



Rapporto
di sostenibilità

2021

GRUPPO CIMBALI



Indice

<i>Lettera del Presidente</i>	3
<i>Lettera del Direttore Generale</i>	5
<i>Highlights</i>	6
IL PROFILO DEL GRUPPO	8
<i>Storia e presenza geografica</i>	11
<i>I nostri brand</i>	12
<i>Modello organizzativo e dati economici</i>	13
<i>I riconoscimenti del Gruppo</i>	16
IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ	18
<i>Management della sostenibilità e identificazione delle tematiche rilevanti</i>	20
<i>La cornice dei Sustainable Development Goals</i>	25
<i>Mappatura delle attività del gruppo in chiave degli SDGs</i>	26
<i>Le 4 aree di intervento</i>	27
<i>La scelta degli SDGs</i>	28
<i>Obiettivi al 2022</i>	30
PEOPLE	33
<i>Valorizzazione delle risorse umane</i>	36
<i>Formazione continua e sviluppo personale</i>	38
<i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>	40
<i>I programmi per la salute</i>	42
<i>Comunità locale e promozione della cultura</i>	45
<i>Art&Caffeine</i>	48
<i>Diversity & inclusion</i>	49
PEOPLE & PARTNERSHIP	50
<i>Il progetto World Bicycle Relief</i>	51
PRODUCT	54
<i>Tecnologie per il risparmio dei consumi di energia</i>	56
<i>Innovazioni per la sostenibilità</i>	58
<i>Packaging</i>	62
PRODUCT & PARTNERSHIP	64
<i>Valutazione impatto ambientale del ciclo di vita di una macchina da caffè</i>	65
PLANET	68
<i>Processi, sedi e stabilimenti: Green together</i>	71
PLANET & PARTNERSHIP	73
<i>MUMAC Academy - Coffee sustainability program</i>	74
<i>Circular economy - fase di consumo</i>	76
<i>Capri Green Destination</i>	78



La lettera del *Presidente*



Presidente
Maurizio Cimbali

Gruppo Cimbali nel suo ruolo di azienda protagonista del settore di produttori di macchine per caffè da 110 anni intende impegnarsi concretamente nel concepire tecnologie e prodotti innovativi che rispettino gli obiettivi di sviluppo sostenibile e di responsabilità sociale.

Il nostro Gruppo è fortemente presente in molti paesi e ha avviato tutte le azioni necessarie a consolidare il proprio sviluppo futuro. I risultati già raggiunti non rappresentano per Gruppo Cimbali dei traguardi, ma dei punti di partenza da cui intraprendere azioni strategiche che ci consentiranno di raggiungere i risultati economici prefissati, ma non solo. Il mondo del caffè ha di fronte sfide ambientali e sociali enormi: dal cambiamento climatico al ruolo dei farmers a livello globale.

Gruppo Cimbali vuole essere il punto d'incontro tra il chicco di caffè e la tazza che, ogni giorno, milioni di persone in tutto il mondo gustano grazie alle nostre macchine.

Proprio questo contatto quotidiano ci richiede di essere parte attiva nel sensibilizzare il pubblico riguardo alle grandi sfide del nostro settore.

Gruppo Cimbali ha deciso di orientare gli investimenti verso un contributo significativo per migliorare la salute delle persone e del Pianeta. La sfida che intendiamo affrontare è quella di andare oltre i risultati per cogliere l'essenza dell'essere leader oggi nel nostro settore, ossia rappresentare una guida culturale in grado di consentire a tutto il mondo del caffè di costruire alleanze finalizzate a incentivare una sempre maggiore sostenibilità.

Per far questo puntiamo sulle persone, sulle comunità e su una catena di fornitura sempre più etica e circolare, attraverso una visione condivisa che consenta di gestire una complessità crescente mantenendo i livelli di eccellenza e gli impegni presi con il mercato.

Innovazione, eccellenza e sostenibilità sono le parole d'ordine che ci guideranno nei prossimi anni, certi che questi principi porteranno valore al Gruppo, alle persone che vi lavorano e all'intera società.



La lettera del *Direttore* *Generale*



Direttore Generale
Enrico Bracesco

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) sono un insieme di obiettivi definiti dall'ONU per guidare lo sviluppo futuro della società e dell'ambiente a livello globale.

