

SIMONELLI | GROUP



REPORT
INTEGRATO
2022

SIMONELLI | GROUP

REPORT INTEGRATO 2022

Edizione n. 4

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Sono lieto di presentare per il quarto anno consecutivo il Report di Sostenibilità di Simonelli Group, con il quale prosegue il percorso iniziato nel 2019 verso una rendicontazione trasparente delle azioni concrete che l'azienda intraprende per uno sviluppo sostenibile sul fronte economico, sociale e ambientale.

Stiamo assistendo a **trasformazioni epocali** di ordine geopolitico e culturale che impattano in maniera significativa sulla vita di persone e aziende e che necessariamente riguardano anche il settore specifico del caffè e tutta la filiera.

Nonostante il mercato del caffè stia continuando a crescere in termini numerici, si affacciano però delle sfide inedite ed urgenti: la crisi del modello della globalizzazione per come l'abbiamo conosciuto finora; la concentrazione del settore nelle mani di multinazionali a fronte di una maggioranza di aziende del comparto di dimensioni medio-piccole; l'evoluzione nei comportamenti d'acquisto e l'emergere di bisogni nuovi da intercettare; le evidenze sempre più pesanti della crisi climatica e la consapevolezza delle conseguenze a breve e medio termine.

Cambiamenti profondi dello scenario economico e sociale che prescrivono un ripensamento sostanziale del **ruolo delle aziende** e ridisegnano i modelli di business tradizionali attorno ad obiettivi non più meramente economico-finanziari, ma sempre di più **"relazionali"**.

È la **relazione** - con la comunità, con gli *stakeholders*, con le persone dentro e fuori l'azienda - che si impone come driver imprescindibile della crescita e che determina una nuova assunzione di responsabilità da parte dell'azienda in quanto attore di un sistema interconnesso di cause ed effetti.

In Simonelli Group abbiamo continuato a lavorare nel 2022 per allineare quanto più possibile il nostro **modello strategico di business** a tale contesto in veloce trasformazione. Nonostante le difficoltà che la guerra ha generato a livello globale, l'azienda ha scelto di continuare ad investire in quegli ambiti che più rispecchiano i suoi valori fondanti: **innovazione, educazione, sostenibilità**.

Da quasi cento anni siamo un punto di riferimento per il **territorio** in cui operiamo e nel quale abbiamo scelto di rimanere, contribuendo alla sua crescita e rispondendo, nei limiti delle nostre possibilità, alle sue esigenze strutturali e contingenti.

Collaboriamo con scuole, università e istituzioni per favorire, attraverso l'interscambio delle conoscenze, lo sviluppo culturale dei giovani ma anche l'aggiornamento professionale dei nostri collaboratori. La costruzione del **Campus**, terminata nel 2022, si inserisce proprio in quest'ottica di condivisione e sostegno alla formazione: realizzare uno spazio fisico aperto in cui ospitare corsi, eventi, convegni, significa per noi offrire una opportunità di crescita qualificata e competitiva all'intera comunità.

Lavorando insieme a tutti gli operatori della catena di fornitura, continuiamo a favorire l'**innovazione** che per noi si traduce nella ricerca scientifica e tecnologica di soluzioni sempre più avanzate in grado di migliorare progressivamente l'**impatto ambientale** dei prodotti.

Nel corso del 2022 abbiamo diminuito del 25% il consumo di energia elettrica e del 27% quello di gas naturale; abbiamo avviato il processo di certificazione ISO:14001 e ISO:45001; abbiamo coinvolto sempre più intensamente i nostri partners e fornitori perché crediamo che l'impegno verso la sostenibilità non possa che essere condiviso e sinergico.

Abbiamo proseguito, anche nel 2022, ad investire l'1% dell'utile in progetti di **sostenibilità sociale**, che per noi si traducono nel sostegno ad iniziative in campo socio-assistenziale, sportivo e culturale ispirate alla valorizzazione delle diversità e alla facilitazione all'inclusione.

I **risultati economici** conseguiti ci confermano la correttezza delle strategie. L'incremento delle vendite del 5% rispetto all'anno precedente, l'apertura di due nuove filiali internazionali e la bontà di tutti gli indici finanziari rappresentano, per tutti noi, una spinta a continuare con convinzione sulla strada di uno sviluppo etico ed olistico.

Vogliamo crescere bene, vogliamo farlo insieme.



Marco Feliziani
CEO — Simonelli Group

INDICE

- 2 Nota Metodologica
- 6 Stakeholder engagement e analisi di materialità

1.

14 IDENTITÀ E GOVERNANCE

- 16 Simonelli Group
- 18 86 anni di storia
- 20 Vision, Mission e Valori
- 22 Etica e integrità del business
- 26 I riconoscimenti ricevuti nel 2022

2.

28 MODELLO DI BUSINESS E CREAZIONE DEL VALORE

- 30 Assetto proprietario
- 31 Corporate governance
- 36 Presenza sul mercato
- 40 Modello di business e processo di creazione del valore

3.

42 CAPITALE FINANZIARIO

- 44 Andamento della gestione
- 46 Distribuzione del valore generato

4.

50 CAPITALE INTELLETTUALE

- 52 L'Innovazione e la ricerca
- 53 I processi di innovazione
- 55 Progetti di open innovation
- 56 Le tecnologie ed i prodotti di Simonelli Group
- 58 La ricerca scientifica del RICH
- 60 Innovazione dei sistemi produttivi
- 62 Qualità e sicurezza dei prodotti

5.

64 CAPITALE UMANO

- 66 Il personale
- 67 L'organico
- 73 La formazione e lo sviluppo delle competenze
- 74 Welfare e benessere aziendale
- 75 La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro

6.

78 CAPITALE NATURALE

- 80 L'approccio alla sostenibilità ambientale
- 84 Consumi
- 91 Emissioni di gas serra
- 94 Gestione responsabile dei rifiuti

7.

96 CAPITALE MATERIALE

- 98 Gli asset di Simonelli Group

8.

100 CAPITALE RELAZIONALE-SOCIALE

- 102 Il rapporto con gli stakeholder
- 102 Relazioni con i fornitori
- 105 Relazioni con i clienti
- 106 Relazioni con le associazioni di categoria
- 106 Relazioni con le comunità e il territorio
- 111 Relazioni con la comunità del caffè

APPENDICE

- 115 GRI content index

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta il secondo Report Integrato di Simonelli Group. Il documento contiene le informazioni relative ai temi economici, ambientali e sociali, utili ad assicurare la comprensione delle attività svolte dalla Società, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto dalle stesse.

Il Report Integrato è stato redatto attraverso la rendicontazione di una selezione dei GRI *Sustainability Reporting Standards* pubblicati dal *Global Reporting Initiative (GRI)* nel 2021, come indicato nel GRI Content Index in coda al documento, secondo l'opzione di rendicontazione *with reference to the GRI Standards*.

I principi generali applicati per la redazione del Report Integrato sono quelli stabiliti dal suddetto standard (accuratezza, equilibrio tra aspetti positivi e negativi, chiarezza, comparabilità, completezza, contesto di sostenibilità, tempestività, verificabilità) così come gli indicatori di performance selezionati, che sono rappresentativi degli



specifici ambiti di sostenibilità analizzati e coerenti con l'attività svolta da Report Integrato e gli impatti da essa prodotti. La selezione di tali indicatori è stata effettuata sulla base di un'analisi di rilevanza degli stessi, come descritto nella sezione *Stakeholder engagement e analisi di materialità*.

Il presente documento adotta integralmente ed è pienamente aderente al Framework Internazionale del Reporting Integrato, emanato nel dicembre 2013 dall'International Integrated Reporting Council (IIRC), e successivamente aggiornato a gennaio 2021 (www.integratedreporting.org). Il Report Integrato è uno strumento



informativo volto, in primo luogo, a metter in luce i profili economici, finanziari, sociali, ambientali e quelli legati ai Capitali intangibili di un'organizzazione, evidenziando come e su quali basi essa crea valore nel breve, medio e lungo termine per i propri *stakeholder*.

Il documento segue un percorso concettuale e operativo che, partendo dai valori di Simonelli Group, genera il pensiero strategico, si materializza nella definizione del modello di business e termina nella valutazione degli impatti.

Lungo questo filo conduttore logico-operativo si sviluppano le argomentazioni riportate nel documento, che ha

quindi l'obiettivo primario di fornire un quadro completo e coerente dell'impatto economico, ambientale e sociale delle attività dell'azienda, attraverso la gestione e l'utilizzo dei temi materiali specifici per Simonelli Group.

Il report è scandito in base ai sei capitali qui sotto descritti, che identificano le riserve di valore primario per l'azienda:

CAPITALE FINANZIARIO

Comprende l'insieme dei flussi di liquidità che sono generati e assorbiti dall'organizzazione.

CAPITALE INTELLETTUALE

Concerne i beni immateriali, i processi e le procedure interne utili per la gestione aziendale, che si fondano sulle conoscenze e sulle attività volte a garantire qualità e sicurezza dei prodotti offerti.

CAPITALE UMANO

Riguarda il patrimonio di competenze, capacità e conoscenze di coloro che prestano la loro opera nell'azienda, inclusi gli organismi di governance.

CAPITALE NATURALE

Riguarda tutte le attività dell'azienda che impattano positivamente o negativamente sull'ambiente naturale.

CAPITALE MATERIALE

Si riferisce alle infrastrutture materiali utilizzate per lo svolgimento dell'operatività (come gli immobili, le sedi amministrative e le piattaforme, le attrezzature e i macchinari), e include anche le scorte dei prodotti realizzati.

CAPITALE RELAZIONALE-SOCIALE

Include le risorse intangibili riconducibili al patrimonio di rapporti intessuto con i vari gruppi di *stakeholder* esterni (clienti, fornitori soggetti istituzionali), nonché la fiducia e la reputazione goduta dall'azienda (immagine, soddisfazione dei clienti).



Il perimetro di rendicontazione è la società Simonelli Group SPA. Le eventuali variazioni rispetto a tale perimetro di rendicontazione sono state opportunamente indicate nei paragrafi successivi o all'interno del GRI Content Index nella colonna "note/omissioni".

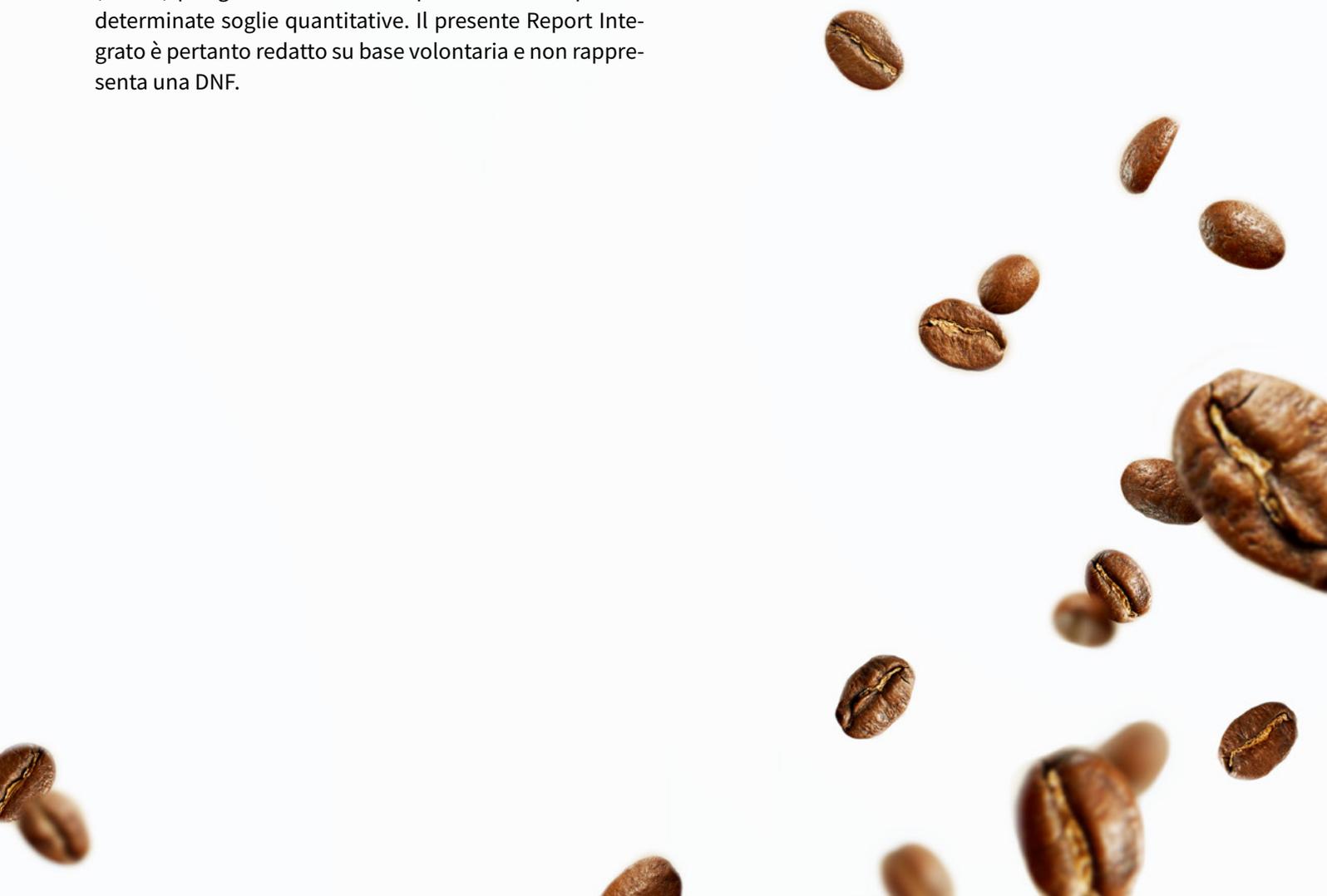
Il perimetro dei dati e delle informazioni qualitative e quantitative si riferisce alle attività concluse al 31 dicembre 2022. Il Report Integrato è redatto con cadenza annuale e, al fine di permettere il confronto dei dati e la valutazione dell'andamento delle attività di Simonelli Group nel tempo, sono presentati -a fini comparativi- i dati relativi al biennio precedente.

Si sottolinea che l'azienda non ricade nel campo di applicazione del D.Lgs. n. 254 del 30 dicembre 2016 che, in attuazione delle Direttiva 2014/95/UE, ha previsto l'obbligo di redazione di una Dichiarazione Non Finanziaria ("DNF") per gli enti di interesse pubblico che superano determinate soglie quantitative. Il presente Report Integrato è pertanto redatto su base volontaria e non rappresenta una DNF.

Il documento è stato realizzato mediante la guida del Team di sostenibilità e ha visto il coinvolgimento dell'intera organizzazione, è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Simonelli Group in data 15 settembre 2023 e non è stato oggetto di revisione da parte di un soggetto terzo.

Il Report Integrato è pubblicato all'interno del sito istituzionale di Simonelli Group reperibile attraverso il seguente link: www.simonelligroup.com.

Per maggiori informazioni è possibile rivolgersi al personale competente tramite il seguente indirizzo di posta elettronica: info@simonelligroup.it



STAKEHOLDER ENGAGEMENT E ANALISI DI MATERIALITÀ

Il mantenimento di una relazione costante, solida e trasparente con i propri *stakeholder* è una condizione fondamentale per il corretto sviluppo delle attività di business ed è indicativo del livello di *accountability* che la azienda assume nei confronti del contesto economico e sociale con cui interagisce.

Simonelli Group **riconosce come stakeholder** tutti quei soggetti (istituzioni, organizzazioni, gruppi o individui) che possono, più o meno direttamente e in diversa misura, influenzare o essere influenzati dalle attività della Società. Il processo tramite cui avviene la loro identificazione è basato su tre criteri principali:

- il livello di interesse e dipendenza che tali soggetti manifestano verso le attività della Società;
- il grado d'influenza che essi esercitano sulle decisioni e sulle strategie aziendali;
- la sussistenza o meno di obblighi contrattuali o di legge nei rapporti con detti soggetti.

Poiché le esigenze e priorità manifestate dalle diverse tipologie di *stakeholder* possono risultare estremamente

variegate ed eterogenee tra loro, la corretta comprensione delle stesse da parte di Simonelli Group rappresenta un aspetto di primaria importanza nell'ottica di:

- gestire anticipatamente l'insorgere di potenziali criticità;
- definire le azioni da attuare in risposta agli interessi riscontrati;
- individuare i canali di comunicazione ed *engagement* più efficaci per interagire con i diversi soggetti da coinvolgere.

Per soddisfare le aspettative dei propri *stakeholder* in maniera tempestiva, l'Organizzazione adotta un approccio proattivo, promuovendo il dialogo costante e la reciproca condivisione di bisogni ed esigenze.

La Società si fa promotrice di queste iniziative, consapevole che le occasioni di confronto rappresentano un'opportunità di crescita ed arricchimento per tutti i soggetti coinvolti. Attraverso un'analisi interna, volta all'individuazione dei principali portatori d'interesse, Simonelli Group ha identificato diverse categorie di *stakeholder*.



L'impegno a sviluppare progressivamente una cultura aziendale incentrata sulla creazione di valore condiviso per gli *stakeholder* risulta evidente considerando i numerosi canali di dialogo adottati da Simonelli Group per interagire efficacemente con i suoi diversi interlocutori. Il sistema di approcci, strumenti di comunicazione e confronto posto in essere dall'azienda permette di mantenere un'interazione costante tra le parti e monitorare gli argomenti direttamente o indirettamente collegati agli aspetti ESG.

Un'organizzazione sostenibile si pone lo scopo di integrare gli obiettivi economici con quelli sociali (benessere, inclusione, equità, prosperità e giustizia) e di tutela dell'ambiente che ci circonda.

Simonelli Group ha intrapreso un percorso di gestione responsabile del proprio operato, impegnandosi ad integrare gli aspetti di sostenibilità nelle proprie attività e a comunicare in modo trasparente ai propri *stakeholder* le performance aziendali in campo economico, ambientale, sociale e di *governance*.

Principali canali di interazione e dialogo con gli *stakeholder*

CATEGORIA DI STAKEHOLDER	PRINCIPALI CANALI DI INTERAZIONE E DIALOGO
CLIENTI	<ul style="list-style-type: none"> → Sito internet → Visite presso la sede del cliente o di Simonelli Group → Incontri commerciali (dal vivo o da remoto) per condividere informazioni circa l'andamento del servizio → Servizio di <i>customer care</i> → Ricerche di mercato e focus group → Partecipazione a fiere ed eventi organizzati da terzi → Organizzazione di eventi
CONSUMATORI	<ul style="list-style-type: none"> → Sito internet → Servizio di <i>customer care</i>
FORNITORI	<ul style="list-style-type: none"> → Confronto costante (verbale, via mail, ecc.) → Condivisione di Report periodici → Definizione e condivisione di standard → Focus group
FINANZIATORI	<ul style="list-style-type: none"> → Confronto costante (verbale, via mail, via PEC, ecc.) con le strutture organizzative preposte delle istituzioni finanziarie → Condivisione di report periodici per documentare l'andamento della gestione dal punto di vista economico-finanziario
SOCI	<ul style="list-style-type: none"> → Programmi di comunicazione → Incontri ad hoc → Progetti di investimento → Condivisione di report periodici per documentare l'andamento della gestione sia dal punto di vista economico-finanziario, sia sotto un profilo prettamente operativo (es: andamento dei conferimenti, aggiornamento annuale del Piano Industriale, ecc.)
DIPENDENTI	<ul style="list-style-type: none"> → Programmi di comunicazione interni → Dialogo costante con le rappresentanze sindacali unitarie (RSU) aziendali → Percorsi di formazione → Programmi di inserimento per nuovi assunti
SOCIETÀ (Comunità del caffè, ambiente e collettività, Scuola e Università)	<ul style="list-style-type: none"> → Incontri ad hoc → Partecipazione ad eventi e convegni → Sito internet → Organizzazione e/o sponsorizzazione di eventi pubblici → Partecipazione a fiere ed eventi organizzati da terzi → Partecipazione a tavoli di categoria e istituzionali → Progetti di innovazione e ricerca

ANALISI DI MATERIALITÀ

Il primo passo della rendicontazione non finanziaria consiste nell'individuare, attraverso la cosiddetta "analisi di materialità", i temi di sostenibilità di interesse prioritario per l'Organizzazione. Così come definito dal GRI 3, tali tematiche vengono definite "materiali" in quanto risultano associate agli impatti (positivi o negativi, effettivi o potenziali, di breve o lungo periodo) più significativi che le attività aziendali sono (o potrebbero essere) in grado di generare sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani.¹

Al fine di identificare i principali impatti che le attività svolte dall'azienda generano o potrebbero generare in ambito ESG, è stato avviato un processo strutturato che ha permesso di definire nel dettaglio il contesto di riferimento all'interno e all'esterno dell'Organizzazione.

Tale attività si è articolata nei seguenti passaggi:

- disamina della documentazione interna esistente (es: policy, procedure, sistemi di gestione, ecc.);
- analisi di documenti pubblici, articoli, statistiche, osservatori e studi di settore;
- valutazione dei principali standard e framework internazionali adottati nella reportistica di sostenibilità (GRI Standard, SASB, TCFD, ecc.), inclusi quelli di prossima pubblicazione (es: ESRS ecc.);
- conduzione di un'analisi di benchmark su un campione di 12 aziende competitor, *peer* e *comparable*.

Con riferimento a quest'ultimo punto, sono stati esaminati i siti internet e i documenti pubblici delle aziende individuate come "best-in-class" o "comparable" nell'ambito della rendicontazione non finanziaria. Tale analisi ha considerato elementi quali:

- la presenza di documentazione/reportistica di carattere non finanziario;
- la tipologia di documentazione pubblicata (es: Bilancio di Sostenibilità, Dichiarazione Non Finanziaria, Report Integrato, Bilancio Sociale, ecc.);
- gli standard di rendicontazione utilizzati e i relativi livelli di applicazione;
- la presenza di una matrice di materialità o di un elenco dei temi materiali;
- la tipologia di temi risultati materiali per tali aziende.

Al termine di tale processo di analisi interna ed esterna sono stati identificati 18 temi rilevanti riconducibili a 4 diverse macro-aree:

- Governance e Responsabilità economica,
- Responsabilità di prodotto e servizio,
- Responsabilità sociale,
- Responsabilità ambientale.

Successivamente, allo scopo di selezionare i temi e gli impatti ESG realmente materiali, è stato predisposto e distribuito ad un gruppo di 253 *stakeholder* selezionati (sia interni che esterni) un apposito "questionario di materialità" online contenente la lista dei temi scaturiti dall'analisi di *benchmark*.

A tali *stakeholder* è stato richiesto, categoria per categoria, di valutare i diversi temi in base alla significatività degli impatti generati (positivi o negativi, effettivi o potenziali, di breve o lungo termine) che le attività aziendali condotte da Simonelli Group generano o potrebbero generare sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi gli impatti sui loro diritti umani.

Per determinare la significatività di un impatto sono stati considerati i seguenti parametri:

- livello di probabilità con cui tale impatto potrebbe verificarsi;
- l'entità dell'impatto considerando il numero di *stakeholder* che ne potrebbero risentire (se l'impatto è negativo) o beneficiare (se l'impatto è positivo).

Le categorie a cui è stato mandato il questionario sono: vertice aziendale, dipendenti, fornitori e terzisti, banche. Hanno risposto alla survey un totale di 103 *stakeholder*, con un tasso di risposta del 41%: si tratta di un dato positivo, che denota un ottimo rapporto di fiducia tra Simonelli Group e i propri portatori di interesse.

Una volta analizzati i dati è stata definita una soglia di materialità di 1,29 (media delle medie dei punteggi ottenuti per ogni tema).

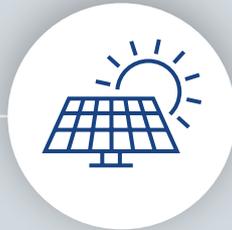
I risultati raccolti sono stati sottoposti a validazione da parte dalle prime linee aziendali ed hanno permesso di individuare le **9 tematiche materiali di Simonelli Group**, riportate di seguito ed approfondite nei rispettivi capitoli di riferimento.

¹ Tale approccio, definito "impact materiality", si basa sull'adozione di una prospettiva di tipo "inside-out", in quanto incentrata sugli impatti che le attività aziendali generano sul contesto socio-economico in cui l'Organizzazione opera.

TEMI MATERIALI SIMONELLI GROUP



ECONOMIA CIRCOLARE



GESTIONE ENERGETICA
RESPONSABILE



SALUTE E SICUREZZA
DEI LAVORATORI



CONDIZIONI DI LAVORO,
CLIMA INTERNO
E WELFARE AZIENDALE



COLLABORAZIONI E
PARTNERSHIP CON MONDO
SCUOLA E UNIVERSITÀ



STRATEGIA
DI SOSTENIBILITÀ



INNOVAZIONE
E TECNOLOGIA



QUALITÀ, SICUREZZA
E CONFORMITÀ NORMATIVA
DEL PRODOTTO



SODDISFAZIONE
E GESTIONE DELLE
RELAZIONI CON I CLIENTI

In linea con quanto richiesto dal GRI 3 (GRI 2021), la tabella che segue descrive, per ogni tematica risultata materiale per l'azienda:

- i **principali impatti** generati dalle attività aziendali sull'economia, l'ambiente e le persone, inclusi gli impatti sui loro diritti umani;
- i **principali strumenti** (politiche, procedure, sistemi di gestione, ecc.) adottati da Simonelli Group per presidiare la tematica e prevenire o mitigare gli impatti negativi ad essa associati;
- le **metriche**, i **KPI** e i **processi di monitoraggio** adottati per misurare l'efficacia degli strumenti e delle iniziative poste in essere.

AMBITO DI RESPONSABILITÀ	TEMA MATERIALE	IMPATTO CONNESSO (positivo o negativo)	MODALITÀ DI GESTIONE E PRESIDIO	KPI
RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	Economia circolare	Possibilità di incidere positivamente o negativamente alla creazione di un modello di economia circolare che contribuisca al risparmio di materie prime ed il riciclo di rifiuti e prodotti destinati al riciclo.	ISO 14001 LCA sui prodotti	N.A.
		Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla possibilità dei clienti del Gruppo di usufruire dei relativi vantaggi economici generati dall'adozione di un modello circolare che permette di acquisire prodotti ricondizionati o di seconda generazione.		
	Gestione energetica responsabile	Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla questione climatica mondiale attraverso l'implementazione di misure di gestione energetica di diverso tipo.	ISO 14001 Approvvigionamento fornitori di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili Installazione di pannelli fotovoltaici	GRI 305
RESPONSABILITÀ SOCIALE	Salute e sicurezza dei lavoratori	Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla garanzia di sicurezza e della salute del personale riducendo tassi di infortunio all'interno del Gruppo e i livelli di stress da lavoro correlato accusati dal personale aziendale.	DVR Procedura infortuni ISO 45001	GRI 403
		Possibilità di incidere positivamente o negativamente attraverso azioni di formazione e sensibilizzazione sulla possibilità di esposizione a rischi connessi all'attività lavorativa dei dipendenti del Gruppo.		
	Condizioni di lavoro, clima interno e welfare aziendale	Possibilità di incidere positivamente o negativamente sul livello di benessere psico-fisico dei dipendenti, con conseguente impatto sull'effettiva opportunità per ciascun collaboratore di realizzare pienamente il proprio potenziale, attraverso l'offerta di un ambiente di lavoro positivo, salubre e caratterizzato da un insieme di programmi volti a migliorare il bilanciamento vita-lavoro dei dipendenti.	Codice Etico Piano di welfare	GRI 401 GRI 405

AMBITO DI RESPONSABILITÀ	TEMA MATERIALE	IMPATTO CONNESSO (positivo o negativo)	MODALITÀ DI GESTIONE E PRESIDIO	KPI
RESPONSABILITÀ SOCIALE	Collaborazioni e partnership con mondo scuola e università	Possibilità di influenzare positivamente o negativamente lo sviluppo socioculturale della propria comunità e territorio attraverso l'organizzazione di eventi o convegni formativi con scuole o università.	Contratti con Università Progetti di dottorati di ricerca	N.A.
		Possibilità di influenzare positivamente o negativamente la creazione di un dialogo con le nuove generazioni contribuendo alla loro formazione e istruzione.		
GOVERNANCE E RESPONSABILITÀ ECONOMICA	Strategia di sostenibilità	Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla promozione di una strategia che possa disegnare una visione di futuro e di sviluppo incentrata sulla sostenibilità.	Piano di Sostenibilità Politica di Sostenibilità	GRI 2
		Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulle future decisioni strategiche comprendenti diverse funzioni e unità del Gruppo a diversi livelli gerarchici.		
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO E SERVIZIO	Innovazione e tecnologia	Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla capacità di individuare nuove opportunità di mercato e di capitalizzarle, rispondendo alle reali esigenze dei clienti.	Collaborazioni con Università, Partners e Centri di ricerca Brevetti	N.A.
		Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla capacità di realizzare con sufficiente tempestività ed efficacia la transizione verso tecnologie a basse emissioni e impatti ambientali.		
	Qualità, sicurezza e conformità normativa del prodotto	Possibilità di incidere positivamente o negativamente sulla creazione di prodotti con elevate performance di qualità e sicurezza all'interno dei propri mercati e possibilità di soddisfare i bisogni dei consumatori.	ISO 9001 LCA Comitato qualità	GRI 2-27
		Possibilità di contribuire positivamente o negativamente alla realizzazione e soddisfacimento dei bisogni dei clienti in termini di offerta dei prodotti e qualità dei servizi.		
Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti	Possibilità di contribuire positivamente o negativamente alla realizzazione e soddisfacimento dei bisogni dei clienti in termini di offerta dei prodotti e qualità dei servizi.	Servizi di <i>Customer Satisfaction</i> CRM	N.A.	

