



# **SAMMONTANA ITALIA**

## **RELAZIONE DI IMPATTO 2025**

**SAMMONTANA ITALIA S.P.A. SOCIETÀ BENEFIT**

# INDICE

**LETTERA AGLI STAKEHOLDER**

**NOTA METODOLOGICA**

**SAMMONTANA SOCIETÀ BENEFIT**

**LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ**

**FINALITÀ 1: QUALITÀ DEI PRODOTTI E CURA DEI CONSUMATORI**

STORIE DI IMPATTO 2025

OBIETTIVI 2026

**FINALITÀ 2: VALORIZZAZIONE DELLA COMUNITÀ E SOSTEGNO ALLE GENERAZIONI FUTURE**

STORIE DI IMPATTO 2025

OBIETTIVI 2026

**FINALITÀ 3: MODELLI DI BUSINESS SOSTENIBILI**

STORIE DI IMPATTO 2025

OBIETTIVI 2026

**FINALITÀ 4: CO-EVOLUZIONE DELL'ECOSISTEMA**

STORIE DI IMPATTO 2025

OBIETTIVI 2026

**FINALITÀ 5: DECARBONIZZAZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS**

STORIE DI IMPATTO 2025

OBIETTIVI 2026

**LA MISURA DEL NOSTRO IMPATTO**

I RISULTATI DEL BIA

CONCLUSIONI

## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari stakeholder,

questa Relazione di Impatto segna un passaggio fondamentale nella nostra storia: è la prima della nuova Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit, nata dalla fusione che ha dato forma a una realtà industriale e valoriale più grande, più forte e più consapevole delle proprie responsabilità.

Il 2025 rappresenta l'anno in cui la trasformazione ha preso pienamente vita. Sammontana S.p.A. Società Benefit ha infatti inglobato, tramite un processo di fusione inversa, con effetti contabili e fiscali retroattivi al 1° gennaio 2025, la controllante, Sammontana Italia S.p.A., società non operativa e governata dalla finanziaria Sammontana Holding S.p.A.. Contemporaneamente, in modo trasversale, ha assorbito il Gruppo FDA, inteso come identità industriale e organizzativa condivisa, che riuniva le aziende Forno d'Asolo S.p.A. e S.I.P.A. S.p.A.. Questa operazione ha determinato un significativo salto dimensionale, con il raddoppio dei volumi produttivi e del fatturato, e ha rafforzato in modo sostanziale l'ambizione legata all'impegno di beneficio comune.

Contestualmente, Sammontana S.p.A. Società Benefit ha assunto infatti la denominazione di Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit, confermando in modo esplicito una scelta strategica e identitaria: mantenere lo status di Società Benefit quale leva per la costruzione di un modello di impresa responsabile, inclusivo e orientato a uno sviluppo sempre più internazionale.

Il 2024 ci aveva visto raggiungere una tappa importante: la certificazione B Corp, che riconosceva il valore del percorso intrapreso come Sammontana S.p.A. Società Benefit. Oggi, nel 2025, questa visione entra in una nuova fase: intendiamo portare i principi B Corp all'interno dell'intero perimetro di Sammontana Italia, integrandoli nei processi, nei sistemi e nella cultura delle aziende che compongono il Gruppo, con l'obiettivo di estendere la certificazione entro l'estate 2026. Un cammino impegnativo, ma necessario, che affrontiamo con determinazione e visione.

Nel mio ruolo di Head of Sustainability & Impact, ho il privilegio di accompagnare questa transizione complessa, un processo che è insieme industriale, culturale e umano. È in momenti come questi che ciò che ci guida diventa ancora più evidente: la convinzione che la sostenibilità non sia un insieme di progetti, ma un modo di fare impresa.

Sotto il nostro *Purpose "Il Sorriso che Nutre il Futuro delle Nuove Generazioni"*, ad orientare le nostre scelte continuano a essere le cinque finalità di beneficio comune, che rappresentano la bussola su cui abbiamo fondato l'identità della nuova Sammontana Italia Società Benefit:

1. Creare esperienze gustose e sostenibili, con prodotti di alta qualità, ricette innovative e una comunicazione trasparente, che valorizza le nostre radici italiane.
2. Contribuire alla crescita della comunità, generando opportunità per le nuove generazioni e promuovendo lo scambio intergenerazionale.
3. Promuovere modelli sostenibili, riducendo sprechi e impatti ambientali lungo tutta la catena del valore.
4. Favorire l'interdipendenza e la collaborazione, consapevoli che solo insieme ai nostri partner possiamo amplificare l'impatto positivo.

5. Decarbonizzare il modello di business, accelerando la transizione verso un approccio a zero emissioni, in linea con gli obiettivi europei e nazionali.

Questa prima edizione della Relazione di Impatto di Sammontana Italia è quindi molto più di una rendicontazione: è una dichiarazione di intenti, il racconto di un nuovo inizio e la conferma del nostro impegno a generare valore economico, sociale e ambientale, estendendo il nostro impatto oltre l'Italia e contribuendo oggi in Francia, Germania, Svizzera, Stati Uniti e Canada, con la volontà di continuare a crescere in nuovi contesti internazionali.

Crediamo che oggi fare impresa significhi assumersi la responsabilità di contribuire al benessere collettivo. Significhi costruire fiducia, generare valore condiviso e mettere le persone e le comunità di appartenenza al centro delle nostre scelte.

Con questo spirito vi presentiamo la nostra Relazione di Impatto 2025, rinnovando con trasparenza e responsabilità l'impegno che da sempre guida il nostro percorso.

*Chiara Di Cesare*

Head of Sustainability & Impact

## NOTA METODOLOGICA

La presente nota metodologica descrive l'approccio adottato da Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit (da ora in poi "Sammontana Italia" o "Gruppo") per la rendicontazione delle attività e degli impatti relativi all'esercizio 2025. Questo documento rappresenta la prima Relazione di Impatto della nuova legal entity che ha integrato al proprio interno i marchi e le competenze precedentemente appartenenti a Sammontana S.p.A. Società Benefit, Forno d'Asolo S.p.A, S.I.P.A. S.p.A. e le controllate.

La rendicontazione 2025 si inserisce in un percorso già avviato negli anni precedenti da Sammontana S.p.A. Società Benefit, che aveva pubblicato:

- La prima Relazione di Impatto nel 2024, relativa al periodo maggio–dicembre 2023, primo anno parziale operativo come Società Benefit;
- La Relazione di Impatto 2024, primo anno completo di rendicontazione, successivo all'integrazione nello statuto delle finalità di beneficio comune avvenuta a maggio 2023.

Con la nascita della nuova entità societaria, la rendicontazione 2025 introduce un cambiamento significativo nel perimetro organizzativo, che si amplia includendo le realtà confluite nel Gruppo Sammontana Italia. Tale passaggio comporta un'evoluzione metodologica, sia nella raccolta dei dati sia nella misurazione degli impatti, con l'obiettivo di garantire continuità rispetto al percorso precedentemente intrapreso e, al tempo stesso, di rappresentare in modo fedele e trasparente le caratteristiche della nuova organizzazione.

Per l'esercizio 2025, il perimetro rendicontato considera:

- le attività svolte da Sammontana S.p.A. Società Benefit per la quasi totalità dell'anno, sino alla fusione;
- le prime attività integrate della nuova Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit a partire da dicembre 2025;
- gli impatti generati dal complesso delle aziende e dei marchi confluiti nel nuovo Gruppo, laddove disponibili e misurabili.

Coerentemente, la relazione di Impatto 2025 è costruita secondo i seguenti principi:

- continuità, per garantire la comparabilità delle informazioni con le rendicontazioni precedenti;
- trasparenza, per evidenziare in modo chiaro e motivato eventuali variazioni di perimetro, metodi o indicatori;
- gradualità, per integrare progressivamente dati, sistemi e processi delle diverse realtà aziendali confluite nella nuova entità;
- completezza, per rappresentare, laddove possibile, gli impatti complessivi del Gruppo alla luce della fusione.

Questo documento segna quindi l'avvio di una nuova fase: la rendicontazione d'impatto dell'intero Gruppo, che rappresenta un'organizzazione ampliata per dimensioni, articolazione e responsabilità. A partire dalla prossima edizione, la relazione di Impatto restituirà in modo pieno e integrato i risultati della nuova realtà societaria, in coerenza con le finalità di beneficio comune e con il percorso verso l'estensione della certificazione B Corp a tutto il Gruppo.

## OBIETTIVI DELLA RENDICONTAZIONE

Con la rendicontazione dell'anno 2025, Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit intende:

1. Rappresentare con chiarezza e completezza le performance ambientali, sociali e di governance relative all'ultimo esercizio della precedente entità (Sammontana S.p.A. Società Benefit) e contestualmente del primo periodo di operatività della nuova legal entity.
2. Garantire continuità e comparabilità rispetto alle Relazioni di Impatto pubblicate negli anni precedenti, pur tenendo conto del cambiamento di perimetro derivante dalla fusione e dall'integrazione dei marchi e delle competenze delle società confluite nel Gruppo.
3. Valutare l'evoluzione delle azioni intraprese in relazione agli impegni definiti nella precedente Relazione di Impatto, con particolare attenzione al percorso verso l'estensione della certificazione B Corp all'intero Gruppo.
4. Integrare in modo progressivo e strutturato dati, processi e sistemi di misurazione delle diverse realtà aziendali che oggi compongono Sammontana Italia, ponendo le basi per una rendicontazione unificata a partire dal prossimo esercizio.
5. Rafforzare il processo di monitoraggio e miglioramento continuo, contribuendo a diffondere e consolidare la cultura della sostenibilità e dell'impatto positivo a tutti i livelli dell'organizzazione e nelle aziende integrate.

### Metodologia di misurazione dell'impatto

La misurazione dell'impatto per l'esercizio 2025 è stata condotta utilizzando lo standard internazionale Benefit Impact Assesment (BIA) – versione 1.6, lo strumento sviluppato da B Lab che consente una valutazione strutturata e comparabile delle performance ESG (ambientali, sociali e di governance).

Il processo di raccolta, analisi e consolidamento dei dati è stato coordinato da Chiara Di Cesare, Head of Sustainability & Impact, che ha supervisionato l'intero processo di rendicontazione, raccogliendo i contributi provenienti dalle diverse aree aziendali del Gruppo. Il percorso è stato svolto con il supporto di NATIVA, Regenerative Design Company, a garanzia della coerenza metodologica e del rispetto dei requisiti previsti dalla normativa sulle Società Benefit.

The logo for NATIVA, featuring the word "NATIVA" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black rectangular background.

## PERIMETRO E FONTI INFORMATIVE

Il perimetro della rendicontazione comprende:

- Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit
- Le controllate: Transfrigo Srl, Sammontana Italia Retail Srl, Forno e Più Gmbh, Bindi Deutschland Gmbh, Bononia Sas, Dessert De France Sas, Dakana Services Sas, Gelpat Tradition Sas, Les Experts Pâtisseries Sas, Bindi North America Inc, Sammontana North America Inc, Sammontana Canada Holding Inc e La Rocca Creative Cakes Inc (entrata nel perimetro del Gruppo dal 1° aprile 2025).