Sia come persone che come imprese, siamo chiamati a sviluppare nuovi modelli di business responsabili, per essere parte di un cambiamento verso una maggiore sostenibilità globale, ma anche per avere accesso a nuove opportunità di mercato grazie all'innovazione sostenibile, in un circolo virtuoso di integrazione tra agenda di business e sostenibilità ambientale.

Nell'ambito dei 17 obiettivi dell'Agenda ONU 2030, Gruppo Cimbali ha scelto di concentrarsi su 4 in particolare che a loro volta fanno capo a 4 aree di interesse: PEOPLE - PRODUCT - PLANET - PARTNERSHIP

Con People ci riferiamo alla valorizzazione del capitale umano, al lavoro dignitoso e tutte quelle attività rivolte alla comunità che gravita intorno al Gruppo; con Product la nostra attenzione è rivolta all'uso efficiente delle risorse con una forte connotazione di innovazione tecnologica; Planet si riferisce invece ai temi globali come i cambiamenti climatici, che hanno impatti rilevanti anche nelle aree di coltura, crescita e coltivazione del caffè, aree ricche di biodiversità potenzialmente minacciate anche da deforestazione e da stress idrico; infine Partnership, il tema maggiormente strategico per il Gruppo perché connette gli stakeholders e va a lavorare sulle alleanze strategiche al di là del concetto classico di concorrenza per trovare delle sinergie e fungere da acceleratore per gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

I nostri obiettivi nel percorso per l'agenda sulla sostenibilità sono dunque ambiziosi. Siamo un'azienda globale con oltre 700 dipendenti presenti in più di 130 paesi del mondo con 4 Marchi e una spinta all'innovazione tecnologica sempre presente. Vogliamo innescare un processo virtuoso che integri una crescita profittevole con un forte senso di etica e responsabilità.

Il nostro primo rapporto di sostenibilità rappresenta in quest'ottica uno strumento importante con il quale ci presentiamo per essere riconoscibili, operando secondo il framework dei "sustainable development goals", per comunicare le nuove sfide che intendiamo affrontare.

Gli Highlights

700

aziende distributrici
in 130 paesi

90%

stage diventati apprendistato
o contratti

10

filiali estere

30

inserimenti negli ultimi
24 mesi

2

filiali italiane

25

piani di sviluppo HR
negli ultimi 3 anni

731

dipendenti a dicembre 2021

11

persone nel team interfunzionale
per la sostenibilità

16

nazionalità

34k

persone vaccinate nell'hub Mumac

5600

ore formazione escluse
quelle di sicurezza

30

biciclette donate a *World
Bicycle Relief*

200

macchine prodotte ogni giorno
nei 3 stabilimenti italiani

100%

packaging riciclato o riciclabile

62

brevetti totali registrati

-70%

emissioni di CO₂ collegate
al packaging del merchandising

19

brevetti registrati negli
ultimi 3 anni

-80%

brochure fisiche nei nuovi eventi

15-38

% di risparmio sui consumi delle
macchine con le nuove tecnologie

12%

consumi elettrici autoprodotti
con energie rinnovabili

-50%

peso del materiale
da movimentare a mano

6%

consumi energia elettrica
(2017-2019)

37%

imballi ritornabili

Il profilo del *Gruppo*

MISSION

01.

Essere leader nel mondo delle macchine professionali per bevande a base di caffè espresso, rappresentandone la storia e disegnandone il futuro con i propri marchi.

02.

Anticipare le esigenze del mercato con prodotti innovativi, di qualità superiore e con un servizio eccellente.

03.

Valorizzare e sviluppare il capitale umano, in un contesto sempre più orientato al lavoro di squadra, all'integrazione e alla sinergia.

Gruppo Cimbali è una multinazionale italiana specializzata nella progettazione e produzione di macchine professionali per caffè espresso. L'azienda porta passione, tradizione e cultura del caffè nel mondo dei bar e dei coffee lovers sin dal 1912, grazie alla costante ricerca di soluzioni innovative, alla cura dei dettagli e alla particolare attenzione al design.

La mission di Gruppo Cimbali è ricoprire il ruolo di leader nel settore delle macchine professionali per caffè espresso, affermando la storia aziendale e tracciando il futuro attraverso tutti i marchi.

L'impegno del Gruppo è volto ad anticipare le esigenze del settore e ad essere sempre un passo avanti rispetto al mercato, offrendo prodotti innovativi e di qualità superiore accompagnati da un eccellente servizio di assistenza.