L'IMPEGNO PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

L'Agenda 2030 dell'Onu per lo sviluppo sostenibile è un piano d'azione per le persone, il pianeta e la prosperità, sottoscritta a settembre 2015 da 193 Paesi delle Nazioni Unite, tra cui l'Italia, per condividere l'impegno a garantire un presente e un futuro migliore al nostro pianeta e alle persone che lo abitano.

L'Agenda definisce **17 obiettivi di sviluppo sostenibile** (Sustainable Development Goals – SDGs nell'acronimo inglese) da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target, che rappresentano una linea guida per tutte le istituzioni e le imprese di tutte le Nazioni per poter mettere in pratica un modello sostenibile di evoluzione globale.

Nel 2021 Simonelli Group **ha formalmente aderito al Global Compact** per testimoniare il proprio impegno nel perseguire gli obiettivi 2030, in particolare quelli relativi a “Salute e benessere” (3), “Istruzione di qualità” (4), “Uguaglianza di genere” (5), “Energia pulita e accessibile” (7), “Lavoro dignitoso e crescita economica” (8), “Imprese, innovazione e infrastrutture” (9), “Città e Comunità sostenibili” (11), “Consumo e produzione responsabili” (12), “Agire per il clima” (13), “Partnership per gli obiettivi” (17).



In virtù di tale sensibilità, è possibile identificare i diversi apporti agli SDGs da parte dell'azienda e, per ognuno di essi, il principale target di riferimento:

3 SALUTE E BENESSERE



3.8

Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti.

4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ



4.4

Entro il 2030, aumentare sostanzialmente il numero di giovani e adulti che abbiano le competenze necessarie, incluse le competenze tecniche e professionali, per l'occupazione, per lavori dignitosi e per la capacità imprenditoriale.

5 PARITÀ DI GENERE



5.5

Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica.

7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE



7.2

Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale.

8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA



8.5

Entro il 2030, raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore.

9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE



9.4

Entro il 2030, aggiornare le infrastrutture e ammodernare le industrie per renderle sostenibili, con maggiore efficienza delle risorse da utilizzare e una maggiore adozione di tecnologie pulite e rispettose dell'ambiente e dei processi industriali, in modo che tutti i paesi intraprendano azioni in accordo con le loro rispettive capacità.

11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI



11.4

Rafforzare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo.

12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI



12.2

Entro il 2030, raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.

13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO



13.1

Rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai rischi legati al clima e ai disastri naturali in tutti i paesi.

17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI



17.17

Incoraggiare e promuovere efficaci partenariati tra soggetti pubblici, pubblico-privati e nella società civile, basandosi sull'esperienza e sulle strategie di accumulazione di risorse dei partenariati.

1.

IDENTITÀ E GOVERNANCE



HIGHLIGHTS

TEMI MATERIALI RENDICONTATI

- Strategia di sostenibilità.

SDGs SUPPORTATI

- **SDG 9** Imprese, innovazione e infrastrutture.

RISULTATI CHIAVE 2022

- Aggiornamento analisi di materialità secondo il **GRI 3**.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2023

- Definizione del nuovo Piano sostenibilità.



SIMONELLI GROUP

Simonelli Group è un'azienda manifatturiera situata a Belforte del Chienti in provincia di Macerata, dedita alla progettazione, realizzazione e commercializzazione di macchine da caffè e macinacaffè professionali.

La fisionomia attuale di Simonelli Group è il risultato di un lungo percorso iniziato nel 1936 tra le colline marchigiane, portato avanti da persone accomunate dagli stessi valori, dalla passione e dall'impegno di rendere il caffè un piacere sempre più sostenibile.

L'azienda, che nel 2022 conta 121 dipendenti ed un fatturato di € 105 milioni, si rivolge al mercato nazionale e internazionale, proponendo una *Value Proposition* basata su prodotti e servizi innovativi, sulla crescita della conoscenza attraverso la formazione e sul rispetto socio-ambientale.



Pur essendo le Marche una regione dalla forte vocazione industriale, non presenta al proprio interno centri industriali sul caffè. Nonostante ciò, Simonelli Group è riuscita nel tempo a sviluppare una solida rete con università, centri di ricerca, fornitori e istituzioni ed a creare i presupposti per sviluppare quei processi innovativi che contraddistinguono la sua offerta.

Questa rete costituisce uno dei fattori distintivi ed anche un punto di forza dell'azienda sul mercato.

L'economia della regione Marche è caratterizzata da una forte e diffusa vocazione industriale e tanto da costituire una sorta di "laboratorio manifatturiero" nazionale.

Infatti, dei 141 distretti industriali individuati dall'Istat in Italia, ben 19 sono quelli presenti nelle Marche, pari al 13,5% del totale.²

Il modello produttivo è incentrato sull'economia distrettuale, il cui tratto caratterizzante è la compresenza di notevoli agglomerati industriali e di una struttura insediativa civile rappresentata da piccole e medie città. L'assenza di grandi polarizzazioni metropolitane ha consentito di conservare nel tempo un'ottima qualità della vita (buoni servizi di prossimità, sistemi relazionali di tipo comunitario, elevata qualità ambientale) accanto ad un notevole sviluppo economico.

I 19 distretti presenti operano per lo più nei settori del legno e arredo, del tessile e abbigliamento, della calzatura, della pelletteria, della meccanica e dell'industria agro-alimentare, ma non in quello delle macchine per caffè, che vede come unica protagonista Simonelli Group.

² Elaborazione CDP Think Tank su dati Istat:
www.cdp.it/resources/cms/documents/L%27economia_marchigiana-le_5_eccellenze_da_cui_ripartire.pdf

86 ANNI DI STORIA

- 1936 NASCE SIMONELLI**
 In una società ancora prevalentemente rurale, un uomo tanto creativo quanto ingegnoso pone le basi per un grande progetto: in un piccolo laboratorio, ricavato sotto la propria abitazione a Cessapalombo, un borgo della provincia di Macerata, Orlando Simonelli realizza la prima macchina per caffè espresso da lui stesso progettata.
 La chiama **1936** e, da buon artigiano, si occupa in prima persona della commercializzazione del prodotto. La macchina viene successivamente scelta da Treccani³ tra gli oggetti simbolo di design e di cultura italiana.
- 1948 DA CESSAPALOMBO A TOLENTINO**
 Sfidando le difficoltà del dopoguerra, Orlando Simonelli rilancia i suoi obiettivi imprenditoriali e decide di trasferire l'attività a Tolentino dove fa crescere l'azienda con l'assunzione dei primi collaboratori. Seguono anni di grande lavoro e di ulteriore espansione del mercato che culminano nell'inaugurazione di un nuovo stabilimento a Tolentino nel 1960.
- 1972 DA SIMONELLI A NUOVA SIMONELLI**
 Il 9 maggio 1971, dopo una lunga malattia, Orlando Simonelli si spegne nella sua casa di Tolentino. L'anno successivo alcuni dipendenti decidono con coraggio di trasformarsi in imprenditori acquisendo l'azienda che diventa società e viene cambiata la denominazione: da Simonelli a Nuova Simonelli.
- 1975 PRIMI PASSI VERSO L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**
 Nel 1975 viene avviata l'internazionalizzazione con le prime vendite nel mercato USA. Per portare avanti l'azienda così riconfigurata occorre fare scelte oculate e condivise: guardando al futuro con ambizione e consapevolezza, i nuovi soci decidono di trasferire l'attività in una nuova sede, con spazi adeguati alla costruzione di uno stabilimento più grande. Così nel 1976 l'azienda si trasferisce a Belforte del Chienti.
- 1993 PRIMA FILIALE IN USA**
 Negli anni Ottanta e Novanta la produzione si allarga, con la messa a punto di modelli dalla tecnologia sempre più avanzata. Si consolida la presenza nei mercati internazionali che porta l'azienda ad aprire nel 1993 la sua prima filiale negli USA, la "Nuova Distribution" con sede a Ferndale, nello Stato di Washington.
- 2001 ACQUISIZIONE DI VICTORIA ARDUINO**
 Nuova Simonelli diventa una Società multibrand e si afferma anche nel settore delle "macchine di lusso" grazie all'acquisizione del prestigioso marchio Victoria Arduino, sinonimo di qualità italiana dal 1905.
- 2003 PRIMA MACCHINA ERGONOMICA**
 Per la realizzazione della nuova macchina Aurelia, Simonelli Group si avvale dello studio sull'ergonomia della macchina da caffè e sulla tutela del benessere psico-fisico del barista realizzato in collaborazione con l'Istituto di Psicologia ed Ergonomia di Ancona. La Aurelia sarà la prima macchina al mondo con certificato di ergonomia. In occasione del lancio delle nuove piattaforme di prodotto viene effettuato il rebranding del marchio Nuova Simonelli.
- 2005 NUOVO POLO PRODUTTIVO**
 La costante crescita rende necessaria un'ulteriore espansione della capacità produttiva: viene inaugurato un nuovo polo produttivo di 10.000 mq coperti, realizzato per offrire un ambiente di lavoro confortevole, sicuro e sostenibile dal punto di vista energetico.

³ Treccani, 1925-2015, 90 oggetti: design, eccellenza e memoria italiani in www.treccani.it/90anni/oggetti/1936-Simonelli.html

- 2008 DIVENTA PARTNER UFFICIALE DEL WBC**
La macchina Aurelia viene selezionata come macchina ufficiale del campionato World Barista Championship per il triennio 2009-2011. Scelta poi confermata nel triennio 2012-2014 con la Aurelia II e nei due trienni successivi con la Black Eagle di Victoria Arduino.
- 2015 APERTURA FILIALE A SINGAPORE**
Con l'obiettivo di rafforzare la propria presenza nel sempre più vasto mercato asiatico, viene inaugurata una filiale a Singapore sede di un ufficio commerciale, uno *showroom* ed un *training centre*, in cui distributori, clienti e tecnici, possono conseguire formazione professionale.
- 2016 COSTITUZIONE DEL CENTRO DI RICERCA SCIENTIFICA SUL CAFFÈ (RICH)**
In collaborazione con l'Università di Camerino viene creato l'International Hub for Coffee Research and Innovation (poi divenuto Research and Innovation Coffee Hub), un centro di ricerca sul caffè unico nel suo genere che vede coinvolto il mondo aziendale insieme a quello universitario.
- 2017 DA NUOVA SIMONELLI A SIMONELLI GROUP**
L'azienda cambia denominazione in Simonelli Group. La scelta, nata dall'esigenza di rappresentare al meglio l'evoluzione organizzativa, racchiude la storia di un gruppo di persone che nel corso dei decenni è cresciuto, ma che non ha mai perso l'approccio creativo e ingegnoso di quel piccolo laboratorio dove tutto ebbe inizio. Inoltre, viene inaugurato il nuovo centro direzionale di 3.000 mq che oltre agli uffici, agli *showroom* e alle sale riunioni, è dotato anche di un auditorium da 80 posti.
- 2018 APERTURA NUOVE FILIALI**
Al fine di dare maggiore spinta ai temi della sostenibilità, sempre più centrali nella propria strategia, la Società avvia la collaborazione con l'Università di Macerata e costituisce il Team Sostenibilità, che ha lo scopo di definire le strategie e di coordinare le attività relative alla sostenibilità.
A livello internazionale vengono aperti i primi Experience Lab in Cina e Indonesia, attraverso i quali l'azienda si prefigge l'obiettivo di portare nei mercati l'esperienza dei due brand attraverso showroom immersivi e una serie di eventi e sessioni formative. Nel 2018 viene inoltre inaugurata una nuova filiale in Francia, con sede a Lione.
- 2019 1° REPORT DI SOSTENIBILITÀ**
Viene pubblicato il primo Report di Sostenibilità. Viene inoltre inaugurata la nuova filiale a Londra per la vendita e promozione di Victoria Arduino nel Regno Unito.
- 2020 NUOVO POLO LOGISTICO**
Viene inaugurato il nuovo polo logistico di 6.000 mq
- 2021 LANCIO DEL COFFEE KNOWLEDGE HUB (CKH)**
Ad Aprile 2021 viene lanciata la nuova piattaforma globale di *coffee learning* che offre certificazione e nuove opportunità di crescita culturale e professionale.
- 2022 INAUGURAZIONE DELLA FILIALE IN GERMANIA**
Con l'obiettivo di rafforzare la propria prossimità ai clienti del nord Europa, Simonelli Group inaugura una filiale controllata al 100% a Hannover, Germania.

VISION, MISSION E VALORI

VISION

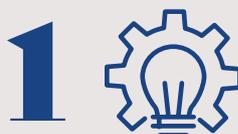
La visione aziendale è quella di un mondo in cui l'innovazione nasce dalla creatività e porta saggezza, per una crescita che rafforzi l'etica, valorizzi il lavoro e i territori, rispetti l'ambiente.

MISSION

Simonelli Group sostiene con responsabilità le comunità del caffè per offrire un'esperienza in tazza straordinaria. Sempre ed ovunque. I prodotti Simonelli Group costituiscono l'ultimo anello della catena del valore del caffè, quello più vicino al momento dell'esperienza del consumatore finale.

L'azienda ha quindi la grande responsabilità di riuscire ad esaltare il valore creato da agricoltori, torrefattori e baristi. Simonelli Group vuole farlo responsabilmente, investendo per migliorare costantemente le prestazioni tecniche ed ambientali dei suoi prodotti, ed anche per offrire qualificati corsi di formazione sulla tecnica e cultura del caffè alla comunità internazionale del caffè.

VALORI AZIENDALI



INNOVAZIONE CONTINUA E TRASVERSALE

Crediamo nelle intuizioni che nascono dal pensiero sistematico, sfidando logiche e procedure tradizionali.



2

SOSTENIBILITÀ INTEGRATA

Crediamo in una crescita condivisa, nel rispetto delle persone e dell'ambiente; crediamo nella generazione di valore sostenibile nel tempo che coinvolga tutti noi e i nostri *stakeholder*.

3

CONOSCENZA E CULTURA DEL CAFFÈ

Crediamo nella diffusione di una conoscenza consapevole del caffè: incoraggiamo i clienti, i collaboratori e, più in generale, le *coffee community* ad esprimere tutto il loro potenziale.

ETICA E INTEGRITÀ DEL BUSINESS

Simonelli Group, nello svolgimento delle proprie attività aziendali, agisce nel pieno rispetto delle leggi, nonché sulla base di principi di lealtà e correttezza professionale.

L'azienda, inoltre, promuove un'economia sostenibile e si impegna a rispettare i diritti umani, a garantire pratiche di lavoro eque, a proteggere l'ambiente e a far progredire ricerca e innovazione nel proprio settore.

Etica e integrità sono alla base delle relazioni di Simonelli Group con tutti gli *stakeholder* con cui si interfaccia durante lo svolgimento delle sue attività aziendali.

La Società ha redatto un **Codice Etico** che elenca e dichiara i valori e le regole comportamentali cui l'azienda intende fare costante riferimento nell'esercizio della propria attività imprenditoriale.

Il Codice costituisce un elemento essenziale del sistema di controllo interno e consente all'azienda di prevenire la commissione di eventuali irregolarità o illeciti nei confronti dei propri interlocutori interni ed esterni.

Il testo è portato a conoscenza di tutti i soggetti che si interfacciano con l'azienda attraverso una comunicazione dedicata e mediante l'affissione di poster nelle sedi aziendali.

PER PRENDERE VISIONE
DEL CODICE ETICO
POTETE ACCEDERE AL
SEGUENTE QR-CODE:



I PRINCIPI DI COMPORTAMENTO CONTENUTI NEL CODICE ETICO:

LEGALITÀ

Simonelli Group ribadisce che il rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti nei Paesi in cui la Società opera è una condizione imprescindibile a cui devono attenersi tutti i collaboratori nell'ambito delle attività lavorative svolte per conto o nell'interesse della Società.

RESPONSABILITÀ E CONFLITTO DI INTERESSI

Simonelli Group pretende che i destinatari agiscano con responsabilità e professionalità, nel pieno rispetto della deontologia, della buona fede, dell'etica, e agiscano con spirito di rispetto e collaborazione reciproca. I destinatari dovranno astenersi dal compiere qualsiasi atto in conflitto di interessi con Simonelli Group ed evitare qualunque azione o comportamento in conflitto di interesse con la Società.

ONESTÀ, CORRETTEZZA, LEALE COMPETIZIONE E TRASPARENZA

La Società richiede ai destinatari di operare secondo principi di correttezza, leale competizione e trasparenza nei confronti dei colleghi, delle istituzioni, dei fornitori, dei distributori, dei clienti e di tutti gli operatori presenti sul mercato.

TRASPARENZA

Simonelli Group si impegna a fornire ai suoi *stakeholders* informazioni chiare e trasparenti in merito alla propria situazione economica, finanziaria e gestionale, senza favorire alcun gruppo d'interesse o singolo soggetto.

INTEGRITÀ

I collaboratori sono tenuti a svolgere le proprie attività con la diligenza richiesta dalla natura dell'incarico, con professionalità e affidabilità. La Società considera il rispetto dei principi etici come fondante qualunque azione e/o relazione professionale. Non sono tollerati comportamenti in contrasto con le normative vigenti o con il Codice. La Società deplora ogni forma di corruzione e clientelismo.

AMBIENTE

Simonelli Group è attenta alla sostenibilità ambientale e adotta misure idonee per preservare l'ambiente, abbattere le emissioni nocive, contenere il consumo energetico e, laddove possibile, ricorrere alle energie rinnovabili. Effettua inoltre una valutazione preventiva dell'impatto ambientale di tutte le sue attività. La azienda promuove misure idonee per sensibilizzare i propri partner nel perseguire iniziative volte alla salvaguardia dell'ambiente.

RESPONSABILITÀ SOCIALE

Simonelli Group opera tenendo conto delle esigenze della collettività, contribuendo attivamente allo sviluppo economico, sociale e civile delle comunità in cui opera; si impegna ad operare attraverso modalità di approvvigionamento socialmente ed eticamente responsabili promuovendo e salvaguardando i diritti umani e il benessere delle comunità.

**PARI OPPORTUNITÀ,
RISPETTO DELLE
DIVERSITÀ E
NON DISCRIMINAZIONE**
(gestione del personale)

Simonelli Group ritiene che la valorizzazione e realizzazione del proprio personale siano fondamentali per il successo dell'azienda. Essa si impegna pertanto a rispettare i diritti dei lavoratori di qualunque cultura, religione, etnia favorendone l'integrazione multiculturale nella convinzione che, attraverso la condivisione di esperienze e visioni diverse, si possa contribuire alla creazione di un clima aziendale sereno e facilitante la piena espressione delle potenzialità di ciascuna persona.

In particolare, Simonelli Group:

- evita e contrasta qualsiasi forma di discriminazione e/o molestia basata sull'età, il sesso, la sessualità, lo stato di salute, l'etnia, la nazionalità, le opinioni politiche e;
- offre a tutti i lavoratori le medesime opportunità, in modo che ciascuno possa godere di un trattamento equo e basato su criteri meritocratici;
- cura la selezione e l'assunzione del personale assicurando il rispetto dei valori di pari opportunità, di merito ed eguaglianza;
- crea un ambiente lavorativo idoneo alla crescita umana e professionale dei suoi dipendenti;
- non occupa minori e rifugge qualunque tipo di sfruttamento lavorativo;
- assicura la tutela della privacy dei dati personali;
- si impegna a non instaurare alcun rapporto di lavoro con soggetti privi di permesso di soggiorno o con permesso di soggiorno irregolare e a non svolgere alcuna attività atta a favorire l'ingresso illecito, di soggetti clandestini;
- promuove la cultura della salute e della sicurezza negli ambienti di lavoro.

QUALITÀ

Simonelli Group pone grande attenzione nella realizzazione di prodotti altamente performanti e rispondenti ai più elevati canoni di qualità. A questo riguardo è impegnata a migliorare costantemente i propri processi, prodotti e servizi, monitorando sia le attività svolte internamente, sia quelle svolte dai propri fornitori, anch'essi chiamati a garantire standard di qualità.

SALUTE E SICUREZZA

L'azienda ha costruito il suo modello di business attorno alla salute e alla sicurezza dei propri lavoratori e di tutto il personale esterno coinvolto nei processi lavorativi. Promuove la diffusione di una cultura della sicurezza che passa attraverso il coinvolgimento diretto e la formazione continua di ogni singolo membro dell'organizzazione. Simonelli Group fornisce informazioni dettagliate sui rischi sul luogo di lavoro e sui dispositivi di protezione individuale necessari per svolgere attività lavorative. Incoraggia il monitoraggio della salute dei lavoratori, con la collaborazione del medico aziendale. Infine, persegue il miglioramento continuo in linea con le specifiche contenute nel decreto legislativo 81/2008.

**APPROCCIO
ALLA CONDIVISIONE**

L'azienda è orientata a favorire tutti i mezzi di condivisione e sviluppo dell'innovazione, della formazione e della sostenibilità, in linea con il sistema valoriale indicato sopra. Simonelli Group promuove inoltre un clima organizzativo positivo e favorevole all'espressione della creatività dei singoli.

TRASPARENZA NELLA GESTIONE DEL BUSINESS

L'azienda ha previsto, all'interno della sua struttura organizzativa, procedure e processi che consentono di gestire eventuali impatti negativi scaturenti dalla propria attività aziendale.

Nello specifico, a fronte di una segnalazione di un impatto negativo generato dal proprio operato, l'azienda si attiva per verificarne le cause ed analizzare le conseguenze che esso ha prodotto. Qualora venga riscontrata una connessione tra l'evento negativo e il proprio operato, Simonelli Group mette in atto apposite azioni correttive, mirate ad annullare o, quantomeno, a contenerne gli effetti negativi. Se tale impatto risulta di scarsa rilevanza e, in particolare, coinvolge l'operatività di una singola funzione, la conseguente azione correttiva viene assegnata a quella determinata funzione. Qualora l'impatto, invece, risulti avere una rilevanza più significativa e veda il coinvolgimento dell'intera organizzazione, è la direzione aziendale ad intervenire e gestire la criticità emersa. È prevista, inoltre, la definizione di un'azione risarcitoria nei confronti dei soggetti vittime dell'evento negativo.

Al fine di raccogliere tutte le segnalazioni e di esaminarle per comprenderne le cause, l'azienda ha predisposto, al suo interno, un apposito **Comitato Qualità**.

In prima battuta, viene attivato un canale di comunicazione con i soggetti segnalanti, con l'obiettivo di individuare la fonte della criticità rilevata; in seguito, vengono individuate tutte quelle azioni correttive idonee ad evitare che tale criticità si ripresenti.

Il Comitato si occupa anche del monitoraggio delle diverse segnalazioni, attraverso parametri quantitativi, con l'obiettivo di verificare la percentuale di risoluzione delle criticità segnalate.

Simonelli Group prevede un coinvolgimento degli *stakeholder* in tale processo attraverso la raccolta e l'approfondimento delle informazioni utili a comprendere l'origine dell'evento negativo e verificarne le possibili cause. Tali soggetti sono chiamati anche a comunicare eventuali proposte migliorative del meccanismo di reclamo. L'azienda monitora l'efficacia dei meccanismi di reclamo attraverso dei KPI in grado di fornire un quadro sintetico delle performance aziendali in tale ambito.

Inoltre, attraverso il **Codice di Condotta** condiviso con i vari collaboratori, ognuno ha la possibilità di segnalare ai membri del Team Sostenibilità eventuali incongruenze in merito a politiche o pratiche nella condotta aziendale.

Si segnala che, nel 2022, non sono stati sollevati dubbi in merito alla corretta conduzione delle attività aziendali.

I RICONOSCIMENTI RICEVUTI NEL 2022

IMPRESA CHAMPION - ITALYPOST

Nel 2022 Simonelli Group è stata inserita tra le top 1.000 imprese italiane, selezionate dal Centro studi ItalyPost, che hanno meglio performato nel periodo di tempo dal 2014 al 2021.

Gli 800 Champions sono stati selezionati a partire dai database di Aida-Bureau Van Dijk e dal Registro Imprese di Infocamere, considerando le aziende con fatturato 2018 compreso tra i 20 e 120 milioni e con riferimento agli ultimi sei bilanci depositati. L'analisi è stata svolta da un team di analisti esperti in Corporate Finance di Special Affairs Srl, società indipendente di advisory finanziaria.

Il rating è stato attribuito da Modefinance, agenzia di rating indipendente.



impresa
champion 2022

italypost | 

SUSTAINABILITY AWARD

Simonelli Group è stata premiata tra le 50 aziende italiane più sostenibili da parte dei commissari del premio Sustainability Award 2022 (nel 2021 si era classificata tra le prime 100 aziende).

Questa iniziativa, promossa da Credit Suisse e dall'agenzia Kon Group, si avvale del supporto scientifico di Altis dell'università Cattolica di Milano ed ha come media partner la rivista Forbes.

Il premio rappresenta un importante riconoscimento riservato alle aziende italiane che si sono contraddistinte nell'affrontare le sfide dell'emergenza climatica, trasformandola in un'occasione per esprimere innovazione ed attivare le energie migliori nel Paese.



BEST PERFORMANCE AWARD SDA BOCCONI

Simonelli Group, nel 2022, ha vinto il "Best Performance Award" per la categoria "medium company", premio che SDA Bocconi School of Management conferisce alle migliori aziende italiane che si distinguono per l'eccellenza nel creare valore economico, tecnologico, umano, sociale e ambientale, operando in modo sostenibile.

Il premio è rivolto a imprese italiane con un fatturato compreso tra i 15 mln ed i 5 mld di euro, suddivise in tre categorie (Small, Medium, Large), che ogni anno vengono valutate dal team di SDA Bocconi e dai suoi partner sulla base di criteri di performance che riguardano: EBITDA, Crescita dei ricavi, rapporto Capex/Totale asset, rapporto PFN/EBITDA minore di 3.





MODELLO DI BUSINESS E CREAZIONE DEL VALORE



HIGHLIGHTS

TEMI MATERIALI RENDICONTATI

- Strategia di sostenibilità.

SDGs SUPPORTATI

- **SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica.

RISULTATI CHIAVE 2022

- Avvio processo di certificazione ISO 14001 e ISO 45001.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2023

- Attestato certificato ISO 14001 e ISO 45001.



ASSETTO PROPRIETARIO

Simonelli Group S.p.a. è stata costituita nel giugno 2017 su iniziativa di Nuova Simonelli S.p.A., attraverso il conferimento del ramo industriale della produzione delle macchine da caffè espresso, iniziando ad operare nell'agosto dello stesso anno.

Successivamente, nell'aprile del 2018, Nuova Simonelli S.p.A. è stata incorporata nella OMT Belforte S.r.l., che oggi controlla Simonelli Group S.p.A. al 100% attraverso la proprietà di 20.000 azioni ordinarie corrispondenti a 20 milioni di euro di Capitale sociale. A sua volta, Simonelli Group S.p.A. partecipa in altre società:

- **NUOVA DISTRIBUTION USA, LLC USA**
(quota del 65%);
- **SIMONELLI GROUP ASIA PACIFIC PTE Ltd**
Singapore (quota del 100%);
- **NUOVA DISTRIBUTION FRANCE Sarl Francia**
(quota del 75%);
- **VA MACHINERY Ltd Inghilterra**
(quota 55%);
- **SG NORTH EUROPE GmbH Germania**
(quota del 100%)

Come evidenziato sopra l'azienda non è obbligata a redigere un bilancio consolidato essendo controllata al 100% da un'altra società.

A tale riguardo si consideri anche che il presente Report si riferisce a risorse, attività, obiettivi e risultati relativi a Simonelli Group S.p.A. e per quanto concerne le *performance* economico-finanziarie globali, si riferisce al bilancio di esercizio di Simonelli Group S.p.A. relativo al 2022.

CORPORATE GOVERNANCE

Il sistema di governo societario di Simonelli Group si basa su un modello organizzativo in linea con le normative vigenti applicabili al settore di riferimento.

In particolare, il Consiglio di Amministrazione (CdA), quale massimo organo di governo dell'azienda, è investito di tutti i poteri per l'ordinaria e straordinaria amministrazione ed ha funzioni di indirizzo strategico e controllo delle attività aziendali. Attraverso i suoi consiglieri, il CdA ha il potere di convocare le assemblee fissando gli ordini del giorno secondo le modalità definite dallo Statuto; il Presidente e il Vicepresidente rappresentano legalmente l'azienda di fronte a terzi e in giudizio, con la facoltà di promuovere azioni e istanze giuridiche; altri amministratori sono dotati di ulteriori specifiche procure ad agire.

