



# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2019

Dichiarazione Consolidata di carattere  
Non Finanziario ai sensi del D. Lgs.  
254/2016

*Massimo Zanetti*

MASSIMO ZANETTI  
BEVERAGE GROUP

# Indice

<b>Messaggio agli stakeholder</b> .....	<b>3</b>
<b>“Far amare ai consumatori di tutto il mondo il caffè di qualità, nel pieno rispetto dei valori di sostenibilità”</b> .....	<b>4</b>
<b>LA MISSION</b> .....	<b>4</b>
<b>1. IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE: DA SEMPRE GLI AMBASCIATORI DEL CAFFÈ NEL MONDO</b> .....	<b>5</b>
<b>2. UNA UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ</b> .....	<b>7</b>
<b>3. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS</b> .....	<b>16</b>
3.1 La Corporate Governance .....	16
3.2 Etica e compliance .....	23
3.3 Il Modello Organizzativo 231 .....	23
3.4 La creazione di valore sostenibile .....	24
<b>4. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ: “THE SUSTAINABLE BLEND”</b> .....	<b>25</b>
4.1 Matrice di materialità .....	28
<b>5. LE PERSONE</b> .....	<b>32</b>
5.1 Le nostre risorse umane.....	33
5.2 Benessere professionale e retention .....	33
5.3 Formazione e sviluppo .....	36
5.4 Diversità e pari opportunità.....	38
5.5 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro.....	41
<b>6. I PRODOTTI E I CLIENTI</b> .....	<b>42</b>
6.1 Focalizzati sui clienti .....	44

6.2 Ricerca e sviluppo.....	46
6.3 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto .....	49
6.4 La nostra politica di qualità di Gruppo .....	53
<b>7. LA CATENA DEL VALORE</b> .....	<b>55</b>
7.1 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità.....	56
7.2 La nostra politica di approvvigionamento responsabile .....	65
<b>8. AMBIENTE</b> .....	<b>66</b>
8.1 Efficienza energetica e economia circolare .....	69
8.2 Iniziative e Innovazione sostenibile .....	76
8.3 La nostra politica ambientale di Gruppo .....	80
<b>9. COMUNITA' LOCALI</b> .....	<b>82</b>
9.1. Le nostre iniziative.....	83
<b>10. FONDAZIONE ZANETTI ONLUS</b> .....	<b>87</b>
<b>Appendice</b> .....	<b>93</b>
Nota Metodologica .....	93
<b>GRI Content Index</b> .....	<b>97</b>

# Messaggio agli stakeholder

Il 2019 è stato per il Gruppo Massimo Zanetti Beverage un altro anno di risultati incoraggianti e ricco di progetti per il futuro. Il fatturato è cresciuto del 2,6% evidenziando un trend in progressivo miglioramento nel corso degli ultimi mesi, in tutti i principali mercati. In questo contesto, particolarmente soddisfacente è stata la performance dei prodotti sostenibili, ossia certificati secondo standard di sostenibilità, che costituiscono quasi il 40% dei nuovi prodotti lanciati nel 2019. È stato anche un anno ricco di premi e riconoscimenti per i nostri prodotti. Mi riferisco alle capsule bio-compostabili San Marco che, in un mercato particolarmente sviluppato e competitivo come quello francese, sono state elette prodotto dell'anno nel 2019, e recentemente la nuova miscela Segafredo Premium D'Arôme Bio ci porta nuovamente al primo posto tra i prodotti dell'anno 2020 d'Oltrealpe. In Australia il nostro caffè Bean Ground and Drunk, il primo caffè biologico certificato del paese, ha vinto il prestigioso premio Certified Organic Non-Alcoholic Beverage of the Year 2019 e la nostra piantagione a Kauai, dopo aver ottenuto l'importante certificazione non OGM per uno dei propri caffè, si è distinta per l'utilizzo di pratiche agricole sostenibili a vantaggio non solo dell'ambiente, ma anche dell'economia e della comunità locale.

Dietro la preparazione di ogni caffè si cela la nostra passione, il nostro impegno, la nostra professionalità e serietà per garantire un'esperienza unica e offrire un caffè di qualità, prodotto nel rispetto delle persone, delle comunità e dei territori. La qualità dei nostri prodotti è alla base del rapporto di fiducia con i nostri consumatori in tutto il mondo: grazie all'implementazione di sistemi in grado di monitorare i nostri prodotti in ogni fase della catena del valore, intendiamo assicurare piena tracciabilità e trasparenza.

Attraverso il dialogo e il coinvolgimento continuo dei consumatori, inoltre, possiamo comprendere le loro esigenze, riuscendo a cogliere opportunità di mercato stimolanti e soluzioni innovative che al contempo contribuiscono alla riduzione degli impatti dei nostri prodotti e delle nostre attività sull'ambiente e sulla società in generale.

Ci siamo dati obiettivi sfidanti per gli anni a venire: alcuni riguarderanno le nostre scelte quotidiane, altri invece richiederanno il nostro impegno e dedizione su un arco temporale più lungo. Abbiamo intrapreso un percorso virtuoso per aumentare il nostro presidio lungo la catena di fornitura e contribuire allo sviluppo di prodotti sempre più sostenibili: ad esempio stiamo lavorando con tenacia e dedizione per avere il 100% delle confezioni di prodotto completamente riciclabili. Promuoviamo, inoltre, in tutto il Gruppo l'adozione di modelli di economia circolare come quella recentemente sviluppata dalla nostra società finlandese, Meira, che utilizza all'interno del proprio ciclo produttivo l'energia prodotta dagli scarti della produzione di caffè, il biogas, riducendo così le emissioni di anidride carbonica.

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

Massimo Zanetti - Presidente e Amministratore Delegato

## LA MISSION

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

«...Ancora una volta cercherò di far amare il caffè, che è la mia vita, la vita di molte persone. E' la tradizione di molte culture. E' il buongiorno di tutte le mattine. E', insomma, qualcosa di familiare, come qualcuno di famiglia a cui si vuol bene e del quale non si può fare a meno.

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

E poi, via via che diventi grande, il primo caffè da solo, caffè puro, che ti fa sentire adulto. Il primo appuntamento di lavoro, il primo contratto fatto a un cliente difficile.

E potrei continuare con mille altre situazioni. Il caffè, insomma, un amico che ti accompagna tutta la vita.

Una semplice tazza di caffè coinvolge tutti. Noi che ci lavoriamo e, spero, Voi che degustate i nostri prodotti.”

Massimo Zanetti



# 1. IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE: DA SEMPRE GLI AMBASCIATORI DEL CAFFÈ NEL MONDO

Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. (di seguito anche "MZB" o "Gruppo") è uno dei leader a livello mondiale nella produzione, lavorazione e distribuzione di caffè tostato. Con 914 milioni di Euro di fatturato e più di 3.000 dipendenti, il Gruppo vanta un portafoglio di più di 40 marchi: alcuni noti a livello internazionale, come il marchio Segafredo, sinonimo dal 1960 del caffè espresso Italiano, e altri leader nei mercati locali, grazie a un'identità capace di fondere la tradizione con le nuove tendenze di mercato.

Alla base della forte presenza internazionale vi è una rete di società appartenenti al Gruppo, di cui 20 attive nella torrefazione e 37 che svolgono attività commerciali, con una presenza diretta in 36 paesi.

MZB, inoltre, vanta un presidio integrato lungo tutta la catena del valore del caffè, in oltre 110 paesi, e in tutti i segmenti di distribuzione. Il Gruppo opera infatti sul mercato **Mass market**, che include la grande distribuzione nazionale e internazionale, nel **Foodservice**, che si rivolge prevalentemente a caffetterie, ristoranti, alberghi e nel **Private Label**, canale dedicato agli operatori sia Mass Market sia Foodservice che commercializzano con marchi propri il caffè e i prodotti forniti dal Gruppo.

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

Oltre alle attività di approvvigionamento, torrefazione, confezionamento e commercializzazione di prodotti, MZB è attivo nella progettazione e produzione di macchine professionali da bar “La San Marco” e di macchine per la distribuzione automatica di bevande negli uffici. Inoltre, il Gruppo gestisce un network di circa 400 caffetterie in franchising nel mondo.

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



## 2. UNA UNA STORIA DI PASSIONE PER IL CAFFÈ



La passione per il mondo del caffè di Massimo Zanetti e la sua visione imprenditoriale hanno consentito a Massimo Zanetti Beverage Group di diventare un riferimento a livello internazionale e uno degli attori chiave nel settore.

L'acquisizione, negli anni 70, della torrefazione bolognese Segafredo è stato il punto di partenza di una storia con profonde radici italiane e una strategia improntata all'apertura ai mercati internazionali.

# 1970-1980

Nel 1973 Massimo Zanetti acquista l' **Industria Nazionale Coloniali Segafredo S.p.A.**, una torrefazione bolognese attiva soprattutto sul mercato italiano. Sin dall'inizio, l'obiettivo è diventare un punto di riferimento nazionale per il canale dei bar e dei pubblici esercizi nella vendita di caffè tostato, puntando ad offrire non solo un prodotto di qualità ma anche beni e servizi accessori volti a fidelizzare la clientela quali, ad esempio, la cessione a titolo di comodato d'uso gratuito di macchine professionali per la preparazione del caffè.

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





# 1980 - 2000

Inizia l'espansione a livello europeo dapprima con l'acquisizione di alcune società con stabilimenti produttivi, in Austria e in Francia, la costituzione di aziende commerciali in Portogallo e in Spagna e infine la definizione di accordi commerciali con distributori in Germania, Inghilterra, Stati Uniti e in Australia. In questi anni, inoltre, viene portata a termine l'acquisizione di Cofiroasters, società svizzera che opera nel trading di caffè verde.

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

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

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



# 2000 – 2018

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

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

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



# Il 2019

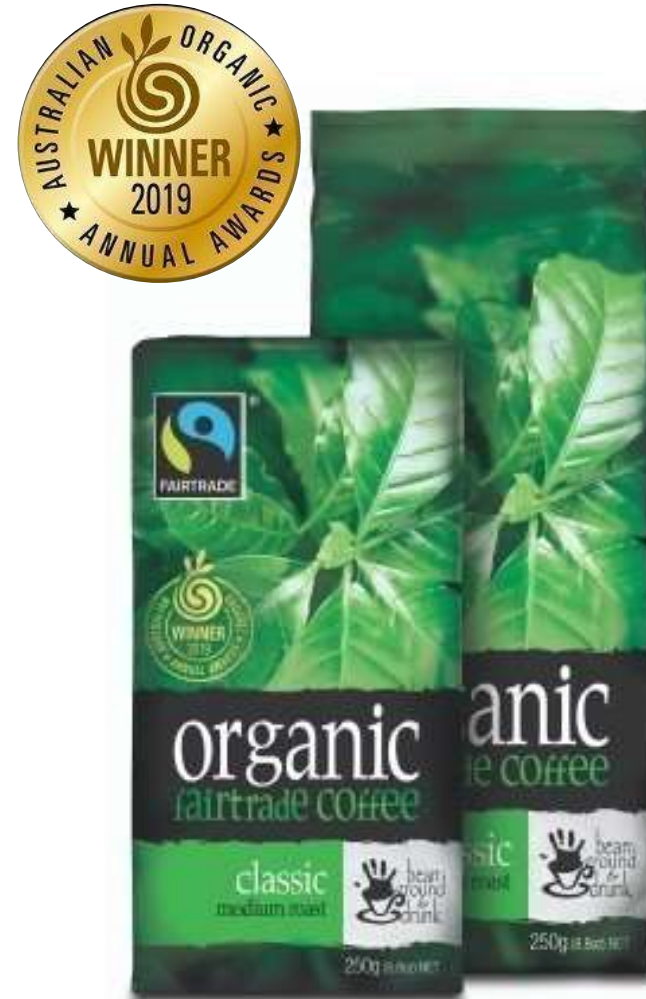
## INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ OLTRE OCEANO

A fine ottobre 2018 viene annunciata l'acquisizione di **The Bean Alliance**, società operante sul mercato australiano da 35 anni e nota per l'**innovazione di prodotto**, in particolare nel canale "local roasted" con significativo potenziale di crescita, e per la **sostenibilità**, testimoniata dai numerosi premi e dalle certificazioni ottenute.

L'acquisizione di The Bean Alliance, perfezionata a febbraio 2019, oltre a rafforzare la presenza di Massimo Zanetti Beverage Group in Australia, apre una ulteriore importante opportunità di sviluppo nell'area Asia Pacific.

**The Bean Alliance** è nota principalmente per i marchi **Bean Ground and Drunk**, **Gravity Espresso** e **Ox3** nati per soddisfare le richieste degli Artisan's coffee shops e dei nuovi Speciality Coffee, comunità di caffè locali e torrefazioni indipendenti, apprezzati particolarmente dalla nuova generazione di baristi.

**Bean Ground and Drunk** è il primo caffè biologico certificato d'Australia e vincitore di numerosi premi nell'ambito della sostenibilità, incluso il titolo di **2019 Gold Champion Australian Certified Organic Non-Alcoholic Beverage of the Year at Annual Awards for Organic Excellence**.



## NUOVI INVESTIMENTI NEL MERCATO IBERICO PER SODDISFARE LA CRESCENTE DOMANDA EUROPEA, IN PARTICOLARE DI CAPSULE COMPOSTABILI

Il Gruppo MZB, attraverso la controllata **Massimo Zanetti Beverage Iberia**, finalizza l'acquisizione della società portoghese **Cafés Nandi SA**.

Cafés Nandi, prima società in Portogallo ad aver ottenuto le certificazioni ambientali richieste dall'UE, attiva nel segmento del Food Service, è dotata di uno stabilimento moderno ed efficiente, adiacente agli stabilimenti di MZB Iberia. Tale acquisizione permetterà di incrementare la capacità produttiva degli impianti di torrefazione della penisola iberica, soddisfare la **crecente domanda Europea in particolare nel settore delle capsule compostabili**, e raggiungere nuovi importanti traguardi in diversi ambiti, tra cui quelli legati agli aspetti di sostenibilità.

Lo stabilimento sarà dotato di **pannelli solari in grado di produrre energia per circa l'80-90% del consumo energetico totale**, rendendo l'impianto un modello per le altre società del Gruppo.



## MZB GROUP RAFFORZA LA PROPRIA PRESENZA IN BRASILE

**Café Pacaembu Ltda** che, con oltre 60 anni di storia, rappresenta il caffè della tradizione brasiliana, entra a far parte del **Gruppo Massimo Zanetti Beverage**.

Le tecnologie all'avanguardia di cui è dotato il polo produttivo e una presenza consolidata sul mercato del brand, consentirà al Gruppo di cogliere la rapida e positiva evoluzione nel settore del caffè prevista in Brasile.

Recentemente **premiato come miglior «extra forte»** in termini di qualità di prodotto e standard di processo, secondo il Coffee Quality Program (PQC), dall'Associazione brasiliana dell'industria del caffè (ABIC), Café Pacaembu è uno dei caffè più conosciuti del Paese.



## LE POLITICHE DI GRUPPO

Nel corso del 2019, le 5 principali società del Gruppo MZB si sono confrontate sulle tematiche prioritarie per il business, quali l'**approvvigionamento sostenibile**, la **qualità di prodotto e processo** e la **responsabilità ambientale**, che ha portato alla creazione di tre politiche di Gruppo.

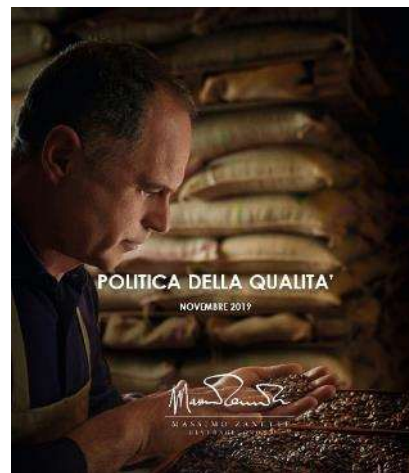
L'individuazione di obiettivi di sostenibilità condivisi, l'implementazione e il rispetto dei requisiti da parte delle singole società e dei fornitori conferma l'**impegno del Gruppo MZB** nel promuovere l'**adozione di comportamenti etici e virtuosi all'interno della catena di fornitura**, nel garantire **prodotti di qualità, sicuri** e che superino **le aspettative dei clienti**, e nell'adottare pratiche aziendali e soluzioni innovative sostenibili a favore della **gestione efficiente delle risorse naturali**.

Per maggiori dettagli e approfondimenti sulla Politica della Qualità si rimanda al capitolo "I prodotti e i clienti", per la Politica di Approvvigionamento Responsabile al capitolo "La catena del valore" e, infine, per la Politica Ambientale al capitolo "Ambiente".



### TEMI PRINCIPALI:

- etica e integrità aziendale,
- diritti umani,
- ambiente



### TEMI PRINCIPALI:

- innovazione
- certificazioni alimentari e tracciabilità
- centralità dei consumatori



### TEMI PRINCIPALI:

- energia
- emissioni
- rifiuti
- materie prime

## UNA RINNOVATA ADESIONE ALLA SUSTAINABLE COFFEE CHALLENGE (SCC)

Nel 2019 la società hawaiana del Gruppo MZB ha aderito alla Sustainable Coffee Challenge (SCC), iniziativa di collaborazione a livello internazionale tra aziende, governi, ONG e istituti di ricerca per la definizione di pratiche sostenibili nel settore del caffè, alla quale avevano già aderito MZB USA e Boncafé International.

Attualmente, circa il 9% dei 3.100 ettari appartenenti a Kauai Coffee vengono trattati con materia organica compostata ad alto potere concimante e, pertanto, senza l'ausilio di composti chimici fertilizzanti. **Kauai Coffee Company, aderendo alla SCC, si impegna ad aumentare le pratiche agricole sostenibili in essere nella propria tenuta attraverso la riduzione dell'utilizzo di fertilizzanti chimici entro il 2022, aumentando al 30% la quota di ettari trattati con un metodo organico e sostenibile.**

Con oltre 125 partner, la SCC mira a promuovere e incrementare le pratiche di lavoro e di fornitura sostenibili lungo la filiera attraverso l'aumento dell'approvvigionamento sostenibile, il monitoraggio delle colture e delle foreste, con l'obiettivo di rendere il caffè la prima coltura sostenibile al mondo.





# 3. GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS

## 3.1 La Corporate Governance

Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ("**MZBG**" o anche la "**Società**") è quotata sul Mercato Telematico Azionario, segmento "STAR", organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. a far data dal 3 giugno 2015.

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 sistema di *corporate governance* di MZBG è costruito in conformità al **Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana S.p.A.** (il "Codice di Autodisciplina") e alle disposizioni normative che regolano le società quotate italiane, secondo le *best practice* di *corporate governance* internazionale.

