

ZANETTI. BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018.

2018 SUSTAINABILITY REPORT.

Il nostro impegno, dalla forma alla sostanza!
We have given shape to our commitments!



ZANETTI. BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018.

2018 SUSTAINABILITY REPORT.

Il nostro impegno, dalla forma alla sostanza!
We have given shape to our commitments!

Lettera dell'AD Message by the CEO	4
L'Azienda The Company	6
I Prodotti Products	10
Le Persone Our People	12
L'Ambiente Environment	14
Cosa vuol dire sostenibilità per Zanetti What does sustainability mean for Zanetti	16
Gli Stakeholder Stakeholders	17
Le cose più importanti The key aspects	18
La Filiera The Supply Chain	20

LETTERA DELL'AD

Siamo convinti che adottare principi di sostenibilità nello svolgimento quotidiano delle attività aziendali costituisca un dovere imprescindibile considerando i cambiamenti ambientali e sociali che caratterizzano il tempo in cui viviamo.

Lo scorso anno, attraverso la pubblicazione del nostro primo Bilancio di Sostenibilità, abbiamo compiuto un esercizio di comunicazione e trasparenza, dando l'avvio ad un percorso ricco di stimoli: con questo estratto del nostro Bilancio di Sostenibilità 2018 proseguiamo il racconto dei nostri impegni e delle nostre performance.

MESSAGE BY THE CEO

We believe that adopting principles of sustainability in the performance of our daily corporate activities is an essential duty and obligation given the social and environmental changes that characterise the era in which we live. Last year we published our first ever Sustainability Report, with a view to carrying out an exercise based on communication and transparency which has become the first step of a most stimulating journey: this extract from our 2018 Sustainability Report continues the story based on our commitments and our performance.

Attilio Zanetti

L'edizione completa del Bilancio di Sostenibilità 2018
è disponibile sul sito www.zanetti-spa.it

The full version of the 2018 Sustainability Report
is available on our website at www.zanetti-spa.it

FORMAGGI

zanetti

DAL 1900

L'AZIENDA

Zanetti è una storia di famiglia che arriva ai giorni nostri attraverso cinque generazioni, come emblema di un'eccellenza che rispetta la tradizione. Da oltre un secolo la Società ha a cuore le persone che la compongono e i luoghi in cui opera: l'Azienda ha tenuto fede all'approccio del fondatore, Guido Zanetti, con un'etica imprenditoriale fortemente radicata nel territorio, attenta al benessere delle comunità locali e all'ambiente.

THE COMPANY

Zanetti is the story of a family which has always been highly regarded as an emblem of excellence that respects tradition for over five generations. For well over a century, the Company has operated with the people it employs at heart and the facilities in which they operate have always been a top priority. The Company has always honoured the credence of its founder, Guido Zanetti, with business ethics that have strong roots in the territory and are ultimately focused on the well-being of local communities and the environment.



LA NOSTRA MISSIONE:

Portare l'eccellenza del formaggio italiano genuino e di qualità in tutto il mondo, partendo dall'esperienza di oltre 100 anni e dalla passione di cinque generazioni per conciliare tradizione e innovazione, legame con il territorio e rispetto per l'ambiente.

OUR MISSION:

To disseminate the excellence of genuine and superior quality Italian cheese across the world, supported by over 100 years of experience and the passion of five generations of our family, to combine tradition and innovation, our strong link with the territory and respect for the environment.



NEL 2018
IN 2018:

€ 470
milioni di fatturato
million turnover

+5%

€ 170.363.566
Grana Padano D.O.P. / P.D.O.

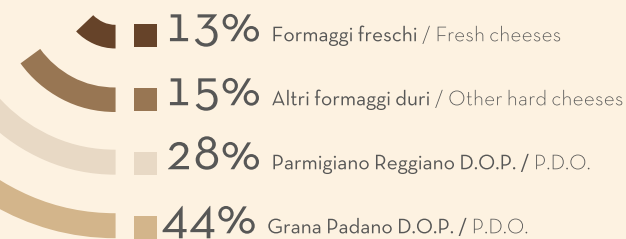
+2%

€ 164.294.101
Parmigiano Reggiano D.O.P. / P.D.O.

