

**BILANCIO SOCIALE  
E AMBIENTALE  
2021/2022**



*Indice*

Pag. 3  
**IL NOSTRO TERZO BILANCIO**

Pag. 27  
**I NOSTRI PILASTRI**

Pag. 28  
**QUALITÀ E INNOVAZIONE**

Pag. 46  
**AMBIENTE**

Pag. 60  
**PERSONE**

Pag. 72  
**COMUNITÀ**

Pag. 85  
**NOTE METODOLOGICHE  
E INDICI GRI**

Questo è il nostro terzo Bilancio di Responsabilità Sociale e Ambientale, una rinnovata occasione per raccontare e condividere il nostro impegno nei confronti delle persone e dell'ambiente. Nato dalla visione della fondatrice Euride Zini, emiliana di nascita e di tradizioni, il Pastificio Zini si pone da subito l'ambiziosa missione di far conoscere in tutto il mondo il prodotto emiliano per eccellenza: la pasta fresca. Un prodotto di qualità, dalle elevate proprietà nutrizionali e realizzato nel rispetto dell'ambiente.

# 2022



Il Pastificio Zini è attivamente impegnato per portare beneficio alla comunità e al territorio, promuovendo progetti e iniziative in ambito sia ambientale che sociale.

In materia di **sostenibilità ambientale**, un traguardo significativo raggiunto quest'anno è l'ottenimento della certificazione ISO 14001, importante punto di partenza per gettare le basi di una strategia a lungo termine. Inoltre, la creazione di nuove filiere locali e il consolidamento di quelle esistenti, hanno apportato valore aggiunto all'azienda, al territorio, agli stakeholders.

In tema di **responsabilità sociale**, Zini dà il suo contributo per il sostegno alle comunità, alle associazioni benefiche e alle persone più fragili, promuove l'educazione alimentare e considera i propri collaboratori come la vera forza trainante dell'azienda. Anche sul fronte sociale Zini ricerca continuamente reti e sinergie, per perseguire obiettivi comuni verso uno sviluppo sostenibile.

“

L'effetto della guerra in Ucraina e della crisi energetica ha colpito duramente le aziende manifatturiere, specialmente quelle tipicamente energivore, mettendo a rischio la filiera agroalimentare italiana e l'esportazione del Made in Italy in tutto il mondo.

Zini ha dovuto fare i conti con gli aumenti dei costi delle materie prime e dell'energia per cuocere, surgelare e trasportare i propri prodotti, aumenti che hanno inciso sulla filiera produttiva. Nonostante questo, ha continuato a investire in persone e progetti confermando, ad esempio, la produzione a km 0 di Senatore Cappelli e siglando uno storico accordo triennale di filiera per calmierare i prezzi del grano italiano e garantire dei flussi di fornitura programmati.

”

M. Vezzani, CEO  
Zini Prodotti Alimentari SpA



## IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Mentre il bilancio d'esercizio è un documento che, per legge, l'impresa deve redigere annualmente per fare una sintesi della sua situazione economico-finanziaria, il bilancio sociale è un documento che approfondisce informative sugli **aspetti ambientali, sociali ed economici** (ESG, Environmental Social Governance) dell'impresa.

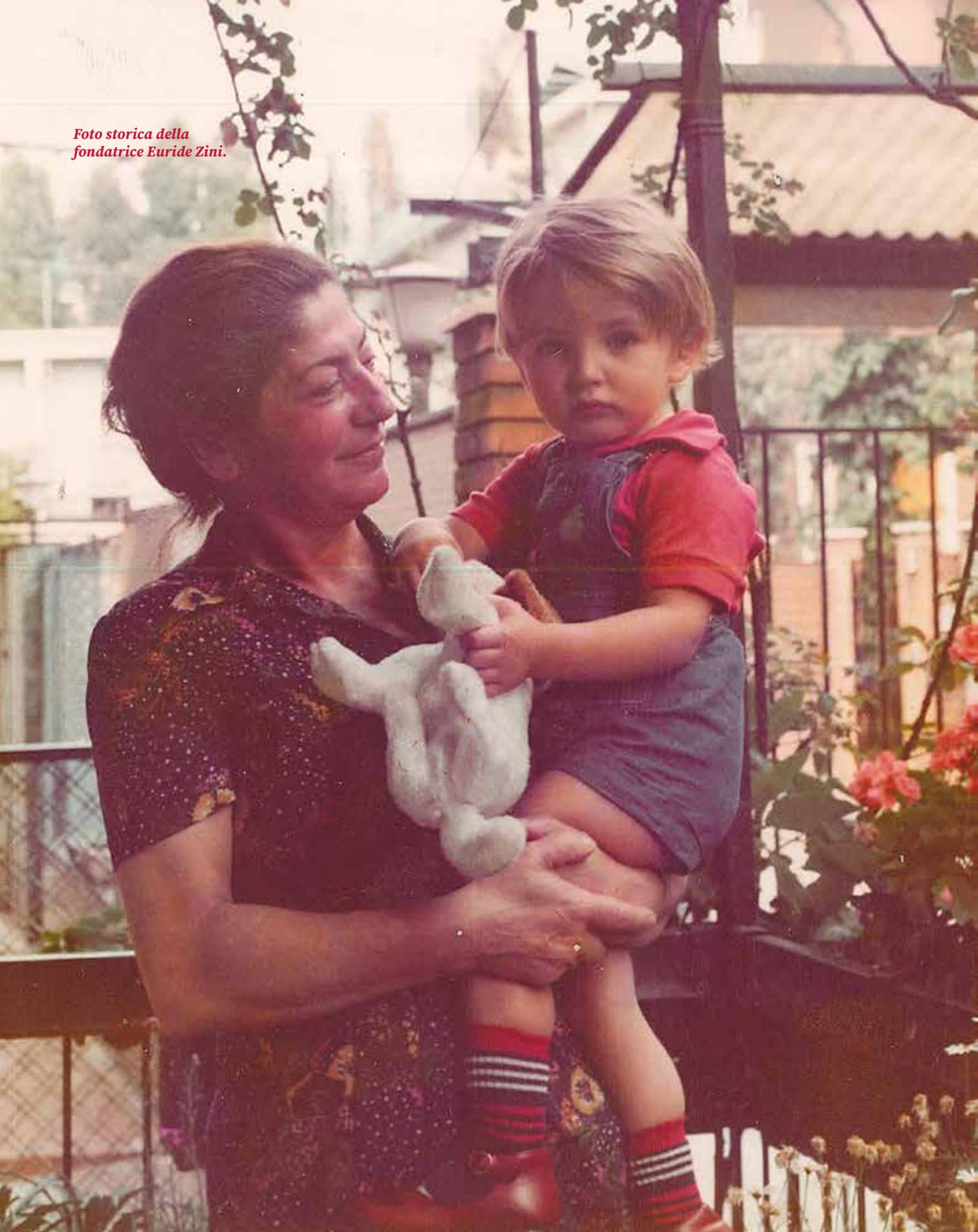
Il bilancio di sostenibilità si configura, quindi, come **strumento di comunicazione e rendicontazione** dell'impresa verso l'esterno in tema di performance ESG e, al contempo, come mezzo interno di **monitoraggio** delle proprie azioni in ambito ambientale e sociale.

A differenza delle grandi imprese, le Piccole e Medie Imprese (PMI), che costituiscono un

pilastro delle catene globali del valore, non sono obbligate a compilare il bilancio di sostenibilità. Un fenomeno diffuso che si verifica nelle PMI è il «green blushing», ovvero la mancata valorizzazione della propria capacità nell'integrare le questioni ambientali e sociali nel proprio modello di business, sebbene vi sia un impegno concreto in tal senso.

Nonostante le barriere insite alla natura stessa delle PMI, Zini ha deciso di investire risorse nella predisposizione di un bilancio di sostenibilità, per condividere il proprio percorso verso una **transizione sostenibile** e **creare valore** per tutti gli stakeholder dell'azienda.

Foto storica della  
fondatrice Euride Zini.



## UNA STORIA DI AMORE, DAL 1956

Il Pastificio Zini è stato fondato nel 1956 dall'emiliana Euride Zini che, con l'idea di fare della propria passione un lavoro, apre a Milano il suo laboratorio artigianale. Una scelta coraggiosa per un'epoca in cui l'imprenditoria femminile non era un percorso semplice né tantomeno una scelta usuale.

Il ricordo di Euride viene mantenuto vivo dal nome che porta l'azienda, ma non solo. Nel 2022, in occasione del 66esimo anniversario dalla fondazione, il comune di Cesano Boscone (sede attuale del Pastificio) ha dedicato all'imprenditrice una piazza: un riconoscimento significativo per la famiglia, tuttora alla guida dell'azienda con la terza generazione.



Carretto polenta per le scuole, 1976.



Furgone consegne, 1980.



Dettaglio Murales realizzato da SMOE a marzo 2022.

## L'AZIENDA

Il Pastificio Zini è specializzato nella **produzione di pasta fresca surgelata, tra cui gnocchi, ravioli ed altre specialità della tradizione culinaria italiana**. I suoi prodotti sono sani e genuini, ispirati alla semplicità della tradizione culinaria italiana e realizzati impiegando esclusivamente ingredienti di qualità, senza conservanti né additivi. I prodotti appena fatti vengono cotti e surgelati in tempi rapidissimi, per preservarne gusto e freschezza, e distribuiti poi in tutto il mondo. Il Pastificio Zini impronta i propri processi produttivi all'innovazione tecnologica e alla costante ricerca della qualità, garantita nel rispetto del contesto ambientale e sociale in cui opera.

*Veduta esterna della sede  
di Cesano Boscone.*

**16.000 MQ INSEDIAMENTO ZINI**  
**8.000 MQ PASTIFICIO**  
**5.000 MQ NUOVE AREE DI PRODUZIONE**



# LA NOSTRA VISIONE

Siamo pastai italiani, radicati nella tradizione che tramandiamo di generazione in generazione.

Siamo innovatori da sempre e lo saremo sempre.

Per rendere sempre più fruibili in tutto il mondo, in tutte le situazioni, pasta e altre specialità a base di cereali italiani dalle comprovate qualità sensoriali e nutrizionali.

Per ridurre l'impatto ambientale della filiera di cui facciamo parte.

Per migliorare l'alimentazione delle persone.

## VALORI CONDIVISI

### PEOPLE

Il rispetto per le persone è il nostro primo valore. Le persone sono la forza della nostra impresa. La cultura aziendale si fonda su valori condivisi, che sono alla base di tutte le relazioni, sia all'interno dell'azienda sia nei confronti dei nostri stakeholder.



### PLANET

Investiamo continuamente per ricercare soluzioni in grado di conciliare l'efficienza produttiva, la qualità dei prodotti e l'attenzione per l'ambiente. La nostra azienda si fonda su politiche che tutelano l'ambiente e che coinvolgono tutti gli stakeholder in una gestione responsabile delle risorse.



### PROSPERITY

Riteniamo fondamentale coniugare l'innovazione con la tradizione e la passione che da sempre guidano il nostro lavoro. Vogliamo esportare nel mondo il valore della cultura culinaria italiana che i nostri prodotti rappresentano.



## UNA FILIERA RESPONSABILE, GARANZIA DI SICUREZZA E QUALITÀ

SHELF LIFE FINO A 24 MESI, FACILE DOSAGGIO. CONTRIBUIAMO ALLA RIDUZIONE DEGLI SPRECHI ALIMENTARI.

IMPASTI **100%** ITALIANI. SEMOLA DI GRANO DURO E UOVA FRESCHE DI GALLINA ALLEVATE A TERRA.



OLTRE IL **95%** DI ACQUA DI COTTURA IN MENO. PERMETTIAMO UN NOTEVOLE RISPARMIO IDRICO IN FASE DI CONSUMO.

IL FREDDO COME UNICO CONSERVANTE. PRESERVIAMO LA FRESCHEZZA DEL PRODOTTO APPENA FATTO.

