
REPORT
DI SOSTENIBILITÀ 2025
VALORI | TERRA | PERSONE
ZUEGG
DAL 1890

REPORT

DI SOSTENIBILITÀ 2025

VALORI | TERRA | PERSONE

ZUEGG

DAL 1890

Lettera agli STAKEHOLDER

Gentili *Stakeholder*,

Vi presentiamo il nostro Report di Sostenibilità 2025 in un momento storico che ci sfida a ridefinire costantemente il nostro rapporto con il pianeta. Per la nostra famiglia, che da oltre 130 anni coltiva la terra, la sostenibilità non rappresenta un traguardo formale, ma un principio che orienta il nostro modo di fare impresa. Il nostro credo, "Passione per la terra, Amore per la vita", guida le nostre decisioni strategiche di fronte alle complessità climatiche ed economiche attuali. Quest'anno abbiamo proseguito il nostro percorso di transizione, attraverso iniziative volte a integrare progressivamente considerazioni ambientali, sociali ed economiche nelle nostre attività e nei nostri processi decisionali.

I risultati raggiunti nel corso dell'ultimo anno, dettagliati in questo documento, testimoniano il nostro impegno concreto nel ridurre gli impatti ambientali attraverso il potenziamento dell'efficienza energetica dei nostri stabilimenti, l'ottimizzazione delle risorse idriche e lo sviluppo di soluzioni di packaging innovative. Questo impegno si riflette parallelamente nella gestione della nostra filiera, dove continuiamo a collaborare strettamente con i partner agricoli per promuovere pratiche di coltivazione coerenti con gli intenti condivisi di tutela della biodiversità e della salute del suolo, favorendo una maggiore trasparenza dal campo alla tavola. Al centro di questo ecosistema rimangono, come sempre, le persone: continuiamo a investire con determinazione nella sicurezza, nel benessere e nella formazione dei nostri collaboratori, senza dimenticare il sostegno attivo alle comunità locali che ospitano la nostra storia.

La sostenibilità è un cammino che si costruisce giorno per giorno, con trasparenza e lungimiranza. Guardiamo al futuro con la ferma consapevolezza che il rispetto per la natura sia l'obiettivo più importante che possiamo porci per il benessere delle prossime generazioni. A tutti voi — dipendenti, agricoltori, partner e consumatori — va il nostro più sincero ringraziamento per il contributo che offrite, ogni giorno, a questo percorso.

Grazie per la vostra fiducia.

Martina Zuegg

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER *05*

1 LE NOSTRE RADICI *08*

LA NOSTRA ESSENZA *10*
I NUMERI CHE RACCONTANO ZUEGG *12*
LE NOSTRE ATTIVITÀ *14*
I MARCHI CHE CI RAPPRESENTANO *16*
LE SOLUZIONI PER L'INDUSTRIA *18*
IL VALORE CHE CONDIVIDIAMO *24*

2 IL TRONCO – I VALORI CHE CI GUIDANO *26*

LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ *28*
IMPATTI E STRATEGIA NEGLI AMBITI ESG *34*
Stakeholder chiave e temi materiali di sostenibilità *34*
CRESCERE IN UN MONDO CHE CAMBIA *42*
Contesto globale e fenomeni rilevanti per il settore agroalimentare *42*
Fenomeni e tendenze rilevanti per Zuegg *44*
COME LAVORIAMO: PRINCIPI E STRUMENTI DAL CAMPO ALLA TAVOLA *46*
Raccolta *50*
Lavorazione *54*
Distribuzione *56*

3 PRENDERSI CURA DELLA TERRA *58*

ENERGIA ED EMISSIONI *60*
PRELIEVI E SCARICHI IDRICI *64*
MATERIALI E CIRCOLARITÀ *68*

4 FAR CRESCERE LE PERSONE *74*

LE NOSTRE PERSONE *76*
LE COMUNITÀ CON CUI CRESCIAMO *85*

I FRUTTI DEL NOSTRO IMPEGNO (TABELLA DEGLI OBIETTIVI) *86*

NOTA METODOLOGICA *92*

INDICE GRI *96*



Le nostre RADICI

10 La nostra essenza
12 I numeri che raccontano Zuegg
14 Le nostre attività
16 I marchi che ci rappresentano
18 Le soluzioni per l'industria
24 Il valore che condividiamo

La nostra ESSENZA

[GRI 2-1]

Le origini dell'azienda risalgono al 1860, quando Ernst August Zuech avviò la coltivazione e vendita di frutta in Trentino-Alto Adige; nel 1890 la figlia Maria formalizzò la nascita dell'impresa che nel 1903 assunse il nome Zuegg. Da realtà agricola familiare, cresciuta attraverso cinque generazioni, l'azienda si è trasformata in un gruppo internazionale, arrivando nel 2025 a trasformare **73,6 mila tonnellate di frutta**.

Oggi Zuegg continua a fondare il proprio sviluppo sulla passione per la frutta e sul rispetto della terra, producendo materie prime di alta qualità e un'ampia gamma di prodotti e semilavorati commercializzati con i marchi Zuegg, Skipper e Original Zörbiger. Una lunga storia familiare che unisce tradizione, responsabilità e visione internazionale.



VISION

Con i nostri prodotti aiutiamo le persone ad aumentare il consumo di frutta e vegetali favorendo una dieta più sana e sostenibile. Ci impegniamo a rafforzare la nostra posizione nei mercati globali come fornitori di semilavorati di alta qualità e a costruire una leadership di marca, attraverso prodotti genuini, pronti da consumare e capaci di valorizzare la naturalità della frutta.

MISSION

Da cinque generazioni coltiviamo e trasformiamo i frutti della terra, con profondo rispetto per il pianeta e le persone, promuovendo un'alimentazione mediterranea sana, gustosa e genuina. Crediamo che il cibo sia contributo essenziale al benessere individuale e collettivo. Per questo ci prendiamo cura di noi stessi e della vita che ci circonda, guidati da un approccio responsabile e orientato al futuro.

I numeri che raccontano ZUEGG

[GRI 2-1, 2-6, 201-1]

Oggi il nostro Gruppo è composto da **otto sedi** distribuite in Italia, Francia, Germania, Austria, Svizzera e Russia, a testimonianza di una crescita costante e di una solida presenza nei principali mercati europei.



















Operiamo lungo l'intera filiera della frutta e della verdura, dall' agricoltura alla lavorazione, fino alla trasformazione in prodotti destinati sia al consumatore finale che alle principali industrie alimentari.

Le nostre ATTIVITÀ

Con i nostri marchi e prodotti siamo presenti in oltre 40 paesi e, grazie a questa dimensione internazionale, investiamo costantemente per garantire standard qualitativi d'eccellenza.

B2A - BUSINESS TO AGRICULTURE

È la divisione del nostro Gruppo dedicata alla coltivazione e alla prima trasformazione dei vegetali utilizzati dalle altre aree del Gruppo. Qui le nostre attività si articolano in quattro fasi.

- Coltivazione: le imprese agricole partner adottano il Metodo Zuegg, seguendo le linee guida dei nostri agronomi e coltivando con responsabilità ogni tipo di terreno.
- Raccolta: la frutta viene raccolta nel momento ottimale di maturazione, individuato dai nostri esperti, per garantire elevati standard qualitativi.
- Controllo qualità: monitoriamo la frutta durante le principali fasi di trasformazione, verificandone i parametri qualitativi attraverso controlli visivi e tattili.
- Lavorazione: applichiamo metodologie rispettose delle materie prime per preservarne al massimo le caratteristiche organolettiche.

B2C - BUSINESS TO CONSUMER

La divisione B2C trasforma le materie prime in ricette per confetture e succhi. Attraverso i marchi **Zuegg, Skipper** e **Original Zörbiger**, offriamo prodotti genuini e di alta qualità, pensati per valorizzare il gusto autentico della frutta.

B2B - BUSINESS TO BUSINESS

La divisione B2B realizza semilavorati su misura a base di frutta e verdura, rispondendo alle specifiche esigenze dei produttori di yogurt, gelati, specialità dolciarie e salate. Il nostro *know-how* nella selezione e trasformazione delle materie prime consente di valorizzarne le proprietà organolettiche e di offrire soluzioni di qualità alle principali industrie alimentari.



Attraverso il proprio disciplinare interno, il "Metodo Zuegg" definisce rigorosi criteri produttivi per le linee Baby Food e Senza Residui di Pesticidi. Oltre a conformarsi alle normative vigenti, il metodo si ispira attivamente ai principi della produzione integrata.

PRESENTI IN OLTRE 40 PAESI

I marchi che ci RAPPRESENTANO

ZUEGG DAL 1890

Quando un cognome di famiglia diventa un marchio, si esprime la volontà di assumersi in prima persona responsabilità e impegno. Per questo, nelle nostre confetture e nei nostri succhi utilizziamo **frutta selezionata** e **con ingredienti di origine naturale**, lavorati il meno possibile per esaltare ogni frutto e garantire un'esperienza di gusto superiore.



Skipper ZUEGG

Nata nel 1988, la marca Skipper porta sulle tavole il piacere intenso della frutta, con prodotti realizzati esclusivamente con ingredienti di origine naturale.



ORIGINAL ZÖRBIGER SEIT 1873

Marchio regionale tedesco con oltre **140 anni di tradizione**, entrato nel Gruppo nel 2001. I prodotti Original Zörbiger valorizzano il legame con il territorio, grazie a lavorazioni caratteristiche e ingredienti selezionati.



Le soluzioni per L'INDUSTRIA



LATTIERO-CASEARIA

Soluzioni a base di frutta in pezzi o in purea per yogurt e prodotti lattiero-caseari, sviluppate per rispondere alle esigenze delle principali industrie del settore.



PRODOTTI VEGETALI

Preparati salati per formaggi freschi, salse e farciture, ottenuti da combinazioni innovative di verdure fresche, cereali, legumi, spezie ed erbe.



FORNO E PASTICCERIA

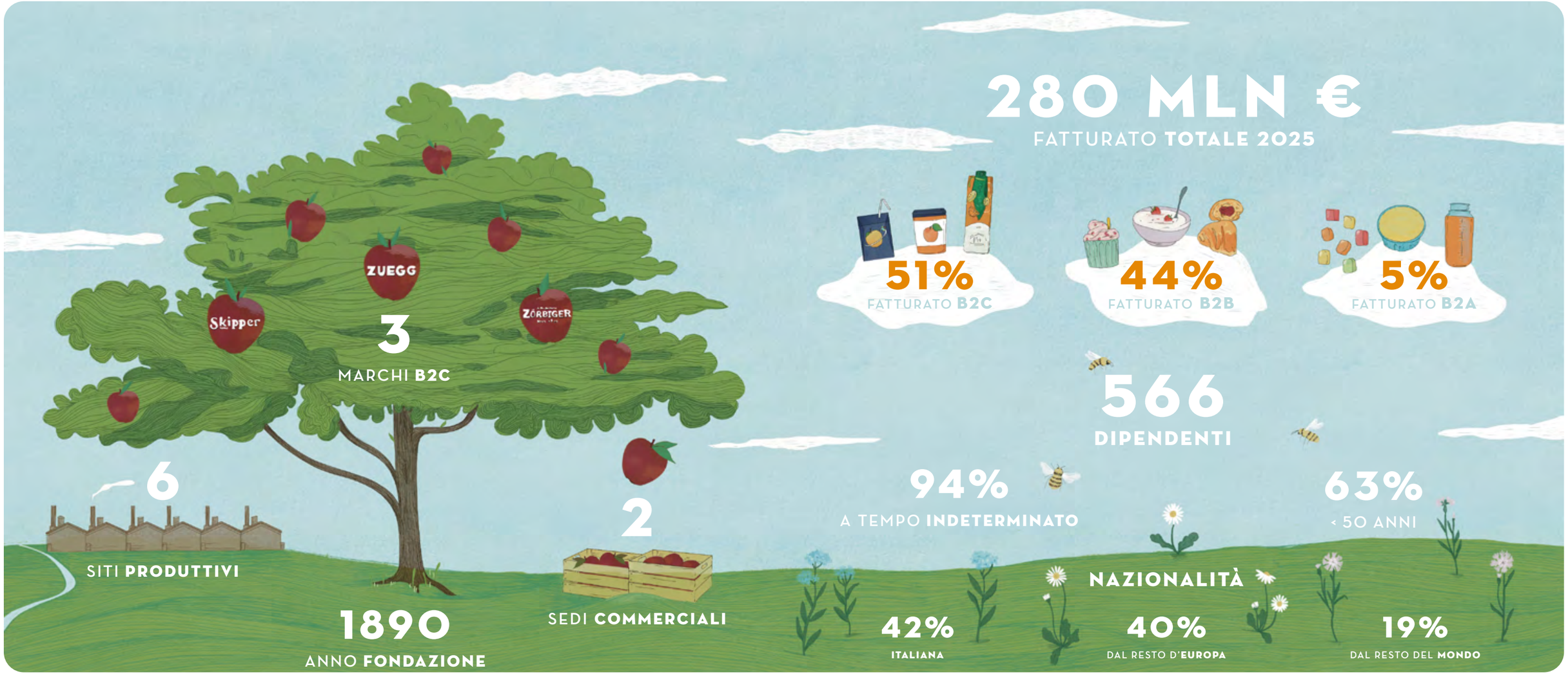
Preparati di frutta destinati ai prodotti da forno dell'industria dolciaria, sviluppati per garantire stabilità, gusto e qualità.



