

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Dichiarazione Consolidata di carattere Non Finanziario 2017 ai sensi del D. Lgs. 254/2016



Massimo Zanetti

MASSIMO ZANETTI
BEVERAGE GROUP



1.

L'ESPRESSO ITALIANO QUOTATO IN BORSA

- 8** 1.1 Il Gruppo Massimo Zanetti Beverage: un player globale dalle radici italiane
- 13** 1.2 La catena del valore del caffè di MZBG
- 14** 1.3 Corporate Governance e gestione dei rischi
- 15** 1.4 L'approccio ai temi non finanziari I temi rilevanti

2.

ETICA E COMPLIANCE

- 20** 2.1 I temi, i rischi, le politiche
- 22** 2.2 Il Modello Organizzativo 231
- 23** 2.3 I numeri chiave

3.

DALLA MATERIA PRIMA ALLA TAZZINA

- 26** 3.1 Qualità per i clienti e i consumatori I temi, i rischi, le politiche Il modello di organizzazione e gestione I numeri chiave
- 31** 3.2 Gestione responsabile della catena di fornitura I temi, i rischi, le politiche Il modello di organizzazione e gestione I numeri chiave

4.

LE RELAZIONI CON I DIPENDENTI

- 38** 4.1 I temi, i rischi, le politiche
- 39** 4.2 Il modello di organizzazione e gestione
- 40** 4.3 I numeri chiave

5.

LA MITIGAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

- 46** 5.1 I temi, i rischi, le politiche
- 47** 5.2 Il modello di organizzazione e gestione
- 48** 5.3 I numeri chiave

6.

NOTE METODOLOGICHE

- 54** Nota metodologica
- 56** GRI Content Index
- 62** Metodologie di calcolo
- 63** Appendice - Elenco delle società di MZBG incluse nel perimetro della DNF



**L'ESPRESSO
ITALIANO
QUOTATO
IN BORSA**

1.



1.1 IL GRUPPO MASSIMO ZANETTI BEVERAGE: UN PLAYER GLOBALE DALLE RADICI ITALIANE

Il Gruppo Massimo Zanetti Beverage

(di seguito anche "MZBG" o "Gruppo") è tra i leader europei del caffè tostato, con un presidio integrato lungo tutta la catena del valore, dall'approvvigionamento della materia prima, alla torrefazione, fino al confezionamento, alla logistica dei prodotti e alla loro successiva commercializzazione. MZBG inoltre è attiva nella progettazione e produzione di macchine professionali da bar e di macchine automatiche per il canale office coffee service e gestisce un network di franchising con circa 400 caffetterie in 50 paesi.

Con quasi un miliardo di Euro di ricavi nel 2017 e circa 3.000 dipendenti nel mondo, Massimo Zanetti Beverage Group S.p.A. - controllata da MZ Industries S.A. con partecipazioni al 31 dicembre 2017, pari al 68,047% - è la capogruppo, quotata dal 2015 sul Mercato Telematico Azionario organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.a., segmento STAR.

MZBG vende i suoi prodotti in più di 110 Paesi con una presenza particolarmente significativa negli Stati Uniti, in Italia, in Francia, Portogallo, Finlandia, Germania ed Austria che, insieme, rappresentano circa l'80% del fatturato 2017.

Parte integrante della storia di crescita di MZBG sono i suoi **40 brand**, alcuni molto noti a livello locale, supportati dal marchio internazionale Segafredo Zanetti, uno dei leader e motori della diffusione del caffè espresso nel mondo dal 1960.

A titolo non esaustivo si riportano di seguito i marchi più importanti suddivisi per area geografica.



STATI UNITI



SUD E CENTRO AMERICA



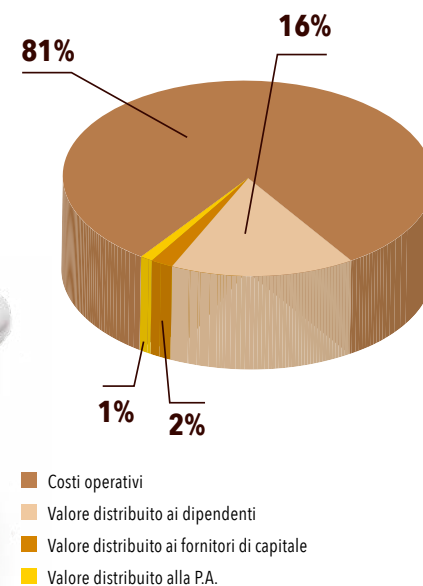
Alla base della forte presenza internazionale vi è una rete di società appartenenti al Gruppo, di cui 19 di natura produttiva e 39 che svolgono attività commerciali, con una presenza diretta in 35 paesi. L'insieme di queste attività si traduce in un portafoglio prodotti ampio, che ricomprende tutte le tipologie di caffè tostato, dal caffè macinato al caffè in grani, fino al caffè istantaneo e al caffè in cialde e capsule. L'offerta di MZBG è completata da alcune tipologie di prodotti coloniali, come tè, spezie, cacao e cioccolatini, e altri prodotti ad uso alimentare acquistati come prodotti finiti da un network di fornitori selezionati. I prodotti del

3.000
DIPENDENTI
110 PAESI
61 SOCIETÀ
40 BRAND

Gruppo sono commercializzati attraverso 3 canali principali: I) **Mass market**, - grande distribuzione nazionale e internazionale; II) **Foodservice**, - caffetterie, ristoranti, alberghi, aree di servizio stradali ed autostradali, ristorazione on board, mense e ospedali, e, III) **Private Label**, operatori, sia del canale Mass Market che del canale Foodservice che commercializzano con marchi propri il caffè e i prodotti forniti dal Gruppo.

IL VALORE GENERATO E DISTRIBUITO AGLI STAKEHOLDER

Nel corso del 2017 il valore economico generato si è attestato a circa 964 milioni di euro di cui il 95% è stato distribuito per un importo pari a oltre 915 milioni di euro. Il 16% di tale somma è stata distribuita ai dipendenti, l'81% ai fornitori di beni e servizi, il 2% ai fornitori di capitale e, infine, l'1% alla Pubblica Amministrazione.



**PIÙ DI
CINQUANT'ANNI
DI PASSIONE
PER IL CAFFÈ**

1970

Nel 1973 Massimo Zanetti acquista l'allora Industria Nazionale Coloniali Segafredo S.p.A., una torrefazione bolognese attiva soprattutto sul mercato italiano. Sin dall'inizio, l'obiettivo imprenditoriale che anima Massimo Zanetti è diventare un operatore di riferimento a livello nazionale per il canale dei bar e dei pubblici esercizi nella vendita di caffè tostato. Per realizzare tale obiettivo, Massimo Zanetti punta 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 maggioranza del capitale sociale de La San Marco S.p.A., uno dei principali marchi italiani di macchine da caffè professionali e attrezzature da bar.**

1980

Il business del Gruppo si sviluppa secondo due direttive: il consolidamento dell'attività in Italia e l'apertura di sedi produttive all'estero. In particolare, in Italia, la società acquisisce nuove quote di mercato nel canale Mass Market stipulando i primi accordi con le grandi catene nazionali di distribuzione mentre, sul versante internazionale, avvia il processo di internazionalizzazione attraverso l'acquisizione di società con stabilimenti produttivi (Austria e Francia), la costituzione di nuove società commerciali (Portogallo e Spagna) e la stipula di accordi con distributori (Germania, Inghilterra, Stati Uniti e Australia). In questi anni, inoltre, viene portata a termine l'acquisizione di Cofiroasters S.A. (oggi parte correlata del Gruppo perché controllata indirettamente da MZ Industries SA), società svizzera che opera nel trading di caffè verde, ovvero il caffè crudo non ancora tostato. Gli anni '80 segnano anche



l'inizio delle prime campagne pubblicitarie, tra le più celebri nell'Italia di quegli anni, e di alcune **sponsorizzazioni sportive tra cui McLaren**, con i piloti Niki Lauda e Alan Prost. A questi anni, infine, risalgono anche le prime caffetterie a marchio Segafredo Zanetti espresso, gestite prevalentemente in franchising.

1990

Prosegue la strategia di crescita del Gruppo secondo le linee di sviluppo che hanno caratterizzato il precedente decennio. Da una parte, continua la promozione del brand Segafredo Zanetti, soprattutto in Italia, grazie ad una serie di **campagne pubblicitarie di successo (fra le altre, "Segafredo Moment" con Renzo Arbore)**, dall'altra, continua l'espansione internazionale, attraverso la costituzione di nuove società commerciali in Germania, Belgio, Olanda, Ungheria e Repubblica Ceca, e l'acquisizione della società olandese TikTak B.V. Nella seconda parte degli anni Novanta il processo di internazionalizzazione si spinge oltre i confini europei con l'acquisizione della società Café Nova Suissa S.A. in Brasile, e di un distributore australiano.



2000 2010

Continua il consolidamento globale del Gruppo, con una serie di acquisizioni tra cui quella di Meira Oy Ltd in Finlandia e la costituzione di società distributive in Europa centro-orientale e Sud America. **Il lancio sul mercato del caffè "porzionato" in cialde e capsule per i segmenti ufficio e residenziale porta alla costituzione di Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A.**

Tra gli investimenti più rilevanti di questi anni si colloca, nel 2005, l'acquisizione di un ramo di azienda di Sara Lee Corp, con sede a Suffolk in Virginia. In questo modo MZBG inserisce tra i propri asset un moderno stabilimento di torrefazione e quattro brand retail storici: **Chock Full o'Nuts, MJB, Hills Bros e Chase and Sanborn.**



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

A sostegno del marchio internazionale Segafredo Zanetti vengono intraprese diverse attività di sponsorizzazione tra cui la partnership con la Nazionale Italiana di Calcio e la partecipazione alle Finali del Barclays World Tour ATP di tennis.

Anche l'attività di franchising viene sviluppata con il lancio di nuovi format a marchio Puccino's e Chock Full o'Nuts.

OGGI

Nel 2013 viene avviato il processo di riorganizzazione della struttura del Gruppo, seguito, nel 2014, dall'acquisizione del Gruppo Boncafé che opera in Asia e Medio Oriente. È in questo assetto che, **nel 2015, MZBG procede alla quotazione in Borsa.**



Tra il **2015** ed il **2017** vengono portate a termine le acquisizioni di Nutricafés S.A., uno dei principali operatori di caffè in Portogallo, di una partecipazione di minoranza nel capitale sociale di Club Coffee LP, società canadese che opera nel settore delle capsule, nonché del ramo di azienda Tru Blue in Australia (in particolare nello stato del Queensland) e della maggioranza della PT Caswells in Indonesia, attiva soprattutto nel canale Foodservice.

APPROVVIGIONAMENTO › PRODUZIONE › DISTRIBUZIONE

CONTROLLO DI QUALITÀ

Materiale per confezionamento



Caffè verde (terzi)

Caffè verde (Parti Correlate)



PULITURA › MISCELATURA › TOSTATURA › MACINATURA

CONFEZIONAMENTO PRIMARIO

CAPSULE



CAFFÈ MACINATO



Liofilizzazione
Bulbilizzazione

Decaffeinizzazione

ISTANTANEO



GRANI



ESPORTAZIONE



CONFEZIONAMENTO



MERCATO LOCALE

1.2 LA CATENA DEL VALORE DEL CAFFÈ DI MZBG



L'acquisto del caffè verde, ovvero il caffè crudo non ancora tostato, viene effettuato attraverso produttori locali, esportatori e trading house internazionali. Tra quest'ultimi Cofiroasters S.A. nel 2017 ha fornito il 41% del valore degli acquisti di caffè verde del Gruppo. **L'attività di torrefazione** (o tostatura) rappresenta il cuore del processo produttivo in quanto, durante questa fase, avviene la trasformazione del chicco da crudo a tostato e viene definito il gusto e l'aroma del prodotto finito. Superato il controllo di qualità, il chicco in ingresso subisce un primo processo di pulitura ed è successivamente immagazzinato in sili di stoccaggio. Il **processo di tostatura** inizia con l'invio dei chicchi dai sili di stoccaggio alle macchine tostatrici previa pesatura e composizione delle miscele.

All'interno delle macchine tostatrici, il caffè crudo, lavato e pesato, viene riscaldato e rimescolato a una temperatura di 200-230°C per un tempo variabile tra i 12 e i 20 minuti, in funzione del grado di tostatura desiderato. Il processo termina con la fase di **raffreddamento** dei chicchi appena tostati. Prima di essere macinato e confezionato il caffè tostato subisce un secondo processo di pulitura, per eliminare eventuali, ulteriori corpi estranei. Il processo di decaffeinizzazione viene effettuato in outsourcing. Al termine del processo di torrefazione, **il caffè viene confezionato** e inserito in unità logistiche (cartoni o film termoretraibili) che sono immagazzinate in apposite aree di stoccaggio sino al momento della spedizione.