I dati e le informazioni contenute nel presente documento si riferiscono al periodo 1° gennaio 2025 – 31 dicembre 2025. Le fonti includono sistemi interni di raccolta dati, indicatori di performance, survey e interviste con le funzioni aziendali, oltre alla documentazione delle attività progettuali realizzate.

Il processo ha preso in considerazione le seguenti aree:

- Ambiente: riduzione delle emissioni, uso efficiente delle risorse, gestione degli scarti, packaging sostenibile;
- Persone e comunità: parità di genere, benessere lavorativo, relazioni con il territorio e iniziative sociali;
- Governance: trasparenza, coinvolgimento degli stakeholder, processi decisionali sostenibili e inclusivi.

L'aggiornamento del punteggio BIA e la mappatura delle azioni intraprese consentono una valutazione trasparente dei progressi realizzati, delle criticità ancora presenti e delle priorità per il futuro.

Questa nota metodologica accompagna la prima Relazione di Impatto di Sammontana Italia e testimonia l'impegno del Gruppo a strutturare in modo solido e trasparente il proprio percorso di sostenibilità. Essa rappresenta un ulteriore passo nel consolidamento dell'identità di impresa rigenerativa, capace di creare valore condiviso per tutti gli stakeholder, lungo un percorso evolutivo continuo.

## **SAMMONTANA ITALIA SOCIETÀ BENEFIT**

Per Sammontana, la sostenibilità è da sempre un valore condiviso e un orientamento strategico che coinvolge l'intera catena del valore. Negli ultimi anni ha infatti integrato in modo sempre più strutturato principi ambientali, sociali ed economici nella propria governance, consolidando il percorso avviato con la trasformazione in Società Benefit e rendendo le finalità di beneficio comune parte integrante delle scelte di business.

Questo impegno ha trovato ulteriore forza nel 2024, anno in cui Sammontana ha acquisito le Società del Gruppo FDA (da adesso, FDA Group) e ha visto l'ingresso di Investindustrial – partner strategico e già certificato B Corp – ottenendo lei stessa la certificazione B Corp. Si è trattato di una scelta non dettata da logiche finanziarie, ma dall'intenzione di rafforzare un modello imprenditoriale fondato su italianità, responsabilità e visione rigenerativa. La partnership con un investitore certificato B Corp ha confermato la volontà di preservare e sviluppare un approccio all'impresa capace di integrare crescita e impatto positivo.

In coerenza con questa visione, i patti parasociali voluti dal Presidente Leonardo Bagnoli stabiliscono che tutte le società del Gruppo debbano intraprendere il percorso verso la certificazione B Corp. Si tratta di un principio culturale prima ancora che strategico, che sancisce l'integrazione della sostenibilità nel cuore della governance.

Il 15 dicembre 2025 segna un passaggio decisivo: viene depositato e firmato l'atto di fusione per incorporazione tra Sammontana S.p.A. Società Benefit, Sammontana Italia S.p.A., Forno d'Asolo S.p.A. e S.I.P.A. S.p.A. con effetti contabili e fiscali retroattivi al 1° gennaio 2025, dando vita alla nuova Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit, oggi società capogruppo operativa. Questa operazione consolida l'identità del Gruppo come organizzazione orientata al beneficio comune e rafforza il percorso verso l'estensione della certificazione B Corp all'intero perimetro aziendale entro il 2026.

Con questa prospettiva, gli obiettivi delineati nella Relazione di Impatto 2025 non riguardano più la singola entità giuridica, ma il processo di convergenza e integrazione dell'intero Gruppo. È un progetto di ampia portata, che mira a costruire una strategia di impatto unitaria e coerente, basata su responsabilità, rispetto e innovazione rigenerativa, a beneficio della collettività e delle future generazioni.

## LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

La Direzione Sostenibilità è composta dall'Head of Sustainability & Impact e da un team dedicato alla progettazione e al monitoraggio delle performance. Come massimo organo di governo in materia di sostenibilità, resta confermato lo Steering Committee, punto di riferimento strategico per le decisioni del Gruppo. Coordinato dall'Head of Sustainability & Impact, il Comitato vede la partecipazione del CEO, di alcuni investitori – tra cui il presidente della holding Leonardo Bagnoli e altri membri della famiglia Bagnoli – dei rappresentanti di sostenibilità di Investindustrial e dei Direttori delle principali funzioni del Gruppo.

La relazione sul perseguimento del beneficio comune viene redatta dall'Head of Sustainability & Impact e resa pubblica sul sito di Sammontana Italia, nell'apposita sezione dedicata alla Sostenibilità.

Dal 2024 è attivo un Gruppo di Ambassador della sostenibilità, denominati Ambassador del Sorriso, composto da persone provenienti da tutte le aree aziendali. Esperti delle cinque finalità di beneficio comune e dei principi che le ispirano, questi Ambassador hanno il compito di promuovere e diffondere la cultura della sostenibilità sia all'interno dell'organizzazione sia nei suoi contesti esterni.

## **FINALITÀ 1: QUALITÀ DEI PRODOTTI E CURA DEI CONSUMATORI**

*Creare prodotti alimentari di alta qualità, ricette pensate per offrire a ciascuno un'esperienza di piacere interpretando i nuovi stili alimentari e le diverse esigenze dei consumatori nel rispetto delle nostre radici italiane adottando una comunicazione coerente con i principi di etica e sostenibilità, stimolando l'attenzione all'acquisto consapevole.*

Il 2024 ha segnato una tappa fondamentale nella storia del Gruppo. La nascita di Sammontana Italia ha unificato marchi storici e rafforzato l'impegno verso prodotti di qualità, orientati a una sempre più elevata attenzione agli standard di sicurezza alimentare certificata, rafforzando l'attenzione sulle emergenti esigenze alimentari dei consumatori e sui messaggi da trasferire. Entrambe le storie di impatto che seguono raccontano in modo complementare come Sammontana Italia stia interpretando la prima finalità di beneficio comune, impegnandosi a creare prodotti di alta qualità che offrano un'esperienza di piacere nel rispetto delle diverse esigenze alimentari, delle nostre radici italiane e dei principi di sostenibilità e comunicazione etica. La definizione di un'unica Innovation Policy per tutto il Gruppo assicura ricette più semplici, trasparenti e responsabili, orientando lo sviluppo di gelato, *Sweet & Savoury Pastry* e *Patisserie* verso standard crescenti di naturalità e attenzione all'ambiente. Allo stesso tempo, il viaggio del Barattolino negli Stati Uniti amplifica questo messaggio oltre i confini nazionali, portando all'estero un modello di gelato che unisce tradizione italiana, ecodesign e trasparenza, promuovendo un consumo più consapevole, oltreoceano. Insieme, queste storie mostrano come Sammontana Italia stia mettendo il prodotto al centro di un percorso che coniuga gusto, responsabilità e innovazione, generando valore per le persone e per il pianeta.

## STORIE DI IMPATTO 2025

### SAMMONTANA ITALIA: UN SOLO GRUPPO, UN'UNICA INNOVATION POLICY PER UNA QUALITÀ CHE UNISCE GUSTO, TRASPARENZA E RESPONSABILITÀ TUTTA ITALIANA

Nel percorso di integrazione che ha portato alla nascita di Sammontana Italia, l'unificazione dei criteri di sviluppo prodotto è stata una delle scelte più significative. L'obiettivo era chiaro: costruire un'unica Innovation Policy capace di guidare in modo coerente e trasversale le categorie del Gruppo – Gelato, *Sweet & Savoury Pastry* e *Pâtisserie* – verso standard sempre più elevati di sicurezza, naturalità e rispetto dell'ambiente.

La Qualità, per Sammontana Italia, inizia molto prima della ricetta finale. Nasce dalla selezione delle materie prime, dal livello di trasparenza richiesto ai fornitori, dalla scelta di limitare ingredienti dibattuti e dall'adozione di processi che sappiano coniugare gusto, sicurezza alimentare e responsabilità ambientale. Tutti gli ingredienti devono provenire da fornitori qualificati e rispondere a requisiti rigorosi: un principio non negoziabile, che il Gruppo ha scelto di rafforzare con criteri ancora più stringenti.

Dopo aver introdotto, già nel 2016<sup>1</sup>, le prime Linee Guida di sostenibilità per il Gelato, nel 2020 la stessa visione è stata estesa alla *Sweet & Savoury Pastry*, portando nel 2023 alla definizione di Linee Guida unificate e più restrittive per lo sviluppo dei nuovi prodotti di *Sweet & Savoury Pastry*. Nel 2025 questo approccio è stato ulteriormente ampliato alla categoria *Pâtisserie*, creando così un unico framework di innovazione e qualità per tutto il Gruppo.

Queste Linee Guida definiscono oggi un quadro condiviso che orienta le scelte di formulazione e di selezione delle materie prime: ingredienti più semplici e tracciabili, riduzione progressiva degli additivi non essenziali, valutazione dell'impatto ambientale come criterio sistematico di sviluppo, oltre a una costante attenzione alla trasparenza nell'ingredientistica.

Si tratta di un'evoluzione non solo tecnica ma culturale: il clean label, per Sammontana Italia, non è meramente una leva di marketing, bensì un principio industriale. Un modo di progettare i prodotti che mette al centro l'esperienza del consumatore, la sicurezza alimentare, la chiarezza dell'etichetta e l'impatto sull'ambiente, valorizzando allo stesso tempo le nostre radici italiane e la capacità di innovare senza perdere autenticità.

Per rendere tangibile l'applicazione dell'unica Innovation Policy, nel 2025 Sammontana Italia ha ampliato in area Gelato la gamma Amando con due nuovi stecchi, Lime e Lampone, rafforzando l'offerta vegetale e clean label, e ha introdotto il Barattolino Yogurt e Mango, sviluppato secondo criteri di ecodesign e verificato tramite LCA, con una riduzione misurabile delle emissioni rispetto alla formulazione equivalente. Anche in *Sweet & Savoury Pastry* è proseguita l'innovazione responsabile con il lancio del nuovo croissant senza zuccheri aggiunti con farcitura all'arancia amara, pensato per rispondere ai diversi stili alimentari con ricette più semplici e ingredienti selezionati. Un impegno che si estende ulteriormente alle

---

<sup>1</sup> Nell'ambito dell'Accordo sottoscritto con il Ministero dell'Ambiente all'interno del Programma Nazionale per la Valutazione dell'Impronta Ambientale

esigenze di chi segue uno stile di vita sano ed equilibrato, attento al controllo del peso e, più in generale, al proprio benessere.

Lato *Patisserie*, abbiamo risposto agli stessi bisogni sviluppando nuove proposte che valorizzano le radici italiane e, allo stesso tempo, accolgono i diversi stili alimentari, con ricette più semplici, ingredienti selezionati e un ampliamento della gamma vegana fino a 11 referenze.

Questi sviluppi mostrano come la qualità sostenibile guidi concretamente le scelte di prodotto, traducendo gli impegni ambientali e nutrizionali in soluzioni accessibili e in linea con le esigenze dei consumatori.

Questa scelta rafforza una visione che considera ogni prodotto come un punto di incontro tra tradizione, innovazione e cura del pianeta. È così che Sammontana Italia interpreta la prima Finalità di Beneficio Comune: creare alimenti di alta qualità che offrano piacere e benessere, sostenendo un consumo più consapevole e rispettoso delle persone e dell'ambiente.