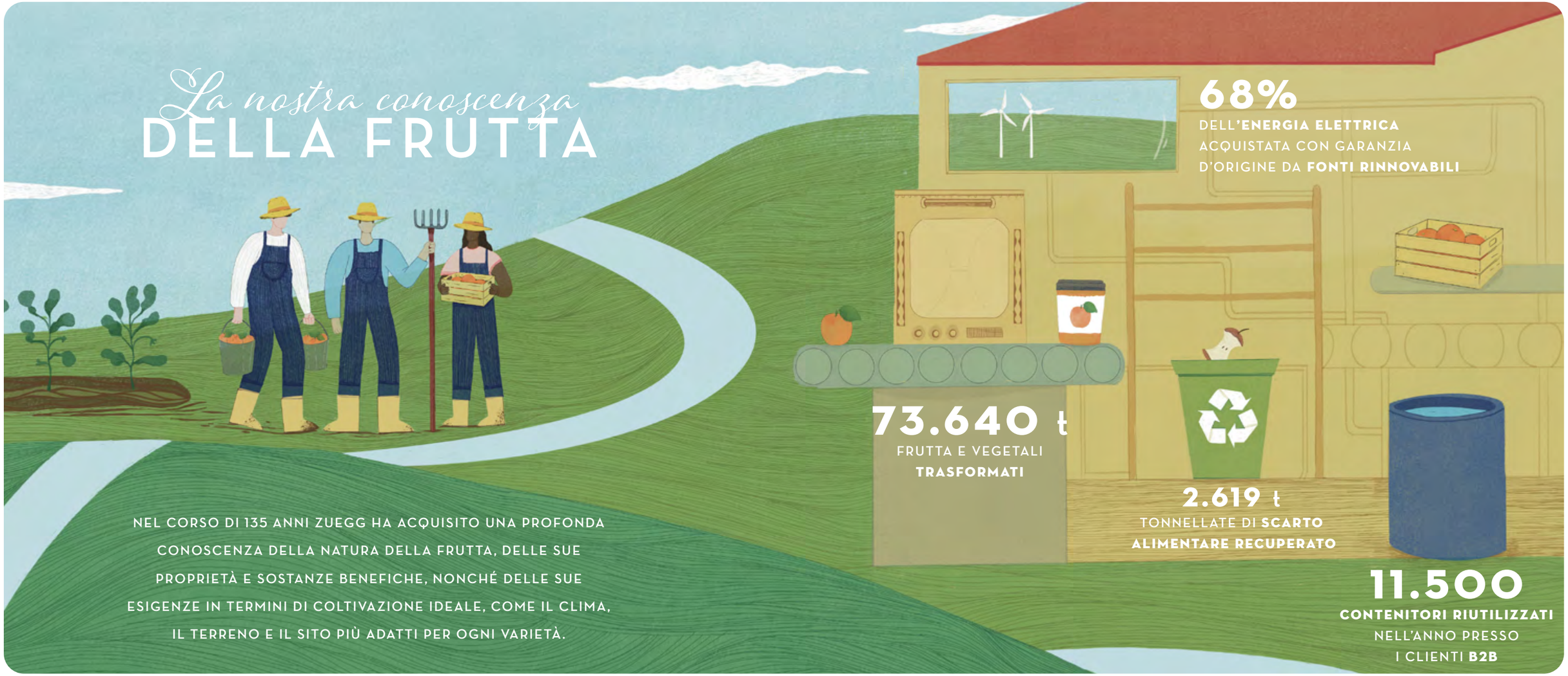
GELATERIA

Realizziamo preparati per la gelateria personalizzati per rispondere alle esigenze dei professionisti del settore.




280 MLN €
FATTURATO TOTALE 2025
51%
FATTURATO B2C
44%
FATTURATO B2B
5%
FATTURATO B2A
ZUEGG
Skipper
ZÜRBIGER
3
MARCHI B2C
566
DIPENDENTI
6
SITI PRODUTTIVI
2
SEDI COMMERCIALI
94%
A TEMPO INDETERMINATO
63%
< 50 ANNI
1890
ANNO FONDAZIONE
NAZIONALITÀ
42%
ITALIANA
40%
DAL RESTO D'EUROPA
19%
DAL RESTO DEL MONDO

La nostra conoscenza DELLA FRUTTA



NEL CORSO DI 135 ANNI ZUEGG HA ACQUISITO UNA PROFONDA CONOSCENZA DELLA NATURA DELLA FRUTTA, DELLE SUE PROPRIETÀ E SOSTANZE BENEFICHE, NONCHÉ DELLE SUE ESIGENZE IN TERMINI DI COLTIVAZIONE IDEALE, COME IL CLIMA, IL TERRENO E IL SITO PIÙ ADATTI PER OGNI VARIETÀ.

68%
DELL'**ENERGIA ELETTRICA**
ACQUISTATA CON GARANZIA
D'ORIGINE DA **FONTI RINNOVABILI**

73.640 t
FRUTTA E VEGETALI
TRASFORMATI

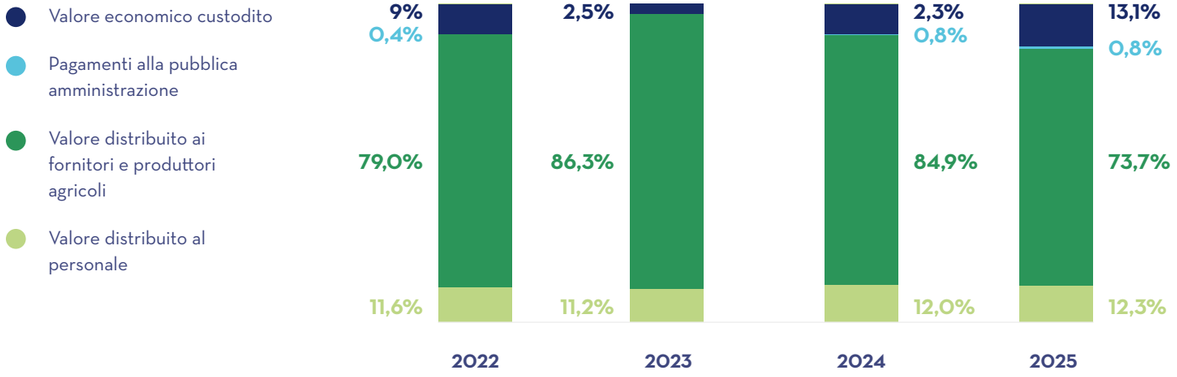
2.619 t
TONNELLATE DI **SCARTO**
ALIMENTARE RECUPERATO

11.500
CONTENITORI RIUTILIZZATI
NELL'ANNO PRESSO
I CLIENTI **B2B**

Il valore CHE CONDIVIDIAMO

Monitoriamo gli elementi che evidenziano il valore economico generato e distribuito, per comprendere e raccontare l'impatto delle nostre attività sugli *stakeholder* e sul territorio. Ogni anno questo indicatore riflette l'equilibrio tra il valore distribuito — al personale, ai fornitori, alla pubblica amministrazione — e il valore custodito per lo sviluppo duraturo della nostra realtà.

VALORE ECONOMICO GENERATO







Il tronco

I VALORI CHE CI GUIDANO

28 La governance della sostenibilità

34 Impatti e strategia negli ambiti ESG

34 *Stakeholder* chiave e temi materiali di sostenibilità

42 Crescere in un mondo che cambia

42 Contesto globale e fenomeni rilevanti per il settore agroalimentare

44 Fenomeni e tendenze rilevanti per Zuegg

46 Come lavoriamo: principi e strumenti dal campo alla tavola

50 Raccolta

54 Lavorazione

56 Distribuzione

La governance della SOSTENIBILITÀ

[GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-15, 2-16, 2-17, 405-1]

Per creare valore sostenibile nel medio-lungo periodo, abbiamo adottato un modello di *governance* tradizionale, conforme alle disposizioni del Codice Civile[1].

Questa struttura ha garantito negli anni un confronto costante tra il management e gli azionisti, che sono anche membri del Consiglio di amministrazione.

Tale sinergia assicura una profonda convergenza di intenti nella conduzione delle attività e una comunicazione fluida e trasparente nell'analisi delle scelte strategiche, a tutela della solidità aziendale.

Il **Cda** riveste un ruolo centrale nella guida e nella gestione della Società e del Gruppo: ne definisce le strategie, le politiche e gli obiettivi aziendali, compresi quelli relativi alla sostenibilità. In tal senso, l'organo amministrativo assume la responsabilità di tradurre i principi etici e ambientali in concrete leve di sviluppo, monitorando costantemente l'allineamento tra la gestione operativa e i target di lungo termine.

L'**assemblea degli azionisti** invece è un organo con funzioni esclusivamente deliberative, deputato ad assumere le decisioni sovrane sul destino della Società e a validare l'operato dell'organo di gestione in un quadro di rigoroso rispetto dei pesi e contrappesi societari.

1. Art. 2380-bis e seguenti.

La composizione del CdA è riportata nello schema seguente.



Al **Collegio Sindacale** è affidato il controllo della legalità del Gruppo. È composto da tre sindaci effettivi e due supplenti, nominati dall'assemblea ordinaria dei soci secondo le modalità previste dalla normativa vigente.

Più nello specifico, questo organo vigila sull'osservanza della legge, dello statuto sociale e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione nello svolgimento delle attività. I sindaci agiscono in autonomia e indipendenza nei confronti di tutti gli azionisti e controllano il processo di informativa finanziaria, l'adeguatezza dell'assetto organizzativo, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo-contabile della Società.

Il sistema di controllo societario è inoltre completato dalla figura del Revisore Unico, nominato dall'assemblea dei soci, cui è affidata la revisione legale dei conti. Il Revisore Unico svolge la propria attività in modo indipendente e imparziale, verificando la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili, nonché esprimendo il proprio giudizio sul bilancio d'esercizio in conformità alla normativa applicabile.

Nel tempo, ci siamo impegnati a integrare sempre più in profondità nei compiti degli organi sociali e a tutti i livelli della nostra realtà la sostenibilità, riconoscendola come un valore imprescindibile per la creazione di valore nel lungo periodo.

Timeline governance SOSTENIBILE

2009

PRIMO BILANCIO AMBIENTALE E SOCIALE DEL GRUPPO ZUEGG.

2019

ZUEGG COMPARE NEL *FUTURE RESPECT INDEX* DI CONSUMERLAB.IT.

2020

INIZIO DEL PERCORSO DI RENDICONTAZIONE IN CONFORMITÀ AGLI STANDARD GRI.

2021

CONDUZIONE DI UN'ANALISI INTERNA CON *SUSTAINABLE MODEL CANVAS* E DI UN'ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO DEI NOSTRI PORTATORI DI INTERESSE, O *STAKEHOLDER ENGAGEMENT*, PER DEFINIRE O TEMI DI SOSTENIBILITÀ RILEVANTI PER ZUEGG. REDAZIONE DELLA POLITICA DI SOSTENIBILITÀ DI GRUPPO.

2022

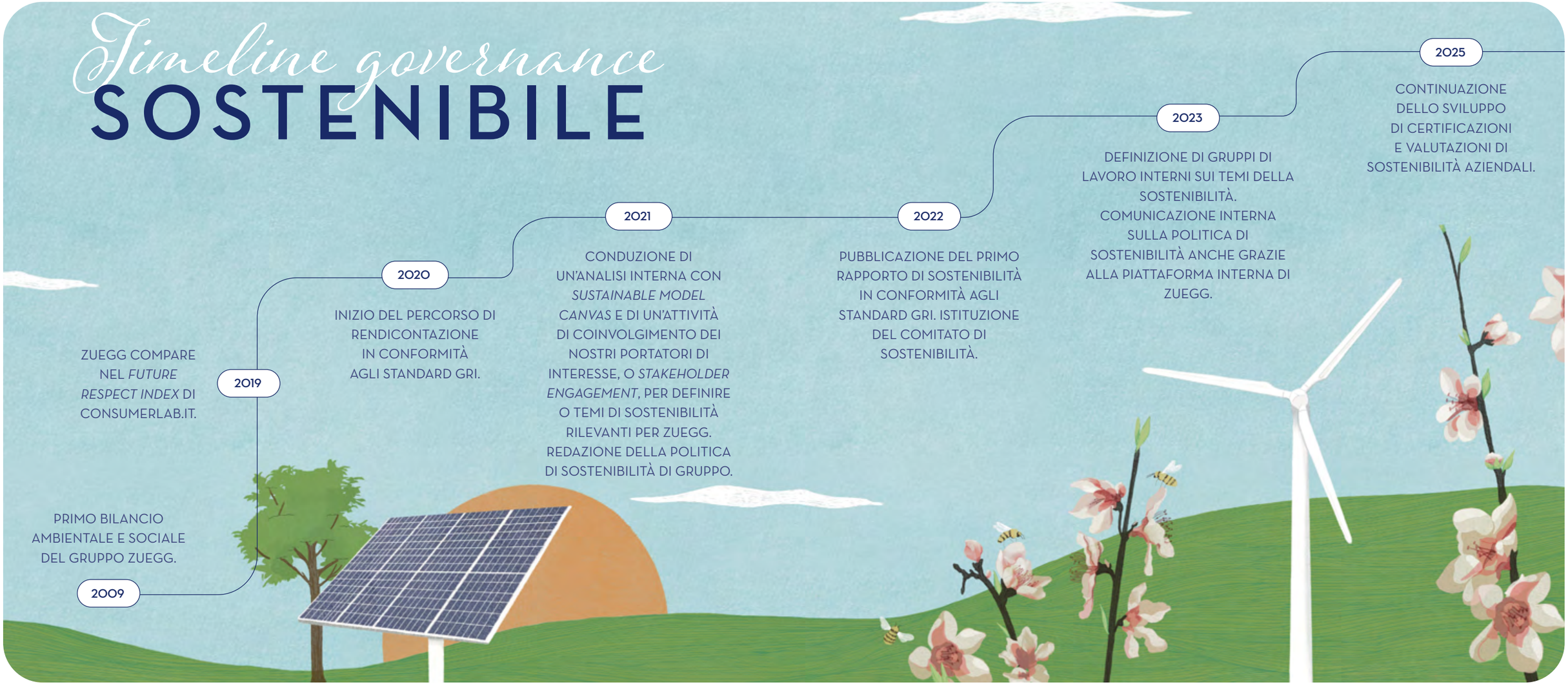
PUBBLICAZIONE DEL PRIMO RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ IN CONFORMITÀ AGLI STANDARD GRI. ISTITUZIONE DEL COMITATO DI SOSTENIBILITÀ.

2023

DEFINIZIONE DI GRUPPI DI LAVORO INTERNI SUI TEMI DELLA SOSTENIBILITÀ. COMUNICAZIONE INTERNA SULLA POLITICA DI SOSTENIBILITÀ ANCHE GRAZIE ALLA PIATTAFORMA INTERNA DI ZUEGG.

2025

CONTINUAZIONE DELLO SVILUPPO DI CERTIFICAZIONI E VALUTAZIONI DI SOSTENIBILITÀ AZIENDALI.



Nel 2021 abbiamo formalizzato il nostro impegno sottoscrivendo la Politica di Sostenibilità definendo le aree prioritarie su cui concentrare le risorse. Nel 2022 abbiamo inoltre istituzionalizzato un Comitato di sostenibilità, composto da figure aziendali che operano quotidianamente in ambiti più a contatto con i temi ESG. Il comitato ha il compito di esaminare le strategie in materia di sostenibilità e proporre azioni mirate per la loro implementazione; inoltre ha la facoltà di istituire gruppi di lavoro su progetti specifici, di cui verifica lo stato di avanzamento attraverso i KPI, e ha il compito di assistere il Consiglio di amministrazione su questo tema.

La scelta di pubblicare e aggiornare annualmente il nostro Rapporto di sostenibilità rappresenta un tassello fondamentale del nostro percorso di responsabilità. Crediamo profondamente nel principio dell'*accountability*, uno dei pilastri della sostenibilità aziendale, che implica la capacità di rendere conto in modo chiaro, completo e trasparente delle proprie azioni e dei risultati conseguiti.