Inoltre, il CdA ha la funzione di recepire, e successivamente gestire, le criticità eventualmente evidenziate dall'Amministratore Delegato. Nello specifico, tali criticità vengono comunicate e condivise dal responsabile di funzione, qualora ne ravvisi la necessità, alle persone a suo diretto riporto.

Il Consiglio di Amministrazione è composto da sei membri che vengono nominati dall'Assemblea e restano in carica per non oltre tre esercizi consecutivi, con la possibilità di essere rieletti.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione è responsabile della revisione e approvazione finale delle decisioni aziendali, incluse quelle relative all'identificazione dei temi materiali.

Il Consiglio di Amministrazione

NOME	CARICA	DURATA CARICA
Nando Ottavi	Presidente, Amministratore delegato	Fino approvazione bilancio esercizio del 2022
Marco Feliziani	Vicepresidente, Amministratore delegato	
Fabio Ceccarani	Amministratore delegato	
Sonia Boldrini	Consigliere	
Nicola Ottavi	Consigliere	
Giorgio Ziemacki	Consigliere	

COMPOSIZIONE



5 uomini

83%



1 donna

17%

ETÀ

33%

30-50
anni

67%

> 50
anni

Nel 2022 il CdA è composto da 5 uomini e 1 donna, di cui 2 componenti hanno età compresa tra i 30 e i 50 anni (33%) e 4 hanno un'età superiore ai 50 anni (67%).

Il Collegio Sindacale

NOME	CARICA	DURATA CARICA
Francesco Sperandini	Presidente del Collegio Sindacale	Fino approvazione bilancio esercizio del 2022
Bruno Olivieri	Sindaco	
Marina Rocco	Sindaco	
Nazareno Minnozzi	Sindaco supplente	
Graziano Feliziani	Sindaco supplente	

COMPOSIZIONE



ETÀ



Nel 2022 il Collegio Sindacale è composto da 2 uomini e 1 donna, tutti con un'età maggiore di 50 anni.

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto sociale, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo e amministrativo adottato dall'azienda e sul suo concreto funzionamento.

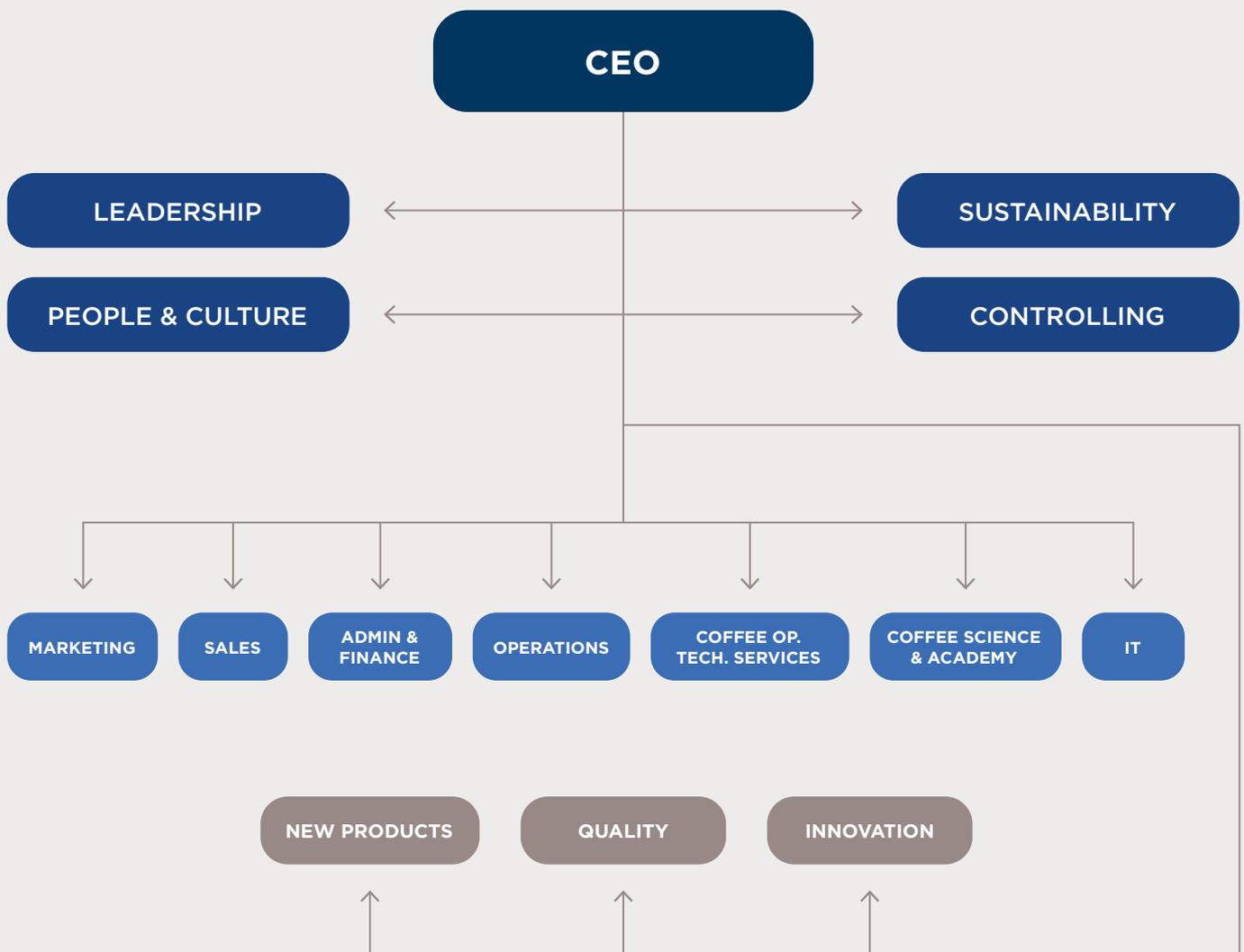
In particolare, il Collegio Sindacale è composto da tre membri effettivi e due membri supplenti, con carica di durata tre anni e con la possibilità di essere rieletti.

Il controllo legale dei conti è esercitato dal Revisore contabile Dott. Giovanni Marco Borroni.

La strategia di gestione delle responsabilità di Simonelli Group si articola in Direzioni specifiche dotate di autonomia direzionale e di controllo e con responsabilità di gestione e coordinamento finalizzate a garantire i più ele-

vati standard di qualità attraverso il monitoraggio degli obiettivi ed il presidio degli ambiti maggiormente sensibili. Le Direzioni operano in stretta collaborazione per garantire l'efficienza della organizzazione.

Organigramma aziendale



PROCESSI DI SOSTENIBILITÀ

Nel corso degli anni la sensibilità di Simonelli Group verso i temi della sostenibilità è diventata sempre più centrale sul piano strategico ed ha incluso la sostenibilità fra i pilastri della propria identità. Nel 2018 l'azienda ha adottato una nuova governance per il raggiungimento dei suoi obiettivi allineati al piano 2030 delle Nazioni Unite.

Nel 2019, con il supporto scientifico della professoressa Katia Giusepponi dell'Università degli Studi di Macerata,

ha implementato un sistema di rendicontazione di sostenibilità basato sui principi GRI che ha coinvolto i principali *stakeholder*. Nel 2021 Simonelli Group ha evidenziato il proprio impegno per gli obiettivi di sostenibilità aderendo al *Global Compact*.

L'azienda si è dotata di due organi dedicati che hanno la funzione di supportare la declinazione dei principi di sostenibilità all'interno dell'operatività aziendale:

— TEAM SOSTENIBILITÀ

Rappresenta il principale organo di governance trasversale dedito all'implementazione dei principi di sostenibilità in azienda. Il team opera in modo sinergico rispetto alle operations e si occupa di sviluppare e coordinare le strategie aziendali, di raccogliere e di analizzare i risultati prodotti dall'organizzazione. Il team collabora con il Comitato Sostenibilità, coordinando le attività di analisi e di *reporting* ai quali il Comitato stesso è dedicato.

FABIO CECCARANI	<i>Amministratore Delegato</i>	Indirizzo strategico
MAURIZIO GIULI	<i>Executive for Corporate strategy and business development</i>	Coordinamento delle strategie per la sostenibilità
MANUELA FELIZIANI	<i>Social Sustainability</i>	Coordinamento delle attività sociali
PAOLA BENEDETTI	<i>Sustainability Accounting</i>	Coordinamento dell'analisi dei risultati di periodo e della programmazione per il futuro

— COMITATO SOSTENIBILITÀ

È un organo interfunzionale dedicato allo sviluppo strategico sostenibile. Il Comitato è composto dai principali responsabili di funzione, i quali contribuiscono, all'interno della propria area di competenza, sia al perseguimento degli obiettivi di sostenibilità definiti dal Team Sostenibilità, sia all'attività di *reporting*.

I componenti del Comitato Sostenibilità rappresentano anche i principali referenti per l'analisi dei rischi aziendali e per quella di materialità riportata all'interno del Report Integrato.

CLAUDIO CINGOLANI	<i>R&D and Technical Dept.</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per <i>R&D and Technical Dept.</i>
MARCO FELIZIANI	<i>Vice presidente Sales</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per l'area Commerciale
LAURO FIORETTI	<i>Knowledge and Education</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per l'area <i>Coffee Science and Academy</i>
SIMONA GIAMPIERI	<i>Marketing</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per l'area Marketing
STEFANO MOGLIANI	<i>C.O.T.S. - Coffee Operations Technical Service</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per l'area C.O.T.S.
MAURO PARRINI	<i>Operations</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per l'area <i>Operations</i>
CARLO STORTONI	<i>Human Relations</i>	Contributo all'analisi e al <i>reporting</i> per l'area <i>Human Relations</i>

TAPPE EVOLUTIVE DELLA SOSTENIBILITÀ

2003

Studio sull'ergonomia della macchina da caffè per la tutela del barista con l'istituto Europeo di Ergonomia e Psicologia. Aurelia è la prima macchina ergonomica.

2009

Studio sul Disassembling macchina ergonomica con UNIVPM.

2011

Prima analisi LCA Prodotto.

2012

Installazione impianto fotovoltaico (98 Kw).

2017

Nuovo centro direzionale con soluzioni tecniche a basso impatto.

2018

Costituzione del Team Sostenibilità per il coordinamento e l'implementazione delle attività di sostenibilità.
Installazione di sistema di raffrescamento con pompa di calore nello stabilimento produttivo.

2019

Applicazione di sistemi di coibentazione termica su tutte le macchine *entry-level*. Primo Bilancio sostenibilità.

2020

Sviluppo tecnologie di efficienza energetica NEO e TERS.

Realizzazione del Codice Etico.

Realizzazione nuovo centro logistico con impianto fotovoltaico 80 Kw.

ROAD MAP

SOSTENIBILITÀ DAL 2000
AD OGGI**2025**

Obiettivo di autosufficienza energetica.

2023

Ottenute certificazioni ISO 14001 e ISO 45001.

2022

Destinazione dell'1% degli utili netti alle attività di sostenibilità sociale.

Realizzazione di una perizia energetica per l'obiettivo dell'autosufficienza energetica.

Avvio procedura certificazione ISO 14001 e ISO 45001.

2021

Estensione impianto fotovoltaico di ulteriori 90 Kw.

Fornitura 100% energia elettrica da fonti rinnovabili.

Adesione al *Global Compact*.

Sostituzione impianto di illuminazione con tecnologia a LED.

PRESENZA SUL MERCATO

Simonelli Group opera nel comparto della fabbricazione e commercializzazione delle macchine per il caffè espresso e relative attrezzature attraverso due marchi: “Nuova Simonelli” e “Victoria Arduino”.

Con un market share del 10%, l'azienda è protagonista nel settore di riferimento a livello mondiale ed esporta i propri prodotti in 130 Paesi. La quota di produzione destinata al mercato extra europeo supera i tre quarti del fatturato. I prodotti Simonelli Group sono distribuiti a catene di *coffee-shop*, locali esclusivi, bar, ristoranti e hotel di tutti i continenti attraverso una rete commerciale composta da oltre mille soggetti - tra distributori, concessionari, importatori e rivenditori specializzati - presenti in ogni parte del mondo.

L'esercizio 2022 è stato caratterizzato da una serie di sfide geopolitiche ed economico-finanziarie particolarmente critiche. All'uscita dalla pandemia, il conflitto in Ucraina ha avuto forti ripercussioni sui mercati, soprattutto su quello dell'energia e delle materie prime, ed ha innescato un processo inflattivo che ha inciso significativamente sulle dinamiche di consumo.

Per mitigare le potenziali ricadute negative di tale situazione di globale incertezza, Simonelli Group ha adottato contromisure organizzative, finanziarie e commerciali: maggiore vicinanza ai mercati strategici, maggiore flessibilità nella catena di fornitura, efficientamento dei processi grazie alla digitalizzazione di gran parte di quelli primari.

Tali misure, unite al buon livello di liquidità e alla bontà dei suoi indicatori finanziari, hanno permesso a Simonelli Group di attraversare l'anno 2022 senza difficoltà significative e di raggiungere un EBITDA superiore al 2021. Nel corso dell'esercizio 2022 l'azienda ha infatti continuato ad investire dedicando il 7,3% del fatturato al Sales&Marketing, il 2% all' R&D e lo 0,5% alla Formazione.

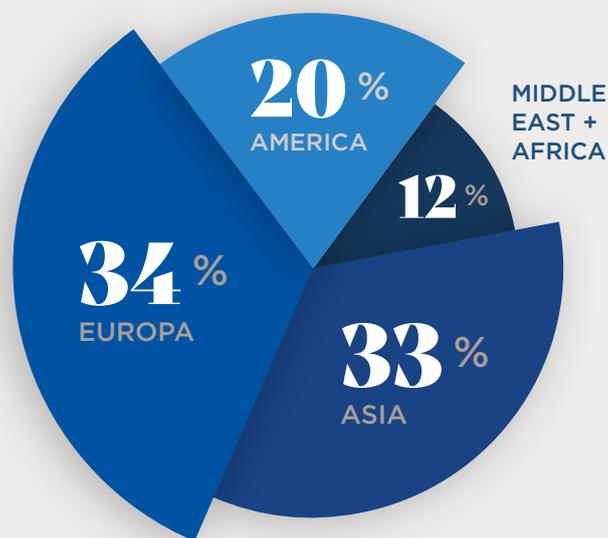
130

PAESI

5

BRANCH

6

EXPERIENCE
LAB

VENDITE PER REGIONE GEOGRAFICA

I PRINCIPI DI INNOVAZIONE, SOSTENIBILITÀ E DIFFUSIONE DELLA CULTURA DEL CAFFÈ, INSITI NEL DNA AZIENDALE, SI DECLINANO NEI DUE MARCHI DEL GRUPPO:

NUOVA SIMONELLI

Il brand, da 85 anni sul mercato, rappresenta l'anima funzionale che si incarna in macchine ergonomiche, efficaci in termini di performance ed efficienti in termini di risparmio energetico. Esse consentono a tutti di preparare un buon caffè, a prescindere dal livello di esperienza.

 **nuova
SIMONELLI®**
The coffee machines you can trust.



VICTORIA ARDUINO

Da 120 anni questo brand rappresenta l'anima sofisticata che si incarna in macchine con un grande passato storico, dal design ricercato e dalla tecnologia avanzata.

Esse permettono ad ogni barista di poter esprimere al massimo la propria professionalità.

Victoria Arduino

INSPIRED BY YOUR PASSION.





Simonelli Group nel corso degli anni ha dato vita ad una struttura produttiva e commerciale che ha l'obiettivo di presidiare i diversi mercati e individuare/implementare soluzioni di business ad hoc.

HEADQUARTER

- **SIMONELLI GROUP S.p.a.**
BELFORTE DEL CHIANTI, MC – ITALIA
Stabilimento produttivo: **10.000** mq
Centro logistico: **6.000** mq
Linee di assemblaggio: **6**
Piattaforme prodotto: **26**
Unità prodotte nel 2022: **45.000**

BRANCH OFFICES

- **SIMONELLI GROUP ASIA PACIFIC PTE LTD**
SINGAPORE
- **NUOVA DISTRIBUTION USA, LLC**
FERNDAL (Washington – Stati Uniti)
- **NUOVA DISTRIBUTION FRANCE**
VIVIERS DU LAC (Francia)
- **VA MACHINERY LTD**
LONDRA (Regno Unito)
- **SG NORTH EUROPE GMBH**
HANNOVER (Germania)

EXPERIENCE LABS

- **JAKARTA – Indonesia**
Powered by PT Toffin Indonesia Jl. Pluit Permai No.4,
RT.1/RW.7, Pluit, Kec. Penjaringan, Kota Jkt Utara,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 1445
- **SHANGHAI – Cina**
Powered by DKSH Shanghai Ltd Room 502,
No. 13 Building, No. 99 TianZhou road
- **BARCELONA – Spagna**
Powered by Vans Iberica Passatge de Casamitjana, 17
- **SINGAPORE**
380 Jalan Besar #06-03-04, ARC 380, Singapore 209000
- **CHICAGO – STATI UNITI**
1210 W Lake Street, IL 60607
- **LONDRA – Regno Unito**
36 Tanner Street London, SE13LD

MODELLO DI BUSINESS E PROCESSO DI CREAZIONE DEL VALORE

Simonelli Group sta evolvendo il proprio modello di business: da azienda produttrice di macchine e attrezzature per il caffè a “Solution Provider”, capace di fornire un ecosistema completo in cui prodotti e piattaforme di servizi sono integrati in soluzioni *tailor made* per rispondere in modo più efficace alle specifiche esigenze dei clienti e metterli nelle condizioni di migliorare la *customer experience* offerta.

In tal senso l’azienda fa leva sulla ricerca continua, sull’innovazione, sul coinvolgimento degli *stakeholder* lungo tutta la catena del valore, sulla *digital transformation* e sull’efficienza dei processi produttivi.

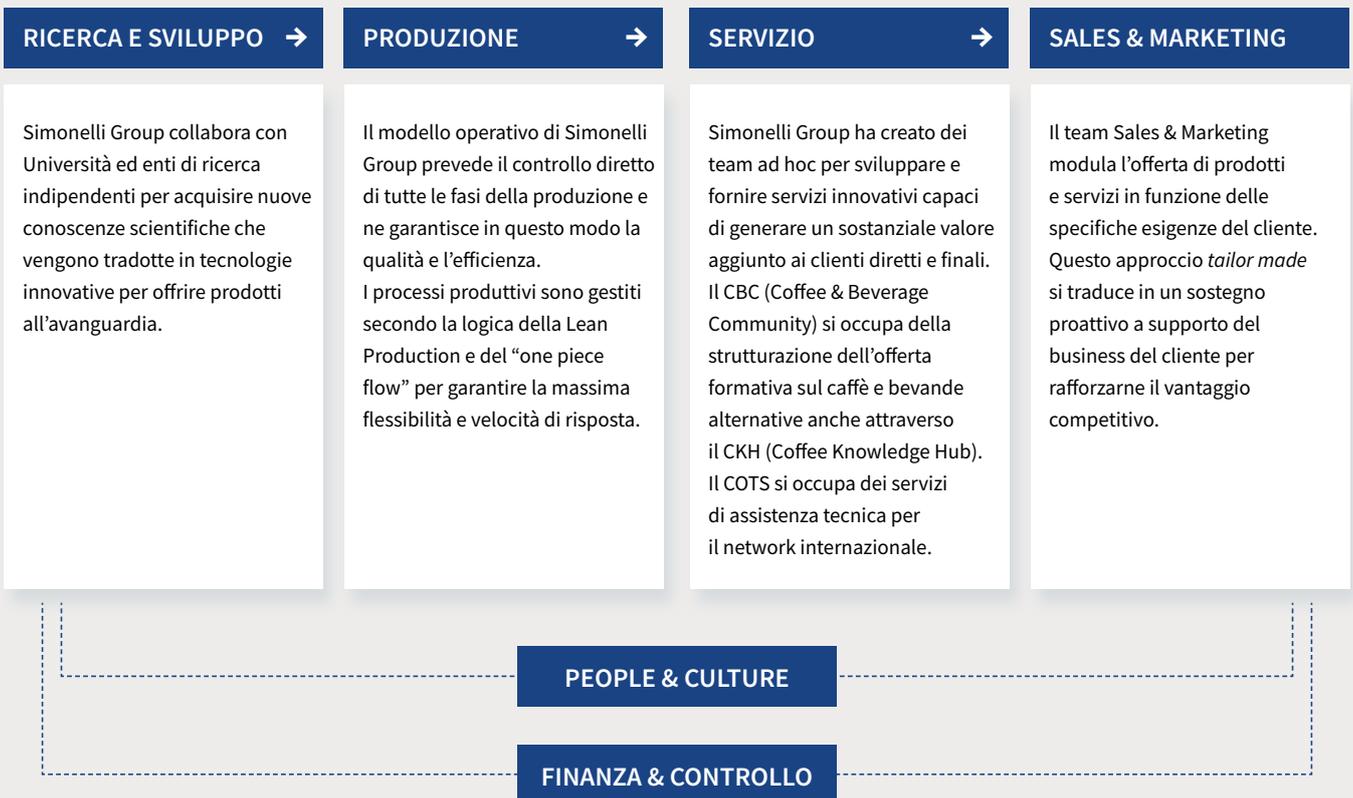
Il processo di definizione strategica del piano di business

e della sua implementazione è accompagnato da un monitoraggio costante dei rischi potenzialmente rilevanti sia per la tutela del business e della *reputation* che per la creazione di valore e per l’impatto verso gli *stakeholder*. Una *Governance* solida e trasparente integra i principi di sostenibilità all’interno delle scelte di business e guida l’utilizzo dei capitali in input, in linea con la strategia del Gruppo, per produrre *output* ed *outcome* coerenti con i valori ed il *purpose* aziendale.

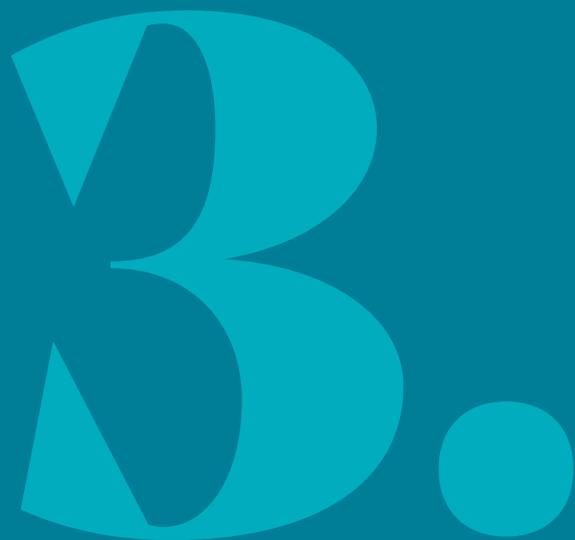
Innovazione, Sostenibilità ed Educazione costituiscono la cornice all’interno della quale l’azienda definisce i propri indirizzi strategici ed operativi e rappresentano il perimetro concettuale del proprio modello di business.

BUSINESS MODEL

INNOVAZIONE SOSTENIBILITÀ EDUCAZIONE







CAPITALE FINANZIARIO



HIGHLIGHTS

TEMI MATERIALI RENDICONTATI

- Strategia di sostenibilità.

SDGs SUPPORTATI

- **SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica.

RISULTATI CHIAVE 2022

- Aumento dei ricavi del 2% rispetto al 2021.
- Miglioramento dell'EBIT rispetto al 2021.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2023

- Crescita del fatturato del 5%.



ANDAMENTO DELLA GESTIONE

Perseguire una crescita sostenibile nel lungo periodo anche dal punto di vista economico-finanziario costituisce una condizione essenziale per qualsiasi attività imprenditoriale. Simonelli Group ha mantenuto e consolidato nel corso degli anni un trend di crescita che gli ha permesso di generare le risorse necessarie per effettuare nuovi investimenti in tecnologie, prodotti, servizi, infrastrutture, processi.

La capacità di tutelare l'equilibrio economico-finanziario ha consentito all'azienda di risultare sempre più competitiva sul mercato e di creare maggior valore sia per i propri clienti che per gli altri *stakeholder*, in termini di stipendi, interessi, imposte e dividendi.

Simonelli Group è riuscita a contenere l'incidenza dei rialzi delle materie prime e dei componenti che hanno caratterizzato il 2022, grazie ad un'attenta politica di approvvigionamento e di gestione delle scorte. L'attenzione all'efficientamento dei processi ed un migliore mix delle vendite, sempre più orientato verso prodotti a maggior valore aggiunto, hanno consentito di preservare la redditività senza dover riversare completamente gli effetti della spirale inflazionistica sui prezzi di listino.

STATO PATRIMONIALE

Dal punto di vista patrimoniale il livello di Capitale Investito al 31 dicembre 2022 si è confermato superiore ai 160 milioni, coperto per tre quarti da Risorse Proprie (Patrimonio Netto).

Si è registrata un'ulteriore riduzione delle Passività Consolidate derivante dal rimborso dei finanziamenti.

Al tempo stesso si osserva l'equilibrio nel Capitale Circolante Netto, con Passività Correnti che coprono il livello delle Rimanenze e dei Crediti e con un livello di Liquidità Immediata di ampia sicurezza. Le Passività Consolidate diminuiscono ulteriormente per effetto del regolare ammortamento dei finanziamenti chirografari.

Diminuisce soprattutto l'indebitamento a breve mentre, per quanto riguarda il livello delle scorte e delle liquidità differite, non si registrano significative variazioni. Gli indici di liquidità primaria e secondaria hanno visto un miglioramento rispetto al 2021.