### **BARATTOLINO VA IN AMERICA: IL VIAGGIO DI UN PROGETTO ICONICO TUTTO ITALIANO**

Il lancio del Barattolino negli Stati Uniti<sup>2</sup>, avvenuto il 29 giugno 2025 al *Summer Fancy Food Show* di New York, rappresenta per Sammontana Italia non solo un nuovo capitolo di presenza internazionale, ma soprattutto l'opportunità di condividere oltre oceano un modo autentico, responsabile e italiano di fare gelato. Il Barattolino, prodotto iconico della nostra storia, è infatti la prima gamma ad essere stata sottoposta a un'analisi completa di Life Cycle Assessment (LCA) nell'ambito del "Programma nazionale per la valutazione dell'impronta ambientale", promossa nel 2016 dal Ministero dell'Ambiente. Questo percorso ha guidato importanti interventi di ecodesign sulla formulazione e sui materiali, che hanno portato a una riduzione delle emissioni di Gas Effetto Serra (CO2 eq) del 13% in tre anni, confermando la volontà del Gruppo di migliorare concretamente l'impatto ambientale dei propri prodotti prima ancora di ampliarne la diffusione.

Il debutto americano rispecchia questa visione: un gelato realizzato con cura in Italia, nel rispetto del "saper fare" Italiano e di quel gusto autentico che lo hanno reso riconoscibile per generazioni, adattato con sensibilità ai nuovi stili alimentari e alle preferenze dei consumatori internazionali attraverso la versione "Grande Pint", senza perdere la sua identità. I gusti scelti – tra cui Cioccolato, Pistacchio, Vaniglia e Amarena, Croccante di Mandorle e Caramello Salato – raccontano infatti un equilibrio armonioso tra tradizione italiana e capacità di accogliere culture gastronomiche diverse.

La collaborazione con Eataly USA ha permesso di posizionare il Barattolino in un contesto che valorizza prodotti etici, tracciabili e legati a uno storytelling trasparente. Il container brandizzato installato presso Eataly Flatiron nel cuore di Manhattan non è stato un'operazione commerciale fine a sé stessa, ma un luogo di incontro e racconto, pensato per avvicinare le persone alla cultura alimentare italiana, rendere visibile l'impegno ambientale del prodotto e promuovere un consumo più consapevole.

Portare il Barattolino negli Stati Uniti significa quindi amplificare il suo impatto positivo: condividere un modello alimentare fondato su qualità, sostenibilità e responsabilità; mostrare

---

<sup>2</sup> <https://www.sammontanaitalia.com/it/news/il-gelato-sammontana-sbarca-negli-stati-uniti-l-iconico-gelato-.html>

che un prodotto pensato e ripensato in chiave ecodesign può viaggiare nel mondo come ambasciatore di un approccio etico alla produzione alimentare; dimostrare che innovare non significa adattarsi al mercato a ogni costo, ma guidarlo con scelte coerenti, trasparenti e rispettose dell'ambiente e delle persone.

In questo senso, la storia del Barattolino negli USA non parla soltanto di un gelato, ma di un messaggio: portare lontano un prodotto italiano fatto bene significa diffondere una cultura del gusto che unisce piacere, qualità e attenzione al pianeta.

## OBIETTIVI 2026

AZIONI E TARGET PROGRAMMATI 1° FINALITA'			
Temi	Obiettivi	kpi	Target 2026
Alta Qualità dei prodotti, dei processi produttivi	Gelato - Indice di Conformità Materie Prime (Empoli e Colognola ai Colli)	% lotti conformi/lotti consegnati	> 98,8%
	Gelato - Indice di Conformità Prodotto Finito (Empoli e Colognola ai Colli)	% porzioni conformi al versamento/porzioni prodotte	> 99%
	Gelato – Reclami su prodotto venduto (Empoli – EM; Colognola ai Colli – VR)	ppm	EM < 0,6 ; VR < 1,6
	<i>Sweet &amp; Savoury Pastry</i> - Indice di Conformità Materie Prime (Colognola ai Colli e Maser)	% lotti conformi/lotti consegnati	> 96%
	<i>Sweet &amp; Savoury Pastry</i> - Indice di Conformità Prodotto Finito (Colognola ai Colli e Maser)	% porzioni conformi al versamento/porzioni prodotte	> 98%
	<i>Sweet &amp; Savoury Pastry</i> – Riduzione reclami su prodotto venduto (Colognola ai Colli e Maser)	ppm	< 0.4
	<i>Patisserie</i> - Indice di Conformità Materie Prime (San Giuliano Milanese e Jesolo)	% lotti conformi/lotti consegnati	> 98%
	<i>Patisserie</i> - Indice di Conformità Prodotto Finito (San Giuliano Milanese e Jesolo)	% porzioni conformi al versamento/porzioni prodotte	> 98%
	<i>Patisserie</i> – Riduzione reclami su prodotto venduto (San Giuliano Milanese - SGM e Jesolo - J)	ppm	SGM < 1,2 ; J < 2,1
Nuovi prodotti - Innovazione sostenibile	Gelato – prodotti plant based, ricette clean label, senza zuccheri aggiunti	Misura dell'innovazione in n° di items pensati per le persone e l'ambiente	+ 2 items della gamma Amando + 2 items senza emulsionanti

	Sweet & Savoury Pastry – prodotti plant based, ricette clean label, senza zuccheri aggiunti	Misura dell'innovazione in n° di items pensati per le persone e l'ambiente	+ 1 item completamente vegetale certificato V label
	Patisserie - prodotti plant based, ricette clean label, senza zuccheri aggiunti	Misura dell'innovazione in n° di items pensati per le persone e l'ambiente	+ 1 item di prodotto della gamma, sviluppato completamente clean label
Comunicazione sostenibile	Politica di Marketing Etico	Revisione 2026	Rif. Direttiva (UE) 2024/825 (D.Lgs. 20 febbraio 2026, n. 30)
	Gelato – saper fare Italiano: diffondere i valori dell'italianità come base per le campagne internazionali	N° partnership istituzionali attivate	1

## **FINALITÀ 2: VALORIZZAZIONE DELLA COMUNITÀ E SOSTEGNO ALLE GENERAZIONI FUTURE**

*Contribuire alla crescita e alla valorizzazione della comunità in cui Sammontana opera e al sostegno delle nuove generazioni nell'espressione del loro pieno potenziale, creando attivamente opportunità che stimolino la loro realizzazione, convinti dell'importanza dello scambio intergenerazionale.*

Contribuire alla crescita e alla valorizzazione della comunità significa, per Sammontana Italia, agire con responsabilità verso il territorio, le persone e le nuove generazioni. È un impegno che si traduce nella creazione di opportunità, nella promozione di legami duraturi e nella scelta di investire in percorsi capaci di generare valore condiviso.

Nel perseguire questa Finalità di Beneficio Comune, abbiamo scelto di sostenere progetti orientati a sviluppare il potenziale individuale e collettivo, mettendo in connessione le generazioni, creando spazi di espressione autentica e offrendo risposte concrete ai bisogni reali ed emergenti delle comunità.

Per questo abbiamo deciso di raccontare tre storie di impatto – il progetto D&I Young con gli studenti della scuola Meneghetti di Verona, i B Days rivolti alle nostre persone e la prima indagine D&I condotta su tutta la popolazione aziendale – che insieme rappresentano in modo complementare il nostro impegno statutario verso la crescita e la valorizzazione della comunità e delle nuove generazioni.

D&I Young mostra il sostegno ai giovanissimi nel riconoscere il proprio valore e nel crescere in ambienti inclusivi.

I B Days testimoniano il nostro investimento nello scambio intergenerazionale e nello sviluppo del potenziale umano dentro l'azienda.

L'indagine D&I evidenzia la scelta di ascoltare attivamente le nostre persone per creare opportunità più eque, inclusive e capaci di promuovere la piena realizzazione individuale e collettiva.

Insieme, queste iniziative traducono la nostra finalità di beneficio comune in azioni concrete che generano impatto nella scuola, nell'impresa e nel territorio.

## STORIE DI IMPATTO 2025

### D&I YOUNG A VERONA PER PROMUOVERE L'INCLUSIONE NEI GIOVANISSIMI

Nel 2025 Sammontana Italia ha scelto di rafforzare ulteriormente il proprio impegno verso le nuove generazioni attivando, per la prima volta a Verona, il percorso *Diversity & Inclusion Young* presso la Scuola Secondaria di Primo Grado "Borgo Roma, plesso A. Meneghetti". L'iniziativa nasce dalla convinzione che la costruzione di una società più equa e rispettosa abbia radici profonde nei contesti educativi e nella capacità di ascoltare e valorizzare la voce dei più giovani.



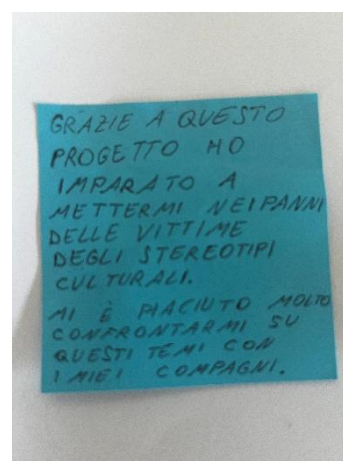
Con il supporto di **InVento Innovation Lab**, che ha guidato le attività formative e di facilitazione, Sammontana Italia ha coinvolto due classi, la 1A e la 2C, per un totale di 34 studenti e studentesse. Il percorso è stato progettato per affrontare in modo concreto e partecipato temi centrali come la parità di genere, la lotta agli stereotipi, il contrasto alle discriminazioni e la valorizzazione delle differenze. Attraverso incontri, laboratori e momenti di confronto, i ragazzi hanno potuto riflettere sui propri vissuti, osservare criticamente la realtà che li circonda e tradurre le loro idee in progetti creativi.



Il coinvolgimento è stato altissimo: il 100% degli studenti e dei docenti ha dichiarato di essere soddisfatto dell'esperienza, evidenziando la capacità del percorso di stimolare curiosità, dialogo e consapevolezza. La classe 1A ha lavorato sul tema della **parità di genere**, realizzando una serie di cartelloni che invitano a superare luoghi comuni nello sport, nel mondo del lavoro e nella vita quotidiana, celebrando anche figure femminili ispiratrici. La classe 2C si è concentrata invece sul **contrasto al razzismo**, realizzando una video-intervista dedicata alle discriminazioni culturali e un cartellone che valorizza le diverse origini e identità presenti nella scuola.

Il cuore del progetto è stato il processo: i ragazzi e le ragazze hanno sperimentato la collaborazione in piccoli gruppi, la condivisione di idee e punti di vista, la capacità di mettersi in discussione e di trasformare concetti complessi in messaggi chiari e accessibili. Il lavoro laboratoriale ha favorito dinamiche di partecipazione attiva e ha rafforzato competenze trasversali come il pensiero critico, l'ascolto empatico, la gestione dei conflitti e l'organizzazione del lavoro.

I docenti hanno sottolineato l'efficacia del percorso nel rendere le studentesse e gli studenti protagonisti del proprio apprendimento, capaci di tradurre temi astratti come "stereotipi", "uguaglianza" o "inclusione" in rappresentazioni concrete e sentite. Gli stessi studenti e studentesse hanno raccontato di aver imparato a non giudicare le scelte degli altri, a riconoscere il valore della diversità e a comprendere che il rispetto è la base per qualsiasi relazione sana.