Per noi, *accountability* significa assumersi la responsabilità del proprio operato, spiegare come gestiamo gli impatti economici, ambientali e sociali e mettere a disposizione degli *stakeholder* informazioni verificabili e tracciabili. Pubblicare questo rapporto è quindi un impegno concreto verso la trasparenza: ci consente di rendere controllabili i nostri processi, di mostrare i progressi compiuti e di individuare con lucidità le aree su cui continuare a migliorare.

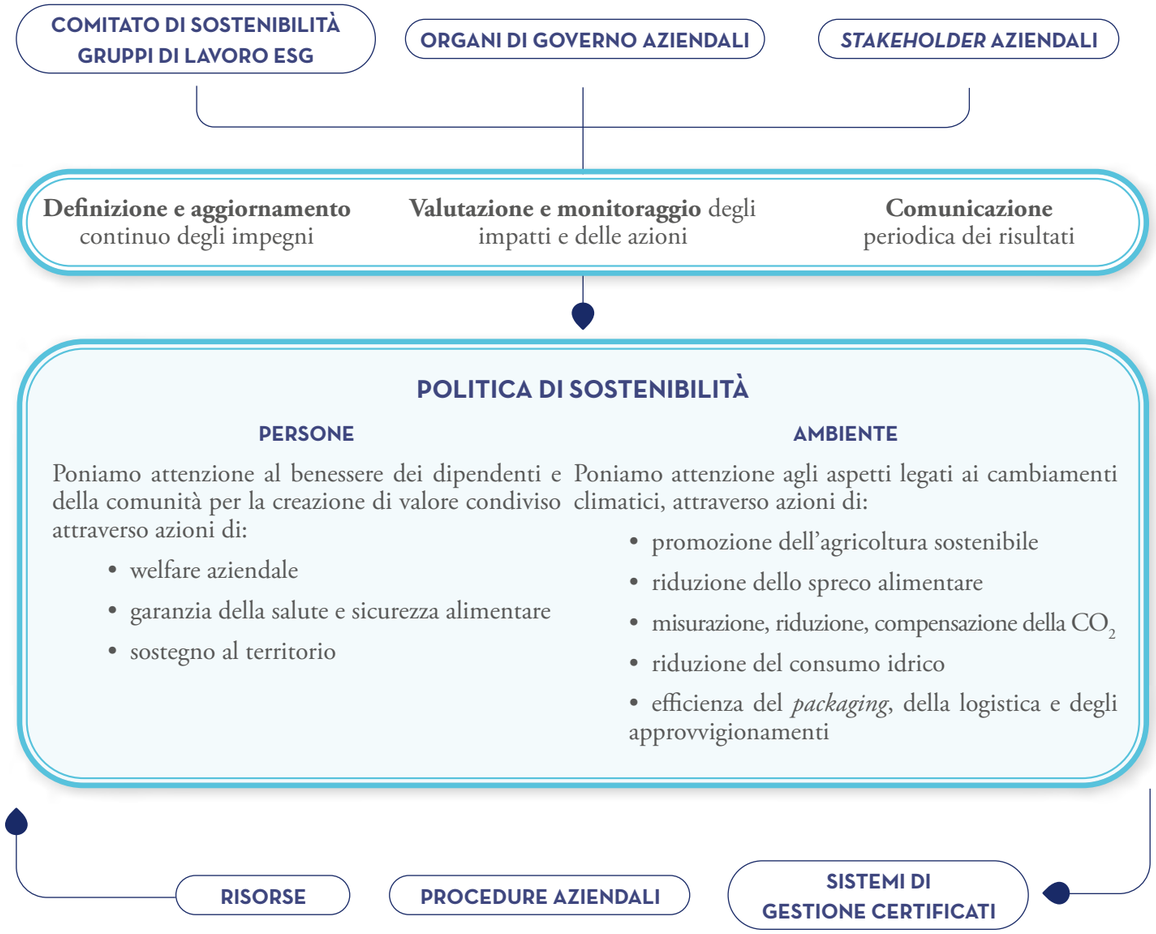
È lo stesso approccio che adottiamo da sempre per i nostri prodotti: rigore, tracciabilità e qualità rappresentano infatti elementi essenziali del nostro modo di fare impresa. La trasparenza con cui raccontiamo i nostri processi produttivi si riflette anche nel nostro impegno a rendicontare in modo chiaro e responsabile le nostre performance di sostenibilità.

In continuità con questo principio, l'adesione del Gruppo agli impegni definiti nella Politica di sostenibilità contribuisce alla promozione degli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 e dei relativi principi: inclusione, integrità, trasparenza e impegno verso le future generazioni. Questi valori guidano le nostre scelte strategiche e operative, orientando il nostro percorso verso un modello di crescita che crea valore condiviso per tutti gli *stakeholder*.

Per rendere concreto questo impegno, abbiamo definito un approccio strutturato alla sostenibilità, che ci permette di dimostrare, garantire e diffondere i nostri progressi lungo l'intera filiera. Abbiamo individuato obiettivi chiari e misurabili e implementato un sistema di monitoraggio continuo, che ci consente di valutare l'efficacia delle azioni intraprese e di migliorare costantemente le nostre performance.

In questo modo, la sostenibilità non è solo un principio dichiarato, ma un elemento integrato nella gestione aziendale, capace di orientare le decisioni, rafforzare la fiducia degli stakeholder e contribuire alla resilienza del nostro modello di business.

GOVERNANCE



Impatti e strategia negli AMBITI ESG

STAKEHOLDER CHIAVE E TEMI MATERIALI DI SOSTENIBILITÀ

[GRI 2-29, 3-1, 3-2]

Una rendicontazione efficace è possibile solo se sono chiari i **soggetti che contribuiscono allo svolgimento delle attività**, cioè coloro che sono influenzati dal loro andamento e, a loro volta, lo possono influenzare.

Le categorie di portatori di interesse, indicati spesso con il termine ***stakeholder***, più significative per il Gruppo nel 2025 sono state identificate e coinvolte in maniera indiretta per valutare i temi di sostenibilità prioritari per Zuegg oltre che per fornire un ulteriore indirizzo allo sviluppo delle strategie e degli impegni aziendali.





DIPENDENTI

Chi opera alle dipendenze di Zuegg

SOCI D'IMPRESA

Chi partecipa al capitale d'impresa in modo formale attraverso la detenzione di quote o azioni

CONSOCIATE ESTERE

Le società estere del Gruppo

CDA

Consiglio di amministrazione aziendale

DIREZIONE

Il management aziendale



CLIENTI

Chi acquista i prodotti Zuegg

AGRICOLTORI E ALTRI FORNITORI

Chi fornisce a Zuegg materie prime, materiali, servizi o tecnologia

CONCORRENTI

Le organizzazioni che rappresentano i competitor di Zuegg

MEDIA

Mezzi di comunicazione internazionali, nazionali e locali (es.: televisione, stampa, radio e web) che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività di Zuegg

OPERATORI FINANZIARI

Banche e istituti di credito che possono contribuire al finanziamento delle attività di Zuegg

CONSUMATORI

Fruitori dei prodotti Zuegg, comprese le associazioni dei consumatori

UNIVERSITÀ

Istituzioni universitarie che si trovano vicino alle sedi di Zuegg e che possono influenzare le sue attività

PROFESSIONISTI

Consulenti che operano per conto di Zuegg

ISTITUZIONI

Il complesso delle istituzioni che possono influenzare direttamente o indirettamente le attività di Zuegg (es.: Regione, Provincia, Comune presso i quali si trovano vicino alle sedi di Zuegg)

ASSOCIAZIONI E ONG

Associazioni e organizzazioni private, senza scopo di lucro, che possono agire in ambiti che influenzano direttamente o indirettamente le attività di Zuegg (es.: associazioni ambientaliste, associazioni di settore)

In linea con gli standard GRI 2021, adottati per la redazione di questo Rapporto, i **temi di sostenibilità prioritari**, o "materiali", per un'azienda rappresentano i suoi impatti più significativi sull'economia, sull'ambiente e sulla società.

I temi ESG per noi rilevanti – ossia quelli maggiormente significativi per la conduzione del nostro business nelle tre dimensioni della sostenibilità (Environmental, Social e Governance) – e i relativi *Sustainability Development Goals* (*SDGs*) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite[2] sono riportati di seguito.

AMBITO ESG	TEMA	SDG	DEFINIZIONE
GOVERNANCE	**Solidità del business**	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	Generare valore internamente ed esternamente all'azienda nell'ottica di promuovere la prosperità dei nostri *stakeholder*.
	Etica e anticorruzione	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE	Condurre il business in modo trasparente, etico e in pieno rispetto delle normative vigenti e in contrasto con qualunque tipo di comportamento illecito o sleale.
	Soddisfazione e sicurezza dei consumatori	2 SCONFIGGERE LA FAME	Prestare attenzione alla soddisfazione e alla sicurezza dei clienti e dei consumatori finali tramite uno scrupoloso monitoraggio della qualità dei prodotti, la cura nella ricerca e nell'innovazione per una produzione sempre più sostenibile e la protezione dei dati e della privacy dei clienti.
	Tracciabilità e sostenibilità di filiera	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	Garantire la tracciabilità della nostra filiera e l'implementazione di processi rigorosi per assicurare la qualità e la sostenibilità dei prodotti, anche tramite l'approvvigionamento locale e una selezione sempre più attenta dei fornitori.
AMBIENTALE	**Agricoltura sostenibile**	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	Promuovere l'agricoltura sostenibile tramite la progressiva diminuzione dell'uso dei pesticidi e l'attenzione alla salute e alla funzionalità del suolo.
	Biodiversità	15 VITA SULLA TERRA	Porre attenzione alla conservazione degli ecosistemi e della diversità biologica.
	Risorsa idrica	6 ACQUA PULITA E SERVIZI IGIENICO-SANITARI	Prestare attenzione alla corretta gestione della risorsa idrica.
	Energia ed emissioni GHG	13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	Svolgere l'attività produttiva favorendo la transizione energetica e il passaggio a un'economia a basse emissioni.
	Packaging	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	Cercare di scegliere materiali per il confezionamento a minore impatto dal punto di vista ambientale e impostare una comunicazione B2C a garanzia della qualità e della rigorosità della produzione.
	Scarti e spreco alimentare	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	Impegnarsi a ridurre al massimo gli scarti, soprattutto quelli di tipo alimentare, appoggiandosi alle *best available technologies* e a pratiche gestionali vantaggiose.
SOCIALE	**Benessere dei dipendenti**	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 3 SALUTE E BENESSERE	Garantire un ambiente lavorativo soddisfacente e sicuro, all'insegna dello sviluppo personale e professionale e della garanzia delle pari opportunità.
	Relazioni con la comunità	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	Rafforzare in modo continuativo il legame delle nostre sedi con le comunità locali, confrontandoci in maniera concreta con le realtà che ci circondano.

2 - Questo passaggio è stato effettuato prendendo come riferimento il documento Linking the Sdgs and the GRI Standard, emesso dalla GRI nel 2022.



La conferma dei temi materiali sopra elencati per il 2025 è derivata dall'aggiornamento dell'analisi di doppia materialità svolta per il precedente ciclo di rendicontazione, ispirata agli standard europei per la rendicontazione della sostenibilità (ESRS).

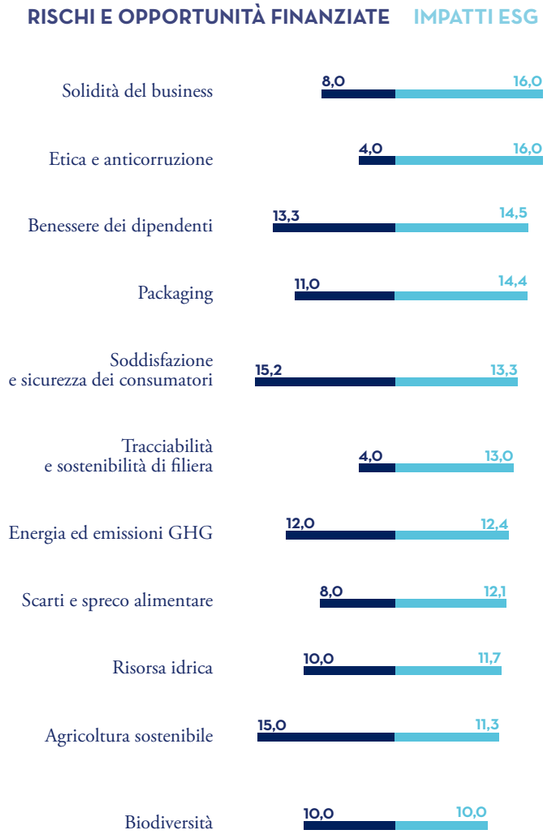
Abbiamo rinnovato l'analisi identificando gli impatti e i rischi e le opportunità di natura finanziaria rilevanti per il Gruppo nel 2025. La valutazione della significatività di ogni impatto, rischio e opportunità si è basata sulla loro entità, portata e probabilità di accadimento, facendo riferimento dove possibile a parametri quantitativi.

Lo schema seguente mostra i temi materiali ordinati in base al punteggio di significatività degli impatti (scala 0–16)[3], includendo anche la rilevanza complessiva dei rischi e delle opportunità associati.

I temi di governance sono di alta priorità sia per i nostri portatori di interesse interni sia per i nostri *stakeholder* esterni, che prestano particolare attenzione agli aspetti di solidità del business, soddisfazione e sicurezza dei consumatori, etica e anticorruzione - direttrici importanti per la nostra strategia di Gruppo.

Il contributo delle nostre attività al benessere sociale e verso i consumatori si declina in maniera forte attraverso i temi della loro sicurezza e soddisfazione, del packaging, e della tracciabilità e sostenibilità di filiera, come riflesso dalla valorizzazione strettamente inter-correlata di tali aspetti.

Le nostre azioni nella sfera ambientale, infine, costituiscono la base imprescindibile per la gestione competitiva e lungimirante dell'impatto climatico, dell'agricoltura e la tutela della biodiversità e della risorsa idrica.



3 - Il tema "Relazioni con la comunità" non figura nel grafico in quanto non compreso tra gli aspetti di sostenibilità contemplati dagli standard ESRS così come declinato dal nostro Gruppo.