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

All'interno del Consiglio di Amministrazione, sono stati costituiti il Comitato per le Nomine e la Remunerazione ed il Comitato Controllo e Rischi, tutti con funzioni propositive e consultive in adesione alle raccomandazioni del Codice di Autodisciplina.



All'interno del Consiglio è stato altresì istituito un comitato per le operazioni con parti correlate (il "**Comitato Parti Correlate**").

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

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

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

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

funzionamento e l'aggiornamento del Modello. Inoltre, le Società Segafredo Zanetti S.p.A., Segafredo Zanetti Coffee System e La San Marco S.p.A. hanno adottato dei modelli organizzativi con caratteristiche analoghe a quello adottato dalla Capogruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. – con riferimento all'informativa richiesta dall'art. 10 comma 1 del D. Lgs. 254/16 in materia di diversità degli organi di amministrazione, gestione e controllo – si compone di 9 persone, di cui 4 donne e 5 uomini come dettagliato nella tabella seguente. Per ulteriori approfondimenti si rimanda alla Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari 2019, al paragrafo 4.2. La società rispetta la normativa in tema di equilibrio di genere negli organi di amministrazione e controllo.

<b>Composizione del CdA della Capogruppo</b>					
<b>Genere</b>	Fascia d'età	Unità di misura	2017	2018	2019
<b>Uomini</b>	Tra 30 e 50 anni	n.	1	2	2
	Over 50 anni	n.	4	3	3
<b>Totale Uomini</b>		<b>n.</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
<b>Donne</b>	Tra 30 e 50 anni	n.	2	3	3
	Over 50 anni	n.	-	1	1
<b>Totale Donne</b>		<b>n.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>TOTALE</b>		<b>n.</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>9</b>

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

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

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

All'interno del Consiglio di Amministrazione è costituito il **Comitato Controllo e Rischi**, composto da 3 amministratori indipendenti e con il compito di assistere il Consiglio con funzioni istruttorie, di natura propositiva e consultiva, nelle valutazioni e nelle decisioni relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

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

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

Considerata la complessità delle attività gestionali e tenuto conto che l'assunzione di rischio rappresenta una componente fondamentale e imprescindibile dell'attività dell'impresa, il

Consiglio di Amministrazione, in data 30 gennaio 2020, ha approvato il documento "**Risk Assessment 2020**" che identifica i principali rischi aziendali e descrive i controlli e le attività poste a presidio di ciascun rischio, nonché la valutazione di ciascuno di essi (processo di *Risk Management*). Il Risk Assessment è stato predisposto prendendo in considerazione anche i rischi incorsi dalla società in ambito non-finanziario, che sono illustrati nella tabella e nel paragrafo sottostante.



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

Figura 2 - Il modello di identificazione e gestione dei rischi di MZBG

## I rischi non finanziari e la loro gestione

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Ad esempio, **Café Montaña** – la seconda torrefazione della Costa Rica – si è posta l'**obiettivo di raggiungere la carbon neutrality entro il 2020**.

**Meira** si è impegnata a **ridurre di 2 milioni di tonnellate le emissioni di CO<sub>2</sub> entro il 2030**, in linea con la strategia nazionale finlandese di raggiungere la Carbon Neutrality entro il 2035.

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

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

Tutte le società del Gruppo, inoltre, si impegnano nell'acquisto di caffè certificato secondo i più elevati e riconosciuti Standard di prodotto, come UTZ, Rainforest Alliance, Fair Trade e certificazioni "Biologico" o "Organic". Nel 2019, le società del Gruppo MZB hanno acquistato una percentuale crescente di **materia prima certificata** rispetto agli anni precedenti: oggi circa il **15% del caffè verde complessivamente acquistato è certificato, in aumento di circa il 56%** rispetto alla quota di caffè certificato acquistata nel 2018.

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

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

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

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

A presidio dei rischi relativi alla salute e sicurezza dei dipendenti, oltre al rispetto di tutte le normative nazionali vigenti, diverse società

hanno implementato specifiche politiche e procedure, come Massimo Zanetti Beverage USA, Segafredo Zanetti Italia e Meira.

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

La prevenzione della corruzione e il rispetto dell'etica e integrità di business è normato, oltre che dal Codice Etico di Gruppo, anche all'interno delle singole aziende da apposite procedure (come nel caso di Café Montaña e Boncafé Malaysia), da risk assessment dedicati (Brodies), da audit interni condotti dalla funzione Internal Audit di Gruppo o dalla supervisione di appositi organi, come l'Ethics Committee di Café Montaña.

## 3.2 Etica e compliance

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

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

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

## 3.3 Il Modello Organizzativo 231

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

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

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

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

Consapevoli della necessità di dotarsi di politiche e procedure formali per la gestione di aspetti rilevanti per il Gruppo quali ad esempio la prevenzione di abusi di mercato, Massimo Zanetti Beverage Group

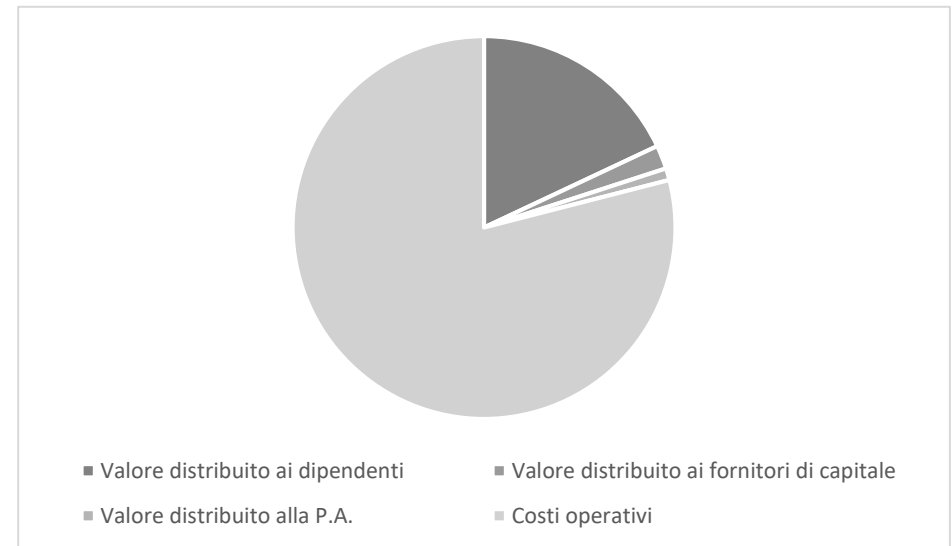
S.p.A. ha adottato una procedura interna in materia di Market Abuse, ai sensi del Regolamento (UE) n. 596/2014 e dei relativi regolamenti attuativi consultabile dal sito web del Gruppo.

Ai sensi della normativa europea e delle relative disposizioni di attuazione, nonché tenendo conto degli orientamenti emanati in materia dalla European Securities and Markets Authority ("ESMA") e dalla Consob come recepiti nella seconda parte della Procedura Market Abuse, Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. ha provveduto ad istituire e aggiornare i Registri delle persone che hanno accesso a Informazioni Privilegiate e Rilevanti nello svolgimento di determinati compiti o in virtù di un rapporto di collaborazione professionale con Massimo Zanetti Beverage Group e/o le società da questa controllate.

Nel triennio 2017-2019 non sono stati registrati episodi di non conformità a leggi e regolamenti nelle aree economiche e sociali, ad eccezione di un caso di non compliance socio-economica che ha determinato una sanzione amministrativa per Meira OY, prontamente gestita dalla società. [GRI 419-1] Allo stesso modo, non si registrano nel corso del triennio azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche monopolistiche [GRI 206-1]. Infine, nel corso del 2019, non si sono verificati incidenti di corruzione [GRI 205-3].

### 3.4 La creazione di valore sostenibile

Nel corso del 2019 Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A.<sup>1</sup>, capogruppo quotata dal 2015 nel segmento STAR sul Mercato Telematico Azionario gestito da Borsa Italiana S.p.A, ha registrato un valore economico generato pari a circa 920 milioni di euro. Di questi, il 94% è stato distribuito agli stakeholder del Gruppo, per un importo pari a oltre 864 milioni di euro, dei quali il 18% è stato distribuito ai dipendenti, l'79% ai fornitori di beni e servizi, il 2% ai fornitori di capitale e l'1% alla Pubblica Amministrazione.



<sup>1</sup> Controllata da MZ Industries S.A. con partecipazioni al 31 dicembre 2019 pari al 68,047%



A woman wearing a straw hat and a dark long-sleeved shirt is harvesting coffee beans in a field. She is looking up at a large basket of coffee beans that is falling from the sky. The background shows a vast field of coffee plants under a clear blue sky.

## 4. IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ: “THE SUSTAINABLE BLEND”

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

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

Nel corso del 2019 è proseguito il percorso già avviato l'anno precedente che aveva permesso di identificare una Roadmap di sostenibilità, "**The sustainable blend**", per focalizzare tutte le società del Gruppo sui temi non finanziari e costruire risposte comuni in un contesto in costante evoluzione. "The sustainable blend" è impostata su quattro ambiti strategici: responsabilità ambientale, qualità di prodotto e processo, pratiche di approvvigionamento e valorizzazione delle persone.

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

- La **Politica Ambientale** intende definire un approccio comune alla gestione di tematiche ambientali, quali l'approvvigionamento energetico, la riduzione delle emissioni, l'utilizzo efficiente delle risorse naturali e delle materie prime, e la gestione responsabile del fine vita dei prodotti;

- La **Politica della Qualità** promuove l'innovazione e la condivisione di best practice tra le varie società del Gruppo e definisce un approccio comune per garantire elevati standard di qualità e sicurezza alimentare e la massima soddisfazione del cliente e del consumatore finale;
- La **Politica di Approvvigionamento Responsabile** intende favorire una gestione responsabile delle pratiche di approvvigionamento e degli impatti generati lungo la catena di fornitura e dai vari attori coinvolti.

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

Il percorso "The sustainable blend" prevede inoltre l'adozione graduale di un approccio di Gruppo alla sostenibilità, a partire dall'implementazione delle politiche sopracitate nelle cinque principali società del Gruppo. La fase di implementazione prevede anche l'individuazione, inizialmente da parte di tali società, di linee guida e strumenti *ad hoc* per la gestione comune degli aspetti prioritari inclusi nelle politiche.

## LE AREE DI INTERVENTO NEL 2018

### RESPONSABILITÀ AMBIENTALE

Preservare le risorse naturali e efficientarne il loro utilizzo è fondamentale per il Gruppo MZB che attraverso un'analisi degli impatti generati dalle proprie operazioni ha definito delle aree di attenzione.

ENERGIA

CLIMATE  
CHANGE

ECONOMIA  
CIRCOLARE

PACKAGING

### QUALITÀ E SICUREZZA

Qualità per MZBG è un percorso di miglioramento continuo che va dall'implementazione degli standard di qualità, sicurezza alimentare e tracciabilità più elevati all'innovazione di prodotto per massimizzare la soddisfazione di clienti e consumatori.

SICUREZZA  
ALIMENTARE

TRACCIABILITÀ

RELAZIONE CON I  
CLIENTI

### PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO

La gestione «sostenibile» della catena di fornitura è un tema chiave e l'approccio del Gruppo è di uniformare le Policy di Approvvigionamento Responsabile, definendo regole comuni per massimizzare l'impatto su tutta la filiera.

GESTIONE  
FORNITORI

DIRITI UMANI

COMUNITÀ  
LOCALI

### SUSTAINABLE COFFEE CHALLENGE (SCC)

MZBG riconosce la necessità di partecipare ad iniziative e progetti che oltre a **migliorare la reputazione** e la visibilità del Gruppo, **contribuiscono al raggiungimento di obiettivi di sostenibilità globali e condivisi con altre aziende del settore.**

La mission della SCC è rendere la produzione di caffè e il prodotto stesso interamente sostenibile.

## I RISULTATI DEL 2019

### POLITICA AMBIENTALE

Implementazione e rispetto dei requisiti obbligatori descritti nella Policy pubblicata e condivisa con le società del Gruppo

### POLITICA DELLA QUALITÀ

Implementazione e rispetto dei requisiti obbligatori descritti nella Policy pubblicata e condivisa con le società del Gruppo

### POLITICA DI APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

Implementazione e monitoraggio dei requisiti obbligatori descritti nella Policy pubblicata e condivisa con le società del Gruppo e adesione da parte dei fornitori

### KAUAI COFFEE COMPANY ADERISCE ALLA SCC E PUBBLICA IL SUO 1° COMMITMENT DI SOSTENIBILITÀ

Pubblicazione degli obiettivi di sostenibilità da parte di MZB USA, Kauai, Boncafé International, Meira e Segafredo Zanetti Francia nell'ambito della SCC

## 4.1 Matrice di materialità

Nel corso del 2019, MZBG ha aggiornato l'analisi di materialità che identifica i temi rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder.

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

I tavoli di lavoro interni attivi sui temi della sostenibilità nel corso dell'anno, insieme al confronto continuativo con tutti gli stakeholder e un'analisi di scenario del settore hanno confermato la rilevanza e significatività dei temi materiali già evidenziati nella precedente analisi di materialità.

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

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

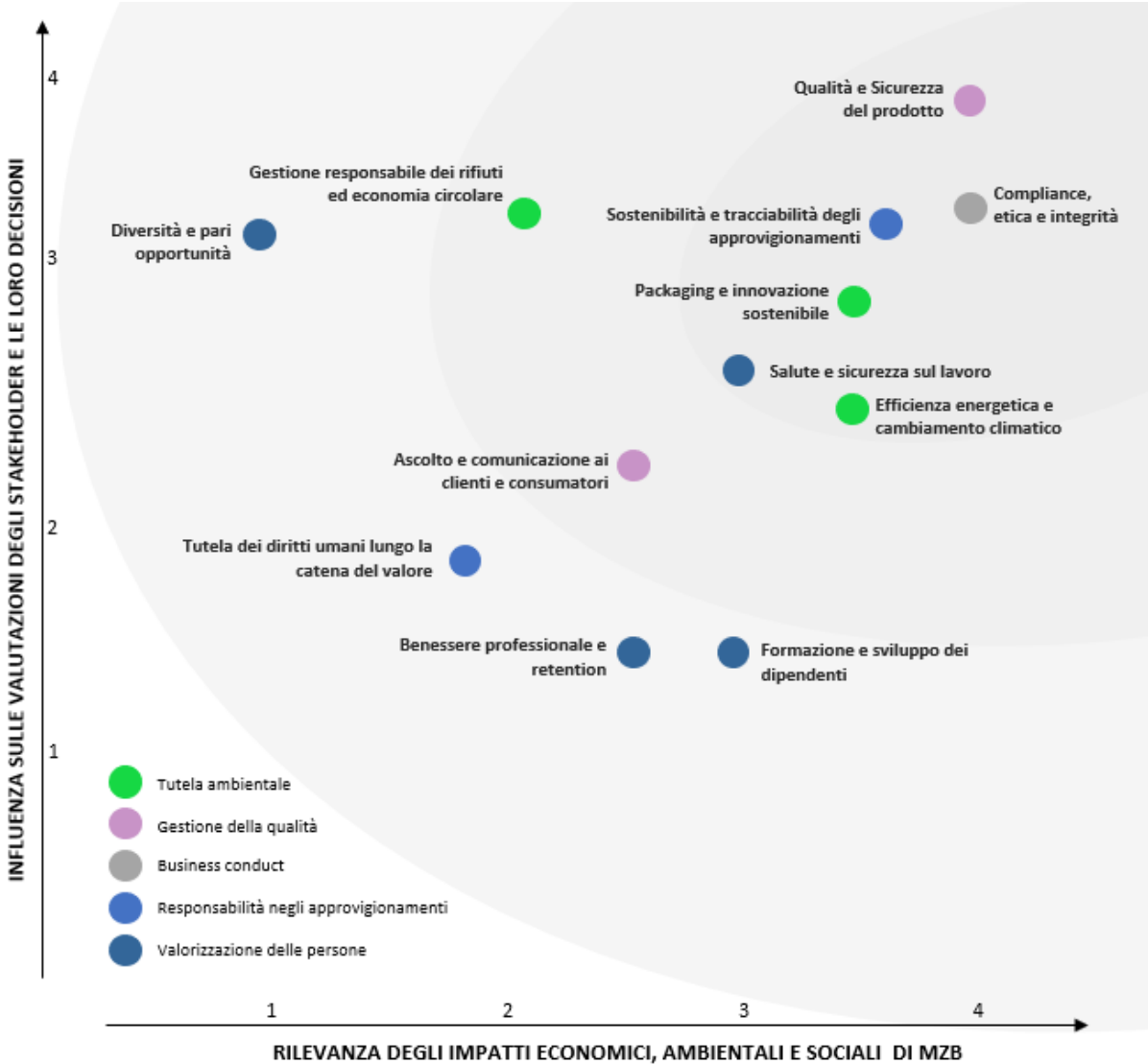
### Il dialogo con gli stakeholder

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

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

Stakeholder del Gruppo	Principali canali di comunicazione
Dipendenti e collaboratori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicazione continua secondo differenti modalità (intranet, newsletter, ecc.)</li> <li>- Indagine interna di soddisfazione (per alcune società)</li> <li>- Meeting periodici, incluso quelli in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro</li> </ul>
Clienti e consumatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ricerche di mercato</li> <li>- Test, focus group, questionari e interviste online, valutazione della <i>Product e Customer Satisfaction</i> (per alcune società)</li> <li>- Social media (es. Facebook, Twitter)</li> <li>- Siti internet aziendali, newsletter</li> <li>- Eventi</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</li> <li>- Newsletter</li> </ul>
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Co-product development</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> </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> </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 (specifici in relazione al contesto in cui ciascuna società opera)</li> </ul>
Sindacati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dialogo costante e adempimento agli obblighi derivanti dalla contrattazione con le associazioni sindacali</li> </ul>
Azionisti e Comunità finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Assemblea degli azionisti</li> <li>- Resoconti di gestione, Comunicati stampa e investor presentation</li> <li>- Analyst call, Investor meeting, Roadshow e investor conference</li> <li>- Casella di posta elettronica dedicata <a href="mailto:investors@mzb-group.com">investors@mzb-group.com</a></li> </ul>
Scuole e Università	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Testimonianze aziendali presso Università e Master al fine di attirare nuovi talenti</li> <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 (per alcune società)</li> </ul>

### La matrice di materialità 2019 di MZBG



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

## 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 Le nostre risorse umane

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

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

Massimo Zanetti Beverage Group, inoltre, assicura il rispetto delle normative nazionali e internazionali in materia di lavoro e salute e sicurezza nella gestione delle relazioni con i propri dipendenti in tutti i Paesi in cui è presente.