Situazione patrimoniale 2022

ELEMENTI DEL PATRIMONIO	2020		2021		2022	
	€	%	€	%	€	%
Immobilizzazioni immateriali nette	32.023.666	23,63%	27.073.015	16,28%	21.983.666	13,55%
Immobilizzazioni materiali nette	2.028.733	1,50%	1.849.493	1,11%	2.254.743	1,39%
Immobilizzazioni finanziarie e crediti oltre l'anno	17.303.475	12,77%	55.066.463	33,11%	65.701.965	40,49%
Attività consolidate	51.355.874	37,90%	83.988.971	50,50%	89.940.374	55,42%
Rimanenze di magazzino	13.965.302	10,31%	19.867.578	11,95%	20.251.725	12,48%
Liquidità differite	18.728.337	13,82%	24.524.895	14,75%	22.263.519	13,72%
Liquidità immediate	51.457.287	37,97%	37.917.318	22,80%	29.825.031	18,38%
Attività correnti	84.150.926	62,10%	82.309.791	49,50%	72.340.275	44,58%
CAPITALE INVESTITO	135.506.800	100,00%	166.298.762	100,00%	162.280.649	100,00%
Patrimonio netto	100.493.345	74,16%	114.403.242	68,79%	121.495.320	74,87%
Passività consolidate	11.363.295	8,39%	6.759.544	4,06%	4.315.017	2,66%
Passività correnti	23.650.160	17,45%	45.135.976	27,14%	36.470.312	22,47%
RISORSE PROPRIE E DI TERZI	135.506.800	100,00%	166.298.762	100,00%	162.280.649	100,00%

	2020	2021	2022
PFN (posizione finanziaria netta)	44.618.165	64.268.854	73.929.656
Liquidità e investimenti finanziari	65.160.943	89.383.962	91.892.365
Debiti bancari	-20.542.778	-25.115.108	-17.962.709

ACQUISIZIONI DELL'ESERCIZIO

Nel corso dell'esercizio 2022 la società SIMONELLI GROUP SpA ha effettuato investimenti in beni immateriali e materiali nelle seguenti categorie:

IMMOBILIZZAZIONI	ACQUISIZIONI DELL'ESERCIZIO
Immateriali	438.883
Diritti e brevetti industriali	316.911
Marchi e diritti simili	19.710
Altre spese pluriennali	102.262
Materiali	1.037.979
Impianti e macchinari	80.696
Attrezzature industriali e commerciali	957.283

DISTRIBUZIONE DEL VALORE GENERATO

Conto economico 2022

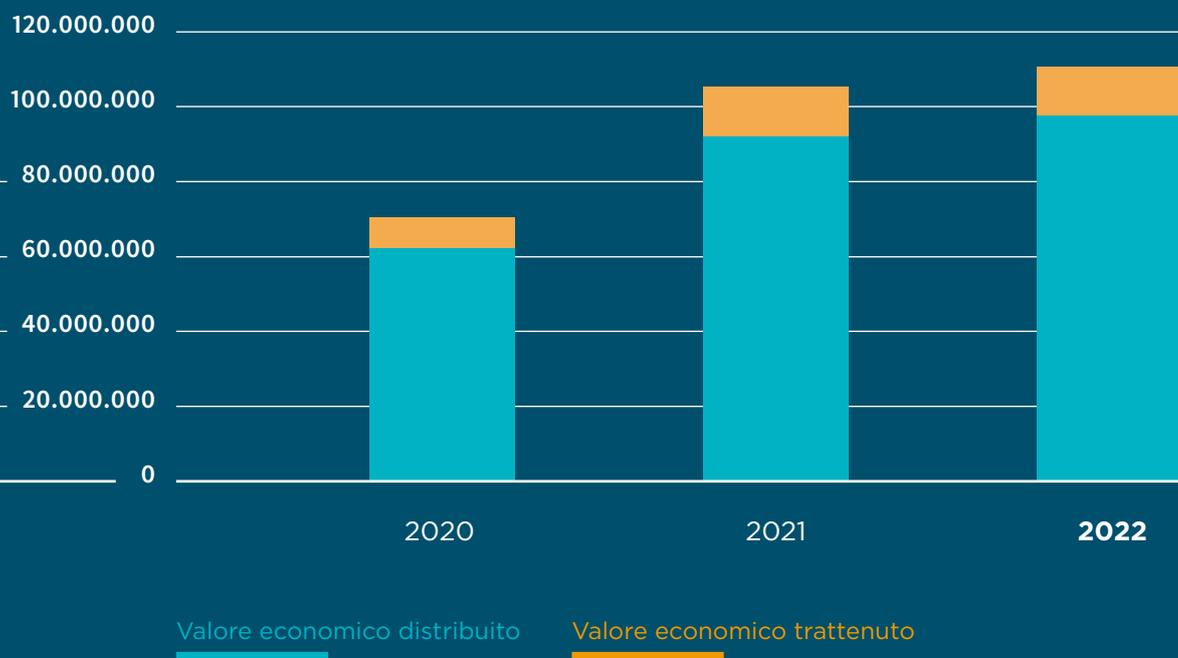
	2020		2021		2022	
ELEMENTI DI REDDITO	€	% rispetto al valore della produzione	€	% rispetto al valore della produzione	€	% rispetto al valore della produzione
Valore della produzione	69.628.033	100,0%	105.174.681	100,0%	106.041.843	100,00%
Ricavi di vendita	67.542.398	97,0%	103.034.395	98,0%	105.105.243	99,1%
Variazioni delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti	1.737.180	2,5%	1.617.142	1,5%	531.986	0,5%
Altri ricavi e proventi	348.455	0,5%	523.144	0,5%	404.614	0,4%
Costi intermedi della produzione	43.560.815	62,6%	65.285.423	62,1%	66.612.191	62,8%
Consumi di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	32.562.629	46,8%	37.464.974	35,6%	52.175.855	49,2%
Costi per servizi	8.961.727	12,9%	24.778.690	23,6%	11.518.947	10,9%
Costi per godimento di beni di terzi	1.700.895	2,4%	2.387.491	2,3%	2.556.146	2,4%
Accantonamenti per rischi e altri accantonamenti	22.613	0,0%	338.935	0,3%	22.717	0,0%
Oneri diversi di gestione	312.951	0,4%	315.333	0,3%	338.526	0,3%
Valore aggiunto caratteristico lordo	26.067.218	37,4%	39.889.258	37,9%	39.429.652	37,2%
Componenti accessori	1.023.290	1,5%	2.269.493	2,2%	5.623.945	5,3%
Componenti straordinari	861	0,0%	-19.031	0,0%	2.191	0,00%
Valore aggiunto globale lordo	27.091.369	38,9%	42.139.720	40,1%	45.055.788	42,5%
Costo per il lavoro	6.238.844	9,0%	7.858.318	7,5%	8.024.197	7,6%
EBITDA (Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization)	20.852.525	29,9%	34.281.402	32,6%	37.031.591	34,9%
Ammortamenti	6.096.390	8,8%	6.160.928	5,9%	6.160.961	5,8%
EBIT (Earnings before interest and taxes)	14.756.135	21,2%	28.120.474	26,7%	30.870.630	29,1%
Interessi e altri oneri finanziari	266.005	0,4%	297.037	0,3%	860.117	0,8%
EBT (Earnings before taxes)	14.490.130	20,8%	27.823.437	26,5%	30.010.513	28,3%
Imposte	4.494.660	6,5%	5.913.540	5,6%	7.918.435	7,5%
Risultato netto	9.995.470	14,4%	21.909.897	20,8%	22.092.078	20,8%

Valore economico (€)	FY 2020	FY 2021	FY 2022
Ricavi	69.279.578	103.034.395	105.105.243
Proventi finanziari	1.023.290	2.269.493	5.623.945
Totale valore economico generato	70.302.868	105.303.888	110.729.188
Costi operativi	43.078.257	62.657.187	65.363.376
Remunerazione del personale	6.238.844	7.858.318	8.024.197
Remunerazione dei finanziatori	266.005	297.037	860.117
Remunerazione degli investitori	8.000.000	15.000.000	15.000.000
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	4.494.660	5.913.540	7.918.435
Liberalità esterne (investimenti nella comunità)	110.629	168.046	287.307
Totale valore economico distribuito	62.188.395	91.894.128	97.453.432
Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche	6.119.003	6.499.863	6.183.678
Accantonamenti per rischi ed altri accantonamenti	-	-	-
Risultato d'esercizio destinato a riserve (Utile - Dividendi distribuiti)	1.995.470	6.909.897	7.092.078
Valore economico trattenuto	8.114.473	13.409.760	13.275.756

Il valore economico generato e distribuito dall'azienda a vantaggio dell'intero sistema con cui interagisce rappresenta un indicatore primario del successo e della efficacia delle sue strategie ESG.

Tale valore viene quantificato sulla base del conto economico del periodo di riferimento, evidenziandone la distribuzione verso gli *stakeholder* interni ed esterni.

Valore economico generato (€)



Nel 2022 si è registrato un incremento del Valore Economico Generato del 5% rispetto al 2021, alimentato sia dall'aumento del Fatturato che dei Proventi Finanziari.

L'aumento dei costi operativi è stato contenuto al 4% proprio grazie all'attenta politica attuata dall'azienda per contrastare gli effetti inflattivi ed i fattori di incertezza che hanno caratterizzato il 2022.

Simonelli Group ha continuato a credere e ad investire nelle persone, come dimostrano i maggiori costi sostenuti per il personale: 8 milioni di euro circa, +2% rispetto al 2021.

Per quanto riguarda il Valore economico accantonato, Simonelli Group nel 2022 ha proseguito la sua attenta politica di accantonamento di risorse.



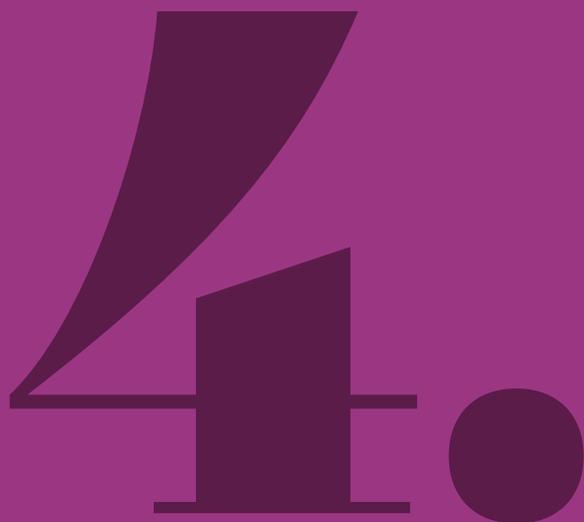
APPROCCIO FISCALE

Simonelli Group è attenta ad assicurare comportamenti di integrità e correttezza nella conduzione delle proprie attività aziendali, adottando un approccio trasparente in ambito fiscale e impegnandosi a rispondere attivamente ad ogni nuovo adempimento normativo.

L'azienda opera in piena conformità alla normativa fiscale di riferimento, come previsto anche dai criteri di

condotta espressi all'interno del Codice Etico. Il confronto continuo con professionisti indipendenti garantisce il rispetto degli adempimenti contabili e fiscali.

In termini numerici, nel 2022 la voce Remunerazione della Pubblica Amministrazione è cresciuta del 34%, a seguito soprattutto delle ottime *performance* registrate dall'azienda nel 2021.



CAPITALE INTELLETTUALE



HIGHLIGHTS

TEMI MATERIALI RENDICONTATI

- Innovazione e tecnologia.
- Qualità, sicurezza e conformità normativa del prodotto.

SDGs SUPPORTATI

- **SDG 9** Imprese, innovazione e infrastrutture.

RISULTATI CHIAVE 2022

- Lancio dei nuovi prodotti: Eagle Tempo macchina da caffè, MDXS/MDJ macinacaffè.
- Creazione ed implementazione sul prodotto di nuove tecnologie.
- Depositati 8 nuovi Brevetti.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2023

- Lancio di 2 nuovi prodotti.
- Sviluppo di 3 nuovi brevetti.



L'INNOVAZIONE E LA RICERCA

Per Simonelli Group l'innovazione costituisce da sempre un elemento identitario ed un volano del suo percorso di crescita. Sin dai primi passi compiuti dal Cav. Orlando Simonelli, l'azienda si è contraddistinta sul mercato per le sue innovazioni tecniche, alcune delle quali hanno scandito l'evoluzione tecnologica dell'intero settore.

Tale forte propensione all'innovazione si è basata sempre di più, nel corso degli anni, su un'intensa attività di ricerca condotta insieme a università e centri scientifici e si è concentrata sempre di più sull'economia circolare, sull'efficiamento energetico, sulla connettività e sull'ottimizzazione della *user experience*.

In tema di eco-sostenibilità l'azienda collabora dal 2009 con l'Università Politecnica delle Marche per valutare l'impatto ambientale delle proprie attività produttive e distributive e, a partire dal 2011, realizza analisi LCA (*Life Cycle Assessment*) dei nuovi prodotti.

Grazie a tali studi, Simonelli Group è riuscita a ridurre le emissioni di CO2 nei nuovi prodotti del 23% e a ridurre i consumi energetici del 36% (con il sistema NEO) e del 5% (con la tecnologia T3 GENIUS implementata nella macchina Black Eagle Maverik).

L'attività di ricerca di Simonelli Group si è concentrata anche nella *digital transformation* dei suoi processi e dei servizi offerti: nel futuro di Simonelli Group, macchine, baristi, managers, tecnici e azienda saranno interconnessi in un ecosistema e potranno interagire per ottimizzare i processi, in linea con la propria *value proposition*.

I PROCESSI DI INNOVAZIONE

Il capitale Intellettuale di Simonelli Group è il motore dei processi di innovazione, di miglioramento organizzativo, di indirizzo strategico e di sostenibilità. Su questo fronte l'azienda ha strutturato una metodologia che vede il coinvolgimento trasversale di più funzioni attraverso team dedicati che partecipano alle attività decisionali e seguono l'implementazione operativa delle strategie condivise.

— LEADERSHIP TEAM

I processi strategici vengono definiti attraverso il Leadership Team, composto da otto manager aziendali che, oltre ad avere ruoli esecutivi nell'organizzazione, supportano la direzione nella costruzione delle strategie di medio e lungo termine dell'azienda. Il team nasce sulla base dei principi *Lean Thinking* che, seguendo una logica *botton-up*, assicurano una maggiore condivisione e partecipazione alla definizione dei piani strategici aziendali da parte dell'intera organizzazione. I componenti del Leadership Team seguono un piano di formazione specifico e mirato a svilupparne le competenze strategiche.

— TEAM INNOVATION

Nella creazione di nuovi prodotti e nuove tecnologie Simonelli Group si è dotata di team ad hoc specializzati. Il Team Innovation si occupa di generare e sviluppare nuove idee per soddisfare esigenze e bisogni latenti del mercato e coerenti con i valori aziendali. Il team svolge anche i test per verificare le potenzialità del progetto, fino allo sviluppo di una tecnologia implementabile nei futuri prodotti. Nel 2022 è stato introdotto un nuovo iter di valutazione delle idee proposte per individuare e selezionare quelle a maggiore potenzialità. La fase di scouting di nuove idee avviene attraverso l'attivo coinvolgimento di clienti, catene, fornitori, baristi e tecnici, oltre che attraverso progetti di Open Innovation.

— TEAM NUOVI PRODOTTI

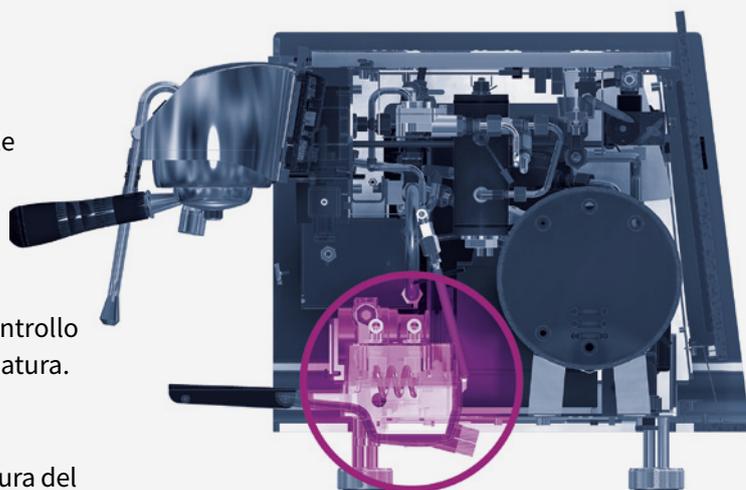
Il team Nuovi Prodotti supervisiona e coordina lo sviluppo dei nuovi prodotti partendo dalle esigenze del mercato e seguendone lo sviluppo fino al lancio commerciale. Il team è composto dalla Direzione Aziendale e dai responsabili di funzione.



A fine anni '50, ad esempio, Simonelli introdusse la prima macchina ad erogazione continua con il sistema ad elettropompa quando il mercato era dominato dalla macchina a leva; altro esempio, a metà degli anni '70 applicò i primi microprocessori elettronici per fornire nuove funzioni alla macchina.

Il focus sull'innovazione è continuato fino agli anni attuali, come testimoniano le più recenti tecnologie:

- 2003 SIS (Soft Infusion System)**
Per migliorare le prestazioni estrattive delle macchine da caffè.
- 2009 T3**
Focalizzate all'ottimizzazione qualitativa del caffè in tazza attraverso un rigoroso controllo delle temperature di estrazione e di macinatura.
- 2011 CLIMA PRO**
Tecnologia che ha rivoluzionato la macinatura del caffè attraverso la stabilizzazione della temperatura.
- 2013 GRAVITECH**
Tecnologia gravimetrica applicata sia alla macchina da caffè che ai macinacaffè (2017), per fornire una precisione assoluta delle estrazioni.
- 2015 LANCE COOLTOUCH**
Sistema di isolamento termico delle lance vapore attraverso una doppia camera interna per migliorarne la pulizia ed evitare ustioni al barista.
- 2017 SMART WATER SYSTEM**
Sistema per monitorare la qualità dell'acqua.
- 2019 NEO (New Engine Optimization)**
Sistema innovativo di riscaldamento dell'acqua di erogazione che riduce i consumi di energia e consente un risparmio del 35% rispetto ad altre macchine della stessa categoria.



- 2019 TERS (Thermal Energy Recovery System)**
Sistema di recupero dell'energia termica dall'acqua di scarico, per preriscaldare l'acqua in entrata.
- 2021 PURE BREW**
Tecnologia che rivoluziona i sistemi di estrazione del caffè e di infusi.
- 2021 T3 GENIUS**
Tecnologia di riscaldamento dell'acqua che consente di abbattere il consumo energetico del 5%.
- 2022 RICONOSCIMENTO PORTAFILTRO e TECNOLOGIA VIS**
Entrambe le tecnologie verranno trattate in modo approfondito nella sezione *Le nuove tecnologie del 2022*.

PROGETTI DI OPEN INNOVATION

L'azienda è attiva su piattaforme di *Open Innovation* attraverso cui partecipa allo sviluppo di nuove tecnologie insieme ad altre organizzazioni. Di seguito si riportano i progetti principali:

— AIEM. PROGETTO FINANZIATO ATTRAVERSO IL FONDO PER LA CRESCITA SOSTENIBILE

Il fine del progetto che Simonelli Group sta realizzando insieme a Sigma SpA è quello di studiare e sviluppare algoritmi, tecnologie e sistemi evoluti di intelligenza artificiale e *machine learning* per mezzo dei quali efficientare i processi produttivi e di assistenza. Il progetto mira anche a sviluppare una nuova generazione di prodotti con AI evoluta e ad elevata sostenibilità ambientale: sono allo studio funzioni inedite di interazione uomo-macchina e macchina-macchina per agevolare il compito dell'utente e funzioni di autoregolazione volte a ridurre consumi energetici e sprechi.

— SIMPLE

Simonelli Group ha partecipato al progetto di partenariato per "Smart Manufacturing Machine with Predictive Lifetime Electronic maintenance (SIMPLE)" volto a sviluppare un sistema avanzato di manutenzione predittiva in collaborazione con altre quattro aziende marchigiane di diversi settori (Sigma S.p.a., Clabo S.p.a., Perialisi Maip S.p.a., Schnell S.p.a.) e co-finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico e dalla Regione Marche. Il progetto si è concluso nel 2022 secondo la *road map* definita.

— MERCURY

Questo progetto di ricerca, realizzato in collaborazione con altre 20 aziende, due Università (UNICAM e Università Politecnica delle Marche) e co-finanziato da Regione Marche, è volto al sostegno e allo sviluppo di piattaforme tecnologiche di ricerca collaborativa, negli ambiti della specializzazione intelligente. Il progetto si è concluso nel 2022 secondo la *road map* definita.



— MARLIC

Marlic (*Marche applied research laboratory for innovative composites*), è un progetto di economia circolare, che recupera materiali compositi destinati allo smaltimento per realizzare componenti della macchina da caffè altamente resistenti. Il progetto è condotto in collaborazione con Delta srl, azienda specializzata nella produzione di lavelli in materiale composito, e co-finanziato dalla regione Marche attraverso il POR Marche FESR 2014/2020.

— OSSERVATORI.NET POLITECNICO DI MILANO

Simonelli Group partecipa ad un progetto di *Startup Intelligence Observatory*, legato alla *Digital Innovation*, che si prefigge di mettere in contatto aziende che hanno esigenze di innovazione e piccole realtà eccellenti per portare avanti dei progetti congiunti.

— PROGETTO SMAU

Simonelli Group ha condiviso le proprie esperienze nei tavoli di lavoro SMAU. Nel 2020 si è aggiudicata il premio SMAU Innovation Award per un progetto sullo sviluppo sostenibile e sulla riduzione dell'impatto ambientale lungo il ciclo di vita dei prodotti. La partecipazione al network di SMAU, così come a quello del Politecnico di Milano, si inserisce in una strategia di continua osservazione e scouting del mondo delle start up, al fine di cogliere opportunità di innovazione applicabili ai processi/prodotti e alla organizzazione di Simonelli Group.

LE TECNOLOGIE E I PRODOTTI DI SIMONELLI GROUP

LE NUOVE TECNOLOGIE DEL 2022

— RICONOSCIMENTO PORTAFILTRO

Oggetto di grosso impegno nel 2022, il sistema di riconoscimento portafiltro è una tecnologia che permette al macinacaffè ed alla macchina da caffè di riconoscere il portafiltro e di regolare automaticamente i parametri di estrazione della bevanda. Questa tecnologia semplifica il lavoro del barista, evita gli errori ed ottimizza la performance. Nel 2023 verrà ulteriormente sviluppata con l'aggiunta del sistema di regolazione automatica della macinatura.

— VIS

La tecnologia VIS (virtual scale) attraverso un algoritmo calcola il peso di caffè in tazza e garantisce una maggiore precisione dei parametri estrattivi rispetto al tradizionale sistema volumetrico. Il progetto verrà completato nel corso del 2023.

— ECOSTEAM

Nel 2022 Simonelli Group ha iniziato a sviluppare una nuova tecnologia di produzione ed erogazione di vapore per macchine da caffè professionali in grado di abbattere radicalmente i consumi energetici. Al termine dell'anno lo stato di avanzamento del progetto ha raggiunto il 70%.

— PREDICTIVE MAINTENANCE

Nel 2022 è proseguito lo sviluppo della tecnologia *predictive maintenance* che mira alla prevenzione dei guasti attraverso il monitoraggio, tramite sensoristica dedicata, della condizione di servizio dei principali componenti, consentendo di intervenire nel momento appena precedente l'eventuale guasto.

È proseguita inoltre l'installazione delle macchine dotate del kit *predictive maintenance* e la raccolta dei primi dati con cui alimentare il sistema di AI (Artificial Intelligence), appositamente sviluppato per monitorare i componenti più critici e garantire il corretto funzionamento della macchina e un'estrazione ottimale del caffè.

— CONNETTIVITÀ TECX

(TELEMETRY COFFEE EXPERIENCE)

Il nuovo progetto di connettività (TECX) consente la comunicazione delle macchine attraverso lo scambio di dati e informazioni via cloud. La piattaforma di data intelligence permetterà ai clienti di gestire in remoto il parco macchine, controllarne il livello di performance, aggiornare i settaggi e verificarne lo stato di manutenzione.

I PRODOTTI LANCIATI NEL 2022

MDXS/MDJ MACINACAFFÈ

I macinacaffè *on-demand* professionali MDJ e MDXS riuniscono tutto il *know-how* tecnologico ed ergonomico di Nuova Simonelli per quei bar, catene e ristoranti che richiedono una macinatura di alta qualità costante unita alla semplicità di utilizzo e manutenzione.

Entrambi equipaggiati di un nuovo display touchscreen e di un nuovo gancio portafiltro, permettono di lavorare in totale comfort velocizzando il flusso di lavoro.

L'MDXS "on demand" ha una capacità di macinazione di 1,5 kg al giorno; si distingue per la costanza di dosaggio, la silenziosità e la facilità d'uso.

MDJ "on demand" è il macinino professionale ideale per locali alto-vendenti con capacità produttiva fino a 3 kg al giorno.





EAGLE TEMPO MACCHINA DA CAFFÈ

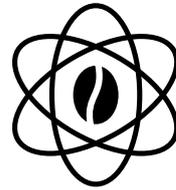
L'esclusiva NEO TECH di Victoria Arduino (*New Engine Optimization*) garantisce un'elevata produttività utilizzando fino al 29% di energia in meno rispetto al modello precedente multi-caldaia attraverso un sistema di riscaldamento istantaneo e di isolamento termico che riduce sia la dispersione di calore che il consumo di energia. Eagle Tempo è più *user friendly* della versione precedente:

il barista imposta la temperatura sul display e la macchina mantiene la stessa temperatura durante tutta la fase di erogazione. Il TERS (*Thermal Energy Recovery System*) recupera l'energia termica dall'acqua in uscita per riscaldare l'acqua in entrata: ciò fa risparmiare fino all'8% sul consumo di elettricità, con ripercussioni positive in termini sia economici che ambientali.



LA RICERCA SCIENTIFICA DEL RICH

Nel 2016 Simonelli Group, insieme all'Università di Camerino (Unicam), ha fondato un vero e proprio centro di ricerca scientifica per scoprire i segreti del caffè e dei suoi derivati, il RICH (*Research and Innovation Coffee Hub*). In questo centro, che coinvolge quattro ricercatori PhD di diverse discipline coordinati da docenti universitari, si stanno conducendo le ricerche che seguono:



**RESEARCH &
INNOVATION
COFFEE HUB**



PROGETTO

ATTIVITÀ SVOLTE

Modelli predittivi nella percolazione del caffè espresso.

- Implementazione del problema test, discretizzato con il metodo elementi finiti.
- Approfondimento dei metodi RBF per l'approssimazione di sistemi di equazioni differenziali con particolare riguardo alle condizioni al bordo (che nel caso del modello di percolazione dell'espresso sono molto delicate da trattare).
- Implementazione dei nuovi metodi studiati nel codice che discretizza il modello di percolazione.
- Approfondimento dei metodi basati su RBF per l'approssimazione di Equazioni alle derivate parziali.

Un cappuccino di *Alta Qualità*: valutazione della qualità nutrizionale del latte e della consistenza della schiuma in cappuccini prodotti in differenti condizioni di temperatura e di vapore impiegato.

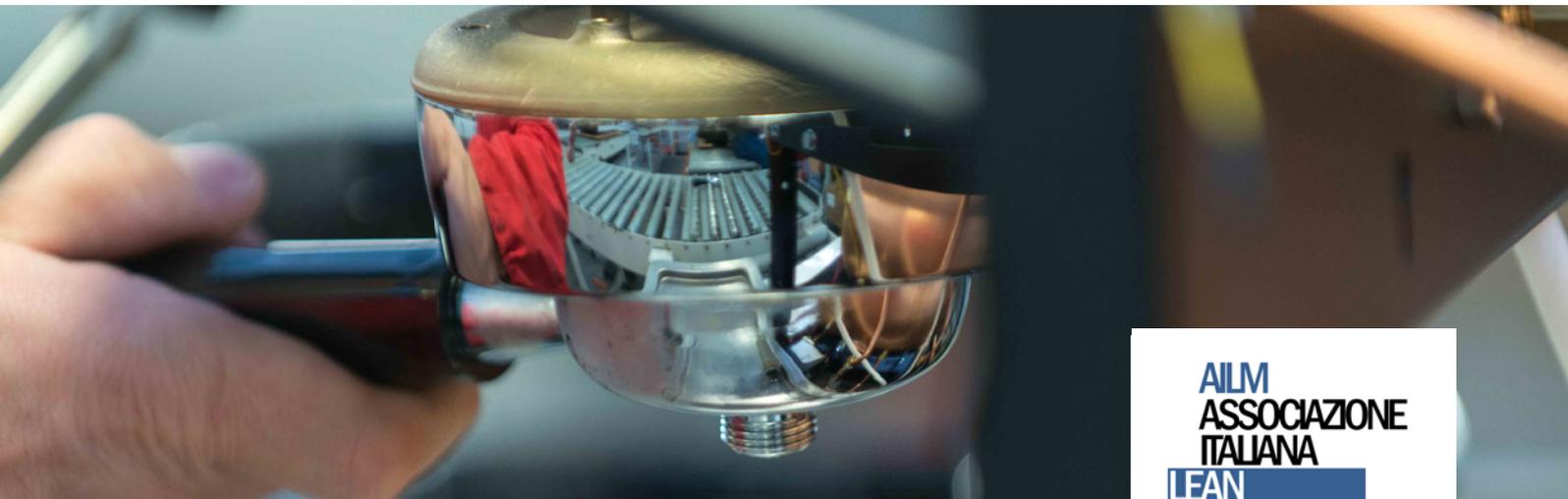
- Valutazione della digeribilità del latte in combinazione con il caffè, nel cappuccino, tramite test di digestione in vitro.
- Analisi delle vitamine liposolubili ed idrosolubili nei campioni di latte alta qualità per valutare l'effetto della temperatura e vapore iniettato.
- Test in fluorescenza per valutare l'affinità tra le principali proteine del latte ed i composti presenti nel caffè, studiando la tendenza a formare possibili complessi che potrebbe influenzare la digeribilità delle proteine ed aumentare la biodisponibilità delle molecole legate ad esse.
- Stesura e sottomissione dell'articolo scientifico correlato: "Effects of different steam injection conditions on cappuccinos quality parameters".

Metodi di approssimazione per la percolazione del caffè espresso.

- Scrittura e sottomissione dell'articolo scientifico di validazione completa del modello 3D.
- Studio di una nuova tecnica di discretizzazione del modello di percolazione unidimensionale.
- Studio e implementazione dell'estrazione inversa che, tramite un algoritmo di intelligenza artificiale, dalla concentrazione delle specie in tazza permetta di ottenere il set ottimale dei parametri estrattivi.

Confronto analitico dei sistemi di estrazione filter coffee (V60, French press, Aeropress, Pure Brew).

- Sviluppo ed applicazione di nuovi metodi di estrazione e di metodi analitici in HPLC-DAD per la quantificazione dei principali acidi organici e clorogenici. Applicazione su caffè espresso e su diversi metodi di estrazione di caffè filtro.
- Applicazione di un metodo analitico in HS-SPME-GC/MS in grado di quantificare i composti furanici volatili, combinato con analisi in UHPLC- MS/MS dell'acrilammide. Applicazione a diversi metodi di estrazione di caffè filtro.
- Pubblicazione dell'articolo scientifico: "A comprehensive comparative study among the newly developed Pure Brew method and classical ones for filter coffee production".
- Conclusione del secondo studio dal titolo: "Variations in coffee extraction methods and their impact on the consistency of results" e stesura articolo scientifico correlato.
- Analisi quantitativa via NMR di terpeni. Applicazione a diversi metodi di estrazione di caffè filtro.



AIM
ASSOCIAZIONE
ITALIANA
LEAN
MANAGERS

INNOVAZIONE DEI SISTEMI PRODUTTIVI

Seguendo un approccio preventivo e proattivo, Simonelli Group è impegnata nell'allineare i propri processi produttivi alle migliori pratiche, garantendo sicurezza, qualità e alte performance delle sue strutture di produzione. Così come ogni prodotto Simonelli Group è sottoposto a

controlli continui di qualità e sicurezza, anche i processi di approvvigionamento e quelli di fabbricazione sono oggetto di monitoraggio costante al fine di migliorarne l'efficienza e garantire il rispetto degli standard qualitativi prefissati.