Crescere in un mondo CHE CAMBIA

CONTESTO GLOBALE E FENOMENI RILEVANTI PER IL SETTORE AGROALIMENTARE

[GRI 2-22]

Il mondo sta affrontando una delle sfide più complesse della nostra epoca: superare il paradigma del business as usual, responsabile di pressioni crescenti sugli ecosistemi, e orientarsi verso modelli di sviluppo capaci di raggiungere gli obiettivi climatici fissati per il 2050. La comunità internazionale è chiamata a mitigare l'aumento delle temperature, le alterazioni dei regimi di precipitazione, la frequenza degli eventi meteorologici estremi e la progressiva erosione della biodiversità. Per farlo, è necessario ridurre le emissioni di gas a effetto serra, tutelare gli ecosistemi, salvaguardare le foreste, gestire in modo sostenibile le risorse idriche.

Le evidenze scientifiche sono chiare. Lo *Special Report on Climate Change* and Land dell'IPCC (2019) ha mostrato come il cambiamento climatico influenzi suolo, risorse idriche e biodiversità, con ripercussioni dirette sulla produzione alimentare e sulla resilienza dei sistemi agroalimentari.

In Italia, il *Piano Nazionale di adattamento ai cambiamenti climatici* del 2023[4] evidenzia come le conseguenze del cambiamento climatico possano compromettere la produttività agricola, con stime sulla riduzione del valore della produzione aggregata pari a 12,5 miliardi di euro nel 2050. Questa perdita è attribuita principalmente agli eventi estremi, come siccità e ondate di calore, che influenzano negativamente le rese agricole. Gli effetti del cambiamento climatico pongono l'agricoltura di fronte a sfide che richiedono strategie di adattamento innovative. Per promuovere un futuro sostenibile è imperativo implementare politiche e azioni mirate alla rigenerazione dei sistemi naturali e all'adozione di pratiche agricole e alimentari responsabili.

Tali politiche e azioni sono essenziali se consideriamo che oltre la metà del PIL mondiale è «altamente o moderatamente dipendente dalla natura e dai suoi servizi» (WEF, 2020) e che oltre 60 milioni di persone lavorano in attività direttamente connesse alla gestione e conservazione degli ecosistemi naturali. Inoltre, potrebbero essere generati entro il 2030 fino a 32 milioni di nuovi posti di lavoro investendo in soluzioni basate sulla natura, ovvero quelle attività che hanno la funzione di proteggere, conservare e ripristinare gli ecosistemi (ILO, 2024).

4 - MASE, 2023: Piano Nazionale di adattamento ai cambiamenti climatici (PNACC).



FENOMENI E TENDENZE RILEVANTI PER ZUEGG

Alla luce di questi scenari, abbiamo identificato fenomeni e tendenze rilevanti che possono generare sia impatti potenziali sia opportunità strategiche per il Gruppo.



IL RIPRISTINO DEL PAESAGGIO COME BASE PER LA RESILIENZA AGROALIMENTARE

Il ripristino degli ecosistemi è uno strumento chiave per contrastare il degrado del suolo e accrescere la resilienza della catena di approvvigionamento. La degradazione del capitale naturale può essere contrastata con soluzioni basate sulla natura (*Nature-based Solutions – NbS*), come il sostegno all'impollinazione, il recupero della qualità del suolo, il miglioramento della qualità dell'acqua e il sequestro naturale del carbonio.

AGRICOLTURA RIGENERATIVA: ARMONIA E INNOVAZIONE NEL TESSUTO VITALE DELLA TERRA

I sistemi sono interconnessi ed esiste una stretta interdipendenza tra elementi viventi e non viventi. Comprendendo queste interrelazioni, possiamo valutare meglio l'impatto delle attività umane su biodiversità, salute degli ecosistemi e risorse naturali. Il concetto di capitale naturale promuove pratiche di uso del suolo sostenibili e sforzi intensificati per proteggere le specie e gli habitat a rischio. Preservare la diversità e la salute degli ecosistemi diventa un parametro chiave per l'innovazione e l'adattabilità.

GLI INSETTI IMPOLLINATORI SONO CUSTODI DELLA BIODIVERSITÀ E DELLA SICUREZZA ALIMENTARE

Tra le cento specie di colture che forniscono il 90% dei prodotti alimentari a livello globale, 71 dipendono dall'impollinazione delle api[5]. Ma distruzione degli habitat, inquinamento, uso indiscriminato di pesticidi e cambiamenti climatici sottopongono questi impollinatori essenziali a pressioni ambientali crescenti e a conseguenti morie. Il loro declino minaccia la diversità vegetale, la sicurezza alimentare e l'equilibrio degli ecosistemi, con potenziali impatti economici sulla produzione agricola stimati tra i 199 e i 589 miliardi di euro[6].

UN FUTURO PIÙ SOSTENIBILE PASSA DAL CAMBIAMENTO DELLE ABITUDINI DI TUTTI NOI

L'82% delle persone considera la sostenibilità un fattore chiave nelle scelte di acquisto, un dato che trova riscontro nel fatto che il 78% degli italiani è disposto a spendere il 5% in più per alimenti sostenibili, e che il 39% privilegia prodotti eco-compatibili. Questa tendenza riflette una crescente consapevolezza collettiva e un impegno verso pratiche di consumo responsabile.

UNA PRODUZIONE SOSTENIBILE, TRA INNOVAZIONE E COMPETITIVITÀ

La produzione sostenibile rappresenta un nuovo paradigma industriale che mira a bilanciare lo sviluppo economico con la protezione dell'ambiente. Questo approccio offre vantaggi competitivi significativi, inclusa la riduzione dei costi operativi attraverso l'uso efficiente delle risorse e l'incremento dell'efficienza energetica.

I CAMBIAMENTI TECNOLOGICI SONO DRIVER DI TRASFORMAZIONE

L'avvento e l'adozione di tecnologie emergenti nei sistemi alimentari e nella gestione del suolo stanno ridefinendo la competitività dei Paesi e delle aziende. Questi cambiamenti influenzano i costi di produzione e distribuzione e, di conseguenza, la domanda di prodotti e servizi.

5 - FAO, 2000.

6 - ISPRA "Piante e insetti impollinatori: un'alleanza per la biodiversità" 2021.

Come lavoriamo: principi e strumenti dal campo

ALLA TAVOLA

[GRI 2-23, 2-24, 2-25, 2-26, 2-27, 205-3, 406-1]

Svolgiamo le nostre attività aziendali nel rispetto del **Codice Etico**, il documento che definisce i principi fondamentali alla base del nostro modo di fare impresa. Il codice non si limita a richiamare l'osservanza delle normative vigenti nei Paesi in cui operiamo, ma promuove un approccio al business fondato su **correttezza, lealtà, integrità e trasparenza**, valori che guidano quotidianamente le nostre decisioni e i nostri comportamenti.

Il Codice Etico abbraccia le politiche sulla qualità, sull'ambiente e sulla sicurezza, in materia di gestione delle risorse umane e di protezione degli asset aziendali. Si applica a tutti i dipendenti, fornitori, appaltatori, consulenti, partner e collaboratori esterni al Gruppo e, tra le altre cose, sancisce da parte di Zuegg il rispetto dei principi contenuti in documenti cruciali quali:

- *Dichiarazione universale dei diritti umani* dell'Onu;
- Convenzioni e raccomandazioni internazionali del lavoro emanate dall'International *Labour Organization* (Ilo);

A supporto di questo impianto valoriale, siamo muniti di un Modello di gestione e di controllo in linea col decreto legislativo 231 del 2001. Conseguentemente abbiamo istituito anche un Organismo di Vigilanza, che monitora l'adeguatezza dei meccanismi e dei controlli interni, raccogliendo periodicamente informazioni utili a identificare comportamenti potenzialmente a rischio.

Siamo felici di constatare che nel corso del 2025 non sono state segnalate o identificate violazioni in merito a corruzione attiva e passiva, né comportamenti anti-competitivi e discriminazioni. Questo risultato conferma l'impegno costante del Gruppo nel promuovere una cultura aziendale improntata all'etica, alla legalità e alla responsabilità.



Catena del VALORE

L'attenzione per la sostenibilità interessa l'intero processo che abbiamo strutturato, dal campo fino al prodotto finale.



RACCOLTA

[GRI 308-1, 414-1]

Non sarebbe possibile ottenere risultati straordinari senza l'impegno sinergico di tutti gli attori della nostra filiera. Per questo, abbiamo istituito un **ufficio agronomico,** in modo da aumentare la sintonia fra attività industriale e settore primario. Mettere l'agricoltura e l'agricoltore al centro dell'attività di produzione è stata un'intuizione dello stabilimento di Luogosano, Avellino, diventata poi modello per molte realtà produttive italiane.

In Zuegg ci impegniamo a garantire la sostenibilità e l'eccellenza dei nostri prodotti attraverso la collaborazione con circa 200 aziende agricole italiane che condividono il nostro impegno per un'agricoltura sostenibile. Continuiamo a lavorare su diversi fronti con i nostri fornitori per assicurare pratiche agricole che rispettano l'ambiente e valorizzano il territorio.

FORMAZIONE E CONTINUITÀ

Ci dedichiamo alla formazione di giovani agricoltori, assicurando la continuità delle tradizioni familiari e offrendo opportunità di lavoro che mantengono vive le comunità rurali. Riconosciamo il lavoro dei nostri fornitori che operano in modo efficace e responsabile, e con contratti equi e pluriennali che favoriscono una pianificazione sostenibile a medio termine.

SUPPORTO TECNICO E QUALITÀ

I nostri tecnici e il dipartimento agronomico sono impegnati nel monitoraggio e nel controllo di ogni fase produttiva, garantendo che la frutta trasformata soddisfi gli standard tecnico-qualitativi delle normative applicabile e, per le referenze da esso interessate, del Metodo Zuegg. Forniamo linee guida aggiornate e supporto continuo per allineare i fornitori ai nostri obiettivi di miglioramento continuo.

SOSTENIBILITÀ

Con *il Disciplinare Zuegg per l'Agricoltura Sostenibile senza Residui di Pesticidi* orientiamo i nostri partner verso una produzione consapevole dell'impatto ambientale. È per noi essenziale che i nostri collaboratori siano guidati da un'alta attenzione alla sostenibilità sociale: per questo abbiamo definito un Codice di Condotta, in linea con il Codice Etico Zuegg, che tutti i nostri fornitori e partner sono tenuti a rispettare.



BIODIVERSITÀ

La protezione e la conservazione delle risorse naturali è parte del nostro modello produttivo: promuoviamo e salvaguardiamo la biodiversità delle aree in cui siamo attivi, preservando le risorse naturali utili alle comunità e riducendo gli sprechi nell'intero processo. Per rendere concreto questo impegno, abbiamo sviluppato una serie di iniziative che rafforzano la tutela degli ecosistemi e la gestione responsabile delle risorse lungo tutta la filiera.

AGRICOLTURA BIOLOGICA

Promuoviamo, laddove possibile, una produzione biologica di frutta e verdura, puntando a forme di agricoltura in grado di preservare l'equilibrio naturale, ripristinando la fertilità del terreno e ricreando l'*habitat* ideale per la flora e la fauna. Dove viene praticata una coltivazione biologica abbiamo una biodiversità superiore del 30%.

AGRICOLTURA INTEGRATA

Per assicurare una produzione il più sostenibile possibile per l'ambiente e per l'agricoltore proponiamo la riduzione di prodotti chimici di sintesi, integrandoli con mezzi biologici e colturali.

INERBIMENTO

Siamo convinti che tutto parta dal suolo: da un terreno di qualità – ricco di sostanza organica, drenato, areato e vivo – derivano infatti materie prime di valore. Anche per questo promuoviamo tecniche di inerbimento.

PRESENZA DI ALBERI E ALTRE SPECIE NEI MARGINI

L'equilibrio e la qualità dei nostri frutteti è l'espressione dell'equilibrio e della qualità degli ecosistemi in cui sorgono. Ci impegniamo a migliorare l'intero sistema agricolo, mantenendolo diversificato, ricco e vivo.

CONSERVAZIONE DI SPECIE AUTOCTONE

Il patrimonio genetico è una risorsa fondamentale per le generazioni future: per questo supportiamo gli agricoltori nel mantenimento di tutte le specie sui campi, anche quelle non da frutto, che hanno un valore storico, culturale e genomico per l'areale.

COSTRUZIONI IN PIETRA/MURETTI A SECCO

I muretti in pietra e le costruzioni a secco nei campi dei nostri produttori contribuiscono alla conservazione della biodiversità, perché mettono a disposizione di diverse specie un'infrastruttura ecologica utile alla loro sopravvivenza.

Nel 2025, 21 dei nostri fornitori italiani hanno ottenuto la certificazione **GLOBALG.A.P.**, a conferma dell'impegno verso una gestione sostenibile delle risorse idriche e la riduzione degli sprechi.

Alcuni fornitori europei adottano inoltre standard internazionali come *Regenerative Organic Certified, Fairtrade* e *Rainforest Alliance*, che promuovono pratiche agricole rigenerative e tutelano il benessere ambientale e sociale.

Anche i nostri stabilimenti contribuiscono a garantire responsabilità lungo la filiera: diversi siti produttivi sono infatti certificati secondo gli standard **SMETA/SEDEX**, che assicurano l'adozione di pratiche etiche e trasparenti. Abbiamo inoltre ottenuto la certificazione **SQPNI**, che valorizza le produzioni agricole ottenute secondo i disciplinari regionali di produzione integrata.

L'agricoltura integrata si basa su pratiche agronomiche sostenibili, orientate a ridurre l'uso di sostanze chimiche di sintesi, tutelare l'ambiente e garantire elevati standard di controllo e tracciabilità lungo tutta la filiera.

LAVORAZIONE

La qualità e la sicurezza alimentare rappresentano il punto di partenza del nostro impegno verso una produzione responsabile. Le materie prime selezionate vengono trattate con cura per preservarne le proprietà nutritive e qualitative e, nelle fasi di trasformazione e confezionamento, ogni prodotto è sottoposto a test rigorosi per verificare l'assenza di contaminanti e allergeni, garantendo alimenti sicuri e di alta qualità.

Negli anni abbiamo introdotto processi che preservano il valore nutrizionale della frutta e adottato etichette trasparenti, così da supportare scelte di consumo consapevoli.

A partire da questi presupposti, la gestione aziendale si fonda su sistemi strutturati che assicurano solidità, trasparenza ed eticità. Il miglioramento continuo dei sistemi di gestione – attraverso valutazione, certificazione e integrazione nel tempo – è un elemento essenziale del nostro percorso verso una sostenibilità crescente. Le certificazioni ottenute attestano l'adozione di pratiche responsabili a livello gestionale e operativo.

In questo ambito, il Gruppo è registrato sulla piattaforma **EcoVadis**, che supporta la gestione dei rischi ESG e monitora i progressi rispetto agli obiettivi di sostenibilità.

