Bosco nella regione Sud di Haiti, e la scuola Sacre Coeur, gestita da una congregazione di suore nel quartiere di Croix des Bouquets, nella capitale.

#### 6\_HAITI

*Istruzione per bambini e bambine in situazioni di fragilità*

**Ente promotore:** Associazione Savergi/Associazione Rosagala Odv

Il progetto ha contribuito a sostenere l'istruzione scolastica di bambine e bambini haitiani che vivono in zone disagiate e appartengono a famiglie in situazioni di fragilità sociale ed economica.

Favorire l'istruzione in questo difficile contesto significa anche dare una possibilità futura di accesso al mondo del lavoro e quindi favorire la lotta alla povertà in un paese con il 59% della popolazione che vive al di sotto della soglia di povertà.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** sono state pagate le tasse scolastiche di 12 bambini e sono stati acquistati per loro diversi materiali didattici come divise, zaini, libri, quaderni, ma anche scarpe e abbigliamento.

#### 7\_INDIA

*Lotta alla malnutrizione infantile nel distretto di Krishna*

**Ente promotore:** Care to action Ong

Il progetto si sta sviluppando nella Repubblica dell'India dove 364 milioni di persone continuano a soffrire di privazioni acute in termini di salute, nutrizione, educazione e igiene.

Per migliorare le condizioni di salute e la nutrizione delle bambine e dei bambini tra 0 e 6 anni e delle loro famiglie, si stanno realizzando all'interno dello Stato dell'Andhra Pradesh, degli Anganwadi, cioè piccoli centri che offrono gratuitamente assistenza sanitaria, supporto nutrizionale e attività ricreative e scolastiche.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** si sta costruendo un nuovo Anganwadi Center in una comunità rurale di Krishna nell'India meridionale. I lavori termineranno entro l'estate 2024 e la struttura sarà denominata 'Anganwadi Zanetti'.

#### 8\_KENYA

*Educazione inclusiva per i minori della contea di Laikipia*

**Ente promotore:** Fondazione Fontana Ets

Il progetto, sostenuto per il secondo anno consecutivo e dedicato a minori della contea di Laikipia che provengono da gruppi emarginati e da famiglie vulnerabili, ha sviluppato diverse azioni per favorire l'inclusione sociale, l'accesso scolastico e un ambiente di apprendimento sicuro.

L'ente promotore locale è stato il Saint Martin che utilizza un approccio basato sul coinvolgimento delle famiglie e della comunità anche attraverso la formazione di volontari, dirigenti scolastici, insegnanti e la sensibilizzazione sui diritti e sul valore dell'istruzione.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile pagare le tasse scolastiche per 150 minori, acquistare materiale didattico, divise e garantire un supporto educativo e psicologico a scuola.

## 9\_PALESTINA

*Sostegno per i minori della Striscia di Gaza*

**Ente promotore:** Unicef

Per aiutare i bambini coinvolti nel conflitto bellico scoppiato il 9 ottobre 2023 tra Israele e Palestina, la Fondazione ha contribuito a sostenere gli aiuti umanitari che Unicef ha portato alla popolazione della Striscia di Gaza. Qui la situazione è estremamente complessa e il prezzo più alto lo pagano i minori: ogni 3 minuti un bambino viene ucciso o rimane ferito.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** si è partecipato, in piccola parte, alla messa in atto di misure di protezione dell'infanzia e alla consegna di beni essenziali come acqua potabile, alimenti, kit di emergenza e forniture mediche.

## 10\_PARAGUAY

*Salute integrale per i bambini di Encarnación*

**Ente promotore:** Fondazione Canossiana Voica Onlus

Anche nel 2023 la Fondazione ha continuato a sostenere il *Centro de Salud Sagrada Familia* che si trova nel Barrio Pacu Cua con l'obiettivo di aiutare le bambine e i bambini delle periferie degradate di Encarnación, nel sud del Paraguay.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** i bambini da 0 a 5 anni e le gestanti hanno potuto usufruire di un'assistenza sanitaria di base fondamentale e gratuita per migliorare il loro stato di salute, combattere la malnutrizione e le malattie correlate. Sono state quindi eseguite visite mediche di controllo, medicazioni e vaccinazioni, sono stati inoltre distribuiti medicinali, complessi multivitaminici e antiparassitari; infine, sono stati organizzati incontri con alcune nutrizioniste destinati alle mamme.