LEAN PRODUCTION

Simonelli Group applica i principi della *Lean Production* al fine di ridurre gli sprechi e rendere più efficiente il processo produttivo. In particolare, si avvale di:

— PORTALE FORNITORI

un software sviluppato ad hoc per l'interscambio della documentazione tecnica e amministrativa fra azienda e fornitori al fine di velocizzare lo scambio di informazioni.

— SISTEMA POKA-YOKE

Insieme di procedure a prova di errore che previene in buona parte l'errore umano nel processo di gestione degli ordini o in quello produttivo.

— WEB KAN BAN

Applicata ai componenti ad alta rotazione, la soluzione Web Kan Ban fornisce informazioni in tempo reale su stock, consegne dai fornitori ed altri aspetti cruciali per il ciclo produttivo e di consegna.

— SCHEDULER (SMED)

Il sistema SMED (*Single Minute Exchange of Die*) permette di eliminare le operazioni senza valore aggiunto dal processo produttivo e focalizzarsi solo su quelle di maggiore rilevanza. Attraverso il supporto dell'intelligenza artificiale, SMED rende più efficace la pianificazione della produzione.

— RE LAYOUT AREE PREMONTAGGI INTERNI

Il nuovo layout delle aree premontaggi è stato studiato ed applicato per minimizzare gli spostamenti e i danneggiamenti del materiale nelle aree produttive **Radio Frequency Identification (RFID)**. Implementato nel 2009 ed ulteriormente potenziato nel 2022, è una tecnologia sviluppata in collaborazione con una start up dell'Università di Camerino che consente la tracciabilità di tutte le fasi di assemblaggio e della componentistica di ogni singola macchina. Questo sistema consente una maggiore reattività, l'eliminazione degli errori e la soppressione della documentazione cartacea lungo le linee.



QUALITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI

Dal 1992 Simonelli Group ha implementato un sistema di raccolta dei suggerimenti da parte dei collaboratori su come migliorare la qualità dei prodotti e dei processi attraverso la compilazione di schede di segnalazione. Il progetto denominato “Il Cammino della Qualità” nel 2012 è stato ulteriormente sviluppato per raccogliere anche segnalazioni sull’ergonomia della postazione di lavoro e sulla correttezza dei rapporti interpersonali.

Le schede vengono analizzate mensilmente da un comitato inter-funzionale che restituisce un feedback a chi ha contribuito. I migliori tre suggerimenti vengono premiati in una cerimonia a fine anno e l’autore dell’”idea d’oro” viene iscritto nell’ Albo d’Onore all’ingresso dell’officina. Nel 2022 sono state raccolte e processate 127 schede che hanno fornito proposte in tema di ottimizzazione dei processi e di accorgimenti qualitativi, di ergonomia del posto di lavoro e di sviluppo sostenibile.



Il vincitore nel 2022 è stato Alessandro Gentili: i voti sono stati assegnati da un team tecnico su aspetti legati a originalità, fattibilità, gravità problema, potenzialità, attenzione. Il suggerimento del collega di eseguire un semplice cambio di posizione di una centralina elettronica di una macchina (Maverick), ha comportato un miglioramento sia dal punto di vista della manutenibilità e facilità di intervento per i tecnici sul campo, sia un minor rischio di malfunzionamento per disturbi elettromagnetici.

L’idea ha quindi dimostrato che, con spirito critico di osservazione, conoscenza e attenzione su prodotto e processo produttivo, anche semplici modifiche possono portare a miglioramenti di grande impatto sul prodotto.



Il controllo di qualità viene svolto su tutti i prodotti realizzati a fine linea prima di essere imballati.

A partire da Ottobre 2022 è stato introdotto un ulteriore controllo di qualità a campione sui prodotti già imballati e fermi in magazzino per verificarne il perfetto funzionamento e parametrizzare la qualità in uscita attraverso l'IMQ (Indice Medio di Qualità).

La verifica qualitativa dei processi viene svolta quotidianamente in una riunione mattutina che coinvolge i responsabili di linea ed il direttore di produzione, in cui vengono monitorati i KPI dei processi, analizzate le criticità insorte il giorno precedente e delineate le relative azioni correttive.

5.

CAPITALE
UMANO



HIGHLIGHTS

TEMI MATERIALI RENDICONTATI

- Salute e sicurezza dei lavoratori.
- Condizioni di lavoro, clima interno e welfare aziendale.

SDGs SUPPORTATI

- **SDG 3** Salute e benessere.
- **SDG 8** Lavoro dignitoso e crescita economica.

RISULTATI CHIAVE 2022

- Aumento dell'organico del 4%.
- 97% dei contratti a tempo indeterminato.
- 98% dei contratti full-time.
- Erogati bonus e premio una tantum, per un valore complessivo di 737.000 €.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2023

- Formazione a tutto il personale sui temi della sostenibilità e della sicurezza.
- Potenziamento della funzione *People & Organisation*.
- Definizione nuovo piano di formazione per il personale in base ai piani professionali.

IL PERSONALE



Il capitale umano rappresenta, per Simonelli Group, un fattore chiave per il successo aziendale: la capacità di generare valore e di conseguire un vantaggio competitivo dipendono dalla motivazione, dalla professionalità e dalle competenze delle sue persone.

La gestione del capitale umano si fonda sulla consapevolezza che attrarre e nutrire il talento, offrire condizioni di lavoro stimolanti, favorendo la motivazione dei propri dipendenti e tutelandone il benessere psico-fisico, favorisce la crescita del business e l'aumento della competitività.

Per questo l'azienda mantiene stabili e continui rapporti con le Organizzazioni Sindacali, anche aziendali, al fine di garantire un dialogo partecipativo e decisioni condivise in merito alle problematiche sociali riguardanti l'Impresa. Simonelli Group crede fermamente che le persone, qualunque sia il loro ruolo all'interno dell'organizzazione, rappresentino l'asset più importante per il successo dell'azienda.

Per questo motivo, il Codice Etico garantisce un ambiente di lavoro privo di pregiudizi e discriminazioni e sancisce l'impegno alla tutela dei diritti umani, promuove la meritocrazia e contrasta ogni forma di discriminazione.

Il Gruppo non impiega lavoro minorile, né direttamente né indirettamente, di età inferiore a quella prevista dalla legge e svolge sempre, al momento dell'assunzione, controlli sull'età dei lavoratori. Viene ripudiata ogni forma di schiavitù, lavoro obbligato o forzato, tratta di esseri umani o lavoro involontario.

La gestione non adeguata delle persone può essere oggetto di segnalazioni specifiche da parte di dipendenti e collaboratori della Società, in base alle procedure previste ex lege ed anche attraverso apposite schede.

Ai lavoratori è comunque consentito rivolgersi direttamente al proprio responsabile o alla Direzione Risorse Umane per la condivisione di segnalazioni o richieste.

L'ORGANICO

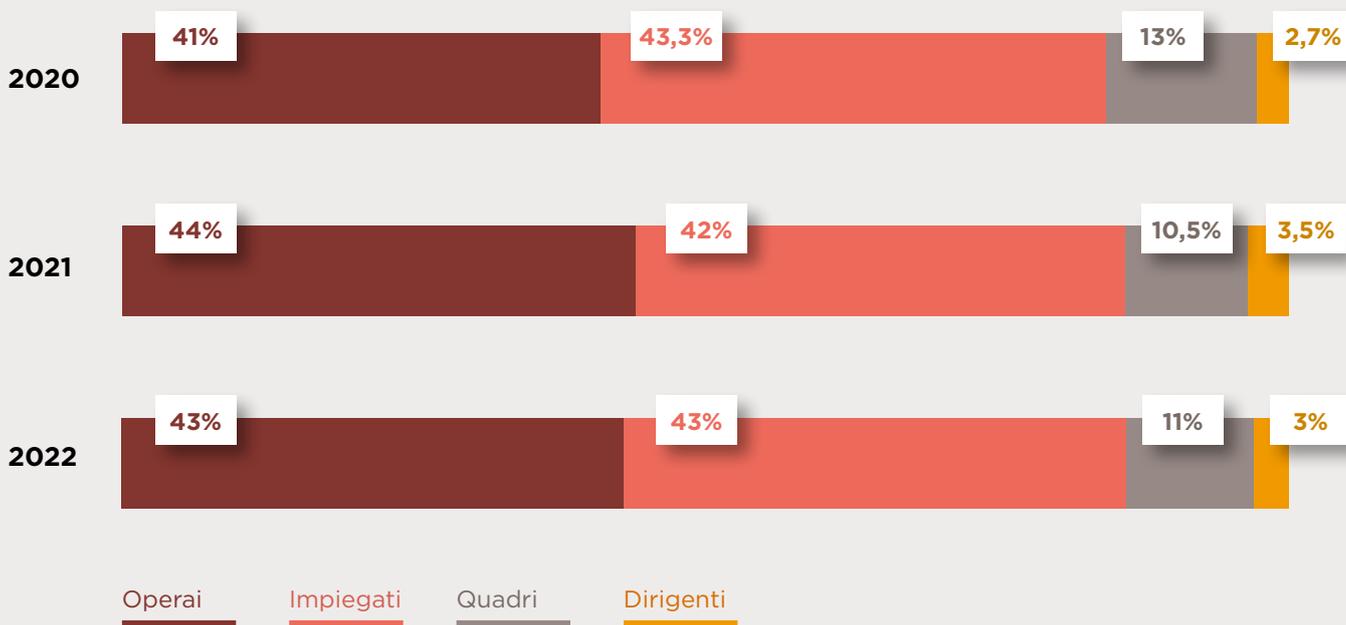
Simonelli Group, al 31.12.2022, presenta un organico composto da 121 dipendenti, registrando un incremento, rispetto al 2021 e 2020, rispettivamente del 4% e del 12%. Per l'anno di rendicontazione, i dipendenti di Simonelli Group afferiscono principalmente alle categorie profes-

sionali degli Impiegati e degli Operai, che rappresentano complessivamente il 43% dell'organico totale. I Quadri e i Dirigenti rappresentano, rispettivamente, l'11% e il 3% del totale. Tali percentuali rimangono sostanzialmente in linea con gli anni precedenti.

Dipendenti suddivisi per figura professionale e per genere

	2020			2021			2022		
	Donna	Uomo	TOTALE	Donna	Uomo	TOTALE	Donna	Uomo	TOTALE
Dirigenti	-	3	3	-	4	4	-	4	4
Quadri	1	13	14	1	11	12	2	12	14
Impiegati	14	33	47	17	31	48	21	31	52
Operai	1	43	44	1	49	50	1	50	51
TOTALE	16	92	108	19	95	114	24	97	121
PERCENTUALE	15%	85%	100%	17%	83%	100%	20%	80%	100%

Dipendenti suddivisi per figura professionale (%)



In termini di età, l'organico risulta composto per il 58% da dipendenti con età compresa tra i 30 e i 50 anni, sostanzialmente in continuità con i dati degli anni precedenti. Le fasce d'età al di sotto dei 30 anni e al di sopra dei 50 anni rappresentano la medesima percentuale del 21%.

Rispetto agli anni precedenti, la percentuale di dipendenti under 30 è leggermente aumentata, mentre la fascia di età over 50 ha registrato una leggera diminuzione. L'età media dei dipendenti nel 2022 è stata 40,2 in leggera crescita rispetto ai 37,9 anni del 2021.

Dipendenti suddivisi per figura professionale e per fascia d'età

	2020				2021				2022			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	TOT.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	TOT.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	TOT.
Dirigenti	-	2	1	3	-	3	1	4	-	3	1	4
Quadri	-	7	7	14	-	5	7	12	-	7	7	14
Impiegati	10	28	8	46	9	32	7	48	14	31	7	52
Operai	8	26	11	45	11	28	11	50	11	30	10	51
TOTALE	18	63	27	108	20	68	26	114	25	71	25	121
PERCENTUALE	17%	58%	25%	100%	18%	60%	23%	100%	21%	58%	21%	100%

2022

DIPENDENTI PER FASCIA D'ETÀ

sotto i 30 anni



tra 30 e 50 anni



sopra i 50 anni



ETÀ MEDIA

40,2

All'interno dell'organico di Simonelli Group è presente una quota di risorse afferente alle categorie protette. Nello specifico, nel 2022, sono presenti 7 dipendenti ap-

partenenti alle categorie protette, in linea con l'anno precedente. Tra questi, il 43% è di genere femminile e il 57% di genere maschile.

Categorie protette tra i dipendenti, suddivisi per figura professionale e per genere

	2020			2021			2022		
	Donna	Uomo	TOTALE	Donna	Uomo	TOTALE	Donna	Uomo	TOTALE
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	1	-	1	2	-	2	2	-	2
Operai	1	2	3	1	4	5	1	4	5
TOTALE	2	2	4	3	4	7	3	4	7
PERCENTUALE	50%	50%	100%	43%	57%	100%	43%	57%	100%

In termini di età e categoria professionale, i dipendenti appartenenti alle categorie protette afferiscono per il 29% alla fascia di età under 30, per il 57% alla fascia di età

tra i 30 e i 50 anni e per il 14% alla fascia di età over 50, in linea con l'anno precedente.

Categorie protette tra i dipendenti, suddivisi per figura professionale e per fascia di età

	2020				2021				2022			
	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	TOT.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	TOT.	< 30 anni	30-50 anni	> 50 anni	TOT.
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	-	1	-	1	-	2	-	2	-	2	-	2
Operai	-	2	1	3	2	2	1	5	2	2	1	5
TOTALE	-	3	1	4	2	4	1	7	2	4	1	7
PERCENTUALE	0%	75%	25%	100%	29%	57%	14%	100%	29%	57%	14%	100%

L'orientamento dell'azienda è quello di privilegiare i rapporti a lungo termine, assicurando la stabilità dei rapporti di lavoro e investendo in una prospettiva di lungo periodo nelle risorse umane.

A testimonianza di tale impegno il 97% dei dipendenti è assunto a tempo indeterminato, in continuità con gli anni precedenti, a fronte di un 3% di personale assunto con contratti a tempo determinato.

Dipendenti per tipologia di contratto, suddivisi per genere

	2020			2021			2022		
	Donna	Uomo	TOT.	Donna	Uomo	TOT.	Donna	Uomo	TOT.
Contratto a tempo indeterminato	13	84	97	15	97	112	20	97	117
Contratto a tempo determinato	3	8	11	4	-	4	4	-	4
TOTALE	16	92	108	19	97	116	24	97	121
Contratto full time	14	91	105	17	95	112	22	97	119
Contratto part time	2	1	3	2	2	4	2	-	2
TOTALE	16	92	108	19	97	116	24	97	121

2022

DIPENDENTI E TIPOLOGIA DI CONTRATTO



24
DONNE



20 tempo indeterminato

4 tempo determinato



97
UOMINI



97 tempo indeterminato

- tempo determinato

121

PERSONE

Nel 2022 l'anzianità media dei collaboratori è stata pari a 9,92, leggermente inferiore a quella del 2021 che era pari a 10,3 anni, soprattutto per il pensionamento di alcune figure storiche e l'ingresso di giovani.

Nello specifico, l'anzianità media per le donne è pari a 6,1, dato leggermente più basso rispetto a quello degli uomini, pari a 10,7.

**ANZIANITÀ
MEDIA
(anni)**



Tutti i rapporti di lavoro, sia dipendente sia somministrato, fanno riferimento agli accordi di contrattazione collettiva nazionale per l'Industria metalmeccanica.

Per quanto riguarda la quota di lavoratori non dipendenti, essi sono tipicamente lavoratori in somministrazione. In particolare, nel 2022, si sono registrati 38 lavoratori

somministrati, in lieve diminuzione rispetto all'anno precedente del 17%. Inoltre, nello stesso anno si è registrata una quota di stagisti pari a 7 risorse, a dimostrazione dell'impegno di Simonelli Group per l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro attraverso l'attivazione borse di studio, tutoraggi e formazione sul campo.

Lavoratori non dipendenti suddivisi per tipologia di contratto e per genere

	2020			2021			2022		
	Donna	Uomo	TOT.	Donna	Uomo	TOT.	Donna	Uomo	TOT.
Lavoratori somministrati	-	34	34	2	44	46	1	37	38
Stagisti e tirocinanti	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	5	2	7
TOTALE	-	34	34	2	44	46	6	39	45

L'iter di integrazione di nuove figure all'interno dell'organico si articola in due step: a seguito di una prima assunzione con contratto di lavoro somministrato, in seguito avviene la stabilizzazione del rapporto lavorativo attraverso l'assunzione con contratto di lavoro dipendente.

Nel complesso, Simonelli Group ha registrato, nel 2022, un numero di nuovi assunti pari a 12 unità e 9 rapporti

cessati, con un tasso di turnover in entrata del 10% e in uscita del 7%. Alla pagina seguente si riporta la tabella di dettaglio.

Come visibile dai grafici e dalle tabelle di cui sopra, i dati relativi ai tassi di nuove assunzioni e turnover nel triennio non evidenziano squilibri in termini di genere e fascia d'età.

Nuovi assunti e turnover

2020					
	N. dipendenti	N. nuovi assunti	N. cessati	Tasso turnover positivo	Tasso turnover negativo
DONNE	16	2	1	13 %	6 %
< 30 anni	4	1	-	25 %	0 %
30-50 anni	8	1	1	13 %	13 %
> 50 anni	4	-	-	0 %	0 %
UOMINI	92	12	2	13 %	2 %
< 30 anni	15	9	-	60 %	0 %
30-50 anni	54	3	2	6 %	4 %
> 50 anni	23	-	-	0 %	0 %
TOTALE	108	14	3	13 %	3 %
Totale < 30 anni	19	10	-	53 %	0 %
Totale 30-50 anni	62	4	3	6 %	5 %
Totale > 50 anni	27	-	-	0 %	0 %
2021					
	N. dipendenti	N. nuovi assunti	N. cessati	Tasso turnover positivo	Tasso turnover negativo
DONNE	19	3	-	16 %	0 %
< 30 anni	5	2	-	40 %	0 %
30-50 anni	10	1	-	10 %	0 %
> 50 anni	4	-	-	0 %	0 %
UOMINI	97	8	5	8 %	5 %
< 30 anni	15	4	2	27 %	13 %
30-50 anni	59	4	1	7 %	2 %
> 50 anni	23	-	2	0 %	9 %
TOTALE	116	11	5	9 %	4 %
Totale < 30 anni	20	6	2	30 %	10 %
Totale 30-50 anni	69	5	1	7 %	1 %
Totale > 50 anni	27	-	2	0 %	7 %
2022					
	N. dipendenti	N. nuovi assunti	N. cessati	Tasso turnover positivo	Tasso turnover negativo
DONNE	24	5	2	21 %	8 %
< 30 anni	9	3	1	33 %	11 %
30-50 anni	11	2	1	18 %	9 %
> 50 anni	4	-	-	0 %	0 %
UOMINI	97	7	7	7 %	7 %
< 30 anni	17	1	1	6 %	6 %
30-50 anni	60	5	4	8 %	7 %
> 50 anni	20	1	2	5 %	10 %
TOTALE	121	12	9	10 %	7 %
Totale < 30 anni	26	4	2	15 %	8 %
Totale 30-50 anni	71	7	5	10 %	7 %
Totale > 50 anni	24	1	2	4 %	8 %

LA FORMAZIONE E LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

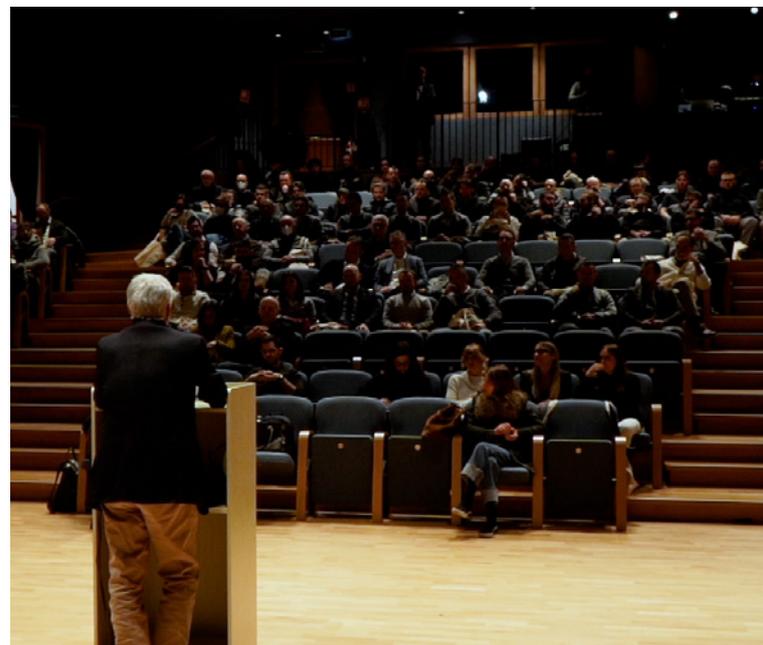
Simonelli Group riserva particolare attenzione allo sviluppo delle competenze del proprio personale e, più in generale, alla crescita professionale di tutti i collaboratori. Per questo l'azienda investe costantemente in formazione, sia professionale che culturale, al fine di accrescere la professionalità dei propri collaboratori, rendendo in questo modo più efficace l'attività svolta quotidianamente e, di conseguenza, migliorando di volta in volta la qualità dei prodotti.

È in tale ottica che l'azienda sta offrendo, a due dei suoi collaboratori, l'opportunità di svolgere un dottorato di ricerca presso il Politecnico di Milano, in parallelo alla rispettiva attività lavorativa.

Durante l'anno di rendicontazione sono state effettuate attività di *team building* rivolte a tutti gli impiegati dell'azienda con l'obiettivo sia di migliorare la comunicazione e i rapporti interpersonali fra i collaboratori, sia di accrescere le performance individuali e di gruppo.

Per i membri del *Leadership Team* è stato realizzato un percorso di formazione specifico sulla *leadership* e competenze strategiche attraverso la partecipazione a forum specifici ed il coinvolgimento di qualificati esperti. A maggio 2022 e poi a gennaio 2023 è stata offerta una formazione specifica sui temi della sostenibilità che ha coinvolto non solo i dipendenti, ma anche alcuni fornitori e clienti. Tale formazione è stata erogata da professionisti del settore con cui Simonelli Group collabora.

Nel 2022 sono stati realizzati diversi corsi di formazione che hanno riguardato i temi della sicurezza, della responsabilità sul lavoro, della trasformazione digitale, della formazione sul caffè e delle competenze linguistiche, per un totale di circa 1.124 ore di formazione totale (9,3 ore a testa in media).

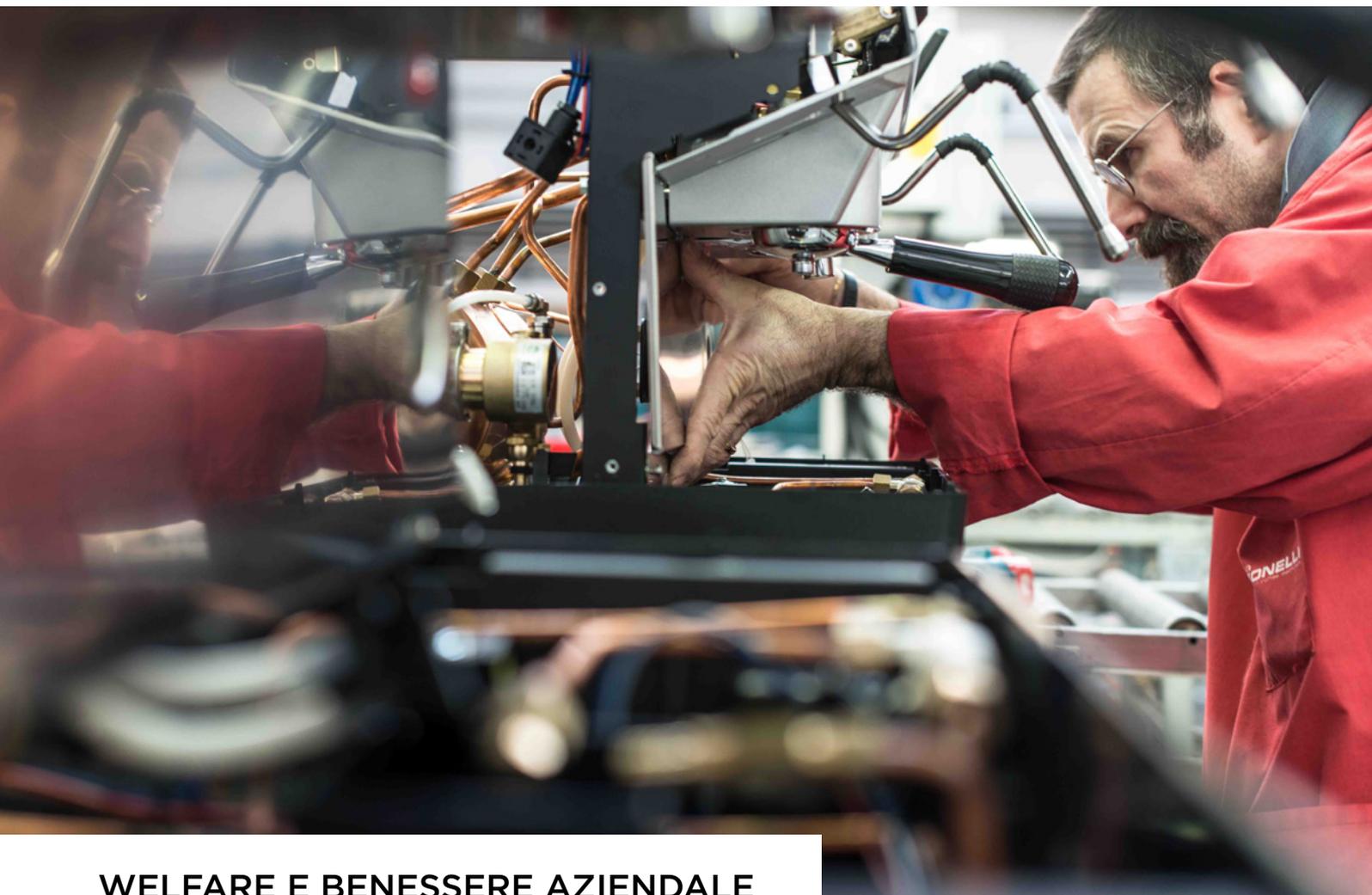


1.124

ORE DI FORMAZIONE TOTALI

9,3

ORE DI FORMAZIONE A TESTA



WELFARE E BENESSERE AZIENDALE

Simonelli Group si impegna quotidianamente nella costruzione di un ambiente di lavoro stimolante, in cui ciascuna persona possa sentirsi apprezzata per il proprio contributo e motivata a crescere sia a livello professionale che personale. In concreto, promuove e diffonde il benessere sociale tra i suoi dipendenti anche attraverso l'adozione di azioni ed iniziative apposite descritte in seguito.

Alcuni dei progetti attivati a favore dei collaboratori sono forniti unilateralmente da Simonelli Group, mentre altri sono legati al conseguimento di determinati obiettivi.

Simonelli Group, coerentemente con il CCNL (Contratto Collettivo Nazionale sul Lavoro) metalmeccanico ed in virtù degli accordi raggiunti con gli organi sindacali, prevede l'adeguamento del contratto di categoria con erogazione di un servizio sanitario aggiuntivo al Servizio Sanitario Nazionale (SSN). Il servizio viene fornito attraverso la piattaforma Metasalute, che permette ai collaboratori di usufruire delle prestazioni in tempi più veloci,

sia da parte di enti pubblici che privati. Al fine di agevolare i dipendenti che non hanno dimestichezza con i servizi on-line, l'azienda ha messo a disposizione il supporto del responsabile delle Risorse Umane e del referente sindacale per guidarli e aiutarli ad usufruire dei servizi.

I dirigenti, invece, sono assistiti dal FASI (Fondo di Assistenza Sanitaria Integrativa per i dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi).

Nel 2022 sono stati erogati bonus per un valore complessivo pari a 737.000 €. Una parte di essi vengono erogati attraverso il programma di welfare aziendale che offre ai beneficiari la possibilità di accumulare dei voucher che possono consistere in buoni acquisto, buoni viaggio, cure parentali e benefits di varia natura.

L'altra parte invece è stata corrisposta da Simonelli Group nel periodo natalizio come premio una tantum di 80 euro a tutti i dipendenti e, solo per gli operai, di 600 euro.

LA SALUTE E LA SICUREZZA DEI LUOGHI DI LAVORO

In linea con quanto stabilito dalla normativa in vigore, il Gruppo ha implementato internamente il Servizio di Prevenzione e Protezione (SPP) che, nello svolgimento delle proprie attività, collabora strettamente con la Produzione, le Risorse Umane, la Manutenzione e la Logistica. Il SPP, inoltre, mantiene costantemente monitorati i riferimenti legislativi e gli standard di riferimento applicabili. L'azienda ha implementato un SGSI (sistema integrato Ambiente e Sicurezza, secondo l'UNI ISO 45001 e 14001).

L'azienda utilizza i criteri riportati all'interno della procedura di sicurezza PS07 "criteri di valutazione dei rischi e pianificazione degli interventi correttivi e di miglioramento" e adotta un sistema di segnalazioni di sicurezza ed ambiente efficace, dettagliato nella procedura di sicurezza PSA08 "segnalazioni di sicurezza e ambiente".