Tutti i nostri stabilimenti sono certificati secondo la norma **ISO 9001:2015**, che garantisce la qualità dei processi di gestione. Gli stabilimenti di Werneuchen, Zorbig ed Elne hanno inoltre ottenuto la certificazione **ISO 50001:2018**, a conferma del nostro impegno verso l'efficienza energetica, mentre Verona e Avellino sono certificati **ISO 14001:2015**, che riconosce l'adozione di un sistema strutturato di gestione ambientale.

Parallelamente, la nostra **politica di sostenibilità del prodotto** orienta l'intero processo produttivo verso un uso efficiente delle risorse, la riduzione degli sprechi e l'adozione di soluzioni innovative. Tale politica si articola in cinque direttrici:

1. Una **catena di fornitura** il più efficiente ed equa possibile nell'uso delle risorse.
2. Una **produzione** particolarmente attenta a un uso efficiente delle risorse, al risparmio energetico e alla riduzione degli sprechi.
3. Un ***packaging*** di prodotto che impiega materiali ecologicamente responsabili, con una particolare attenzione alla riciclabilità, la biodegradabilità e la riduzione degli sprechi di imballaggio.
4. Una circolarità sempre maggiore delle fasi produttive, focalizzata sul recupero degli **scarti alimentari** per reintrodurli in una seconda filiera produttiva.
5. Un consolidamento del *know-how* e una propensione per l'**innovazione**, per sviluppare prodotti il più possibile naturali, con una lista di ingredienti corta, pulita e in grado di fornire nutrienti corretti ed equilibrati per il benessere dell'organismo.

La ricerca e lo sviluppo svolgono un ruolo centrale in questo percorso: disponiamo di un ufficio dedicato in ogni stabilimento, con 30 risorse impegnate nei settori B2C e B2B. L'attenzione alla riduzione degli zuccheri, all'eliminazione dei residui di pesticidi e alla diminuzione dell'impronta ambientale degli imballaggi è cresciuta nel tempo, guidando l'evoluzione dei nostri prodotti verso standard sempre più elevati.

Infine, il nostro dipartimento di agronomia contribuisce a rafforzare la sostenibilità della filiera attraverso la ricerca di terreni, varietà e tecniche agricole più resilienti. L'utilizzo di terreni sperimentali ci permette di testare nuove soluzioni e integrare i contributi della comunità scientifica, migliorando il nostro *know how*. Poiché la salute del suolo è un elemento centrale della nostra visione, selezioniamo specie e cultivar che richiedano minori interventi di trasformazione, contribuendo a una produzione agricola più sostenibile.



DISTRIBUZIONE

[GRI 416-1, 417-1, 418-1]

La sicurezza alimentare è una priorità assoluta per noi. Per questo in alcuni dei nostri stabilimenti abbiamo aderito alla **BRCGS Food** (*Brand Reputation Compliance Global Standard*), una delle certificazioni di sicurezza alimentare più diffuse.

Abbiamo implementato l'**FSSC 22000**, uno schema di certificazione della sicurezza alimentare basato sulla norma ISO 22000, e anche l'***International Food Standard*** della *Federal Association of German Trade Companies*, che ha lo scopo di favorire l'efficace selezione dei fornitori food a marchio della GDO sulla base della loro capacità di fornire prodotti sicuri, conformi alle specifiche contrattuali e ai requisiti di legge. A conferma del nostro impegno verso la diversità e le esigenze dei consumatori, offriamo prodotti Kosher e Halal.

Con i nostri prodotti vogliamo contribuire alla diffusione di un'alimentazione il più naturale possibile. Il continuo miglioramento del nostro operato è rivolto a offrire prodotti che stimolino il consumo di frutta e verdura. Siamo convinti che le persone abbiano il diritto di ricevere tutte le informazioni necessarie per fare scelte consapevoli. Chi acquista un prodotto, infatti, non è un semplice consumatore: è una persona con un'identità e dei valori, e di cui noi vorremmo soddisfare le esigenze.

Anche per questo abbiamo impostato una comunicazione onesta con i nostri clienti, collaboratori e fornitori.

Nelle fasi di distribuzione e vendita dei nostri prodotti poniamo un'enfasi particolare sulla tracciabilità, garantendo che ogni articolo possa essere seguito lungo tutta la catena di fornitura: ogni passaggio è documentato e verificabile dal campo alla tavola. Ciò non solo migliora l'efficienza dei processi e riduce gli sprechi, ma rafforza anche la fiducia di chi ci sceglie per la qualità e l'origine dei nostri prodotti.

La tracciabilità alimentare ci permette anche di supportare pratiche agricole ecocompatibili, di ridurre l'impatto ambientale dei nostri processi e di garantire standard elevati di qualità e sicurezza.

Il *packaging* dei prodotti Zuegg riporta la sua corretta modalità di smaltimento e lavoriamo sempre con estrema cura sul miglioramento della visibilità e della qualità delle informazioni che esso trasmette al consumatore.

Infine, siamo consapevoli di vivere in un mondo in cui i dati dei clienti sono raccolti al massimo grado di dettaglio e in alcuni casi venduti a terzi: riteniamo necessario e urgente un approccio sostenibile su questo tema. Per questo motivo abbiamo scelto di considerare il diritto alla privacy dei dati come una priorità e un tema connesso alla sostenibilità. Nel 2025 infatti non abbiamo riscontrato casi di denunce riguardanti la violazione della privacy dei clienti e la perdita dei loro dati.



Prendersi cura DELLA TERRA

60 Energia ed emissioni

64 Prelievi e scarichi idrici

68 Materiali e circolarità

Energia ed EMISSIONI

[GRI 302-1, 305-1, 305-2]

I processi di produzione agroalimentare e di lavorazione della frutta sono piuttosto energivori e per questa ragione la gestione interna della componente energetica e delle relative emissioni di gas climalteranti ha assunto negli anni un peso crescente nella nostra strategia di sostenibilità.

Alcuni stabilimenti hanno consumi stagionali, altri hanno consumi costanti nel corso dell'anno. La prima trasformazione della frutta richiede energia per le fasi di lavaggio, cernita, pelatura, taglio e produzione di polpe o concentrati. In questa parte del processo la maggioranza dei consumi è legata alla necessità di mantenere le materie prime e i prodotti finiti a una temperatura controllata.

Monitoriamo costantemente le opportunità di risparmio e di efficientamento energetico e per questo negli anni abbiamo realizzato alcuni interventi, come la progressiva introduzione di illuminazione a led, l'installazione di impianti di cogenerazione e interventi per l'efficientamento energetico della produzione.

- 2014: Installazione impianto di cogenerazione nello stabilimento di Verona;
- 2021: Nuovi impianti fotovoltaici per un totale di 599 kWp installati;
- 2023: Ampliamento degli impianti fotovoltaici per un totale di 968 kWp;
- 2024: Avvio del processo di adesione alla *Science Based Target initiative*.

Nel 2025 abbiamo impiegato **risorse energetiche da fonti rinnovabili** per il 15% dei consumi energetici complessivi degli stabilimenti del Gruppo, pari a 303.257,9 GJ (7,3 %in più rispetto al 2024). La quantità di elettricità acquistata con garanzia d'origine è aumentata negli anni, così come l'elettricità autoprodotta tramite pannelli fotovoltaici.

CONSUMI ENERGETICI INTERNI [GJ]

		2023	2024	2025
Combustibili	da fonti rinnovabili	0,0	0,0	0,0
	da fonti non rinnovabili	212.038,4	224.567,8	224.096,0
Energia elettrica acquistata	da fonti rinnovabili	8.293,5	18.469,2	38.977,7
	da fonti non rinnovabili	51.528,1	38.727,9	18.718,8
Energia elettrica autoprodotta	da fonti rinnovabili	2.962,1	5.800,7	7.344,8
	da fonti non rinnovabili	15.849,5	15.604,4	14.120,6
Totale		**290.671,6**	**303.170,0**	**303.257,9**

Le emissioni di gas climalteranti, in inglese *greenhouse gases* (GHG), sono generate dalle attività antropiche e associabili all'intera catena del valore di un'azienda. Abbiamo iniziato a monitorare le emissioni GHG legate ai consumi energetici del Gruppo per monitorare l'impatto sul clima della nostra produzione e le risorse energetiche che impiega.

Per il calcolo dell'impronta di carbonio di un'organizzazione, gli standard di riferimento più riconosciuti a livello internazionale sono il Greenhouse Gas (GHG) Protocol e la ISO 14064-1:2018, che definiscono le categorie in cui vengono classificate le emissioni di un'organizzazione. Tra queste, noi calcoliamo:

Scope 1 > emissioni dirette derivanti da fonti possedute e controllate dall'organizzazione che possono essere stazionarie o mobili;

Scope 2 > emissioni indirette che derivano dalla produzione di energia elettrica prelevata dalla rete e consumata dall'organizzazione. Per calcolare queste emissioni si utilizzano due diversi approcci:

- **Location-based**, in cui le emissioni vengono calcolate utilizzando i fattori di emissione medi relativi al mix energetico del Paese in cui è localizzata l'organizzazione. Le emissioni seguono linearmente l'andamento del mix energetico e sono calcolate sulla base di un fattore di emissione nazionale.
- **Market-based**, che valorizza la possibilità dell'azienda di operare una scelta consapevole sul libero mercato, e in particolare di acquistare energia certificata da fonti rinnovabili. In questo caso le emissioni sono calcolate in maniera specifica per la frazione coperta da Garanzia di Origine (GO) rinnovabile e, per la restante parte, utilizzando un fattore di emissione chiamato residual mix, che rappresenta il mix energetico di un Paese al netto della quota di energia rinnovabile venduta con GO.

Nell'anno di rendicontazione le nostre emissioni di Scope 1 ammontano a 12.774,3 tonnellate di CO_2 equivalente e quelle di Scope 2, secondo l'approccio location-based, a 6.028,4.

Un traguardo importante è stato l'acquisto di elettricità internamente da fonti a zero emissioni GHG tra rinnovabile e nucleare, portando le emissioni di Scope 2 market-based di Gruppo a 0 tonnellate di CO_2 equivalente.

Nel 2025 abbiamo formalizzato la nostra **adesione all'SBTi**, organizzazione internazionale che aiuta le aziende a definire obiettivi di riduzione delle emissioni GHG **coerenti con le evidenze scientifiche sul cambiamento climatico.**



Prelievi e scarichi IDRICI

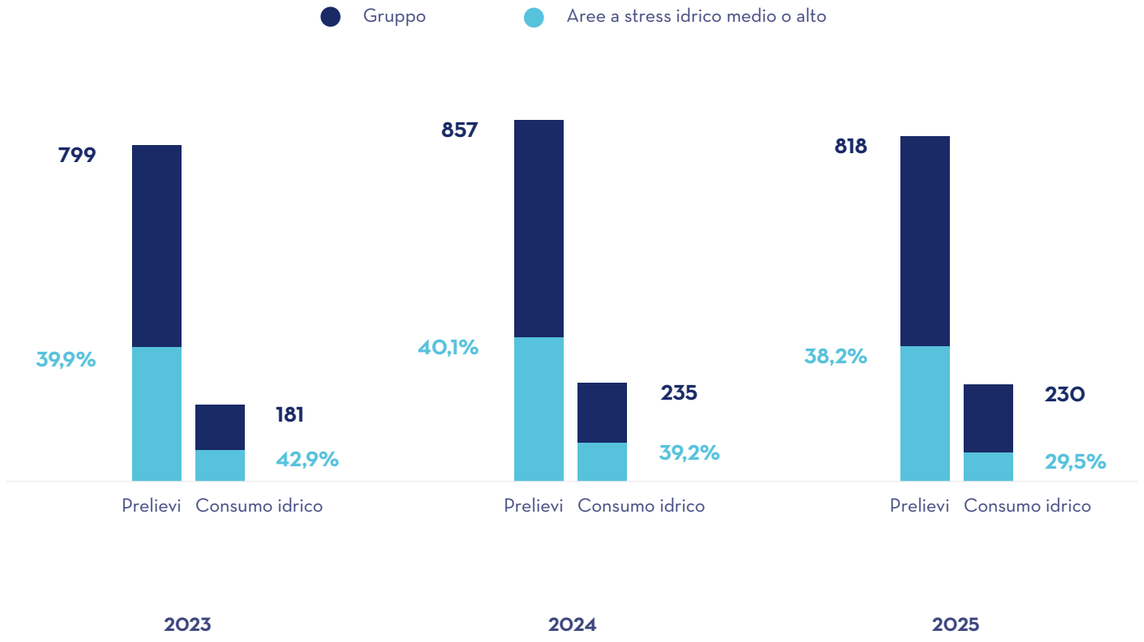
[GRI 303-1, 303-2, 303-3, 303-4]

L'acqua è una risorsa vitale per la nostra attività e filiera, e tra gli elementi principali su cui si misura l'impatto ambientale di un'azienda. Per questo nei nostri stabilimenti abbiamo predisposto sistemi di recupero e ricircolo per ottimizzarne i consumi.

Il 73% delle risorse idriche che utilizziamo proviene da acque sotterranee, grazie alla presenza di pozzi di proprietà in tutti gli stabilimenti produttivi. La quota residua è garantita dall'acquedotto. Utilizziamo anche le acque superficiali per trattarle e impiegarle nella pulizia dei piazzali, per l'irrigazione delle aree verdi e dei frutteti limitrofi allo stabilimento di Avellino[7].

Complessivamente circa 229,5 degli 817,7 megaliti (Ml) di acqua prelevati nel 2025 sono stati consumati, soprattutto tramite l'incorporazione, con percentuali variabili tra confetture, succhi e semilavorati, nei prodotti che commercializziamo.

PRELIEVI E CONSUMO IDRICO DI GRUPPO [ML] E % DA AREE A STRESS IDRICO MEDIO O ALTO



7 - La quantità di acque superficiali prelevate e utilizzate non è a oggi quantificabile.

I nostri stabilimenti ad Elne, Avellino, Zörbig e Werneuchen, che hanno contribuito al 38% dei prelievi idrici del Gruppo nel 2025, si trovano in aree caratterizzate da un livello di stress idrico medio o alto[8].

Per limitare la pressione esercitata, questi stabilimenti hanno definito dei **target di consumo di acqua per chilo di prodotto**. Non abbiamo definito una strategia di gestione della risorsa idrica univoca a livello di Gruppo poiché gli stabilimenti hanno vocazioni produttive talvolta profondamente diverse.

Nel 2025 sono stati ottenuti degli importanti risultati di **efficientamento e risparmio idrico**:

- 30.000 m^3 presso Verona – che contribuisce per quasi il 50% dei prelievi idrici del Gruppo in virtù delle lavorazioni dedicate in prevalenza alla produzione di succhi di frutta – grazie all'eliminazione dell'acqua nel processo di movimentazioni della frutta nella linea produttiva;
- 2.626 m^3 ad Avellino, per l'irrigazione delle aiuole e il lavaggio dei piazzali, nonché circa 30.000 m^3 solitamente emunti dai pozzi esterni per l'irrigazione dei campi grazie all'implementazione dell'acqua proveniente dai pozzi interni per questa mansione.