La **gestione logistica** dei prodotti in uscita dagli stabilimenti di torrefazione risponde alle specificità dei vari mercati in cui operano le singole società ed è strettamente correlata al canale di vendita considerato. MZBG è infatti strutturata per consegnare i propri prodotti in tutto il mondo anche attraverso le società commerciali del Gruppo.



Il Gruppo MZBG, per il tramite delle sue controllate, presidia l'intera catena del valore del caffè tostato.



1.3 CORPORATE GOVERNANCE E GESTIONE DEI RISCHI

MZBG è organizzata secondo il modello di amministrazione e controllo tradizionale di cui agli artt. 2380-bis e seguenti del Codice Civile.

Il sistema di governance adottato è in linea con i criteri e i principi applicativi formulati dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana per le società quotate. Il Consiglio d'Amministrazione (CdA) riveste un ruolo centrale nella guida e nella gestione di MZBG e del Gruppo, assumendo le decisioni più importanti sotto il profilo economico e strategico.

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

Il CdA 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 2017, al paragrafo 4.2. La società rispetta la normativa in tema di equilibrio di genere negli organi di amministrazione e controllo.

In linea con le previsioni del Codice di Autodisciplina, MZBG ha definito un **sistema di controllo interno e gestione dei rischi (SCIGR)** che coinvolge, ciascuno per le proprie competenze:

- il Consiglio di Amministrazione che definisce le linee di indirizzo e valuta l'adeguatezza del SCIGR;
- il Comitato Controllo e Rischi con il compito di supportare, con adeguata attività istruttoria e propositiva, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al SCIGR;

- l'Amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi con il compito di identificare i principali rischi aziendali e dare esecuzione alle linee di indirizzo definite dal Consiglio di Amministrazione;
- il Responsabile della funzione di Internal Audit, incaricato di verificare che il SCIGR sia funzionante e adeguato;
- il Collegio Sindacale che vigila sull'efficacia del SCIGR.

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 25 gennaio 2018, ha approvato il documento "Risk Assessment 2018" che identifica i principali rischi aziendali e descrive i controlli e le attività poste a presidio di ciascun rischio, nonché la valutazio-

ne di ciascuno di essi (processo di Risk Management). In vista dell'entrata in vigore del D. Lgs. 254/2016 sulla rendicontazione non finanziaria, il Risk Assessment 2018 è stato predisposto prendendo in considerazione anche i rischi incorsi dalla società in ambito di sostenibilità.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre adottato un Modello di organizzazione, gestione e controllo ex Decreto 8 giugno 2001 n. 231 ("Decreto 231") - parte integrante dello SCIGR - e nominato un Organismo di Vigilanza, deputato a vigilare sull'osservanza, il funzionamento e l'aggiornamento dello stesso (si rinvia al § 2.2).

GENERE	FASCIA D'ETÀ	UNITÀ DI MISURA	2016	2017
Uomini	Tra 30 e 50 anni	n.	1	1
	Over 50 anni	n.	5	4
Totale Uomini		n.	6	5
Donne	Tra 30 e 50 anni	n.	2	4
	Over 50 anni	n.	1	-
Totale Donne		n.	3	4
TOTALE		n.	9	9

Composizione del Consiglio di Amministrazione (CdA)

1.4 L'APPROCCIO AI TEMI NON FINANZIARI

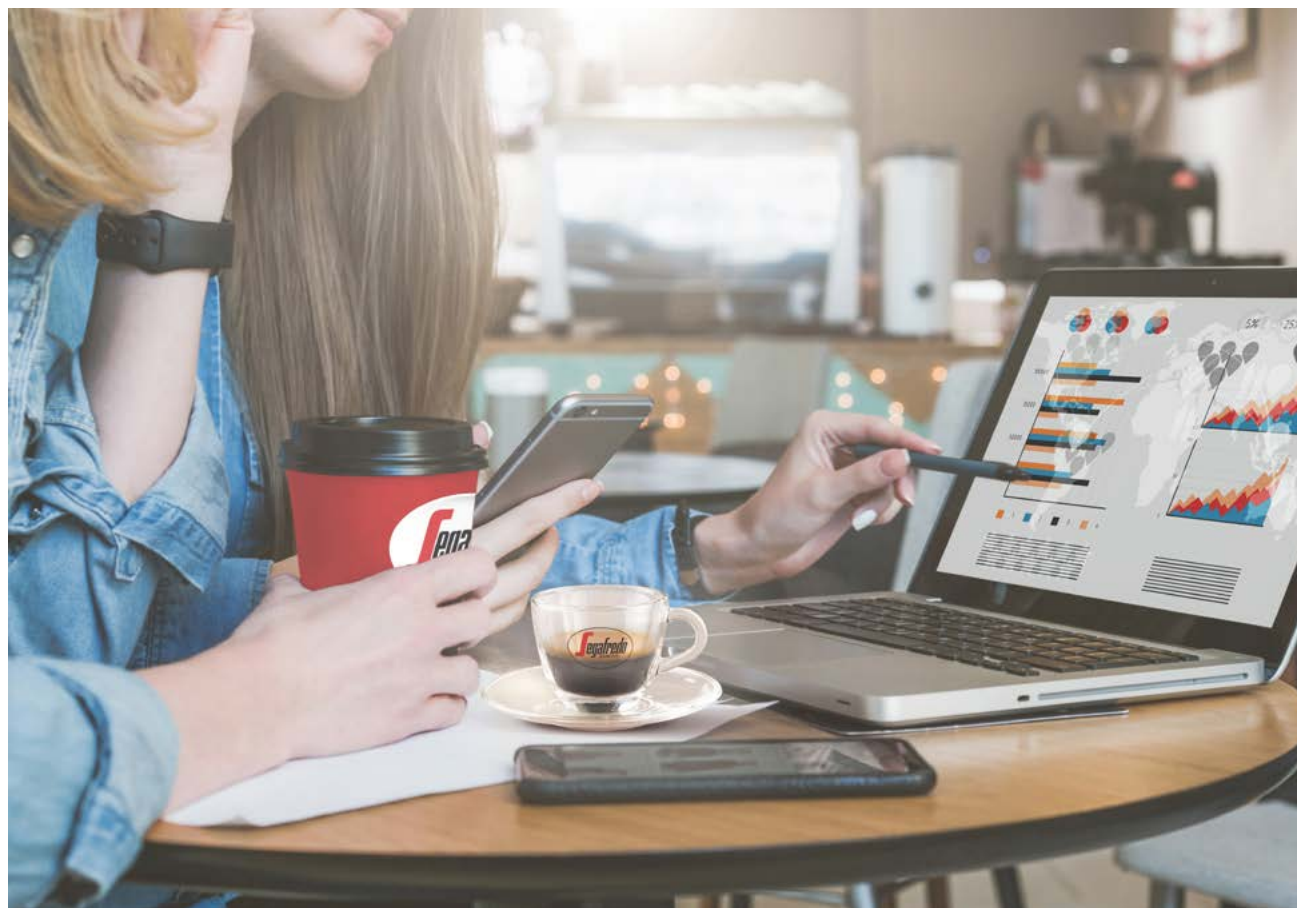
Dall'esercizio finanziario 2017, MZBG è soggetto, in quanto ente di interesse pubblico di grandi dimensioni, a obbligo di rendicontazione non finanziaria in ottemperanza al D. Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 (di seguito "Decreto"), che recepisce la Direttiva 2014/95/UE (cd. Direttiva Barnier).

Il Decreto richiede la pubblicazione di una dichiarazione di carattere non finanziario che assicuri la comprensione delle attività aziendali, del loro andamento, dei risultati e dell'impatto prodotto a partire dalla pubblicazione di informazioni relative a: temi ambientali, sociali, atti-

nenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva.

Nello specifico, in riferimento a tali temi, il Decreto chiede di descrivere il modello aziendale di gestione ed organizzazione, le politiche, i risultati e i relativi indicatori fondamentali di prestazione, nonché i principali rischi legati alle attività aziendali. In risposta all'obbligo di rendicontazione non finanziaria, MZBG ha colto l'occasione per approfondire in maniera più ampia il tema della sostenibilità e creare una base comune di conoscenza sulle pratiche già in essere nelle diverse società.

Il Gruppo ha quindi avviato un processo per identificare i temi rilevanti oggetto di rendicontazione, in conformità ai GRI Standards, gli standard di reporting di sostenibilità maggiormente diffusi.





LA SOSTENIBILITÀ DEL CAFFÈ NEL MONDO

Il caffè è la materia prima di origine agricola più commercializzata a livello globale.

Secondo alcune stime, circa 25 milioni di piccoli agricoltori, principalmente localizzati nelle aree sub-tropicali ed equatoriali, producono il caffè verde per oltre 2 miliardi di tazze di caffè consumate ogni giorno in tutto il mondo.

Tale numero è destinato ad aumentare nei prossimi anni, in considerazione del trend di crescita stimato nel periodo 2015-2020 (+25%).

Questo scenario apre nuove sfide per i produttori di caffè tostato: oltre a gestire la volatilità dei prezzi - legata anche agli effetti del cambiamento climatico - dovranno sostenere l'aumento costante della produzione del caffè, anche attraverso specifici programmi di supporto ai piccoli coltivatori.

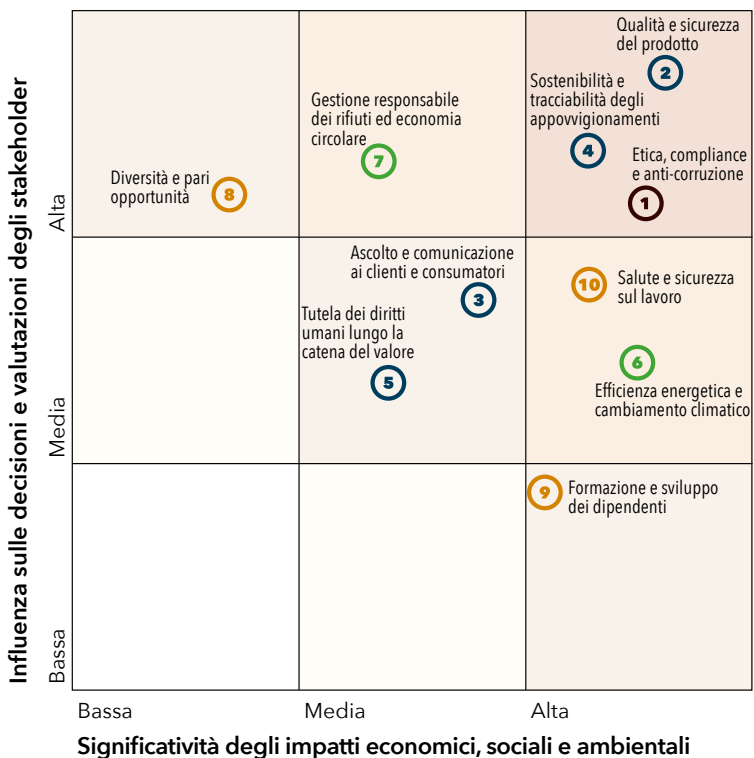
Gli operatori del settore hanno conseguentemente assistito, soprattutto in alcuni mercati, a un aumento delle pressioni da parte di investitori, retailer, clienti e consumatori su temi quali la tracciabilità della filiera, la tutela dei diritti umani e la promozione di iniziative di agricoltura sostenibile nei paesi produttori.



I temi rilevanti

L'individuazione dei temi non finanziari oggetto di rendicontazione è stata condotta a partire da una prima **identificazione** dei temi potenzialmente rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholders e loro successiva **prioritizzazione in funzione della significatività di tali temi**. Nello specifico, la prima fase è stata condotta attraverso un'analisi documentale delle principali tematiche del settore riguardanti la sostenibilità, individuate attraverso rassegna stampa, benchmark di primarie aziende operanti nel settore del caffè e dell'agro-alimentare, nonché attraverso fonti documentali interne, quali ad esempio la Relazione Finanziaria Annuale, il Codice Etico,

le politiche di indirizzo e le procedure operative. La prioritizzazione è stata condotta attraverso un workshop con il Top Management del Gruppo, che ha valutato la rilevanza dei temi lungo la catena del valore tenendo in considerazione sia il punto di vista interno sia quello esterno. Nello specifico, il punto di vista esterno è stato valutato in funzione della conoscenza degli stakeholders derivante dalla quotidiana operatività aziendale. I risultati dell'incontro sono successivamente stati integrati da un ciclo di interviste con circa 15 Manager a livello internazionale responsabili di alcuni Paesi chiave.



Di seguito viene riportata una breve descrizione di ciascun tema rilevante, in correlazione ai cinque ambiti richiesti dal D.Lgs 254/2016.