\*Fonte: From Farm to Fork Strategy

## UN MANAGEMENT AL FEMMINILE

All'interno del Pastificio Zini il 60% dei responsabili di funzione è donna: sei donne, sei personalità totalmente diverse, sei ruoli chiave. Il Pastificio Zini rappresenta quindi un esempio virtuoso in controtendenza rispetto alla media europea, dove la percentuale di donne ai vertici delle aziende è ancora estremamente bassa, come riporta il report Gender Diversity Index 2021 presentato dall'associazione European Women on Boards.

Una delle sei donne-manager Zini è dal 2021 anche membro del CDA.

Le figure ricoperte rivestono le funzioni chiave dell'azienda: Direttore Commerciale, Direttore Amministrazione e Finanza, HSE Manager, Direttore Marketing, R&D Manager, Responsabile Assicurazione Qualità.



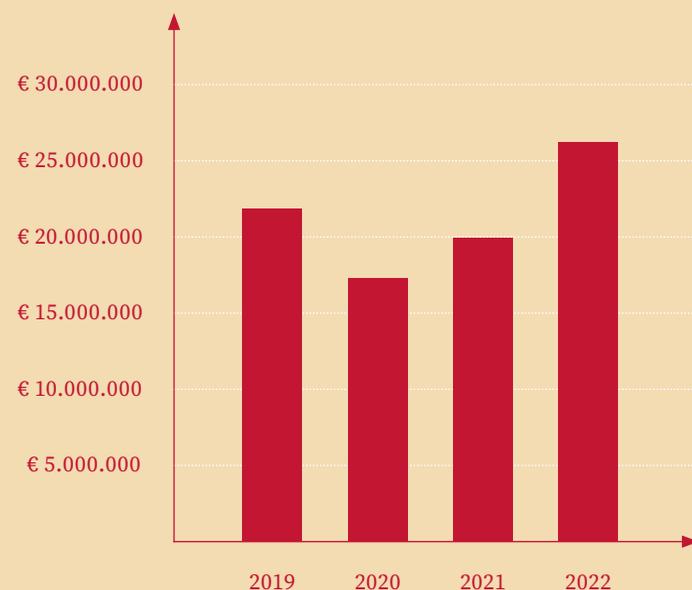
*A. Errante, Marketing Director  
M. Vezzani, CEO  
L. Giorgetti, Sales Director*



## LA NOSTRA GOVERNANCE

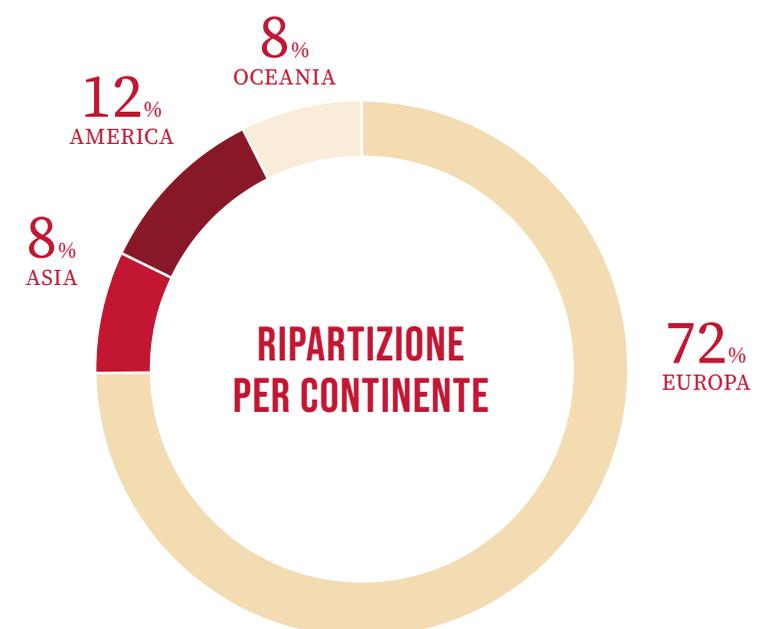


# IL FATTURATO



## IL FATTURATO PER IL 2022 È PARI A € 27.000.000

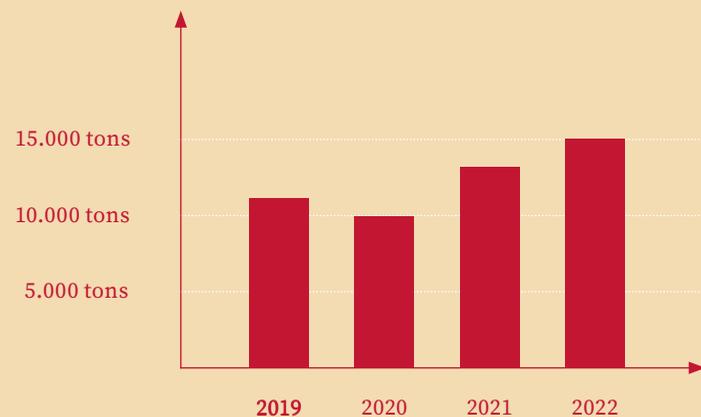
Nonostante la flessione dovuta alla riduzione degli ordini nel settore della ristorazione associata al periodo di lockdown (marzo-settembre 2020), nel 2021 il valore del fatturato si attesta su valori paragonabili a quelli del 2019 antecedenti l'emergenza sanitaria. Ancora più significativa la ripresa registrata dall'azienda nel 2022.





*Reparto produzione  
del Pastificio Zini.*

# I VOLUMI



LA QUANTITÀ PRODOTTA NEL 2022 È PARI A 15.000 TONS

40 BIO  
100 VEGETARIANE

400+ REFERENZE  
di cui

100 VEGANE  
10 SENZA GLUTINE

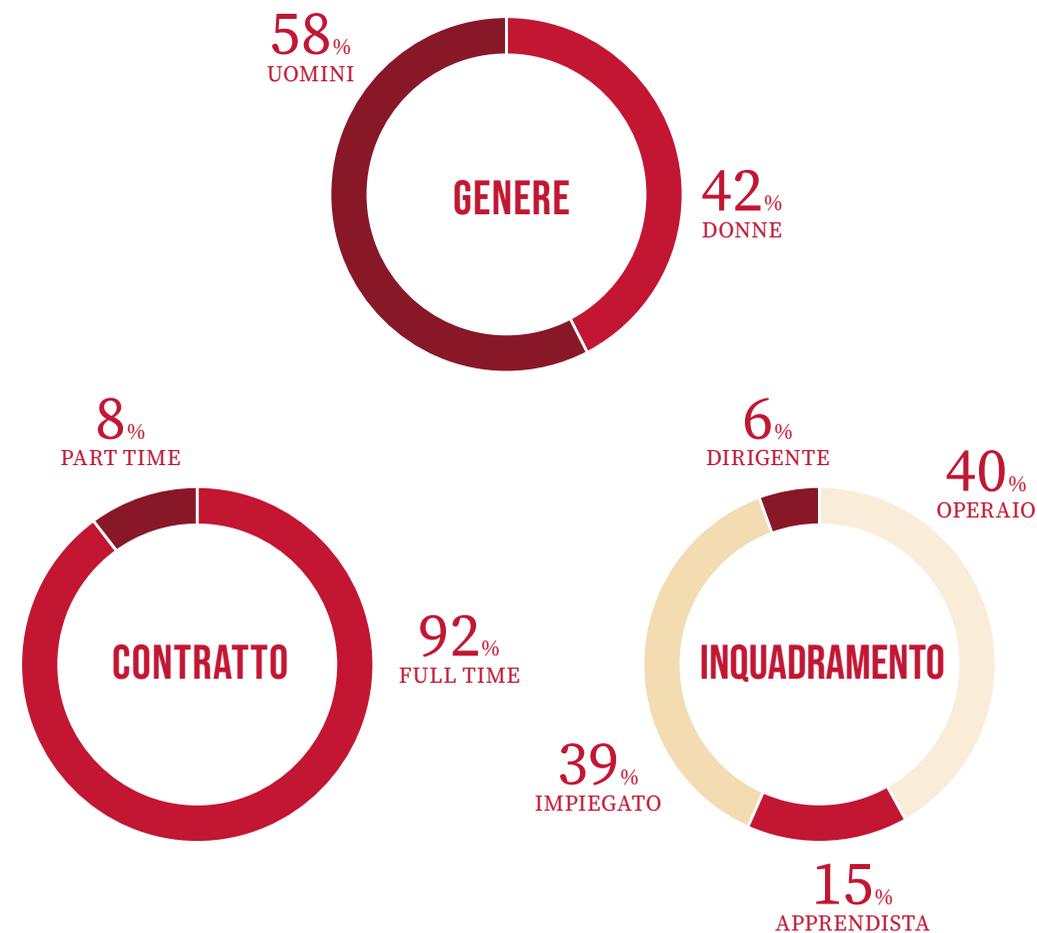
1.865.000 PASTI\* SERVITI ALLE MENSE DI MILANO NEL 2022

Dal 2015 Zini si aggiudica l'appalto di Milano Ristorazione per la fornitura di pasta fresca e gnocchi grazie al soddisfacimento dei requisiti di qualità e sicurezza dei prodotti offerti.



\*Il dato è stato calcolato su una media di 5 pasti per ogni chilo di prodotto.

AL 31 DICEMBRE 2022 IL CAPITALE UMANO DELL'AZIENDA È FORMATO DA 66 DIPENDENTI



95% DEI DIPENDENTI SONO ASSUNTI A TEMPO INDETERMINATO

DIPENDENTI PER ETÀ

Età	18 - 35	36 - 50	over 50
Dip.	26	20	20

DIPENDENTI PER ANZIANITÀ LAVORATIVA

Età	0 - 5	6 - 10	11 - 20	20+
Dip.	33	13	10	10



Ho iniziato a lavorare per Zini nel 1979, all'età di 16 anni. Lavoravo in produzione, mi occupavo dei ripieni dei ravioli. Posso dire di aver visto l'azienda crescere con i miei occhi, a partire dagli sviluppi tecnologici in produzione: la conversione della mia attività da manuale ad automatizzata ha facilitato di gran lunga il mio lavoro. Se ho mai pensato di cambiare azienda?

No, mai. Mi sono sempre trovata bene.

Ho assistito al passaggio generazionale dell'azienda di padre in figlio e di entrambi ho apprezzato la serietà, la disponibilità e l'umanità. Se avevo qualche richiesta o osservazione da fare, venivo sempre ascoltata.

La sincerità è un tratto distintivo della mia personalità e, se devo essere sincera, mi manca il mio lavoro. Vorrei essere lì per vedere le evoluzioni, i cambiamenti, le novità.

*S. Liotti,  
ha lavorato in Zini per 42 anni*



## I NOSTRI PILASTRI

Da sempre attenta alla sostenibilità ambientale e sociale, Zini concretizza il suo impegno in:

01/ **QUALITÀ E INNOVAZIONE**

02/ **AMBIENTE**

03/ **PERSONE**

04/ **COMUNITÀ**



01/  
**QUALITÀ E  
INNOVAZIONE**

“

Pochi ingredienti e di qualità. Questo è il segreto delle nostre produzioni. Grazie alla nostra tecnologia esclusiva preserviamo la genuinità della pasta fresca, garantendo al contempo la comodità e praticità di consumo. Quello della Ricerca e Sviluppo è un lavoro costante e di squadra, volto non solo a soddisfare le esigenze del cliente ma anche a rispondere alle sfide ambientali che l'attualità ci pone dinnanzi.

S. Contiero,  
R&D | Innovation Manager

”



## PROCESSI INNOVATIVI, PRODOTTI GENUINI



### NESSUNA PASTORIZZAZIONE A VAPORE

Zini produce, cuoce in acqua e surgela i suoi prodotti in tempi rapidissimi, evitando quindi di ricorrere ai processi di conservazione, come la pastorizzazione a vapore e il confezionamento in atmosfera protettiva. **L'utilizzo del freddo come unico alleato** per la conservazione dei prodotti permette di preservare le proprietà sensoriali e nutrizionali della pasta fresca.

### IL NOSTRO IMPEGNO

- Prediligere materie prime di **origine italiana**, fatta eccezione per gli ingredienti tipici di altri paesi (come ad esempio salmone scozzese/norvegese, astice americano, avocado).
- Mantenere **etichette corte e pulite**, senza conservanti né additivi, utilizzando solo gli ingredienti che servono.
- Garantire **elevati livelli nutrizionali** dei prodotti.
- Assicurare **alti standard di qualità e sicurezza** delle materie prime e del prodotto finito.