## 11\_RWANDA

*Accesso alle cure mediche e contrasto alla povertà educativa*

**Ente promotore:** Amici dei Popoli Padova

Il progetto ha coinvolto i bambini di numerose ragazze-madri, sole, spesso vittime di violenza e abbandonate dal padre del bambino e dalla famiglia di origine, e altri bambini provenienti da famiglie molto povere dell'entroterra rurale del Paese.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile tutelare la salute dei bambini delle ragazze-madri mediante l'assicurazione sanitaria nazionale e combattere la malnutrizione e l'insicurezza alimentare tramite la fornitura di cibo nelle scuole. Inoltre, si è potuta realizzare anche un'azione di contrasto alla povertà educativa nelle zone rurali contribuendo alla costruzione di una scuola materna a Sogwe nel distretto di Huye, a circa 10 chilometri da Nyanza.

## 12\_TANZANIA

*Promozione di un sistema alimentare sostenibile nella regione di Dodoma*

**Ente promotore:** Medici con l'Africa Cuamm Ong

Il progetto, ancora in fase di sviluppo, vede una lotta integrata alla malnutrizione infantile che combina interventi in ambito agricolo, sanitario e nutrizionale, al fine di migliorare l'efficacia e l'inclusività del sistema di sicurezza alimentare e nutrizionale delle comunità residenti nella regione di Dodoma. In particolare, attraverso il progetto, Medici con l'Africa Cuamm sta intervenendo nei distretti di Kongwa, Chamwino e Bahi, con un particolare focus sulle categorie più vulnerabili (minori, donne in gravidanza e/o donne capofamiglia).

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile integrare e rafforzare la componente di Early Child Development (ECD) che si occupa dello sviluppo cognitivo, fisico, linguistico, motorio, sociale ed emotivo del bambino nei primi anni di vita.

## 13\_UGANDA

*Curare l'infanzia per curare il futuro*

**Ente promotore:** Fondazione Piero e Lucille Corti Ets

Il St. Mary's Hospital Lacor di Gulu, in Uganda, è uno dei maggiori ospedali non a scopo di lucro dell'Africa equatoriale, una struttura capace di accogliere e curare ogni anno più di 200.000 pazienti. Moltissimi di loro sono bambini e donne, i più colpiti dalla povertà, dalla malnutrizione e dalle durissime condizioni in cui sono costretti a vivere. Le cure gratuite che offre l'ospedale rappresentano per molti l'unica opportunità di ricevere assistenza medica dal momento che il 67% della popolazione locale vive in condizioni di povertà.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** sono stati acquistati prodotti d'igiene per il reparto di pediatria dell'ospedale ed è stato assicurato il compenso per un'infermiera specializzata.

#### 14\_UGANDA

*Supporto, tutela e autoimprenditorialità per le giovani madri di Gulu*

**Ente promotore:** Good Samaritan Odv

Il progetto ha sostenuto 15 giovani donne, tra i 15 ed i 19 anni, nell'affrontare il loro nuovo ruolo di madri al fine di garantire una vita dignitosa per sé stesse e per i loro bambini. Si tratta di ragazze che non possono fare alcun affidamento sul padre del bambino e che provengono da contesti familiari fortemente vulnerabili. Le azioni compiute hanno promosso le capacità di auto-stentamento delle giovani donne e l'accudimento dei loro bambini.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** sono state sostenute le spese relative ad un apprendistato professionalizzante e a un contributo per l'avvio d'impresa, all'assistenza dei loro bambini (accoglienza, cibo, materiale per la cura e la pulizia) e al supporto sanitario e psicologico.