Il progetto si è concluso con un momento di restituzione pubblica, durante il quale sono stati consegnati gli attestati e valorizzato l'impegno di tutti i partecipanti. Per Sammontana Italia, questo percorso non ha rappresentato soltanto un'iniziativa di sensibilizzazione, ma un vero investimento nel futuro della comunità locale. Portare nella scuola Meneghetti il messaggio che "ognuno ha il diritto di essere sé stesso" significa contribuire alla costruzione di ambienti più accoglienti, inclusivi e capaci di far crescere le nuove generazioni in una cultura del rispetto.

Con *D&I Young*, Sammontana Italia ha voluto ribadire la centralità delle persone e delle comunità nei propri obiettivi di beneficio comune, dando voce ai giovani e accompagnandoli nella scoperta del valore positivo che ciascuno può generare nel proprio territorio. Una storia di collaborazione, ascolto e trasformazione, che continuerà a ispirare percorsi futuri.



*Giovanissimi ragazzi e ragazze che hanno partecipato all'iniziativa (Scuola Media Statale Meneghetti – Verona)*

## **I B DAYS: IL BENEFICIO DELL'INCLUSIONE**

I B Days nascono con un significato semplice e potente. La "B" richiama la nostra identità di Società Benefit e il percorso verso la certificazione B Corp, ma rappresenta anche un modo di "essere": essere parte attiva del cambiamento, essere responsabili, essere consapevoli. Da questa idea ha preso forma un percorso di formazione esperienziale dedicato alla sostenibilità e all'impatto sociale, con un focus specifico su Justice, Equity, Diversity & Inclusion (JEDI), temi sempre più centrali per la nostra cultura aziendale.

Il programma, condotto grazie all'esperienza di Campus<sup>3</sup>, alla collaborazione dei team Human Resource e Sostenibilità del Gruppo ed al prezioso supporto degli Ambassador del Sorriso, ha accompagnato le persone di Sammontana Italia in un percorso di crescita che integra dimensione personale e professionale. Ogni giornata ha combinato contenuti teorici, esercitazioni pratiche, momenti di riflessione e dialogo aperto. Al centro del percorso, i tre pilastri della sostenibilità – ambientale, sociale ed economica – approfonditi attraverso casi concreti, dati aggiornati e testimonianze sui cambiamenti climatici, sugli impatti sulle persone

**CAMPUS**

<sup>3</sup> CAMPUS è la scuola di alta formazione di NATIVA che supporta professioniste e professionisti, imprese e new gen ad affrontare le sfide della sostenibilità per coglierne le opportunità.

e sulla reputazione delle imprese. Un focus specifico è stato dedicato alle cinque finalità di beneficio comune previste dallo Statuto, raccontate attraverso esempi tratti dalle *Storie di Impatto* della Relazione 2024, rafforzando il nesso tra strategia e azione.

Uno dei momenti più apprezzati ha riguardato l'approfondimento sul ruolo dell'impresa nella crescita e valorizzazione della comunità, con un focus sui giovani e sullo scambio intergenerazionale. Il dialogo si è aperto spontaneamente a temi sensibili e attuali: stereotipi inconsapevoli, bias cognitivi, discriminazioni più o meno visibili. Attraverso esercizi pratici di ascolto, collaborazione e riflessione individuale, le persone hanno potuto riconoscere dinamiche quotidiane che influenzano relazioni, decisioni e comportamenti.

La partecipazione è stata trasversale e inclusiva. Hanno preso parte ai B Days il CEO, il top e middle management, i team di sostenibilità e gli Ambassador del Sorriso, figure chiave nella diffusione del *purpose* aziendale. In totale, il percorso ha coinvolto 114 iscritti, con 100 partecipanti effettivi, 19 Ambassador e 3 membri del team Sostenibilità, distribuiti in 5 giornate di formazione. Una platea ampia che ha reso evidente la volontà comune di crescere insieme.

I feedback raccolti raccontano la forza del progetto: chi ha partecipato lo descrive come un'esperienza "arricchente", "coinvolgente", "aggregante", capace di generare "consapevolezza", "fiducia", "appartenenza" e un rinnovato "impegno". Alcune voci interne restituiscono l'essenza dei B Days:

"Sono importanti i rapporti interpersonali..."

"Ho scoperto di avere bias che non sapevo di avere..."

"Mi sono sentita accolta, ascoltata e mi sento fiduciosa per il futuro..."

"Questi eventi sono una stella polare che ci consente di mantenere la rotta..."

I B Days hanno dimostrato che la sostenibilità non è soltanto un insieme di processi o indicatori, ma un luogo di incontro tra persone, idee e prospettive. Un percorso che unisce la crescita individuale al senso di responsabilità collettiva, rafforzando la cultura dell'impatto che guida Sammontana Italia. Rappresentano un seme di trasformazione destinato a crescere nel tempo: un passo ulteriore nel consolidare una comunità aziendale che mette al centro il rispetto, l'equità, la cura delle relazioni e l'impegno verso un futuro più giusto per tutte e tutti.



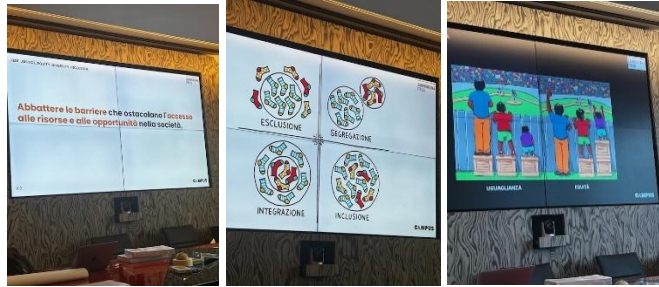
*Momento di formazione e condivisione durante le giornate B Day a San Giuliano Milanese (giugno 2025)*



*Momento di formazione e condivisione durante le giornate B Day Ad Empoli - FI (giugno 2025)*



*Momento di formazione e condivisione durante le giornate B Day a Maser - TV (settembre 2025)*



*Momento di formazione e condivisione durante le giornate B Day ad Empoli - FI (settembre 2025)*

## L'ASCOLTO DELLE PERSONE: L'INDAGINE D&I

Nell'estate 2025 Sammontana Italia ha compiuto un passo fondamentale nel proprio percorso di crescita culturale: ha scelto di ascoltare direttamente le persone. Per la prima volta, tutte le lavoratrici e i lavoratori delle aziende italiane del Gruppo sono state invitate a partecipare a un ampio questionario su Diversità e Inclusione, uno strumento prezioso per comprendere percezioni, vissuti quotidiani e aree di miglioramento reale.

Hanno risposto in 831, un numero che ha superato ogni aspettativa. Una partecipazione così alta ha confermato che il tema è sentito e che la comunità aziendale desidera contribuire attivamente alla costruzione di un ambiente di lavoro più equo e partecipativo.

Fin dai primi risultati è emerso un quadro ricco, complesso e profondamente umano. La percezione dell'inclusione è apparsa come la base più solida su cui costruire il futuro: il senso di appartenenza è forte, la maggior parte delle persone sente di poter essere sé stessa e di avere spazio per esprimere le proprie idee. L'"apprezzamento della diversità" è uno dei dati più positivi in assoluto, con appena l'1,3% di risposte negative. Questo indica che la cultura del rispetto è diffusa e radicata, e rappresenta un punto di forza identitario del Gruppo.

Accanto a questi segnali incoraggianti, il questionario ha però evidenziato aree che richiedono un impegno chiaro e mirato. La valorizzazione strategica della diversità è l'ambito più fragile. Molte persone riconoscono che, pur in un clima generalmente positivo, la diversità non è ancora percepita come un elemento che guida davvero le decisioni organizzative. Questo "divario" tra valori dichiarati e pratiche effettive è un punto di attenzione importante, perché



Questionario aziendale su Diversità, Equità e Inclusione – D.E.I.

Cara e caro collega,

La responsabilità è da sempre una nostra priorità. Per questo abbiamo pensato di condividere con te un questionario per approfondire il tuo pensiero su alcune importanti tematiche.

Il questionario che trovi di seguito, infatti, ha l'obiettivo di valutare la tua percezione sulle tematiche di **Diversità, Equità e Inclusione** e ci permetterà di comprendere meglio le opinioni, le esperienze e le conoscenze su questi temi all'interno della nostra comunità aziendale.

Scansiona il Qr Code e compila il questionario **entro il 17/07/2025**.



IL QUESTIONARIO È COMPLETAMENTE **ANONIMO** e i dati raccolti saranno utilizzati per decidere come lavorare per rendere la nostra Azienda un posto sempre più inclusivo ed equo e dove le diversità siano accolte e valorizzate.

Prima di iniziare a compilare il questionario, ti invitiamo a leggere la breve **lettera di accompagnamento del nostro Amministratore Delegato**, Alessandro Angelon, che desidera condividere il suo pensiero circa l'importanza di questo nuovo percorso.

Ti ringraziamo per il tempo che ci dedicherai e per il contributo che darai esprimendo il tuo pensiero. Ogni singola opinione conta davvero molto!

Un caro saluto,

Comitato D.E.I. – Diversity, Equity, Inclusion

riguarda il modo in cui il Gruppo può trasformare la propria cultura in azioni e opportunità concrete.

Ancora più significativo è quanto emerso sul tema della equità. È qui che la fotografia si fa più critica: oltre quattro persone su dieci dichiarano di non percepire pari opportunità, né di sentirsi incoraggiate a candidarsi per nuove posizioni o responsabilità. Anche il trattamento equo e l'impegno per l'equità sono giudicati insufficienti da circa un terzo dei rispondenti. Questo sentimento di ingiustizia, profondamente trasversale, rappresenta un potenziale freno alla fiducia e all'engagement: indica un bisogno esplicito di maggiore trasparenza nei processi e di una governance più inclusiva nelle decisioni che riguardano crescita e mobilità interna.

Il capitolo sulla discriminazione rivela luci e ombre. Da un lato la maggioranza riconosce che il Gruppo non tollera comportamenti inappropriati e che collega le parole ai fatti. Dall'altro, il sistema di segnalazione – fondamentale per tutelare chi subisce o osserva comportamenti discriminatori – appare poco conosciuto o poco accessibile. Con il 37,2% di risposte negative, si tratta dell'indicatore più critico dell'intero questionario.

Un dato che parla chiaramente: non basta dire che la discriminazione non è accettata, è necessario costruire processi sicuri, protetti e credibili, in cui ogni persona sappia come agire e cosa aspettarsi.

E proprio in questa complessità risiede il valore più grande del questionario. I dati non sono un giudizio: sono un invito all'azione. Hanno permesso all'organizzazione di riconoscere i propri punti di forza, come l'inclusione e il rispetto, e di individuare con precisione dove orientare i prossimi passi.

Hanno mostrato che la comunità aziendale è pronta a parlare di bias, stereotipi, giustizia ed equità. Hanno reso visibile ciò che spesso rimane implicito e hanno dato voce a esperienze che meritano ascolto e risposta.