	TEMA	COSA SIGNIFICA PER MZBG	D.LGS 254/2016
1	Etica, compliance e anti-corruzione	Rispetto dei valori, dei principi, degli standard e delle norme di comportamento che guidano la condotta aziendale, incluso in termini di anti-corruzione e correttezza negoziale e commerciale.	Lotta alla corruzione attiva e passiva
2	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.	Impatti sociali
3	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.	Impatti sociali
4	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.	Impatti sociali
5	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.	Diritti umani
6	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
7	Gestione responsabile dei rifiuti ed economia circolare	Riduzione e complessiva ottimizzazione della gestione dei rifiuti, con particolare riferimento a materiali di produzione, scarti alimentari e packaging.	Ambiente
8	Diversità e pari opportunità	Promozione delle pari opportunità e della diversità all'interno dell'azienda in conformità alle convenzioni, alle legislazioni ed alle linee guida nazionali e internazionali.	Gestione del personale
9	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.	Gestione del personale
10	Salute e sicurezza sul lavoro	Prevenzione, monitoraggio e riduzione dei rischi legati alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro per i dipendenti.	Gestione del personale



**ETICA E
COMPLIANCE**

2.



2.1_ I TEMI, I RISCHI, LE POLITICHE

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



Prevenire la commissione di irregolarità e illeciti nei Paesi in cui opera



La legalità, la responsabilità, l'onestà e la correttezza, la trasparenza, l'integrità, l'affidabilità, il rispetto, la tutela dell'ambiente e della sicurezza e la responsabilità sociale



Il Codice è stato oggetto di un corso di formazione a cura dell'Organo di Vigilanza per i manager delle Società controllate in Asia e in Europa.

IL CODICE ETICO DI MZBG

Il Codice Etico del Gruppo Massimo Zanetti Beverage costituisce un elemento essenziale del sistema di controllo interno ed il suo rispetto consente al Gruppo di prevenire la commissione di irregolarità e illeciti nei Paesi in cui opera. Il Codice Etico si applica agli organi sociali, agli amministratori, ai dirigenti, ai dipendenti, ai revisori, agli agenti, ai collaboratori nonché a tutti coloro che operano in maniera rilevante e continuativa per conto, nel nome o nell'interesse di MZBG (i "Destinatari").

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

Il Codice Etico è portato a conoscenza dei destinatari all'interno e all'esterno del Gruppo attraverso specifiche attività di comunicazione e formazione. In fase di assunzione, viene erogata una breve formazione sui contenuti del Codice Etico; tutti i neo assunti si impegnano a prendere visione e a rispettare il Codice Etico e il Modello Organizzativo.

I Destinatari sono tenuti a riferire immediatamente al proprio superiore o all'Organismo di Vigilanza qualsiasi comportamento che sia, anche solo potenzialmente, in contrasto con le disposizioni del Codice Etico, attraverso canali di comunicazione dedicati.



2.2_ IL MODELLO ORGANIZZATIVO 231

La Società 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;
- b) consentire alla Società, 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, 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. MZBG sta inoltre promuovendo la diffusione e il rispetto delle previsioni del Codice Etico presso le controllate estere.

MZBG ha definito un programma di comunicazione e formazione volto a garantire la divulgazione a tutto il personale dei principali contenuti del Decreto 231, del Codice Etico e del Modello. Queste attività sono organizzate prevedendo diversi livelli di approfondimento in ragione del differente grado di coinvolgimento delle strutture in attività sensibili e/o "a rischio".

Nel corso del 2017 sono stati aggiornati i Modelli 231 della MZBG e delle società Italiane Segafredo Zanetti S.p.A. e La San Marco S.p.A., anche a seguito all'entrata in vigore del decreto legislativo 38/2017 sulla corruzione tra privati, e sono stati organizzati incontri di sensibilizzazione con il Top management. Eventuali violazioni di legge, del Codice Etico o del Modello possono essere segnalate all'Organismo di Vigilanza via e-mail (odv@mzb-group.com) o mediante posta ordinaria.

2.3 I NÚMERI CHIAVE

Nel biennio 2016 e 2017 non sono stati registrati episodi di non conformità a leggi e regolamenti nelle aree economiche e sociali [GRI 419-1], né azioni legali per comportamenti anticoncorrenziali, anti-trust e pratiche monopolistiche [GRI 206-1]. Allo stesso modo, non si sono verificati incidenti di corruzione [GRI 205-3].





**DALLA MATERIA
PRIMA
ALLA TAZZINA**

3.



3.1 QUALITÀ PER I CLIENTI E I CONSUMATORI



I temi, i rischi, le politiche

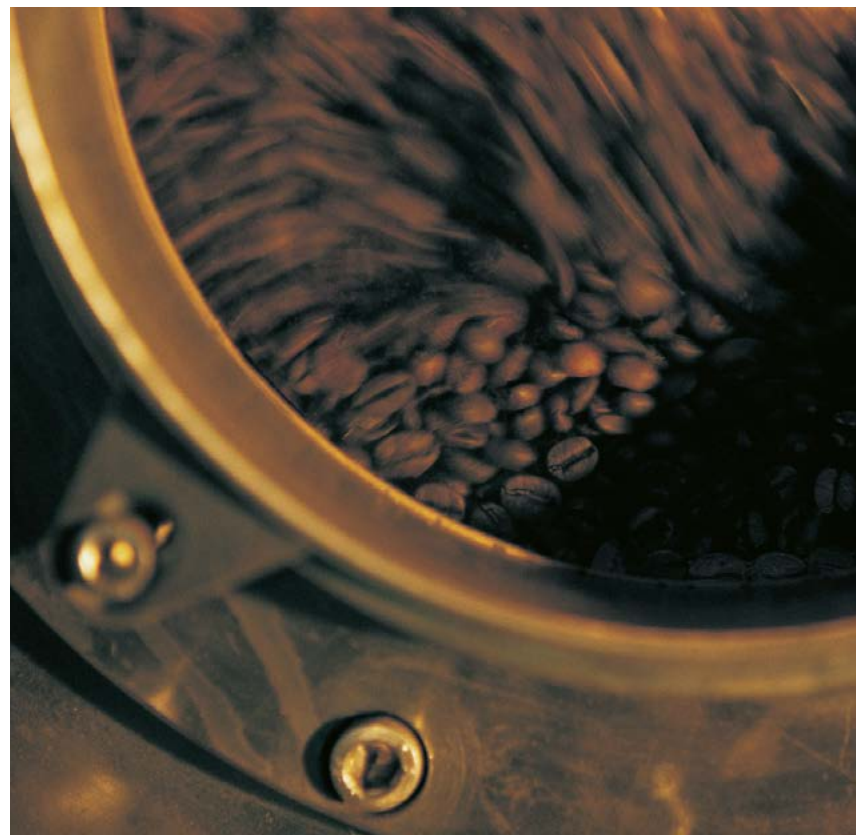
Curare con attenzione il ciclo produttivo del caffè, lavorando per fornire servizi e prodotti di qualità a clienti e consumatori in tutto il mondo, nel rispetto dei valori etici di integrità, onestà, trasparenza e concorrenza è un aspetto centrale della condotta di MZBG, a partire dal suo Codice Etico.

Per raggiungere tale obiettivo, le attività del Gruppo si sviluppano lungo due direttrici: la tutela della **qualità** e della **sicurezza** del prodotto e l'**ascolto** e la **comunicazione ai clienti e ai consumatori**.

La missione di MZBG è quella di soddisfare clienti e consumatori fornendo loro prodotti e servizi di qualità, nel pieno rispetto di regolamenti e legislazioni nazionali e internazionali.

Per rendere concreto tale impegno, all'interno del Gruppo, sono presenti specifiche politiche di qualità e sicurezza alimentare per singola società e stabilimento, garantite da sistemi di gestione certificati che coprono la quasi totalità dei volumi prodotti.

Aspetti al centro dell'attenzione sono anche il monitoraggio delle tendenze evolutive dei gusti del mercato, l'innovazione del portafoglio prodotti a questi collegata e la comunicazione chiara e corretta delle caratteristiche dei prodotti e dei servizi aziendali ai clienti e ai consumatori.



**La missione di MZBG
è quella di soddisfare
clienti e consumatori.**

Il modello di organizzazione e gestione

La gestione degli aspetti sopra citati è in capo alle diverse società operative.

La commercializzazione del caffè è soggetta ad obblighi di legge sui processi di produzione e al mantenimento delle certificazioni in materia di sicurezza alimentare previsti dalle normative internazionali e nazionali. A livello centrale, il Gruppo garantisce che tutte le società industriali 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. Uffici dedicati all'interno delle singole società del Gruppo hanno il compito di garantire la **qualità e sicurezza dei prodotti** in ogni fase del ciclo produttivo.

Il prodotto viene sottoposto a un insieme di controlli fin dalla ricezione del caffè verde negli stabilimenti: al momento dell'accettazione della materia prima, viene effettuato un controllo documentale ed una analisi di laboratorio; nella fase di torrefazione si esegue un controllo organolettico ed uno fisico per verificare, tra l'altro, il colore del caffè tostato ed il grado di umidità; questi ultimi parametri vengono controllati anche durante la fase della macinatura. Infine durante il confezionamento viene verificata la conformità del packaging in termini di peso secondo le normative vigenti.



Dodici società produttive, inoltre, possiedono almeno una certificazione di sicurezza alimentare volontaria, come indicato nella tabella di seguito riportata.

Alla fine del 2017 le sette società produttive più importanti - che complessivamente rappresentano quasi l'80% del fatturato e il 90% dei volumi di caffè prodotti dal Gruppo* - sono certificate secondo la norma internazionale per la qualità ISO 9001, 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.

* Segafredo Zanetti France S.A.S., Massimo Zanetti Beverage USA Inc., Meira Oy Ltd, Segafredo Zanetti S.p.A., Boncafé International Pte Ltd, Distribuidora Café Montaña S.A. e Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.. Boncafé International Pte Ltd e Distribuidora Café Montaña S.A. sono certificate ISO 9001:2008 e stanno lavorando per effettuare la transizione alla nuova versione.

STANDARD DI CERTIFICAZIONE		SOCIETÀ CERTIFICATE
IFS Food Certificate	Standard unificato di sicurezza della qualità valido per tutti i prodotti alimentari.	Segafredo Zanetti (Brazil) Com. distr. de Café S.A. Segafredo Zanetti Austria GmbH Segafredo Zanetti France S.A.S. Segafredo Zanetti S.p.A. Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.
British Retail Consortium	Standard globale per la sicurezza agroalimentare.	Segafredo Zanetti (Brazil) Com. distr. de Café S.A. Segafredo Zanetti S.p.A. Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.
Food Safety System Certification 22000	Standard di sicurezza agroalimentare nei processi produttivi lungo la catena di fornitura.	Distribuidora Café Montaña S.A. Tiktak/Segfredo Zanetti Nederland BV
Safe Quality Food	Standard di sicurezza per il settore alimentare lungo la catena di fornitura.	Massimo Zanetti Beverage USA Inc.
Supplier Quality Management System	Sistema per la gestione della qualità dei fornitori sui prodotti alimentari.	Segafredo Zanetti S.p.A. Segafredo Zanetti France S.A.S.
Hazard Analysis and Critical Control Points	Certificazione europea in materia di igiene alimentare.	Tiktak/Segfredo Zanetti Nederland BV Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd. Boncafé International Pte Ltd.
Good manufacturing practice	Certificazione che garantisce l'integrità del processo di produzione alimentare e la conformità alle normative in materia di sicurezza alimentare.	Boncafé (Thailand) Ltd.
Safe and Local Supplier Approval	Certificazione diffusa nel Regno Unito che attesta la conformità normativa dei prodotti ai requisiti di sicurezza alimentare.	Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd.
Kosher	Certificazione di natura religiosa che attesta la conformità dei prodotti alle regole stabilite nel Torah.	Massimo Zanetti Beverage USA Inc. Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A.
Halal	Certificazione di natura religiosa che attesta la conformità dei prodotti al Disciplinare dell'autorità religiosa islamica.	Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd.

LA SODDISFAZIONE DI CLIENTI E CONSUMATORI: I PRINCIPALI APPROCCI DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

DISTRIBUIDORA CAFÈ MONTAÑA S.A.

Distribuidora Cafè Montaña S.A. valuta la soddisfazione dei clienti ogni 6 mesi. Gli ultimi risultati hanno riportato valori al di sopra della percentuale di soddisfazione minima accettata del 90%. Le principali variabili misurate sono il livello di soddisfazione, la disponibilità del prodotto, il gusto e le eventuali lamentele.

MEIRA OY LTD

Nel 2016, la società ha condotto un sondaggio per valutare la soddisfazione dei clienti. I risultati hanno classificato Kulta Katriina come il terzo marchio più apprezzato sul mercato.

Meira Oy Ltd raccoglie tutti i feedback dei consumatori e li analizza mensilmente per tipologia.

SEGAFREDO ZANETTI FRANCE S.A.S.

Segafredo Zanetti France S.A.S. alla fine del 2016 ha misurato la soddisfazione dei suoi clienti, riportando livelli molto elevati, con una media pari a 94,1%. Gli aspetti valutati in modo particolarmente positivo risultano essere la reattività commerciale e amministrativa della società, nonché l'attività di monitoraggio dei volumi di vendita.

MASSIMO ZANETTI BEVERAGE USA INC.