#### 15\_VIETNAM

*Pasti e assistenza sanitaria per bambini abbandonati e con disabilità*

**Ente Promotore:** Associazione Odv Italia Viet Nam – Comitato Regionale Veneto

Il Vinh Long Work Social Center è una struttura di assistenza sociale che accoglie minori orfani o abbandonati anche con disabilità. In questo centro tutti i bambini e le bambine possono fare un percorso di crescita sano frequentando la scuola, svolgendo diverse attività ricreative, educative e ricevendo, quando l'età è adeguata, orientamento professionale per favorire l'inserimento nel mondo del lavoro.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** è stato possibile offrire tutti i giorni pasti completi e nutrienti a 45 bambini accolti nel centro. Inoltre, il supporto ha permesso di promuovere l'assistenza sanitaria per i minori e acquistare capi d'abbigliamento e altro materiale necessario per il loro percorso di vita.

### PROGETTI IN ITALIA

---

#### 16\_ITALIA

*Spazio Biscio. Inclusione e cambiamento per le bambine e i bambini dei quartieri nord di Treviso*

**Ente promotore:** Fondazione Zanetti Ets in collaborazione con Cooperativa La Esse

Inaugurato a giugno 2022, Spazio Biscio accoglie i minori dei quartieri Nord della città di Treviso tutti i pomeriggi, dal lunedì al venerdì, e offre loro una merenda sana, laboratori, incontri e supporto allo studio. Un luogo di idee, sperimentale e di facile accesso che lavora "con le persone" per promuovere cambiamento, integrazione ed inclusione.

Spazio Biscio, fortemente voluto dalla Fondazione Zanetti Ets e progettato in sinergia con la Cooperativa La Esse, anche nel 2023 ha proposto ai tanti bambini accolti attività educative e formative sempre gratuite con educatori qualificati.

Il progetto coinvolge il quartiere di San Paolo, un contesto dove la povertà educativa si traduce spesso in mancanza di opportunità formative per bambini e ragazzi che, in molti casi, non frequentano associazioni o gruppi e rischiano di diventare bambini "ombra" poco stimolati e poco accolti nei loro bisogni. Per questo Spazio Biscio agisce e interviene in connessione con la scuola e con la rete di diversi enti attivi nel territorio. La sua vision è quella far di crescere i bambini sentendosi accolti e rinforzati a livello emotivo per affrontare le normali tappe evolutive e vivere in comunità attente, consapevoli e inclusive.

#### 17\_ITALIA

*Bimbi in ANT. Assistenza gratuita di un paziente oncologico in età pediatrica*

**Ente promotore:** Fondazione ANT Italia Onlus

Il servizio di assistenza domiciliare Bimbi in ANT, gestito da medici, infermieri e psicologi specializzati, va incontro alle necessità del bambino, garantendo al piccolo paziente e ai suoi familiari un sostegno medico professionale e psicologico completamente gratuito e attivo in ogni momento, se necessario, anche di notte e nei giorni festivi. Bimbi in ANT è quindi un servizio gratuito e complementare a quello dell'ospedale che consente ai piccoli malati di ricevere le cure più adeguate ed efficaci restando nel calore della propria casa e godendo dell'affetto familiare.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** un piccolo paziente affetto da tumore ha ricevuto prestazioni mediche ed infermieristiche specializzate, e gratuite, direttamente a casa, in famiglia.

#### 18\_ITALIA

*Pimpa Magica: Storie per l'inclusione in formato audio, video LIS e video CAA*

**Ente promotore:** Fondazione Radio Magica Ets

Pimpa Magica è un progetto culturale altamente inclusivo che mira a garantire a bambine e bambini, con e senza bisogni educativi speciali, pari opportunità di sviluppo relazionale, apprendimento e autonomia. Il progetto è nato grazie alla concessione di Altan di 200 fumetti di Pimpa affinché Radio Magica possa ampliare la sua biblioteca multimediale.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** si è contribuito alla realizzazione di audio per bambini ciechi, ipovedenti o dislessici; Video in LIS, con sottotitoli per bambini sordi, e in CAA per i bambini con autismo o gravi difficoltà linguistiche e per bambini che stanno imparando l'italiano. Tutti i materiali sono disponibili gratuitamente nel sito [www.radiomagica.org](http://www.radiomagica.org).