Questo primo questionario rappresenta quindi molto più di un esercizio di analisi. È un atto di trasparenza e coraggio collettivo, che pone le basi per un percorso strutturato di miglioramento. Le evidenze raccolte guideranno i prossimi interventi formativi, le evoluzioni dei processi HR, il rafforzamento dei sistemi di segnalazione e, più in generale, l'integrazione dei temi JEDI in tutta l'organizzazione.

Ascoltare è stato il primo passo.

Adesso inizia la parte più importante: trasformare ciò che abbiamo imparato in azioni concrete, credibili e condivise. Perché l'equità, la diversità e l'inclusione non sono fini da raggiungere, ma pratiche quotidiane che costruiscono la cultura di un Gruppo e il benessere di chi la vive ogni giorno.

## OBIETTIVI 2026

AZIONI E TARGET PROGRAMMATI 2° FINALITA'			
Temi	Obiettivi	kpi	Target 2026
<b>Iniziative rivolte ai giovani: D&amp;I Young – B Corp School<sup>4</sup> – Summer School</b>	Iniziative D&I young - progetti con idee e soluzioni concrete per favorire la parità di genere e abbattere le barriere culturali		
	Toscana – c/o Istituto comprensivo Empoli est	N° classi – N° giovani – target di riferimento – eventi collettivi	Classi: 3 – N° giovani 70 delle scuole secondarie (fascia età 11-13 e 14-18) – 1 Evento finale presso l'Istituto
	Veneto – c/o IC BORGO ROMA Verona		Classi: 2 – N° giovani 40 delle scuole secondarie (fascia età 11-13) – 1 Evento finale presso l'Istituto
	Iniziative B Corp School - Start up rigenerative sul modello delle realtà Benefit e B Corp		
	Veneto – c/o Istituto alberghiero IPSAR Carnacina di Bardolino (VR)	N° scuole N° classi – N° giovani – target di riferimento – eventi collettivi	Classi: 1 – N° giovani 20 (fascia età 14-18) - Changemaker Competition a Milano
	Veneto – c/o Liceo Classico Scipione Maffei Verona		Classi: 1 – N° giovani 20 (fascia età 14-18) - Changemaker Competition a Milano

<sup>4</sup> L'iniziativa promossa da InVento Innovation Lab Impresa Sociale vede la partecipazione di Sammontana Italia dal 2023: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7338890343880261633>

	Lombardia – c/o IIS Istituto tecnico Benini, indirizzo sistemi informativi aziendali, di Melegnano (MI)	N° scuole N° classi – N° giovani – target di riferimento – eventi collettivi	Classi: 1 – N° giovani 20 (fascia età 14-18) - Changemaker Competition a Milano
	Lombardia – c/o IIS Istituto tecnico Piero Della Francesca di San Donato Milanese (MI)	N° scuole N° classi – N° giovani – target di riferimento – eventi collettivi	Classi: 1 – N° giovani 20 (fascia età 14-18) - Changemaker Competition a Milano
	Estensione internazionale della B Corp School: evento extrascolastico da avviare presso il sito di Gelpat a Saint-Auvent (Francia), sui temi della data collection ambientale e della tracciabilità delle emissioni.	N° iniziative – N° giovani – target	1 start up innovativa sul modello delle realtà Benfit e B Corp – 20 - rivolto a studenti e studentesse universitari e giovani in percorsi di formazione tecnica post-Baccalauréat (>18 anni)
<b>Generazione di leaders: Ambassador for Change e Dialoghi su noi e il mondo</b>	Iniziative volte a rispondere alla ricerca realizzata nel 2023 da Sammontana Italia ascoltando la gioventù nell'Empolese Valdelsa (15-29 anni) <sup>5</sup>		
	Toscana – c/o Istituto Pontormo di Empoli (FI) - 3 progetti di Changemaking realizzati all'interno della comunità scolastica	N° classi – N° giovani – N° eventi collettivi	Gruppo interclasse – 42 giovani - campus ispirazionale con workshop di 2 giorni - Evento finale del Progetto c/o Istituto e consegna diplomi
	Toscana – c/o Istituto Pontormo di Empoli (FI) - modulo educativo di dialogo e riflessione che usa la narrazione per favorire consapevolezza, ascolto e crescita personale.	N° classi – durata dell'iniziativa - N° giovani	4 classi – 8 ore complessive: 4 incontri da 2 ore ciascuno per ogni classe - 82 giovani - Evento finale del Progetto c/o Istituto e

<sup>5</sup> <https://www.arcolab.org/portfolio/giovani-territorio-sammontana/>

			consegna diplomi
<b>Donazioni e iniziative per la Comunità</b>	Definizione di un budget di donazioni così suddiviso: <ul style="list-style-type: none"> <li>- donazioni di prodotto a fine vita per combattere il food waste</li> <li>- donazioni di prodotti (pro bono) per eventi di pubblica utilità</li> <li>- donazioni finanziarie ad enti benefici, associazioni, eventi in linea con il <i>purpose</i></li> </ul>	valore espresso in € (per prodotti a costo di listino → mancata vendita)	> 150.000
	Smart - Partecipazione al Festival Diffuso di San Martino Buonalbergo (VR) <sup>6</sup>	%	100
<b>Attivazione borse di studio</b>	Proseguire l'impegno di garantire una borsa di studio della durata di 3 anni a 3 studenti e studentesse dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo <sup>7</sup>	%	100
<b>Iniziative multistakeholders focalizzate sul <i>purpose</i></b>	Adesione all' <i>Impact Education Coalition</i> promossa da InVentoLab insieme ad altre 32 aziende italiane <sup>8</sup>	%	100
<b>Dialoghi pubblici &amp; adesione ad associazioni legate ai temi di sviluppo del territorio e sostenibilità</b>	Adesione a tavoli di discussione e altri dialoghi pubblici <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unione Italiana Food - IGI</li> <li>• Confindustria Firenze, Confindustria Toscana e Confindustria Verona</li> <li>• ICC (International Ice</li> </ul>	%	100

<sup>6</sup> La prima partecipazione di Sammontana Italia come partner dell'evento è del 2024 e con questo obiettivo intende confermare l'impegno. <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7348379203425173504>

<sup>7</sup> La partnership con l'ateneo e con il progetto "Borse di Studio" è stata avviata nel 2025 e Sammontana Italia intende onorarlo almeno per i prossimi due anni. <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7344383964335198208>

<sup>8</sup> <https://www.sammontanaitalia.com/it/impegno/alliances.html>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cream Consortium)</li> <li>• Euroglaces (European Ice Cream Association)</li> <li>• IICC (International Ice Cream Consortium)</li> </ul>		
	<p>Adesione alle associazioni, legate ai temi di sviluppo del territorio e sostenibilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• RSF (Regenerative Society Foundation)<sup>9</sup></li> <li>• Assobenefit</li> </ul>	%	100
<b>Attivismo ed eventi partecipativi multistakeholders</b>	Nell'ambito delle associazioni sopra elencate o in copartecipazione con partners accumulati da obiettivi di sostenibilità <sup>101112</sup>	N° eventi previsti	5
<b>Coinvolgimento degli stakeholder in preparazione alla prossima DMA</b>	Coinvolgere tutti gli stakeholder secondo policy di stakeholder engagement approvata dal CDA della Sammontana Holding al fine di terminare la DMA nel primo trimestre 2027	%	100
<b>Coinvolgimento degli stakeholders interni</b>	Formazione: i B Days Rendere i B Days più inclusivi rispetto alle aziende all'estero	N° giorni – N° dipendenti	5 giornate - 100 dipendenti
	Great Place to work – analisi di clima	% popolazione aziendale raggiunta – N° workshop	100 - 2
	Great Place to work – D&I	% popolazione aziendale raggiunta - N°	100 - 2

<sup>9</sup> <https://www.linkedin.com/pulse/courageous-commitment-necessary-investment-dhorf/?trackingId=i7dmv%2B53tngGrRYe1UQ55g%3D%3D>

<sup>10</sup> Nell'ambito della Regenerative Society Foundation Sammontana Italia ha partecipato nel 2025 al Regeneration 20|30 Forum <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7396611048369364992>

<sup>11</sup> Nell'ambito della Venice Climate Week – La Via Europea: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7333913590250254338>

<sup>12</sup> Nell'ambito dell'Impact Education Coalition, in partnership per prevenire la violenza di genere: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7302380347533500416/>

		workshop	
	Management meeting: Eventi partecipativi per il management con workshop dedicati e allineamenti con gli investitori e il CEO	N° eventi	2
	Boost meeting: Eventi partecipativi per il management con il CEO per definire strategie e superare criticità	N° eventi	2

## FINALITÀ 3: MODELLI DI BUSINESS SOSTENIBILI

*Adottare modelli di produzione, distribuzione, commercio e intermediazione commerciale responsabili, che rispettino i principi di sostenibilità, promuovendo l'utilizzo di materie prime a minor impatto ambientale, la circolarità delle risorse impiegate e la minimizzazione degli sprechi.*

Le due storie di impatto sono state selezionate perché rappresentano in modo complementare e concreto come Sammontana Italia stia trasformando la propria catena del valore in chiave circolare e rigenerativa. La collaborazione con Regusto incarna la dimensione circolare della finalità: recuperare eccedenze, ridurre sprechi e trasformare l'invenduto in valore sociale, ambientale ed economico attraverso tecnologie trasparenti e tracciabili. Il Codice della Mandorla, arricchito dal framework di misurazione della rigenerazione sviluppato nell'ambito della Regenerative Society Foundation (RSF) – di cui Sammontana Italia è membro fondatore – rappresenta invece la dimensione rigenerativa della filiera, perché agisce a monte sulla qualità delle materie prime, tutela il capitale naturale, riduce consumi ed emissioni e genera benefici condivisi per territorio, produttori e consumatori. Insieme, queste due storie mostrano un modello di business che non si limita a mitigare gli impatti, ma che mira a restituire valore lungo la catena, moltiplicando gli effetti positivi sull'ambiente, sulle comunità e sull'intero ecosistema agroalimentare.

### STORIE DI IMPATTO 2025

#### UNA FILIERA CHE NUTRE DUE VOLTE: LA COLLABORAZIONE TRA SAMMONTANA ITALIA E REGUSTO CONTRO LO SPRECO ALIMENTARE

Nel 2025, Sammontana Italia ha rinnovato il proprio impegno verso un modello di sostenibilità circolare confermando la collaborazione con Regusto, piattaforma digitale che consente la gestione trasparente delle eccedenze alimentari attraverso tecnologia blockchain. In un contesto in cui la lotta allo spreco rappresenta una delle sfide sociali e ambientali più urgenti, il progetto trasforma l'invenduto in una risorsa capace di generare valore per persone, comunità e ambiente.



Grazie al sistema di tracciabilità certificato di Regusto<sup>13</sup>, ogni donazione è monitorata in tempo reale, garantendo trasparenza e misurabilità dell'impatto. Nel corso del 2025, Sammontana Italia ha donato 29.438 kg di prodotti prossimi al Termine Minimo di Conservazione, che hanno raggiunto 11 enti non profit su tutto il territorio nazionale. Le

---

<sup>13</sup> Dati calcolati dalla piattaforma Regusto e certificati in BlockChain, relativi al periodo 01/01/2025 - 31/12/2025

eccedenze sono state recuperate integralmente, convertendosi in 58.877 pasti equivalenti distribuiti alle realtà che operano quotidianamente al fianco delle persone più fragili.