Inoltre, negli stabilimenti tedeschi sono state intensificate misure specifiche per ridurre il consumo idrico come l'ottimizzazione dei processi di pulizia automatizzata, *clean in place* (CIP).

Anche la gestione delle acque di scarico è diversificata per ogni stabilimento produttivo. Le soluzioni adottate variano in funzione, in particolare, degli spazi disponibili e della presenza di infrastrutture e servizi pubblici.

La strategia condivisa dai nostri siti produttivi consiste nell'individuare la soluzione che garantisce il minor impatto possibile nei confronti dell'ecosistema. Per questo motivo nei nostri stabilimenti possono essere presenti sistemi di lagunaggio, cioè di depurazione naturale delle acque, e di trattamento biologico dei reflui, finalizzati a depurare le acque e assicurare che la sostanza organica e inorganica scaricata sia conforme ai limiti normativi.

PRELIEVI E SCARICHI IDRICI [Ml]

		2023	2024	2025
Prelievi[9]	da pozzo	586,8	632,3	599,4
	da acquedotto	212,5	224,3	218,3
Scarichi[10]	in rete fognaria e fossa settica	588,0	593,3	556,7
	in acque superficiali	29,8	28,4	29,7
	altro	0,0	0,3	1,8

8 - Lo stress idrico misura il rapporto tra i prelievi totali di acqua e le risorse rinnovabili disponibili fra acque superficiali e sotterranee. I prelievi d'acqua comprendono usi domestici, industriali, irrigui e zootecnici per consumo e non consumo. Fonte WATER RISK ATLAS – WRI.

9 - Particelle solide totali disciolte ≤1,000 mg/l, per uso industriale e sanitario.

10 - Particelle solide totali disciolte ≤1,000 mg/l e >1,000 mg/l, da uso industriale e sanitario.

Materiali e CIRCOLARITÀ

[GRI 301-1, 301-2, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5]

Il 75% delle materie prime che utilizziamo è composto da frutta e verdura. Nel 2025 abbiamo trasformato 73,6 mila tonnellate di vegetali tra pesche, ciliegie, susine, albicocche, mele, pere, agrumi, piccoli frutti, frutti tropicali.



DRUPACEE
ALBICOCCA
PESCA
PRUGNA
CILIEGIA
AMARENA



POMACEE
MELA
PERA
MELA COTOGNA



ALTRA FRUTTA
FICO
CASTAGNA
MELAGRANO



ACTINIDIACEE
KIWI



FRUTTA PICCOLA
FRAGOLA
MIRTILLO
LAMPONE
MORA



AGRUMI
ARANCIA
LIMONE



VERDURA
POMODORO
ZUCCA
CAROTA
FINOCCHIO
CECI
LENTICCHIE
FAGIOLI

AREE DI PROVENIENZA

La frutta italiana a cui facciamo ricorso nello specifico proviene da:

- Piemonte
- Veneto
- Trentino-Alto Adige
- Emilia-Romagna
- Lazio
- Abruzzo
- Molise
- Campania
- Calabria
- Basilicata
- Puglia
- Sicilia



Alcune forniture provengono inoltre da:

- Polonia, Spagna, Grecia, Serbia per quanto riguarda l'Europa;
- Marocco, India, Thailandia, Brasile a livello mondiale.

Oltre alla frutta e altre materie prime secondarie che costituiscono i nostri prodotti, rientrano nel nostro processo manifatturiero annuale anche una serie di materiali da imballaggio.

Delle 114,3 mila tonnellate di materiali impiegate nella produzione del 2025, le materie prime rappresentano la parte principale in termini di peso, ovvero l'86%, mentre gli **imballaggi** contribuiscono al rimanente al 14% rimanente.

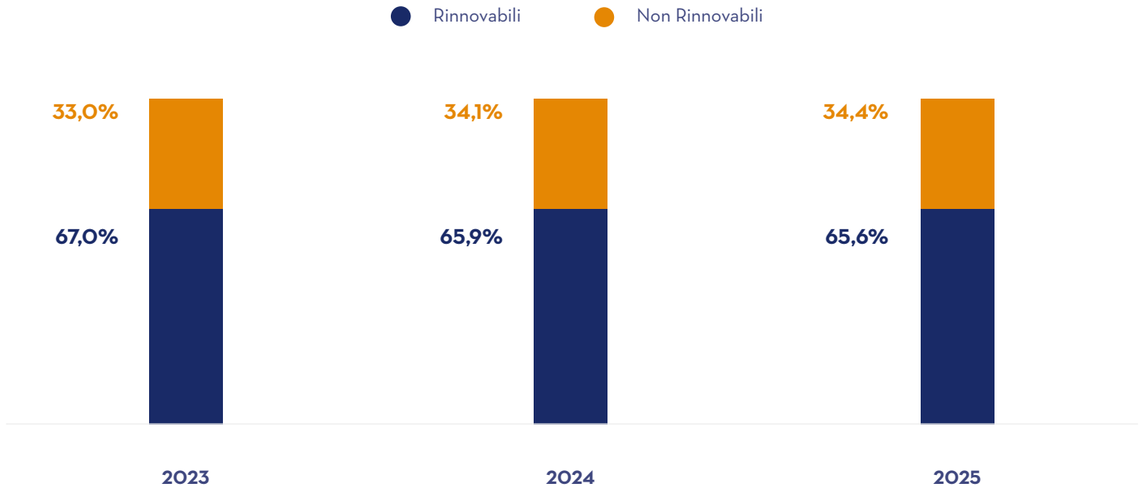
MATERIALI UTILIZZATI NELLA PRODUZIONE [TONNELLATE]

		2023	2024	2025
Materie prime	Frutta e altre materie tra cui fibre, sali e vitamine, concentrati, e dolcificanti	99.592,04	100.843,95	98.733,02
Imballaggi	Carta e bioplastiche	1.861,0	1.967,5	1.391,3
	Vetro, plastiche, metalli, tetra pak	15.136,7	14.739,7	14.191,3
Materiali totali		**116.589,8**	**117.551,1**	**114.315,7**

In quanto principalmente vegetali, le materie prime sono per la maggior parte vergini e di **origine rinnovabile**, ovvero derivano da risorse naturali che si rigenerano nel tempo a un ritmo sufficiente a soddisfare la domanda umana, senza compromettere la capacità degli ecosistemi di rigenerarle[11].

Cerchiamo sempre di scegliere per il nostro *packaging* materiali che siano ambientalmente preferibili e che possano soddisfare i requisiti di sicurezza dei nostri prodotti. Materiali da fonti rinnovabili quali carta, cartone e bioplastica hanno rappresentato il 9% dei materiali da imballaggio utilizzati per il confezionamento dei nostri prodotti.

MATERIALI UTILIZZATI PER TIPOLOGIA DI FONTE



Di anno in anno selezioniamo le opzioni più innovative per gli imballaggi in Tetra Pak e la plastica utilizzabili per i nostri prodotti in termini di quote di riciclato che contengono. Nel 2025, circa il **30%** del PET, del film e della carta che abbiamo impiegato proveniva **da riciclo.**

11 - Agenzia Europea dell'Ambiente (EEA), GEMET – General Multilingual Environmental Thesaurus.

I processi produttivi e di gestione dei prodotti lungo il loro ciclo di vita prevedono inevitabilmente che siano generati rifiuti e materiali di scarto.

Da sempre la nostra strategia a livello di Gruppo è ridurre il più possibile la quantità di rifiuti prodotti e il conseguente impatto; lo facciamo introducendo attività di riutilizzo, riciclo e recupero.

Il 99,6% delle 6.233 tonnellate di **rifiuti** prodotte nel 2025 era classificabili come non pericoloso mentre il 58,1% è stato sottoposto ad operazioni di riciclo, preparazione per il riutilizzo o altre attività di recupero.

RIFIUTI PRODOTTI [TONNELLATE][12]

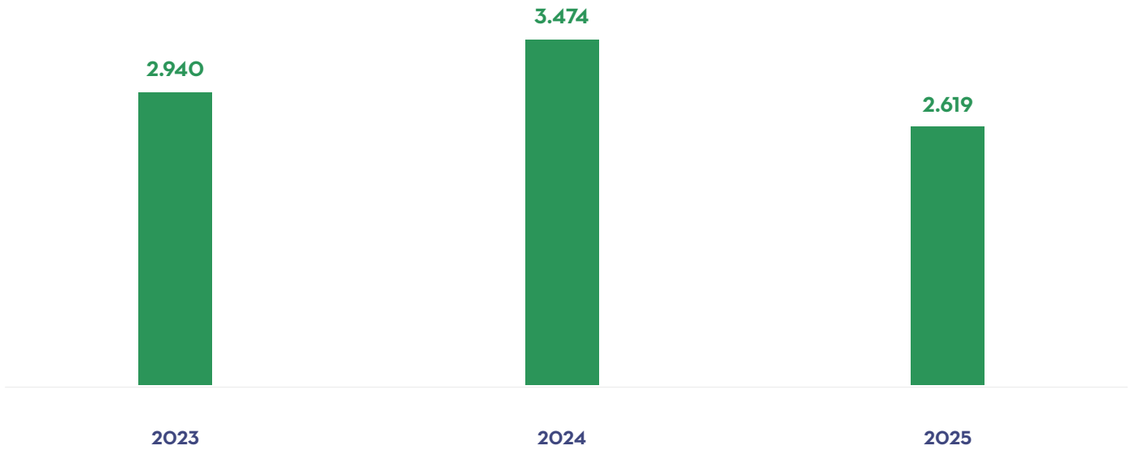
		2023	2024	2025
		5.913,8	**4.636,0**	**6.207,4**
Non pericolosi	A smaltimento	3.182,5	1.182,0	2.603,0
	A recupero	2.731,3	3.454,1	3.604,4
		169,9	**202,1**	**25,9**
Pericolosi	A smaltimento	154,5	186,9	11,0
	A recupero	15,3	15,3	14,9
Totale complessivo		**6.083,6**	**4.838,2**	**6.233,2**

12 - I valori relativi al 2023 variano leggermente rispetto a quanto pubblicato nel rapporto dell'anno scorso in base a una modifica metodologica che esclude dal conteggio in tabella tutti i quantitativi degli scarti alimentari destinati a seconda vita.

Oltre alla produzione dei rifiuti sopra rendicontati, abbiamo destinato a seconda vita 2.619 tonnellate di **scarti organici**. Questi hanno contribuito, in varia proporzione, ai settori dell'alimentazione zootecnia, della produzione di biogas e della fabbricazione di altri sottoprodotti, fra cui cosmetici.

Questo approccio permette da un lato la valorizzazione delle materie di scarto, dall'altro la riduzione degli impatti nella parte finale della filiera produttiva.

SCARTI ORGANICI INVIATI A SECONDA VITA [TONNELLATE][13]



13 - Le quantità di scarti organici avviati a seconda vita sono state corrette in seguito al rilevamento di un errore e sono state trasposte in tonnellate.



Far crescere

LE PERSONE

76 Le nostre persone

85 Le comunità con cui cresciamo

Le nostre PERSONE

[GRI 2-7, 2-8, 2-30, 401-1, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1]

La cultura aziendale del nostro Gruppo si fonda sui principi di fiducia, integrità e trasparenza, che guidano ogni relazione interna ed esterna. Promuoviamo un ambiente di lavoro basato sulla collaborazione reciproca, valorizzando lo spirito di squadra e il rispetto delle peculiarità individuali, e contrastando qualsiasi forma di pregiudizio, intimidazione o disagio. Garantiamo pari opportunità a tutte le persone, senza alcuna discriminazione legata a religione, etnia, credo politico, genere o altre caratteristiche personali.

Il nostro approccio alla gestione delle risorse umane è strutturato e orientato a riconoscere e valorizzare sia le competenze professionali sia le dimensioni umane e sociali che ciascun individuo porta con sé.

Siamo convinti che ogni persona rappresenti un tassello fondamentale della nostra comunità aziendale e contribuisca, con il proprio lavoro, alla realizzazione di un progetto condiviso. Un principio che sintetizziamo in una frase che guida il nostro operato: “Lo scopo dell’azienda è lo scopo comune di tutti”.

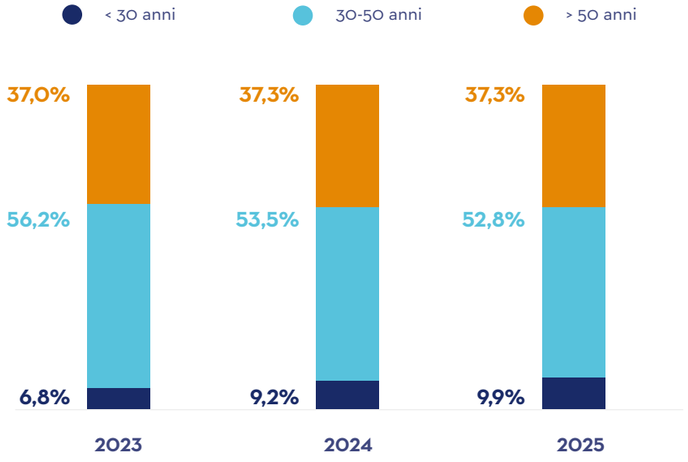
La consapevolezza che ci guida ogni giorno è che il nostro vero capitale non comprende una linea produttiva o un reparto, ma tutte le 566[14] persone che lavorano con noi.

14- Dipendenti al 31/12/2025, non compresi i lavoratori stagionali.



Sebbene la nostra storia sia iniziata molto tempo fa, siamo un'azienda giovane: il 63% dell'organico ha infatti meno di 50 anni. Nel 2025 abbiamo assunto 88[15] persone, mentre quelle che hanno terminato il rapporto di lavoro per sopraggiunti limiti di età o per intraprendere nuove avventure sono 72[16]. Il nostro personale ha visto un turnover complessivo positivo, con un tasso di assunzione pari al 15,5%, contro un tasso di cessazione del 12,7%[17].

DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ



Siamo una realtà legata all'agricoltura, ai cicli della natura e alla stagionalità della frutta. Un senso di appartenenza forte e continuativo ci unisce alle persone che operano nei nostri stabilimenti in specifici periodi dell'anno. Registriamo l'impiego maggiore di personale dipendente con contratti a tempo determinato nello stabilimento di Avellino, dove le attività di raccolta e lavorazione della frutta fresca sono più intense. Nel 2025, 116 lavoratori somministrati hanno collaborato con noi[18].