## 19\_ITALIA

*Con-Fido. Lettura assistita per bambini con bisogni educativi speciali*

**Ente promotore:** Rocking Motion Aps

Il progetto, che sta sviluppando a Treviso da due anni, favorisce la capacità espressiva delle bambine e dei bambini con bisogni educativi speciali di età compresa tra 6 e 7 anni, mediante il sostegno alla lettura assistita con una logopedista e con degli animali, nello specifico con dei cani. I reading dog aiutano a recuperare una comunicazione sincera e profonda, basata sulla spontaneità e sul gioco, stimolando 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** sono state coperte le spese necessarie per il lavoro di una logopedista, di un coadiutore dei cani coinvolti e per il coordinamento e il monitoraggio del progetto.

## 20\_ITALIA

*Nuovi orizzonti 2023 - cure sanitarie per un bambino affetto da cardiopatia congenita*

**Ente promotore:** Associazione Cosmohelp Odv

L'Associazione Cosmohelp Odv lavora per permettere a minori con gravi patologie non trattabili nei loro paesi d'origine di venire in Italia per ricevere cure sanitarie gratuite grazie al programma umanitario della Regione Emilia-Romagna.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** un bambino affetto da cardiopatia congenita proveniente dal Marocco è potuto venire in Italia per essere operato presso la U.O. di Cardiocirurgia Pediatrica dell'Ospedale S. Orsola di Bologna. I fondi della Fondazione hanno permesso i viaggi aerei di andata e ritorno e l'ospitalità del

bambino e della sua mamma prima e dopo l'intervento chirurgico. Il bambino ora sta bene ed è potuto ritornare a casa.

## 21\_ITALIA

*Il Giardino dei bimbi del mondo*

**Ente promotore:** Associazione Cosmohelp Odv

La sede dell'Associazione Cosmohelp Odv accoglie bambini stranieri affetti da gravi patologie che, grazie al programma umanitario della Regione Emilia-Romagna, possono essere curati in Italia. I bambini e le loro mamme (o un'altra persona che gli accompagna) soggiornano nella sede prima e dopo le cure ospedaliere e per rendere questo soggiorno il più possibile sereno, è stato creato nel giardino di questo edificio un piccolo parco giochi.

**Con il sostegno della Fondazione Zanetti Ets** si è contribuito, insieme ad altri donatori, alla realizzazione del parco giochi composto da due altalene, una casetta in legno e un gioco a molla. Un piccolo, ma prezioso, spazio verde a favore di tanti bambini che hanno bisogno di cure.

## INIZIATIVE DI SENSIBILIZZAZIONE ED EVENTI

---

L'impegno della Fondazione Zanetti Ets a favore dei minori in difficoltà si sviluppa anche attraverso eventi di raccolta fondi e iniziative di sensibilizzazione rivolte a genitori, docenti, educatori e alla comunità.

Nel 2023 c'è stata particolare attenzione al tema della fragilità e sono stati dedicati due convegni al tema dell'inclusione, attraverso le storie, la lettura e l'arte, partendo da due progetti sostenuti. Con più di 400 genitori la Fondazione si è anche confrontata *online* anche sui bisogni fondamentali per la crescita dei più piccoli. Inoltre, anche nel 2023 è stato organizzato l'evento di raccolta fondi più atteso con le letture animate nel parco di Villa Zanetti, insieme ai volontari di LILT Giocare in corsia.

**Fondazione Zanetti Onlus**

Viale Felissent 53 - 31020 Villorba (Treviso)

Tel. 0422.312680

[fondazionezanetti-ets.org](http://fondazionezanetti-ets.org)

# APPENDICE

---

## Nota Metodologica

In considerazione del delisting avvenuto il 15 febbraio 2021, Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. risulta non soggetta alle disposizioni del D. Lgs. 254/2016. Il Gruppo, tuttavia, su base volontaria, ha deciso di predisporre la settima edizione del Bilancio di Sostenibilità, in continuità alla precedente versione pubblicata il 20 marzo 2024.