Massimo Zanetti Beverage USA Inc. investe regolarmente in ricerche ad hoc per comprendere le esigenze dei consumatori. Sono oltre 10 gli studi realizzati negli ultimi anni: le evidenze di tali ricerche sono stati elementi fondamentali nella definizione della strategia commerciale aziendale.

LA COMUNICAZIONE AI CLIENTI E CONSUMATORI: LE PRINCIPALI ESPERIENZE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

LA NUOVA COMUNICAZIONE ON PACK DI SEGAFREDO ZANETTI POLAND SP.Z.O.O.

Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o. ha realizzato, tra il 2016 e il 2017, un'indagine con l'obiettivo di sviluppare imballaggi capaci di rispondere alle esigenze informative del consumatore.

Dallo studio è emersa la possibilità di aumentare le informazioni sull'imballaggio, come ad esempio consigli per la preparazione e il consumo del prodotto, al fine di rafforzare la decisione di acquisto da parte del consumatore.

UN NUOVO SPOT PER SEGAFREDO ZANETTI ITALIA S.P.A.

Segafredo Zanetti S.p.A. nel 2016 ha sviluppato un nuovo spot televisivo per riaffermare il ruolo del marchio nella casa dei cittadini italiani.

Dal 2017 si è inoltre impegnata in una campagna multi-subject di stampa e di riviste, basata sia sui prodotti che sull'evento sportivo sponsorizzato dalla società (ciclismo a tutti i livelli).



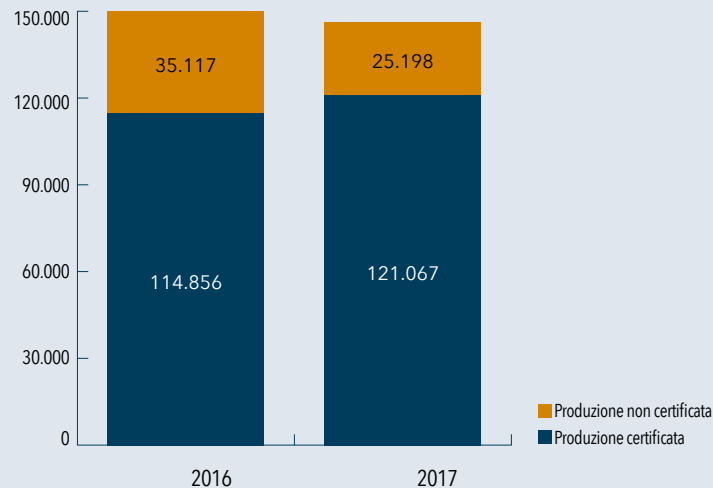
I numeri chiave

Nel 2017, l'82,8% del caffè di MZBG è prodotto in siti certificati in accordo a uno degli standard di sicurezza alimentare tra quelli sopra indicati, con una crescita del 5,4% rispetto al 2016. La produzione certificata si ripartisce tra i differenti standard come indicato nel grafico a lato. [GRI FP5]

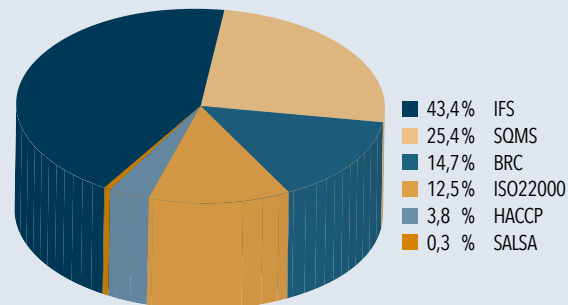
Con riferimento alla comunicazione commerciale, nel 2017 sono state registrate tre segnalazioni relative a tre società del Gruppo. La National Advertising Division of the Council of Better Business Bureaus, che si occupa di monitorare e valutare la veridicità e accuratezza della pubblicità negli Stati Uniti, ha emesso una raccomandazione a Massimo Zanetti Beverage USA Inc. per la dichiarazione di limitazione di responsabilità riportata sulla confezione di un prodotto. Boncafé International Pte Ltd e Boncafé (Thailand) Ltd hanno ricevuto due segnalazioni per un'informazione nutrizionale errata su due linee di prodotto. [GRI 417-2] [GRI 417-3]



Produzione certificata sul totale in tonnellate



Produzione certificata per standard*



* Nota: Si segnala che per l'anno 2016, si tiene in considerazione la produzione - certificata e non certificata - di Kauai Coffee Company LLC dal mese di Agosto. Il totale di tutta la produzione di Kauai Coffee Company LLC del 2017 equivale allo 0,002% della produzione complessiva del Gruppo.

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.

3.2_ GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA



I temi, i rischi, le politiche

Per gli operatori del settore agro-alimentare, la **sostenibilità e tracciabilità degli approvvigionamenti** rappresentano elementi chiave per una gestione responsabile della catena di fornitura. La tracciabilità consente di poter ricostruire e seguire il percorso del prodotto dalla coltivazione della materia prima alla tazzina, monitorando il rispetto delle normative vigenti e delle direttive aziendali in merito agli aspetti di qualità, tutela dei lavoratori e standard ambientali.

La complessità della filiera del caffè, caratterizzata da numerosi livelli di intermediazione commerciale tra i produttori agricoli ed i distributori del prodotto finito, pone, inoltre, un tema di **tutela dei diritti umani**, soprattutto in riferimento al lavoro nelle piantagioni.

L'oscillazione del prezzo della materia prima da una parte e la variabilità dei quantitativi raccolti dall'altra – in parte collegati agli impatti del cambiamento climatico sulle coltivazioni – possono generare movimenti speculativi a danno degli operatori più deboli e sono, pertanto, aspetti rilevanti di sostenibilità per il settore in cui opera il Gruppo.

L'impegno del Gruppo nella promozione dei principi di legalità, responsabilità ed etica nelle relazioni con fornitori e business partner a livello nazionale e internazionale è oggi espresso e riassunto nel Codice Etico.

Il modello di organizzazione e gestione

Tanto nell'approvvigionamento di caffè verde quanto in quello degli altri prodotti alimentari – gestiti direttamente dalle singole società – la gestione degli acquisti è presidiata dalla funzione acquisti e formalizzata in procedure interne di **qualifica e valutazione delle prestazioni dei fornitori** che, in generale, si basano sulle condizioni economiche offerte, la qualità dei beni acquistati e la puntualità del servizio reso dal fornitore.

La tracciabilità della fornitura è un altro elemento importante del modello di organizzazione e gestione del Gruppo, soprattutto per quanto riguarda le società produttive che riforniscono alcuni tra gli attori più attenti all'origine e alla qualità del caffè a livello internazionale, come Mc Donald's, Donkin Donuts, Carrefour e Disney.

Massimo Zanetti Beverage USA Inc., ad esempio, richiede ai propri fornitori la dotazione di sistemi numerici per l'identificazione dei prodotti al fine di facilitarne la rintracciabilità, in caso di necessità; Segafredo Zanetti S.p.A. ha un sistema di monitoraggio dei prodotti in ingresso, mentre Segafredo Zanetti France S.A.S. ha predisposto una procedura di identificazione e tracciabilità del prodotto lungo tutto la sua filiera che prevede la registrazione dei dati grazie ad un software specifico – Coffee Trace.

LA QUALIFICA E VALUTAZIONE DEI FORNITORI: LE PRINCIPALI ESPERIENZE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

GLI ACQUISTI DI CAFFÈ VERDE DI MASSIMO ZANETTI BEVERAGE USA INC.

La procedura acquisti della società prevede, oltre ad aspetti commerciali e tecnici, la piena conformità ai parametri stabiliti da tutte le normative sanitarie definite e a livello governativo e dal Global **Food Safety Initiative** che riunisce i principali attori del settore alimentare per il miglioramento continuo dei sistemi di gestione della sicurezza alimentare. La società chiede ai propri fornitori la compilazione di una check list dettagliata con oltre 100 domande in tema di tracciabilità e sicurezza alimentare, in merito, tra gli altri, all'utilizzo di tecniche di numerazione dei lotti, alla sicurezza e all'igiene in conformità allo standard HACCP, al controllo di parassiti e allergeni e all'applicazione delle Pratiche di Buona Fabbricazione (Good Manufacturing Practices, in relazione agli standard di qualità). MZB USA inoltre incoraggia i fornitori a diventare 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 CARTA PER L'ACQUISTO RESPONSABILE DI SEGRAFREDO ZANETTI FRANCE S.A.S.

La società invita i propri fornitori ad agire con correttezza ed imparzialità attraverso l'adesione alla "**Charte des Achats Responsables entre Segafredo Zanetti et ses fournisseurs**". La carta richiede di agire contro tutte le forme di corruzione e rispettare i principi del **Global Compact** delle Nazioni Unite (UNGC), le 8 convenzioni fondamentali dell'**Organizzazione Internazionale del Lavoro** (OIL) e le normative sociali e ambientali pertinenti. Inoltre, i fornitori sono chiamati a elaborare una relazione annuale sui progressi raggiunti, a essere sottoposti a eventuali controlli per verificare il rispetto dei principi sottoscritti e, se necessario, a mettere in atto adeguate azioni correttive. Complessivamente, il sistema di valutazione dei fornitori è elaborato sulla base di 4 quattro aspetti: qualità della relazione, reattività, approccio ambientale e puntualità nella consegna.

NUOVE PROCEDURE PER I FORNITORI IN MEIRA OY LTD E SEGRAFREDO ZANETTI POLAND SP.Z.O.O.

Nel 2016, Meira Oy Ltd ha attivato una collaborazione con Cofiroasters ed i suoi principali fornitori di spezie per rafforzare la sostenibilità della sua catena di fornitura. I **systemi di valutazione e monitoraggio** secondo gli standard di qualità sono stati aggiornati includendo anche alcuni aspetti sociali. Tra questi oltre alle pratiche di lavoro, ai diritti umani e all'impatto sociale, vi sono 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 standardizzata in base a criteri di certificazione propri della piattaforma globale dell'European Coffee Federation. In ottica di continuo miglioramento, nel 2017, Meira Oy Ltd ha messo a punto un sistema informatizzato di valutazione dei fornitori con indicatori specifici, e ha sviluppato una sua sourcing policy. Sull'esempio di Meira Oy Ltd anche **Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o.** ha avviato nel 2017 un processo di valutazione dei fornitori che integra i requisiti relativi a tematiche sociali come qualità, etica, ambiente, igiene e diritti del lavoro.



CERTIFICAZIONI, DIRITTI UMANI, IMPEGNO SOCIALE: LE PRINCIPALI ESPERIENZE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

Il controllo e la valutazione delle prestazioni dei fornitori in relazione alla qualità, sostenibilità, tracciabilità e tutela dei diritti umani nella catena di fornitura è demandata alle singole società, nell'ambito dei rapporti commerciali diretti con i rispettivi fornitori. Allo stesso modo, gli acquisti di materia prima certificata in accordo agli standard di sostenibilità riconosciuti a livello internazionale, quali ad esempio Organic, Fairtrade, UTZ e Rainforest Alliance, è affidata direttamente alle singole società produttive.

Le forti relazioni di collaborazione con i principali traders internazionali di caffè verde, rappresentano un punto di forza per la gestione della catena di fornitura attraverso prassi e principi condivisi. In particolare, Cofiroasters richiede a tutti i fornitori di firmare le proprie linee guida di approvvigionamento che includono - oltre a clausole commerciali e di qualità del prodotto - anche un riferimento ai diritti dei lavoratori, agli standard di sicurezza alimentare e alla conformità alle legislazioni locali.

FAIRTRADE E ORGANIC: L'APPROCCIO DELLE SOCIETÀ DEL GRUPPO

Tiktak/Segafredo Zanetti Nederland BV da oltre 25 anni produce e confeziona caffè a marchio **Fairtrade**, tra le certificazioni più "complete" per quanto riguarda la tutela degli agricoltori. Anche società del Gruppo come Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd, che commercializza caffè Fairtrade dal 1998, e Meira Oy Ltd sono particolarmente attive in quest'ambito.

Meira Oy Ltd produce caffè biologico e equo-solidale dal 1999 ed è anche certificata per la produzione di caffè Rainforest e UTZ. Inoltre, ha fissato l'obiettivo di aumentare significativamente la percentuale di approvvigionamento di caffè verde certificato in accordo agli standard internazionali di sostenibilità, raggiungendo il 25% entro il 2018 e puntando a raggiungere il 100% nel 2022.

DIRITTI UMANI: IL PRESIDIO DI MASSIMO ZANETTI BEVERAGE USA INC.

I diritti umani rappresentano un ambito di valutazione delle prestazioni dei fornitori per Massimo Zanetti Beverage USA Inc.

Nello specifico, i fornitori di caffè verde nei Paesi in via di sviluppo sono tenuti a presentare la "**Child Labor Certification**", che attesta l'adesione ai più comuni standard di lavoro applicabili in materia di pratiche e condizioni di lavoro.