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



## 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.

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

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

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

**CREARE VALORE PER I DIPENDENTI ATTRAVERSO SINERGIE:  
L'ESPERIENZA DI BONCAFÉ THAILAND**

Nel corso del 2019, la controllata asiatica **Boncafé Thailand** ha lavorato con il **Gruppo Boncafé Singapore** per implementare iniziative a favore dei dipendenti tra cui la consegna di premi a seconda degli anni di servizio prestati all'interno della società.

Inoltre, Boncafé Thailand ha collaborato con una società esterna al fine di implementare iniziative quali le newsletter **Bon to Bon** per migliorare la comunicazione interna, creare una coscienza sociale e una cultura che promuova la collaborazione tra le persone. Ulteriori iniziative implementate durante l'anno appena concluso sono state la pubblicazione di posizioni di lavoro all'interno della società e la promozione di attività sportive, quali YOGA e badminton.

Complessivamente, nel 2019 si è assistito a una diminuzione delle assunzioni a livello di Gruppo. Con riferimento alle uscite, il tasso di turnover femminile si è confermato sui livelli 2018, così come quello maschile [GRI 401-1]<sup>2</sup>.

*\* Tutti i dati 2019 sono evidenziati con una doppia vista: la colonna contrassegnata da "2019\*" fa riferimento al perimetro senza la nuova acquisizione The Bean Alliance e Puccino's, da quest'anno società a tutti gli effetti indipendente, mentre la colonna intestata con "2019", fa riferimento al perimetro intero del Gruppo Massimo Zanetti Beverage. I dati inseriti nei grafici fanno riferimento all'intero perimetro di consolidamento.*

Cessazioni per area geografica	2017		2018		2019*		2019	
	U	D	U	D	U	D	U	D
Americhe (n.)	147	52	148	61	162	71	162	71
Tasso di turnover (%)	26,4	22,1	25,5	23,3	29,3	26,5	29,3	26,5
Asia e Oceania (n.)	95	144	136	147	124	138	131	141
Tasso di turnover (%)	21,3	32,4	29,9	32,6	26,5	29,5	25,3	28,7
Nord Europa (n.)	39	24	1	26	47	30	48	31
Tasso di turnover (%)	12,3	14,5	0,5	16,0	14,5	18,9	14,6	19,1
Sud Europa (n.)	60	24	2	25	57	21	57	21
Tasso di turnover (%)	10,0	9,4	0,4	9,5	9,1	7,6	9,1	7,6
<b>Tasso di turnover di gruppo</b>	<b>17,7</b>	<b>22,2</b>	<b>14,7</b>	<b>22,8</b>	<b>19,8</b>	<b>22,2</b>	<b>19,7</b>	<b>22,0</b>

U: uomini D: donne

Assunzioni per area geografica	2017		2018		2019*		2019	
	U	D	U	D	U	D	U	D
Americhe (n.)	119	26	181	100	143	70	143	70
Tasso di assunzione (%)	21.4	11.1	31.2	38.2	25.9	26.1	25.9	26.1
Asia e Oceania (n.)	127	161	142	156	138	154	152	157
Tasso di assunzione (%)	28.4	36.3	31.2	34.6	29.5	32.9	29.3	31.9
Nord Europa (n.)	38	36	60	27	49	26	49	26
Tasso di assunzione (%)	12	21.8	18.5	16.7	15.1	16.4	14.9	16
Sud Europa (n.)	111	23	59	33	85	35	85	35
Tasso di assunzione (%)	18.4	9	9.9	12.5	13.6	12.7	13.6	12.7
<b>Tasso di assunzione di gruppo</b>	<b>20,5</b>	<b>22,4</b>	<b>22,6</b>	<b>27,8</b>	<b>21,1</b>	<b>24,3</b>	<b>21,2</b>	<b>24,0</b>

U: uomini D: donne

Cessazioni di Gruppo		2019*		2019	
		n.	Tasso di turnover	n.	Tasso di turnover
Uomini	< 30 anni	137	44,9	142	44,1
	30 ≤ x ≤ 50 anni	176	16,7	179	16,7
	> 50 anni	77	12,5	77	12,2
<b>Totale uomini</b>		<b>390</b>	<b>19,8</b>	<b>398</b>	<b>19,7</b>
Donne	< 30 anni	136	59,6	136	58,9
	30 ≤ x ≤ 50 anni	79	11,9	82	12,0
	> 50 anni	45	16,3	46	16,2
<b>Totale donne</b>		<b>260</b>	<b>22,2</b>	<b>264</b>	<b>22,1</b>

	2017	2018	2019*	2019
<i>Tasso di turnover di gruppo</i>	19,4	17,7	20,7	20,6
<i>Tasso di assunzione di gruppo</i>	21,2	24,5	22,3	22,3

Assunzioni di Gruppo		2019*		2019	
		n.	Tasso assunzioni	n.	Tasso assunzioni
Uomini	< 30 anni	162	53,1	169	52,5
	30 ≤ x ≤ 50 anni	197	18,7	202	18,8
	> 50 anni	56	9,1	58	9,2
<b>Totale uomini</b>		<b>415</b>	<b>21,1</b>	<b>429</b>	<b>21,2</b>
Donne	< 30 anni	147	64,5	148	64,1
	30 ≤ x ≤ 50 anni	106	15,9	107	15,7
	> 50 anni	32	11,6	33	11,6
<b>Totale donne</b>		<b>285</b>	<b>24,4</b>	<b>288</b>	<b>24,1</b>

## 5.3 Formazione e sviluppo

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

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

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

Anche **Massimo Zanetti Beverage Iberia**, sostiene lo sviluppo delle competenze professionali attraverso un sistema strutturato di valutazione delle performance, con cadenza trimestrale, incentrato

su parametri diversificati, quali leadership, assiduità, flessibilità, disponibilità, collaborazione, organizzazione, etica, produttività, qualità e attitudine tecnica.



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

Le azioni realizzate dalle singole società, nel 2019, si sono concretizzate in una media di ore di formazione per dipendente pari a 10,4 in leggera flessione rispetto al 2018. [GRI 404-1]

### Formazione, suddivise per genere e inquadramento, in ore

Formazione per categoria	2017	2018	2019*	2019
Formazione erogata a Dirigenti e Quadri	3.264	4.831	5.430	5.520
Formazione erogata a Impiegati	9.047	10.047	13.327	13.428
Formazione erogata a Operai	16.991	18.108	14.625	14.670
Formazione per genere	2017	2018	2019*	2019
Formazione erogata a donne	10.403	11.369	11.863	11.948
Formazione erogata a uomini	18.901	21.612	21.519	21.671
Formazione media per dipendente	9,7	11,0	10,6	10,4
Formazione media – donne	9,5	10,0	10,1	10,0
Formazione media – uomini	9,8	11,1	10,9	10,7

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.

Con riferimento all'indicatore GRI 404-1, si segnala che non sono riportati i dati relativi a Kauai Coffee Company LLC per il 2017 non essendo rendicontati i dati sul personale.

### LA VALUTAZIONE DEI DIPENDENTI: UNO STRUMENTO CHIAVE ALL'INTERNO DEL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE

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 2019 ha implementato un nuovo sistema per la gestione delle performance (*Strategic Performance Management System*) che, oltre ad essere più accurato rispetto al sistema precedente, permette di integrare in un unico strumento la valutazione delle competenze, il piano di sviluppo di carriera individuale, il monitoraggio dei KPIs legati ai valori chiave della società e il riepilogo delle performance di ciascun dipendente.

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

In Sud America, **Distribuidora Café Montaña** possiede un sistema di assessment delle performance dei dipendenti che vengono valutati ogni 6 mesi su competenze chiave quali la qualità del lavoro, il rispetto delle scadenze, la creatività e spirito di iniziativa e il raggiungimento degli obiettivi prefissati, mentre la controllata brasiliana **Segafredo Zanetti Brazil**, effettua periodicamente un'analisi delle performance dei dipendenti basandosi su criteri oggettivi.



## 5.4 Diversità e pari opportunità

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

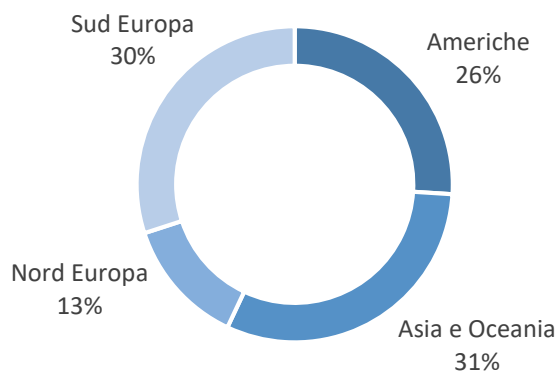
**Massimo Zanetti Beverage USA**, ad esempio, ha definito il suo impegno per la diversità, la trasparenza e l'efficiente funzionamento della sua organizzazione attraverso un insieme di politiche sulle pari opportunità, sulle pratiche di selezione e sull'assunzione e promozione dei talenti. Inoltre, la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

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

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

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

Alla fine del 2019, i dipendenti impiegati nelle società del Gruppo incluse nel perimetro della presente Dichiarazione Non Finanziaria sono risultati 3.220, distribuiti geograficamente secondo le percentuali riportate grafico sottostante. In particolare, è possibile notare una prevalenza dei dipendenti nei paesi europei (43%), seguiti dall'Asia e dalle Americhe. [GRI 102-8]. La maggior parte dei dipendenti è assunta a tempo indeterminato (90%) e tra questi vi è una netta predominanza dei contratti full-time (96%). La componente maschile tra i dipendenti risulta essere pari al 62,8% della popolazione aziendale, in sostanziale equilibrio rispetto al 2018 (quando la percentuale era pari al 63,3%). [GRI 405-1]



### Dipendenti, per tipologia di contratto e per genere, numero<sup>3</sup>

Contratto a tempo indeterminato		2017	2018	2019*	2019
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	1.711	1.770	1.812	1.866
	Donne	943	984	1.010	1.037
Full-time	Uomini	1.689	1.749	1.784	1.823
	Donne	886	916	944	961
Part-time	Uomini	22	21	28	43
	Donne	57	68	66	76
<b>Totale dipendenti a tempo indeterminato</b>		<b>2.654</b>	<b>2.754</b>	<b>2.822</b>	<b>2.903</b>
Contratto a tempo determinato		2017	2018	2019*	2019
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	212	182	158	158
	Donne	156	153	159	159
Full-time	Uomini	130	129	110	110
	Donne	32	60	61	61
Part-time	Uomini	63	53	48	48
	Donne	111	93	98	98
<b>Totale dipendenti a tempo determinato</b>		<b>368</b>	<b>335</b>	<b>317</b>	<b>317</b>
<b>Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)</b>		<b>3.022</b>	<b>3.089</b>	<b>3.139</b>	<b>3.220</b>

<sup>3</sup> I dati relativi all'headcount del personale sull'anno 2018 sono stati riesposti in seguito ad un'analisi approfondita sui dati forniti da alcune società del Gruppo nel precedente anno di rendicontazione.

**Dipendenti, per tipologia di contratto, per genere e area geografica per il 2019, numero**

Contratto a tempo indeterminato		Americhe	Asia Oceania	Nord Europa	Sud Europa
Full-time	Uomini	515	445	564	299
	Donne	239	375	223	124
Part-time	Uomini	2	17	18	6
	Donne	23	12	23	18
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	517	462	582	305
	Donne	262	387	246	142
<b>Totale dipendenti a tempo indeterminato</b>		<b>779</b>	<b>849</b>	<b>828</b>	<b>447</b>
Contratto a tempo determinato		2017	2018	2019*	2019
Full-time	Uomini	35	11	40	24
	Donne	6	8	29	18
Part-time	Uomini	0	47	1	0
	Donne	0	95	1	2
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	35	58	41	24
	Donne	6	103	30	20
<b>Totale dipendenti a tempo determinato</b>		<b>41</b>	<b>161</b>	<b>71</b>	<b>44</b>
<b>Totale dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)</b>		<b>820</b>	<b>1010</b>	<b>899</b>	<b>491</b>

Percentuale di dipendenti per categoria professionale, genere e fascia d'età	2017		2018		2019*		2019	
	U	D	U	D	U	D	U	D
<b>Dirigenti</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>	<b>31%</b>
di cui <30 anni	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	3%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	45%	70%	46%	73%	41%	74%	39%	72%
di cui >50 anni	55%	30%	54%	27%	59%	22%	61%	24%
<b>Manager</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>
di cui <30 anni	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	54%	82%	53%	82%	52%	80%	52%	80%
di cui >50 anni	45%	16%	45%	16%	46%	18%	45%	18%
<b>Impiegati</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>	<b>56%</b>	<b>44%</b>	<b>51%</b>	<b>49%</b>	<b>50%</b>	<b>50%</b>
di cui <30 anni	10%	16%	16%	18%	13%	20%	13%	20%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	64%	54%	62%	57%	62%	58%	62%	58%
di cui >50 anni	26%	30%	22%	25%	25%	22%	24%	23%
<b>Operai</b>	<b>71%</b>	<b>29%</b>	<b>70%</b>	<b>30%</b>	<b>74%</b>	<b>26%</b>	<b>74%</b>	<b>26%</b>
di cui <30 anni	19%	34%	20%	31%	20%	27%	21%	27%
di cui 30 ≤ x ≤ 50 anni	52%	44%	50%	47%	49%	45%	49%	45%
di cui >50 anni	28%	23%	30%	23%	31%	28%	30%	28%

U: uomini D: donne



## 5.5 La salute e la sicurezza sul luogo di lavoro

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

Tra gli esempi più virtuosi all'interno del Gruppo, Segafredo Zanetti Italia ha adottato un sistema di gestione per la Salute e Sicurezza, accompagnato da valutazioni periodiche dei rischi e supportato da apposite procedure aziendali. L'azienda è inoltre 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. Proprio a partire da queste verifiche viene redatto un report, dal quale scaturisce poi un piano di miglioramento in ambito *Health & Safety*.

A presidio del tema, **Meira** ha istituito un apposito Comitato Salute e Sicurezza presieduto da un *Safety Manager* esterno che coordina le attività i processi dell'azienda per quanto riguarda la salute e sicurezza, compresa la redazione di un'apposita valutazione dei rischi.

Infine, **Massimo Zanetti Beverage USA** ha elaborato un programma interno formalizzato per la tutela della salute e della sicurezza dei dipendenti, implementando specifiche policy e istituendo sessioni mensili obbligatorie di formazione sul tema, a cui prendono parte tutti i dipendenti.

Per quanto concerne gli aspetti di salute e sicurezza dei lavoratori, nel 2019 diminuisce il tasso di frequenza degli infortuni relativo ai dipendenti grazie a un maggiore presidio su tali aspetti che hanno comportato una riduzione del numero di infortuni totali di circa il 31%.

Dall'analisi di questi dati emerge come, in relazione alle lavorazioni interne al Gruppo, sono avvenuti infortuni di lieve entità (es. lesioni, abrasioni, distorsioni) che solo in rari casi hanno comportato un'assenza prolungata dal luogo di lavoro. Nel corso del triennio, non sono stati registrati, inoltre, decessi di dipendenti e contrattisti a seguito di infortuni sul lavoro. L'indice di frequenza infortuni sul lavoro relativo ai contrattisti per il 2019 è pari a 12,6.[GRI 403-9]

### *Infotuni sul lavoro*

	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Infotuni sul lavoro relativi ai dipendenti	74	80	55
di cui gravi	0	0	3
Ore lavorate	4.468.727	4.571.058	5.943.821
Indice di frequenza infotuni	16,6	17,5	9,3
Indice di frequenza infotuni gravi	0,0	0,0	0,5
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Infotuni sul lavoro relativi ai contrattisti	3	2	2
di cui gravi	0	0	0

## 6. I PRODOTTI E I CLIENTI

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 6.1 Focalizzati sui clienti

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

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

### COMUNICAZIONE RESPONSABILE ED ACCURATA: LA SCELTA SOSTENIBILE PER I CLIENTI DI BEAN ALLIANCE GROUP

L'obiettivo di Bean Alliance Group è quello di rendere maggiormente consapevoli i consumatori circa le indicazioni riportate sugli imballaggi e guidarli nelle loro scelte di acquisto più responsabile.

A tale scopo, Bean Alliance Group si impegna a fornire informazioni chiare e complete circa gli impatti ambientali, sociali ed economici dei propri prodotti, anche attraverso campagne di sensibilizzazione sui prodotti organici (incluso la sponsorizzazione dell'iniziativa Australian Organic Awareness Month) e investimenti continui nei media.

La società australiana, inoltre, si impegna a esporre informazioni di sostenibilità sugli imballaggi dei prodotti del Gruppo facilmente individuabili e riconoscibili da tutti i consumatori, come ad esempio il logo "Bud" per i prodotti organici, che può essere utilizzato solo se tutti gli ingredienti sono certificati secondo lo standard *Australian Certified Organic*.



Infine, Bean Alliance Group mantiene un dialogo costante con i propri clienti e le caffetterie, offrendo prodotti biologici certificati a prezzi competitivi, come il caffè **Bean Ground & Drunk**, vincitore tra l'altro nel 2019 dell'Australian Organic Industry Awards.

Con riferimento alla comunicazione commerciale, nel corso del 2019 non sono state registrate segnalazioni relative a non compliance di prodotto all'interno del Gruppo, ad eccezione di una segnalazione relativa l'etichettatura di un prodotto che è stata immediatamente risolta da parte della società del Gruppo coinvolta. [GRI 417-2] [GRI 417-3]

Supportate dai propri sistemi e politiche di gestione della qualità, le società principali del Gruppo presentano un approccio strutturato 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.

Per quanto riguarda invece il monitoraggio della soddisfazione di clienti e consumatori post-vendita, le società adottano approcci diversi in base alle peculiarità del mercato servito. **Segafredo Zanetti Francia, Boncafé International, Kauai Coffee e Distribuidora Café Montaña**, ad esempio, conducono indagini periodiche di soddisfazione tra i propri clienti tramite questionari. I risultati vengono rielaborati al fine di individuare le aree problematiche e migliorare i processi. In Finlandia, **Meira** ha ampliato il numero di canali di ascolto, registrando i feedback dei propri consumatori attraverso interviste telefoniche, e-mail, sito web aziendale e anche tramite i propri profili ufficiali sui social network.

Nel 2019, la controllata SZ Poland ha condotto uno studio interno e un'analisi esterna mediante il Net Promoter Score (NPS). Il NPS è uno strumento di gestione utilizzato per valutare la fedeltà nella relazione impresa-cliente, misurando la propensione del cliente rispondente ad attivare i meccanismi del passaparola positivo.

Internamente, SZ Poland ha impiegato tale strumento per valutare la fedeltà dei rappresentanti commerciali e il grado di collaborazione

con gli altri dipartimenti (es. amministrazione, assistenza tecnica, marketing e logistica). Il NPS è stato implementato anche per la **valutazione della soddisfazione dei clienti**, in termini di servizi offerti dai rappresentanti commerciali, dall'assistenza tecnica e dal servizio di logistica.