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 aggiornato e corretto alcuni dati relativi all'esercizio 2021. I dati aggiornati (*restated*) sono riportati ai paragrafi: 6.2 *Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali* e 6.3 *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 2023, 2022 e 2021.

Il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra è stato svolto utilizzando i principi indicati nel *GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard*. I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2eq</sub> sono indicati nelle tabelle che seguono:

Fonte / Combustibile	Fonte del fattore di emissione
<b>Diesel</b>	DEFRA (Department of Environment, Food & Rural Affairs), Conversion factors 2023
<b>Benzina</b>	
<b>GPL</b>	
<b>Gas naturale</b>	GHG Protocol - Emission Factors from Cross-sector Tools
<b>Etanolo</b>	
<b>Energia Elettrica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 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 (L.B.), in quanto non risultavano disponibili i residual mix di alcuni Paesi, necessari per utilizzare l'approccio Market-based (M.B.).</li> <li>- 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) 2023 e DEFRA Conversions Factors 2023.</li> <li>- Si specifica che nel caso degli USA il documento di riferimento è stato il Database e-GRID 2023 dell'EPA.</li> <li>- Per Vietnam, Costa Rica e Malaysia sono stati utilizzati i GHG Factors for International Grid Electricity (ROW) 2023 redatti da Carbon Footprint Ltd.</li> <li>- Nel caso di Brasile e Giappone, i fattori sono stati reperiti dal Climate Transparency Report 2022.</li> <li>- Per gli Emirati Arabi Uniti, la fonte è stata la Dubai Electricity &amp; Water Authority (DEWA) 2021.</li> <li>- Per l'Australia sono stati utilizzati i Australian National Greenhouse Accounts Factors 2023</li> <li>- Infine, per Singapore e Thailandia sono stati utilizzati i fattori forniti dalle autorità governative (rispettivamente, Singapore Energy Market Authority (EMA) 2022 e Thai Government Ministry of Energy) 2022.</li> </ul>

## 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 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 Café 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
Bean Alliance Group Group	Australia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A.	Italia	Commerciale

Per qualsiasi chiarimento, Vi invitiamo a contattare: Affari Legali e Societari, Sostenibilità di MZB Group: [marina.cargnello@mzbggroup.com](mailto:marina.cargnello@mzbggroup.com)

## GRI CONTENT INDEX

<b>Dichiarazione di Utilizzo</b>	Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha rendicontato le informazioni citate in questo GRI Content Index per il periodo 01/01/2023 – 31/12/2023 secondo l'approccio <i>with reference</i> dei GRI Standards.		
<b>GRI 1 utilizzato</b>	GRI 1: Foundation 2021		
<b>GRI STANDARD</b>	<b>INDICATORI</b>	<b>RIFERIMENTO</b>	<b>NOTA/OMISSION</b>
<b>GRI 2: INFORMAZIONI GENERALI 2021</b>			
<b>GRI 2-1</b>	Dettagli dell'organizzazione	Nota Metodologica	
<b>GRI 2-2</b>	Società incluse nel report di sostenibilità	Nota Metodologica	
<b>GRI 2-3</b>	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti	Nota Metodologica	
<b>GRI 2-4</b>	Rettifiche delle informazioni	Nota Metodologica	
<b>GRI 2-5</b>	Assurance esterna	Nota Metodologica	
<b>GRI 2-6</b>	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	
<b>GRI 2-7</b>	Dipendenti	5.5 Diversità e pari opportunità	
<b>GRI 2-8</b>	Lavoratori non dipendenti	5.5 Diversità e pari opportunità	
<b>GRI 2-9</b>	Struttura e composizione della governance	2.1 La Corporate Governance	
<b>GRI 2-11</b>	Presidente del massimo organo di governo	2.1 La Corporate Governance	
<b>GRI 2-12</b>	Ruolo del massimo organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	2.1 The Sustainable Blend	
<b>GRI 2-14</b>	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	The Sustainable Blend	
<b>GRI 2-15</b>	Conflitti di interesse	2.4 Il Modello Organizzativo 231	Non inserito il processo di comunicazione dei conflitti di interesse a stakeholder
<b>GRI 2-16</b>	Comunicazione delle criticità	2.4 Il Modello Organizzativo 231	Non rendicontato il numero e natura delle criticità comunicate al massimo organo di governo
<b>GRI 2-22</b>	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	The Sustainable Blend	
<b>GRI 2-23</b>	Impegno in termini di policy	The Sustainable Blend 2.4 Il Modello Organizzativo 231 3.1 La nostra politica di approvvigionamento responsabile di Gruppo 4.3 La politica della qualità di Gruppo 6.1 La nostra politica ambientale di Gruppo	
<b>GRI 2-26</b>	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	2.4 Il Modello Organizzativo 231	
<b>GRI 2-27</b>	Conformità a leggi e regolamenti	2.4 Il Modello Organizzativo 231	
<b>GRI 2-28</b>	Adesioni ad associazioni	1.5 La creazione di valore sostenibile	
<b>GRI 2-29</b>	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Dialogo con gli Stakeholder e Analisi di materialità	
<b>GRI 2-30</b>	Accordi di contrattazione collettiva	5.5 Diversità e pari opportunità	
<b>GRI 3: TEMATICHE MATERIALI 2021</b>			
<b>GRI 3-1</b>	Processo per determinare le tematiche materiali	Dialogo con gli Stakeholder e Analisi di materialità	