+11%



**VOLUME PRODOTTI
VENDUTI 2018 (TON)**
VOLUME OF PRODUCTS SOLD 2018 (TONS)



**DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA
DEL FATTURATO 2018**
GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION OF TURNOVER 2018



NEL 2018 ZANETTI HA PRESENTATO LA SUA PRIMA LINEA DI PRODOTTI BIO.

Biologico è garanzia di un prodotto finale genuino e naturale dalla A alla Zanetti, ma non solo: Grana Padano e Parmigiano Reggiano uniscono la genuinità e la bontà tipiche di queste D.O.P. antiche di 1.000 anni con un approccio olistico al benessere degli animali, agli impatti ambientali, alla salute del consumatore.

ZANETTI LAUNCHED ITS FIRST LINE OF ORGANIC (BIO) PRODUCTS.

The organic concept guarantees a genuine and natural end product from A to Zanetti, but that's not all: Grana Padano and Parmigiano Reggiano combine the typical authenticity and genuine taste of these 1,000 year old P.D.O.s with a holistic approach to animal welfare, environmental impacts and consumer health.

I PRODOTTI ZANETTI ZANETTI PRODUCTS

- Grana Padano D.O.P. / P.D.O.
- Parmigiano Reggiano D.O.P. / P.D.O.
- Formaggi duri / Hard cheese
- Provolone
- Pecorini / Pecorino
- Gourmet
- Formaggi della tradizione Bergamasca / Traditional Bergamo cheeses
- Formaggi di capra / Goat cheeses
- Freschissimi / Fresh cheeses
- Formaggi per pasta / Pasta cheeses
- Gorgonzola
- Formaggi D.O.P. d'Italia / Italian P.D.O. cheeses
- Burro / Butter
- Piccole delizie / Small delicacies

LE PERSONE

Zanetti riconosce la centralità dei dipendenti e l'importanza di basare il rapporto con le proprie risorse umane sui principi della trasparenza, lealtà e fiducia, applicando i comportamenti dettati dal proprio Codice Etico. La Società, adottando un approccio responsabile, pone particolare attenzione alla fidelizzazione dei propri dipendenti, al fine di aumentare il senso di appartenenza, agevolare la collaborazione tra le persone, incrementare la diffusione della cultura e dei valori aziendali.

OUR PEOPLE

Zanetti fully acknowledges the key centrality of its employees and the importance of basing its human resource relations on the core principles of transparency, loyalty and trust, abiding by the conduct and behaviour endorsed by its own Code of Ethics. In adopting such a responsible approach, the Company also pays particular attention to boosting the loyalty of its employees, in order to increase the sense of belonging, facilitate collaboration between such resources, and increase the dissemination of our corporate culture and values.

464

dipendenti
employees

94%

a tempo indeterminato
with permanent contracts

38%

in Zanetti da più di 11 anni
employed by Zanetti for over 11 years

11%

in Zanetti da più di 25 anni
employed by Zanetti for over 25 years

3.384

ore di formazione nel 2018, in media 7,85 ore a persona
hours of training provided in 2018 an average of 7.85 hours per person

-19%

di infortuni nel 2018
of accidents in 2018

PRIMA NEWSLETTER ZANETTI

Un diverso canale di comunicazione interno alla Società, per coinvolgere sempre più dipendenti negli eventi che caratterizzano l'anno di Zanetti:

- 103 destinatari
- 5 newsletter per raccontare momenti speciali dell'anno: CIBUS, il 1° Bilancio di Sostenibilità di Zanetti, la linea di prodotti BIO, Zanetti Volley, SayXmas-SayCharity. Quest'ultima è stata il mezzo per proporre ai dipendenti di aderire alla raccolta fondi e lotteria di Natale a favore dell'associazione Paolo Belli, impegnata nella lotta alle leucemie.