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



Nel 2019, inoltre, **Segafredo Zanetti Poland** ha lanciato il programma **Home Barista**, una formazione specialistica di tre ore per i consumatori che desiderano approfondire le proprie conoscenze su come preparare correttamente il caffè a casa, sulla base di prodotti premium della linea **Selezione**.



## 6.2 Ricerca e sviluppo

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

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

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

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

aspettative degli attuali e potenziali futuri clienti. La società americana, nel corso del 2019, ha sviluppato circa 10 nuovi prodotti. Talvolta, la richiesta di soluzioni innovative può arrivare alle società del Gruppo direttamente da parte del cliente. La controllata americana **Massimo Zanetti Beverage USA**, ad esempio, riceve richieste di innovazione anche dai clienti della grande distribuzione, che vengono gestite direttamente dal dipartimento di ricerca e sviluppo. Le innovazioni sviluppate sono monitorate attraverso la predisposizione di una matrice delle performance e il raggiungimento di target specifici.

Altre società del Gruppo, come **Meira**, hanno definito indicatori di performance per monitorare il numero di progetti che passano i molteplici step approvativi e arrivano ad essere considerati dei veri e propri progetti di innovazione. Nel corso del 2019, la società finlandese ha sviluppato circa 50 nuovi progetti.

**Significativo è anche il dato relativo alla creazione di nuovi prodotti sostenibili di Gruppo, pari a circa il 40% del totale dei nuovi prodotti creati nel corso del 2019.** Tale percentuale include la creazione di prodotti certificati (es. caffè verde certificato RFA, Fairtrade, Utz).

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

Allo stesso modo, la ricerca di nuovi aromi e miscele, ha portato **Segafredo Zanetti Italia** a presentare sul mercato, nel 2019, la nuova linea di prodotti a marchio **Segafredo** con un **packaging completamente rinnovato.**

**Le Origini** sono i caffè per moka caratterizzati da un gusto e un aroma che rimandano ai suoni e ai colori caldi dei Paesi di origine del caffè. Nel 2019, alle miscele di Perù, Costa Rica e Brasile, si sono aggiunte

quelle di **Etiopia, India – certificato Rainforest - e Messico**, il cui caffè proviene da **agricoltura biologica.**

## LE ORIGINI



Anche la nuova miscela **Supremo** della gamma “**Le Classiche**” di **Segafredo Zanetti Italia** è stata realizzata dalla selezione di caffè 100% arabica, provenienti dalle migliori **piantagioni biologiche** del centro America e Africa che hanno ottenuto la **certificazione Rainforest.**

## LE CLASSICHE



Massimo Zanetti Iberia, nel corso del 2019, oltre ad aver incrementato con due nuove miscele (Nicola Alma India e Nicola Alma Perù) la linea di capsule compatibili con le principali macchine da caffè espresso, ha introdotto sul mercato le prime capsule aromatizzate del brand **Nicola**, al momento disponibili nelle due varianti caramello e cioccolato.



L'implementazione della prima innovazione tecnologica **LEVA CLASS®**, brevettata da **La San Marco** per macchine a leva, ha permesso di fornire all'utente una macchina di ultima generazione e dal design elegante che assicura un caffè espresso di elevata qualità e in conformità con i principali standard internazionali. Il sistema di estrazione a leva, apprezzato dai cultori di caffè e baristi professionisti, permette di ridurre i consumi energetici modulando elettronicamente l'energia fornita alla resistenza, in modo da mantenere sempre costante la temperatura.

L'obiettivo di **La San Marco** per il 2020, è quello di lanciare una nuova macchina da caffè automatica che consentirà al barista di

programmare tutti i parametri operativi che influenzano l'uscita di vapore e caffè. Tale tecnologia migliorerà ulteriormente il presidio sulla qualità del caffè e il monitoraggio dei consumi energetici.

### L'INNOVATIVA MACCHINA DA CAFFÈ CHE CAMBIA LA PROSPETTIVA DEL BAR





## 6.3 Qualità, sicurezza e certificazioni di prodotto

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

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



Le società produttive più rilevanti – **Segafredo Zanetti Francia, Segafredo Zanetti Italia, Meira, Massimo Zanetti Beverage Iberia 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.

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

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



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

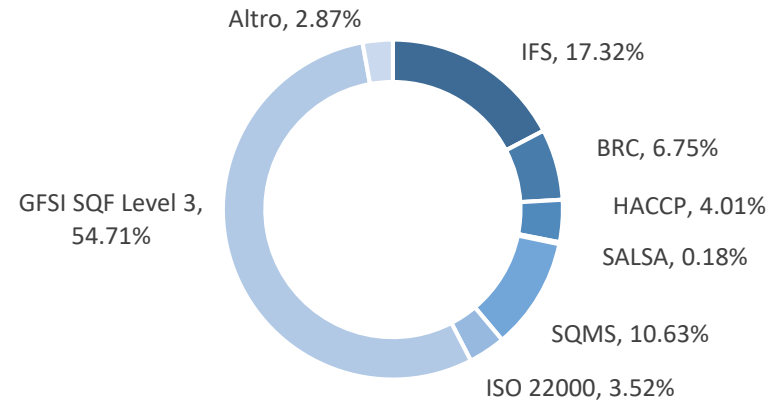
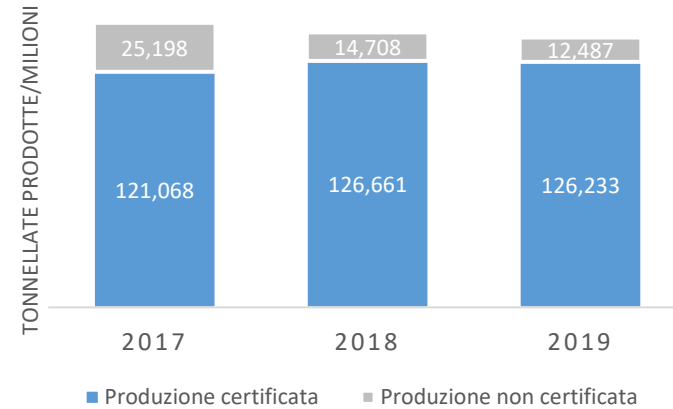
***Le certificazioni di sicurezza alimentare del Gruppo MZB***

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

**Kauai Coffee Company**, inoltre, ha deciso di aderire volontariamente al Non-GMO Project Verified, un'associazione no profit nord-americana che si pone come obiettivo quello di fornire ai consumatori prodotti sicuri, la cui provenienza sia completamente tracciabile e la produzione non geneticamente modificata. Nel 2019, auditor esterni esperti in tale ambito hanno verificato e analizzato il caffè coltivato da Kauai Coffee LLC, dando riscontri positivi: la società hawaiana ha ottenuto il logo che certifica l'assenza di trattamenti e alterazioni genetiche sul caffè coltivato e raccolto da Kauai.

In questo contesto, nel 2019, il 91% 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 nel 2018. La produzione certificata<sup>4</sup> si ripartisce tra i differenti standard come indicato nel grafico seguente. [GRI FP5]

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



<sup>4</sup> Il grafico non considera le certificazioni Kosher e HALAL, standard di natura religiosa, che coprono rispettivamente il 54,4% e lo 0,1% del totale della produzione certificata.

## 6.4 La nostra politica di qualità di Gruppo

Nel corso del 2019, le cinque società principali del Gruppo per rilevanza economica e impatti generati – Massimo Zanetti Beverage USA, Segafredo Zanetti S.A Francia, Segafredo Zanetti Italia, Meira e Boncafé International – si sono confrontate su tematiche di qualità, sicurezza alimentare, tracciabilità, innovazione di prodotto e di processo, soddisfazione di clienti e consumatori.

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

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

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



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

### **INNOVAZIONE**

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

### **CERTIFICAZIONI ALIMENTARI E TRACCIABILITÀ**

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

### **CENTRALITÀ DEI CONSUMATORI**

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

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

An aerial photograph of a vast vineyard. The rows of grapevines are meticulously organized in a grid pattern, with reddish-brown soil visible between the plants. In the upper left, a large, calm reservoir with a greenish-blue hue is visible, bordered by a small island with dense green trees. The overall scene is a well-maintained agricultural landscape.

## 7. 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.

## 7.1 Approvvigionamenti responsabili e tracciabilità

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

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




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

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





## Certificazioni e società certificate

	<p><b>Biologico/Organic</b> - 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).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Massimo Zanetti Beverage USA</li><li>- Meira</li><li>- Tiktak</li><li>- Segafredo Zanetti Nederland</li><li>- Segafredo Zanetti Poland</li><li>- Distribuidora Cafè Montaña</li><li>- Segafredo Zanetti S.p.A.</li><li>- Brulerie des Cafés Corsica</li><li>- The Bean Alliance</li></ul>
	<p><b>Fairtrade</b> - 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.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Distribuidora Cafè Montaña</li><li>- Massimo Zanetti Beverage USA</li><li>- Brodie Melrose Drysdale</li><li>- Meira</li><li>- Tiktak</li><li>- Segafredo Zanetti Nederland</li><li>- Kauai Coffee Company</li><li>- The Bean Alliance</li></ul>
	<p><b>UTZ</b> - 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).</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Distribuidora Cafè Montaña</li><li>- Massimo Zanetti Beverage USA</li><li>- Segafredo Zanetti Brazil</li><li>- Gruppo Boncafé</li><li>- Meira</li></ul>
	<p><b>Rainforest Alliance</b> - 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.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Distribuidora Cafè Montaña</li><li>- Massimo Zanetti Beverage USA</li><li>- Segafredo Zanetti Brazil</li><li>- Brodie Melrose Drysdale</li><li>- Tiktak / Segafredo Zanetti Nederland</li><li>- Segafredo Zanetti Francia</li><li>- Segafredo Zanetti S.p.A.</li><li>- Gruppo Boncafé</li><li>- Kauai Coffee Company</li><li>- Segafredo Zanetti Poland sp. z o.o</li></ul>

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

**Nel 2019 Meira ha superato ampiamente il target di acquisto di caffè verde certificato prefissato, pari al 40% del totale, raggiungendo il 55%.** Con tale obiettivo, inoltre, Meira contribuisce, anche tramite l'adesione a iniziative internazionali di settore, al raggiungimento degli obiettivi internazionali di sostenibilità del caffè. Gli approvvigionamenti di caffè verde certificato hanno permesso alla controllata finlandese di lanciare sul mercato nel corso del 2019 nuovi prodotti certificati Fairtrade, UTZ e Rainforest.



Sono diverse le società del Gruppo che hanno scelto di acquistare caffè certificato per la produzione dei propri prodotti. Una di queste è Segafredo Zanetti Francia, il cui nuovo prodotto in grani “**Premium d'Arôme certificato BIO**” è stato recentemente eletto **prodotto dell'anno 2020** dai consumatori francesi.



## I NUOVI PRODOTTI SOSTENIBILI CERTIFICATI RFA E ORGANIC DI TIK TAK SZ NL

Nel corso del 2019, la controllata olandese ha lanciato sul mercato la selezione di prodotti di caffè certificati **Rainforest Alliance e Organic**. I nuovi prodotti **Climate, Segafredo Selezione Planet** (entrambi certificati RFA) e **Organic** contribuiscono così ad accrescere la produzione di caffè certificato del Gruppo.



L'offerta di prodotti sostenibili e certificati del Gruppo si è ampliata nel 2019 anche grazie all'acquisizione di Bean Alliance e dei suoi marchi **Bean Ground & Drunk**, primo caffè in Australia ad essere certificato organico secondo lo standard Australian Certified Organica, e **Oxfam Fair**.

Nel 2019, The Bean Alliance e Oxfam Fair hanno stipulato un accordo per continuare la produzione di caffè certificato organico ed equosolidale (Fairtrade) e cioccolato del marchio Oxfam Fair in Australia.

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

I fondi raccolti dalle vendite di caffè e cioccolato sono investiti in programmi d'aiuto di lotta alla povertà. Inoltre, la produzione dei prodotti Oxfam Fair garantisce agli agricoltori un prezzo equo e stabile per le loro materie prime e dei premi di produzione per dare alle comunità la possibilità di costruirsi una vita migliore.

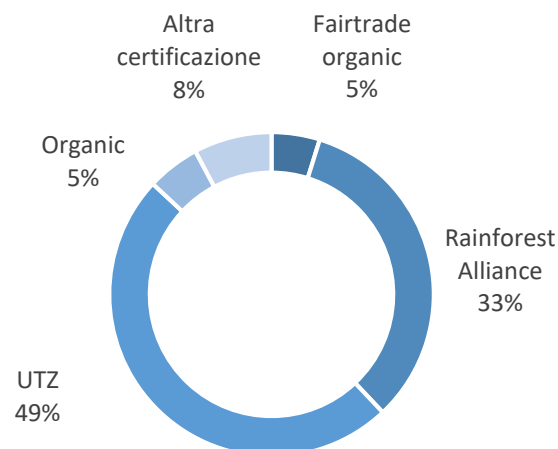
## CHANGING THE WORLD ONE CUP OF COFFEE AT A TIME



*Same Coffee. Same taste. Same Impact.*

In totale, nel corso del 2019 gli acquisti di caffè certificato secondo gli standard di sostenibilità internazionali sopra riportati si sono attestati al 14,7%, in aumento del 56% rispetto a quanto registrato nel 2018. [GRI FP2]

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



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

tracciabilità della materia prima e la tutela dei diritti umani nella catena di fornitura.

La procedura acquisti di **Massimo Zanetti Beverage USA** prevede, ad esempio, oltre alla valutazione di aspetti commerciali e tecnici, la piena conformità ai parametri stabiliti da tutte le normative sanitarie definite sia a livello governativo sia dal Global Food Safety Initiative, che riunisce i principali attori del settore alimentare con lo scopo di migliorare continuamente i sistemi di gestione della sicurezza alimentare. In particolare, la società richiede ai propri fornitori la compilazione di una checklist dettagliata con oltre 100 domande in tema di tracciabilità e sicurezza, tra cui la conformità allo standard HACCP, le modalità di controllo sulla presenza di parassiti e allergeni e l'applicazione delle Pratiche di Buona Fabbricazione (Good Manufacturing Practices) in relazione agli standard di qualità.

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

Il **Gruppo Boncafè** richiede ai propri fornitori di completare un self-assessment di qualifica che comprende i principali KPI commerciali, quali la qualità dei prodotti approvvigionati o la capacità di soddisfare le richieste. Inoltre, per quanto riguarda le materie prime, il Gruppo asiatico effettua test di qualità dei prodotti, al fine di verificare che lo stesso sia conforme agli elevati standard di qualità previsti all'interno del Gruppo Massimo Zanetti Beverage.

Anche **Segafredo Zanetti Italia** ha redatto opportune procedure per la selezione e la valutazione dei propri fornitori. Nei cicli regolari di assessment sui fornitori vengono valutati molteplici parametri, quali l'affidabilità di lungo periodo, il rispetto delle tempistiche di consegna

e le non conformità rilevate. Vengono anche condotte prove di tracciabilità dei prodotti approvvigionati.

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

**Tutte le torrefazioni europee del Gruppo**, in conformità anche con la normativa europea<sup>5</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

---

<sup>5</sup> Regulation (EC) No 178/2002 of the European Parliament and of the Council of 28 January 2002 laying down the general principles and requirements of food

e la disponibilità delle informazioni, a conferma del solido presidio su tale aspetto.

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

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

**La società MZBG e Segafredo Zanetti Italia**, in fase di definizione del contratto con i propri fornitori, richiede alla controparte di accettare il Codice Etico come parte essenziale di qualsivoglia relazione commerciale tra le parti e si aspetta che tutti i suoi fornitori e subfornitori rispettino gli standard e i principi previsti da tale Codice Etico.

**Segafredo Zanetti Francia** ha predisposto una procedura di identificazione e tracciabilità del prodotto lungo tutto la filiera che prevede la registrazione dei dati grazie ad un software specifico denominato "**Coffee Trace**". L'azienda invita i propri fornitori ad agire con correttezza ed imparzialità attraverso l'adesione alla "**Charte des**

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

**Achats Responsables entre Segafredo Zanetti et ses fournisseurs".** La carta richiede di agire contro tutte le forme di corruzione e rispettare i principi del Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), le 8 convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e le normative sociali e ambientali pertinenti. Inoltre, i fornitori sono chiamati a elaborare una relazione annuale sui progressi raggiunti, sono sottoposti a eventuali controlli per verificare il rispetto dei principi sottoscritti e, se necessario, a mettere in atto adeguate azioni correttive.

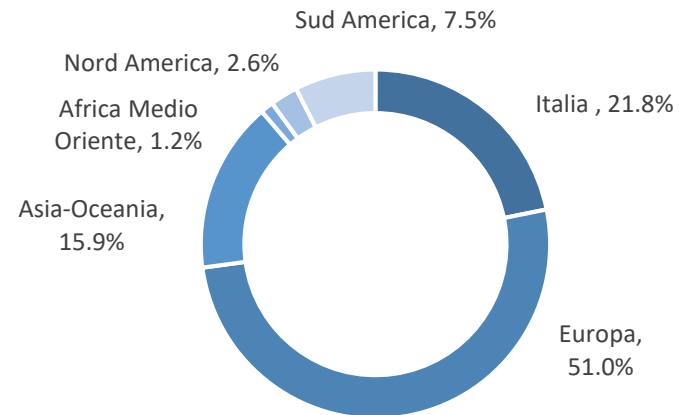
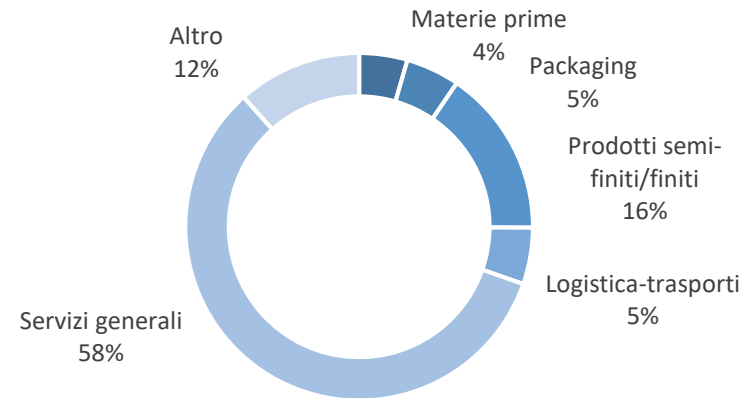
**VALUTAZIONE E MONITORAGGIO DEI FORNITORI IN DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA: PRATICHE IN USO E OBIETTIVI FUTURI**

Distribuidora Café Montaña ha predisposto una specifica procedura di valutazione e approvazione dei fornitori, che stabilisce le linee guida per la valutazione e l'approvazione dei fornitori di prodotti e servizi che incidono sugli standard di qualità e sulla sicurezza Good Manufacturing Practices (GMP).