### SAP: NUOVO SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO

Zini ha deciso di affidare l'organizzazione dei propri processi aziendali al software SAP, un **sistema di gestione dati centralizzato** indispensabile per la Supply Chain. A partire dal GoLive del 10 gennaio 2022, tutte le divisioni aziendali sono state collegate su un'unica piattaforma digitale, mettendo quindi a disposizione di tutti i reparti un'unica fonte di informazioni.

Il software SAP S/4HANA permette di **monitorare la tracciabilità** della produzione, oltre ad apportare numerosi vantaggi dal punto di vista gestionale, come l'ottimizzazione dello stock. Ciò significa che le scorte vengono gestite in base a un programma di produzione «intelligente», che consente di **evitare sprechi dovuti alla sovrapproduzione**.



## RICERCA E SVILUPPO DI NUOVE RICETTE

L'innovazione coinvolge non solo l'area Ricerca e Sviluppo ma anche la divisione Marketing e l'Ufficio Acquisti. **Un nuovo prodotto**, prima di essere lanciato, oltre a dover rispettare requisiti organolettici e di realizzabilità industriale, **deve sempre mantenersi coerente con la vision e i valori dell'azienda**.

Nell'ambito della Ricerca e Sviluppo le competenze tecnico-scientifiche del Responsabile R&D vengono integrate con la cultura culinaria dell'Executive Chef, una nuova figura aziendale inserita nel 2021.

Le fasi principali che guidano il **processo di Ricerca e Sviluppo** sono:

- Miglioramento delle ricette preesistenti. Ricerche di mercato per lo sviluppo di nuovi prodotti.
- Ricerca di materie prime innovative.
- Prototipizzazione del nuovo prodotto su piccola scala in laboratorio e produzione di piccoli lotti.
- Valutazione della fattibilità tecnologica e controllo di standardizzazione del processo, per realizzare prodotti che mantengano le stesse caratteristiche e comportamento in fase di rigenerazione.
- Valutazione delle prestazioni culinarie e caratteristiche sensoriali del prodotto Factory Kitchen interna aziendale.



*Gnocchi 100% vegetali, Gnocchi di patate dolci*



*Dolci Sorrisi® fragoline e zenzero*



*Regali® gorgonzola DOP dolce e noci*



*Fusilloni di farro integrale Bio*

## CENTRALITÀ DEL CLIENTE, PER IL BENESSERE DELLE PERSONE

Zini ha scelto di puntare sull'innovazione e la diversificazione dell'offerta, per andare incontro a chi ha esigenze dietetiche particolari oppure desidera semplicemente adottare abitudini alimentari più sane.

In gamma è presente un vasto assortimento di prodotti vegetariani e vegani. Tra questi, la più importante innovazione è rappresentata dagli Gnocchi 100% vegetali senza patate nell'impasto, a basso indice glicemico e realizzati con soli tre ingredienti: verdura, semola di grano duro e un pizzico di sale.

Zini propone, inoltre, una linea di prodotti integrali, ricchi di fibre. Su commessa realizza anche produzioni Kosher per rispondere a esigenze di carattere religioso, etico e culturale.



# SOLO PRODOTTI SICURI E DI QUALITÀ



*V. Bogo, Quality Assurance Manager, nel Laboratorio di analisi interno per la sicurezza alimentare del Pastificio Zini di Cesano Boscone.*



## LE NOSTRE CERTIFICAZIONI DI PRODOTTO

Nel 2010 è stata presentata una linea di **prodotti certificati biologici**, ottenuti senza l'impiego di fertilizzanti, diserbanti, conservanti chimici o sostanze medicinali. L'introduzione del biologico è avvenuta nel rispetto della sostenibilità economica: ai prodotti bio è stato assegnato un giusto prezzo, con un gap verso il prodotto convenzionale di circa il 25%, più contenuto rispetto

alla media di mercato.

La scelta del Pastificio Zini di realizzare prodotti biologici è in linea con quanto stabilito dal Green Deal europeo che si pone, tra gli altri, l'obiettivo di stimolare la produzione e il consumo di prodotti biologici, per arrivare entro il 2030 a destinare il 25% dei terreni agricoli all'agricoltura biologica.



Per Zini la qualità è priorità assoluta, per questo l'azienda si impegna a garantire il rispetto dei requisiti di salute e sicurezza in ogni fase del processo, svolgendo controlli e analisi a partire dalle materie prime fino al prodotto finito. L'attenzione nei confronti del consumatore inizia con i controlli delle materie prime e la qualifica dei fornitori.

Oltre a garantire la conformità delle materie prime in ingresso, Zini assicura il continuo controllo in fase di produzione. A tale scopo, nel 2022 sono state introdotte tre figure professionali dedicate a questa specifica attività, in un contesto di ampliamento del Gruppo Qualità che oggi copre il 12% del personale. Zini dispone di un laboratorio di analisi interno, in cui **ogni giorno vengono svolti test per verificare la conformità di ogni singolo lotto** ai requisiti di legge e agli standard aziendali. Si rivolge invece a laboratori esterni certificati per la verifica del rispetto dei parametri microbiologici, fisici e chimici che rientrano nel piano di auto-controllo annuale.

Ogni mese, inoltre, vengono effettuate verifiche interne documentate, che spaziano dal controllo delle linee al rispetto del regolamento da parte del personale, alla conformità dell'ambiente di lavoro.

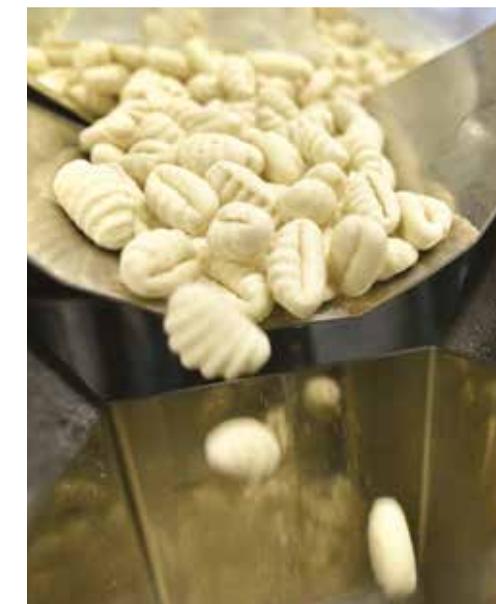
Nel 2022 sono state effettuate:

**9.000** ANALISI INTERNE  
**400** ANALISI ESTERNE

## LE NOSTRE CERTIFICAZIONI PER LA SICUREZZA ALIMENTARE

**IFS** International Food Standard e **BRC** Global Standard for Food Safety sono due standard privati di sicurezza alimentare. Entrambi gli standard sono riconosciuti dal Global Food Safety Initiative (GFSI), un'organizzazione internazionale che ha lo scopo di rafforzare e promuovere la sicurezza alimentare lungo tutta la catena di fornitura.

Per ottenere la certificazione IFS e BRC è richiesto da parte dell'azienda il soddisfacimento di numerosi requisiti (circa 300 per ognuno), riconducibili a quattro elementi chiave: impegno della direzione nella gestione della sicurezza alimentare come parte integrante della politica aziendale, sistema di gestione della qualità, piano di sicurezza alimentare e gestione dei prerequisiti, ovvero quelle attività trasversali al processo atte a garantire le condizioni igieniche e di sicurezza idonee alla produzione di alimenti sicuri.



## I NOSTRI PROGETTI A CHILOMETRO ZERO



**Risidoro®** è un'innovazione di prodotto presentata nel 2015 da Zini per preparare in meno di due minuti un risotto o qualsiasi altra preparazione a base di riso. Cotto e poi surgelato chicco per chicco, è un prodotto che soddisfa i requisiti di praticità e di qualità. Risidoro® è infatti realizzato con **riso di qualità superiore di varietà Carnaroli** coltivato dalle aziende del Distretto Rurale Riso e Rane, situato nel **Parco Agricolo Sud Milano** e in parte nel Parco lombardo Valle del Ticino, in un territorio in cui la coltivazione del riso assume importanza economica, culturale, paesaggistica e ambientale.

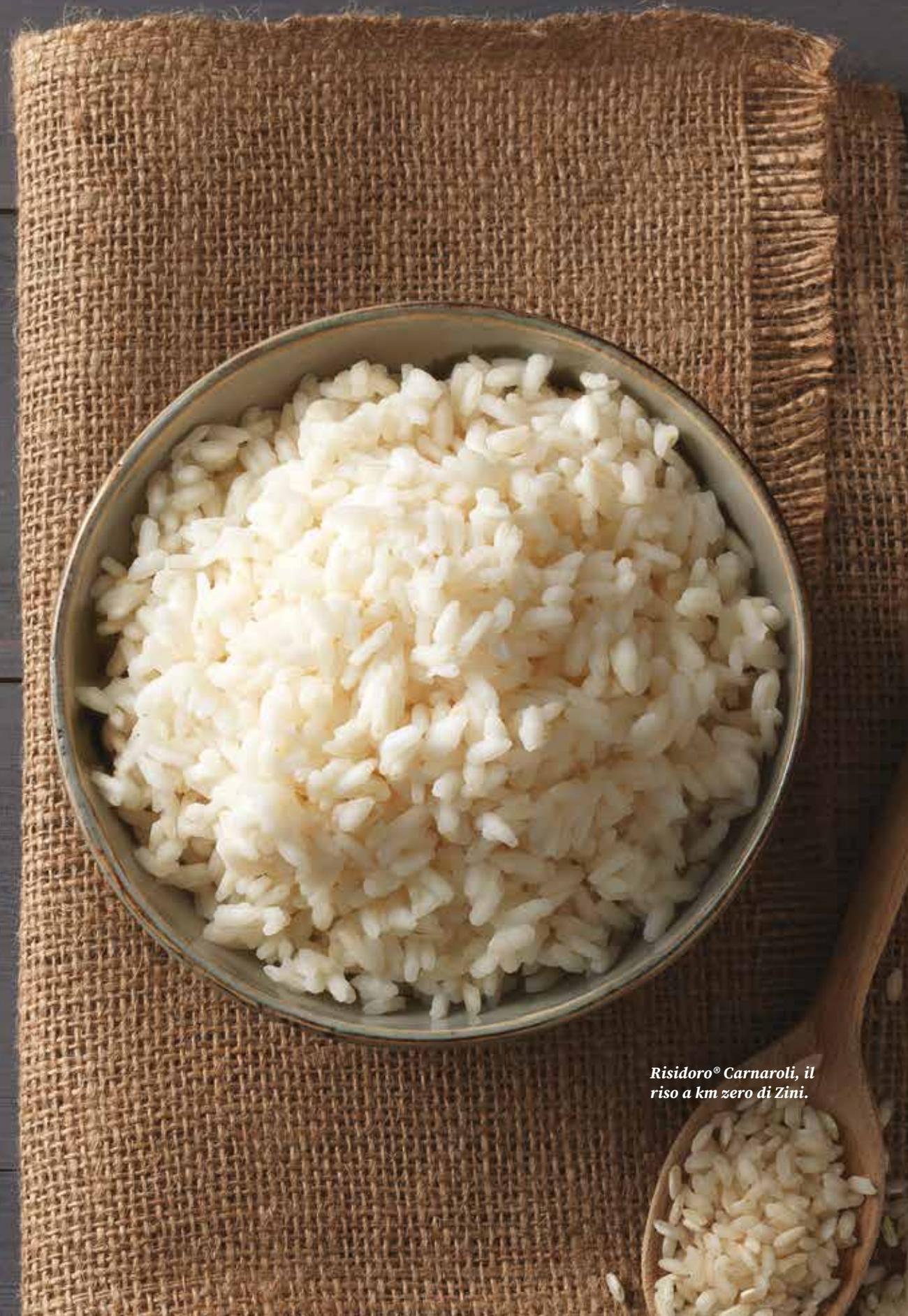
Le aziende coinvolte, che si trovano entro un raggio di 15 km dal Pastificio Zini, coltivano riso di varietà 100% Carnaroli, garantita dall'impiego di **semi certificate**, dall'**analisi del DNA** e dalla **tracciabilità** dei prodotti (per ogni lotto di riso sono sempre indicati il comune e l'azienda che lo ha coltivato).