I lavoratori hanno a disposizione una scheda di segnalazione attraverso la quale segnalare qualunque criticità, che viene condivisa anche con il Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza e con l'ASPP aziendale. In collaborazione con il Medico Competente e con l'Ufficio Risorse Umane, il responsabile SPP monitora costantemente anche i casi di "near miss", le anomalie e le eventuali segnalazioni di malattie professionali, patologie e disturbi di salute associabili alle attività lavorative. La politica della sicurezza è diffusa ai lavoratori tramite affissione nelle bacheche ed è riportata nell'opuscolo consegnato all'atto dell'assunzione.

La stessa, insieme ad ogni più aggiornata e recente normativa, viene illustrata durante la formazione obbligatoria in materia di sicurezza sul lavoro.

Le ore di formazione in materia di salute e sicurezza per l'anno 2022 sono illustrate in tabella sottostante per la tipologia di corso erogata.

Il corso preposto riguarda i capiservizio e le responsabilità nella gestione di collaboratori (valutazione rischi, orari di lavoro, viaggi, stress, etc.), i corsi pes (persone esperte) pei (persone informate) pav (persone avvisate) riguardano i rischi di chi lavora sotto tensione di energia elettrica (tecnici, collaudatori, manutentori, laboratorio, etc.).

Simonelli Group si è inoltre dotata di procedura generale PGSA02 "Misurazioni analisi e miglioramento del SGSA" con la quale gestisce le non conformità, i reclami, le azioni correttive e di miglioramento, la comunicazione esterna ed interna, come da SGSL adottato.

Simonelli Group ha nominato Medico Competente il Dr. Giorgio Silauri, che programma la sorveglianza sanitaria, rilascia le idoneità al lavoro, effettua sopralluoghi in azienda e si relaziona con gli organi competenti per le azioni di miglioramento.

Nel triennio di riferimento si è registrato un solo caso di infortunio non grave provocato da caduta accidentale e nessun caso di malattie professionali. Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è quindi 4,9⁴.

TIPOLOGIA DI FORMAZIONE	FY 2022	
	ORE	PARTECIPANTI
Formazione generale	36	9
Formazione specifica	116	11
Altro preposti+antincendio+pes-pe-i-pav+blsd	158	39
TOTALE	310	59

⁴Tasso di infortuni sul lavoro registrabili = (numero di infortuni sul lavoro registrabili/numero di ore lavorate) * 1.000.000



IL CAMMINO DELLA SOSTENIBILITÀ

Al fine di sensibilizzare tutti i collaboratori alle tematiche della sostenibilità e fornire loro la possibilità di contribuire alle iniziative che Simonelli Group sta realizzando, nel 2022 è stato avviato il programma “Il Cammino della Sostenibilità”, attraverso cui i collaboratori della produzione, che istituzionalmente hanno minori opportunità di interagire con i responsabili della sostenibilità, possono avanzare, attraverso apposite schede, suggerimenti e proposte di iniziative che l’azienda potrebbe realizzare per migliorare il proprio contributo alla causa dello sviluppo sostenibile.

Tutte le proposte vengono esaminate da un apposito team e quelle più meritevoli vengono implementate. Al fine di incentivare i collaboratori a contribuire al programma, l’idea più innovativa e sostenibile viene premiata con un bonus a fine anno.

Il vincitore del 2022 è stato Giacomo Buseti con un’idea per ridurre gli scarti di cartone da imballo.

LE ORE SOSPESE

Simonelli Group ha avviato nel 2022 un programma di solidarietà interna che è stato denominato “Le ore sospese” prendendo spunto dal noto rito napoletano del “caffè sospeso”, attraverso il quale ciascun collaboratore su base volontaria può contribuire con le proprie ore di ferie o permessi non goduti alla creazione di un montante ore a disposizione di colleghi che si trovano in particolare stato di necessità.

Il ricorso al montante ore è disciplinato da un protocollo e chiunque si trovi nelle condizioni previste può usufruirne in forma anonima.

Nel 2022 il montante ore accumulato non è stato usufruito, per cui al termine dell'anno il monte ore messo a disposizione e non goduto è ritornato nella disponibilità di chi ha offerto le ore.

L'iniziativa, che è stata accolta con favore da tutti i collaboratori, verrà ripetuta anche nei prossimi anni.



6.

CAPITALE NATURALE



TEMI MATERIALI RENDICONTATI

- Economia circolare.
- Gestione energetica responsabile.

SDGs SUPPORTATI

- **SDG 7** Energia pulita e accessibile
- **SDG 12** Consumo e produzione responsabile
- **SDG 13** Lotta al cambiamento climatico

RISULTATI CHIAVE 2022

- Diminuzione nel consumo di energia elettrica del 25% e del consumo di gas naturale del 27%.
- Riduzione dei prelievi idrici del 26% rispetto all'anno precedente.
- Rispetto al 2021, riduzione delle emissioni del 14% secondo la metodologia di calcolo location-based e del 19% per quelle calcolate con la metodologia market-based.

PRINCIPALI OBIETTIVI 2023

- Realizzare perizia energetica per verificare spazi di efficientamento energetico.
- Verifica modalità tecniche per estensione impianto fotovoltaico.
- 80% flotta automezzi elettrici o ibridi entro il 2027.
- Certificazione ISO 14001.

HIGHLIGHTS



L'APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Negli ultimi anni si sta accentuando sempre più il divario tra lo sfruttamento delle risorse naturali del Pianeta e la disponibilità delle stesse. In questo contesto, le imprese assumono un ruolo fondamentale nella salvaguardia delle condizioni ambientali degli ecosistemi in cui si trovano ad operare.

Simonelli Group è attenta a queste tematiche e considera la gestione dei temi ambientali uno strumento indispensabile per la crescita strategica dell'azienda, anche a fronte di una sempre maggiore sensibilità da parte dell'opinione pubblica.

Per tale motivo, Simonelli Group sta focalizzando i propri sforzi sull'abbattimento delle emissioni di GHG operando sui seguenti fronti:

- **riduzione del fabbisogno energetico;**
- **abbattimento dell'impronta ambientale dei propri prodotti;**
- **riduzione dei materiali di scarto e dell'uso di materiali non riciclabili.**



L'impegno di Simonelli Group sul fronte dell'abbattimento dell'impronta ambientale e dei consumi energetici nei prodotti è al centro dell'attività di innovazione, come evidenziato nella sezione "capitale intellettuale".

Nel 2022 oltre l'80% dei prodotti venduti sul mercato appartiene alla categoria di prodotti con tecnologia a basso consumo. Tuttavia, al momento non è possibile classificare questi ultimi secondo un'etichettatura energetica poiché, a livello istituzionale, non esistono ancora protocolli condivisi di etichettatura delle macchine da caffè espresso professionali.

Simonelli Group, attraverso l'Associazione UCIMAC (*"Espresso Coffee Machines Manufacturers"*), si è impegnata a promuovere e avviare un tavolo di lavoro europeo finalizzato alla definizione di standard energetici e di eco-design. Tale tavolo tecnico terminerà i lavori nel 2024.

I risultati dell'analisi LCA che l'azienda svolge regolarmente sui nuovi prodotti dal 2011 con l'Università Politecnica delle Marche sono riportati nella tabella seguente.

Impronta ambientale dei prodotti (LCA)

		 GRUPPI	 MATERIALI E MANUFACTURING (Kg/CO ₂ eq.)	 END OF LIFE (Kg/CO ₂ eq.)	 IMPRONTA AMBIENTALE NETTO (Kg/CO ₂ eq.)
Appia II		2	309,0	-66,5	242,5
Appia Life		2	268,4	-59,4	209,0
VA388		2	667,0	-167,6	499,4
VA358 Digit		2	559,0	-155,9	403,1
Aurelia II T3		2	454,0	-91,6	362,4
Aurelia II Digit		2	388,2	-88,5	299,7
Eagle One		2	647,1	-121,1	526,0
Aurelia Wave T3		2	500,8	-105,3	395,5
Eagle One Prima		1	237,6	-43,8	193,8

		 MATERIALI E MANUFACTURING (Kg/CO ₂ eq.)	 END OF LIFE (Kg/CO ₂ eq.)	 IMPRONTA AMBIENTALE NETTO (Kg/CO₂ eq.)
Mythos One		129,6	-55,6	74,0
Mythos 2 GF		262,2	-106,4	155,8
Mythos 2 GV		283,5	-109	174,5
Mythos My75		163,5	-43,8	119,7
Mythos Myg75		168,5	-45,5	123,0
Mythos My85		163,8	-44,4	119,4
Mythos Myg85		168,9	-46,2	122,7

CONSUMI

I consumi di materie prime e materiali, risorse energetiche e idriche rappresentano uno degli aspetti di maggiore impatto nella gestione di un'azienda sotto il profilo della sostenibilità ambientale.

CONSUMI DI MATERIALI

Simonelli Group, nell'ambito di una gestione delle materie prime di tipo responsabile, ha attivato un percorso di contenimento dell'uso dei materiali plastici quali, ad esempio, imballi e parti dei prodotti.

Come si evince dalle tabelle a lato, nell'ultimo biennio Simonelli Group si è impegnata ad approvvigionarsi di alluminio proveniente da materiale riciclabile.

In ottica di riduzione del consumo di plastica, Simonelli Group ha provveduto a minimizzare l'uso di acqua imbottigliata attraverso l'installazione di 6 erogatori di acqua depurata e la distribuzione gratuita, a tutto il personale, di borracce termiche. L'uso di bottiglie monouso è rimasto solo per alcune esigenze particolari, come nel caso di presenza di ospiti esterni all'azienda.

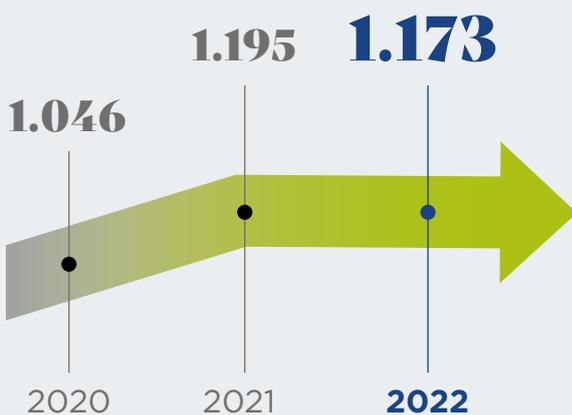
Ciò ha permesso nel 2022 di risparmiare 9.628 bottiglie corrispondente a 1,173 t CO₂ eq. per il materiale plastico risparmiato a cui vanno aggiunte le minori emissioni legate alla logistica.

Nel 2021 Simonelli Group ha inoltre lanciato il progetto *Paperless*, proseguito anche nel 2022, con l'obiettivo di sensibilizzare tutti i collaboratori all'uso responsabile della carta.

A tal scopo è stato predisposto un sistema di monitoraggio trimestrale delle stampe effettuate da ogni collaboratore, condiviso internamente.

EMISSIONI GHG RISPARMIATE

in t CO₂ eq, da riduzione di utilizzo bottigliette d'acqua.



CARTA

utilizzata in Kg.



FY 2020				
MATERIALI UTILIZZATI	Totale peso (ton)	Deriva da fonte rinnovabile?	Peso (ton) proveniente da materiale non rinnovabile	Peso (ton) proveniente da materiale rinnovabile
Plastica	221,05	No	221,05	-
Alluminio	69,90	No	69,90	-
Carta	128,00	No	128,00	-
Rame, Acciaio, Ottone	624,13	No	624,13	-
TOTALE	1.043,08		1.043,08	

FY 2021				
MATERIALI UTILIZZATI	Totale peso (ton)	Deriva da fonte rinnovabile?	Peso (ton) proveniente da materiale non rinnovabile	Peso (ton) proveniente da materiale rinnovabile
Plastica	315,83	No	315,83	-
Alluminio	137,05	Si	117,05	20,00
Carta	150,50	No	150,50	-
Rame, Acciaio, Ottone	980,27	No	980,27	-
TOTALE	1.583,65		1.563,65	20,00

FY 2022				
MATERIALI UTILIZZATI	Totale peso (ton)	Deriva da fonte rinnovabile?	Peso (ton) proveniente da materiale non rinnovabile	Peso (ton) proveniente da materiale rinnovabile
Plastica	206,74	No	206,74	-
Alluminio	129,61	Si	109,61	20,00
Carta	139,80	No	139,80	-
Rame, Acciaio, Ottone	897,80	No	897,80	-
TOTALE	1.373,95		1.353,95	20,00

Nota: i dati 2020 sono stati calcolati considerando i dati dell'ultimo trimestre (gli unici disponibili effettivamente) moltiplicati per tutta l'annualità; i dati 2021 e 2022 invece sono effettivi e non stimati.

PACKAGING

A livello di packaging di prodotto, Simonelli Group è impegnata nel perseguire la transizione verso materiali ecosostenibili attraverso la sostituzione di materiali plastici vergini con materiali recuperati e/o rigenerati come il cartone.

A livello di packaging di fornitura, l'azienda ha avviato un progetto all'interno della *supply chain* volto a sostituire gli imballi usa e getta con imballi ritornabili.

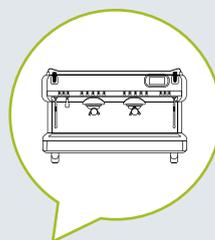
La riduzione significativa della plastica sui prodotti che si evince dalla tabella sopra riportata è dovuta prevalentemente ad un diverso mix prodotti venduti.

	2020 (kg/fatturato in M)	2021 (kg/fatturato in M)	2022 (kg/fatturato in M)
tonnellate di plastica per IMBALLI	0,37	0,36	0,56
tonnellate di plastica per PRODOTTI	2,90	2,71	1,40
tonnellate di plastica TOTALE	3,27	3,07	1,97



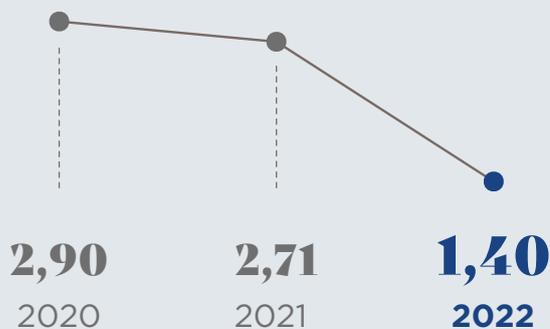
MATERIALI PLASTICI PER IMBALLI

Kg / Fatturato in M



MATERIALI PLASTICI PER PRODOTTI

Kg / Fatturato in M



CONSUMI ENERGETICI

I principali consumi energetici del Gruppo riguardano:

- **Gas naturale** per il riscaldamento;
- **Gasolio** per gruppi elettrogeni;
- **Diesel, benzina e gas metano** per le auto aziendali e la trazione delle macchine operatrici;
- **Energia elettrica**, impiegata per la produzione delle macchine, per la climatizzazione e l'illuminazione degli uffici.

Simonelli Group pone particolare attenzione alla gestione responsabile dei consumi energetici ed ha fissato l'ambizioso obiettivo di raggiungere la parità energetica entro il 2025. Tale obiettivo presuppone di minimizzare i consumi attraverso l'efficientamento delle infrastrutture e l'autoproduzione di un quantitativo tale da coprire il fabbisogno energetico annuo dell'azienda.

Simonelli Group ha già intrapreso azioni in tal senso, procedendo con interventi di efficientamento delle proprie strutture operative che hanno l'obiettivo di ridurre i costi gestionali e ottenere un risparmio energetico.

In particolare, l'azienda ha completato la sostituzione del sistema di illuminazione con tecnologia a led a basso consumo ed ha installato un impianto fotovoltaico a copertura del centro direzionale per una potenza di 90 Kw, portandola successivamente a 270 Kw.

Un ulteriore aspetto su cui l'azienda intende concentrarsi è la sostituzione graduale dell'attuale flotta aziendale con automezzi elettrici o ibridi, per arrivare ad una quota dell'80% entro il 2027.

In generale, i consumi energetici di Simonelli Group sono da ricondurre principalmente alle attività di produzione ed in misura inferiore alla climatizzazione e illuminazione delle diverse strutture aziendali.

All'interno della seguente tabella vengono riportati i dati quantitativi relativi ai consumi energetici per il triennio 2020-2022.

Consumi energetici (GJ)

	2020	2021	2022
CONSUMI ENERGETICI DA FONTI NON RINNOVABILI	5.541,70	4.458,49	3.655,15
Gas naturale	2.727,07	3.423,64	2.503,11
Carburante per flotta aziendale	679,83	1.034,84	1.152,04
<i>Diesel</i>	679,83	1.034,84	1.152,04
<i>Benzina</i>	-	-	-
<i>GPL</i>	-	-	-
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	2.134,80		
CONSUMI ENERGETICI DA FONTI RINNOVABILI	120,96	2.573,16	2.309,43
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	-	2.314,76	1.794,67
Energia elettrica autoprodotta e consumata	120,96	258,39	514,76
TOTALE CONSUMI	5.662,66	7.031,64	5.964,58

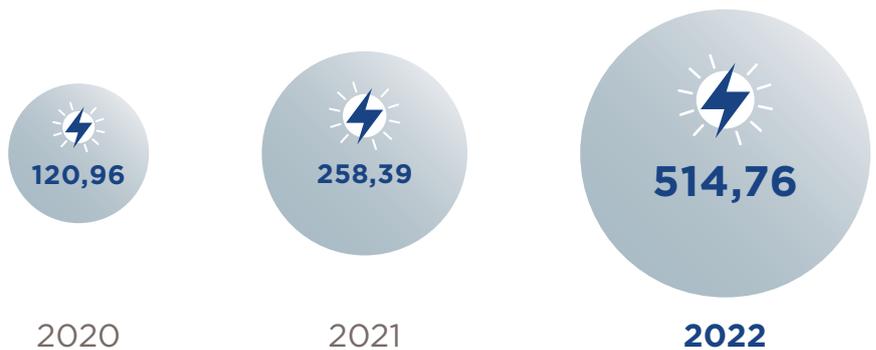
Il consumo energetico totale, per l'anno 2022, è stato pari a 5.964 GJ, caratterizzando una diminuzione rispetto all'anno precedente pari al 15%. In particolare, si è registrata una riduzione del consumo di gas naturale del 27% rispetto al 2021, frutto in parte di una maggiore accuratezza nell'uso del sistema di riscaldamento e in parte di una

stagione invernale non particolarmente rigida. L'energia elettrica acquistata nel 2022 ha visto una riduzione del 22%, mentre l'autoproduzione di energia elettrica è stata pari a 237.247 Kwh (equivalente a 854 GJ), che corrisponde ad un incremento del 5% rispetto al 2021 e rappresenta il 37% dell'energia totale consumata.

Consumi di energia elettrica autoprodotta (GJ)

	FY 2020	FY 2021	FY 2022
TOTALE ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA	378,00	807,48	854,09
di cui totale energia elettrica consumata	120,96	258,39	514,76
di cui totale energia elettrica venduta	257,04	549,09	339,33

Energia elettrica autoprodotta e consumata (GJ)



2022

AUTOPRODUZIONE

94.258 Kwh **142.989** Kwh
 ⚡ immissione ⚡ autoconsumo



498.519 Kwh
 Energia acquistata da fonti 100% rinnovabili



TOTALE AUTOPRODUZIONE

237.247 Kwh

PERCENTUALE AUTOPRODUZIONE

37%

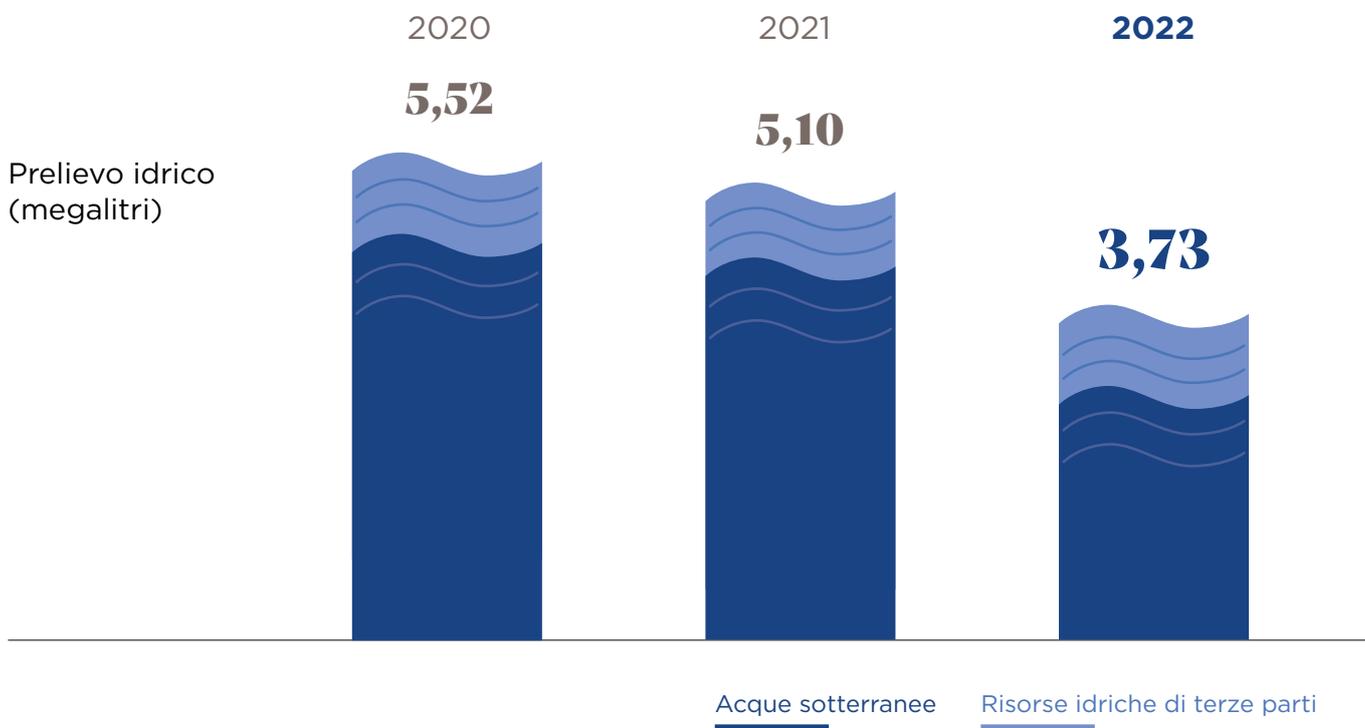
PERCENTUALE AUTOCONSUMO

60%

TOTALE CONSUMO

641.508 Kwh

CONSUMI IDRICI



L'attività svolta da Simonelli Group non ha un grande impatto in termini di consumi idrici. L'azienda è comunque attenta ad un uso responsabile di tale risorsa nell'ambito della propria attività.

Il fabbisogno aziendale di risorsa idrica viene soddisfatto sia attingendo da pozzo privato sia approvvigionandosi dalla rete pubblica. Nello specifico, oltre l'80% del consumo di risorsa idrica viene destinato all'irrigazione delle aree verdi presenti intorno all'azienda e prelevato direttamente dal pozzo. La risorsa idrica viene, inoltre, consumata per i servizi e per la produzione nella fase di collaudo delle macchine prodotte.

A fine ciclo l'acqua con proprietà chimico-fisiche equivalenti a quella di ingresso e priva di elementi inquinanti, viene riversata nel sistema fognario.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, Simonelli Group ha prelevato 3,73 megalitri di acqua dal proprio pozzo e da fornitori idrici, registrando una considerevole diminuzione rispetto al prelievo effettuato nei due precedenti esercizi fiscali.

L'azienda sta inoltre implementando un sistema di monitoraggio del consumo di acqua nelle principali destinazioni per verificare spazi di maggiore efficientamento.

Prelievo idrico per fonte e per tipologia (megalitri)

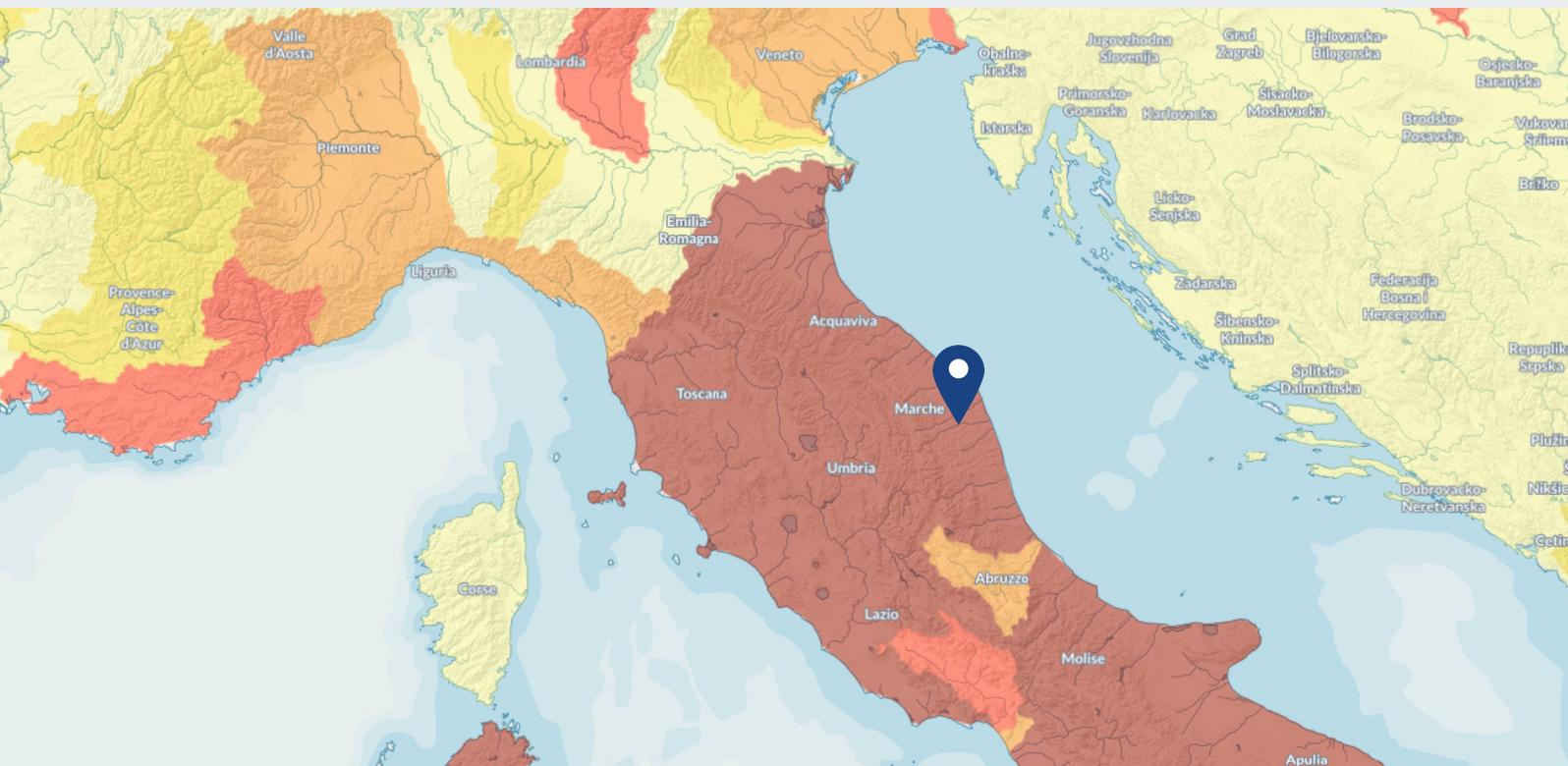
	2020	2021	2022
Acque sotterranee	4,61	4,27	2,77
Risorse idriche di terze parti (acque di superficie)	0,91	0,83	0,96
TOTALE PRELIEVO IDRICO	5,52	5,10	3,73

STRESS IDRICO

Il World Resources Institute⁵ classifica i territori sulla base dello stress idrico, ovvero del rapporto tra i prelievi idrici, domestici, industriali, agricoli e zootecnici, e la disponibilità rinnovabile di acqua superficiale e sotterranea. Le sedi di Simonelli Group, localizzate a Belforte del Chienti (MC), sono comprese in aree a stress idrico estremamente alto, come mostrato nel grafico sottostante.

L'area geografica delicata e la tendenziale scarsità di precipitazioni spinge l'azienda a prestare sempre maggiore attenzione ai prelievi di acqua effettuati, al fine di non compromettere la disponibilità e la capacità di rigenerazione della risorsa.

Nome ⁶	Indirizzo	Bacino idrografico primario	Bacino idrografico secondario	Rischio idrico complessivo
Simonelli Group S.p.A.	Belforte del Chienti (MC)	Costa italiana orientale	Fiume Chienti	Estremamente alto (8-10)



⁵ World Resources Institute: www.wri.org

⁶ World Resources Institute: [Aqueduct Water Risk Atlas \(www.wri.org\)](http://www.wri.org)

EMISSIONI DI GAS SERRA

Le emissioni di gas serra collegate alle attività di Simonelli Group possono essere suddivise in emissioni dirette e indirette.