THE FIRST ZANETTI NEWSLETTER

A different communication channel within the Company, to involve increasing numbers of employees in the various events organised by Zanetti throughout the year:

- 103 recipients
- 5 newsletters to capture the special moments of the year: CIBUS, Zanetti's first Sustainability Report, the ORGANIC (BIO) product line, Zanetti Volley, SayXmas-SayCharity. The latter project was the idea launched to encourage employees to join the Christmas fund-raising and lottery scheme in favour of the Paolo Belli Association, dedicated to the fight against leukaemia.

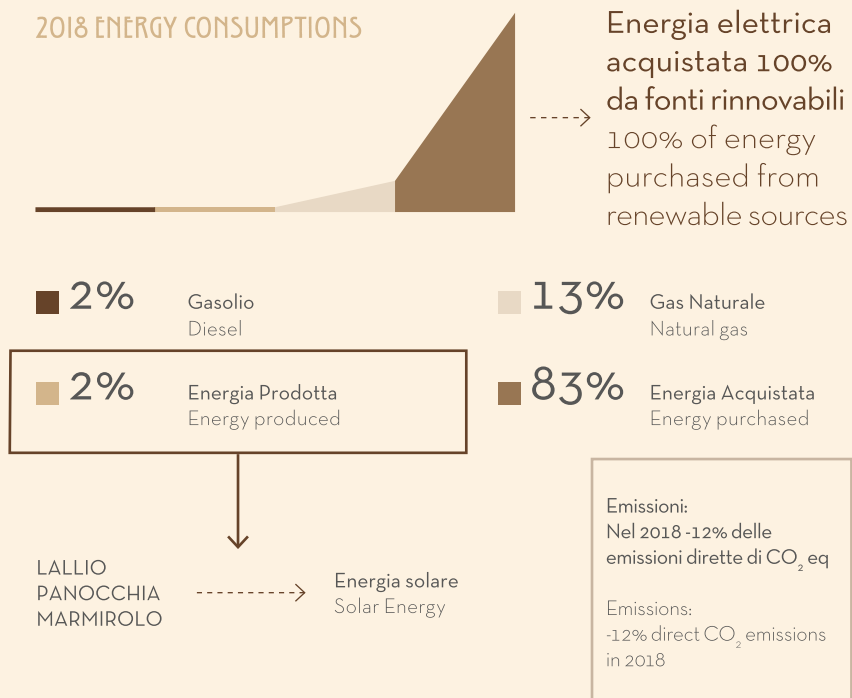
L'AMBIENTE

Il risparmio e l'utilizzo efficiente dell'energia sono obiettivi strategici per Zanetti, poiché combinano una riduzione dei costi per l'Azienda e al contempo garantiscono minori impatti negativi sull'ambiente, tra cui una conseguente diminuzione delle emissioni in atmosfera.

ENVIRONMENT

Efficient use and savings of energy are strategic goals for Zanetti, as they combine a reduction in costs for the Company and, at the same time, guarantee lower negative impacts on the environment, leading to a consequent reduction in emissions into the atmosphere.

CONSUMI ENERGETICI 2018 2018 ENERGY CONSUMPTIONS



ACQUA

L'acqua è una risorsa grandemente impiegata nel settore lattiero-caseario: è necessaria per assicurare l'igiene dei prodotti e degli ambienti di lavorazione, in modo da mantenere alti gli standard qualitativi e rispondere alle norme igienico-sanitarie.

- Recupero condense di vapore acqueo
- Riutilizzo di tutte le acque di risciacquo della quarta fase del CIP nel ciclo di produzione successivo
- Permeato osmotizzato e pastorizzato per essere impiegato in alcuni lavaggi degli impianti

WATER

Water is a key and widely used resource in the dairy sector: it is vital to guaranteeing the required hygiene of products and processing environments, so as to maintain superior quality standards and fully comply with all health and hygiene standards.

- Recovery of water vapour condensation
- Re-use of all the CIP phase 4 rinsing waters in the subsequent production cycle
- Osmotic and pasteurised permeate for use in certain plant system wash cycles

RIFIUTI

Zanetti si impegna con costanza nella riduzione dei rifiuti generati, attraverso l'ottimizzazione dei processi e la progressiva adozione di più efficaci modalità gestionali in materia di rifiuti.