L'impatto ambientale generato testimonia la forza di un approccio circolare:

- 57.833 kg di CO<sub>2</sub>eq evitati
- 48.069 m<sup>3</sup> di acqua risparmiata
- 103.983 m<sup>2</sup> di suolo preservato grazie alla mancata produzione e smaltimento delle eccedenze

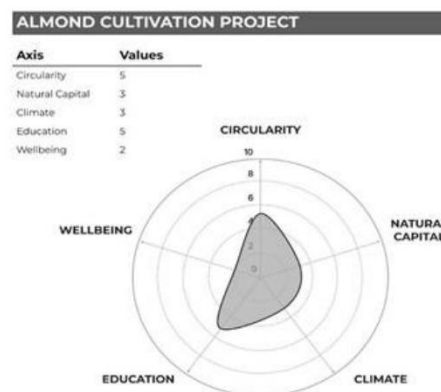
L'azione genera benefici significativi anche sul piano economico: il valore dei prodotti donati è pari a 168.895 €, mentre i benefici fiscali e i risparmi operativi derivanti dalla gestione delle donazioni ammontano rispettivamente a 14.719 € e ad ulteriori risparmi generati dal mancato smaltimento dei rifiuti.

La collaborazione con Regusto rappresenta un modello efficace di gestione responsabile delle risorse, ma soprattutto un esempio concreto di come l'innovazione digitale possa amplificare la portata della solidarietà. Attraverso questo progetto, Sammontana Italia dimostra che ridurre lo spreco non significa semplicemente evitare un costo: significa generare valore per l'ambiente, per la comunità e per l'intero sistema alimentare.

#### IL CODICE DELLA MANDORLA<sup>14</sup>: UN IMPEGNO CONCRETO PER UNA FILIERA AGRICOLA RIGENERATIVA

Il Codice della Mandorla è il programma attraverso il quale Sammontana Italia promuove una gestione responsabile e lungimirante della filiera della mandorla, coinvolgendo tutti gli attori – produttori, trasformatori e partner tecnici – in un percorso condiviso orientato non solo alla sostenibilità, ma alla progressiva rigenerazione delle risorse naturali, dei territori agricoli e del valore economico generato lungo tutta la catena.

Nato per garantire standard elevati in materia di tracciabilità, tutela ambientale ed equità, nel 2025 il Codice ha compiuto un passo ulteriore grazie all'applicazione del Regenerative Measurement Framework, uno strumento internazionale sviluppato da RSF in collaborazione con NATIVA e Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile, con riferimento a, in particolare, le nozioni di limiti planetari, la Teoria della complessità e Systems Dynamics, l'esposomica e la connessione clima-biodiversità-salute (cobenefici). Il framework ha permesso di misurare in modo strutturato le performance rigenerative della filiera della mandorla in cinque aree chiave: circolarità, capitale naturale, clima, educazione e benessere.



<sup>14</sup> <https://www.sammontana.com/codice-della-mandorla.html>

Il progetto, applicato a un mandorleto di 44 ettari nella provincia di Agrigento, ha evidenziato aspetti significativi: la scelta di utilizzare un impianto già esistente ha evitato cambiamenti d'uso del suolo, preservando habitat e biodiversità; la coltura della mandorla siciliana, caratterizzata da un bassissimo fabbisogno idrico soddisfatto quasi interamente dalle piogge, ha confermato un impatto ridotto sulla risorsa acqua; la gestione dei residui agricoli – come le potature lasciate sul terreno – contribuisce alla fertilità del suolo e al mantenimento dell'umidità; l'analisi di circolarità ha registrato un MCI pari a 0,7, grazie al riutilizzo dei gusci come fonte energetica e alla riduzione di rifiuti non recuperabili.

Sul fronte climatico, il monitoraggio delle emissioni secondo i requisiti ISCC PLUS ha confermato la solidità dei dati raccolti, mentre la scelta di utilizzare la mandorla come alternativa al latte vaccino nella linea Amando consente di evitare il 26% di emissioni di CO<sub>2</sub>eq lungo l'intero ciclo di vita del prodotto, offrendo al contempo un'opzione inclusiva per persone con specifiche esigenze alimentari.

Il Codice della Mandorla integra, infine, una dimensione educativa: la creazione di un sito dedicato e l'inserimento di QR code sui packaging permettono di comunicare in modo trasparente i risultati di filiera e di sensibilizzare consumatori, comunità scientifica e stakeholder sul valore della tracciabilità e sulla rilevanza delle pratiche rigenerative.

Grazie a questo approccio, il Codice della Mandorla evolve da semplice programma di sostenibilità a modello di filiera rigenerativa, capace di restituire più valore al territorio di quanto ne assorba, contribuendo alla tutela degli ecosistemi agricoli, alla riduzione degli impatti climatici e alla costruzione di un sistema economico più equo e resiliente.

## OBIETTIVI 2026

AZIONI E TARGET PROGRAMMATI 3° FINALITA'			
Temi	Obiettivi	kpi	Target 2026
Riduzione dello spreco alimentare	Collaborazione con Regusto - Conferimento prodotti vicino a fine vita a donazione (vd. storia di impatto)	Kg prodotto	30.000
	Empoli	% (scarti riutilizzati / tot scarti prodotti) – baseline 2020	46,7
	Cognola ai Colli (gelato)	% (scarti riutilizzati / tot scarti prodotti) – baseline 2022	57,9
	Cognola ai Colli (Sweet & Savoury Pastry)	% (scarti riutilizzati / tot scarti prodotti) – baseline 2022	89,6
	Vinci	% (scarti riutilizzati / tot scarti prodotti) – baseline 2022	74,2
	Maser	% (scarti riutilizzati / tot scarti prodotti) – baseline 2025	57,4
Prodotti progettati in eco-design	Aumentare il volume di prodotti progettati in eco-design sul totale prodotti venduti (in termini di fatturato), inserendo nuove linee produttive del mondo gelati così progettate	N° prodotti	30
Analisi impatto ambientale dei prodotti	Tramite <i>Systematic Approach</i> <sup>15</sup>	% dell'autoprodotto del Gruppo in Italia	100
Materie prime responsabili – certificazioni di sostenibilità: ISCC PLUS, RSPO, Rainforest Alliance, CTM, FairTrade	Approvvigionamento delle materie prime con certificazioni di sostenibilità, rispetto al totale delle materie prime acquistate	% in termini di costo d'acquisto	30

<sup>15</sup> Systematic Approach (LCA): metodologia certificata che consente di applicare l'Analisi del Ciclo di Vita in modo strutturato e continuo, integrandola nei processi aziendali per identificare, monitorare e ridurre nel tempo gli impatti ambientali dei prodotti.

<b>Evoluzione della catena di fornitura - Filiera Frumento per Sweet &amp; Savoury Pastry</b>	Certificazione ISCC PLUS secondo minimo c.c. MB: estensione al sito di Maser	% acquisto	100
<b>Iniziative commerciali responsabili – I Luoghi del Sorriso<sup>16</sup></b>	Avvio, all'interno del programma I Luoghi del Sorriso, di un progetto pilota di iniziative commerciali responsabili che integra, per la prima volta, azioni di sensibilizzazione, raccolta e valorizzazione dei mozziconi nei punti vendita selezionati, in collaborazione con Human Maple.	N° punti vendita interessati	18

<sup>16</sup> Nato nel 2018 con il nome *Lidi Green* e sviluppato con il supporto scientifico della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, il progetto *I Luoghi del Sorriso* evolve nel 2025, anno in cui si consolida lo strumento di valutazione dei punti vendita aderenti attraverso il questionario. In prospettiva Estate 2026, il progetto si arricchisce della collaborazione con Human Maple, integrando per la prima volta azioni strutturate di sensibilizzazione, raccolta e valorizzazione dei mozziconi all'interno dei punti vendita selezionati.

## FINALITÀ 4: CO-EVOLUZIONE DELL'ECOSISTEMA

*Promuovere l'interdipendenza all'interno dell'ecosistema nel quale opera, attraverso la collaborazione e il coinvolgimento dei propri partner, per stimolarne l'evoluzione e migliorare la performance di sostenibilità dell'intera filiera, nella consapevolezza che, l'impatto positivo, possa essere massimizzato solo collettivamente.*

Nel perseguire la quarta Finalità di Beneficio Comune, Sammontana Italia ha scelto di investire in quattro percorsi complementari che raccontano, da prospettive diverse ma coerenti, come il Gruppo stia costruendo un ecosistema di filiera fondato su collaborazione, trasparenza e interdipendenza. L'adesione allo SBTN Corporate Engagement Programme testimonia la volontà di adottare metodologie e metriche scientifiche che, per loro natura, richiedono il coinvolgimento attivo dei partner lungo tutta la catena del valore, rendendo evidente come la performance ambientale dell'azienda sia inseparabile da quella della filiera e dei territori. Il percorso di ascolto e co-progettazione che ha portato alla nascita del Decarbon Club dimostra invece come il dialogo strutturato con i fornitori possa evolvere in iniziative condivise ad alto impatto, capaci di generare standard comuni, linguaggi condivisi e responsabilità collettive nella transizione climatica. Ad integrare questa dimensione esterna, la collaborazione con Progexus lavora sulle dinamiche relazionali e culturali interne al Gruppo, rafforzando un linguaggio comune, una leadership interdipendente e pratiche di ascolto che rappresentano condizioni essenziali per sostenere qualsiasi trasformazione sistemica nel tempo. Infine, il progetto S.T.E.P.S. estende questa visione all'ecosistema territoriale e sociale, mettendo in relazione impresa, scuola, istituzioni e terzo settore e dimostrando come l'impatto positivo possa nascere solo da alleanze autentiche e dalla partecipazione attiva delle comunità, a partire dalle nuove generazioni. Nel loro insieme, queste storie mettono al centro la costruzione di relazioni di fiducia, la condivisione dei dati, la definizione congiunta di obiettivi e l'ascolto reciproco, resi possibili anche dal contributo degli Ambassador del Sorriso e dei partner scientifici e tecnici che affiancano il Gruppo. Secondo questo approccio, la sostenibilità della filiera non è un insieme di azioni isolate, ma un percorso integrato e sistemico, che richiede partnership evolutive e una cultura organizzativa capace di valorizzare la collaborazione come leva fondamentale per massimizzare l'impatto positivo collettivo.

## STORIE DI IMPATTO 2025

### UN IMPEGNO CHE SI COSTRUISCE INSIEME: SAMMONTANA ITALIA ENTRA NELLO SCIENCE BASED TARGETS NETWORK (SBTN) CORPORATE ENGAGEMENT PROGRAMME

Nel 2025 Sammontana Italia ha rafforzato il proprio impegno nel promuovere l'interdipendenza e la collaborazione tra tutti gli attori della filiera aderendo allo Science Based Targets Network (SBTN) Corporate Engagement Programme, il percorso internazionale che consente alle imprese di definire obiettivi scientifici per la tutela della natura lungo tutta la catena del valore. L'adesione rappresenta un passaggio strategico nella realizzazione della nostra quarta finalità di beneficio comune: evolvere non solo come singola azienda, ma come ecosistema.