Oltre al riso, il Distretto Riso e Rane nel 2022 ha fornito al Pastificio Zini mais per la produzione di **stick di polenta** surgelati. In collaborazione con l'Università, il **mais a km zero** è stato trasformato in una farina rustica con una granulometria ottimale per il rispetto delle caratteristiche organolettiche e di rigenerazione del prodotto finito.

Si tratta di due progetti all'insegna della valorizzazione del territorio e delle sue **produzioni tipiche**, che rappresentano un valore aggiunto per il Pastificio Zini e per i suoi prodotti.



*Campo di mais, Cusago (MI)*



*Risidoro® Carnaroli, il riso a km zero di Zini.*

Gennaio 2021, inizia il Progetto  
a km0 Grano Antico Senatore Cappelli.



**BUONO PER L'AMBIENTE,  
BUONO PER TUTTI**

Il Progetto km0 Grano Antico Senatore Cappelli è un'iniziativa di filiera controllata e **totalmente sostenibile** di cui Zini segue ogni singola fase, a partire dall'acquisto delle sementi. Il progetto è stato avviato nel 2021 e si è ripetuto nel 2022.

Il **Grano Antico Senatore Cappelli** ha ottime caratteristiche di gusto e digeribilità, livelli di glutine inferiori rispetto al frumento tradizionale e un elevato contenuto di flavonoidi e antiossidanti. Insieme a Zini, a credere nel Progetto Senatore Cappelli è stata l'Azienda Agricola Dornetti di Cesano Boscone. Antonio Dornetti, proprietario dell'azienda, ha destinato alla coltivazione di questa varietà di grano fino a **19 ettari** di terreno.



I campi, che si trovano **proprio alle spalle del Pastificio Zini**, sono stati seminati per la prima volta a gennaio 2021. Nel mese di luglio, quando il frumento era pronto per essere raccolto, sono stati invitati ad assistere alla mietitura e spigatura del grano i bambini di Cesano Boscone.



Il grano raccolto, trasformato in **semola di grano duro** e impastato con solamente acqua e un pizzico di sale, è così diventato l'ingrediente principe della linea di **Gnocchetti Grano Antico Senatore Cappelli**, un prodotto a basso indice glicemico per l'assenza di patate.



Una produzione in cui la sostenibilità è centrale in ogni sua fase, incluso il confezionamento. I prodotti, infatti, vengono venduti in **imballi compostabili**.

“

La nostra idea nasce da un momento di riflessione: cercando nella crisi un'opportunità, abbiamo voluto ripensare la produzione valorizzando il più possibile il nostro territorio. Lo abbiamo fatto costruendo una vera e propria rete con le aziende vicine, specializzate ognuna in una diversa attività, e dando vita a progetti in cui ciascuno è attore e quindi coinvolto in prima persona. È questo per noi il giusto modo per ripartire.

M. Vezzani, CEO  
25 settembre 2021

”

## GRANO DURO 100% ITALIANO

Storicamente Zini impiega per la realizzazione dei propri prodotti solo semola di grano duro, dalle ottime prestazioni tecnologiche e tenuta in cottura, e dal caratteristico colore ambrato con-

ferito dall'elevato contenuto di carotenoidi. La **semola di grano duro**, accuratamente selezionata dal Pastificio Zini, è di origine **100% italiana**.

Progetto  
2023



+



## UN PROGETTO DI FILIERA PER UN BENEFICIO COMUNE

Il Pastificio Zini e Molitoria Umbra hanno messo le basi per un accordo pluriennale finalizzato alla fornitura di semola di grano duro da filiera certificata secondo il sistema di rintracciabilità agroalimentare in accordo alla norma UNI EN ISO 22005:2008. Si tratta di un **progetto di filiera**, nato dall'esigenza di **fare rete** per rispondere alle sempre più ricorrenti fluttuazioni di mercato e ai fenomeni speculativi. In questo modo viene garantita una più **equa distribuzione del valore lungo la filiera** per tutelare tutti i suoi attori, dagli agricoltori ai consumatori finali. Inoltre, la scelta di affidarsi a Molitoria Umbra come unico fornitore di semola di grano duro permette di minimizzare gli impatti ambientali della logistica. La semola proviene, infatti, esclusivamente da due regioni del centro Italia: Umbria e Toscana.



# OBIETTIVI 2023/24

INNOVAZIONE

- 01/ Lanciare nuovi prodotti, con attenzione alla sostenibilità delle materie prime.
- 02/ Innovazione tecnologica, per rendere i processi sempre più sostenibili.

QUALITÀ

- 03/ Mantenere elevati punteggi delle certificazioni BRC e IFS.
- 04/ Migliorare il profilo nutrizionale dei prodotti, utilizzando materie prime alternative (farine di legumi e farine integrali) e limitando il contenuto di grassi.

FILIERA CORTA

- 05/ Riconfermare il Progetto Senatore Cappelli, ampliando gli appezzamenti e diversificando la produzione finale.
- 06/ Estendere le coltivazioni a km zero nel Comune di Milano anche ad altri cereali e altre materie prime.



## 02/ AMBIENTE

“

Il percorso verso la sostenibilità ambientale non è privo di ostacoli. La strada da fare verso la transizione ecologica è ancora lunga, ma stiamo procedendo nella giusta direzione. Il nostro impegno è concreto: monitoriamo le nostre azioni di riduzione degli impatti ambientali e progettiamo investimenti sostenibili per raggiungere obiettivi ambiziosi.

*R. Franchi,  
HSE Manager*

”



Gennaio 2021, nasce la collaborazione tra Zini e Azienda Agricola Dornetti.



## I RICONOSCIMENTI

Il Pastificio Zini si aggiudica il “**Premio Nazionale Ambiente 2020-2021**” in occasione della ventiduesima edizione del convegno annuale indetto dal Club Giuristi dell’Ambiente tenutasi il 25 settembre 2021 a Cesano Boscone.

Il premio è stato assegnato all’azienda «per aver saputo interpretare con successo i principi della **green economy** e per aver reso il principio “nessuno spreco” la filosofia aziendale».



Crescita rigogliosa del Grano Antico Senatore Cappelli, maggio 2021.

## LE NOSTRE SCELTE ECOSOSTENIBILI



### PAVIMENTAZIONE IN BAMBOO

Nell'ambito della ristrutturazione della storica palazzina Uffici, nel 2021 Zini ha fatto installare una pavimentazione in bamboo, soluzione suggerita dall'azienda Vanity Floor Srl. La specie di bamboo utilizzata è la *Phyllostachys Edulis*, scelta per la sua straordinaria rapidità nella crescita: può crescere di 80 cm in una notte e raggiungere i 20 metri di altezza. Considerando che il comune legno ha un ciclo di crescita che va dai 30 ai 70 anni, aver preferito un parquet in bamboo a uno tradizionale rappresenta una scelta rispettosa per l'ambiente.

### POLITICA PAPER-FREE

Zini si impegna a minimizzare il più possibile la comunicazione cartacea, ridisegnando i processi aziendali in formato digitale. La stessa attenzione è riservata alla fruizione digitale dei documenti e biglietti da visita, limitando così la stampa degli stessi.

### GADGET ECOLOGICI AZIENDALI

Zini propone ai propri clienti gadget ecologici. Dopo le iconiche matite Sprout da piantare una volta consumate, Zini ha realizzato dei braccialetti in plastica riciclata dalle corsie dismesse delle piscine. I braccialetti, proposti dall'azienda Ossidabile Srl, sono frutto di un progetto innovativo che si pone l'obiettivo di trasformare un problema globale in una vittoria.



### BORRACCE PLASTIC-FREE PER I DIPENDENTI

A tutti i dipendenti sono state distribuite borracce plastic-free, che possono riempire rifornendosi da uno dei cinque erogatori automatici di acqua a disposizione in azienda, installati in punti strategici facilmente raggiungibili.

## SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE CERTIFICATO

Il 14 novembre 2021 all'azienda è stata rilasciata la **certificazione UNI EN ISO 14001:2015**, una norma internazionale volontaria che certifica il **sistema di gestione ambientale** di un'organizzazione. Il sistema di gestione conforme alla ISO 14001 comprende un'analisi ambientale e la definizione dei relativi obiettivi da perseguire durante l'anno.



#### I vantaggi:

- Identificazione di opportunità di miglioramento dei prodotti, dei servizi e gestione del sistema ambientale dell'azienda nel suo insieme.
- Rafforzamento della politica ambientale dell'azienda.
- Creazione di valore aziendale.
- Monitoraggio delle prestazioni e degli impatti ambientali.
- Supporto nelle scelte di investimento.
- Strumento da consultare in caso di emergenza ambientale.

## VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI

Zini, con l'intento di estendere il proprio impegno verso il rispetto dell'ambiente anche agli altri soggetti della filiera, nel processo di **selezione dei propri fornitori** valuta non solo la **qualità** delle materie prime ma anche gli impatti ambientali associati alle loro produzioni.

Allo stesso modo, anche per i partner commerciali viene indagata la modalità di gestione delle tematiche ambientali. Zini chiede quindi ai propri fornitori e partner commerciali di compilare un questionario, in cui è richiesto lo stato di avanzamento delle attività, in essere o di futura implementazione, in tema di gestione degli impatti ambientali.

In particolare, sono oggetto di valutazione i seguenti aspetti:

- Certificazione ambientale ISO 14001.
- Conformità normativa ambientale.
- Riduzione utilizzo risorse energetiche e idriche.
- Riduzione rifiuti.
- Riduzione impatto dei trasporti.
- Riduzione impatto degli imballi.
- Utilizzo di materie prime provenienti da filiere ecosostenibili.

	2021	2022
Proporzione di spesa verso fornitori locali (Italia)	93%	95%

*Campo di grano coltivato a grano  
antico Senatore Cappelli, alle  
spalle dello stabilimento Zini di  
Cesano Boscone.*



## RIDUZIONE EMISSIONI E CONSUMO DI ENERGIA

### COGENERATORE

Il Pastificio Zini ha investito in un impianto cogenerativo per produrre allo stesso tempo energia elettrica ed energia termica, entrambe indispensabili per l'attività produttiva. Sfruttando e recuperando il calore disperso sotto forma di vapore, dall'impianto di produzione di energia elettrica la cogenerazione garantisce un **minor consumo di combustibile e quindi un risparmio energetico**, che si traduce in minori costi e minor impatto ambientale. L'impianto è stato collaudato a febbraio 2021 ed è stato in esercizio a consuntivo 2022 per oltre 10.000 ore. Paradossalmente nell'ultimo anno, a causa dei costi del gas schizzati alle stelle, Zini si è trovata costretta a spegnere il cogeneratore a causa dell'insufficiente beneficio in termini energetici.



### ILLUMINAZIONE LED

Al fine di ridurre i consumi energetici, sono state installate lampade LED di ultima generazione a basso consumo non solo negli uffici, ma anche nell'area produttiva, nel magazzino e nell'area esterna.

La soluzione illuminotecnica offerta da Aura Light Srl ha previsto la sostituzione dei prodotti in uso con apparecchi LED di ultima generazione ed è per Zini **un ulteriore passo avanti per diventare un'azienda 4.0.**

### EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Nell'ambito della **ristrutturazione della storica Palazzina Uffici**, Zini ha promosso un progetto di efficientamento energetico della propria sede, installando pannelli isolanti sulle facciate dell'edificio e un impianto di climatizzazione in pompa di calore ad alta efficienza.

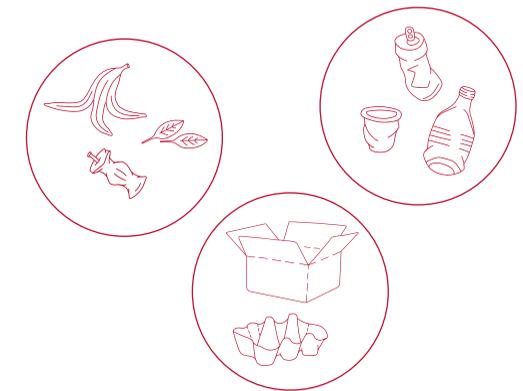
### FLOTTA AZIENDALE DI AUTO IBRIDE

L'intera flotta auto aziendale è stata convertita in **vetture ibride a ridotta emissione di CO2** e bassissimo rilascio di particelle PM nell'aria.