- I rifiuti pericolosi generati nel 2018 corrispondono solo allo 0,09% del totale
- I residui di processo vengono destinati come sottoprodotto a impianti di produzione di energia

WASTE

Zanetti constantly strives to reduce its level of generated waste by optimising processes and gradually adopting more effective waste management methods.

- The hazardous waste generated in 2018 is only 0.09% of the total amount
- Process waste is collected as a by-product and destined for use by energy production plants



COSA VUOL DIRE SOSTENIBILITÀ PER ZANETTI

Tutto nasce dalla nostra storia: un percorso lungo più di un secolo che ha radici profonde nella comunità e nella tradizione di cui ci sentiamo parte. La ricerca dell'eccellenza e dell'innovazione che ci ha sempre accompagnato oggi ci aiuta ad affrontare le sfide che la sostenibilità ci pone di fronte. Sviluppo sostenibile per Zanetti significa poter continuare la nostra storia per altri 100 anni, senza mai dimenticare la strada che abbiamo percorso, ma guardando al futuro consci di come la società e il contesto competitivo stanno cambiando intorno a noi, cercando nuove opportunità, sviluppando nuove tecnologie, aprendo nuovi mercati e sperimentando nuovi modi di vivere il business.

WHAT DOES SUSTAINABILITY MEAN FOR ZANETTI

Everything comes from our history: a journey along more than a century that has deep roots in the community and in the tradition of which we feel part. The quest for excellence and innovation that has always distinguished us, now helps us face the challenges posed by sustainability requirements. Zanetti views sustainable development as the way to continuing our history for another 100 years, without ever forgetting the growth path we have experienced, but looking to the future with full awareness of how society and the competitive context are rapidly changing around us, seeking new opportunities, developing new technologies, opening up new markets and experimenting new ways of running the business.

GLI STAKEHOLDER

Gli stakeholder della Società sono tutti quei soggetti che influenzano o sono influenzati da Zanetti, o che in qualche modo hanno un interesse nel raggiungimento dei suoi obiettivi.

STAKEHOLDERS

The Company's stakeholders are those who influence or are influenced by Zanetti, or those who, in one way or another, have an interest in achieving its objectives.



LE COSE PIÙ IMPORTANTI

L'analisi di materialità è uno strumento strategico utilizzato per identificare i temi più rilevanti e significativi per l'Azienda e per i suoi stakeholder.

Nel 2018 la Società ha avviato un percorso di stakeholder engagement finalizzato a coinvolgere gradualmente e periodicamente tutti gli interlocutori di Zanetti. La prima fase ha visto il coinvolgimento di uno degli stakeholder fondamentali della Società: i dipendenti, le cui valutazioni hanno contribuito a definire la materialità espressa dagli stakeholder della Società. In questa occasione Zanetti ha anche proceduto ad un secondo esercizio di analisi di materialità interna, allargando il perimetro di coinvolgimento del management e perfezionando la metodologia di valutazione.

THE KEY ASPECTS

Materiality analysis is a strategic approach to identifying the most critical and significant issues for the Company and its stakeholders.

In 2018, the Company started a stakeholder engagement process aimed at gradually and periodically involving all Zanetti stakeholders. The first phase saw the involvement of one of the Company's fundamental stakeholders: its employees, whose assessments contributed to defining the materiality expressed by the Company's stakeholders. Zanetti also took this opportunity to conduct a second internal materiality analysis exercise, extending the scope of involvement of Management and fine-tuning the assessment methodology.



MATRICE DI MATERIALITÀ 2018 2018 MATERIALITY MATRIX



LA FILIERA THE SUPPLY CHAIN

- ① Allevatori
/ Breeders
- ② Caseifici Zanetti
/ Zanetti Dairy Farms
- ③ Stagionatura Zanetti
/ Zanetti Cheese Maturing
- ④ Lavorazione e confezionamento
/ Processing and packaging
- ⑤ Clienti
/ Customers
- ⑥ Consumatori
/ Consumers

D.O.P.