Nello specifico, le emissioni dirette (Scope 1) derivano dalla combustione diretta di combustibili fossili per la produzione di energia elettrica e termica e per il rifornimento di veicoli di trasporto, oppure dalla dispersione di gas fluorurati utilizzati per la refrigerazione, il condizionamento e il funzionamento delle pompe di calore.

Nel caso di Simonelli Group, le emissioni dirette sono prodotte principalmente dalla combustione di gas naturale e dai carburanti della flotta aziendale.

Le emissioni indirette (Scope 2) fanno invece riferimento alla produzione di energia elettrica acquistata e consumata dall'azienda per il funzionamento delle apparecchiature di produzione e l'illuminazione delle strutture aziendali.

Le emissioni indirette di Scope 3 vengono spesso chiamate le emissioni della catena del valore, tra le cui fonti si possono annoverare emissioni derivanti da attività dell'organizzazione sia a monte che a valle.

I principi contabili e di informativa per la catena del valore aziendale del Protocollo GHG raggruppano le emissioni dello Scope 3 in 15 categorie specifiche che includono attività aziendali comuni a molte organizzazioni.

Tali categorie forniscono alle aziende un quadro per la misurazione, la gestione e la riduzione delle emissioni in aree chiave della catena del valore aziendale. Simonelli Group calcola le emissioni relative agli spostamenti casa lavoro dei dipendenti ed ha l'obiettivo di allargare l'indagine di calcolo ad altre categorie entro il 2025.

Confrontando le emissioni di Scope 1 per le tre annualità, emerge come l'andamento non sia lineare, ma si caratterizzi per un aumento nel 2021 rispetto all'anno 2020 del 32%, a seguito della fine delle restrizioni alla mobilità delle persone attuate nel 2020 per la pandemia Covid-19 e per una diminuzione nel 2022 pari al 16% dovuto ad un consumo più contenuto del gas naturale grazie ad un inverno con temperature più miti.

Emissioni dirette **Scope 1**⁷ (t CO₂ eq)

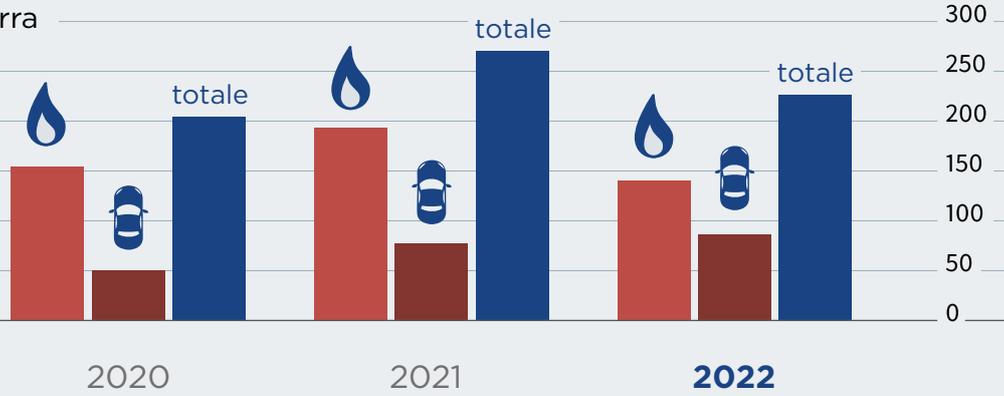
	2020	2021	2022
Gas naturale	154,04	193,09	140,61
Carburante per flotta aziendale	50,78	77,48	86,21
<i>Diesel</i>	50,78	77,48	86,21
<i>Benzina</i>	-	-	-
<i>GPL</i>	-	-	-
TOTALE SCOPE 1	204,82	270,58	226,81

⁷ Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 sono stati utilizzati Fattori di conversione ed emissioni riferibili a fonti autorevoli, tra cui "Greenhouse gas reporting: fuel properties" 2022 forniti dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito) per la conversione a GJ e "Greenhouse gas reporting: fuels" 2022 forniti dal DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito) per il calcolo delle emissioni dirette (Scope 1).



Emissioni dirette di gas serra

SCOPE 1
CONSUMI



Con riferimento particolare alle emissioni di tipo Scope 2, legate all’acquisto e al consumo di energia elettrica, per una piena aderenza agli standard GRI, sono state calcolate sia tramite l’approccio *location based* sia attraverso l’approccio *market based*.

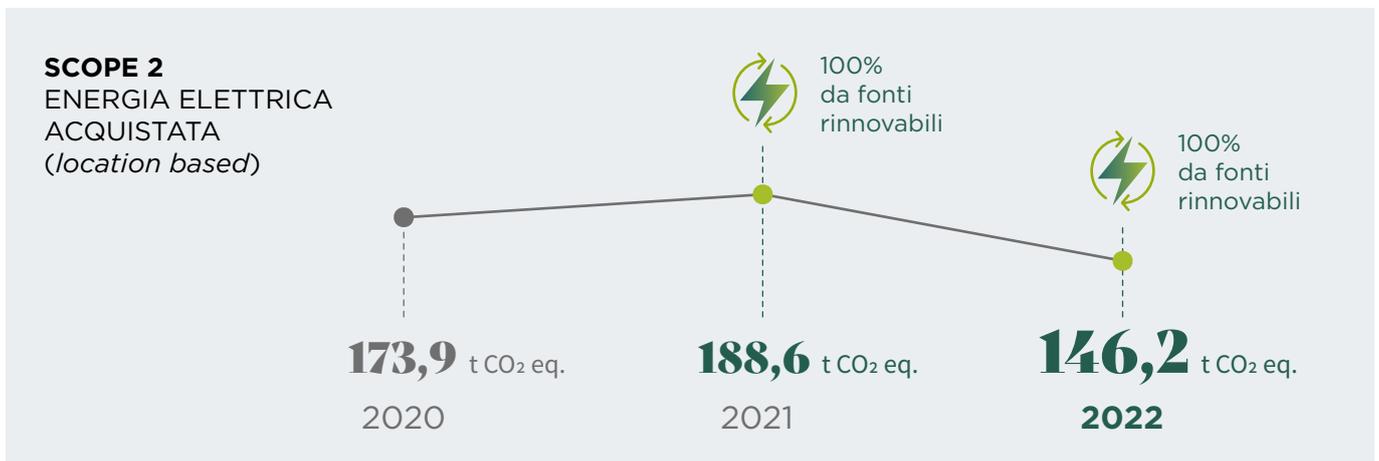
La metodologia di calcolo *location based* considera l’intensità media delle emissioni di gas serra delle reti nazionali sulle quali si verifica il consumo di energia, mentre la metodologia *market based* considera le emissioni

specifiche dell’elettricità di cui l’azienda ha scelto di approvvigionarsi stipulando un contratto di fornitura con un fornitore specifico.

Anche nell’anno 2022, in continuità con il 2021, il 100% dell’energia elettrica acquistata da Simonelli Group proviene da fonti rinnovabili, come attestato dai Titoli di Garanzia d’Origine GO emessi dal GSE acquisiti tramite E.ON ENERGIA SPA.

Emissioni indirette **Scope 2**⁸(t CO₂ eq)

	2020	2021	2022
Energia elettrica acquistata (Metodo <i>Location Based</i>)	173,93	188,59	146,22
Energia elettrica acquistata (Metodo <i>Market Based</i>)	271,93	0	0



⁸ Per il calcolo delle emissioni di Scope 2, per quanto riguarda il metodo di calcolo Location Based, nel triennio è stato utilizzato il fattore di emissione pubblicati da ISPRA nel Rapporto 386/2023; per quanto riguarda il metodo di calcolo Market Based è stato utilizzato il fattore di emissione AIB riferito a ciascun anno considerato.

Il totale delle emissioni dirette e indirette (Scope 1 e Scope 2) di Simonelli Group, rispetto al 2021, ha registrato una riduzione pari al 19% per le emissioni calcolate

secondo la metodologia di *location based* e del 16% per quelle calcolate con la metodologia *market based*.

Totale emissioni dirette **Scope 1** + emissioni indirette **Scope 2** (t CO₂ eq)

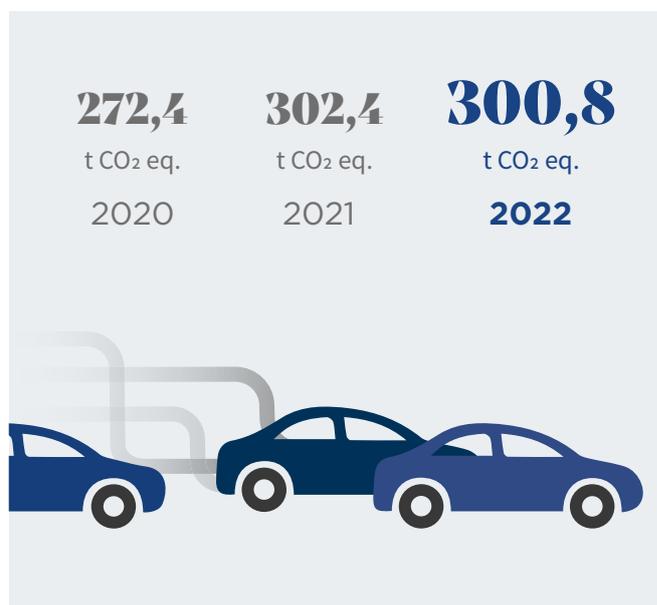
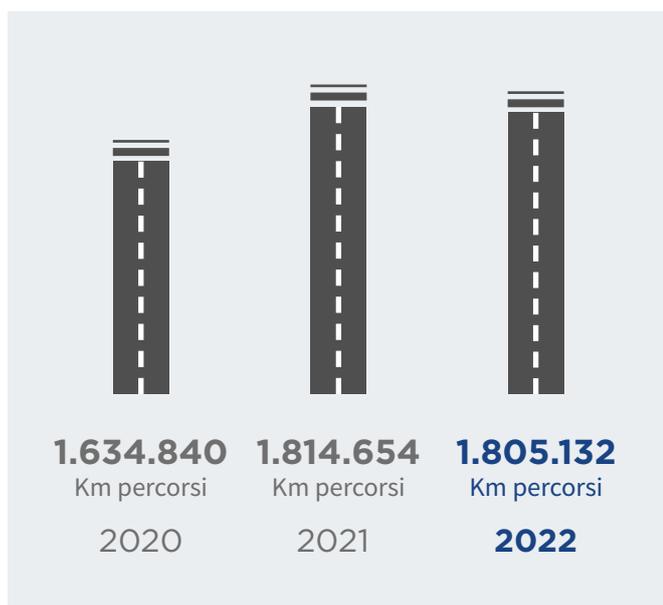
	2020	2021	2022
Metodo <i>Location Based</i>	378,75	459,17	373,03
Metodo <i>Market Based</i>	476,75	270,58	226,81

I chilometri percorsi nello spostamento casa-lavoro dei dipendenti stimati nel 2022 sono di 1.805.132, dato leggermente più basso rispetto al 2021.

Allo stesso modo, le emissioni indirette di Scope 3 calcolate risultano in continuità: nel 2021 erano 302,39 t CO₂ eq, nel 2022 sono 300,80.

Emissioni indirette **Scope 3**⁹ (t CO₂ eq)

	2020	2021	2022
Km percorsi	1.634.840	1.814.654	1.805.132
TOTALE SCOPE 3 (t CO₂ eq)	272,43	302,39	300,80



⁹ Per il calcolo delle emissioni di Scope 3, nel triennio di riferimento è stato utilizzato il fattore di emissione pubblicato da *UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting* a giugno 2023. I dati sono il risultato di stime calcolate partendo dai Km percorsi negli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti e moltiplicati per il fattore emissivo che considera una macchina di media grandezza ed un carburante non specificato.

GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI

Le attività di recupero dei rifiuti sono condotte presso un sito esterno. Nel 2022 Simonelli Group ha cambiato il processo di tracciamento dei rifiuti smaltiti e ciò ha permesso di passare dalla stima alla misurazione puntuale dei loro volumi.

Il nuovo sistema di rilevamento risulta molto più attendibile, anche se non rende i dati perfettamente equiparabili a quelli degli anni precedenti.

Di seguito si riporta il dettaglio del volume dei rifiuti suddivisi per pericolosità e modalità di gestione, da cui risulta che nel 2022 l'azienda ha prodotto 76,37 tonnellate di rifiuti categorizzabili come non pericolosi, interamente destinati a operazioni di recupero.

Quantità di rifiuti generati (ton) per modalità di gestione

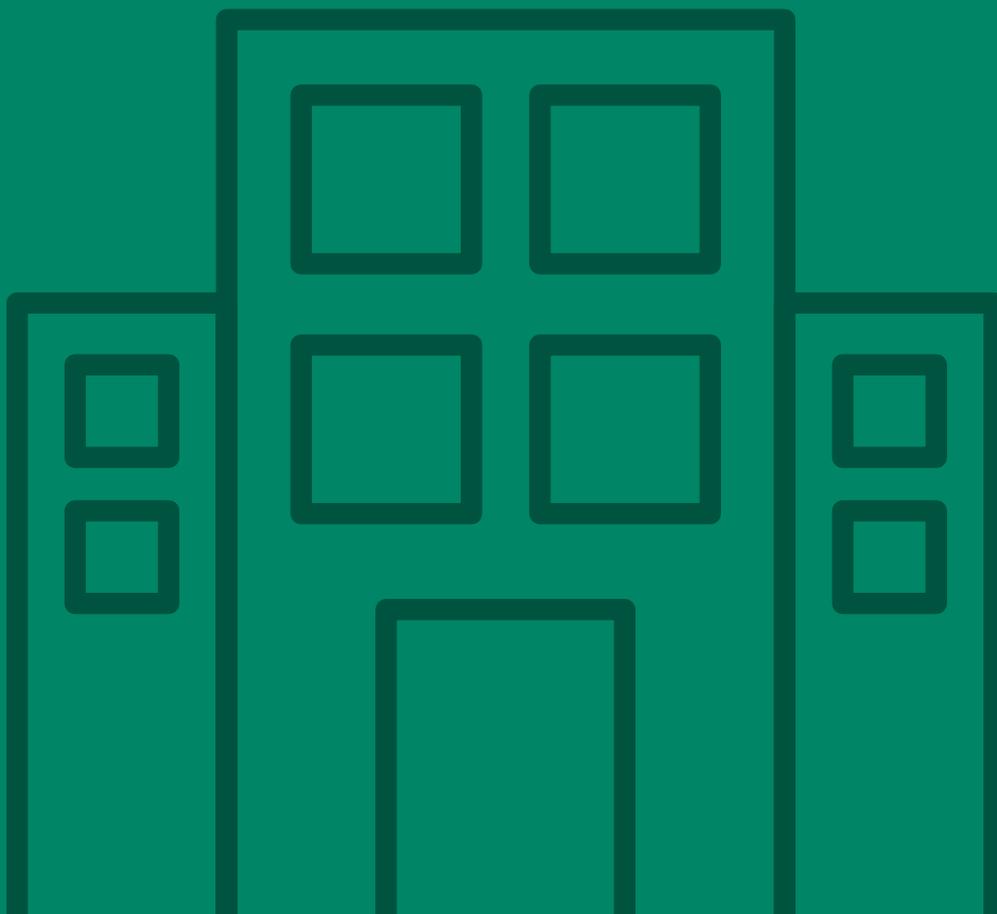
	2020	2021	2022
RIFIUTI PERICOLOSI	0,08	-	-
Non avviati a smaltimento	0,08	-	-
<i>Preparazione per il riutilizzo</i>	-	-	-
<i>Riciclo</i>	-	-	-
<i>Altre operazioni di recupero</i>	0,08	-	-
RIFIUTI NON PERICOLOSI	58,48	43,35	76,37
Non avviati a smaltimento	58,48	43,35	76,37
<i>Preparazione per il riutilizzo</i>	-	-	-
<i>Riciclo</i>	-	-	-
<i>Altre operazioni di recupero</i>	58,48	43,35	76,37

Rifiuti prodotti per tipologia di materiale (ton)

	2020	2021	2022
Apparecchiature elettriche o elettroniche fuori uso (CER 16.02.13)	0,08	-	-
TOTALE RIFIUTI PERICOLOSI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	0,08	-	-
Toner per stampa (CER 08.03.18)	0,03	0,09	0,05
Polveri e particolato di metalli ferrosi (CER 12.01.02)	2,32	-	-
Polveri e particolato di materiali non ferrosi (12.01.04)	4,44	1,76	2,96
Limatura e trucioli di materiali plastici (CER 12.01.05)	4,78	3,24	4,22
Imballi in carta e cartone (CER 15.01.01)	7,16	3,50	22,88
Imballi in legno (CER 15.01.03)	24,16	34,76	26,70
Imballaggi in materiali misti (CER 15.01.06)	14,42	-	16,20
Apparecchiature elettriche e elettroniche fuori uso (CER 16.02.14)	1,17	-	0,16
Ferro e acciaio (CER 17.04.05)	-	-	3,20
TOTALE RIFIUTI NON PERICOLOSI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	58,56	43,35	76,37



CAPITALE MATERIALE



**TEMI MATERIALI
RENDICONTATI**

HIGHLIGHTS

- Innovazione e tecnologia.

**SDGs
SUPPORTATI**

- **SDG 11** Città e comunità sostenibili.
- **SDG 17** Partnership per gli obiettivi.

**RISULTATI CHIAVE
2022**

- Realizzato il nuovo Campus Simonelli Group.

**PRINCIPALI OBIETTIVI
2023**

- 2023/2024 Ampliamento dello spazio produttivo e stoccaggio.

GLI ASSET DI SIMONELLI GROUP

Il Capitale Materiale costituisce la base per garantire ambienti di lavoro sicuri, per permettere all'organizzazione di essere flessibile ed al tempo stesso efficiente e per realizzare prodotti di qualità.

Simonelli Group opera in un evoluto stabilimento di produzione di 10.000 mq, strutturato in sei linee di assemblaggio, ognuna con una propria area di test e collaudo. Lo stesso stabilimento ospita il magazzino delle materie prime e dei componenti utili alla produzione.

Esso è associato ad un centro logistico di 6.000 mq, dove vengono stoccati i prodotti finiti pronti per essere consegnati.

Il centro direzionale di 3.000 mq, inaugurato nel 2017, è equipaggiato delle più moderne tecnologie di domotica per garantire un ambiente accogliente, con un basso impatto ambientale e con tutte le infrastrutture utili alle attività aziendali.

Oltre agli uffici ed alle sale riunioni esso include due ampi show-room per i due brand, uno spazioso e moderno auditorium da 80 posti ed un'area digital per realizzare filmati e videoconferenze con i clienti.





IL CAMPUS

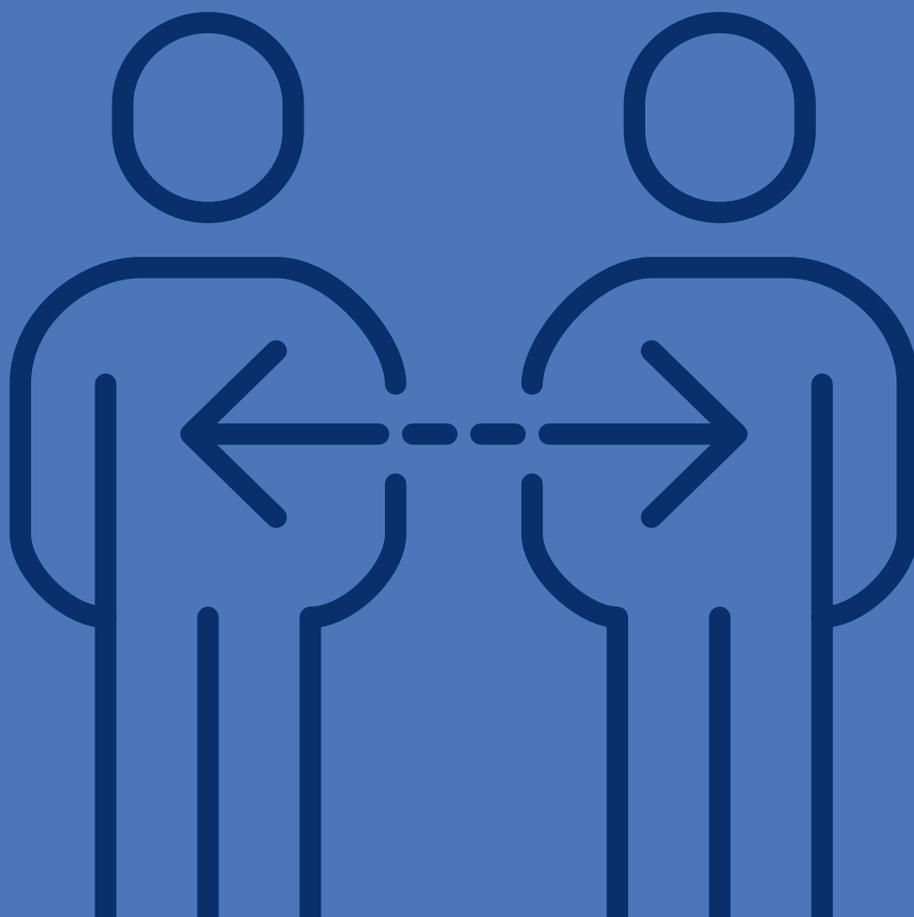
Costruito su una superficie di 1000 mq, il Campus è uno spazio multidisciplinare dedicato a formazione, ricerca, *open innovation* e cultura di impresa che ha l'obiettivo di porsi come stimolo alla crescita del territorio e della sua comunità.

Il Campus rappresenta la risposta concreta e propositiva di Simonelli Group alle mutate sfide globali e uno degli strumenti con cui intende sempre di più porsi come impresa capacitante, cioè impresa convincente ed inclusiva, che crede nel coinvolgimento dei propri collaboratori, delle comunità e dei mercati in quanto elementi di forza per costruire risposte efficaci alla complessità e all'incertezza. Un luogo fisico suddiviso in aree specializzate aperte

alla fruizione e alla partecipazione delle persone: nell'Area Ricerca e Innovazione ha sede il RICH (Research and Innovation Coffee Hub) che realizza studi e ricerche sul caffè (per approfondimento vedasi la sezione *La ricerca scientifica del RICH*); nell'Area Formazione Tecnica, aule attrezzate sono concepite per ospitare tutti i corsi su tecnica e tecnologia delle macchine da caffè e sul confronto fra le diverse tecnologie di estrazione; l'Area Networking, infine, è uno spazio di incontro e scambio in cui possono nascere e prendere forma idee trasversali, strategie di business innovative, uno spazio in cui 'fare impresa' e 'fare cultura' diventano un unicum in continua evoluzione. L'inaugurazione ufficiale è prevista a gennaio 2023.



CAPITALE
RELAZIONALE
SOCIALE



**TEMI MATERIALI
RENDICONTATI**

HIGHLIGHTS

- Collaborazioni e partnership con il mondo della scuola e università.
- Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti.

**SDGs
SUPPORTATI**

- **SDG 4** Istruzione di qualità.
- **SDG 10** Ridurre le disuguaglianze.
- **SDG 11** Città e comunità sostenibili.
- **SDG 17** Partnership per gli obiettivi.

**RISULTATI CHIAVE
2022**

- Vincita del “Best Performance Award” per la categoria Medium Company.
- Inserimento tra 1.000 imprese più performanti di Italia selezionate dal centro studi Italy-post.
- Supporto alle attività culturali di: Macerata Opera Festival, Arena Sferisterio e Politeama di Tolentino.
- Supporto alle attività sportive, a quelle socio-assistenziali ed alle scuole.

**PRINCIPALI OBIETTIVI
2023**

- Dedicare l'1% dell'utile aziendale per iniziative a carattere sociale.

IL RAPPORTO CON GLI STAKEHOLDER

L'approccio relazionale caratterizza il percorso di Simonelli Group sin dalle sue origini ed è cresciuto negli anni fino a diventare un aspetto identitario e distintivo dell'azienda. I progetti e le iniziative che l'azienda ha realizzato nel tempo ruotano infatti attorno al concetto di "hub", a sottolineare la centralità ed il valore della relazione con i partner coinvolti, siano essi università, clienti, fornitori o istituzioni.

In termini di relazione, quella con il territorio è un altro degli elementi storicamente identitari di Simonelli Group. L'azienda ha stabilito solide relazioni con le organizzazioni sociali e il tessuto produttivo locali, sia in ambito di ricerca del personale, sia nelle collaborazioni esterne con istituzioni, scuole e aziende della filiera, per creare un vero e proprio network solido e pronto ad affrontare in sinergia e con successo le sfide del mercato internazionale.

L'attenzione nei confronti della comunità e delle esigenze del territorio emerge chiaramente dalla scelta da parte dell'azienda di rimanere radicata nelle Marche, contribuendo alla crescita della regione non soltanto dal punto di vista economico, ma anche da quello sociale, attraverso l'organizzazione di iniziative culturali, sportive e socio-assistenziali a supporto dei giovani, dell'inclusione e delle pari opportunità.

La cura e l'attenzione posta nelle relazioni è alla base, tra l'altro, del forte attaccamento dei collaboratori all'azienda e della sensazione di familiarità che si respira tra clienti, fornitori e partner.

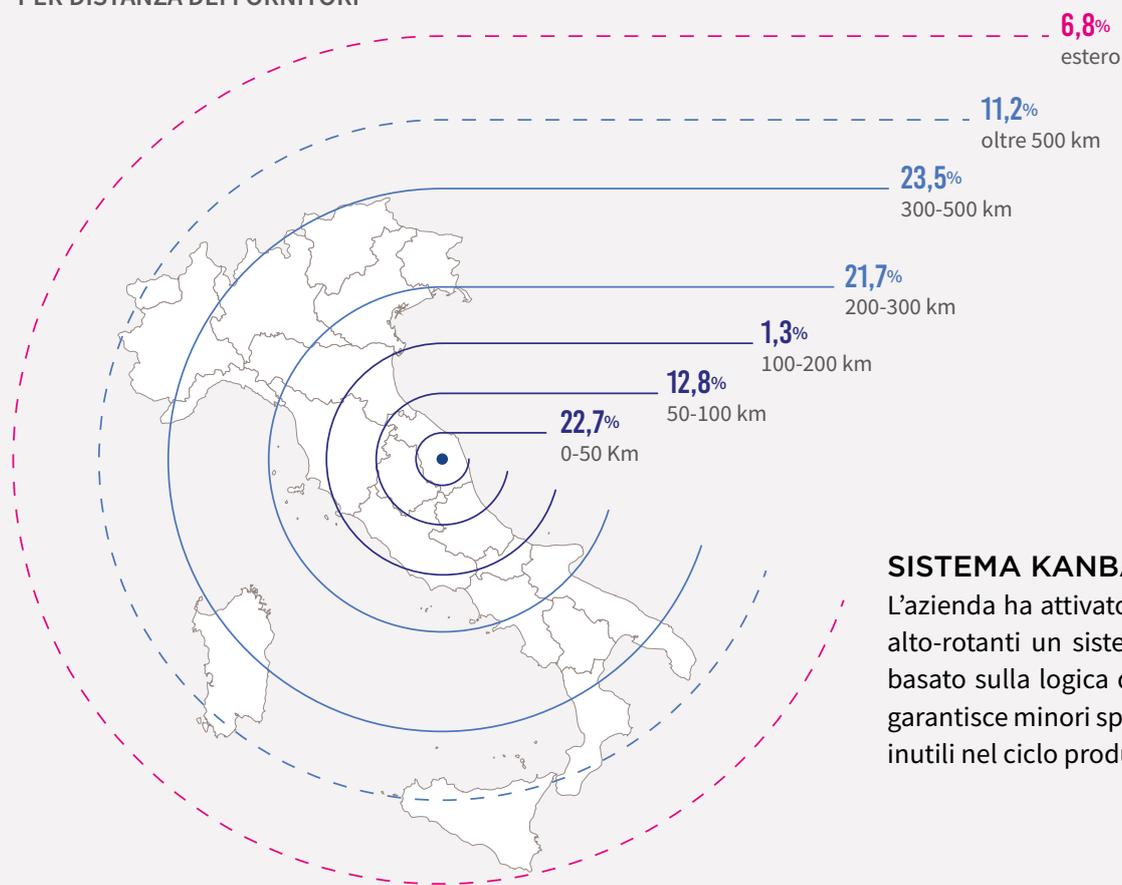
RELAZIONI CON I FORNITORI

I fornitori sono alla base di questo network relazionale, basato su un profondo senso di fiducia e rispetto reciproco, in quanto primo anello della value chain di Simonelli Group. L'impegno dell'azienda per il sostegno e lo stimolo alla crescita economico-sociale del territorio in cui opera è evidente anche nella scelta dei fornitori che, a parità di competenze, vengono selezionati in prima battuta tra le aziende locali. La scelta di privilegiare i fornitori locali è dettata, oltre che da ragioni logistiche e di affinità culturale, dalla volontà di abbattere significativamente l'impronta ambientale della logistica.