Nel corso del 2019, sono stati condotti 4 *assessment* sui diritti umani presso le società del Gruppo, in Italia, Stati Uniti e presso la piantagione di Kauaii. [GRI 412-1]

In questo contesto, nel corso del 2019 le società del Gruppo MZB si sono approvvigionate da oltre 5.000 fornitori a perimetro costante. La nuova acquisizione in Australia ha portato a un incremento di circa 300 fornitori. I servizi generali rappresentano la metà dei fornitori complessivi (58%), seguiti dai fornitori di prodotti finiti e semi-lavorati (16%), di packaging (5%) e di caffè e materie prime alimentari (4%). La maggioranza dei fornitori è di provenienza europea (51%). [GRI102-9]

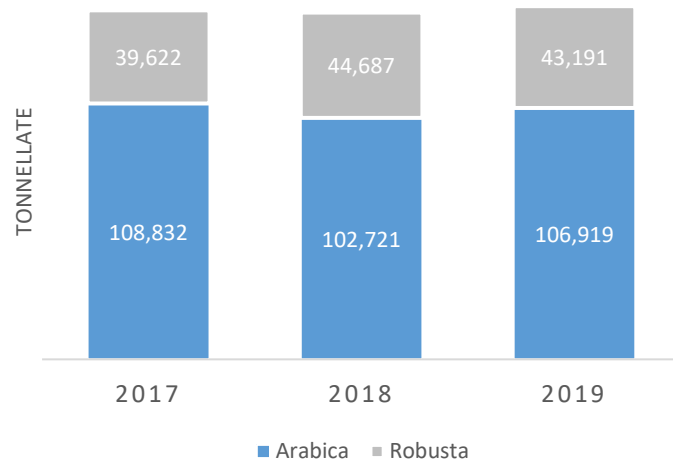
**I fornitori, per tipologia merceologica e provenienza, 2019**



Con particolare riferimento all'approvvigionamento di caffè verde tra il 2018 e il 2019 si rileva un lieve incremento negli acquisti, passando da 147.408 a 150.110 tonnellate (148.627 tonnellate nel 2019 a parità di perimetro).

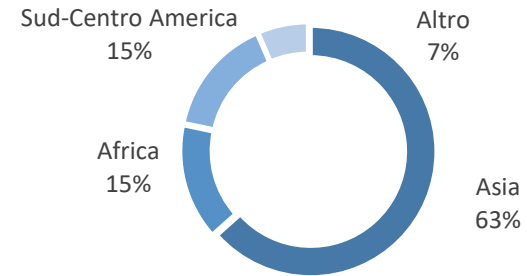
Nel 2019 si registra un aumento della quota di caffè di qualità Arabica acquistato, che passa dal 69,6% nel 2018 al 71,2% nel 2019, proveniente dal Centro-Sud America e, in particolare, da Brasile, Colombia e Honduras. Il caffè di qualità Robusta è acquistato per il 63% da paesi asiatici, in particolare da Indonesia e Vietnam<sup>6</sup>.

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

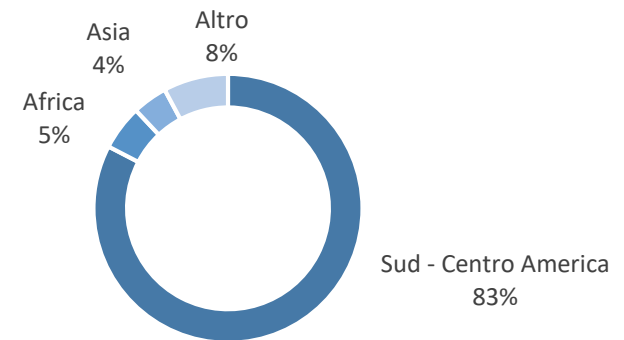


<sup>6</sup> Nello specifico le quote di approvvigionamento inferiori al migliaio, comprendono per la qualità Arabica, El Salvador in Centroamerica, Laos, Papua Nuova Guinea e Thailandia nel

**Caffè Robusta**



**Caffè Arabica**



Sud-est asiatico e Congo, Malawi, Ruanda, Tanzania, Uganda, Zambia in Africa; mentre per la qualità Robusta includono India, Laos e Thailandia nel Sud est asiatico, Costa d'Avorio, Madagascar, Tanzania e Togo in Africa e altri paesi del Centro e Sud America.



## 7.2 La nostra politica di approvvigionamento responsabile

Nel corso del 2019, grazie all'impegno e alla collaborazione delle principali società del Gruppo, Massimo Zanetti Beverage Group ha pubblicato la **Politica di Approvvigionamento Responsabile**, dichiarazione di impegno del Gruppo verso una fornitura di caffè etica e sostenibile. Tale Politica è stata condivisa, negli scorsi mesi, con tutte le società controllate e i principali fornitori.

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

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

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

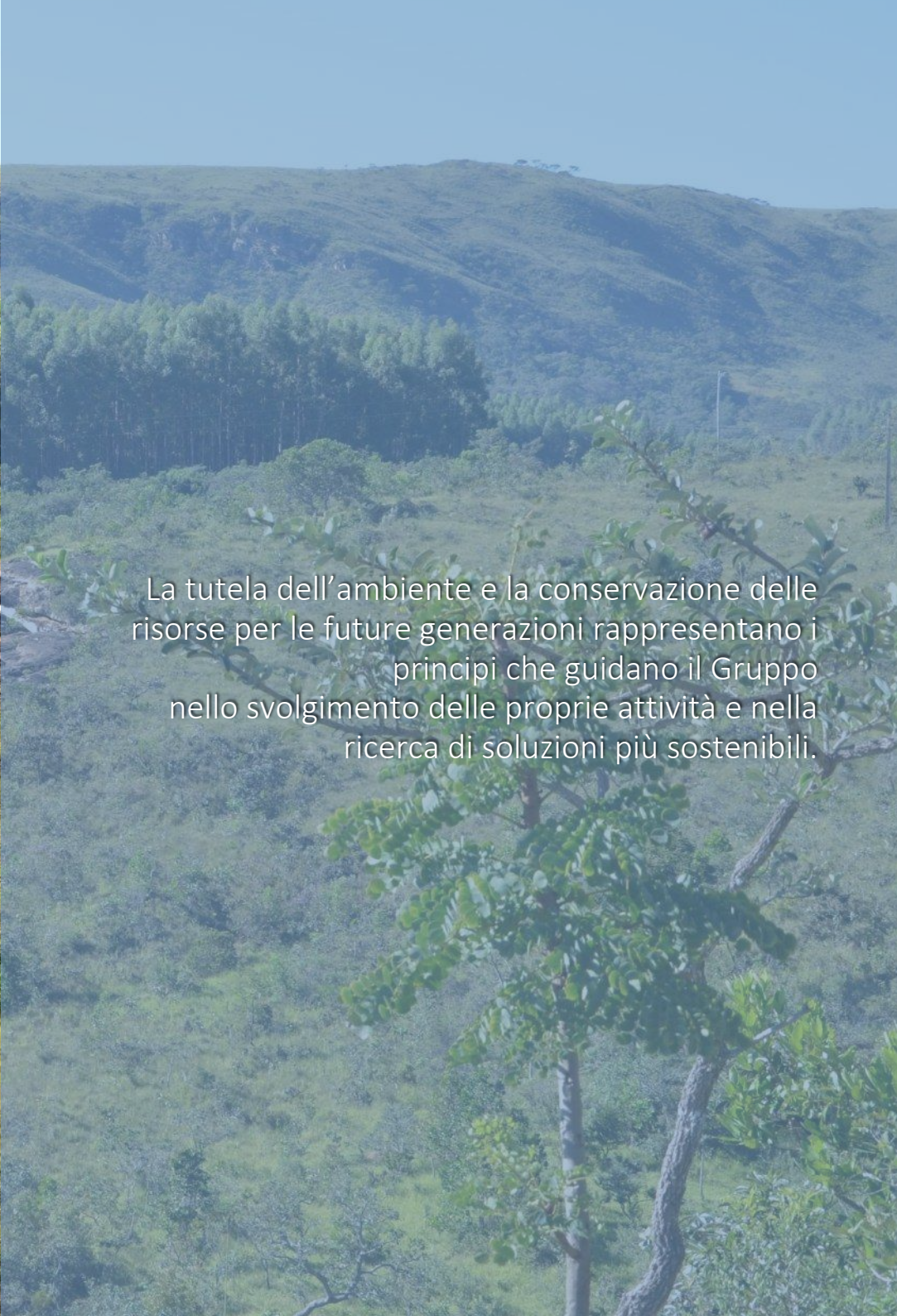
La Politica di Approvvigionamento Responsabile è consultabile integralmente dal sito web del Gruppo Massimo Zanetti Beverage.



## 8. 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>7</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>8</sup>

In funzione di tale contesto, la nuova strategia di crescita annunciata dall'Unione Europea alla fine del 2019, 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

---

<sup>7</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.

effetto serra e a dissociare, per quanto possibile, la crescita economica dall'uso delle risorse.<sup>9</sup>

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

Per affrontare tali tematiche globali, il Gruppo si è dotato di una Politica Ambientale, descritta nel paragrafo 9.3 "La nostra Politica Ambientale di Gruppo", dichiarando in tal modo il proprio impegno verso la protezione delle matrici ambientali più a rischio, a favore della decarbonizzazione e della gestione efficiente delle risorse naturali.

Nel corso del 2019, la gestione operativa degli aspetti ambientali è proseguita in capo alle singole società del Gruppo.

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

**Meira e La San Marco** dispongono di un sistema di gestione ambientale certificato in accordo allo standard internazionale ISO 14001:2015, il punto di riferimento internazionale in materia, mentre la società scozzese **Brodies e Segafredo Zanetti S.p.A.** hanno l'obiettivo

<sup>8</sup> UN, 2019: "The United Nations world water development report 2019: Leaving no one behind"

<sup>9</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".

di certificare il proprio stabilimento secondo la norma ISO 14001:2015 entro il 2020. **Segafredo Zanetti Poland**, da anni impegnata sui temi del risparmio energetico e idrico e sulla riduzione delle emissioni in atmosfera, ha predisposto nel 2018 una policy ambientale interna in linea con i requisiti legislativi nazionali e una lista di comportamenti "green" condivisa con i dipendenti, al fine di incoraggiarli ad adottare pratiche responsabili e accrescere la loro consapevolezza.



## 8.1 Efficienza energetica e economia circolare

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

Ad esempio, **Meira** società produttiva con sede ad Helsinki, ha deciso di supportare il piano strategico annunciato nel 2017 dalla capitale finlandese "*Helsinki City Strategy 2017–2021*" nel raggiungimento della **Carbon Neutrality**<sup>10</sup> entro il 2035 attraverso la riduzione dell'80% delle emissioni di gas a effetto serra della capitale. Il restante 20% sarà compensato da Helsinki attraverso iniziative di riduzione delle emissioni nelle città limitrofe. Tra le azioni previste, le principali riguardano la riduzione del consumo di energia per il riscaldamento tramite nuovi standard costruttivi per gli edifici e l'utilizzo di energia geotermica.

In linea con tale piano, Meira ha definito il proprio **programma di riduzione delle emissioni di biossido di carbonio** attraverso l'utilizzo di biogas generato dagli scarti di produzione del caffè nel proprio ciclo

produttivo. Questo progetto contribuisce al raggiungimento degli ambiziosi obiettivi ambientali di Meira tra cui:

1. la riduzione delle emissioni di gas serra del 20% attraverso l'utilizzo di energia eolica e il potenziamento dell'utilizzo di biogas,
2. il raggiungimento del 60% del tasso di riciclo dei rifiuti, e
3. l'aumento della raccolta differenziata.

Al fine di ridurre e compensare le proprie emissioni di anidride carbonica, nel 2019, **Segafredo Zanetti Francia** ha rinnovato il proprio parco auto con una flotta costituita da auto ibride, nonché acquistato energia elettrica certificata proveniente da fonti rinnovabili a copertura della totalità del proprio fabbisogno, contribuendo in questo modo ad evitare l'emissione di 132 ton di CO<sub>2</sub>.

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

Nel corso del 2019, la riorganizzazione della logistica e l'accentramento in poli logistici di nuova creazione hanno permesso a **Segafredo Zanetti Italia** di dismettere circa 21 strutture affittate ad uso esclusivo di SZ Italia e ottimizzarne così i consumi, le risorse impiegate e la movimentazione delle merci. Con lo stesso obiettivo ambientale, per il trasporto primario, Segafredo Zanetti Italia ha inoltre richiesto da diversi anni ai propri fornitori di trasporto del caffè

---

<sup>10</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.

crudo dal porto di Genova allo stabilimento di Bologna di utilizzare autoveicoli EURO 5 o superiori. Relativamente alle attività di trasporto secondario, invece, Segafredo Zanetti Italia ha definito un **target** in relazione alla saturazione media dei carichi trasportati pari al 90%, impegnandosi quindi ad ottimizzare il quantitativo di prodotto trasportato dalle singole vetture.

**Massimo Zanetti Beverage USA**, già da qualche anno, ha avviato un progetto di logistica che prevede il passaggio al trasporto intermodale (che include trasporto ferroviario e su gomma) per la movimentazione delle merci e dei prodotti. Tale modalità si differenzia dal trasporto solo su gomma per una gestione ottimizzata dei carichi tramite unità che possono essere facilmente spostate da un mezzo all'altro, consentendo quindi un maggior livello di efficienza nei trasferimenti. Attraverso degli studi specifici, è stato calcolato che l'aumento di un punto percentuale di prodotti movimentati attraverso il trasporto intermodale, porti ad un risparmio in termini di emissioni di CO<sub>2</sub> di oltre 200 tonnellate rispetto al tradizionale trasporto su gomma. **Nel 2019 l'utilizzo di trasporto intermodale, pari al 7,3% delle spedizioni totali, ha permesso a Massimo Zanetti Beverage USA di ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> di 967 tonnellate.** Tale dato è in diminuzione rispetto al 9,2% registrato nel 2018 a causa dell'interruzione del servizio per il trasporto intermodale da parte del gestore dei servizi ferroviari.

Altri progetti di efficientamento energetico, con conseguente riduzione dei consumi e dei costi riguardano l'installazione di fonti di illuminazione LED in alcune delle società controllate dal Gruppo quali, ad esempio, **Boncafé Thailand, Café Montaña, La San Marco, Tik Tak**

<sup>11</sup> UN Climate Change News. "Costa Rica Commits to Fully Decarbonize by 2050". Marzo, 2019

## NUOVI OBIETTIVI PER CAFÉ MONTAÑA

Il 24 febbraio 2019, il presidente della Costa Rica ha annunciato il lancio del Piano Nazionale di Decarbonizzazione, con l'obiettivo di ridurre a zero le emissioni nette di gas a effetto serra entro il 2050 in linea con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi sul Cambiamento Climatico<sup>11</sup>. Con l'obiettivo di ridurre le emissioni di gas a effetto serra, il Piano Nazionale prevede misure significative nelle infrastrutture di base e in settori economici come il trasporto pubblico e privato, energia, industria, agricoltura, gestione dei rifiuti e gestione del suolo e delle foreste. Inoltre, il Piano stabilisce una tabella di marcia per modernizzare l'economia, generare posti di lavoro e favorire la crescita sostenibile.

In linea con tale approccio, **Distribudora Café Montaña** ha deciso di porsi degli obiettivi ancora più ambiziosi e **azzerare le emissioni di gas a effetto serra entro il 2020.**

Nell'ambito di tale progetto, all'inizio del 2019, Distribudora Café Montana ha provveduto a installare una nuova macchina tostatrice, più efficiente in termini di capacità produttiva e consumi, con un sistema di controllo e riduzione dei fumi che limita le emissioni in atmosfera. Inoltre, sono previste iniziative a supporto del raggiungimento di tale obiettivo, quali la formazione sullo spreco di risorse, in particolare dei consumi energetici, la riforestazione, l'educazione ambientale e la corretta raccolta e smistamento dei rifiuti.



**Segafredo Zanetti Olanda, The Bean Alliance e Brodies**, quest'ultima anche in virtù della volontà di certificare i propri impianti secondo la norma ISO 14001:2015 entro la seconda metà del 2020.

MZB Iberia, infine, procederà entro aprile 2020, ad installare circa 500 moduli per la produzione di energia solare sul tetto del nuovo impianto in Portogallo che porterà a una produzione di energia elettrica pari a circa l'80-90% di quella consumata e alla conseguente riduzione delle emissioni di gas a effetto serra.

L'insieme delle attività sopra menzionate in relazione all'approvvigionamento energetico e alle scelte in materia di logistica hanno contribuito alla diminuzione dei consumi energetici diretti del Gruppo. In particolare, i consumi di benzina risultano stabili rispetto al 2018, un risultato in larga parte attribuibile al rinnovamento del parco vetture di alcune aziende del Gruppo. I consumi di gas naturale sono aumentati del 9% in virtù delle nuove acquisizioni e dell'aumentata produzione.

Nel 2019, MZBG ha registrato consumi energetici complessivi pari a circa 648.270 GJ (655.258 GJ a perimetro completo), in aumento del 5% rispetto al 2018. [GRI 302-1]

Complessivamente il livello di utilizzo di energia elettrica diminuisce del 5% a parità di perimetro nel 2019. Inoltre, nel 2019, circa l'8% dei consumi di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili.

### Consumi energetici, in GJ

Consumi diretti	2017	2018	2019*	2019
Benzina	76.412	76.083	79.084	79.799
Gasolio	75.509	74.950	97.138	97.520
Gas naturale	309.291	271.531	292.577	297.024
GPL	25.693	25.484	22.055	22.055
Biogas	-	2.065	2.246	2.246
<b>Totale consumi diretti</b>	<b>486.905</b>	<b>450.113</b>	<b>493.099</b>	<b>498.643</b>
<b>Consumi indiretti</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019*</b>	<b>2019</b>
Energia elettrica	142.561	141.223	132.098	133.543
Energia elettrica da fonti rinnovabili	11.314	11.088	11.131	11.131
Energia per riscaldamento	14.878	14.841	11.817	11.817
Energia per raffrescamento	115	118	124	124
<b>Totale consumi indiretti</b>	<b>168.868</b>	<b>167.270</b>	<b>155.170</b>	<b>156.615</b>
<b>Totale</b>	<b>655.773</b>	<b>617.383</b>	<b>648.270</b>	<b>655.258</b>

Dati i consumi energetici rilevati, e in accordo con il protocollo GHG (Greenhouse Gas Protocol), uno dei più importanti standard internazionali per il reporting delle emissioni di gas a effetto serra, le emissioni di CO<sub>2</sub> sono rendicontate sotto forma di:

- **emissioni dirette** (Scopo 1) dovute ad attività del Gruppo MZB o da questo controllate, per l'utilizzo di combustibili per

riscaldamento/raffrescamento, l'attività di roasting e per il trasporto mediante auto aziendali [GRI 305-1];

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

Nel 2019, le emissioni complessive sono diminuite del 2%, passando da 47.571 tonnellate di CO<sub>2eq</sub> nel 2018 a 46.704 tonnellate di CO<sub>2eq</sub> (a perimetro completo). Inoltre, utilizzando l'approccio Market Based – e considerando quindi l'approvvigionamento da energia rinnovabile di Segafredo Zanetti France - le emissioni indirette (c.d. Scopo 2) risultano pari a 19.209 rispetto all'intero perimetro di Gruppo.