Grana Padano e Parmigiano Reggiano sono i due prodotti di punta di Zanetti: la Denominazione di Origine Protetta identifica alimenti o prodotti agricoli le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico, inclusi i fattori naturali e umani, e la cui produzione, trasformazione e elaborazione avvengono nella zona geografica delimitata. Il rispetto delle D.O.P. ha quindi un impatto rilevante sulla filiera, la quale risulta significativamente caratterizzata dall'elemento della prossimità.

P.D.O.

Grana Padano and Parmigiano Reggiano are Zanetti's two major products: the Protected Designation of Origin certification identifies foods or agricultural products whose characteristics are essentially or exclusively due to a particular geographical environment, including natural and human factors, and whose production, preparation and processing take place in the defined geographical area. Compliance with the P.D.O. requirements therefore has a significant impact on the supply chain, which is significantly characterised by the element of proximity.



I - ALLEVATORI

- **135** stalle di latte ubicate a non più di 40 km dai caseifici Zanetti
- **100%** latte italiano da zona D.O.P. destinato alla produzione di Grana Padano
- Nel 2018 **100%** delle stalle conferenti latte ha subito mensilmente un audit finalizzato a verificare le condizioni di igiene e di benessere animale
- Più di **1.400** controlli in un anno

Premio Latte: riconoscimento economico assegnato trimestralmente a tutti i fornitori il cui latte supera determinati standard di qualità, riconducibili anche al benessere animale.

BREEDERS

- **135** milking parlours located no more than 40 km from the Zanetti dairies
- **100%** Italian milk from a P.D.O. area for the production of Grana Padano
- In 2018 **100%** of the milking parlours underwent a monthly audit in order to verify the hygiene and animal welfare conditions
- Over **1,400** inspections a year

Milk Award: an economic acknowledgement assigned quarterly to all suppliers whose milk exceeds certain quality standards, also attributable to animal welfare.

2 - CASEIFICI ZANETTI

2 caseifici storici localizzati in aree naturali protette, adibiti alla produzione e stagionatura del Grana Padano:

- Marmirolo, Riserva Naturale Statale Bosco della Fontana, una delle ultime foreste planiziarie della Pianura Padana
- San Gervasio Bresciano, Parco Naturale del Lusignolo

Ogni giorno:

- 330.000 litri di latte vengono lavorati a Marmirolo → in media 600 forme
- 200.000 litri di latte vengono lavorati a San Gervasio → in media 400 forme

Economia circolare:

- Il siero di latte - cascame della lavorazione del formaggio - viene concentrato e venduto come materia prima per successivi ed ulteriori processi di trasformazione industriale, mentre il residuo della concentrazione viene utilizzato per l'alimentazione dei suini.
- Ogni anno circa 1.000 tele di lino - utilizzate dai casari per avvolgere la massa caseosa al termine della fase di cottura - anziché smaltite come rifiuto sono destinate a Toscolano 1381, che le trasforma in carta pregiata.

ZANETTI DAIRY FARMS

2 epic dairies located in protected natural areas, fully equipped for the production and maturing of Grana Padano:

- Marmirolo, Bosco della Fontana State Natural Reserve, one of the last lowland forests of the Po Valley
- San Gervasio Bresciano, Lusignolo Natural Park

Every day:

- 330,000 litres of milk are processed at Marmirolo → on average 600 wheels
- 200,000 litres of milk are processed at San Gervasio → on average 400 wheels

Circular economy:

- The whey - a cheese processing by-product - is concentrated and sold as a raw material for subsequent and additional industrial processing, while the concentration residue is used as swine food.
- Every year we consume around 1,000 sheets of linen fabric - used by the dairies to wrap around the cheese mass at the end of the cooking phase - and instead of disposing of them as waste, we send them to Toscolano 1381 where they are turned into fine paper.

3 - STAGIONATURA ZANETTI

La stagionatura: temperatura, grado di umidità e areazione controllate per conferire al formaggio le sue tipiche caratteristiche organolettiche; 2 marchi a fuoco che attestano la qualità del prodotto: Grana Padano e Parmigiano Reggiano.