<b>GRI 3-2</b>	Elenco delle tematiche materiali	Dialogo con gli Stakeholder e Analisi di materialità	
<b>TEMA MATERIALE / GRI TOPIC SPECIFIC</b>			
<b>Compliance, etica e integrità</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	2.5 La creazione di valore sostenibile	
<b>GRI 201-1</b>	Valore economico direttamente generato e distribuito	2.5 La creazione di valore sostenibile	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti all'intero Gruppo, in allineamento con il Bilancio Finanziario Consolidato.</i>
<b>GRI 205-3</b>	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	2.4 Il Modello Organizzativo 231	
<b>GRI 206-1</b>	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	2.4 Il Modello Organizzativo 231	
<b>GRI 207-1</b>	Approccio alla fiscalità	2.3 Rispetto della normativa fiscale	
<b>GRI 207-2</b>	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	2.3 Rispetto della normativa fiscale	
<b>GRI 207-3</b>	Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	2.3 Rispetto della normativa fiscale	
<b>Packaging e innovazione sostenibile</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	6.3 Packaging sostenibile e circolarità	
<b>GRI 301-1</b>	Materiali utilizzati per peso o volume	6.3 Packaging sostenibile e circolarità	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
<b>Efficienza energetica e cambiamento climatico</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 302-1</b>	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 305-1</b>	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 305-2</b>	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>Gestione responsabile dei rifiuti ed economi circolare</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 306-1</b>	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 306-2</b>	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 306-3</b>	Rifiuti prodotti	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>GRI 306-4</b>	Rifiuti non destinati a smaltimento	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
<b>GRI 306-5</b>	Rifiuti destinati allo smaltimento	6.2 Efficienza energetica e riduzione degli impatti ambientali	
<b>Benessere professionale e retention</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	5.2 Benessere professionale e retention	
<b>GRI 401-1</b>	Nuove assunzioni e turnover	5.2 Benessere professionale e retention	
<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>			