Con il supporto di Nativa, Sammontana Italia ha completato lo Step 1A del framework SBTN, sviluppando un'analisi approfondita della propria value chain: dalla definizione del perimetro organizzativo secondo gli standard GHG Protocol, all'identificazione delle attività operative e upstream, fino alla mappatura delle High Impact Commodities che caratterizzano la filiera alimentare, come latte, zucchero, cacao, cereali e carta. L'uso del Materiality Screening Tool ha permesso di individuare 184 pressioni ambientali materiali legate alle nostre attività dirette e indirette, evidenziando con chiarezza come la performance di sostenibilità del Gruppo sia inscindibilmente connessa a quella dei partner e dei territori coinvolti nella produzione e nella trasformazione degli ingredienti.



L'ingresso nel programma SBTN rappresenta dunque un impegno concreto ad attivare un percorso condiviso con fornitori, trasformatori, partner tecnici e stakeholder territoriali, basato su dati scientifici, metriche comuni e un linguaggio integrato di sostenibilità. La natura stessa del framework richiede collaborazione: dalla raccolta dei dati primari lungo la supply chain, alla valutazione delle pressioni su acqua, suolo, biodiversità e materiali, fino alla definizione di target condivisi e misurabili per la rigenerazione degli ecosistemi.

Attraverso questa adesione, Sammontana Italia rafforza la propria visione di impatto collettivo: non esiste performance ambientale dell'impresa senza performance ambientale della filiera. Il percorso avviato nel 2025 diventa così un catalizzatore per accompagnare partner agricoli, industriali e logistici in un modello di value chain che evolve insieme, basandosi su una responsabilità condivisa e sulla consapevolezza che i risultati migliori si raggiungono solo se costruiti in modo interdipendente.

### DAL DIALOGO ALLA CO-CREAZIONE: COME NASCE DECARBON CLUB

Per Sammontana Italia, la sostenibilità della filiera non è mai stata un esercizio formale, ma un percorso di interdipendenza costruito nel tempo. Dopo la co-creazione del Codice di

Condotta e l'introduzione dei questionari di autovalutazione, nel 2024 il Gruppo ha avviato una stagione di ascolto strutturato che ha coinvolto 30 fornitori strategici in un workshop dedicato alla co-evoluzione della supply chain. Da quel confronto, articolato su sei tavoli tematici, sono emerse idee concrete di collaborazione e un messaggio forte: la decarbonizzazione è una sfida che nessuna organizzazione può affrontare da sola.

Il 2025 ha rappresentato il naturale proseguimento di questo percorso, con l'obiettivo di trasformare l'ascolto in un progetto comune. Il workshop del 26 novembre 2025, che ha riunito 33 fornitori, è stato progettato come una giornata di lavoro immersiva, centrata su tre pilastri fondamentali della collaborazione di filiera: la qualità dei dati, la definizione dei target e le regole di ingaggio. Dopo un'introduzione sul contesto delle emissioni Scope 3 e sulla necessità di un approccio condiviso alla misurazione, i fornitori sono stati coinvolti in sessioni interattive dedicate alla mappatura delle criticità nella raccolta dei dati, alla condivisione delle barriere operative e alla generazione di soluzioni pratiche di miglioramento.

Organizzati in sei tavoli – dalle materie prime al packaging, dai prodotti finiti ai servizi tecnici – i partecipanti hanno lavorato per identificare non solo le difficoltà più ricorrenti (frammentazione dei dati, mancanza di standard, formati eterogenei), ma anche le opportunità per costruire un metodo comune. Dalle discussioni sono emerse proposte concrete: definire linee guida condivise, valorizzare le buone pratiche già esistenti, creare strumenti digitali per la raccolta dati, stabilire modalità di collaborazione più stabili e continuative. La plenaria conclusiva ha ribadito che la decarbonizzazione della filiera richiede un patto di collaborazione trasparente, capace di facilitare il coinvolgimento di tutti gli attori, indipendentemente dal punto di partenza.

Elemento fondamentale di questo percorso è stata la partecipazione degli Ambassador del Sorriso, chiamati – come in tutte le iniziative di stakeholder engagement, dai B-Days alle attività di filiera – a rappresentare la cultura aziendale dell'ascolto e a supportare attivamente il Gruppo nel perseguimento delle finalità di beneficio comune. Accanto a loro, hanno avuto un ruolo decisivo i partner scientifici che affiancano Sammontana nella transizione climatica: Spinlife, spin-off dell'Università di Padova, per la dimensione tecnico-metodologica; Nativa, per la facilitazione e la visione sistemica; e Bluegreen, con la sua piattaforma e le competenze digitali necessarie a costruire un modello condiviso di raccolta e gestione dei dati.

È in questo contesto che ha preso forma il Decarbon Club: non come un progetto calato dall'alto, ma come la risposta collettiva a esigenze reali emerse dalla filiera stessa. Il Club rappresenta infatti la volontà condivisa di costruire, passo dopo passo, un framework comune di misurazione e riduzione delle emissioni, fondato su dati primari, collaborazione tra pari e un approccio di co-progettazione continuo.

Questa storia racconta esattamente ciò che intende la quarta finalità di beneficio comune: un impatto positivo che nasce dalla relazione, dalla fiducia e dalla costruzione condivisa di soluzioni, in cui ogni attore della filiera diventa parte del processo evolutivo e del valore generato insieme.



*Momento di plenaria durante l'workshop con i fornitori: 33 aziende chiamate a co-progettare il Decarbon Club.*

## UNA COLLABORAZIONE CHE EVOLVE: PROGREGUS E LA TRASFORMAZIONE SISTEMICA DEL GRUPPO

Nella Relazione di impatto di Sammontana SPA Società Benefit 2024 avevamo raccontato del cambiamento sistemico attraverso il quale la collaborazione con il partner Progrexus stava accompagnando il Gruppo. Nel 2025 questa partnership ha continuato a rappresentare un pilastro strategico della trasformazione culturale di Sammontana Italia. In questa fase di consolidamento post-fusione, il progetto ha privilegiato la qualità del lavoro relazionale e l'efficacia delle mediazioni interne, scegliendo intenzionalmente di dedicare più tempo alla business therapy e alle pratiche di ascolto profondo, fondamentali per stabilizzare i nuovi assetti organizzativi. Questa scelta ha portato a un aumento delle diadi/triadi mediate (105, rispetto a un target di 80) e a un leggero scostamento di altri indicatori – come il numero di persone coinvolte nella Change Leading Academy – riflettendo non una riduzione dell'impegno, ma una prioritizzazione consapevole delle attività più necessarie in questa fase evolutiva.



Grazie a questo approccio mirato, il 2025 ha visto rafforzarsi ulteriormente il linguaggio comune, la cultura del feedback e la capacità collaborativa tra persone, team e funzioni, consolidando i passi avanti compiuti nell'integrazione culturale del Gruppo e favorendo un modello di lavoro sempre più interdipendente.

Nel 2026 la collaborazione entrerà nella sua fase di consolidamento e, per questo motivo, abbiamo scelto di non indicare obiettivi quantitativi, bensì di puntare a consolidare il valore qualitativo di questa mediazione, capace di sostenere nel lungo periodo l'interdipendenza positiva tra persone, funzioni e partner dell'ecosistema.

Questa alleanza continua a dimostrarsi essenziale per la nostra quarta finalità di beneficio comune: costruire una trasformazione sistemica che nasce dalle persone e si rafforza nella collaborazione. Perché l'impatto positivo, nel nostro modello, si genera davvero solo insieme.

## S.T.E.P.S. - SINERGIE TERRITORIALI EMPOWERMENT DELLE PERSONE E DELLA SOCIETÀ - COSTRUIRE IMPATTO INSIEME: L'INTERDIPENDENZA COME LEVA DI CAMBIAMENTO

Per Sammontana Italia, generare un impatto positivo significa agire come parte attiva dell'ecosistema in cui opera, collaborando con partner pubblici e privati per affrontare sfide sociali complesse che nessun attore può risolvere da solo. Con questa consapevolezza, il Gruppo ha partecipato al progetto S.T.E.P.S. – Sinergie Territoriali per l'Empowerment delle

Persone e della Società, promosso da Fondazione Cariverona e sviluppato insieme a InVento Innovation Lab, CUEIM e Open Building srl sb | Gruppo Contec.



**InVento**  
Innovation  
Lab

CON IL SOSTEGNO DI  
**FONDAZIONE  
CARIVERONA**

**SAVE THE DATE 2 Aprile 2025 | 10:00 - 13:00**

**SINERGIE TERRITORIALI PER PREVENIRE LA VIOLENZA SULLE DONNE**  
Scuole, imprese e fondazioni s'incontrano per trovare soluzioni.

Verona, VR

Organizza  
**IMPACT**

In partnership con  
**OPEN BUILDING** **SAMMONTANA ITALIA**

All'interno di questa rete collaborativa, Sammontana ha contribuito come azienda partner adottando una classe dell'Istituto IPSIA Giovanni Giorgi di Verona, accompagnando studenti e studentesse in un percorso di ascolto e confronto su temi quali la parità di genere, la prevenzione della violenza sulle donne, l'accessibilità e l'inclusione sociale. Un'esperienza di co-progettazione partecipata che ha messo in dialogo impresa, scuola, istituzioni e terzo settore, valorizzando il ruolo dei giovani come veri protagonisti del cambiamento.

Il progetto ha coinvolto anche la popolazione aziendale dello stabilimento di Colognola ai Colli (VR), invitata a partecipare a un sondaggio ideato e promosso dagli studenti, finalizzato a stimolare una riflessione sull'approccio culturale personale rispetto alle differenze di genere. La survey ha rappresentato un significativo momento di consapevolezza condivisa, rafforzando il dialogo tra il mondo dell'impresa e il territorio.

Questa esperienza<sup>17</sup> testimonia l'impegno del Gruppo nel promuovere relazioni collaborative e responsabili lungo la propria filiera estesa, contribuendo allo sviluppo delle competenze sociali del territorio e a un cambiamento culturale condiviso. Per Sammontana Italia, l'impatto positivo è il risultato di un percorso collettivo, costruito attraverso l'interdipendenza e la collaborazione tra tutti gli attori dell'ecosistema.