BONCAFÉ INTERNATIONAL PTE LTD E JAVA MOUNTAIN COFFEE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Boncafé International Pte Ltd è diventato nel 2017 il distributore in Asia del caffè di **Java Mountain Coffee**, un'impresa sociale indonesiana che mira a sostenere oltre 1 milione di donne agricoltrici e a piantare 3 milioni di nuove sementi di caffè resistenti ai cambiamenti climatici entro il 2030. Per ogni vendita effettuata, verrà donato un contributo al **Women's Empowerment Innovation Fund**, un fondo volto allo sviluppo in ambito sociale e ambientale ed al sostegno delle donne impiegate nella cooperativa.

Boncafé International Pte Ltd ha inoltre annunciato la sua adesione alla **Sustainable Coffee Challenge**, programma che coinvolge le maggiori società del settore allo scopo di rendere il caffè il primo prodotto agricolo sostenibile al mondo.

LE CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITÀ NEL CAFFÈ

I NUMERI CHIAVE

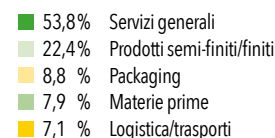
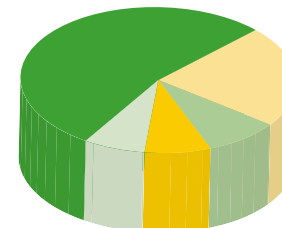
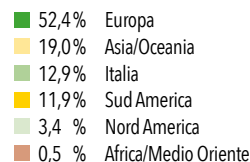
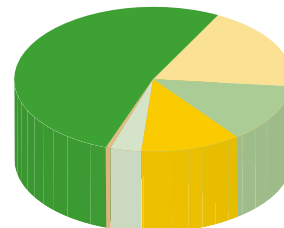
Nel corso del 2017 le società del Gruppo MZB si sono approvvigionate da oltre 3.400 fornitori, dato in crescita di 200 unità (+6,2%) rispetto al 2016. I servizi generali rappresentano oltre la metà dei fornitori complessivi (53,8%), seguiti dai fornitori di prodotti finiti e semi-lavorati (22,4%), di packaging (8,8%) e di caffè e materie prime alimentari (7,9%). La maggioranza dei fornitori è di provenienza europea (52,4%), asiatica (19,0%) e italiana (12,9%). [GRI 102-9]

Con particolare riferimento all'approvvigionamento di caffè verde tra il 2016 e il 2017 si rileva un calo negli acquisti pari al 4%, da 154.317 a 148.236 tonnellate, derivante dall'effetto combinato della riduzione dei volumi comprati e della fluttuazione dei volumi di scorta. Nel 2017 si registra un aumen-

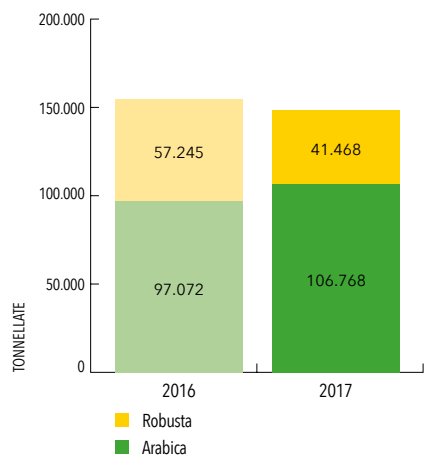
to della quota di caffè di qualità Arabica, che passa dal 62,9% nel 2016 al 72,0% nel 2017, proveniente dal Centro-Sud America e, in particolare, da Brasile, Colombia e Honduras. Il caffè di qualità Robusta è acquistato per il 73% da paesi asiatici, in particolare da Indonesia e Vietnam. Nella categoria "Altri" sono infine presenti i Paesi dai quali il Gruppo si approvvigiona per meno di un migliaio di tonnellate.

* 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 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 ad oggi non tracciabili.

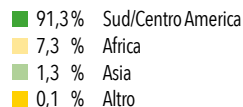
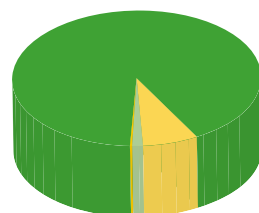
I FORNITORI, PER TIPOLOGIA MERCEOLOGICA E PROVENIENZA, 2017



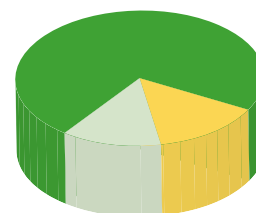
IL CAFFÈ APPROVVIGIONATO, PER QUALITÀ E PROVENIENZA



Caffè Arabica



Caffè Robusta



Nota: Si segnala che per l'anno 2016, il caffè approvvigionato da Meira Oy Ltd è riportato solo per il periodo maggio-dicembre.

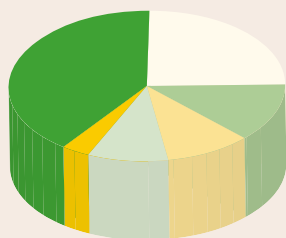
Il totale di tutta la produzione di Meira Oy Ltd del 2017 equivale al 9% degli acquisti complessivi del Gruppo.



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

Nel corso del 2017, sono stati condotti due assessment sui diritti umani presso le società del Gruppo. Nello specifico Meira Oy Ltd ha istituito un team dedicato che ad agosto ha iniziato un assessment interno per verificare il rispetto dei diritti umani, mentre Segafredo Zanetti S.p.A. è

stata oggetto di un audit da parte di un cliente internazionale operante nel settore della ristorazione per verificare la conformità asociale. Tale audit - che copriva anche la tutela dei diritti umani - ha avuto esito positivo. [GRI 412-1]



- 40,2% Rainforest Alliance
- 24,7% UTZ
- 12,4% Fairtrade
- 10 % Organic
- 9,4 % Altra certificazione
- 3,3 % Fairtrade Organic

Nel 2017 gli acquisti di caffè certificato secondo gli standard di sostenibilità internazionali sopra riportati sono aumentati, rispetto al totale, di oltre il 18%, passando da 5,8% al 6,9%. [GRI FP2]

Nota: Si segnala che per l'anno 2016, il caffè approvvigionato da Meira Oy Ltd è riportato solo per il periodo maggio-dicembre. Il totale di tutta la produzione di Meira Oy Ltd del 2017 equivale al 9% degli acquisti complessivi del Gruppo.

STANDARD	SOCIETÀ CERTIFICATE	
Biologico/Organic  	Standard di certificazione delle materie prime agricole che garantisce la loro provenienza da filiere in cui sono rispettati i principi della coltivazione biologica. Per le aziende che operano in Europa, le norme che formalizzano le caratteristiche della coltivazione biologica sono definite dalla normativa comunitaria mentre in USA è il National Organic Programme (NOP).	Massimo Zanetti Beverage USA Inc. Meira Oy Ltd. Tiktak / Segafredo Zanetti Nederland BV Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o. Distribuidora Café Montaña S.A.
Fairtrade 	La certificazione garantisce che i prodotti che recano il marchio Fairtrade siano stati realizzati nel rispetto dei diritti dei lavoratori in Asia, Africa, America Latina e siano stati acquistati secondo i criteri del commercio equo.	Distribuidora Café Montaña S.A. Massimo Zanetti Beverage USA Inc. Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd. Meira Oy Ltd. Tiktak / Segafredo Zanetti Nederland BV
UTZ 	Lo standard si basa su principi quali la trasparenza delle pratiche commerciali, la tracciabilità della materia prima e il rispetto delle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO).	Distribuidora Café Montaña S.A. Massimo Zanetti Beverage USA Inc. Segafredo Zanetti (Brazil) Com. distr. de Café S.A. Boncafé (Thailand) Ltd Meira Oy Ltd.
Rainforest Alliance 	Lo standard si basa su 9 principi: tutela della flora e della fauna locali, tutela degli ecosistemi, tutela del terreno, tutela delle risorse idriche, trattamento equo dei lavoratori e buone condizioni di lavoro, buone relazioni all'interno della comunità, gestione integrata dei rifiuti e dei pesticidi, monitoraggio e pacificazione.	Distribuidora Café Montaña S.A. Massimo Zanetti Beverage USA Inc. Segafredo Zanetti (Brazil) Com. distr. de Café S.A. Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd. Tiktak / Segafredo Zanetti Nederland BV Segafredo Zanetti France S.A.S. Segafredo Zanetti S.p.A.





**LE RELAZIONI
CON
I DIPENDENTI**

4.

A black and white photograph of a coffee cup. The cup is white with a dark handle on the right side. The logo "Segafredo" is printed in a large, bold, italicized serif font, and "ZANETTI" is printed in a smaller, bold, sans-serif font directly below it. The cup is filled with a dark liquid, likely coffee. In the background, several other similar cups are visible, but they are out of focus. A spoon is visible in the foreground, resting on a saucer. The lighting is soft, creating a warm and inviting atmosphere.

Segafredo
ZANETTI

4.1 I TEMI, I RISCHI, LE POLITICHE

La gestione delle persone del Gruppo Massimo Zanetti Beverage è orientata alla **tutela delle diversità e pari opportunità** e alla **salute e sicurezza sul lavoro**, nonché alla formazione e sviluppo professionale.

In un mercato del lavoro in forte mutamento, il Gruppo adotta un insieme di politiche aziendali per conservare internamente conoscenze e competenze, potenzialmente minate da un aumento del turnover del personale o dalla perdita di figure chiave. Nello specifico, l'individuazione dei

profili professionali e la definizione del modello di remunerazione rappresentano due fattori che il Gruppo ritiene possano avere impatti diretti sul raggiungimento degli obiettivi definiti nel piano strategico.

In considerazione della significativa diversificazione geografica delle società del Gruppo, MZBG è sottoposta a differenti pressioni regolamentari sui temi della salute e sicurezza sul lavoro.

MZBG assicura il rispetto delle normative internazionali e nazionali in materia di lavoro e salute e sicurezza nella gestione dei propri dipendenti in tutti i Paesi in cui è presente. L'impegno del Gruppo verso una gestione delle persone orientata alla loro tutela e crescita è espresso nel Codice Etico. Sono, inoltre, presenti alcune politiche specifiche da parte delle principali società produttive, quali Massimo Zanetti Beverage USA Inc., Segafredo Zanetti France S.A.S. e Meira Oy Ltd.

LA GESTIONE DELLE PERSONE: LE PRINCIPALI POLITICHE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

MASSIMO ZANETTI BEVERAGE USA INC.

La società 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, MZB USA 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.

SEGAFREDO ZANETTI FRANCE S.A.S.

Il piano di sostenibilità 2016-2020 di Segafredo Zanetti France S.A.S. prevede un insieme di azioni e obiettivi volti a valorizzare il talento e 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.

Inoltre, a testimonianza dell'impegno per la tutela e valorizzazione delle diversità e il riconoscimento delle qualità personali dei singoli individui, Segafredo Zanetti France nell'ottobre 2015 ha firmato la Charte de la Diversité (<http://www.charte-diversite.com>), iniziativa di carattere volontario di alcune aziende francesi di per la promozione di tutte le forme di diversità.

MEIRA OY LTD

Con il suo **Equal Opportunities Plan**, Meira Oy Ltd intende incoraggiare e migliorare la parità di genere al fine di prevenire ogni tipo di discriminazione. Il piano comprende obiettivi di alto livello e principi guida.



4.2 IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE



LA GESTIONE DELLE PERSONE: I PRINCIPALI APPROCCI ED ESPERIENZE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

La gestione delle risorse umane e la promozione della salute e sicurezza sul luogo di lavoro sono presidiate dalle singole società del Gruppo, attraverso dipartimenti impegnati a garantire il rispetto dei valori espressi nel Codice Etico. Tali funzioni sono altresì dedicate alla prevenzione e monitoraggio dei rischi sui luoghi di lavoro e alla predisposizione di specifiche misure di mitigazione di questi rischi. Gli aspetti attinenti alla salute e alla sicurezza presso gli stabilimenti sono gestiti direttamente da parte dei direttori di produzione.

Ogni singola società, inoltre, ha sviluppato un insieme di sistemi interni di monitoraggio del clima aziendale e di valutazione e gestione delle competenze e della formazione.

MEIRA OY LTD

Ogni due anni, Meira Oy Ltd conduce una people survey per raccogliere informazioni sui dipendenti per sviluppare un piano di lavoro sulla base dei riscontri ricevuti. I risultati vengono condivisi in gruppi di lavoro eterogenei per categoria.

Meira Oy Ltd inoltre realizza ogni anno un concorso che premia le idee migliori e più innovative per incoraggiare i dipendenti a proporre iniziative in grado di migliorare l'azienda e generare risparmi in termini economici.

MASSIMO ZANETTI BEVERAGE USA INC.

Massimo Zanetti Beverage USA Inc. svolge una valutazione su base 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.

SEGAFREDO ZANETTI POLAND SP.Z.O.O.

Il sistema IO's - Individual Objectives System - implementato da Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o. nel 2016 è funzionale alla valutazione delle performance di alcune figure chiave.

MASSIMO ZANETTI BEVERAGE IBERIA

Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A. 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.