La garanzia di qualità dei prodotti Simonelli Group passa in prima battuta attraverso la selezione dei fornitori ed il controllo della *supply chain*, che quindi viene costantemente monitorata attraverso strumenti di valutazione della performance tecnico-funzionale e della compliance alle normative vigenti di ordine ambientale e sociale. Nel 2022 Simonelli Group ha effettuato 7 audit a nuovi fornitori di primo livello e 5 a nuovi fornitori di secondo livello. Quando le aziende locali non soddisfano i parametri aziendali, Simonelli Group privilegia comunque imprese italiane o presenti sul territorio italiano. Questo permette di lavorare all'interno di un sistema normativo strutturato e consolidato, facilitando al contempo la possibilità di sviluppare e mantenere relazioni di lunga durata che garantiscano la stabilità del sistema di fornitura.

Nel 2022 Simonelli Group ha avviato un processo di sensibilizzazione dei propri fornitori verso le tematiche del rispetto ambientale e sociale al fine di trasmettere il proprio orientamento strategico su tali temi e coinvolgere i partner nel suo impegno verso una crescita sostenibile. In tale contesto rientra, tra le altre attività, anche quella di formazione erogata ad inizio 2023: come già descritto nella sezione *La formazione e lo sviluppo delle competenze*, a gennaio 2023 è stata organizzata una giornata intera di formazione sui temi della sostenibilità a 360 gradi, erogata da un Società specializzata con esperienza ventennale in materia.

DISTRIBUZIONE DEGLI ACQUISTI PER DISTANZA DEI FORNITORI



SISTEMA KANBAN BOX

L'azienda ha attivato sui 215 articoli più alto-rotanti un sistema di rifornimento basato sulla logica del Kanban box che garantisce minori sprechi ed elimina fasi inutili nel ciclo produttivo.

Simonelli Group nel 2022 conta un parco fornitori di 876 soggetti, di cui il 27% locali e il 53% italiani per cui ha speso rispettivamente il 29% ed il 64% del budget dedicato.

NUMERO FORNITORI	FY 2020		FY 2021		FY 2022	
	n.	% sul totale	n.	% sul totale	n.	% sul totale
LOCALI ¹⁰	204	29%	226	30%	240	27%
IN ITALIA	391	55%	400	53%	463	53%
IN EUROPA	66	9%	71	9%	100	11%
IN AMERICA	13	2%	14	2%	18	2%
IN ASIA	32	4%	34	5%	35	4%
NEL RESTO DEL MONDO	9	1%	9	1%	20	2%
TOTALE FORNITORI	715	100%	754	100%	876	100%

¹⁰ Per categoria di fornitore locale si intende un fornitore che abbia sede tra gli 0 e i 200 km di distanza dalla sede Simonelli Group.

FORNITORI 2022

Locali

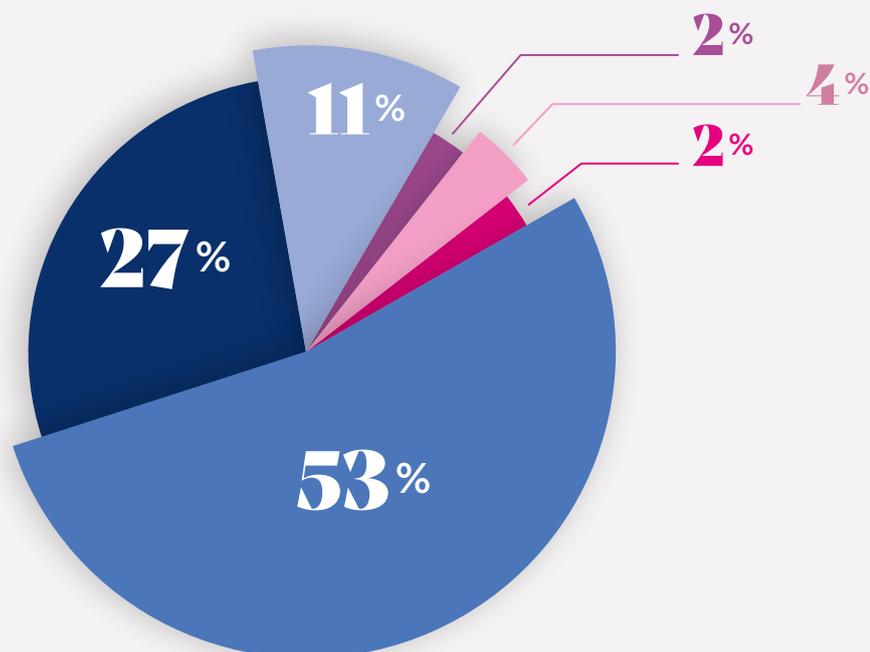
Italia

Europa

America

Asia

Resto del mondo



Budget speso in fornitori

	FY 2020		FY 2021		FY 2022	
	€	% sul totale	€	% sul totale	€	% sul totale
LOCALI	17.215.948	33%	22.089.750	31%	19.718.400	29%
IN ITALIA	30.849.059	60%	44.469.898	63%	42.760.171	64%
IN EUROPA	1.278.791	2%	1.607.580	2%	1.741.592	3%
IN AMERICA	246.710	0%	282.011	0,4%	625.472	1%
IN ASIA	1.712.459	3%	1.951.916	3%	1.831.292	3%
NEL RESTO DEL MONDO	537.735	1%	282.116	0,4%	355.744	1%
TOTALE FORNITORI	51.840.702	100%	70.683.271	100%	67.032.671	100%

RELAZIONI CON I CLIENTI

Caratteristica di Simonelli Group, la relazione stretta e costante che negli anni ha instaurato con i propri clienti è la dimostrazione di quanto profondo sia il convincimento che le relazioni durature sono centrali per creare e trasferire valore agli utenti finali. Per questo motivo, Simonelli Group continua ad investire energie e risorse per un *customer engagement* sempre più consolidato.



SUPPORTO MARKETING

È proseguita nel 2022 l'attività di supporto e coordinamento ai clienti nelle attività di marketing e promozione dei brand sul territorio. A questo scopo, Simonelli Group ha messo a disposizione e condiviso materiale illustrativo, video, foto e brand guidelines. In occasione dei lanci dei nuovi prodotti, oltre alla condivisione del materiale di supporto, sono state organizzate delle giornate di preview in cui sono state condivise le strategie di comunicazione. L'azienda ha inoltre continuato a supportare i clienti nell'organizzazione degli eventi fieristici, realizzando il layout ed il visual dei loro spazi espositivi.

Nel 2022 l'attività fieristica ha ripreso con una certa regolarità, (ad eccezione di alcuni paesi, fra cui la Cina, gli effetti del Covid-19) ed in totale, tra eventi diretti (gestiti direttamente da personale HQ Simonelli Group) e indiretti (gestiti da distributori e partners in collaborazione con personale HQ), Simonelli Group ha partecipato a circa 60 eventi di settore. Tra i più rilevanti a livello internazionale si segnalano London Coffee Festival (UK), Internorga (Germania), World of Coffee (Milano) e MICE (Australia).

PIATTAFORMA DOSE

Uno dei fronti su cui l'azienda ha concentrato maggiormente l'attenzione è stato il potenziamento dei servizi forniti tramite nuovi strumenti digitali. A questo scopo, è stata realizzata la piattaforma DOSE, attraverso cui l'utente può accedere ai materiali messi a disposizione dall'azienda per le attività di assistenza tecnica e marketing quali istruzioni, immagini, dépliant dei prodotti, documentazione tecnica, video tutorial per l'assistenza, corsi e-learning per la formazione tecnica, schede di aggiornamento tecnico di prodotto, cataloghi ricambi, ordini inviati, etc. L'obiettivo è quello di permettere a tutti i clienti da ogni parte del mondo e a tutti i tecnici coinvolti nell'assistenza delle attrezzature di usufruire di tali servizi in tempo reale. Al 31 dicembre 2022, risultavano attivi 1.250 utenti lato tecnico e 203 lato sales&marketing, numeri in linea con gli obiettivi dell'azienda.

Ad aprile 2021 è stato integrato un nuovo servizio di e-commerce per i ricambi e al termine del 2022 il 95% degli ordini acquisiti da Simonelli Group sono transitati dalla nuova piattaforma. L'obiettivo del 2023 è quello di stabilizzare l'uso della piattaforma e portare il numero di utenti attivi a 1.400.

PIATTAFORMA DOSE (dati 2022)

1.250 Contatti registrati lato TECNICO.

203 Contatti registrati lato MARKETING.

95% Ordini acquisiti tramite nuovo e-commerce.

RELAZIONI CON LE ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

Simonelli Group partecipa attivamente alle varie associazioni di cui fa parte perché è convinta che le grandi sfide superano i confini aziendali e vanno pertanto affrontate attraverso la collaborazione tra i diversi *stakeholders*. L'azienda partecipa a vari tavoli di lavoro ed ha più volte assunto cariche associative.

Nel 2022 Simonelli Group ha avuto relazioni con:

- CONFINDUSTRIA MARCHE
- ANIMA (UCIMAC)
- ADI
- GRUPPO ITALIANO TORREFATTORI
- CONSORZIO TUTELA DEL CAFFÈ ESPRESSO
- ASSOCIAZIONE INDUSTRIE BENI DI CONSUMO
- SYMBOLA

RELAZIONI CON LE COMUNITÀ E IL TERRITORIO

L'impegno di Simonelli Group nei confronti della società e delle comunità si concretizza nelle molteplici iniziative svolte in collaborazione con enti, associazioni non-profit, ONG, istituzioni scolastiche e universitarie. Tutti i progetti a cui l'azienda partecipa in vario modo rientrano negli ambiti culturale e scolastico, sportivo giovanile e socio-assistenziale.

AMBITO CULTURALE

In ambito culturale, Simonelli Group supporta alcune iniziative particolarmente rilevanti per il territorio:

— MACERATA OPERA FESTIVAL

L'azienda ha supportato le attività svolte dal Macerata Opera Festival e dell'Arena Sferisterio, le quali rappresentano un simbolo di fama internazionale della produzione culturale del territorio e costituiscono una tra le principali attrazioni turistiche della Regione.

— POLITEAMA DI TOLENTINO

Con il centro polifunzionale Politeama di Tolentino, Simonelli Group ha sovvenzionato due iniziative.

La *Friend Card* è una tessera con un credito precaricato distribuita agli studenti delle scuole superiori, per avvicinare i giovani al mondo del teatro e dello spettacolo. Sono state distribuite 506 tessere che hanno generato 195 ingressi.

La seconda iniziativa è indirizzata ai soggetti con disabilità, per permettere loro di accedere gratuitamente agli spettacoli in palinsesto accompagnati dai loro assistenti. L'obiettivo dell'azienda è di dare continuità negli anni a queste iniziative culturali rivolte ai giovani e alle persone con disabilità. L'intento per il 2023 è quello di realizzare insieme al team del Politeama un vero e proprio corso di teatro per persone disabili.

— PREMIO PANNAGGI

L'azienda ha proseguito il proprio supporto al Premio Pannaggi, promosso dall'associazione *Gli amici di Palazzo Buonaccorsi*, che ha l'obiettivo di sostenere la carriera di artisti marchigiani under 40 nelle arti figurative, valorizzandone il lavoro in ambito nazionale e internazionale.



In questa pagina e in quella seguente: Premio Pannaggi, opere dell'artista premiata Paola Tasseti.



AMBITO SCOLASTICO

La formazione e la ricerca costituiscono le due anime della “conoscenza”, base di ogni progresso e leva che permette alle persone e alle organizzazioni di evolversi. Simonelli Group collabora con Università, scuole e istituti di formazione, non solo in ambito di ricerca, ma anche attraverso progetti di stage per studenti, sovvenzioni per borse di studio e collaborazione alle attività didattiche. Nel 2022 sono stati attivati 7 tirocini e 3 progetti di alternanza lavoro.

Simonelli Group intende, nel corso del 2023, stringere rapporti con alcuni istituti di scuola superiore per avviare iniziative volte ad avvicinare le studentesse ai percorsi formativi tecnico-scientifici e fornire loro opportunità di inserimento in azienda. Questo progetto è parte dell’impegno di Simonelli Group verso il tema della parità di ge-

nerie, che a volte richiede il superamento di un retaggio culturale che condiziona le ragazze nella scelta del percorso di studi.

Sul fronte universitario, Simonelli Group ha intensificato le collaborazioni già attive con le Università Politecnica delle Marche, di Camerino e di Macerata e ha esteso le partnership con altre Università ed istituzioni, come il Politecnico di Milano, proprio per favorire l’interscambio delle conoscenze e fornire nuove opportunità sia alla ricerca che agli studenti.

Dal 2020, inoltre, Simonelli Group è partner di Situm, Scuola di Innovazione Tecnologica Umanistica Manageriale che si impegna a creare un ponte tra la richiesta di competenze da parte delle imprese ed i percorsi formativi degli atenei.





AMBITO SPORTIVO

L'attività sportiva costituisce un tassello fondamentale per garantire la crescita sana ed equilibrata dei ragazzi, ed è divenuta ancora più importante negli ultimi anni a seguito degli effetti del lungo lockdown per il Covid-19 e dell'intenso uso dei social media da parte dei ragazzi –anche di giovane età– che sta disabituando le nuove generazioni ai rapporti interpersonali e alle attività motorie.

Per questo Simonelli Group ha attivato alcune iniziative volte a riavvicinare i giovani alle attività sportive:

– ASSOCIAZIONE BASKET TOLENTINO (ABT)

Da oltre trent'anni l'azienda supporta questa associazione, che costituisce un importante centro di aggregazione per bambini, giovani ragazzi e ragazze promuovendo una crescita sana attraverso il gioco, il divertimento e l'interazione sociale. L'iniziativa del 2022 ha avuto 200 iscritti, tra cui due ragazzi con disabilità. Per favorire la partecipazione delle ragazze, è stato attivato il progetto "Minibasket Ladies", che attraverso forme di agevolazione finanziate da Simonelli Group ha consentito di formare una squadra femminile di 11 bambine.

La collaborazione di Simonelli Group va oltre l'attività meramente sportiva ed abbraccia anche temi di sensibilizzazione e di formazione. Nel 2022 è stato infatti avviato, insieme all'Associazione Basket Tolentino, il progetto Nutribasket per diffondere i principi di una sana alimentazione tra i ragazzi.



Con la collaborazione dell'associazione basket Tolentino, Simonelli Group ha favorito un progetto per avvicinare i bambini della scuola elementare Lucatelli all'attività motoria: nello specifico, a nove classi interessate è stato assegnato un istruttore di basket qualificato che ha svolto attività motoria dedicata. Nello stesso ambito di collaborazione con l'ABT sono stati realizzati dei campi estivi tra giugno e settembre 2022.

– ASSOCIAZIONE TENNIS TOLENTINO

Simonelli Group ha avviato una collaborazione con l'Associazione Tennis Tolentino per avviare un programma di *Wheelchair* attraverso cui favorire l'inclusione e incentivare l'accesso alla pratica sportiva a persone con difficoltà motorie di tutte le età. A maggio 2022 è partito il primo corso di *Wheelchair* con sedute bisettimanali di un'ora e mezza. A novembre, dal 4 al 6, si è tenuto il "Torneo *Open Wheelchair* - Nuova Simonelli".

Per la realizzazione di questo programma è stato necessario formare i docenti e acquistare le attrezzature necessarie, tra cui due carrozzine professionali per competizioni e due carrozzine standard: l'acquisto è stato sovvenzionato da Simonelli Group.

L'obiettivo del 2023 è quello di continuare il progetto *Wheelchair* e incrementare il numero di iscritti, effettuando tornei e coinvolgendo con altri circoli sportivi di Tennis.



AMBITO SOCIO-ASSISTENZIALE

Simonelli Group si impegna a supportare persone con difficoltà di varia natura, al fine di migliorare la loro condizione e favorire il loro inserimento nel contesto sociale.

— IMPRESA SOCIALE “I BAMBINI DELLE FATE”

Nel 2021 l’azienda ha avviato la collaborazione con l’Impresa Sociale “I Bambini delle Fate” che promuove iniziative volte alla ricerca, all’assistenza e al sostegno di bambini disabili e autistici. Grazie a questa collaborazione, proseguita nel 2022, Simonelli Group ha supportato “PizzAut”, una pizzeria di Monza che permette l’inserimento lavorativo di giovani ragazze/i con autismo nel mondo dell’ospitalità.

— ANFFAS

Nel 2022 è nata una collaborazione con Anffas Sibillini, un’associazione costituita da famiglie di ragazzi con disabilità intellettiva il cui obiettivo è quello di aiutarli nella strada dell’autonomia. Simonelli Group ha contribuito all’acquisto di materiale utile alle attività didattiche svolte nella “Casa del Cuore”.

— CENTRO CLINICO NEMO

È continuata anche nel 2022 la collaborazione con il Centro Clinico NeMo (Neuro Muscular Onmicenter) di Ancona. Questa struttura ad alta specializzazione è pensata per rispondere in modo specifico alle necessità di chi è affetto da malattie neuromuscolari (come SLA e SMA) e distrofie muscolari; il suo scopo è migliorare la qualità della vita delle persone prese in carico, fornendo a loro e alle famiglie un supporto clinico, assistenziale e psicologico. Nel 2022, sono state acquistate due carrozzine: una con supporto per il tronco e cuscino posturale e l’altra manuale con autopinta e poggiatesta.

RELAZIONI CON LA COMUNITÀ DEL CAFFÈ

Simonelli Group è particolarmente coinvolta nella comunità del caffè e da oltre quindici anni supporta e collabora in modo attivo con le principali associazioni e organizzazioni che la rappresentano, come lo SCA (Specialty Coffee Association), la Coffee Science Foundation (CSF), il CQI (Coffee Quality Institute), l'Alliance Coffee Excellence (ACE), l'ASIC, il Consorzio tutela caffè espresso, il Consorzio italiano del caffè, il Gruppo Italiano torrefattori, e, in passato, ha curato i rapporti anche con l'ICO e l'INEI.

SCA - SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION

La Speciality Coffee Association (SCA) è un'organizzazione mondiale senza scopo di lucro a base associativa che rappresenta migliaia di professionisti del caffè (dai produttori ai baristi) di tutto il mondo. Fondata sul principio dell'apertura, dell'inclusività e della conoscenza condivi-

sa, promuove una comunità globale del caffè e supporta iniziative che mirano a rendere il Caffè Specialty un'attività fiorente, equa e sostenibile per l'intera catena del valore. La SCA agisce da collante all'interno dell'industria del caffè ed opera per migliorare gli standard qualitativi in tutto il mondo attraverso un approccio collaborativo e progressivo.

Simonelli Group collabora dal 2005 con SCA (prima della fusione di SCAA, SCAE del 2017 collaborava con le singole associazioni) su diversi fronti: nelle competizioni internazionali come sponsor del campionato World Barista Champion; nella formazione mettendo a disposizione strutture e promuovendo e organizzando corsi SCA; nelle manifestazioni partecipando agli eventi organizzati (Expo e World of Coffee); nella comunità supportando diverse iniziative dei vari Guilds (roaster guilds, barista guilds, technical guilds) e dei National Chapters.



ASSOCIAZIONE PER LA SCIENZA E INFORMAZIONE SUL CAFFÈ (ASIC)

L'ASIC è nata nel 1966 a Parigi ed è la principale associazione internazionale dedicata alla condivisione e alla divulgazione della ricerca scientifica sul caffè.

Essa organizza e coordina un convegno biennale in cui i principali ricercatori e specialisti provenienti da tutto il mondo si incontrano per condividere i risultati delle ricerche scientifiche sul caffè.

Simonelli Group partecipa e supporta le attività dell'ASIC, attraverso i contributi dei lavori condotti dal Research and Innovation Coffee Hub.



COFFEE KNOWLEDGE HUB (CKH)

Ad Aprile 2021 Simonelli Group ha realizzato e lanciato una nuova piattaforma formativa *phygital* attraverso cui offrire corsi di formazione di alto livello a tutti gli interessati attraverso la collaborazione con i migliori esperti del caffè e le più prestigiose organizzazioni mondiali (fra cui Cup of Excellence, CQI, SCA). Questa piattaforma consente ai 3200 membri iscritti di acquisire nuove importanti competenze ed accrescere così le loro opportunità professionali. Attraverso questa piattaforma si attiva una rete di relazioni che favorisce lo sviluppo di una comunità globale del caffè. Nel 2022 sono stati tenuti 150 corsi (contro i 65 del 2021) a 1.373 studenti (contro i 506 del 2021). Nella tabella seguente vengono riportati i corsi offerti suddivisi per tipologia di tematica.

CATEGORIA DI CORSO	NUMERO DI CORSI
BARISTA	37
BUSINESS	7
GREEN COFFEE	8
RESEARCH	1
ROASTING	13
SCIENCE	20
SENSORY	12
SOCIOLOGY	1
SUSTAINABILITY	3
TECHNICAL	10
SOCIAL SCIENCE	1
SCA LECTURE	37
TOTALE	150



**COFFEE
KNOWLEDGE
HUB**

I numeri del Coffee Knowledge Hub nel 2022:

150 **1.373**
Corsi Studenti

YOUTH ACADEMY

Dal 2018, Simonelli Group è promotrice di un programma di formazione gratuita per giovani under 30 che intendono avviare o consolidare un percorso professionale nel mondo del caffè, basato sul Coffee Skill Program di SCA.



Per ogni sessione vengono selezionati 6 allievi in base ai curriculum forniti e ad una fase di selezione, a cui vengono offerti i seguenti corsi:

- INTRODUZIONE AL CAFFÈ
- GREEN COFFEE (FOUNDATION LEVEL)
- BREWING (FOUNDATION LEVEL)
- SENSORY (FOUNDATION LEVEL)
- ROASTING (FOUNDATION LEVEL)
- BARISTA (FOUNDATION LEVEL)
- BARISTA (INTERMEDIATE LEVEL)
- BARISTA (PROFESSIONAL LEVEL)

Nel 2022 la Youth Academy si è tenuta in Italia, in Malesia, in Inghilterra, in Turchia.



APPENDICE

GRI Content Index

Le tabelle che seguono fungono da strumento di raccordo tra i contenuti del presente Report Integrato e le informative dei *GRI Sustainability Reporting Standards*.

STATEMENT OF USE

Simonelli Group SpA ha redatto il presente Report Integrato con riferimento agli Standard GRI per il periodo 01.01.22-31.12.22.

GRI 1

GRI 1: Foundation 2021

GRI SECTOR STANDARD(S) APPLICABILE

N.A.



GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD		RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	PAG.	
GENERAL DISCLOSURES				
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	Dettagli organizzativi	2. Modello di Business e creazione del valore / Assetto proprietario	30
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota Metodologica	2
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica	2
	2-4	Restatements di informazioni	Non sono state apportate revisioni delle informazioni relative ai precedenti periodi di rendicontazione	
	2-5	Assurance esterna	Il Bilancio non è stato sottoposto ad <i>assurance</i> esterna	
	2-6	Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	2. Modello di Business e creazione del valore	28
	2-7	Dipendenti	5. Capitale umano / L'organico	67
	2-8	Lavoratori non dipendenti	5. Capitale umano / L'organico	67
	2-9	Struttura e composizione della governance	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	31
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	31
	2-11	Presidente del più alto organo di governo	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	31
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione degli impatti	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	31
	2-14	Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	31
	2-15	Conflitto di interessi	1. Identità e Governance / Etica e integrità del Business	22
	2-16	Comunicazione delle criticità	5. Capitale umano / Il personale	66
	2-17	Conoscenza collettiva del più alto organo di governo	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	
	2-18	Valutazione delle prestazioni del massimo organo di governo	2. Modello di Business e creazione del valore / Corporate Governance	31
	2-22	Statement sulla strategia di sviluppo sostenibile	Stakeholder Engagement e analisi di materialità	12
	2-23	Impegni nelle politiche	1. Identità e Governance / Etica e integrità del Business	22
	2-24	Integrazione degli impegni nelle politiche	1. Identità e Governance / Etica e integrità del Business	22
	2-25	Processi per rimediare agli impatti negativi	1. Identità e Governance / Etica e integrità del Business	22
	2-26	Meccanismi di consultazione ed espressione di dubbi	1. Identità e Governance / Etica e integrità del Business	22
	2-27	Conformità con le leggi e i regolamenti	Non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di rendicontazione	
	2-28	Associazioni	8. Capitale relazionale / Relazioni con la comunità e il territorio	106
	2-29	Approccio di stakeholder engagement	Stakeholder Engagement e analisi di materialità	6
	2-30	Accordi di contrattazione collettiva	5. Capitale umano / L'organico	71

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	PAG.
TEMI MATERIALI				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo per la determinazione dei temi materiali	Stakeholder Engagement e analisi di materialità	8
	3-2	Lista dei temi materiali	Stakeholder Engagement e analisi di materialità	9
PERFORMANCE ECONOMICHE				
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	3. Capitale finanziario / Distribuzione del valore generato	47
IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI				
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-2	Impatti economici indiretti significativi	8. Capitale relazionale-sociale	100
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO				
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	8. Capitale relazionale-sociale / Relazione con i fornitori	104
COMPORTEMENTO ANTICONCORRENZIALE				
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016	206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	Non si sono verificati episodi di comportamenti anticoncorrenziali, antitrust e pratiche monopolistiche	
IMPOSTE				
GRI 207: Imposte 2019	207-1	Approccio alla fiscalità	3. Capitale finanziario / Distribuzione del valore generato	49
MATERIALI				
GRI 301: Materiali 2016	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	6. Capitale naturale / Consumi	84-86
	301-2	Materiali utilizzati provenienti da riciclo	6. Capitale naturale / Consumi	84-86
ENERGIA				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	6. Capitale naturale	78
GRI 302: Energia 2016	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	6. Capitale naturale/Consumi	87-88
ACQUA E SCARICHI IDRICI				
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	6. Capitale naturale/Consumi	89-90
	303-4	Scarichi idrici	6. Capitale naturale/Consumi	89-90
	303-5	Consumo di acqua	6. Capitale naturale/Consumi	89-90

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	PAG.
EMISSIONI				
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	6. Capitale naturale / Emissioni di gas serra	91-93
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	6. Capitale naturale / Emissioni di gas serra	91-93
	305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	6. Capitale naturale / Emissioni di gas serra	91-93
RIFIUTI				
GRI 306: Rifiuti 2020	306-3	Rifiuti prodotti	6. Capitale naturale / Gestione responsabile dei rifiuti	94-95
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	6. Capitale naturale / Gestione responsabile dei rifiuti	94-95
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	6. Capitale naturale / Gestione responsabile dei rifiuti	94-95
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI				
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	8. Capitale relazionale-sociale / Relazione con i fornitori	102
OCCUPAZIONE				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	5. Capitale umano	64
GRI 401: Occupazione 2016	401-1	Assunzioni e turnover	5. Capitale umano / L'organico	72
	401-2	Benefit per i dipendenti full-time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	5. Capitale umano / Welfare e benessere aziendale	74
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	5. Capitale umano	64
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75
	403-3	Servizi di medicina del lavoro	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75
	403-9	Infortuni sul lavoro	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75
	403-10	Malattie professionali	5. Capitale umano / La salute e la sicurezza dei luoghi di lavoro	75

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD			RIFERIMENTO CAPITOLO / PARAGRAFO	PAG.
FORMAZIONE E ISTRUZIONE				
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	5. Capitale umano / La formazione e lo sviluppo delle competenze	73
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	5. Capitale umano / La formazione e lo sviluppo delle competenze	73
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	5. Capitale umano	64
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	2. Modello di Business e creazione del valore/Corporate Governance 5. Capitale umano / L'organico	31-67
COMUNITÀ LOCALI				
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	8. Capitale relazionale-sociale / Relazioni con la comunità e il territorio	100
SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI				
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	Non si sono verificati episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	
MARKETING ED ETICHETTATURA				
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	Non si sono verificati episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Non si sono verificati episodi di non conformità in materia di comunicazioni di marketing	
PRIVACY DEI CLIENTI				
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	2. Modello di Business e creazione del valore / Etica e integrità del Business	22
ALTRI ASPETTI MATERIALI				
Economia circolare	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	4. Capitale intellettuale / Attività di ricerca	58-59
Innovazione e tecnologia	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	4. Capitale intellettuale / Nuovi prodotti e tecnologie	56-57
Collaborazioni e partnership con mondo scuola e università	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	8. Capitale relazionale-sociale / Relazioni con la comunità e il territorio	106
Soddisfazione e gestione delle relazioni con i clienti	3-3	Modalità di gestione dei temi materiali	8. Capitale relazionale-sociale / Relazioni con i clienti	105

APPROVAZIONI

Questo report di sostenibilità è stato approvato
dal Consiglio di Amministrazione il 15 settembre 2023.

Pubblicazione: novembre 2023.

Stampato su carta Fedrigoni X-PER certificata FSC®



Creative concept and design
Viola Marinelli

Illustrazione di copertina
Giulia Rossi
www.giuliarossi.art

Contributi grafici
Romina Marchionni

SIMONELLI | GROUP

Simonelli Group S.p.a.
Via E. Betti, 1
62020 Belforte del Chienti (MC)
Italy

www.simonelli-group.com