Riteniamo fondamentale promuovere la crescita e il valore dell'occupazione femminile. Per questo adottiamo un insieme di azioni volte a garantire la parità tra donne e uomini, tutelando le opportunità di carriera e la qualità del lavoro delle nostre dipendenti. Tra queste rientrano, ad esempio, gli interventi dedicati al reinserimento dopo il congedo di maternità e le misure a salvaguardia della professionalità delle lavoratrici.

15 - 31 in Italia, 10 in Francia, 24 in Germania, e 22 in Russia.

16 - 17 in Italia, 15 in Francia, 24 in Germania, e 16 in Russia.

17 - I dati che riguardano le assunzioni e cessazioni del 2025 non tengono conto degli 85 lavoratori stagionali assunti ad Avellino, che non risultano presenti al 31/12/2025 presso lo stabilimento.

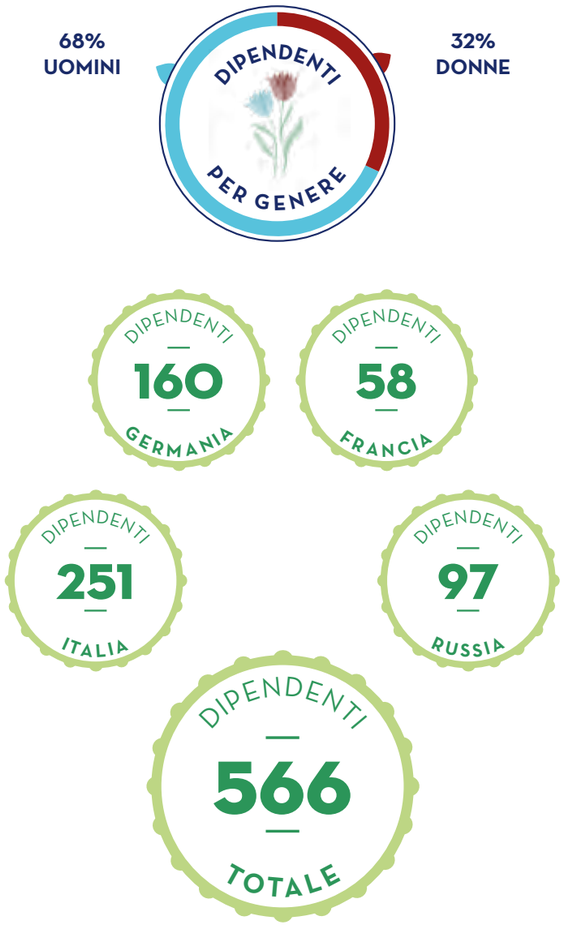
18 - Il dato è stato calcolato come head count al 31/12/2025.

Siamo un Gruppo internazionale e la valorizzazione delle culture diverse fa parte del nostro DNA, non solo per le caratteristiche legate al business ma anche perché la consideriamo una leva strategica.

All'interno del Gruppo garantiamo la libertà di associazione del personale, assicurando rapporti di reciproco rispetto e collaborazione con i rappresentanti dei lavoratori e i sindacati. Seguiamo con rigore le norme dei Paesi in cui operiamo e copriamo la totalità dei lavoratori di alcuni dei nostri stabilimenti con accordi di contrattazione collettiva. Negli altri casi stabiliamo comunque i termini contrattuali e le condizioni di lavoro in base ad accordi di contrattazione collettiva.

Due aspetti centrali che ci guidano nel rapporto con le persone sono il miglioramento continuo delle competenze e la capacità di trattenere i talenti in azienda. Per questo abbiamo messo a punto un processo di gestione delle risorse umane che prevede attività specifiche nelle fasi di *recruiting, talent management* ed elaborazione del piano di carriera.

Abbiamo predisposto un sistema di valutazione interno finalizzato a incrementare la condivisione e l'*engagement* dei dipendenti e del management. Nel 2025 circa il 76% dell'organico ha ricevuto una valutazione formale del proprio operato.



La maturazione di elementi di valore è parte del nostro lavoro, sia sui campi sia fra le risorse dell'azienda.

La gestione degli avanzamenti e l'abilità di trattenere i talenti nelle nostre aziende sono obiettivi che perseguiamo implementando percorsi formativi ad hoc.

Ogni stabilimento predispone un programma annuale di formazione con un budget dedicato. Nel 2025, nello specifico, abbiamo dato la priorità all'acquisizione di competenze tecniche e incentrate sulle tematiche di salute e sicurezza.

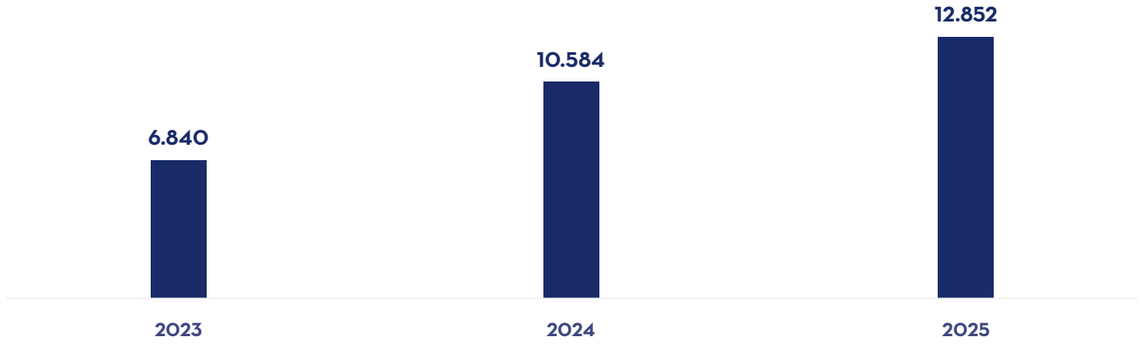
Oltre ai corsi interni rivolti agli operatori e al personale di laboratorio, i nostri percorsi di formazione includono specializzazioni esterne per lo sviluppo di skills funzionali a determinati ruoli: due casi eloquenti sono la sostenibilità e il campo della ricerca e dello sviluppo.

Inoltre, prevediamo l'affiancamento di personale esperto e qualificato ai lavoratori di recente inserimento, o in uscita per prossimità alla pensione, per garantire il più possibile la trasmissione delle competenze e la continuità lavorativa.

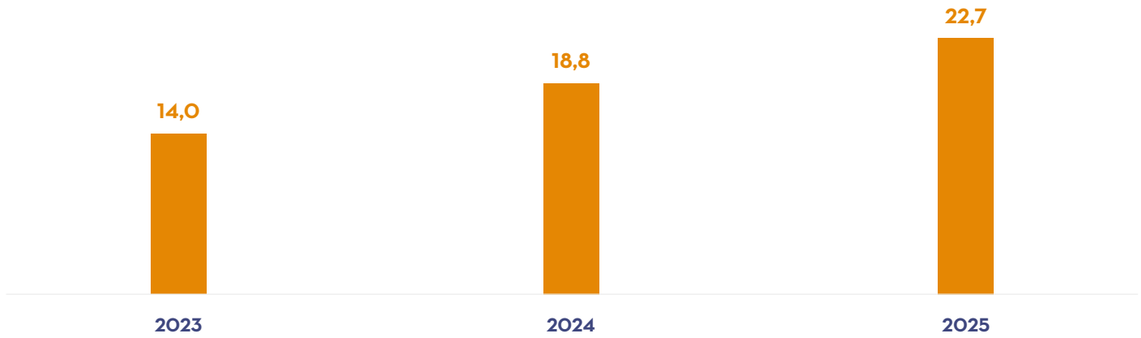
ORE DI FORMAZIONE EROGATE NEL 2025

CATEGORIA	NUMERO TOTALE	NUMERO PRO-CAPITE
Dirigenti	404,4	23,8
Quadri	805,4	12,2
Impiegati	3.864,4	22,1
Operai	7.451,0	24,2
Donne	2.825,8	15,4
Uomini	10.026,3	26,2

NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE EROGATE



NUMERO DI ORE DI FORMAZIONE PRO-CAPITE



I TRAGUARDI DEL 2025

FOCUS FORMAZIONE

- **Percorsi formativi interni per operatori e personale di laboratorio**, con programmi tecnici dedicati al miglioramento delle competenze operative e all'allineamento con gli standard di processo delle sedi produttive, incluso creazione di un piano di polivalenza per formare gli operatori in maniera trasversale su più postazioni;
- **Programmi di aggiornamento in ambito sicurezza, ambiente, qualità e sostenibilità** rivolti a tutto il personale, con l'obiettivo di consolidare la cultura aziendale sui temi HSE e di garantire piena conformità normativa;
- **Corsi esterni di sviluppo competenze per ruoli specialistici**, in particolare per le aree B2C e B2B, per rafforzare le skill commerciali e di relazione con il mercato;
- **Formazione dedicata ai reparti qualità e manutenzione** a supporto dei piani di successione e dei pensionamenti previsti, con trasferimento strutturato delle competenze chiave;
- **Percorsi informativi e consulenziali sulla gestione del pensionamento**, inclusi corsi interni su pianificazione finanziaria e incontri con enti esterni come CRAM e France Compétences, a supporto dei collaboratori nella fase di uscita;
- **Processi condivisi di valutazione e colloqui del personale** sviluppati in collaborazione con i responsabili di reparto, per assicurare coerenza e qualità nelle transizioni di ruolo;
- **Coaching e affiancamento on-the-job tra personale in uscita e figure subentranti**, attivato in tutte le sedi come strumento fondamentale per la continuità operativa e la salvaguardia del know-how;
- **Interventi formativi individuali nell'ambito dello sviluppo manageriale**, erogati su specifica necessità e orientati al potenziamento delle competenze manageriale richieste dai singoli ruoli.

La cultura della **salute e della sicurezza** è un pilastro imprescindibile per la tutela delle nostre persone sul luogo di lavoro e al di fuori di esso.

Abbiamo un sistema di gestione solido e strutturato in quest'area: un primo step prevede la raccolta delle osservazioni dei lavoratori da parte dei capi turno e la conseguente condivisione con il responsabile aziendale.

Il dialogo è costante: allo stesso modo sono continue le azioni di mitigazione del rischio e di miglioramento.

Identifichiamo, valutiamo e gestiamo i rischi e i pericoli con sistemi come DVR, DUERP e gli strumenti implementati da TUV Rheinland o LLC Tsuegg Russia, capaci di rispondere sia alle richieste normative dei Paesi in cui operiamo sia alle esigenze del Gruppo.

In ogni stabilimento affianchiamo la formazione del personale sulla salute e sulla sicurezza alla presenza di figure di riferimento quali RLS e medico competente e alla disponibilità di canali di comunicazione dedicati: tutti i dipendenti concorrono alla minimizzazione dei rischi sul luogo di lavoro e alla salvaguardia della propria salute.

Nel 2025 abbiamo registrato 107 infortuni tra i dipendenti e 1 tra i lavoratori somministrati, per lo più infortuni temporanei e di natura non grave.



Le comunità con cui CRESCIAMO

[GRI 2-28, 413-1]

Siamo attivamente presenti nella vita sociale della comunità da cui riceviamo risorse umane e materie prime.

Per restituire parte del valore generato, distribuiamo regolarmente e gratuitamente i nostri prodotti ad associazioni senza scopo di lucro. Queste iniziative sono guidate da due obiettivi principali: ridurre lo spreco alimentare e sostenere le attività di volontariato.

Come negli anni precedenti, Zuegg ha aderito a Confindustria, Pact'Alim e Camera di Commercio, che rappresentano riferimento cotante per lo sviluppo delle attività di categoria in relazione all'impatto sul tessuto socioeconomico locale.

Contribuiamo inoltre alla crescita delle comunità promuovendo stili di vita sani e sostenendo attività sportive, tra cui maratone, competizioni e gruppi sportivi locali. Supportiamo anche il mondo scolastico attraverso il versamento della tassa di apprendistato, che ogni anno viene calcolata in base al numero di studenti coinvolti nei nostri percorsi di lavoro-studio o stage.

Nel 2025 abbiamo sostenuto un progetto sociale pienamente in linea con i nostri valori: T LAB, "Più di un sogno". Si tratta di un'iniziativa che promuove inclusione, crescita personale e opportunità concrete per le persone coinvolte, contribuendo in modo tangibile allo sviluppo della comunità. La collaborazione proseguirà consolidando il percorso avviato e rafforzando il nostro impegno nel supportare progetti ad alto impatto sociale. Continueremo a contribuire attivamente alla diffusione dei valori che ci guidano, sostenendo iniziative capaci di generare benefici duraturi e condivisi.

I frutti del nostro impegno
tabella degli

OBIETTIVI

TEMA MATERIALE	OBIETTIVO A LUNGO TERMINE	TARGET	ANNO	AVANZAMENTO	TARGET	ANNO
Energia ed emissioni GHG	**Aumentare l'efficienza energetica della nostra produzione e l'indipendenza energetica dell'azienda**	Ampliamento degli impianti fotovoltaici su due dei nostri stabilimenti principali Definire obiettivi di riduzione di GHG al 2030 + definizione di un piano (SBTi)	**2025**	Sono stati formalizzati i target SBTI al 2025 e al 2030, con una Roadmap per raggiungerli. Abbiamo iniziato a raccogliere dati dai nostri fornitori per il calcolo delle emissioni di Scopo 3.	Ridurre al 2030: - le emissioni GHG di scopo 1 e 2 del 42% - le emissioni GHG di scopo 3 del 25% - le emissioni FLAG (Forest, Land, and Agriculture) del 30,3% Questi target di riduzione sono stati definiti rispetto a valori baseline calcolati con riferimento all'anno 2024 in un'analisi di carbon footprint di organizzazione attualmente ancora in fase di finalizzazione.	**2030**
Packaging	**Usare imballaggi quanto più sostenibili**	Analisi di impatto ambientale delle diverse possibilità di packaging (incluso trasporto)	**2025**	Nel 2025 abbiamo portato avanti il percorso di visita presso i nostri fornitori di imballaggi al fine di approfondire il tema del packaging e degli impatti connessi ad esso e al suo trasporto. Abbiamo avviato un progetto di logistica via treno per lo spostamento di merci in Sicilia, al fine anche di verificare il possibile risparmio di emissioni GHG generato dalla transizione al traffico su binario. Stiamo anche lavorando per portare una parte del navettaggio di prodotto da Verona al magazzino di Valese ad essere effettuato con vettore elettrico. Infine, è stata avviata una collaborazione di filiera che ha portato alla riduzione, tra il 2024 e il 2025, dei respinti causati dall'organizzazione del trasporto dei pallet di prodotto.	Passare per la nostra divisione B2C ad un sistema di gestione dei pallet con un meccanismo di pooling e riutilizzo.	**2026**