Progettando ogni macchina professionale con l'obiettivo di anticipare le esigenze del mercato e realizzando prodotti innovativi per funzionalità e design, l'azienda mette a disposizione dei bar lo strumento perfetto per esprimere il proprio talento.

Il Gruppo si prefigge inoltre di valorizzare e sviluppare il capitale umano in un contesto sempre più orientato al lavoro di squadra, all'integrazione e alla sinergia. Il fine ultimo è continuare a promuovere e tutelare la cultura del tanto amato caffè, una cultura da studiare e conoscere. Fare di un'arte una professione richiede impegno e dedizione, ed è grazie al lavoro di squadra, all'integrazione di diverse competenze e a una generosa dose di passione che Gruppo Cimbali contribuisce da sempre a scrivere la storia del caffè.





Storia **e presenza** *geografica*

La storia del Gruppo parte da Milano, da una tradizione familiare che, giunta ormai alla quarta generazione, continua ad arricchirsi di nuovi capitoli.

Oggi il Gruppo opera a livello globale attraverso:

- Due filiali operative in Italia (Roma e Milano);
- 10 filiali all'estero (USA, UK, Francia, Germania, Spagna, Portogallo, Cina, Singapore, Dubai e Slayer-Seattle);

Se l'assetto del gruppo è diventato globale, il suo spirito resta italiano, con una forte presenza sul territorio. L'anima dell'attività produttiva si concentra in Italia, nei tre stabilimenti di Binasco (Milano), Ghisalba (Bergamo) e Cappella Cantone (Cremona), i quali producono insieme una media di oltre 200 macchine per caffè al giorno, ciascuna delle quali ricalca alla perfezione il design e la passione del Made in Italy. Dal 2017, con l'acquisizione del brand americano Slayer, Gruppo Cimbali annovera un quarto stabilimento produttivo a Seattle, negli Stati Uniti.

La rete di distribuzione è presente in oltre 130 paesi con 12 filiali e 700 aziende distributrici che diffondono nel mondo la passione e l'esperienza di Gruppo Cimbali.

I nostri *Brand*

Dopo oltre un secolo di storia alle spalle, Gruppo Cimbali si conferma l'azienda più all'avanguardia del mercato grazie ai suoi prodotti innovativi e di qualità superiore, oltre a eccellenti servizi di assistenza per i brand LaCimbali, Faema, Slayer, Casadio.

Grazie a intense attività di ricerca, sviluppi tecnici rivoluzionari e raffinati elementi di design, l'azienda è in grado di offrire un'ampia gamma di soluzioni volte a supportare la crescita e la qualità dell'intero settore.



Nel 2021, Gruppo Cimbali ha dato avvio a un importante processo di rebranding che ha coinvolto tutti i marchi dell'azienda. Una nuova vision, nuovi obiettivi e strategie si allineano con l'esperienza di un'azienda storica, per un'offerta rinnovata e dedicata al mondo Office, Convenience Store, Coffee Shop e, per la prima volta, al segmento Home.

L'ingresso in questo nuovo mercato è arrivato con un nuovo prodotto esclusivo a marchio Faema, la Faemina, che risponde al sempre più diffuso trend dell'Home Bar.

Modello *organizzativo* e dati *economici*

STRUTTURA DI GOVERNANCE

5 figure rappresentanti

	Presidente Consiglio Amministrazione	Cimbali Maurizio	Rappresentante dell'impresa
	Consigliere Delegato	Cimbali Federico Carlo Alessandro	Rappresentante dell'impresa
	Consigliera Delegata	Cimbali Fabrizia	Rappresentante dell'impresa
	Consigliere	De Vivo Guido	
	Consigliera	Orena Valentina	
	Consigliere	Fenzi Fabio Enzo	

CONSOLIDATO GRUPPO CIMBALI S.P.A

INDICI DI REDDITIVITÀ		2020	2019
ROE netto	Risultato netto/Mezzi propri	1,20%	7,49%
ROE lordo	EBT/Mezzi propri	5,00%	13,03%
ROI	EBITDA/C.I.Gestione Caratteristica	4,83%	10,85%

POSIZIONE FINANZIARIA NETTA CONSOLIDATA		2020	2019
Disponibilità liquide		61.798.029	32.050.793
Attività finanziarie		11.007.422	13.763.654
	tot.	72.805.451	45.814.447
Debiti vs banche		-27.043.156	-9.304.949
Debiti vs altri soggetti finanziatori		-8.092.393	-2.777.591
	tot.	-35.135.549	-12.082.540
	POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	37.669.902	33.731.907