La stagionatura del Grana Padano D.O.P.: da un minimo di 9 a oltre 20 mesi; 570.000 forme in stagionatura (Lallio, Marmirolo, Castelforte e San Gervasio).

La stagionatura del Parmigiano Reggiano D.O.P.: da un minimo di 12 a oltre 30 mesi; 395.000 forme in stagionatura (Corcagnano, Panocchia e Reggio Emilia).

ZANETTI MATURING PROCESS

Maturing: controlled temperature, humidity and aeration are required to give this cheese its typical organoleptic characteristics; 2 hot-branded trademarks that attest the quality of the product: Grana Padano and Parmigiano Reggiano.

Grana Padano P.D.O. maturing: from a minimum of 9 to over 20 months; 570,000 maturing wheels (Lallio, Marmirolo, Castelforte and San Gervasio).

Parmigiano Reggiano P.D.O. maturing: from a minimum of 12 to over 30 months; 395,000 maturing wheels (Corcagnano, Panocchia and Reggio Emilia).



GRANMAG

Nel febbraio 2018 è stato attivato il «GranMag», il nuovo magazzino di stagionatura a Castelforte (MN); il primo in Italia ad essere 100% automatizzato, in grado di ospitare fino a 190.000 forme. L'impianto permette di spostare, posizionare e pulire le forme in modo veloce, ottenendo lo stesso trattamento e la stessa qualità di un prodotto maneggiato dai caseari.

February 2018 saw the inauguration of the "GranMag" the new maturing warehouse in Castelforte (MN); the first in Italy to be 100% automated, with a storage capacity of up to 190,000 wheels. The plant facility is designed to provide rapid handling, positioning and cleaning of the wheels, achieving the same processing and the same quality as a product handled by the dairy farms.

4 - LAVORAZIONE E CONFEZIONAMENTO

Le certificazioni:

- Biologico
- Halal e Kosher
- BRC British Retailer Consortium e IFS International Featured Standard

Zanetti ha deciso di rispondere alle molteplici sollecitazioni ricevute dai propri clienti sul fronte della sostenibilità e della responsabilità sociale sottoponendosi ad audit SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) 4 Pillars: una dimostrazione tangibile e oggettiva dell'impegno della Società su questo fronte.

PROCESSING AND PACKAGING

Certifications:

- Organic (Bio)
- Halal e Kosher
- BRC British Retailer Consortium and IFS International Featured Standard

Zanetti has decided to respond to multiple requests received from its customers regarding sustainability and social accountability by subjecting the Company to 4 Pillar SMETA Audits (Sedex Members Ethical Trade Audit): tangible and objective proof of the Company's commitment in this area.

Identità di filiera: l'88% dei fornitori di Zanetti sono italiani.

Supply chain identity: 88% of Zanetti's suppliers are Italian.

83 AUDIT SUBITI NEL 2018 / 83 AUDIT IN 2018



10% in più del 2017
10% more than in 2017

■ 51% Qualità / Quality

■ 32% D.O.P. / P.O.D.

■ 17% Etici, Bio, Kosher, Halal / Ethical, Organic, Kosher, Halal

5 - CLIENTI

Nel 2018 i prodotti di Zanetti sono stati scelti da più di **3.000** clienti in **88** Paesi.

CUSTOMERS

In 2018 Zanetti's products were chosen by more than **3,000** customers in **88** countries.

6 - CONSUMATORI

I consumatori possono contare sull'attenzione per la qualità che da sempre caratterizza i prodotti Zanetti.

In partnership con i propri fornitori di packaging, Zanetti ricerca costantemente soluzioni per massimizzare la sicurezza alimentare e preservare la qualità lungo tutta la filiera.

CONSUMERS

Consumers can rely on the attention to quality that has always characterised Zanetti products. In partnership with its packaging suppliers, Zanetti is constantly investigating new solutions to maximize food safety and preserve product quality throughout the supply chain.



ZANETTI S.P.A.

Via Madonna, 1 - 24040 Lallio (BG) ITALY
ph. +39 035 201511
www.zanetti-spa.it