## GESTIONE DEI RIFIUTI

### ECONOMIA CIRCOLARE

Secondo quanto stabilito dal proprio sistema di gestione aziendale, Zini si impegna a **minimizzare gli scarti** derivanti dalle proprie attività produttive. In ottica di economia circolare, gli sfridi -ovvero i ritagli- di pasta vengono recuperati per essere reimpastati e riformati. L'inevitabile quota parte di sfridi non recuperabili viene conferita quale sottoprodotto di produzione ad aziende partner per la produzione di biometano.



### SMALTIMENTO DEI RIFIUTI

Nell'ambito della procedura interna di gestione dei rifiuti, Zini si impegna a effettuare un corretto smaltimento. Vengono adibite apposite aree alla raccolta differenziata dei rifiuti urbani e al deposito temporaneo dei rifiuti speciali. I rifiuti urbani vengono raccolti in «isole ecologiche» per poi essere destinati alla raccolta differenziata. La **raccolta differenziata** viene praticata anche all'interno della Palazzina Uffici dell'azienda, per la quale sono stati disposti appositi cestini.

I rifiuti generati dall'azienda sono principalmente di tipo non pericoloso e comprendono materiali di imballaggio (plastica e carta), rifiuti prodotti dall'attività di lavorazione alimentare e rifiuti derivanti da attività ausiliarie.

Zini è in fase di transizione del gestore del ritiro dei rifiuti, tramite un contratto di fornitura di servizi di raccolta, smaltimento e intermediazione rifiuti con un'azienda esterna. Il nuovo assetto prevede, tra i vari servizi, la presenza di un compattatore per carta e cartone, con ritiro effettuato direttamente da una cartiera.

### ETICHETTATURA AMBIENTALE

La corretta gestione dei rifiuti viene garantita non solo in azienda ma anche a livello di utente finale (Retail e Horeca), grazie all'etichettatura ambientale presente sugli imballaggi. La scelta di Zini è quella di confezionare tutti i prodotti in modo che le informazioni obbligatorie figurino sull'imballaggio primario. Dal 2021 il Pastificio Zini è conforme ai recenti aggiornamenti normativi in tema di etichettatura ambientale: su ogni confezione sono presentate ai consumatori le **informazioni sulle destinazioni finali degli imballaggi**.



## PACKAGING

### PRIMA AZIENDA DEL SETTORE AD INSERIRE SUL MERCATO L'INTERA GAMMA DI PRODOTTI IN CONFEZIONI 100% COMPOSTABILI

Nel 2021 Zini ha intrapreso un percorso di sostituzione integrale dei materiali degli imballaggi dei prodotti con materiali biodegradabili (certificati TUV Austria) da smaltire direttamente nell'organico. Una scelta dettata dalla volontà dell'azienda di **ridurre l'impatto ambientale** dei materiali di imballaggio di origine fossile.

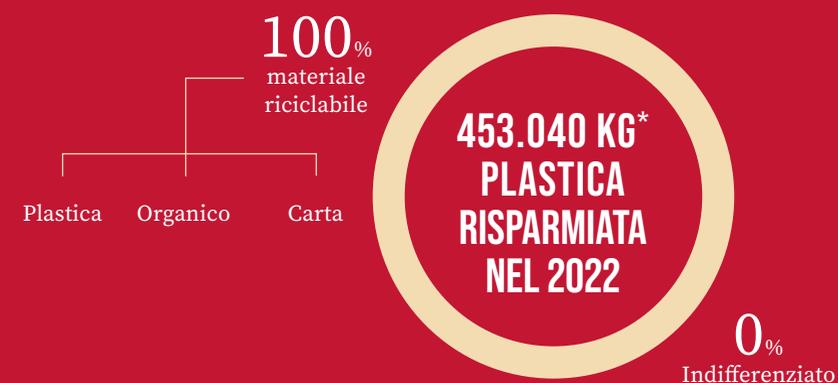
### TUTTI I NOSTRI MATERIALI DI IMBALLAGGIO SONO 100% RICICLABILI

A causa dell'attuale situazione fuori controllo dei costi dei polimeri biodegradabili, l'azienda ha mantenuto le confezioni compostabili per le linee Milano, Emilia, Smart e Bio e ha introdotto parallelamente delle confezioni **monomateriale in plastica 100% riciclabile**.

### UTILIZZO DI MATERIALE DI IMBALLAGGIO RICICLATO

Zini ricerca continuamente nuove soluzioni per ridurre l'impatto ambientale anche nelle scelte dei materiali di confezionamento, seguendo l'evoluzione del settore sullo scenario nazionale ed europeo. L'utilizzo di materiale riciclato rappresenta una soluzione in tal senso. Gli imballi secondari sono composti per almeno il 90% da carte riciclate, mentre per gli imballi primari è stata più volte valutata l'ipotesi di sostituire la plastica con plastica riciclata.

Questa opzione non è stata attuata per via della normativa nazionale vigente che vieta l'utilizzo della plastica riciclata per gli imballaggi alimentari. Una novità in questo senso è rappresentata dal nuovo regolamento UE 2022/1616, che consente ai produttori di alimenti di usare più plastica riciclata negli imballaggi alimentari. In Italia, tuttavia, subentra il DM 21.03.73 che all'articolo 13 sancisce il divieto di usare plastiche riciclate per produrre imballaggi per alimenti in plastica tranne per due casi: bottiglie d'acqua e cassette per l'ortofrutta. Ad ogni modo guardiamo al futuro con ottimismo, per **puntare all'economia circolare anche nel settore del packaging**.



\*Dato calcolato su una busta media da 1 kg di prodotto.

Progetto  
2023

## INSTALLAZIONE DELL'IMPIANTO FOTVOLTAICO

Il progetto, rimandato per il 2023 a causa dell'attuale crisi energetica, vedrà la realizzazione di un impianto fotovoltaico sulla copertura dell'edificio industriale esistente e che ospita l'attività di Zini. La superficie totale della copertura è pari a 2.909 mq dei quali 2.237 saranno occupati dal nuovo impianto fotovoltaico.

La produzione media annua di energia, pari a Eta 602,496 kWh/annuo, sarà utilizzata nella misura dell'80% in autoconsumo, e la parte eccedente sarà ceduta alla rete.



■ Sviluppi e installazioni 2022

■ Progetto fotovoltaico 2023

# OBIETTIVI 2023

- GESTIONE AMBIENTALE
- 01/ Efficientamento della comunicazione interna ed esterna circa il sistema di gestione ambientale.
  - 02/ Formazione del personale per sensibilizzare i dipendenti in tema ambiente.
  - 03/ Monitorare lo stato di avanzamento delle azioni riguardanti la gestione ambientale.
  - 04/ Impegnarsi nell'aggiornamento in tema ambiente, partecipando a webinar, convegni e consultando materiale bibliografico, per improntare la propria politica aziendale in ottica di sostenibilità ambientale.
- ENERGIA
- 05/ Investimenti sostenibili 4.0 (fotovoltaico).
- PACKAGING
- 06/ Riduzione degli spessori del film monomateriale (< 20%).



03/  
PERSONE

“

Le persone sono il nostro motore, oltre ad essere i primi ambassador dell'azienda. È lavorare con colleghi che credono ogni giorno nella mission aziendale a fare la differenza e quando vedi quella luce negli occhi e quel commitment che ci accomuna, i risultati arrivano. Dobbiamo continuare a diffondere la cultura del dialogo e della condivisione per crescere come gruppo e per affrontare nuove ambiziose sfide.

A. Errante,  
Marketing Director

”



## I NOSTRI STAKEHOLDER

Per Zini è fondamentale la **condivisione dei valori** con tutti gli stakeholder, con i quali si impegna a instaurare e mantenere un rapporto di collaborazione duraturo attraverso diversi canali di comunicazione. Le principali categorie di portatori di interesse sono: fornitori, clienti, consu-

matori, dipendenti, collaboratori scientifici, enti e istituzioni. Mantenere vivo il rapporto con tutti questi attori permette di creare valore all'azienda e ai suoi prodotti lungo tutta la filiera.

STAKEHOLDER	MODALITA' DI COINVOLGIMENTO
FORNITORI	Indagine ambientale Visite in loco Sito internet dell'azienda
CLIENTI	Sito internet dell'azienda Social Network Piani di comunicazione Servizio clienti Gestione reclami Visite aziendali (Pastificio, Factory Kitchen) Fiere Somministrazione di questionari e misurazione del grado di soddisfazione
CONSUMATORI	Servizio clienti Gestione reclami Social Network
DIPENDENTI	Riunioni inter-funzionali Comunicati Stampa Annotazioni e avvisi in bacheca Servizio di mail
COLLABORATORI SCIENTIFICI	Convegni Riunioni Progetti di tesi
ENTI E ISTITUZIONI	Comunicati istituzionali Partecipazione ad eventi sul territorio e campagne di sensibilizzazione

## I NOSTRI FORNITORI

### LA QUALIFICA DEI FORNITORI

Per la qualifica dei fornitori viene seguita un'apposita procedura aziendale: i fornitori sono qualificati a inizio rapporto commerciale e la valutazione viene ripetuta trimestralmente per **monitorare le performance**. Nel processo di selezione, ai fornitori viene richiesto di aderire al Codice Etico dell'azienda e rispettare i suoi principi.

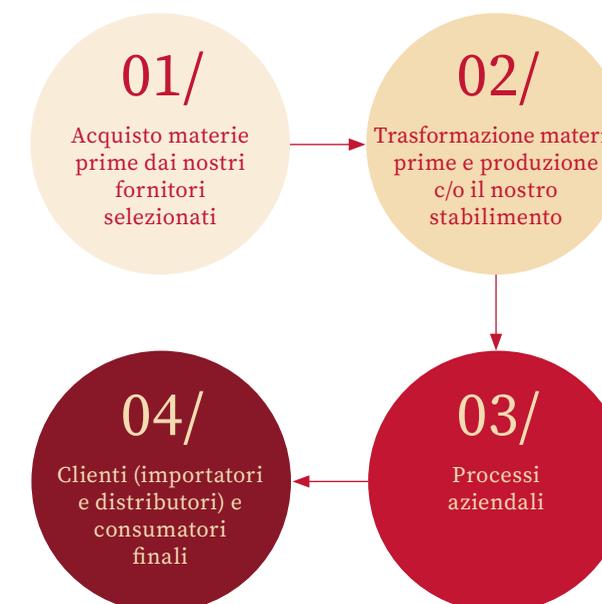
Nel caso di alcune materie prime agricole, prima della stipula del contratto, i collaboratori addetti al controllo qualità di Zini si recano sul campo per un audit di conformità ai parametri qualitativi richiesti.

### LA CREAZIONE DI VALORE PARTE DAI FORNITORI

Come sottolineato nei capitoli precedenti, Zini si impegna a reperire le materie prime da fornitori locali.

Considerata l'importanza primaria delle materie prime che vengono poi trasformate, Zini si avvale di fornitori competenti, con i quali vengono stipulati contratti che devono sempre basarsi su rapporti di estrema **chiarezza, reciproca lealtà, trasparenza e collaborazione**, così come stabilito dal Codice Etico dell'azienda.

### LE NOSTRE FASI DI CREAZIONE DEL VALORE



## I NOSTRI CLIENTI

### IL CLIENTE AL CENTRO

Il Pastificio Zini ha come obiettivo ultimo quello di **soddisfare le esigenze dei clienti**, nell'ottica di migliorare continuamente la qualità dei prodotti e dei servizi offerti. Nel rapporto coi clienti, l'attività di Zini è sempre improntata alla massima correttezza, trasparenza e collaborazione, nel pieno rispetto delle normative e delle funzioni istituzionali.