<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-1</b>	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-2</b>	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-3</b>	Servizi di medicina del lavoro	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-4</b>	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-5</b>	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-6</b>	Promozione della salute dei lavoratori	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-7</b>	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>GRI 403-9</b>	Infortuni sul lavoro	5.6 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro	
<b>Formazione e sviluppo dei dipendenti</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	5.3 Formazione e sviluppo	
<b>GRI 404-1</b>	Ore medie di formazione annua per dipendente	5.3 Formazione e sviluppo	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	5.5 Diversità e pari opportunità	Non rendicontata la diversità all'interno degli organi di governance
<b>GRI 405-1</b>	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	5.5 Diversità e pari opportunità	
<b>Tutela dei diritti umani lungo la catena del valore</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	
<b>NON GRI</b>	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	
<b>Ascolto e comunicazione ai clienti e consumatori</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	4.1 La centralità del cliente	
<b>GRI 417-2</b>	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	4.1 La centralità del cliente	
<b>GRI 417-3</b>	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	4.1 La centralità del cliente	
<b>Qualità e sicurezza del prodotto</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	4.4 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto	
<b>FP 5</b>	Percentuale di volume prodotto in siti certificati da un ente di terza parte in accordo a standard di gestione alimentare riconosciuti a livello internazionale	4.4 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
<b>Sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti</b>			
<b>GRI 3-3</b>	Gestione dei temi materiali	3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	
<b>FP 2</b>	Percentuale di volumi acquistati che sono stati verificati in accordo a uno standard di produzione responsabile credibile e riconosciuto a livello internazionale, diviso per standard	3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	<i>I dati del presente indicatore sono riferiti alle società produttive del Gruppo</i>
<b>NON GRI</b>	Volume di acquisti per qualità di caffè e origine	3.2 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità	



MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP SPA

RELAZIONE DI REVISIONE LIMITATA SUL BILANCIO  
DI SOSTENIBILITÀ

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2023

## Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità 2023

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 società controllate (di seguito il "Gruppo" o "Massimo Zanetti Beverage Group") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

### 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.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* (inclusi gli *International Independence Standards*) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA Code)* 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)* (Italia), che richiede di configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che include direttive e procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'*International Standards on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial*

#### PriceWaterhouseCoopers Business Services Srl

Società a responsabilità limitata a socio unico  
Sede legale: Milano 20143 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 725091 Cap. Soc. Euro 100.000,00 I.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brimma Lodi 08234620969 - Altri Uffici: Bari 20122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640341 Fax 080 5640349 - Bologna 40124 Via Luigi Carlo Farini 52 Tel. 051 6188211 - Bolzano 39100 Via Alessandro Volta 13A Tel. 0471 066950 - Braccio 25121 Viale Duci d'Aosta 28 Tel. 030 3697501 - Cagliari 09125 Viale Diaz 20 Tel. 070 6848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 2482890 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29034 - Napoli 80121 Via del Millo 16 Tel. 081 36081 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873431 Fax 049 8734100 - Palermo 30130 Via Belle Punte 35 - Palermo 90141 Via Marinese Ugo 60 Tel. 091 6259311 Fax 091 7892221 | 90130 Via Roma 457 Tel. 091 6732111 - Parma 43121 Viale Garibaldi 20/A Tel. 0521 275011 Fax 0521 781844 - Pescara 66127 Piazza Bionne Trillo 8 - Roma 00154 Largo Fochetti 20 Tel. 06 6920731 - Torino 10120 Corso Palestro 10 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773299 - Trento 38121 Viale della Costituzione 13 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 | 38121 Via Adalberto Libera 13 - Treviso 31100 Viale Fellensini 90 Tel. 0422 315711 Fax 0422 315798 - Trieste 34127 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040 3480781 Fax 040 364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8263001

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

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 e 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 in cui l'organizzazione opera, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti attuali e potenziali generati nelle proprie attività e nelle relazioni di business e 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 (Italia) e con il personale di Meira OY (Finlandia) e Segafredo Zanetti France SAS (Francia) 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:

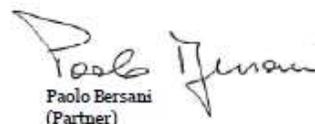
- a livello di capogruppo, Massimo Zanetti Beverage Group SpA,
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le società Meira OY e Segafredo Zanetti France SAS, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato sopralluoghi, 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 2023 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, 24 settembre 2024

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl



Paolo Bersani  
(Partner)

Firmato digitalmente da: Paolo  
Bersani  
Data: 24/09/2024 15:22:34