TEMA MATERIALE	OBIETTIVO A LUNGO TERMINE	TARGET	ANNO	AVANZAMENTO	TARGET	ANNO
Scarti e spreco alimentare	**Ridurre lo scarto e lo spreco alimentare a favore della prosperità sociale e aziendale**	Migliorare le relazioni con associazioni del territorio per creare delle sinergie in ottica della riduzione dello spreco alimentare (p.e. banco alimentare)	**2025**	Presso i nostri stabilimenti italiani abbiamo mantenuto i rapporti con Banco Alimentare e portato avanti iniziative di ridistribuzione interna e ad eventi presso la comunità locale per il recupero dei nostri prodotti più critici in termini di superamento del TMV - target market value. Inoltre, nel 2025 è stato avviato un test pilota ad Avellino per valutare la collaborazione con una startup dedicata alla trasformazione di scarti di frutta in estrusi per umani e cosmetici. Mentre, infine, in Russia sono stati recuperati tramite la concimazione di campi agricoli i fanghi di processo valutati come adatti a tal fine, in Germania è continuata la collaborazione con aziende certificate per il riciclo dei rifiuti e per il recupero degli scarti alimentari tramite la produzione di biogas.	Mantenere vivo il nostro impegno e le nostre gerarchie d'azione per valorizzare i rifiuti prodotti, per quanto possibile secondo la Direttiva Direttiva (UE) 2025/1892 sulla gestione dei rifiuti e i decreti che regolano la tracciabilità e certificazione dei sottoprodotti a livello nazionale.	**2027**
Risorsa idrica	**Integrare nella nostra strategia un sistema di water management che ci consenta di ridurre i consumi idrici soprattutto nelle aree sottoposte a stress idrico e di valorizzare il capitale naturale come asset aziendale**	Sviluppo di un piano di efficientamento	**2025**	A Verona la sostituzione nel 2025 dell'acqua con l'aria per la movimentazioni della frutta nella linea produttiva ha comportato un risparmio idrico annuo di circa 30.000 m^3, ed è stata avviata la valutazione per la fattibilità tecnica dell'utilizzo di acqua da pozzo al posto di acque osmotizzate. Ad Avellino sono stati risparmiati nell'anno 460 m^3 d'acqua per l'irrigazione delle aiuole e 2.166 m^3 per il lavaggio dei piazzali, nonché circa 30.000 m^3 solitamente emunti dai pozzi esterni per l'irrigazione dei campi grazie all'implementazione dell'acqua proveniente dai pozzi interni per questa mansione. Infine, presso gli stabilimenti in Germania sono state portate avanti e intensificate misure quali l'ottimizzazione dei processi di pulizia CIP per ridurre il consumo idrico e l'ispezione regolare degli impianti per individuare e gestire tempestivamente eventuali perdite d'acqua.	Consolidare il centro di competenza rappresentato dall'ufficio agronomico di Luogosano per il supporto dei fornitori sul tema della gestione idrica.	**2026**
Agricoltura sostenibile **Biodiversità**	**Promuovere l'Agricoltura del Rispetto, che ci porta a produrre in modo rispettoso per l'ambiente, il produttore e il consumatore**	Sviluppo di un piano di azioni che guidino risultati ambientali e di sostenibilità (medio e lungo termine)	**2025**	Nel 2025 abbiamo mantenuto le certificazioni in essere presso i nostri fornitori. È stata inserita una nuova figura nell'ufficio agronomico di Avellino a supporto dei nostri fornitori agricoli tramite la quale si intende approfondire il tema della qualità della frutta prodotta, anche in termini di sicurezza e tracciabilità.	Proseguire nello sviluppo di pratiche agricole responsabili, analizzandone i risultati operativi e l'efficacia nel tempo.	**2031**

TEMA MATERIALE	OBIETTIVO A LUNGO TERMINE	TARGET	ANNO	AVANZAMENTO	TARGET	ANNO
Tracciabilità e sostenibilità di filiera	**Rafforzare le partnership con gli agricoltori nell'ambito di una transizione tecnologica del comparto agricolo**	Realizzare un'analisi dei nostri fornitori per valutare il loro posizionamento in ambito di sostenibilità	**2025**	Abbiamo avviato la mappatura dei nostri fornitori in base a criteri di sostenibilità, tra cui l'impronta di carbonio. Nel 2025 è anche cominciata l'elaborazione di una serie di principi di sostenibilità da includere nella revisione dei contratti con i fornitori prioritari di Zuegg.	Rafforzare la cooperazione con i nostri fornitori sulle tematiche ESG sviluppando progetti comuni come, ad esempio, il piano di decarbonizzazione.	**2027**
Soddisfazione e sicurezza dei consumatori	**Contribuire alla salute e al benessere delle persone, con ricette naturali, corte e semplici: riducendo la lista di ingredienti e diminuendo gli zuccheri contenuti nei nostri prodotti**	Investire nelle attività necessarie per continuare a sviluppare sempre più le nostre ricette	**2025**	Nel 2025 abbiamo sviluppato le nostre ricette inaugurando l'entrata nel comparto delle bevande vegetali. Abbiamo continuato ad investire nello sviluppo di ricette sempre più naturali e a basso contenuto idi zuccheri, mantenendo al contempo alta l'attenzione alle esigenze dei consumatori in termini economici, d'età e di configurazione dei momenti ricreativi.	Mantenere e incrementare progressivamente la quota volumetrica di prodotti a ridotto contenuto di zuccheri o senza zuccheri aggiunti all'interno del portafoglio complessivo.	**2026**
Etica e anticorruzione	**Mantenere il valore, non perderlo**	Non avere sanzioni	**2025**	Non sono state ricevute sanzioni nel corso dell'anno.	Non avere sanzioni.	**2027**
Solidità del business	**Strutturare un sistema di governance della sostenibilità che si integri con maggior profondità**	Definire gruppi di lavoro operativi che si concentrino su temi specifici per rendere la sostenibilità un tema sempre più diffuso nella nostra azienda.	**2025**	Nel 2025 è stata definita una linea guida per definire prodotto sostenibile che dovrà essere inserito in tutti i reparti competenti. È stato inoltre avviato un gruppo di lavoro focalizzato sulla supply chain sostenibile.	Uniformare in termini di contenuti relativi alla sostenibilità i sistemi di gestione interni.	**2027**
Relazioni con la comunità	**Contribuire al benessere socioeconomico delle comunità locali attigue agli stabilimenti aziendali**	Definizione di linea guida e criteri per selezionare investimenti a favore del benessere socioeconomico del territorio	**2025**	Nel 2025 le procedure di gestione delle richieste che giungono dalla comunità sono state riorganizzate al fine di centralizzarle e uniformarle a livello italiano. I risultati dello studio condotto hanno infatti fatto emergere il valore dell'adozione di linee guida specifiche per i diversi paesi di appartenenza degli stabilimenti Zuegg.	Mantenere attive le collaborazioni con istituzioni ed enti scolastici e associazioni di riferimento presenti sul territorio.	**2027**
Benessere dei dipendenti	**Contribuire al benessere psicofisico dei nostri dipendenti e alla loro soddisfazione personale e professionale**	Sviluppare un programma Welfare	**2025**	Nel 2025, presso gli stabilimenti italiani, è stata implementata la digitalizzazione e modernizzazione dei processi HR nonché un adeguamento del sistema di fornitura dei ticket restaurant per i dipendenti finalizzato al miglioramento del servizio. In Germania è stato introdotto un servizio di bike sharing per i lavoratori.	Erogare formazione per i dipendenti di Elne in materia di etica del business.	**2026**

Nota METODOLOGICA

[2-2,3,4,5, 2-14, 2-29, 3-1, 3-3]

Questo Rapporto di sostenibilità contiene le informazioni e i dati riferiti al Gruppo Zuegg relativi all'anno 2025 e non è stato sottoposto ad asseverazione esterna. Il periodo di rendicontazione coincide con l'anno di esercizio del bilancio finanziario e la frequenza di rendicontazione è annuale.

I vertici aziendali hanno contribuito attivamente al processo di redazione del Rapporto, revisionando e validando tutti i contenuti del documento.

Eventuali revisioni o variazioni metodologiche rispetto al 2024 sono segnalate come nota nel corpo del testo. Per semplificare lo sviluppo e la rendicontazione delle modalità di gestione, i temi prioritari per Zuegg sono stati aggregati in tre macro-temi che condividono l'approccio gestionale. A ogni tema materiale identificato è stato correlato uno o più temi proposti dal GRI selezionando le informative più efficaci nella rendicontazione della realtà aziendale.

I temi materiali sono stati identificati applicando i principi per la definizione dei contenuti del Rapporto e attraverso i processi di *stakeholder engagement* e di analisi di materialità descritti nel dettaglio nel capitolo "*Stakeholder* chiave e temi materiali di sostenibilità".

Per ogni tema materiale sono considerati e monitorati gli impatti, i rischi e le opportunità in ottica *inside-out* e *outside-in.*

MACRO-TEMA	TEMI PRIORITARI PER ZUEGG	INDICATORE GRI O SPECIFICO DI ZUEGG
1. Responsabilità ambientale	Agricoltura sostenibile	% fornitori certificati GLOBALGAP
	Biodiversità	Azioni implementate per la tutela della biodiversità
	Energia ed emissioni GHG	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione 305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1) 305-2 Emissioni indirette di GHG (Scope 2)
	Packaging	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume 417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi
	Risorsa idrica	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa 303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua 303-3 Prelievo idrico 303-4 Scarico di acqua
	Scarti e spreco alimentare	306-1 Generazione di rifiuti e impatti significativi correlati ai rifiuti 306-2 Gestione degli impatti significativi correlati ai rifiuti 306-3 Rifiuti prodotti 306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento 306-5 Rifiuti destinati a smaltimento

MACRO-TEMA	TEMI PRIORITARI PER ZUEGG	INDICATORE GRI O SPECIFICO DI ZUEGG
2. Responsabilità sociale	Benessere dei lavoratori	401-1 Nuove assunzioni e turnover 403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro 403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti 403-3 Servizi di medicina del lavoro 403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro 403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro 403-6 Promozione della salute dei lavoratori 403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali 403-9 Infortuni sul lavoro 404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente 404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione 404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale 405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti
	Relazioni con la comunità	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo
3. Governance sostenibile	Etica e anticorruzione	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese
	Soddisfazione e sicurezza dei consumatori	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sicurezza per categoria di prodotti e servizi 418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti
	Solidità del business	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito 406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate
	Tracciabilità e sostenibilità di filiera	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali 414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali

Indice GRI

STANDARD GRI / ALTRE FONTI	INFORMATIVA	PAGINA	OMISSIONE		
			Richiesta omessa	Motivo	Spiegazione
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-1 Dettagli organizzativi	16-21			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	32-35			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	86-93			
	2-4 Revisione delle informazioni	Eventuali revisioni sono opportunamente segnalate all'interno del documento			
	2-5 Assurance esterna	86-93			
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	16-21			
	2-7 Dipendenti	58-65			
	2-8 Lavoratori non dipendenti	58-71			
	2-9 Struttura e composizione della governance	24-27			
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	24-27			
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	24-27			
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	24-31			
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	24-31			
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	24-31			
	2-15 Conflitti d'interesse	24-31, 86-93			
	2-16 Comunicazione delle criticità	24-31, 86-93			
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	24-31, 86-93			
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	-	2-18	Informazione non disponibile / incompleta	
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	-	2-19	Informazione non disponibile / incompleta	
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	-	2-20	Informazione non disponibile / incompleta	
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	-	2-21	Informazione non disponibile / incompleta	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	5			
	2-23 Impegno in termini di policy	12-23, 48-51			

STANDARD GRI / ALTRE FONTI	INFORMATIVA	PAGINA	OMISSIONE		
			Richiesta omessa	Motivo	Spiegazione
INFORMATIVE GENERALI					
GRI 2: Informativa Generale 2021	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	48-51			
	2-25 Processi volti a rimediare gli impatti negativi	24-31			
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	24-31			
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	24-31, 86-93			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	69			
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	32-35			
	2-30 Contratti collettivi	58-65			
TEMI MATERIALI					
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	36-39			
	3-2 Elenco di temi materiali	36-39			
	3-3 Gestione dei temi materiali	86-93			
SOLIDITÀ DEL BUSINESS					
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	27	201-1	Limiti di riservatezza	
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	27			
ETICA E ANTICORRUZIONE					
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	26-27			
ENERGIA ED EMISSIONI GHG					
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	78-81			
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	78-81			
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	78-81			
BENESSERE DEI DIPENDENTI					
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	60-65			
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	66-67			
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	66-67			
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	66-67			
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	66-67			
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	66-67			
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	66-67			
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	66-67			

STANDARD GRI / ALTRE FONTI	INFORMATIVA	PAGINA	OMISSIONE		
			Richiesta omessa	Motivo	Spiegazione
BENESSERE DEI DIPENDENTI					
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	60-65			
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	60-65			
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	60-65			
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità nell'organo di governo e tra i dipendenti	26-27, 60-65			
PACKAGING					
GRI 301: Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	72-75			
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	50-53			
TRACCIABILITÀ E SOSTENIBILITÀ DELLA FILIERA					
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	50-53			
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1 Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali	50-53			

STANDARD GRI / ALTRE FONTI	INFORMATIVA	PAGINA	OMISSIONE		
			Richiesta omessa	Motivo	Spiegazione
SODDISFAZIONE E SICUREZZA DEI CONSUMATORI					
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi	50-53			
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	68-69			
AGRICOLTURA SOSTENIBILE					
NA	Presenza di policy formalizzate sul tema	51			
BIODIVERSITÀ					
NA	Azioni implementate per la tutela della biodiversità	76-77			
SCARTI E SPRECO ALIMENTARE					
GRI 306: Rifiuti 2020	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	84-85			
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	84-85			
	306-3 Rifiuti prodotti	84-85			
	306-4 Rifiuti non destinati allo smaltimento	84-85			
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	84-85			

STANDARD GRI / ALTRE FONTI	INFORMATIVA	PAGINA	OMISSIONE		
			Richiesta omessa	Motivo	Spiegazione
RISORSA IDRICA					
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	82-83			
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	82-83			
	303-3 Prelievo idrico	82-83			
	303-4 Scarico di acqua	82-83			
RELAZIONI CON LA COMUNITÀ					
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	68-69			

CONTATTI

Zuegg S.p.A.

Via Francia, 6, 37135, Verona (VR)

www.zuegg.it

Tel: 045 829 2611

Email: info@zuegg.it

Per informazioni sul Report di Sostenibilità 2025:

sustainability@zuegg.it

CREDITI

Supporto alla redazione:

Studio Fieschi & Soci - studiofieschi.it

Progetto grafico:

Zilla Studio Creativo - zillastudio.it



ZUEGG

DAL 1890