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

<b>Emissioni dirette</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019*</b>	<b>2019</b>
Da consumo di benzina	7.417	7.385	5.573	5.623
Da consumo di gasolio	5.517	5.476	7.253	7.281
Da consumo di gas naturale	17.444	15.212	16.598	16.850
Da consumo di GPL	1.644	1.630	1.411	1.411
<b>Totale emissioni dirette</b>	<b>32.022</b>	<b>29.704</b>	<b>30.834</b>	<b>31.165</b>
<b>Emissioni indirette location based (L.B.)</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019*</b>	<b>2019</b>
Da energia elettrica	17.246	17.003	14.699	14.961
Da riscaldamento	845	843	573	573
Da raffrescamento	22	22	6	6
<b>Totali emissioni indirette L.B.</b>	<b>18.112</b>	<b>17.847</b>	<b>15.278</b>	<b>15.539</b>
<b>Totale emissioni (dirette e indirette)</b>	<b>50.134</b>	<b>47.571</b>	<b>46.112</b>	<b>46.704</b>

#### **RIDURRE LE EMISSIONI AIUTANDO I CLIENTI: L'OBIETTIVO DI THE BEAN ALLIANCE AL 2020**

La società australiana The Bean Alliance, nel 2020, implementerà il progetto di valutazione dell'impronta di carbonio delle macchine per il caffè, attraverso il coinvolgimento di clienti e consumatori, al fine di aiutarli nelle scelte di consumo più responsabili e ridurre le emissioni.

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

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

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



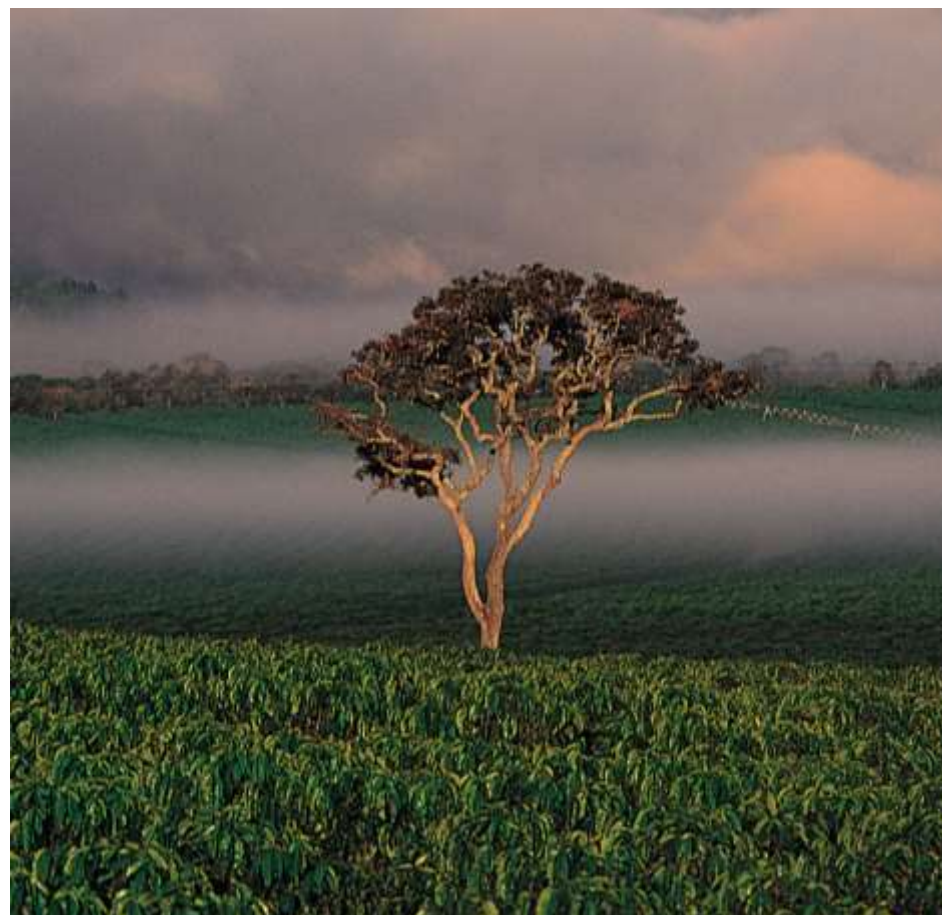
Anche altre società del Gruppo come **Meira, Segafredo Zanetti Italia** e **MZB USA** hanno avviato progetti in questo ambito e sono continuamente impegnate nella riduzione dei rifiuti prodotti. Nello stabilimento di MZB USA in Virginia, ad esempio, circa il 45% dei rifiuti prodotti **sono ad oggi riciclati**. MZB USA, inoltre, in un'ottica di economia circolare e di valorizzazione dei sottoprodotti, vende a terzi gli scarti di caffè verde per la creazione di concime organico e fertilizzante ad uso agricolo.

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

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

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

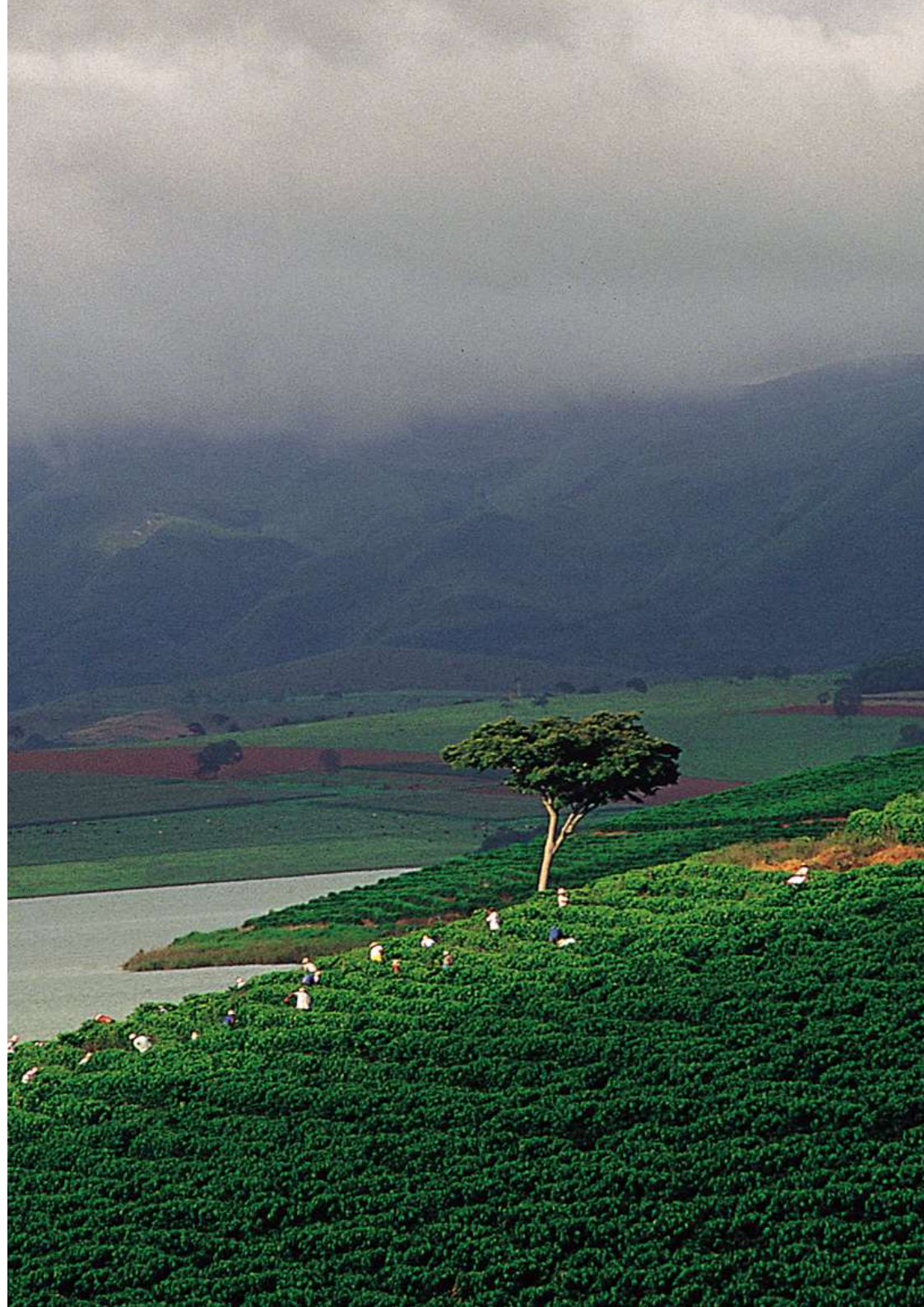
La torrefazione di Meira, invece, **converte gli scarti della produzione di caffè in biogas**, che successivamente riutilizza all'interno del proprio ciclo produttivo, riducendo così le emissioni di anidride carbonica. Questo progetto, tra l'altro, contribuisce al raggiungimento degli ambiziosi obiettivi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



Nel corso del 2019 il Gruppo MZB ha prodotto 8.119 (8.641 a perimetro completo) tonnellate di rifiuti, in diminuzione del 9% circa rispetto alle 8.874 tonnellate registrate nel 2018. [GRI 306-2] La quasi totalità dei rifiuti complessivi prodotti (cioè il 99,9%) è classificata tra i rifiuti non pericolosi.

### ***Rifiuti Prodotti in tonnellate***

<b><u>Rifiuti pericolosi</u></b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019*</b>	<b>2019</b>
- di cui inviati a riuso	0	0	-	-
- di cui inviati a incenerimento	0,91	1,42	-	-
- di cui inviati a riciclo	8	2,30	4	4
- di cui inviati a compostaggio	0,01	0	-	-
- di cui inviati a stoccaggio in deposito	3,54	5,57	4	4
- di cui inviati a interrimento	0,30	0,17	-	-
<b>Rifiuti totali pericolosi</b>	<b>12,74</b>	<b>9,46</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b><u>Rifiuti non pericolosi</u></b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019*</b>	<b>2019</b>
- di cui inviati a riuso	155,0	479,8	551,7	551,7
- di cui inviati a recupero (incluso il recupero energetico)	617,7	349,7	724,5	724,5
- di cui inviati a incenerimento	2.361	2.705,6	2.280,3	2.280,3
- di cui inviati a riciclo	2.074,3	1991,9	1.983,9	2.015,3
- di cui inviati a compostaggio	2.529,4	2.568,2	1.902,5	2.302,5
- di cui inviati a stoccaggio in deposito	263,0	255,2	204	204
- di cui inviati a interrimento	332,4	414,6	406,3	497,1
- altra tipologia di smaltimento	41,3	99,9	57,5	57,5
<b>Rifiuti totali non pericolosi</b>	<b>8.373</b>	<b>8.864,7</b>	<b>8.110,7</b>	<b>8.632,9</b>
<b><u>Rifiuti totali (pericolosi e non pericolosi)</u></b>	<b>8.385,8</b>	<b>8.874,1</b>	<b>8.118,7</b>	<b>8.640,9</b>



## KAUAI COFFEE NEL CUORE DELLE HAWAII

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

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

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

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

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

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



## 8.2 Iniziative e Innovazione sostenibile

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

I principali progetti legati all'innovazione di prodotto del Gruppo MZB, nel corso del 2019, hanno riguardato lo sviluppo di soluzioni che permettano di utilizzare un **packaging sostenibile**, la riciclabilità dell'involucro e al contempo di preservare l'aroma e la qualità del caffè.

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

Nello specifico, per i prodotti Segafredo Intenso (anche biologico), Segafredo Pausa, Segafredo Biondo, Katriina Gold Premium, **Meira** ha già sviluppato una soluzione più ecologica per il packaging che permette di ridurre l'utilizzo di materiale da imballaggio<sup>12</sup>. Nel corso

<sup>12</sup> Meira, per alcuni dei suoi prodotti, ha sviluppato un packaging nel quale alluminio e plastica sono ridotti complessivamente di circa il 30%.

del 2019, sono state inoltre testate alcune soluzioni che prevedono l'utilizzo di bio-plastiche nel packaging.

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

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



Le capsule San Marco, inoltre, vengono certificate da *TUV Austria OK Compost*, un ente di certificazione 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.

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



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



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

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

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



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



Parallelamente allo sviluppo di prodotti innovativi e sostenibili, le società del Gruppo adottano internamente comportamenti responsabili. Alcune società come **Segafredo Zanetti France e La San Marco**, nel corso del 2019, hanno sostituito le tazzine di caffè in plastica con quelle di carta oppure con quelle in ceramica, nel caso della Massimo Zanetti Beverage Group.

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

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

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



Nel 2019 Massimo Zanetti Beverage Group ha utilizzato circa 18.987 tonnellate di materiale per il confezionamento dei prodotti, con una riduzione dell'1% rispetto all'anno precedente, soprattutto per la riduzione del legno utilizzato da Segafredo Zanetti Italia. Complessivamente nel 2019, i consumi di materiale per imballaggi provenienti da risorse rinnovabili<sup>13</sup> – ovvero carta e cartone – corrispondono al 33% dei consumi complessivi. [GRI 301-1]

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

<b>Materiale</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019*</b>	<b>2019</b>
Carta	1.319	1.153	1.206,8	1.206,3
Cartone e cartone ondulato	4.975,4	4.898,5	5.052,7	5.096,7
Plastica	3.272,2	3.218,8	3.346,6	3.347,7
Vetro	669,0	672,7	428,8	428,8
Alluminio	153,7	150,8	157,5	157,5
Banda stagnata	7.684,3	7.086,5	7.235	7.235
Poliaccoppiati ( <i>plastica, alluminio</i> )	125,3	132,4	109,6	146,6
Legno ( <i>compresi pallet</i> )	379,5	414,6	35,2	35,2
Film flessibile ( <i>plastica</i> )	872,0	774,4	770,6	770,6
Juta	148,0	140	-	-
Bobine	69,8	136,5	130,4	130,4
Acciaio	0,3	2	2	2
Altri ( <i>prevalentemente plastica</i> )	398	429	430,8	430,8
<b>Totale materiale</b>	<b>20.065,9</b>	<b>19.209,3</b>	<b>18.905,4</b>	<b>18.987,5</b>

<sup>13</sup> Per materiale rinnovabile s'intende materiale che deriva da abbondanti risorse che vengono rapidamente reintegrate da cicli ecologici o processi agricoli.

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

## 8.3 La nostra politica ambientale di Gruppo

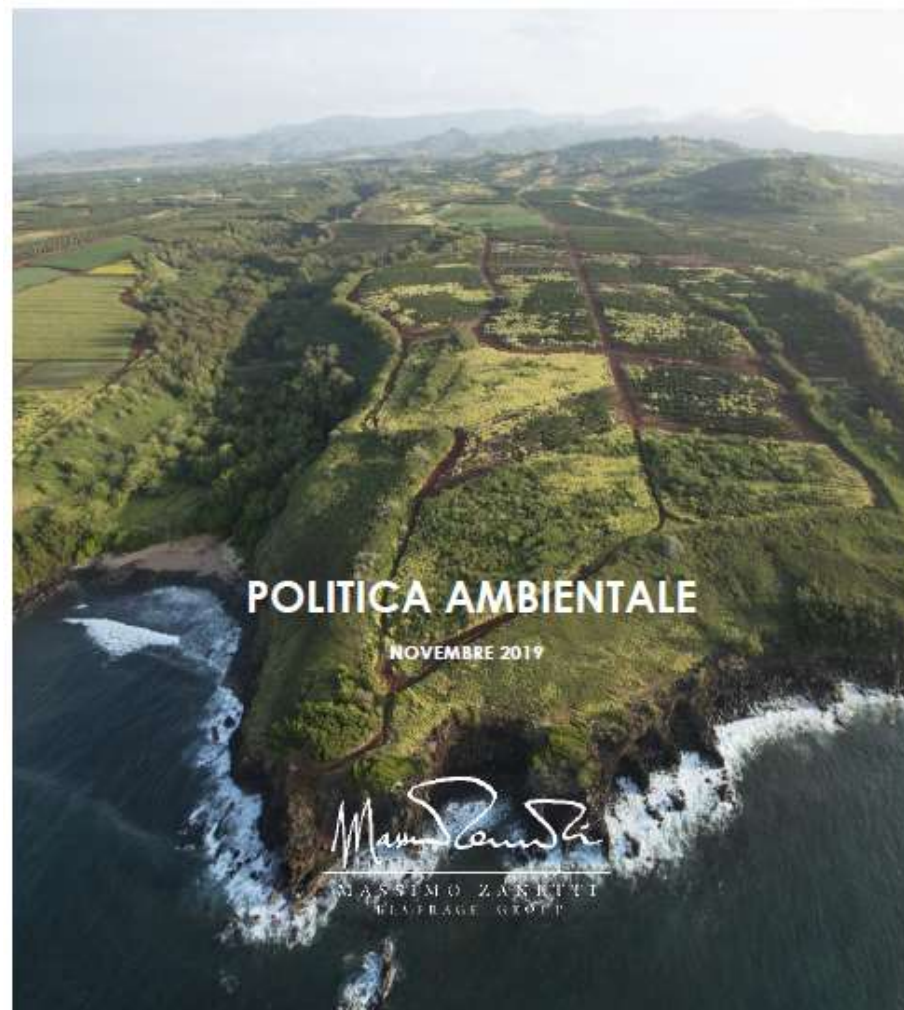
Nel corso del 2019 le cinque società principali del Gruppo si sono confrontate sulle principali tematiche ambientali rilevanti per il Gruppo MZB, individuando le aree prioritarie di impegno. Per ciascun'area sono state definiti degli obiettivi comuni alle diverse società del Gruppo, quali le fonti di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