Avere clienti da tutto il mondo è una sfida difficile e ambiziosa: ogni cliente ha **richieste specifiche** che riflettono le differenti propensioni al consumo. Le richieste dei clienti sono eterogenee e spaziano dalla esigenza di elevati standard di qualità e sicurezza alla formulazione di prodotti con un ingrediente specifico o un formato particolare. Infatti, oltre alla gamma di prodotti a catalogo, Zini realizza dei **prodotti su commessa** personalizzati per il cliente.

Per garantire la massima soddisfazione la Direzione Commerciale dell'azienda mantiene un rapporto di collaborazione con i propri clienti durante l'intero periodo di fornitura. Ogni anno, inoltre, ai clienti viene somministrato un questionario di soddisfazione, che contempla tre ambiti di valutazione: la gestione dell'ordine (Back Office e presa in carico delle richieste), la logistica (efficienza del trasporto) e il marketing (comunicazione circa la gamma di prodotti, le novità, gli eventi, l'impegno aziendale).

A conferma del successo raggiunto dal Pastificio Zini negli anni nel saper rispondere alle esigenze dei propri clienti, vi è la sua posizione di **leadership nel settore di riferimento**.

### FIERE ED EVENTI

Zini prende parte a numerose fiere ed eventi che rappresentano un'occasione preziosa per poter **diffondere la propria cultura aziendale**, ovvero i principi fondamentali e i valori condivisi dai dipendenti dell'azienda. Durante le fiere i collaboratori di Zini dialogano con clienti di ogni nazionalità, presentando ancor prima dei propri prodotti la vision aziendale, alla quale Zini attribuisce un valore imprescindibile. Il rapporto che si crea va ben oltre la semplice fornitura di prodotti: Zini ricerca partner coi quali costruire **rapporti solidi, fruttuosi e duraturi**, con la prospettiva di investire per obiettivi comuni.

Oltre a partecipare alle manifestazioni di settore, Zini organizza eventi di sell out per supportare i propri clienti alla vendita dei prodotti ai consumatori finali (Food Service) e per trasmettere i propri valori aziendali.



M. Spada, Addetta Vendite  
Factory Outlet e E-Commerce.



## I NOSTRI CONSUMATORI

### FACTORY OUTLET

Sebbene il mercato di riferimento dei prodotti Zini sia rappresentato soprattutto dai servizi di ristorazione (B2B), il Pastificio non rinuncia al rapporto diretto con gli utilizzatori finali.

Nel 2016 è stato ristrutturato il Factory Outlet aziendale, per offrire la **possibilità ai consumatori di acquistare i prodotti in loco**. Nei periodi di lockdown imposti dall'emergenza Covid-19 le persone sono state costrette a limitare i loro spostamenti al di fuori della propria area di abitazione. Seppur drammatico, questo contesto ha favorito la rivalutazione del territorio e la riscoperta delle attività commerciali locali.

Il Pastificio Zini ha potuto apprezzare direttamente questo cambiamento: il Factory Outlet è stato scoperto per la prima volta, o riscoperto, dalla comunità di Cesano Boscone, che ha iniziato ad acquistare i prodotti Zini da consumare con i familiari. Si è così **consolidato il rapporto dell'azienda con la comunità locale**. A chi era impossibilitato a recarsi di persona in negozio è stato offerto il servizio di consegna a domicilio. I clienti, soddisfatti dei loro acquisti e conquistati

dai prodotti Zini, sono rimasti fedeli all'azienda. La collaboratrice addetta alle vendite in negozio accoglie consumatori di ogni età ed è disponibile a proporre ricette per tutti i prodotti. In negozio sono disponibili alla vendita borse termiche, che vengono regalate se viene raggiunta una certa soglia di spesa.

### E-COMMERCE

Il passaparola ha reso i prodotti Zini sempre più popolari sul territorio, ma anche fuori. Per far fronte alle numerose richieste da tutta Italia, nel 2021 è stato attivato il servizio di e-commerce per la vendita e consegna dei prodotti Zini a domicilio. Il **catalogo online** comprende un **vasto assortimento**: oltre 80 referenze disponibili per soddisfare le diverse esigenze e gusti dei consumatori. Il servizio di consegna è garantito in Italia e nelle isole maggiori.

Il nostro desiderio è quello di avvicinare i consumatori finali alla scoperta della vera pasta fresca, con l'auspicio e che venga presto superata la barriera culturale che blocca il suo posizionamento nelle vetrine del supermercato.



## I NOSTRI DIPENDENTI

### LA VERA FORZA DELL'AZIENDA SONO LE PERSONE

Le persone per Zini sono gli ingredienti principali della ricetta del successo dell'azienda: l'andamento economico dell'ultimo biennio, influenzato da fattori distorsivi del mercato, non ha rallentato l'introduzione e il consolidamento di nuovi processi tecnologici e organizzativi implementati indipendentemente dallo scenario macroeconomico, proprio per radicare la cultura della flessibilità e del cambiamento come fattori imprescindibili per un "organismo" che deve sapersi adattare al mercato.

Il management, costituito in comitato decisionale (COFIL), è variegato e appassionato a **sfide sempre nuove** con un solo punto fermo: la certezza nel cambiamento. La volontà del gruppo manageriale è quella di incidere e lasciare il segno utilizzando a fondo la forte **delega**, tratto distintivo del nuovo corso aziendale.

Un valore imprescindibile per l'azienda è il **rispetto reciproco**, così come con gli interlocutori esterni, anche tra i collaboratori interni. L'apertura mentale a punti di vista diversi dai propri e il dialogo costruttivo sono strumenti essenziali non solo per favorire migliori rapporti umani ma anche per ottimizzare le prestazioni aziendali.

A testimonianza dell'attenzione che Zini riserva nei confronti dei propri dipendenti, i rapporti contrattuali offerti sono stabili: il 95% dei dipendenti è, infatti, assunto a tempo indeterminato.



### LA RICERCA DEI TALENTI

Ogni giorno Zini si propone di costruire un ambiente di lavoro sano e giusto per tutte le persone che si trovano a operare nel contesto aziendale che risulta sempre di più influenzato dallo scenario magmatico come quello della food industry. Il passaggio chiave è la ricerca dei talenti nelle persone e non la ricerca di persone di talento. Pertanto, in Zini tutte le persone hanno la **possibilità concreta di esprimersi** e di crescere per poter **dare il meglio** e puntare all'eccellenza.

Secondo il suo modello aziendale, Zini non ammette alcuna forma di discriminazione legata a genere, colore della pelle, estrazione sociale, razza, religione, cultura, orientamento sessuale, lingua, nazionalità, età o disabilità.

“

In Zini non viene richiesto a nessuno di essere diverso da quello che è. Per tale ragione, il flusso HR che parte dal processo di ricerca e selezione, passa prima dall'inserimento nella comunità e poi nel ruolo, si concentra sullo sviluppo del talento individuale oltre che delle competenze tecniche, non può che rispecchiare quello che oggi il mercato richiede: trasparenza, merito e progettualità.

F. Torresani,  
HR Manager

”

## COLLABORATORI SCIENTIFICI

### COLLABORAZIONE CON L'UNIVERSITÀ E RICERCA SCIENTIFICA

Zini crede fermamente nella **ricerca scientifica** e nell'**innovazione**. Per questo il rapporto di collaborazione con le Università è molto forte e ormai consolidato e ha portato allo sviluppo di diversi progetti di ricerca.

Zini accoglie nella propria realtà lavorativa i più giovani offrendo agli studenti universitari **opportunità di stage e tirocini** nelle diverse aree aziendali. Al tirocinante viene proposto un progetto formativo ad hoc da svolgere sotto la supervisione e con l'affiancamento di un referente all'interno dell'azienda.

A titolo di esempio, nel 2021 una studentessa dell'Università degli Studi di Milano ha svolto il suo tirocinio in Zini, occupandosi dell'**analisi del ciclo di vita (LCA)** degli Gnocchi di cavolfiore, un prodotto innovativo che ha avuto grande successo sul mercato. La tesi, frutto di questo lavoro di ricerca, è stata oggetto di pubblicazione di un articolo scientifico che è stato pubblicato sulla rivista Journal of Environmental Management.



Dal 2021, inoltre, Zini è partner del **Progetto Europeo LOCALNUTLEG**, che si inserisce all'interno del Programma PRIMA (Partnership for Research and Innovation in the Mediterranean Area). Il progetto si propone di sviluppare **alimenti innovativi a base di legumi** a elevato valore aggiunto attraverso la promozione delle leguminose locali dell'area mediterranea, col fine ultimo di valorizzare un'alimentazione sana. Il Pastificio Zini, selezionato come

partner italiano del progetto, si impegna a sviluppare e portare a termine il lavoro di ricerca svolgendo prove di laboratorio e in produzione, in collaborazione con l'Università degli Studi di Milano, fino alla sua conclusione nel 2024.

### UNIVERSITÀ CONVENZIONATE PER TIROCINI CURRICOLARI



### EVENTI FORMATIVI E CONFERENZE

I collaboratori di Zini partecipano a incontri formativi e convegni del settore, per arricchire il proprio bagaglio di conoscenze, in ottica di **formazione continua**. In diverse occasioni è stata la stessa azienda a portare il suo contributo, condividendo la propria esperienza, storia e attività.

In questo contesto, Zini si è raccontata agli studenti universitari portando la sua concreta testimonianza; ha partecipato attivamente a **incontri di imprenditoria** (tra cui la quattordicesima edizione di General management nelle PMI, organizzata da SDA Bocconi) e ha preso parte a incontri di networking aziendale, occasione per venire a contatto con altre realtà produttive.

Per Zini ogni momento di **scambio di conoscenze** è prezioso e arricchente perché dal confronto con gli altri possono nascere idee, discussioni, osservazioni utili per lo sviluppo e il miglioramento continuo dell'azienda.



## ASSOCIAZIONI E ISTITUZIONI LOCALI

Nel contesto del proprio impegno sociale, Zini sostiene organizzazioni no profit, associazioni benefiche di volontariato e associazioni sportive locali.

Oltre al rapporto con le associazioni locali, per Zini è altresì importante il rapporto con le istituzioni, da una parte per fare rete e dell'altra per avere un supporto istituzionale. In questo senso, il Comune di Cesano Boscone ha manifestato vivo interesse verso le attività dell'azienda supportando la realizzazione di progettualità condivise.

L'obiettivo di Zini è quello di farsi promotore di azioni che riguardino non solo la realtà aziendale, ma che coinvolgano tutta la comunità locale, direttamente o indirettamente. La sostenibilità economica, ambientale e sociale che Zini si impegna a perseguire non è qualcosa che si limita ai propri confini aziendali ma è un driver strategico volto a creare e diffondere una vera e propria cultura della sostenibilità. Fare parte di una rete, sentirsi parte di una community, aiuta ad attuare progetti sociali che impattano sulla comunità locale e a condividere risorse e idee per il raggiungimento di obiettivi comuni.

### ISTITUZIONI E ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA



### ENTI DI CERTIFICAZIONE



Inaugurazione Piazza Euride Zini, 14 maggio 2022

# OBIETTIVI 2023

CULTURA DELLA SOSTENIBILITÀ

01/ Contribuire alla diffusione di una cultura della sostenibilità a ogni livello: fornitori, consumatori, clienti, dipendenti.

FORNITORI

02/ Selezionare i fornitori non solo sui criteri ambientali, ma anche sociali (valutazione ESG).

CLIENTI

03/ Rafforzare la sensibilizzazione dei clienti verso i temi di sostenibilità.

CONSUMATORI

04/ Diffondere la cultura del prodotto surgelato.  
05/ Sensibilizzare l'acquisto dei prodotti realizzati nel Pastificio di Cesano Boscone da parte della comunità locale.

DIPENDENTI

06/ Implementare un training plan su hard e soft skills.

COLLABORATORI SCIENTIFICI

07/ Rafforzare la collaborazione con l'Università ed enti di ricerca esterni, con l'obiettivo di realizzare un nuovo progetto di ricerca

ISTITUZIONI

08/ Aumentare la collaborazione con il Comune in progetti condivisi, per coinvolgere la comunità civile.



## 04/ COMUNITÀ

“

Siamo un'impresa che ogni giorno produce con amore specialità culinarie tipiche del nostro paese con l'obiettivo di farle conoscere in tutto il mondo.