4.3 I NUMERI CHIAVE



Alla fine del 2017 i dipendenti complessivamente impiegati dalle società del Gruppo che rientrano nel perimetro della presente dichiarazione* non finanziaria sono 2.875, con una distribuzione fra le diverse aree geografiche che registra una prevalenza dell'Europa (47%), seguita dall'Asia e dalle Americhe. [GRI 102-8] La composizione dei dipendenti per genere mostra una preponderanza di lavoratori di sesso maschile che, alla fine del 2017, rappresentano il 63% della forza lavoro. [GRI 405-1]

DIPENDENTI, PER TIPOLOGIA DI CONTRATTO E PER GENERE, NUMERO

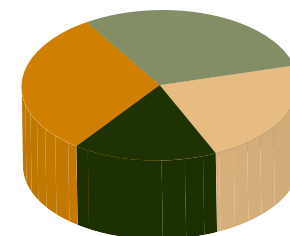
CONTRATTO A TEMPO INDETERMINATO	GENERE	2016	2017
Dipendenti a tempo indeterminato	Uomini	1.480	1.651
	Donne	1.055	900
Full-time	Uomini	1.394	1.580
	Donne	975	836
Part-time	Uomini	19	19
	Donne	51	42
Totale di dipendenti a tempo indeterminato		2.535	2.551

CONTRATTO A TEMPO DETERMINATO	GENERE	2016	2017
Totale dipendenti a tempo determinato	Uomini	150	169
	Donne	139	155
Full-time	Uomini	91	87
	Donne	39	43
Part-time	Uomini	59	63
	Donne	100	111
Totale di dipendenti a tempo determinato		289	324

Totale di dipendenti (a tempo determinato e indeterminato)	2.824	2.875
---	--------------	--------------

Nota: Con riferimento agli indicatori GRI 102-8 e GRI 405-1, si segnala negli anni 2016 e 2017 non risultano coperti i dati relativi a Kauai Coffee Company LLC, i cui ricavi per il 2017 corrispondono al 1,2% del Gruppo.

Dipendenti per area geografica



31,1%	Asia
29,9%	Sud Europa
22,3%	Americhe
16,7%	Nord Europa

* Si veda l'appendice del presente documento per l'elenco delle società operative che rientrano nel perimetro di rendicontazione.



DIPENDENTI, PER CATEGORIA, GENERE E FASCIA D'ETÀ

DIRIGENTI E QUADRI

GENERE	ETÀ	2016	2017
Uomini	< 30 anni	2	3
	30 ≤ x ≤ 50 anni	116	130
	> 50 anni	109	108
Totale uomini		227	241
Donne	< 30 anni	4	3
	30 ≤ x ≤ 50 anni	115	109
	> 50 anni	25	22
Totale donne		144	134
Totale Dirigenti e Quadri		371	375

IMPIEGATI

GENERE	ETÀ	2016	2017
Uomini	< 30 anni	74	104
	30 ≤ x ≤ 50 anni	371	444
	> 50 anni	137	153
Totale uomini		582	701
Donne	< 30 anni	105	96
	30 ≤ x ≤ 50 anni	297	392
	> 50 anni	122	123
Totale donne		524	302
Totale Impiegati		1.106	1.222

OPERAI

GENERE	ETÀ	2016	2017
Uomini	< 30 anni	211	181
	30 ≤ x ≤ 50 anni	520	465
	> 50 anni	240	465
Totale uomini		971	877
Donne	< 30 anni	119	135
	30 ≤ x ≤ 50 anni	167	174
	> 50 anni	90	91
Totale donne		376	400
Totale Operai		1.347	1.278

FORMAZIONE, SUDDIVISE PER GENERE E INQUADRAMENTO, IN ORE

FORMAZIONE PER CATEGORIA	2016	2017
Formazione erogata a Dirigenti e Quadri	1.417	3.615
Formazione erogata a Impiegati	7.849	10.084
Formazione erogata a Operai	19.470	16.388

FORMAZIONE PER GENERE	2016	2017
Formazione erogata a donne	5.513	10.507
Formazione erogata a uomini	23.172	19.430

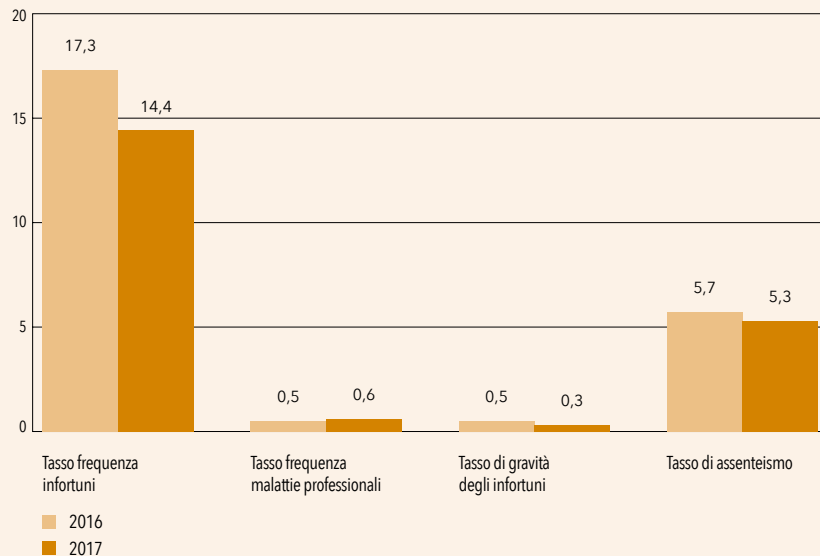
Formazione media per dipendente	12,6	10,4
Formazione media _ donne	6,2	10,0
Formazione media _ uomini	16,8	10,7

Per quanto riguarda le competenze delle persone, nel 2017, la media delle ore di formazione per dipendente si è attestato a 10,4 ore a persona. [GRI 404-1]

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 distortivo 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 Malesia, Thailandia e Boncafé International Pte Ltd per il 2016, in quanto non è stato possibile distinguere la formazione per categoria di impiego e per genere, e a Kauai Coffee Company LLC per il 2016 e 2017 non essendo rendicontati i dati sul personale.

INDICI INFORTUNISTICI E ASSENTEISMO



Per quanto concerne gli aspetti di salute e sicurezza dei lavoratori, nel 2017, diminuisce il tasso di frequenza degli infortuni mentre rimangono sostanzialmente costanti gli altri indici infortunistici.

[GRI 403-2]

INDICI INFORTUNISTICI PER ANNO

	2016		2017	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Tasso di frequenza degli infortuni	25,04	5,83	19,01	10,71
Americhe	38,41	0,00	22,93	6,90
Asia e Oceania	4,69	1,18	7,47	1,15
Nord Europa	19,34	38,86	22,45	28,77
Sud Europa	42,95	9,81	25,88	33,51
Tasso di frequenza delle malattie professionali	0,40	0,58	0,63	0,56
Americhe	0,00	0,00	0,00	0,00
Asia e Oceania	0,00	0,00	1,07	0,00
Nord Europa	0,00	0,00	0,00	0,00
Sud Europa	2,26	3,27	1,29	3,35
Tasso di gravità degli infortuni	0,63	0,18	0,38	0,14
Americhe	0,13	0,18	0,24	0,07
Asia e Oceania	0,16	0,00	0,03	0,00
Nord Europa	0,04	0,82	0,51	0,23
Sud Europa	2,12	0,28	0,89	0,54
Tasso di assenteismo	6,63	4,24	5,92	4,26
Americhe	10,57	10,55	8,86	9,44
Asia e Oceania	1,16	0,54	0,89	0,43
Nord Europa	10,61	1,97	11,80	2,24
Sud Europa	5,66	6,96	4,59	7,92

Per l'indicatore GRI 403-2, si segnala che non sono riportati i dati relativi a Germania, che corrisponde nel 2017 all'1,5% del personale a perimetro. Inoltre, nel 2016, non sono riportati i dati della Malesia e i giorni di assenza per Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd, corrispondenti a circa il 3% del personale complessivo a perimetro.

Per gli infortuni 2016 di MZB USA non è stato possibile indicare la differenza di genere, pertanto i valori sono stati attribuiti alla categoria di genere maschile. I giorni persi sono stati calcolati come giorni persi "a calendario" e non lavorativi.

IL CONTRIBUTO ALLE COMUNITÀ

Creare valore per le comunità in cui si opera contribuendo alla loro vita culturale e sportiva e promuovendo il benessere sociale è un elemento che accomuna le Società del Gruppo MZB e che è al centro della storia personale e professionale di Massimo Zanetti stesso.

La **Fondazione Zanetti Onlus** è la testimonianza di questo impegno. Fondata nel 2007 per volontà dello stesso Massimo Zanetti e dei suoi figli Laura e Matteo, la Fondazione è un'organizzazione indipendente che ha la missione di aiutare l'infanzia in difficoltà attraverso progetti dedicati, spesso svolti in cooperazione con organizzazioni non governative locali. La Fondazione Zanetti Onlus sostiene e promuove iniziative nazionali e internazionali che favoriscono l'istruzione, l'assistenza alimentare e sanitaria, l'accoglienza e il sostegno psicologico, soprattutto a beneficio di minori che vivono nei Paesi in via di sviluppo.

Nelle rispettive comunità di appartenenza, inoltre, anche le diverse società del Gruppo sono attive attraverso progetti dedicati, come indicato di seguito.

"MZB way to care"

È il programma di supporto alle comunità di MZB USA Inc. Ogni anno, l'azienda valuta le esigenze e attività delle organizzazioni presenti nelle comunità locali di riferimento ed eroga un proprio contributo economico a favore dell'assistenza all'infanzia e alle persone senza fissa dimora.

Boncafé (East Malaysia) Sdn Bhd

Dal 2015, promuove uno stile di vita sano attraverso la valorizzazione dello sport, grazie alla partnership strategica con Standard Chartered Kuala Lumpur Marathon, di cui è il fornitore ufficiale di caffè.

Massimo Zanetti Beverage Iberia S.A.

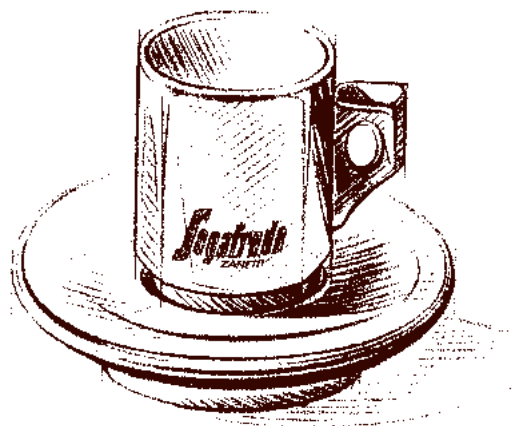
Contribuisce alle cause e progetti umanitari e sociali promossi da Fondazione Zanetti Onlus e Portuguese League against Cancer. La Società, sostiene altresì diverse iniziative sportive come la Lisbon Marathon and Half Marathon e World Championships of Billiards.

Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o.

È impegnata nel sostegno economico con il Cardiologic Surgery Center di Zabre al fine di migliorarne i servizi. Con l'obiettivo di promuovere e sviluppare l'arte cinematografica nel Paese, sostiene il Festival del cinema polacco di Gdynia.

Segafredo Zanetti S.p.A.

Attiva nel campo dello sport, nel 2016, per il quinto anno consecutivo, ha confermato la sua presenza in qualità di Official Partner al grande evento sportivo delle Finali del Barclays World Tour ATP (Association of Tennis Professionals) in cui si sfidano i primi 8 giocatori al mondo classificati nel ranking ATP. La Società, inoltre, prosegue l'impegno nella sponsorizzazione triennale di Trek Factory Racing, in qualità di co-title sponsor, facendo di Trek-Segafredo il nome nuovo dell'UCI WorldTour, circuito mondiale organizzato dall'Unione Ciclistica Internazionale.





**LA GESTIONE
DEGLI IMPATTI
AMBIENTALI**

5 ●



5.1 I TEMI, I RISCHI, LE POLITICHE



I principali aspetti ambientali per MZBG sono legati al **consumo di energia** nel processo di combustione della torrefazione, alle **emissioni clima-alteranti** direttamente legate ai consumi energetici e, infine, alla **generazione di rifiuti** nella fase della produzione e del confezionamento del prodotto finito.

Per l'attività svolta, il consumo di acqua risulta limitato alla sola fase di raffreddamento dei chicchi tostati e all'uso negli uffici e, pertanto non è rilevante ai fini ambientali. Analogamente poco significativa è la generazione di emissioni inquinanti che si verifica nella fase di tostatura e che è regolamentata da normative specifiche e differenziate nei vari ordinamenti nazionali.

Il presidio complessivo di tali aspetti da parte del Gruppo è in primo luogo orientato al rispetto della normativa vigente, al fine di non incorrere in rischi di violazione dei regolamenti ambientali, con conseguenti effetti sulla reputazione e sulla situazione economica, patrimoniale e finanziaria. L'impegno per il rispetto della normativa e per la tutela dell'ambiente è espresso nel Codice Etico di Gruppo. Ciascuna società, inoltre, ha messo in atto specifiche politiche di gestione per garantire il rispetto dei temi ambientali.