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

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

### ENERGIA

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





## **EMISSIONI**

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

## **RIFIUTI**

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

## **MATERIE PRIME**

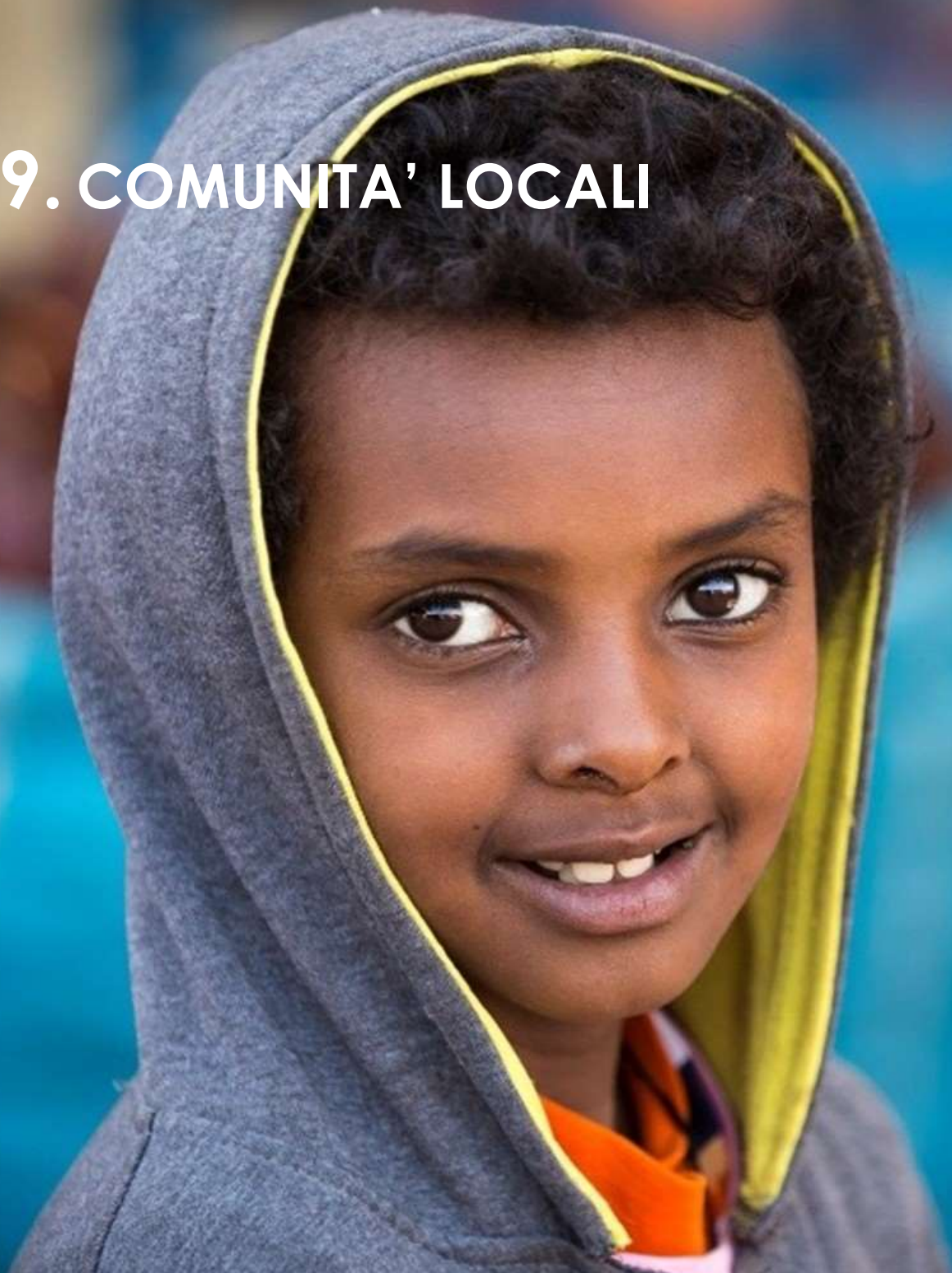
- Riduzione dei materiali da imballaggio
- Aumento dell'utilizzo di materie prime riciclate
- Promozione dell'innovazione nel packaging

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

Il Gruppo, inoltre, è consapevole dell'importanza di tematiche ambientali quali la tutela della biodiversità e degli ecosistemi forestali. Seppure non direttamente menzionate all'interno degli obiettivi della Politica Ambientale, si impegna anche tramite la sottoscrizione di iniziative internazionali, come la Sustainable Coffee Challenge (SCC),

a preservare il valore della biodiversità e degli ecosistemi forestali, anche se presenti in aree non direttamente interessate dalle attività del Gruppo. Le iniziative e le modalità di gestione di tali tematiche sono definite nella Politica di Approvvigionamento Responsabile del Gruppo.

## 9. COMUNITA' LOCALI



## 9.1. Le nostre iniziative

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

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

Con l'obiettivo di comprendere al meglio le realtà delle comunità coltivatrici di caffè e contribuire allo sviluppo sostenibile delle stesse, **Meira** ha avviato le "**Sustainability Visit**" presso i fornitori. All'inizio del 2019, nello specifico, sono stati visitati i luoghi di coltivazione e raccolta del caffè verde in Honduras, uno dei paesi in cui la produzione agricola rappresenta la principale fonte di reddito e il commercio estero del caffè rappresenta il 13%<sup>14</sup> del totale esportato.

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



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

<sup>14</sup> The observatory of economic complexity. Honduras Export, 2017. ([oec.world/en/profile/country/hnd](http://oec.world/en/profile/country/hnd))

Dal punto di vista ambientale, invece, l'utilizzo della parte più esterna delle bacche di caffè come fertilizzante, in sostituzione dei prodotti chimici, ha migliorato la composizione del terreno arricchendolo con minerali naturali.

Già da diversi anni, anche Boncafé apporta il suo contributo alle popolazioni coltivatrici della regione di Marcala. Alcune iniziative portate avanti in collaborazione con la Fondazione Zanetti Onlus a supporto delle **comunità locali hanno visto negli scorsi anni anche la realizzazione di una nuova scuola nella regione di Marcala**. La partnership di **Boncafé** con l'associazione che riunisce le società esportatrici di caffè dell'Honduras ADECAEH's e le relative iniziative promosse, quali la presenza in loco e l'aiuto di esperti, l'erogazione di corsi di formazione (es. smaltimento dei fertilizzanti chimici non conformi) e di una campagna di comunicazione volta a sensibilizzare le comunità locali su tematiche di responsabilità ambientale e sviluppo sostenibile, hanno permesso agli agricoltori della regione di Marcala di certificare il caffè coltivato, secondo standard internazionali riconosciuti a livello internazionale (es. UTZ, Fairtrade e Rainforest). In tale contesto, anche altre società del Gruppo hanno definito degli obiettivi di sostenibilità per la gestione responsabile di tutti gli aspetti della catena del valore anche mediante la partecipazione ad iniziative internazionali di settore come la **Sustainable Coffee Challenge (SCC)**.

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



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

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

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

La gestione della catena di fornitura, attraverso l'implementazione di pratiche di approvvigionamento responsabile e il supporto alle comunità locali, è una parte indispensabile della strategia di sostenibilità di un'azienda. Il Gruppo Massimo Zanetti mira a partecipare 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, Kauai Coffee, Boncafé, Meira e Segafredo Zanetti Francia** hanno definito, nell'ambito del percorso di sostenibilità di Gruppo "The Sustainable Blend" i seguenti impegni che saranno pubblicati nel corso del 2020.

**Boncafé** è partner dell'iniziativa *Sustainable Coffee Challenge* dal 2017, e nel corso del 2019 ha deciso di rinnovare il proprio impegno nell'assicurare il benessere di lungo periodo alle comunità locali. Entro il 2022, si impegna ad attivare iniziative di formazione, rivolte a tutti gli stakeholder, sull'importanza della tracciabilità e della sostenibilità nelle pratiche di coltivazione del caffè, per esempio attraverso workshop dedicati ai baristi.

**Kauai Coffee Company**, come già evidenziato all'inizio del documento, ha reso pubblico nel 2019 attraverso la piattaforma online dell'iniziativa SCC il proprio impegno nell'aumentare fino al 30% ed entro il 2022 la quota di ettari trattati con un metodo organico e sostenibile, riducendo l'utilizzo di fertilizzanti chimici. Nel 2020, infine, Kauai Coffee intende pubblicare un nuovo commitment che prevede l'ottenimento della certificazione Rainforest Alliance per il 100% delle colture.

L'obiettivo di **Meira**, invece, è quello di acquistare solo caffè verde certificato e sostenibile entro il 2022. In questo modo, la società finlandese vuole farsi portavoce degli impatti ambientali e sociali positivi generati dalla produzione di caffè certificato e della necessità di rendere i consumatori più consapevoli guidandoli in scelte d'acquisto più responsabili.

Infine, entro il 2021 **MZB USA**, partner dal 2018 dell'iniziativa SCC, si impegna ad aumentare l'accesso all'istruzione secondaria nella

regione Marcala in Honduras contribuendo non solo economicamente ad iniziative e attraverso la costruzione di aule per l'insegnamento, ma anche come *project leader* nel supportare lo sviluppo sociale della regione.

In questo contesto, MZB USA ha deciso inoltre di partecipare ai quattro *Action Network* promossi dalla Sustainable Coffee Challenge, network di aziende partner dell'iniziativa che si impegnano ad agire in partnership per aumentare l'approvvigionamento sostenibile, il rinnovamento e la riabilitazione delle aziende agricole, il miglioramento delle pratiche di lavoro e della catena di fornitura e la mappatura e il monitoraggio delle piantagioni di caffè e delle foreste. Nel corso del 2019, MZB USA ha partecipato alla definizione di un progetto nell'ambito del *Labour Network* per il miglioramento delle pratiche di lavoro in Brasile.

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

# 10. FONDAZIONE ZANETTI ONLUS



FONDAZIONE ZANETTI  
ONLUS

La Fondazione Zanetti Onlus nasce nel 2007 grazie al Dott. Massimo Zanetti e ai figli Laura e Matteo per aiutare i minori in difficoltà attraverso il sostegno e la promozione di progetti nazionali e internazionali che favoriscono l'assistenza alimentare e sanitaria, l'accoglienza, l'istruzione e il supporto psicologico. L'attenzione al mondo dei minori, ai loro diritti e alla solidarietà in generale, è il filo conduttore dell'attività della Fondazione che organizza anche eventi di raccolta fondi e iniziative di informazione e sensibilizzazione per promuovere una cultura comune, sempre dalla parte dei bambini.

*La Fondazione Zanetti Onlus ha sostenuto negli anni 180 progetti a favore dell'infanzia in difficoltà.*

Progetti in tutto il mondo, che spaziano dall'integrazione alimentare alle cure sanitarie, dalla prevenzione alla scuola, dall'informazione fino alla sensibilizzazione, al fianco di associazioni e organizzazioni non-profit che operano attivamente ogni giorno per contribuire a cambiare la vita delle persone.

Nel corso del 2019 sono stati sostenuti i seguenti progetti.

#### **Brasile, Casa del Sorriso Espacio Casa Viva di Rio de Janeiro**

In un contesto di violenza e degrado, la *Casa del Sorriso* della favela di Manguinhos offre ai minori del luogo attività indispensabili per creare un ambiente di cultura, pace e rispetto dei diritti. La realizzazione di laboratori letterari, pittorici, musicali, ma anche seminari tematici, corsi dedicati alle buone pratiche per la salute,

l'igiene dentale e il rispetto dell'ambiente, è stata possibile grazie al supporto della Fondazione, vicina a questa realtà da diversi anni attraverso una stretta collaborazione con Cesvi Onlus.

#### **Congo Brazzaville, Casa Famiglia di Pointe Noire**

La Casa-famiglia di Ponte Noire accoglie 29 minori orfani di età compresa tra 2 e 18 anni. Attraverso l'Associazione Volontari di Solidarietà Onlus, la Fondazione ha sostenuto parte delle spese necessarie per la loro assistenza sanitaria e per l'acquisto di generi alimentari e di materiale scolastico indispensabile per la loro formazione.

#### **Eritrea, Integrazione Alimentare per i bambini malnutriti di alcuni villaggi rurali**

Con la donazione di pecore e capre, il progetto del Gruppo Aleimar sostenuto dalla Fondazione ha permesso di fornire latte e di contribuire all'integrazione alimentare dei bambini fino a 5 anni, migliorando anche le condizioni economiche delle loro famiglie che si trovano in difficoltà attraverso l'avvio di piccoli allevamenti familiari produttori di reddito.

#### **Kenya, Sostegno alle spese scolastiche per i bambini del Talitha Kum**

Il progetto promosso dalla Fondazione Fontana Onlus permette a numerosi minori orfani e sieropositivi, ospitati nella struttura di accoglienza Talitha Kum di Nyahururu, di proseguire gli studi, per realizzarsi e affrontare positivamente il vissuto di emarginazione sociale dovuto alla sieropositività. La Fondazione Zanetti ha sostenuto parte delle spese scolastiche annuali.

#### **Mozambico, Emergenza ciclone**

La Fondazione è intervenuta per contribuire ad aiutare la popolazione del Mozambico centrale colpita, nella primavera del 2019, dalla violenza distruttrice del ciclone tropicale Idai, attraverso un contributo all'ONG Medici con l'Africa CUAMM presente nella



città di Beira dal 2003 e in grado di fornire una risposta all'emergenza umanitaria anche grazie a 35 medici. Lo staff dell'ONG padovana ha fornito acqua potabile, cibo, medicine e kit igienici.

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

Adozione a distanza di 10 bambini e sostegno del loro percorso scolastico grazie al programma della Fondazione Senza Frontiere - Onlus che ha come obiettivo la continuità della scolarizzazione con la copertura delle spese necessarie al vitto, all'alloggio, al vestiario e al materiale didattico per i minori provenienti dalle fasce più deboli della popolazione.

#### **Niger, Riduzione della malnutrizione materno infantile nel distretto di Tillabery**

Attraverso il progetto di Coopi – Cooperazione Internazionale Onlus dedicato alla prevenzione della malnutrizione materno infantile, la Fondazione ha sostenuto la formazione di *maman pb*, ovvero mamme capaci di identificare precocemente all'interno dei villaggi del distretto di Tillabery i casi di malnutrizione attraverso la misurazione del braccio. Ha sostenuto inoltre l'acquisto di alimenti e materiale per la realizzazione di dimostrazioni di cucina partecipativa, educazione nutrizionale e buone pratiche.

#### **Paraguay, Salute integrale per i bambini**

La Fondazione Zanetti ha sostenuto un indispensabile servizio sanitario di base per i bambini da 0 a 5 anni che vivono nelle periferie rurali e degradate di Encarnación, a sud del Paraguay. Il servizio, gestito dalla Fondazione Canossiana, ha avviato anche un'assistenza specifica a favore di bambini con disabilità e ha promosso attività di prevenzione e di educazione igienico-sanitaria.



### **Papua Nuova Guinea, Feeding program**

In un contesto sociale violento e di grande povertà, con un alto tasso di mortalità infantile, la Fraternità Cavanis ha dato vita nel villaggio di Bereina alla *Jesus Good Shepherd Primary School* e al *Fode Center* che garantiscono ai minori che frequentano le due strutture, protezione e istruzione. Grazie al supporto della Fondazione è stato possibile garantire loro un pasto equilibrato al giorno.

### **Perù, Indifesa dei bambini, bambine e adolescenti delle comunità rurali del distretto di Omacha**

Realizzato da Terre des Hommes, il progetto *Indifesa* opera a favore dei bambini di etnia e cultura Quechua che vivono in Perù nelle comunità rurali alto andine della regione di Cusco. Il sostegno della Fondazione Zanetti ha contribuito alla promozione di una rete di sostegno, protezione e promozione dei diritti in favore dell'infanzia che vive in condizioni di forte povertà ed esclusione socioculturale.

### **Perù, Parchi giochi e giacche imbottite per i bambini di Omacha**

L'intervento in Perù a favore dei minori in difficoltà è stato ampliato con l'acquisto di 200 giacche imbottite, indispensabili per proteggere dalle temperature locali estremamente basse, e la realizzazione di 3 parchi giochi nelle comunità dove non esistono strutture ricreative. Essendo il gioco un elemento essenziale del processo di crescita di un individuo, anche questo intervento è stato importante per offrire a più di 250 bambini che vivono in condizione di povertà e di emarginazione un'opportunità per crescere più sereni e protetti.



### **Repubblica Democratica del Congo, Un pasto per i bambini malnutriti del Centro Nutrizionale di Kavumu**

Il nuovo Centro Nutrizionale di Kavumu, gestito dall'Istituto Suore di Santa Dorotea di Cemmo e nato anche grazie al supporto della Fondazione nel 2018, ha iniziato a sviluppare il suo intervento a favore di numerosi bambini malnutriti. Qui si preparano cibi digeribili e nutrienti e si curano e monitorano costantemente i minori fino ad arrivare ad una vera e propria riabilitazione nutrizionale. La Fondazione ha reso possibile l'acquisto di materie prime locali per la preparazione degli alimenti.

### **Repubblica Democratica del Congo, Lotta alla malnutrizione infantile**

La malnutrizione infantile è estremamente diffusa nella Repubblica Democratica del Congo e la Fondazione ha voluto contribuire a combatterla anche attraverso un supporto all'ONG Medici Senza Frontiere. In particolare, grazie a questo intervento, sono stati curati 250 bambini al di sotto dei 5 anni accolti nel centro di Nyabiondo gestito in accordo con il Ministero della Sanità del Paese.

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

Il Centro Pilota Andrea Damato di Singureni, creato e gestito dalla Fondazione Bambini in Emergenza Onlus, accoglie minori abbandonati e sieropositivi che, attraverso il progetto *Una mamma anche per me*, possono trovare una mamma, ovvero una famiglia affidataria locale opportunamente formata e seguita. La Fondazione Zanetti ha sostenuto le spese necessarie per l'affidamento di 7 bambini ad altrettante famiglie che hanno donato loro un affetto speciale, per una sana crescita fisica e psicologica.

### **Rwanda, La Casa del Sorriso, Nyanza**

Il progetto, grazie al contributo della Fondazione, ha garantito un'assicurazione sanitaria annua e una corretta alimentazione ai bambini delle ragazze madri accolte nella *Casa del Sorriso* di Nyanza, iniziativa nata grazie all'associazione Missionarie Rogazioniste

ruandesi per seguire le giovani mamme anche attraverso supporto psicologico e formazione professionale.

### **Tanzania, Prevenzione e cura della malnutrizione di mamme e bambini all'Ospedale di Tosamaganga**

L'ONG Medici con l'Africa Cuamm si occupa, all'interno dell'Ospedale di Tosamaganga, di tutte le attività necessarie per prevenire e curare la malnutrizione di mamme e bambini della regione di Iringa. La Fondazione ha contribuito allo sviluppo questa importante azione sanitaria attraverso un sostegno per l'acquisto di farmaci, materiale sanitario di consumo e per il salario di due infermiere locali impegnate nella cucina, nell'orto dimostrativo e nelle attività di educazione alimentare.