Ma per noi essere un'impresa significa soprattutto essere parte di una comunità: ogni giorno sentiamo il dovere di condividere quello che facciamo con le realtà che ci circondano, partendo dalle più bisognose.

E cerchiamo di farlo con quello che meglio sappiamo fare: la pasta. D'altronde, chi non sorride davanti ad un piatto di pasta?

*A. Signorini,  
Marketing & CSR Specialist*

”



## LE NOSTRE DONAZIONI

L'aumento della povertà e delle disuguaglianze sociali è un fenomeno sempre più diffuso anche nella città metropolitana di Milano. Zini sostiene l'opera di **aiuto ai più poveri** e i progetti per l'inclusione sociale tramite la **donazione di generi alimentari** ad associazioni ed enti benefici.

Sono ormai diversi anni che Zini devolve prodotti alimentari a **sostegno delle numerose associazioni partner**. Le donazioni, elargite durante tutto l'anno, rappresentano un gesto concreto di solidarietà che nel suo piccolo è in grado di fare la differenza. Nel 2021, nel contesto difficile della pandemia, Zini ha contribuito con una donazione di generi alimentari superiore a 150.000 euro in favore delle associazioni che ancora più in quel periodo necessitavano di un sostegno.

Per lo stesso periodo Zini ha riproposto l'iniziativa di welfare aziendale attraverso la donazione di prodotti alimentari ai dipendenti.

### TOTALE DONAZIONI DI GENERI ALIMENTARI A ENTI BENEFICI

ANNO	2021	2022
EURO	153.800	37.744
PIATTI DI PASTA DONATI*	242.800	188.720

### TOTALE DONAZIONI DI GENERI ALIMENTARI AI DIPENDENTI

ANNO	2021-2022
PIATTI DI PASTA DONATI*	8.786

*\*Il dato è stato calcolato su una media di 5 pasti per ogni chilo di prodotto.*

### ENTI E ASSOCIAZIONI



“

A nome mio e del Consiglio di Amministrazione di Pane Quotidiano Onlus, vi vorrei ringraziare per la sensibilità e generosità dimostrategli in questi anni con le Vostre donazioni di generi alimentari da distribuire ai nostri ospiti ed ai nostri assistiti.

I prodotti donati dalle aziende che come Voi ci sostengono, permettono di realizzare la nostra missione di solidarietà e recupero dello spreco alimentare attraverso la distribuzione gratuita a chi versa in stato di bisogno. Il Vostro supporto, oltre a significare per noi un importante contributo, rappresenta un ulteriore sprone e motivazione nel perseguire gli scopi benefici della nostra Associazione che come non mai, soprattutto nell'ultimo biennio, sono stati messi a dura prova dal continuo aumento dei nostri Ospiti. Ancora in questi giorni la cronaca evidenzia un aumento della povertà e le previsioni per il corrente anno non ci fanno pensare ad un'inversione di tendenza. Grazie per aver colto lo spirito con cui interpretiamo la solidarietà verso chi ha bisogno e per essere un aiuto concreto e nel tempo per la continuità del Pane Quotidiano Onlus.

P. M. Ferrario,  
Presidente Società Pane Quotidiano Onlus

”

“

Ringraziamo ZINI per le preziose donazioni di prodotti. Un gesto concreto che contribuisce a rispondere alla grave emergenza alimentare conseguente alla pandemia Covid 19 ed amplificata dall'impatto della guerra in Ucraina e dalle tensioni inflazionistiche che si stanno registrando. In particolare oggi le donazioni fornite da Zini presentano un valore aggiunto data la tipologia del prodotto. L'Associazione nell'anno corrente sta incontrando notevoli difficoltà nel recupero della pasta, a causa dell'aumento dei costi delle materie prime, dell'energia e dei trasporti. Dunque, l'aiuto ricevuto rappresenta un supporto fondamentale per garantire una dieta completa ed equilibrata a tante persone e famiglie in difficoltà.

D. Boggio Marzet,  
Presidente Banco Alimentare  
della Lombardia

”

## PROGETTI DI SOLIDARIETÀ



ALEDD è un'associazione nata nel 2009 per aiutare i bambini in difficoltà nelle zone rurali del Senegal attraverso progetti di scolarizzazione e interventi sui bisogni e i servizi primari e di supporto (mense, farmacie, scuole, strutture lavorative).

Il Pastificio Zini è partner dall'inizio del 2016 dell'Associazione ALEDD, seguendo una lunga tradizione di mutuo soccorso in Italia nella profonda consapevolezza dell'impatto economico e sociale dei suoi processi produttivi sulle comunità e sui territori interessati.

La donazione di Zini ha contribuito alla **realizzazione di una scuola** nel villaggio di Diaglè e, recentemente, alla **costruzione di un refettorio**.



### TOTALE DONAZIONI PER PROGETTI DI SOLIDARIETÀ E SPONSORIZZAZIONI

ANNI	2021	2022
EURO	6.473	13.658



Zini ha dedicato una giornata alla **donazione del sangue**, organizzata con Avis Trezzano in collaborazione con Avis Milano. Per l'occasione, **all'interno della sede Zini** di Cesano Boscone è stata collocata l'Automoteca Avis. L'iniziativa sarà riproposta e cadenzata due volte all'anno; il prossimo appuntamento è previsto il 28 aprile 2023.

“

Venerdì 7 ottobre, l'AVIS di Trezzano s/N, rispondendo al desiderio della proprietà, nonché storico donatore, Maurizio Vezzani, ha promosso una donazione straordinaria di sangue con autoemoteca inviata da Avis Milano. Malgrado l'orario fuori lavoro, il personale aveva già predisposto una perfetta location per accogliere ed accompagnare i donatori al prelievo del sangue. L'auspicio del titolare è quello di poterlo ripetere con cadenza semestrale. Grazie Zini, grazie Avis Milano.

L. Artoni,  
Presidente Avis  
Trezzano s/N

”

Refettorio Zini nel Villaggio  
di Diagl , Senegal.



# PROMOZIONE DELL'EDUCAZIONE ALIMENTARE



Zini crede che esperienze di questo tipo permettano di destare curiosità e **diffondere consapevolezza** sul cibo che mangiamo, e questo è quanto mai importante per le generazioni future.

Il nostro obiettivo è quello di far comprendere ai bambini che nutrirsi bene è un atto di cura, impegno e riguardo verso se stessi. Desideriamo far capire loro il valore del cibo come giusto e sostenibile per sé, per gli altri e per tutti gli esseri viventi, e l'importanza della sostenibilità del ciclo di produzione alimentare per il Pianeta (scelta materie prime, fasi di lavorazione, confezioni).



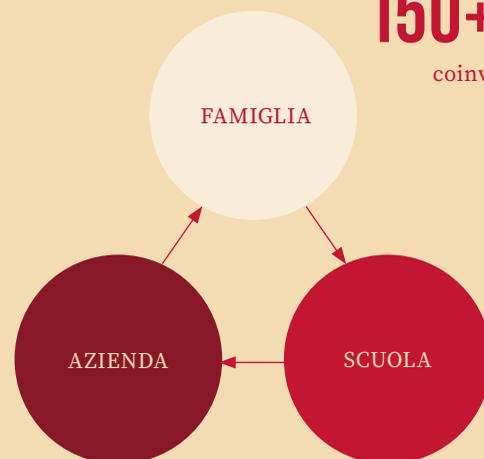
Il Pastificio Zini promuove l'**educazione alimentare dei bambini**, mostrando loro la **storia produttiva della pasta**, dal campo alla tavola. Nel corso del Progetto km0 Senatore Cappelli, che abbiamo raccontato nel capitolo Qualità e Innovazione, al momento della raccolta del grano hanno partecipato anche i bambini delle scuole primarie di Cesano Boscone.

Altri bambini della scuola primaria sono stati invitati a visitare lo stabilimento del Pastificio Zini, per imparare da vicino come vengono prodotti gli gnocchi e la pasta fresca.

## 150+ ALUNNI

coinvolti nel progetto

### LA CREAZIONE DI UN DIALOGO



Uscita in campo, Scuola Primaria di Cesano Boscone.



## LE NOSTRE SPONSORIZZAZIONI

Il Pastificio Zini sostiene iniziative, manifestazioni e associazioni sportive tramite donazioni e sponsorizzazioni, sostenendo il valore fondamentale dello sport. In particolare, **Zini promuove le discipline e attività sportive per i ragazzi**, sostenendo le eccellenze del territorio. Tra queste, Campus Aquae di Pavia, dove Zini sponsorizza il nuoto artistico femminile che accoglie bambine dai 4 ai 16 anni. Con lo sport i ragazzi sperimentano il lavoro di squadra, l'autodisciplina, l'autostima, la capacità di affrontare i problemi, la leadership.



### INIZIATIVE E ASSOCIAZIONI SPORTIVE



# OBIETTIVI 2023

- SOLIDARIETÀ**
- 01/ Continuare a sostenere le associazioni benefiche.
  - 02/ Sviluppare nuovi progetti di inclusione sociale.
  - 03/ Organizzare nuove attività sportivo-ricreative e/o sociali e/o ambientali per i dipendenti.
  - 04/ Organizzare annualmente attività a scopi solidali e benefici con il coinvolgimento dei dipendenti, al fine di sensibilizzare sul tema dell'inclusività.
- DONAZIONI**
- 05/ Mantenere un rapporto vivo e costante durante tutto l'anno con tutti gli enti partner che ricevono le donazioni di generi alimentari.
- EDUCAZIONE ALIMENTARE**
- 06/ Continuare a promuovere l'educazione alimentare dei bambini, estendendo l'obiettivo ai consumatori di tutte le età.

Dettaglio Murales realizzato  
da SMOE a marzo 2022.

## NOTE METODOLOGICHE

Il presente report di responsabilità sociale e ambientale è stato redatto in conformità dei GRI (Global Reporting Initiative) Sustainability reporting Standards: opzione Core. Nella stesura del report sono stati soddisfatti i principi di accuratezza, equilibrio, chiarezza, comparabilità, affidabilità e tempestività, così come previsto dai GRI Standards. Dopo la prima parte di introduzione approfondita dell'azienda, il bilancio è stato suddiviso in 4 sezioni, corrispondenti ai 4 pilastri dell'azienda: Qualità e Innovazione, Ambiente, Comunità e Persone. Per inserire il nostro bilancio nel contesto della sfida internazionale lanciata dall'Agenda 2030 dell'ONU, per ognuno di questi macro temi sono stati identificati 3 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs - Sustainable Development Goals) particolarmente rilevanti per l'azienda. In particolare, sono stati messi in evidenza gli SDGs 2,3,5,8,9,10,12,13.



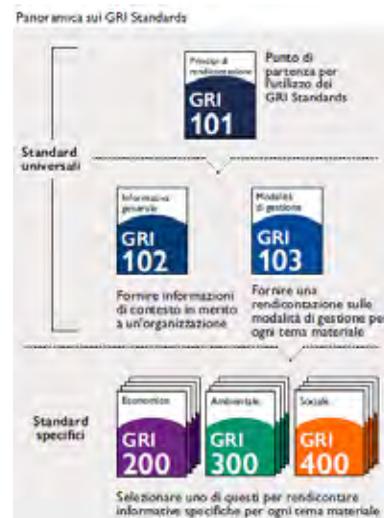
Fonte: I 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti dall'Agenda ONU 2030

Gli **indici GRI Sustainability Reporting Standards** sono indici di sostenibilità riconosciuti a livello internazionale e in quanto tali garantiscono trasparenza e comparabilità globale. Si tratta di indici pensati per essere utilizzati dalle organizzazioni per la rendicontazione dei propri impatti economici, ambientali e/o sociali.

Qualsiasi report redatto in conformità ai GRI Standards deve includere un indice dei contenuti GRI, con riferimento alla pagina del bilancio o link per tutte le informative oggetto di rendicontazione. Il reporting di sostenibilità basato sui GRI Standards fornisce un'immagine equilibrata dei contributi di un'organizza-

zione verso l'obiettivo di sviluppo sostenibile. Inoltre, rappresenta un mezzo di comunicazione per gli stakeholder, che possono farsi una propria opinione sul contributo dell'azienda allo sviluppo sostenibile dell'azienda stessa e prendere decisioni di conseguenza.