LE POLITICHE AMBIENTALI: LE PRINCIPALI ESPERIENZE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

SEGAFREDO ZANETTI FRANCE S.A.S.

Il piano di sostenibilità 2016-2020 di Segafredo Zanetti France S.A.S. punta alla riduzione dell'impronta di carbonio generata dalle operazioni logistiche, dalla gestione dei rifiuti e dall'approvvigionamento energetico. Il piano mira a recuperare il 100% di rifiuti generati entro il 2020 e a incoraggiare l'uso di energia pulita e rinnovabile, privilegiando, anche in ambito logistico, la scelta di soluzioni a basse emissioni.

BRODIE MERLOSE DRYSDALE & CO LTD

La politica ambientale di Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd è focalizzata sulla minimizzazione dei rifiuti, a partire dal riutilizzo e riciclo dei materiali di imballaggio e sull'efficienza energetica, tramite l'utilizzo di macchinari per la tostatura a basso consumo.

MEIRA OY LTD

Meira Oy Ltd ha definito diversi obiettivi nel suo sistema di gestione ambientale certificato ISO 14001, volti alla riduzione degli sprechi e alla massimizzazione della riciclabilità dei rifiuti, nonché alla riduzione del consumo di energia e materiali.



5.2 IL MODELLO DI ORGANIZZAZIONE E GESTIONE

La gestione degli aspetti ambientali e il rispetto della compliance normativa è in capo alle singole società del Gruppo. Nello specifico, sei società produttive (Segafredo Zanetti S.p.A., La San Marco S.p.A., Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o., Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd e Boncafé (Thailand) Ltd e Meira Oy Ltd) adottano un sistema di gestione ambientale strutturato. Tra queste, in particolare, Meira Oy Ltd dispone di un sistema di gestione ambientale certificato in accordo allo standard internazionale ISO 14001.

LA GESTIONE DEI RIFIUTI: I PRINCIPALI APPROCCI ED ESPERIENZE DELLE SOCIETÀ OPERATIVE

L'APPROCCIO REDUCE, REUSE, RECYCLE

Boncafé International Pte Ltd ha adottato un approccio basato sulle tre "R": Reduce, Reuse, Recycle, che ha visto l'implementazione di un insieme di iniziative a partire dal 2008. I risultati raggiunti sono rendicontati nella sezione dedicata agli indicatori di performance.

IL RIUSO DEGLI SCARTI

Gli scarti del caffè tostato vengono immessi in un nuovo processo produttivo per la creazione di concime organico e fertilizzante agricolo. Tale approccio è perseguito da Massimo Zanetti Beverage USA Inc., Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd, Segafredo Zanetti (Brazil) Com. distr. de Café S.A e Segafredo Zanetti Poland Sp.z.o.o.

CAPSULE ECO-SOSTENIBILI

Le capsule San Marco, confezionate singolarmente in atmosfera protetta, per preservare al meglio l'aroma del caffè, sono EcoPure®: una volta utilizzate, diventano un rifiuto indifferenziato biodegradabile. PURPOD100™ è invece capsula di caffè monodose di Massimo Zanetti Beverage USA Inc. certificata come compostabile al 100% dalla Biodegradable Products Institute (BPI) e decomponibile in meno di 100 giorni negli impianti di compostaggio. Questo tipo di capsula è prodotta con oltre il 90% di materiale rinnovabile, mentre l'anello della capsula è ottenuto dal residuo di caffè.

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE AMBIENTALE

Distribuidora Café Montaña S.A., nel 2016, ha attivato una collaborazione con alcune scuole locali, prevenendo una serie di programmi di informazione in materia di buone pratiche di riciclo, riduzione e riutilizzo dei rifiuti. Inoltre, per aumentare la sensibilità ambientale tra i più giovani, ha offerto supporto per attività educative come la pulizia di fiumi o di zone vulnerabili alla contaminazione dei rifiuti.

UN PREMIO PER L'IMPEGNO AMBIENTALE DI MASSIMO ZANETTI BEVERAGE USA INC.

Nel 2017, il Dipartimento di qualità ambientale della Virginia ha assegnato a Massimo Zanetti Beverage USA Inc. un premio per i significativi risultati conseguiti in pratiche di produzione sostenibili e per la sua leadership nel settore, dimostrata anche tramite il lancio della cialda monodose PURPOD100™.



5.3 I NUMERI CHIAVE

Nel 2017, MZBG ha registrato consumi energetici complessivi pari a circa 2.100.000 GJ, in diminuzione del 4,6% rispetto al 2016. [GRI 302-1]

Complessivamente si registra un calo nell'utilizzo dell'energia elettrica, mentre i consumi energetici per raffrescamento e riscaldamento e i consumi complessivi di carburanti rimangono costanti nel biennio. Nel 2017, il 7,4% dei consumi di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili.

CONSUMI ENERGETICI, IN GJ

CONSUMI DIRETTI	2016	2017
Benzina	32.383	33.669
Gasolio	73.673	75.543
Gas naturale	300.151	297.003
GPL	25.361	25.539
Totale consumi diretti	431.569	431.754

CONSUMI INDIRETTI	2016	2017
Energia elettrica	1.506.718	1.422.041
Energia elettrica da fonti rinnovabili	130.085	113.136
Energia per riscaldamento	148.912	148.778
Energia per raffrescamento	1.146	1.150
Totale consumi indiretti	1.786.860	1.685.105

Totale	2.218.429	2.116.858
---------------	------------------	------------------

Con riferimento all'indicatore GRI 302-1, si segnala che:

- I) i dati 2016 relativi ai consumi di energia elettrica e benzina per Boncafé (Thailand) Ltd sono riportati solo con riferimento allo stabilimento;
- II) non sono riportati i dati di carburante del parco auto aziendale del 2016 per Meira Oy Ltd;
- III) il dato correlato ai consumi di energia elettrica e gas naturale del 2017 per Segafredo Zanetti S.p.A. fa riferimento al periodo compreso tra gennaio e novembre.

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

- › **emissioni dirette** (Scopo 1) dovute ad attività del Gruppo MZB o da questo controllate, ad esempio 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 2017, le emissioni complessive sono lievemente diminuite, passando da 16.730.235 tonnellate di CO₂eq nel 2016 a 16.630.741 tonnellate di CO₂eq.

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA, IN TON CO₂EQ

EMISSIONI DIRETTI	2016	2017
Consumo di benzina da parte del parco veicoli del Gruppo	2.440	2.528
Consumo di gasolio	5.350	5.460
Consumo di gas naturale	16.701.653	16.602.556
Consumo di GPL	1.617	1.632
Totale emissioni dirette	16.711.060	16.612.176

EMISSIONI INDIRETTI	2016	2017
Consumo di energia elettrica	17.936	17.343
Consumo energetico per riscaldamento	1.221	1.203
Consumo energetico per raffrescamento	19	19
Totale emissioni indirette	19.175	18.564

Totale emissioni (dirette e indirette)	16.730.235	16.630.741
---	-------------------	-------------------

Nota: Nelle tonnellate di CO₂ eq sono conteggiate l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili in Francia e corrispondente a 3.142.655 kWh.



Nel corso del 2017 MZBG ha prodotto 8.277,7 tonnellate di rifiuti in diminuzione di oltre il 5% rispetto alle 8.746,1 tonnellate registrate nel 2016. [GRI 306-2] La percentuale dei rifiuti non pericolosi nel biennio considerato è pari alla quasi totalità dei rifiuti complessivi prodotti (99,7%).

RIFIUTI TOTALI PRODOTTI, IN TONNELLATE

RIFIUTI PERICOLOSI	2016	2017
di cui inviati a riuso	2,60	2,34
di cui inviati a incenerimento	0,83	0,91
di cui inviati a riciclo	6,46	9,50
di cui inviati a compostaggio	0,01	0,01
di cui inviati a stoccaggio in deposito	2,44	3,54
di cui inviati a interrimento	-	0,30
Rifiuti totali pericolosi	12,34	16,59

RIFIUTI NON PERICOLOSI	2016	2017
di cui inviati a riuso	383,8	153,0
di cui inviati a recupero (incluso il recupero energetico)	639,0	637,6
di cui inviati a incenerimento	2.578,5	2.338,3
di cui inviati a riciclo	1.849,2	2.007,3
di cui inviati a compostaggio	2.781,9	2.529,4
di cui inviati a stoccaggio in deposito	200,0	263,0
di cui inviati a interrimento	294,9	332,4
altra tipologia di smaltimento	6,4	-
Rifiuti totali non pericolosi	8.733,7	8.261,1

Rifiuti totali (pericolosi e non pericolosi)	8.746,1	8.277,7
---	----------------	----------------

Con riferimento all'indicatore GRI 306-2, si segnala che risultano esclusi i dati relativi a MZB Poland, per l'impossibilità di quantificare i rifiuti in tonnellate, e relativi a Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd, in quanto non è possibile quantificare i rifiuti in tonnellate (sono possibili solo stime in questo senso).

Nel 2017 MZBG ha utilizzato circa 21.600 tonnellate di materiale per il confezionamento dei prodotti, con una leggera riduzione rispetto all'anno precedente. Complessivamente nel 2017, i consumi di materiale per imballaggio provenienti da risorse rinnovabili* - ovvero carta e cartone - corrispondono al 31% dei consumi complessivi. [GRI 301-1]

MATERIALE PER IMBALLAGGIO, DISTINTO PER TIPOLOGIA, IN TONNELLATE

MATERIALE	2016	2017
Carta	1.469,8	1.645,7
Cartone e cartone ondulato	5.018,4	4.975,4
Plastica	3.383,0	3.400,4
Vetro	707,0	669,0
Alluminio	437,3	718,1
Banda stagnata	8.646,9	7.684,3
Poliaccoppiati (carta e alluminio)	106,4	134,1
Poliaccoppiati (plastica e alluminio)	701,9	700,1
Legno (compresi pallet)	321,2	379,5
Film flessibile (plastica)	753,0	872,0
Juta	102,0	148,0
Bobine	60,6	69,8
Acciaio	0,2	0,3
Altri materiali (prevalentemente plastica)	182	229,5
Totale materiale	21.889,6	21.626,3

* 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.





FOCUS: I RISULTATI DELL'APPROCCIO REDUCE, REUSE, RECYCLE DI BONCAFÉ INTERNATIONAL PTE LTD

Reduce: Boncafé International Pte Ltd ha risparmiato circa 7.495,2 Kg di polietilene, abbattendo lo spessore dei materiali da imballaggio di circa il 14%. La società ha, inoltre, implementato un progetto di riduzione delle confezioni delle macchine da caffè, raggiungendo una diminuzione del 28% del materiale utilizzato per il packaging. Anche lo spessore del filtro della carta sigillante per i sacchetti di caffè è stato oggetto di riduzione (-17%).

Reuse: sono stati riutilizzati oltre 20.000 sacchetti in polietilene. 13.375 (67%) di questi sacchi sono stati distribuiti attraverso la catena di fornitura e 4.800 (24%) riusati grazie alla collaborazione con catene di supermercati come Shop N Save, NTUC e Seng Shiong.

Recycle: diverse azioni sono state messe in campo nei siti produttivi per riciclare i pallet di legno, la carta, il cartone e le sacche di juta, riutilizzate, queste ultime, da fornitori operanti nel settore delle costruzioni. Inoltre, un progetto di riciclo della pellicola argentata del caffè (che comporta ogni mese uno spreco di circa 900 Kg) ha permesso il riutilizzo di questo materiale per la produzione di energia (biomasse) a supporto del processo di tostatura o come filtro per l'acqua.

Nel 2013, inoltre, Boncafé International Pte Ltd ha avviato la riduzione della quantità di polietilene-alluminio usata per imballare il caffè macinato. Grazie alla collaborazione con i fornitori, la società ha recentemente confermato che riuscirà a ridurre lo spessore e la lunghezza delle confezioni, rispettivamente da 120 a 100 micron e da 31,5 a 28 cm.



**NOTE
METODOLOGICHE**

6.



Nota metodologica

Il presente documento rappresenta la prima edizione della dichiarazione non finanziaria di MZBG. Le informazioni e i dati inseriti sono riferiti all'anno 2017 e i trend di performance al biennio 2016 - 2017, laddove disponibili.

Il perimetro di rendicontazione per tutte le informazioni non finanziarie comprende 24 delle 61 società controllate dal Gruppo in Italia e all'estero, di cui 17 produttive e 6 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 MZBG per la redazione della propria DNF sono i GRI Sustainability Reporting Standards, pubblicati nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative. 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.

Perimetro

Le aziende analizzate in questo documento rappresentano:

- 87.0% dei dipendenti del Gruppo al 31 dicembre 2017;
- 95.2% del fatturato consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2017.