### **Togo, Scuola del Villaggio di Agbatitoè**

Non solo una scuola ma un riferimento per la vita dei bambini di Agbatitoè: il progetto dell'associazione Sacré Coeur Humanitaire sostenuto dalla Fondazione, ha provveduto a fornire ai piccoli studenti i libri scolastici e ha garantito anche i pasti e le cure sanitarie grazie alla realizzazione di una mensa scolastica e di una piccola infermeria.

### **Ucraina, Riabilitazione fisica per i piccoli malati oncologici**

Attraverso la collaborazione con la Fondazione Zaporuka, che segue numerosi bambini ricoverati nel Reparto Pediatrico dell'Istituto di Cancro di Kiev, dove le attrezzature mediche e le attività di riabilitazione garantite dal servizio sanitario sono ridotte al minimo, la Fondazione ha sostenuto l'attività di fisioterapia per 8 pazienti che hanno potuto recuperare le funzionalità delle parti del corpo colpite dalla malattia.

### **Vietnam, Vivere diversamente abili in Comunità**

La Fondazione ha contribuito a sostenere le attività dell'Associazione Italia Viet Nam che si prende cura di 45 bambini con una disabilità

provocata da diossine, provenienti da famiglie molto povere nella Provincia di Vinh Long, aiutandoli ad integrarsi in autonomia nella comunità di appartenenza attraverso attività di fisioterapia, terapia fonetica, educazione prescolare e logopedia.

### **Italia, Nuovi Orizzonti 2019**

Grazie alla sinergia con l'Associazione Cosmohelp Onlus, che ha realizzato il progetto, la Fondazione con il suo supporto ha permesso di affrontare parte delle spese indispensabili per la cura in Italia di 5 minori con gravi patologie provenienti dall'Africa e dai Balcani che non possono essere curate nei loro paesi di origine.

### **Le iniziative e gli eventi**

Il 2019 è stato un anno ricco di importanti e numerose iniziative dedicate alla raccolta fondi, all'informazione e alla sensibilizzazione della comunità su diverse tematiche.

Il ciclo d'incontri di sensibilizzazione per le scuole **Passi verso l'Altrove**, attraverso un calendario di 8 appuntamenti, ha coinvolto oltre 2.000 studentesse e studenti; un percorso dedicato alla conoscenza dell'Altro e dell'Altrove tra attualità e storia, diritti umani, fragilità e nuove possibilità.

**Smartphone, cattivo baby sitter!** è il titolo del percorso formativo, composto da 3 appuntamenti, offerto a genitori ed educatori per confrontarsi sull'uso improprio e proprio che gli adulti fanno dei mezzi tecnologici in ambito educativo. **L'incontro di formazione "Partecipazione e inclusione nello 0-6"**, che ha visto come relatrice la Prof.ssa Paola Milani pedagoga dell'Università degli Studi di Padova, ha coinvolto più di 300 insegnanti delle scuole dell'infanzia che hanno invece potuto confrontarsi su come prevenire le disuguaglianze investendo su un approccio inclusivo e aperto all'educazione di bambini e famiglie.

Gli eventi **"Fiabe al parco"** e **"L'amore entra senza avvisare"**, hanno visto la partecipazione di moltissime famiglie e hanno offerto l'opportunità di sensibilizzare e raccogliere fondi a favore

dell'Associazione LILT Giocare in Corsia che offre quotidianamente attività ricreative per i piccoli pazienti ricoverati in due ospedali del territorio.

Presentato la prima volta in Veneto, il film **Rwanda**, scritto e interpretato da Marco Cortesi e Mara Moschini, ha emozionato una platea di oltre 400 persone raccontando una vera storia di coraggio e fratellanza capace di scuotere le coscienze. Un gradito ritorno, quello di Cortesi e Moschini, protagonisti anche di due date del loro spettacolo teatrale **Die Mauer – Il Muro** andato in scena al Teatro Toniolo di Mestre (VE) e al Teatro Duse di Asolo (TV) con il fine di ricordare la storia del Muro di Berlino, dare voce ad alcune persone che l'hanno sfidato in nome della libertà e raccogliere fondi per implementare il sostegno a favore del progetto *Rwanda, La Casa del Sorriso, Nyanza*.

### **Fondazione Zanetti Onlus**

Viale Felissent 53 31020 Villorba (Treviso)

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

# Appendice

## Nota Metodologica

Il presente documento rappresenta la terza edizione della dichiarazione non finanziaria di MZBG. Le informazioni e i dati inseriti sono riferiti all'anno 2019 e i trend di performance al triennio 2016 – 2018, laddove disponibili. 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 della DNF), stabilito in base ad un criterio di rilevanza dimensionale in termini finanziari e di personale. Le eccezioni a questo perimetro sono esplicitamente riportate all'interno del documento.

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

Tutti i dati 2019 sono evidenziati con una doppia vista: la colonna contrassegnata da "2019\*" fa riferimento al perimetro senza la nuova acquisizione The Bean Alliance e Puccino's, da quest'anno società a

tutti gli effetti indipendente, mentre la colonna intestata con "2019", fa riferimento al perimetro intero del Gruppo Massimo Zanetti Beverage. I dati inseriti nei grafici fanno riferimento all'intero perimetro di consolidamento.

<b>Aspetto</b>	<b>Standard GRI</b>	
<b>GRI 205 Anticorruzione</b>	<b>GRI 205-3</b>	Numero totale di incidenti di corruzione
<b>GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale</b>	<b>GRI 206-1</b>	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche
<b>GRI 301 Materiali</b>	<b>GRI 301-1</b>	Materiali utilizzati per peso o volume
<b>GRI 302 Energia</b>	<b>GRI 302-1</b>	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione
<b>GRI 305 Emissioni</b>	<b>GRI 305-1</b>	Emissioni dirette di gas a effetto serra
<b>GRI 305 Emissioni</b>	<b>GRI 305-2</b>	Emissioni indirette di gas a effetto serra
<b>GRI 306 Scarichi e rifiuti</b>	<b>GRI 306-2</b>	Rifiuti totali per tipologia e metodi di smaltimento
<b>GRI 401 Occupazione</b>	<b>GRI 401-1</b>	Nuove assunzioni e tasso di turnover
<b>GRI 403 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro</b>	<b>GRI 403-9</b>	Infortuni sul lavoro
<b>GRI 404 Formazione e istruzione</b>	<b>GRI 404-1</b>	Ore medie di formazione annue per dipendente
<b>GRI 405 Diversità e pari opportunità</b>	<b>GRI 405-1</b>	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità

<b>GRI 412</b> <b>Valutazione sui diritti umani</b>	<b>GRI 412-1</b>	Attività che sono valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani
<b>GRI 417</b> <b>Marketing ed etichettatura</b>	<b>GRI 417-2</b>	Casi di non conformità relative a informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi
	<b>GRI 417-3</b>	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione
<b>GRI 419</b> <b>Compliance socio-economica</b>	<b>GRI 419-1</b>	Valore delle multe e numero delle sanzioni significative per violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale
<b>Pratiche di approvvigionamento</b>	<b>GRI FP2</b>	Percentuale di volumi acquistati che sono stati verificati in accordo a uno standard di produzione responsabile credibile e riconosciuto a livello internazionale, diviso per standard
	<b>GRI FP5</b>	Percentuale di volume prodotto insiti certificati da un ente di terza parte in accordo a standard di gestione alimentare riconosciuti a livello internazionale
<b>Indicatore non GRI</b>		
<b>Volume di caffè acquistato</b>	-	Volume di acquisti per qualità di caffè e origine

## Metodologie di calcolo

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

### Indici infortunistici

Si riportano di seguito le modalità di calcolo degli indici infortunistici. L'indice di gravità è stato calcolato come il rapporto tra il numero

totale di giornate di lavoro perse e numero totale di ore lavorabili\* 1.000. Si precisa che le giornate di lavoro perse rappresentano i giorni di calendario persi per infortunio a partire dal giorno seguente l'infortunio. L'indice di frequenza, invece, corrisponde al rapporto tra il numero totale di infortuni con assenza superiore a un giorno e il numero totale di ore lavorate\* 1.000.000. Il tasso di assenteismo si riferisce ai giorni di assenza nel periodo di rendicontazione sul numero totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo. Mentre il tasso di malattia professionale corrisponde al rapporto tra il numero totale di malattie professionali e il numero totale di ore lavorate\* 1.000.000.

### Emissioni di gas serra

Il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra è stato svolto utilizzando i principi indicati nel GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. I fattori di emissione utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> sono indicati nelle tabelle che seguono. Per le emissioni energetiche indirette, l'unico gas a effetto serra considerato è la CO<sub>2</sub>. Per le emissioni dirette da diesel, benzina, gas metano e GPL, sono stati considerati anche CH<sub>4</sub> e N<sub>2</sub>O, applicando i Global Warming Potential (GWP) a cento anni riportati nel IV Assessment Report dell'IPCC.

### Fattori di conversione

La conversione dei consumi energetici in GJ è stata effettuata utilizzando i fattori di conversione del MATM (Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare), contenuti nella Tabella parametri standard nazionali, 2017, 2018 e 2019.

Fonte Combustibile /	Fonte del fattore di emissione
Diesel Benzina GPL Gas naturale	DEFRA (Department of Environment, Food & Rural Affairs), Conversion factors 2017 - 2019
<b>Energia Elettrica</b>	<p>Per il calcolo delle emissioni Location Based sono stati utilizzati i fattori da Terna, Confronti internazionali, 2017. Nello specifico sono stati utilizzati i fattori di emissione specifici per Paese, laddove disponibili nel report di Terna. In alternativa è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al continente. Con riferimento a MZB Iberia – comprendente Portogallo e Spagna – invece è stato utilizzato il fattore di emissione più cautelativo relativo al Portogallo.</p> <p>Per quanto riguarda il calcolo delle emissioni secondo l'approccio Market Based, sono stati utilizzati i fattori di emissione riferiti alla sola produzione termoelettrica, c.d. residual mix. In particolare, i fattori di emissioni per i Paesi Europei sono stati ricavati dal documento European Residual Mix 2016 pubblicato dall'Association of Issuing Body (AIB), mentre per gli USA il documento di riferimento è stato il "2016 Green-e Energy Residual Mix Emissions Rates".</p>

## Perimetro degli impatti

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

## Elenco delle società di MZBG incluse nel perimetro di rendicontazione

Società	Paese	Tipologia
Massimo Zanetti Beverage USA Inc	USA	Produttiva
Boncafé (Thailand) Ltd	Tailandia	Produttiva
Segafredo Zanetti Francia S.A.S	Francia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.	Portogallo/Spagna	Produttiva
Segafredo Zanetti Espresso Worldwide Japan Inc.	Giappone	Commerciale
Segafredo Zanetti S.p.A.	Italia	Produttiva
Kauai Coffee Company LLC	Hawaii	Produttiva
Meira Oy Ltd	Finlandia	Produttiva
Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o.	Polonia	Produttiva
Segafredo Zanetti (Brazil) Com. distr. De Café S.A.	Brasile	Produttiva
La San Marco S.p.A.	Italia	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	Commerciale
Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd	Vietnam	Produttiva
The Bean Alliance Group	Australia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A.	Italia	Commerciale



# GRI Content Index

[GRI 102-55]

## GRI 102: GENERAL DISCLOSURES

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
102-1	Nome dell'organizzazione	5	
102-2	Principali attività, marchi, prodotti e/o servizi	6-May	
102-3	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione	6-May	
102-4	Paesi nei quali opera l'organizzazione	6	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	16-18	
102-6	Mercati serviti	6	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	24; 39-40; 52; 64; 71	
102-8	Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori	39-40	
102-9	Descrizione della catena di fornitura	56; 63-65	
102-10	Cambiamenti significativi all'interno dell'organizzazione e della sua catena di fornitura	56	
102-11	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio precauzionale	18-22	
102-12	Iniziativa esterne	84-92	
102-13	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali	13; 29	
102-14	Dichiarazione da parte della più alta autorità decisionale	3	
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	18-22	
102-16	Valori, mission, principi rilevanti e codici di condotta	23-27	
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	17	
102-40	Lista dei gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	29	
102-41	Accordi collettivi di contrattazione	Circa il 40% dei dipendenti del Gruppo è coperto da contratti di contrattazione collettiva	
102-42	Principi per l'identificazione e selezione degli stakeholder	29	
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder	28-29	
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder	28; 30-31	
102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato	96	
102-46	Definizione dei contenuti del Report e dei confini dei temi	95	
102-47	Lista dei temi materiali	19-20	
102-48	Descrizione delle modifiche effettuate sulle informazioni riportate nelle relazioni precedenti	34; 39	
102-49	Cambiamenti significativi di obiettivo e perimetro	93-96	
102-50	Periodo a cui si riferisce il Bilancio di Sostenibilità	93	
102-51	Data di pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità più recente	93	
102-52	Periodicità di rendicontazione	93	
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il Bilancio di Sostenibilità	Funzione Investor Relations di MZB Group.	
102-54	Scelta dell'opzione "in accordance" con i GRI Standards	93	
102-55	Tabella esplicativa dei contenuti della relazione	97-103	
102-56	Politiche e pratiche di verifica esterna della relazione sulla responsabilità sociale	104-106	

## MATERIAL TOPICS

### PERFORMANCE ECONOMICA

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	24	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	24	

### GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	24	

### ANTICORRUZIONE

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	23-24	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	23-24	

### GRI 205: ANTICORRUZIONE

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	24	

### COMPORAMENTO ANTI CONCORRENZIALE

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	23-24	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	23-24	

### GRI 206: COMPORAMENTO ANTI CONCORRENZIALE

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
206-1	Azioni legali per comportamento anti-concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	24	

### MATERIE PRIME

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	50-53; 65	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	57-59; 61-65	

**GRI 301: MATERIE PRIME**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
301-1	Materie prime utilizzate per peso o volume	64	

**ENERGIA**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	67-71	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	67-71	

**GRI 302: ENERGIA**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	71	

**EMISSIONI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	67-72	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	67-72	

**GRI 305: EMISSIONI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra	72	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra	72	

**RIFIUTI E SCARICHI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	72-74	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	72-74	

**GRI 306: RIFIUTI E SCARICHI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
306-2	Rifiuti totali per tipologia e metodi di smaltimento	74	

**BENESSERE PROFESSIONALE E RETENTION**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	33-34; 38-39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	33-34; 38-39	

**GRI 401: OCCUPAZIONE**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
401-1	Numero totale dei nuovi assunti; tasso di assunzione e turnover dei dipendenti per gruppi di età, genere e regione	33-34	

**SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	41	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	41	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	41	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	41	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	41	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	41	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	41	

**GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
403-9	Infortuni sul lavoro	41	Il tasso di frequenza degli infortuni relativo ai contrattisti è disponibile per il solo 2019

**FORMAZIONE E ISTRUZIONE**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	36-37	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	36-37	

**GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente	37	

**DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	17; 38-39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	17; 38-39	

**GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	17; 39-40	

**VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	63	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	63	

**GRI 412: VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
412-1	Attività che sono state valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani	63	

**MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	44-45; 49	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	44-45; 49	

**GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
417-2	Casi di non conformità relativi a informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	45	
417-3	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	45	

**COMPLIANCE SOCIOECONOMICA**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	23-24	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	23-24	

**GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
419-1	Valore delle multe e numero delle sanzioni significative per violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale	24	

**GRI G4 SECTOR DISCLOSURE FOOD PROCESSING****PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	56-62	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	56-62	

**GRI - FP2: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO**

GRI	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
FP2	Percentuale di volume acquistati che sono stati verificati in accordo a uno standard di produzione responsabile credibile e riconosciuto a livello internazionale, diviso per standard	52; 61	

**SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI**

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	28-31; 93-95	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	52	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	52	

**GRI - FP5: SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI**

GRI	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
FP5	Percentuale di volume prodotti in siti certificati da un ente di terza parte in accordo a standard di gestione alimentare riconosciuti a livello internazionale	52	

-	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
-	Volume di caffè acquistato, per tipologia e origine	64	

**ALTRI INDICATORI****VOLUME DI CAFFÈ ACQUISTATO**

DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA /OMISSION
-	Volume di caffè certificato	52



**MASSIMO ZANETTI BEVERAGE GROUP SPA**

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

**ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2019**

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

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

Al Consiglio di Amministrazione di Massimo Zanetti Beverage Group SpA

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n° 254 (di seguito il "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento Consob n° 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario della Massimo Zanetti Beverage Group SpA e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 predisposta ex articolo 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 5 marzo 2020 (di seguito "DNF").

### **Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF**

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

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

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

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

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

---

### **PricewaterhouseCoopers SpA**

Sede legale e amministrativa: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 0277851 Fax 027785240 Cap. Soc. Euro 6.890.000,00 i.v., C.F. e P.IVA e Reg. Imp. Milano 12979880155 Iscritta al n° 119644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: **Ancona** 60131 Via Sandro Totti 1 Tel. 0712132311 - **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640211 - **Bergamo** 24121 Largo Belotti 5 Tel. 035229691 - **Bologna** 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - **Brescia** 25121 Viale Duca d'Aosta 28 Tel. 0303697501 - **Catania** 95129 Corso Italia 302 Tel. 0957532311 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873481 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091349737 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275911 - **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 0854545711 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06570251 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011556771 - **Trento** 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461237004 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422696911 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 - **Udine** 33100 Via Poscolle 43 Tel. 043225789 - **Varese** 21100 Via Albuzzi 43 Tel. 0332285039 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001 - **Vicenza** 36100 Piazza Pontelandolfo 9 Tel. 0444393311





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

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

### ***Responsabilità della società di revisione***

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

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

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

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

- 5 comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Massimo Zanetti Beverage Group SpA e con il personale di Massimo Zanetti Beverage USA Inc., Meira Oy Ltd. e Segafredo Zanetti SpA e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

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

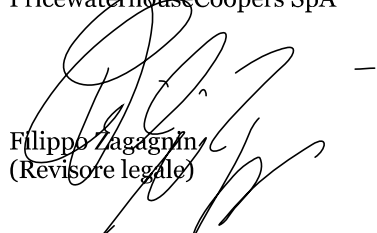
- a livello di capogruppo,
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;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

### **Conclusioni**

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF di Massimo Zanetti Beverage Group relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto, dai GRI Standards e, con riferimento agli indicatori riportati nel paragrafo "Nota metodologica", dal G4 Sector Disclosure - Food processing.

Treviso, 27 marzo 2020

PricewaterhouseCoopers SpA



Filippo Zagagnin  
(Revisore legale)



Paolo Bersani  
(Procuratore)