I GRI Standards sono suddivisi in quattro serie: **Standard universali (serie 100)**, validi per ogni organizzazione, e **Standard specifici (serie 200, 300, 400)**, utilizzati per la rendicontazione di informazioni specifiche variabili per ogni organizzazione sugli impatti economici, ambientali e sociali.



Fonte: Classificazione degli indicatori GRI Standards

## IDENTIFICAZIONE DEI TEMI MATERIALI

I temi materiali sono i temi più rilevanti per l'azienda in quanto riflettono gli impatti economici, ambientali e sociali dell'organizzazione o influenzano le decisioni degli stakeholder.

- L'identificazione degli aspetti più rilevanti per gli stakeholder in termini di impatti economici, ambientali e sociali si è basata sull'analisi di diverse fonti di informazione, tra cui:
- Report di sostenibilità delle aziende più sostenibili secondo la più recente classifica del Food & Beverage Sustainability Italian Benchmark pubblicata da Standard Ethics.
  - Rassegna stampa: articoli sui temi di sostenibilità rilevanti per l'azienda.
  - Le aspettative degli stakeholder direttamente coinvolti nell'organizzazione.
  - Convegni sulla sostenibilità.

Per l'individuazione dei temi materiali per l'azienda sono state svolte le seguenti analisi:

- Documenti aziendali: Bilanci sociali precedenti dell'azienda, Codice Etico, Visura aziendale, Politica Integrata Qualità, Sicurezza Alimentare, Ambiente.
- Analisi interna che ha visto coinvolto il management dell'azienda.

Il processo di analisi ha portato all'identificazione di 10 temi materiali, che fanno capo ai 4 pilastri dell'azienda evidenziati nel presente bilancio.

### 10 TEMI MATERIALI

PILASTRO	TEMI MATERIALI	ASPETTO GRI	PERIMETRO
QUALITÀ E INNOVAZIONE	Promozione di uno stile di vita sano e del benessere delle persone.	Tema non GRI	Zini Prodotti Alimentari S.p.A.
AMBIENTE	Creazione di filiere locali. Packaging sostenibile. Produzione responsabile. Comunicazione trasparente.	GRI 204 – Pratiche di approvvigionamento. GRI 301 – Materiali. GRI 306 – Rifiuti. GRI 417 – Marketing e etichettatura.	Zini Prodotti Alimentari S.p.A.
COMUNITÀ	Integrazione con il territorio.	GRI 202 – Presenza sul mercato. GRI 413 – Comunità locali.	Zini Prodotti Alimentari S.p.A.
PERSONE	Sostenibilità economica. Rispetto dei principi etici. Benessere dei dipendenti e opportunità di crescita. Sicurezza alimentare.	GRI 201 – Performance economiche. GRI 205 – Anticorruzione. GRI 401 – Occupazione. GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro. GRI 404 – Formazione e istruzione. GRI 405 – Diversità e pari opportunità. GRI 416 – Salute e Sicurezza dei clienti.	Zini Prodotti Alimentari S.p.A.

# APPENDICE

## SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

### VALUTAZIONE DEI RISCHI

In tema di sicurezza sul lavoro, l'azienda utilizza processi per individuare la presenza di eventuali pericoli sul lavoro e per **valutare i rischi in modo sistematico**. La figura aziendale preposta alla descrizione di tali processi è il Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione dai Rischi (RSPP).

I rischi connessi all'attività lavorativa sono stati valutati mediante la stesura del **Documento di Valutazione dei Rischi** (DVR), visionabile solamente dal Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). Per ogni mansione si è provveduto a individuare i pericoli e ad analizzare i relativi rischi, nonché a definire le misure di prevenzione e protezione necessarie a fare in modo che questi siano ridotti in maniera tale da essere ritenuti accettabili.

Per proteggere i lavoratori contro eventuali rischi suscettibili di minacciarne la salute e la sicurezza sul lavoro vengono forniti adeguati **Dispositivi di Protezione Individuale** (DPI), che il lavoratore è tenuto obbligatoriamente a indossare laddove dalla valutazione dei rischi sia stata riscontrata la necessità.

Per permettere ai lavoratori di segnalare la presenza di eventuali pericoli o situazioni pericolose sul lavoro, l'azienda adotta una **procedura di raccolta delle segnalazioni in forma firmata o anonima da parte dei lavoratori**. Le segnalazioni interne vengono raccolte in una cassetta situata all'ingresso dello stabilimento, che vengono consegnate al Reparto Qualità da parte del capoturno. Il responsabile dell'aggiornamento di questa procedura è l'Assicurazione Qualità, che si occupa inoltre della raccolta finale delle segnalazioni e del trasferimento dei dati alla Direzione.

### FORMAZIONE DEI LAVORATORI

L'azienda si impegna a diffondere gli obiettivi per la sicurezza e i programmi di attuazione per il loro raggiungimento all'intero personale fornendo tutte le risorse umane e strumentali necessarie. A tutti i lavoratori neoassunti vengono erogati **corsi di formazione generale e specifica** in termini di salute e sicurezza sui pericoli sul lavoro, attività o situazioni pericolose. Oltre al primo corso di formazione vengono organizzati dei corsi di aggiornamento successivi. Tutti i corsi di formazione vengono erogati a titolo gratuito durante le ore di lavoro retribuite e sono tenuti da personale di comprovata competenza.

### SERVIZI DI MEDICINA DEL LAVORO E PROMOZIONE DELLA SALUTE DEI LAVORATORI

L'azienda si avvale della **collaborazione di un centro di servizi di medicina del lavoro** per la gestione della sorveglianza sanitaria e per il supporto nell'identificazione ed eliminazione dei pericoli.

L'azienda, inoltre, aderisce al **Fondo di Assistenza Sanitaria per l'Industria Alimentare** (FASA). Il Fondo ha lo scopo di provvedere al rimborso delle spese sanitarie, a favore dei lavoratori iscritti e dei loro nuclei familiari, se aderenti.

## OCCUPAZIONE

### GRI 401-1 | NUOVE ASSUNZIONI

	2021	2022
<b>GENERE</b>		
DONNE	7	8
UOMINI	2	3
<b>FASCIA D'ETÀ</b>		
18-35	8	8
35-50	/	3
>50	1	/

### GRI 401-1 | CESSAZIONI TOTALI

	2021	2022
<b>GENERE</b>		
DONNE	1	6
UOMINI	3	6
<b>FASCIA D'ETÀ</b>		
18-35	2	4
35-50	1	3
>50	1	5

### GRI 404-1 | ORE MEDIE DI FORMAZIONE

2021-2022		
GENERE	DONNE	UOMINI
DIRIGENTI	280	40
QUADRI	37	157
IMPIEGATI	286	473
OPERAI	196	346

# INDICE DEI CONTENUTI GRI

## GRI 102: INFORMATIVA GENERALE 2016

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
PROFILO ORGANIZZAZIONE	102-1	Nome dell'organizzazione		Zini Prodotti Alimentari S.p.a.
	102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	Pag. 7-26	
	102-3	Luogo della sede principale		CESANO BOSCONI (MI) Via Libertà, 3 CAP 20090
	102-4	Luogo delle attività		CESANO BOSCONI (MI) Via Libertà, 3 CAP 20090
	102-5	Proprietà e forma giuridica		Società per Azioni
	102-6	Mercati serviti	Pag. 21	
	102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 20-25	
	102-8	Informazione sui dipendenti e gli altri lavoratori	Pag. 25, 67	
	102-9	Catena di fornitura	Pag. 15, 63	
	102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura		Non vi sono state modifiche significative nell'anno di rendicontazione
	102-11	Principio di precauzione	Pag. 85	
	102-12	Iniziativa esterne	Pag. 74 - 83	
	102-13	Adesione ad associazioni	Pag. 70	
STRATEGIA	102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	Pag. 4	
ETICA E INTEGRITÀ	102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	Pag. 12-13, 67	
GOVERNANCE	102-18	Struttura della governance	Pag. 18-19	
STAKEHOLDER ENGAGEMENT	102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	Pag. 62	
	102-41	Accordi di contrattazione collettiva		Tutti i dipendenti sono coperti da CCNL
	102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	Pag. 62-70	
	102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 62	
	102-44	Temi e criticità chiave sollevati		Non sono state sollevate criticità chiave da parte degli stakeholder

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
PRATICHE DI RENDICONDAZIONE	102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato		Zini Prodotti Alimentari S.p.a.
	102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Pag. 85-87	
	102-47	Elenco dei temi materiali	Pag. 87	
	102-48	Revisione delle informazioni		Nessuna
	102-49	Modifiche nella rendicontazione		Nessuna
	102-50	Periodo di rendicontazione		Dal 01.01.2021 al 31.12.2022
	102-51	Data del report più recente		2019-2020
	102-52	Periodicità della rendicontazione		Biennale
	102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report		info@pastazini.it
	102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	Pag. 85	
	102-55	Indice dei contenuti GRI	Pag. 90-95	
	102-56	Assurance esterna		Assente

## GRI STANDARD SPECIFICI – ECONOMICI (GRI200)

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
GRI 202 PRESENZA SUL MERCATO 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 18-19	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 18-19	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 18-19	
	201-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale		Tutti i senior manager* sono locali (Milano e Lombardia). *Senior manager: in azienda da più di 5 anni, in staff o primo riporto dell'amministratore delegato.

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
GRI 204 PRATICHE DI APPROVVIGIONA- MENTO 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 38-44, 51	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 38-44, 51	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 38-44, 51	
	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	Pag. 38-44, 51	
GRI 205 ANTICORRUZIONE 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 63-64	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 63-64	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 63-64	
	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione		Da luglio 2022 l'azienda applica il Modello Organizzativo 231, a tutela del rischio di commissione di illeciti penali

## GRI STANDARD SPECIFICI - AMBIENTE (GRI 300)

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
GRI 301 MATERIALI 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 57	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 57	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 57	
	301-1	Materiali utilizzati per peso e volume	Pag. 57	
GRI 306 RIFIUTI 2020	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 55	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 55	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 55	
	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Pag. 55	

## GRI STANDARD SPECIFICI – SOCIALE (GRI 400)

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
GRI 401 OCCUPAZIONE 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 89	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 89	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 89	
	401-1	Nuove assunzioni e turnover	Pag. 89	
GRI 403 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 88	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 88	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 88	
	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 88	
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Pag. 88	
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	Pag. 88	
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 88	
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Pag. 88	
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	Pag. 88	
	GRI 404 FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 89
103-2		Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 89	
103-3		Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 89	
404-1		Ore medie di formazione annua per dipendente	Pag. 89	
GRI 405 DIVERSITA' E PARI OPPORTUNITA' 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 16-19, 67	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 16-19, 67	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 16-19, 67	
	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Pag. 16-19, 67	

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
GRI 413 COMUNITÀ LOCALI 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 42, 74-82	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 42, 74-82	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 42, 74-82	
	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni dell'impatto e programmi di sviluppo	Pag. 42, 74-82	
GRI 416 SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI 2016	403-2	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 37	
	403-3	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 37	
	403-4	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 37	
	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e Servizi		Non sono stati rilevati casi di non conformità che potessero impattare sulla salute e sulla sicurezza del consumatore.
GRI 417 MARKETING ED ETICHETTATURA 2016	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 55	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 55	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 55	
	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Pag. 55	

**ALTRI TEMI NON GRI**

GRI STANDARD	INFORMATIVA	DESCRIZIONE	RIF.	OMISSIONI /NOTE
PROMOZIONE DI UNO STILE DI VITA SANO E DEL BENESSERE DELLE PERSONE	103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Pag. 30-43, 80	
	103-2	Modalità di gestione e le sue componenti	Pag. 30-43, 80	
	103-3	Valutazione delle modalità di gestione	Pag. 30-43, 80	



**ZINI PRODOTTI ALIMENTARI S.P.A.**  
Piazza Euride Zini,  
20090 Cesano Boscone (MI) - Italia

**PASTAZINI.IT**