*Momenti tratti dall'workshop -  
AZIONI CONCRETE PER LA  
PARITÀ DI GENERE E IL  
CONTRASTO ALLA  
VIOLENZA DI GENERE del 2  
aprile 2025 c/o l'Istituto  
Guglielmo Marconi di Verona.*

<sup>17</sup><https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7354184941695307776>

## OBIETTIVI 2026

AZIONI E TARGET PROGRAMMATI 4° FINALITA'			
Temi	Obiettivi	kpi	Target 2026
Partnership con Progrexus per favorire la trasformazione del Gruppo in modo sistemico	Consolidamento delle attività di business therapy e mediazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percorsi completati</li> <li>• Soddisfazione partecipanti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% attività pianificate</li> <li>• ≥ 85% soddisfazione</li> </ul>
	Stabilizzazione dei cambiamenti introdotti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Follow-up realizzati</li> <li>• Continuità dei comportamenti nei team</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutti i follow-up previsti svolti</li> <li>• Stabilità in ≥ 75% dei team</li> </ul>
	Rafforzamento delle competenze e leadership collaborativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partecipazione a formazione e supervisione</li> <li>• Miglioramento percepito della leadership</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ≥ 90% partecipazione</li> <li>• ≥ 80% miglioramento percepito</li> </ul>
	Favoreggiamento della collaborazione e dell'interdipendenza nel Gruppo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaborazione interfunzionale</li> <li>• Iniziative cross-funzione/partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• +25% collaborazione</li> <li>• ≥ 3 iniziative</li> </ul>
Sistema di gestione responsabile della catena di fornitura	Rafforzamento della Procedura di valutazione delle performance di sostenibilità tramite integrazione con la procedura qualità rendendo obbligatoria la compilazione del questionario	%	100
	Condivisione del Codice di Condotta fornitori con tutti i fornitori principali di	Fornitori di mp	N°44 con addendum per tot di 98

	Sammontana fino a copertura dell'80% della spesa di acquisto coperta.		
	Valutazione dei fornitori tramite questionario	Fornitori di mp	N°44 con addendum (per un tot della copertura del 195.470.828,25 su 203.340.905,36 (96%))
	Audit ai fornitori risultati meno performanti dal ranking derivante dal questionario valutazione performance Sostenibilità	N° Fornitori di materie prime e/o packaging	3
<b>Evoluzione della catena di fornitura - Filiera Latte</b>	Sviluppare partnership con i business partner più virtuosi a seguito di mappatura	N° fornitori coinvolti	3
<b>Iniziativa in collaborazione con l'ecosistema</b>	Collaborazione con Legambiente <sup>18</sup> per il progetto " <b>Spiagge e fondali puliti</b> " con l'obiettivo di realizzare almeno 4 iniziative.	N° iniziative – n° persone coinvolte	8 - > di 300 persone tra cui tanti studenti
	Collaborazione con Legambiente <sup>19</sup> per il progetto " <b>Carovana dei Ghiacciai</b> "	N° iniziative (periodo estivo)	1

<sup>18</sup> La collaborazione con Legambiente è storica per Sammontana Gelati all'Italiana e nel corso del 2025 ha visto la partecipazione del Gruppo all'iniziativa "Carovana dei Ghiacciai" nella sua sesta edizione  
<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7379164003413065728>

## FINALITÀ 5: DECARBONIZZAZIONE DEL MODELLO DI BUSINESS

*Attuare un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.*

### STORIE DI IMPATTO 2025

#### VERSO IL NET ZERO: IL 2025 SEGNA LA SVOLTA CLIMATICA DI SAMMONTANA ITALIA

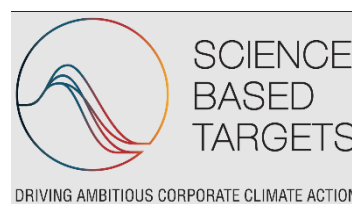
Nel 2025 Sammontana Italia ha compiuto un passo decisivo nell'evoluzione del proprio modello di business verso la neutralità climatica, in linea con la quinta finalità di beneficio comune. Grazie alla collaborazione con ERGO, il Gruppo ha realizzato il primo studio completo di Carbon Footprint Organizzativo sull'intero perimetro aziendale, integrando tutte le emissioni dirette e indirette – dagli stabilimenti produttivi alle catene agricole, dalla logistica ai banchi frigo presso i clienti. Lo studio ha evidenziato un profilo emissivo fortemente “supply-chain intensive”, con oltre il 90% delle emissioni riconducibili allo Scope 3 e con hotspot concentrati negli ingredienti agricoli e nella catena del freddo, confermando la necessità di un approccio sistemico alla decarbonizzazione.

Parallelamente, Sammontana Italia ha formalizzato la propria adesione alla Science Based Targets initiative (SBTi), assumendo l'impegno di definire e rendere pubblici obiettivi climatici basati sulla scienza, allineati al limite di riscaldamento globale di 1,5°C. Questa scelta rappresenta il punto di arrivo di anni di lavoro su LCA, eco-design e analisi d'impatto, e segna l'inizio di una nuova fase: non solo misurare con rigore, ma impostare una strategia di riduzione fondata su standard internazionali verificabili, capace di dare credibilità, comparabilità e trasparenza agli stakeholder.

Attraverso SBTi, Sammontana Italia integra nella propria governance del clima alcuni principi chiave:

- una traiettoria di decarbonizzazione su base scientifica, con obiettivi misurabili sia per le operazioni dirette sia per l'intera catena del valore;
- l'allineamento ai principali standard ESG internazionali e ai requisiti della CSRD;
- un approccio differenziato alle emissioni E/I e FLAG, essenziale per un gruppo con una forte componente agricola;
- l'accesso a un network globale di imprese impegnate nel percorso net-zero e a un supporto metodologico robusto per definire, validare e monitorare i target nel lungo periodo.

Il 2025 diventa così l'anno in cui Sammontana Italia consolida le basi tecniche e strategiche della propria transizione climatica: un lavoro iniziato dalla misurazione completa delle



emissioni e culminato nell'impegno SBTi, che guiderà il Gruppo verso un'economia a zero emissioni nette, coerente con gli obiettivi europei e nazionali di transizione ecologica.

## OBIETTIVI 2026

AZIONI E TARGET PROGRAMMATI 5° FINALITA'			
Temi	Obiettivi	kpi	Target 2026
<b>Definizione degli obiettivi SBTi – Near term</b>	Utilizzo di carburante HVO in sostituzione dei carburanti Diesel di origine fossile per i mezzi di controllo	% sul totale di carburante acquistato	5
	Approvvigionamento di energia elettrica da Garanzia d'Origine (GO), con una quota iniziale pari ad almeno il 70% a partire dal 2025	% sul totale di energia acquistata	85
	Acquisto di CO <sub>2</sub> liquida di origine biogenica <sup>20</sup> , a servizio del sito di Colognola ai Colli – sezione Sweet & Savoury Pastry	% sul totale degli acquisti di anidride carbonica liquida	60
	Sostituzione dei gas refrigeranti con soluzioni a basso GWP <sup>21</sup> (Global Warming Potential) negli stabilimenti produttivi del Gruppo	% di riduzione delle emissioni GH legate alle perdite accidentali di gas refrigerante	10
	Realizzazione di una nuova linea produttiva pancake nello stabilimento di San Giuliano Milanese, caratterizzata da elevata efficienza energetica e riduzione degli scarti di produzione (*perimetro target: San Giuliano Milanese)	% di riduzione delle emissioni GHG Scope 2 location-based*	10
		% di riduzione delle emissioni GHG Scope 3 Cat. 1 - riduzione delle mp utilizzate*	5

<sup>20</sup> L'impiego di CO<sub>2</sub> è connesso al processo produttivo nella fase di impastamento, durante la quale è necessario un sistema di raffreddamento finalizzato a prevenire l'innesco anticipato dei processi di lievitazione.

<sup>21</sup> Il GWP (*Global Warming Potential* o Potenziale di Riscaldamento Globale) è un indicatore che misura l'impatto climatico di un gas serra, come i refrigeranti (F-gas), rispetto all'anidride carbonica, il cui valore di riferimento è 1.

## LA MISURA DEL NOSTRO IMPATTO

L'impatto sociale e ambientale della nostra Organizzazione è stato valutato utilizzando lo standard internazionale di valutazione esterna del Benefit Impact Assessment (BIA) – versione 1.6, conformemente alla Legge 208/2015, comma 382, lettera b) e relativi allegati. Il BIA ci ha aiutato a misurare, valutare e individuare le direzioni di miglioramento riguardanti il nostro impatto in termini di sostenibilità ambientale e responsabilità sociale, come singole imprese e come Gruppo.

### I RISULTATI DEL BIA

Nel novembre 2024 Sammontana SpA Società Benefit (perimetro di analisi è composto da Sammontana SpA Società Benefit, Gelfrigo Srl, Transfrigo Srl, Sammontana Holding Hong Kong Ltd e Bagnoli Icecream Co. Ltd.) ha ottenuto la certificazione B Corp con il punteggio complessivo di 94.1<sup>22</sup>. Nella tabella qui sotto riportiamo quindi i risultati dell'ultima valutazione effettuata, dove è visibile il punteggio complessivo e punteggio dettagliato per ciascuna area di analisi:

 **Sammontana Italia S.p.A. Società Benefit**  

<b>94.1</b> Punteggio	<b>100.0%</b> Completamento	<b>0.0%</b> Verificato	<b>6</b> Versione
--------------------------	--------------------------------	---------------------------	----------------------

 [Visualizza l'azienda](#)

Area di Impatto	Punteggio
GOVERNANCE	14.5
LAVORATORI	27.5
COMUNITÀ	20.3
AMBIENTE	26.9
CLIENTI	4.9

Nel 2025, con lo stesso standard, è stata realizzata una misurazione delle performance di FDA Group e l'autovalutazione è risultata 56.2<sup>23</sup>

<sup>22</sup> <https://app.bcorporation.net/it-it/company>

<sup>23</sup> <https://app.bcorporation.net/it-it/company>

**FDA Group**

<b>56.2</b> Punteggio	<b>100.0%</b> Completamento	<b>0.0%</b> Verificato	<b>6</b> Versione
--------------------------	--------------------------------	---------------------------	----------------------

 [Visualizza l'azienda](#)

I risultati emersi sono stati tradotti in un action plan unitario, costruito per recepire in modo integrato sia le indicazioni europee introdotte dalla CSRD sia i requisiti e gli standard di B Lab, con l'obiettivo di consolidare la trasformazione in un insieme di iniziative sinergiche, coordinate e convergenti a livello di Gruppo.

A seguito della fusione avvenuta nel dicembre 2025, il Gruppo ha scelto di rafforzare ulteriormente il proprio impegno nel percorso di miglioramento continuo, avviando una nuova analisi estesa all'intero perimetro del Gruppo, in coerenza con i Nuovi Standard di B Lab (V2.0 e successivi aggiornamenti). Tale percorso è finalizzato a conseguire e consolidare la certificazione B Corp come Gruppo, rafforzando l'impatto positivo generato e assicurando la piena coerenza con i principi e i requisiti della certificazione.

In questo contesto, il Gruppo prevede di procedere con la submission entro maggio 2026, come tappa chiave di un percorso condiviso e strutturato.

## CONCLUSIONI

Con questa prima Relazione di Impatto di Sammontana Italia, e raccogliendo l'eredità costruita nei due anni in cui Sammontana ha operato come Società Benefit, rinnoviamo e moltiplichiamo il nostro impegno a rendere trasparenti le azioni e i progetti attraverso cui, ogni giorno, diamo concretezza alle nostre finalità di beneficio comune.

È un percorso che trae forza dal nostro *purpose* aziendale, dalla visione che ci guida e dalla strategia di sostenibilità che orienta le nostre scelte, con uno sguardo sempre attento alle persone, all'ambiente e al futuro che vogliamo contribuire a costruire.

Questa Relazione di Impatto non vuole pertanto rappresentare un mero esercizio di rendicontazione, bensì una dichiarazione di responsabilità e di continuità, l'impegno a far sì che la crescita del Gruppo Sammontana Italia vada di pari passo con la capacità di generare valore condiviso, rafforzando le relazioni con tutti gli stakeholder e contribuendo alla rigenerazione degli ecosistemi di cui facciamo parte.