GRI STANDARDS

GRI 205 - Anticorruzione	GRI 205-3	Numero totale di incidenti di corruzione
GRI 206 - Comportamento anticoncorrenziale	GRI 206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche
GRI 301 - Materiali	GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso o volume
GRI 302 - Energia	GRI 302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione
GRI 305 - Emissioni	GRI 305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra
	GRI 305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra
GRI 306 - Scarichi e rifiuti	GRI 306-2	Rifiuti totali per tipologia e metodi di smaltimento
GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro	GRI 403-2	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi
GRI 404 - Formazione e istruzione	GRI 404-1	Ore medie di formazione per anno per dipendente
GRI 405 - Diversità e pari opportunità	GRI 405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti in base a genere, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità
GRI 412 - Valutazione sui diritti umani	GRI 412-1	Attività che sono state valutate secondo i diritti umani o che hanno impattato sui diritti umani
GRI 417 - Marketing ed etichettatura	GRI 417-2	Casi di non conformità relative a informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi
	GRI 417-3	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione
GRI 419 - Compliance socio-economica	GRI 419-1	Valore delle multe e numero delle sanzioni significative per violazione di leggi e regolamenti in ambito economico e sociale

GRI FOOD PROCESSING SECTOR SUPPLEMENT

Pratiche di approvvigionamento	GRI 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
Pratiche di approvvigionamento	GRI 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

ALTRI INDICATORI

Volume di caffè acquistato	Volumi di acquisti per qualità di caffè e origine
----------------------------	---

Si riporta di seguito il perimetro dell'impatto per gli aspetti oggetto di rendicontazione. [GRI 102-46]

ASPETTI GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO		LIMITAZIONE AL PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE	
	INTERNO	ESTERNO	INTERNO	ESTERNO
GRI 205 - Anticorruzione	X	Clienti, Fornitori	-	-
GRI 206 - Comportamento anticoncorrenziale	X	Concorrenti	-	-
GRI 301 - Materiali	X	Fornitori	-	-
GRI 302 - Energia	X	Consumatori finali	-	-
GRI 305 - Emissioni	X	Società/Comunità locali	-	-
GRI 306 - Scarichi e rifiuti	X	Società/Comunità locali	-	-
GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro	X	Consumatori finali, fornitori	-	-
GRI 404 - Formazione e istruzione	X	-	-	-
GRI 405 - Diversità e pari opportunità	X	-	-	-
GRI 412 - Valutazione sui diritti umani	X	Fornitori	-	-
GRI 417 - Marketing ed etichettatura	X	Fornitori	-	-
GRI 419 - Compliance socio-economica	X	-	-	-
GRI Food Processing Sector Supplement			-	-
Pratiche di approvvigionamento	-	-		
Salute e sicurezza dei consumatori	X	Consumatori finali		
Altri indicatori			-	-
Volume di caffè acquistato	X	Fornitori	-	

GRI CONTENT INDEX

[GRI 102-55]

GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA	OMISSION
102-8	Informazioni sui dipendenti e altre tipologie di lavoratori	40		
102-9	Catena di fornitura	34		
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	14		
102-46	Definizione dei contenuti del Report e dei confini dei temi	55		
102-47	Elenco dei temi materiali	17		
102-55	Tabella esplicativa dei contenuti della relazione	56		
102-56	Politiche e pratiche di verifica esterna della relazione sulla responsabilità sociale	64		

MATERIAL TOPICS

INDICATORI DI PERFORMANCE

ECONOMICA

PERFORMANCE ECONOMICA GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	8-9, 16-17	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	8-9	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	8-9	

GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	8-9	

ANTICORRUZIONE GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	20-22	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	22	

GRI 205: ANTICORRUZIONE 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
205-3	Incidenti di corruzione e azioni intraprese	22	

COMPORAMENTO ANTI CONCORRENZIALE GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	22-23	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	22	

GRI 206: COMPORAMENTO ANTICONCORRENZIALE 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
206-1	Azioni legali per comportamento anti concorrenziale, anti-trust e pratiche monopolistiche	22	



MATERIAL TOPICS

INDICATORI DI PERFORMANCE

AMBIENTALE

MATERIE PRIME

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	16-17, 46-47	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	13, 17, 31, 46-47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	46-47	

GRI 301: MATERIE PRIME 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
301-1	Materie prime utilizzate per peso o volume	46-47, 50	

ENERGIA

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	16-17, 46-47	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	46-47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	47	

GRI 302: ENERGIA 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
302-1	Consumi energetici all'interno dell'organizzazione	48	

EMISSIONI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	16-17	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	47	

GRI 305: EMISSIONI 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
305-1	Emissioni dirette di gas ad effetto serra	49	
305-2	Emissioni indirette di gas ad effetto serra	49	

RIFIUTI E SCARICHI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	16-17, 46	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	47	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	47	

GRI 306: EFFLUENTS AND WASTE

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
306-2	Rifiuti totali per tipologia e metodi di smaltimento	50	

MATERIAL TOPICS

INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22, 38	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	38-39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	38-39	

GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
GRI 403-2	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi	42	

FORMAZIONE E ISTRUZIONE

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22, 38	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	38-39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	38-39	

GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente	41	

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22, 38	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	38-39	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	38-39	

GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2017

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	14, 40	

VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22, 31-34	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	31-34	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	31-34	

GRI 412: VALUTAZIONE SUI DIRITTI UMANI 2017

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	35	



MATERIAL TOPICS

INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE

MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22, 26	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	26-27	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	26-27	

GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
417-2	Casi di non conformità relativi a informazioni ed etichettatura di prodotti e servizi	30	Si segnala che, oltre a quanto riportato nel cap. 3, sono state registrate due sanzioni di entità estremamente limitata, inferiori complessivamente ai 4.000 €, per Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A e Boncafé (Thailand) Ltd.
417-3	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	30	

COMPLIANCE SOCIOECONOMICA

GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	20-22	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	20-22	

GRI 419: COMPLIANCE SOCIOECONOMICA 2017

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	23	

GRI-G4 SECTOR DISCLOSURE
FOOD PROCESSING
 INDICATORI DI PERFORMANCE
 ECONOMICA

PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO
 GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22, 31-34	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	31-34	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	31-34	
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	35	

GRI-G4 SECTOR DISCLOSURE
FOOD PROCESSING
 INDICATORI SOCIALI

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO - SALUTE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI
 GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2017

GRI STANDARD	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini	20-22	
103-2	Informazioni generali sull'approccio di gestione e relative caratteristiche	26-27	
103-3	Valutazione sull'approccio di gestione	26-27	
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	30	

GRI-G4 SECTOR DISCLOSURE FOOD PROCESSING
 ALTRI INDICATORI

-	DISCLOSURE	PAG. N.	NOTA/ OMISSION
	Volume di caffè acquistato, per tipologia e origine	34	



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 conversione e di emissioni utilizzati per il calcolo delle emissioni di CO₂ sono indicati nelle tabelle che seguono.

Per le emissioni dirette derivante dai consumi di gas naturale e per le emissioni energetiche indirette, l'unico gas a effetto serra considerato è la CO₂. Per le emissioni dirette da diesel, benzina e GPL, sono stati considerati anche CH₄ e N₂O, applicando i Global Warming Potential (GWP) a cento anni riportati nel Fourth Assessment Report dell'IPCC.

Fattori di conversione

La conversione dei consumi energetici in GJ è stata effettuata utilizzando i fattori di conversione del MATTM (Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare), contenuti nella Tabella parametri standard nazionali, 2016 e 2017.

FATTORI DI EMISSIONE

CONSUMI	FONTI DEI FATTORI DI EMISSIONE
Gas naturale	MATTM (Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare), Tabella parametri standard nazionali, 2016 e 2017
Diesel Benzina GPL	DEFRA (Department of Environment, Food & Rural Affairs), Conversion factors 2016 e 2017
Energia elettrica	Terna, Confronti internazionali, 2015 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.





APPENDICE ELENCO DELLE SOCIETÀ DI MZBG INCLUSE NEL PERIMETRO DELLA DNF

SOCIETÀ	PAESE	TIPOLOGIA
Massimo Zanetti Beverage USA Inc.	USA	Produttiva
Boncafé (Thailand) Ltd	Tailandia	Produttiva
Segafredo Zanetti France 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 Cofee 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 S.A.	Costa Rica	Produttiva
Boncafé International Pte Ltd	Singapore	Produttiva
Segafredo Zanetti Austria Gmbh	Austria	Produttiva
Segafredo Zanetti Australia Pty Ltd	Australia	Commerciale
Boncafe Middle East Co LLC	Emirati Arabi	Commerciale
Segafredo Zanetti Deutschland Gmbh	Germania	Commerciale
Boncafé (East Malaysia) Sdn Bhd	Malesia	Commerciale
Tiktak/Segfredo Zanetti Nederland BV	Olanda	Produttiva
Brodie Merlose Drysdale & CO Ltd	Scozia	Produttiva
Brulerie des Cafés Corsica SAS	Corsica	Produttiva
Segafredo Zanetti Coffee System S.p.A.	Italia	Produttiva
Massimo Zanetti Beverage Vietnam Company Ltd	Vietnam	Produttiva



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
254/2016 E DELL'ARTICOLO 5 REGOLAMENTO CONSOB N°
20267**

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2017

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'articolo 3, comma 10, DLgs 254/2016 e dell'articolo 5 Regolamento Consob n° 20267

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 "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento Consob n° 20267, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("limited assurance engagement") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di Massimo Zanetti Beverage Group SpA e sue controllate (di seguito il "Gruppo MZB") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 predisposta ex articolo 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 28 febbraio 2018 (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 e ai GRI Sustainability Reporting Standards (2016), pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), e (limitatamente ad alcuni indicatori) il Sector Supplement "Food Processing" delle Linee guida GRI-G4, da essi individuato 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 MZB e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo MZB, 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 MZB, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo MZB 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 Ross 61 Tel. 0277851 Fax 027783240 Ctp. Soc. Euro 6.890.000,00 i.v., C.F. e P.IVA e Reg. Imp. Milano 12079380455 Iscritta al n° 119644 del Registro dei Revisori Legali - Altri Uffici: Anversa 60031 Via Soudo Totti 1 Tel. 071232531 - Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640211 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - Brescia 25123 Via Borgo Pietro Wahner 23 Tel. 0307677091 - Catania 95120 Corso Italia 302 Tel. 0957232311 - Firenze 50121 Viale Guicciardi 15 Tel. 0552482811 - Genova 10121 Piazza Fieschiotti 9 Tel. 010209011 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 081351651 - Padova 35138 Via Venezia 4 Tel. 0498723481 - Palermo 90141 Via Martinese Ugo 60 Tel. 091349727 - Parma 43121 Viale Tanzi 20/A Tel. 0521272911 - Pesera 65227 Piazza Ettore Troilo 8 Tel. 0854543711 - Roma 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06370251 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011256771 - Trento 38122 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461227004 - Treviso 31100 Viale Feltrinesi 90 Tel. 0422696011 - Trieste 34123 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0402480781 - Udine 33100 Via Foscelle 43 Tel. 043223759 - Varese 21100 Via Albazzei 43 Tel. 0332489039 - Verona 37125 Via Fiamma 21/C Tel. 0458263001 - Vicenza 36100 Piazza Pontebaldola 9 Tel. 0444393311

www.pwc.com/it

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Sustainability Reporting Standards. 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 dell'impresa 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 del Gruppo MZB;

- 4 comprensione dei seguenti aspetti:
- modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo MZB, 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 Segafredo Zanetti Italia SpA, Segafredo Zanetti France S.A.S., Massimo Zanetti Beverage USA Inc, 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 MZB:

- a livello di capogruppo,
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a 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: Segafredo Zanetti Italia SpA (sede e stabilimento produttivo di Bologna), Segafredo Zanetti France S.A.S. (sede e stabilimento produttivo di Rouen, Francia), Massimo Zanetti Beverage USA Inc (sede e stabilimento produttivo di Suffolk, Virginia, USA), 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 del Gruppo MZB relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 non sia stata redatta, in

tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Sustainability Reporting Standards (2016), e (limitatamente ad alcuni indicatori) dal Sector Supplement "Food Processing" delle Linee guida GRI-G4.

Altri aspetti

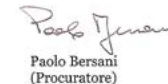
Con riferimento all'esercizio chiuso il 31 dicembre 2016, il Gruppo ha predisposto un Bilancio di sostenibilità, i cui dati sono utilizzati a fini comparativi all'interno della DNF. Detto bilancio di sostenibilità non è stato sottoposto ad esame in conformità dell'ISAE 3000.

Milano, 16 marzo 2018

PricewaterhouseCoopers SpA



Filippo Zagagnin
(Revisore legale)



Paolo Bersani
(Procuratore)

A close-up, macro photograph of coffee beans, filling the entire frame. The beans are dark brown and have a glossy, slightly oily sheen. They are scattered across the surface, with some in sharp focus in the foreground and others blurred in the background, creating a sense of depth. The lighting is soft, highlighting the texture of the beans.

Massimo Zanetti

MASSIMO ZANETTI
BEVERAGE GROUP