P&L CONSOLIDATO		2020	2019
VALORE DELLA PRODUZIONE (A) - Come è stato distribuito		150.175.857	193.877.705
FORNITURE (i.e. Materiali di produzione, Servizi)		87.309.955	117.097.515
PERSONALE (Dipendenti)		42.801.986	49.621.663
PARTE FINANZIARIA (vs Banche)		516.925	553.957
TASSE (vs Erario)		2.582.486	4.341.709
	tot.	16.964.505	22.262.861

P&L CONSOLIDATO		2020	2019
VALORE DELLA PRODUZIONE (A)		150.175.857	193.877.705
Utile Netto		1.739.251	9.155.889



I Riconoscimenti del Gruppo

Gruppo Cimbali ha ottenuto prestigiosi riconoscimenti, tra cui:

- “*Compasso d’Oro*”, assegnato nel 1962 a La Cimbali Pitagora per la modernità del design e le linee pulite ed essenziali;
- Premio all’Innovazione dell’anno ai Barawards come “*Best Interpreter of Coffee Artists*” per l’acclamata FAEMA E71;
- “*Good Design Award*”, il premio più antico per l’eccellenza del design a livello mondiale;
- “*Red Dot Award*”, vinto dal modello S30 Perfect Touch 2016;
- “*Red Dot Award*”, vinto dal modello Faema E71E (sviluppata in collaborazione con Italdesign) per lo “straordinario design” nella categoria “*Product Design*”;
- “*Red Dot Award*”, vinto dal modello Faema President per la categoria “*Product Design*” 2020;
- Il Museo MUMAC, con tutte le sue declinazioni come hub culturale di Gruppo Cimbali ed esempio di Cultural Corporate Responsibility, è stato riconosciuto degno di far parte del progetto “*Call for Future*” della Fondazione Sodalitas per un futuro sostenibile;
- Menzione d’onore al premio *Impresa+Cultura* promosso da Federlculture e The Round Table per il progetto “*Pausa Caffè*” realizzato con MuseoCity durante il lockdown del 2020 per ridare voce ai musei chiusi tramite podcast dedicati;
- Premio Innovazione SMAU 2021 con il progetto “*Naso Elettronico*” sviluppato in collaborazione con l’Università di Brescia;
- Archiproducts Design Awards 2021, con special Mention for Sustainability, vinto da Faemina nel 2021.



reddot award
winner



Il nostro *approccio* alla *sostenibilità*

IL PERCORSO

01.

2020: STUDIO STRATEGICO

La leva della **sostenibilità come vantaggio competitivo**: Gruppo Cimbali all'interno della filiera del caffè.

02.

2020: IDENTIFICAZIONE DELLE OPZIONI DI ACCREDITAMENTO

Analisi strategica e mappatura interna delle attività in chiave di Sustainable Development Goals.

03.

2021: REDAZIONE DI UN RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

Redazione documento di sintesi delle attività svolte fino a questo momento in chiave di Sustainable Development Goals.

La difesa dell'ambiente, il risparmio energetico, la sicurezza sul lavoro e nell'utilizzo dei nostri prodotti, sono le tematiche chiave di questo millennio. Mancare il proprio impegno nel rispettarle vanifica tutto ciò che di buono un'azienda può fare. Questa la filosofia che anima tutto il lavoro di Gruppo Cimbali, fondato su una costante ricerca della qualità: dei prodotti, delle condizioni di impiego e delle politiche aziendali.

La filiera del caffè è ormai di fronte da molti anni a uno scenario ambientale che è profondamente cambiato e che sta impattando a vari livelli sul settore. Cambiamenti climatici, nuove normative, imprese della filiera e opinione pubblica sempre più coinvolti su questi temi, devono spingere le aziende leader di mercato a considerare la sostenibilità come uno degli elementi strategici più in forte crescita.

Le minacce alla produzione di caffè legate ai cambiamenti climatici e la deforestazione collegata all'espansione delle aree di produzione del caffè sono temi rilevanti sia per i produttori di caffè che per consumatori e consumatrici, e di conseguenza anche per chi produce macchine da caffè.

Per questo motivo Gruppo Cimbali, leader di mercato dell'ultimo anello della filiera, ha deciso di sviluppare le proprie politiche di sostenibilità non limitandosi ai propri processi produttivi, ma con una visione più ampia per veicolare tramite i propri prodotti, che ogni giorno entrano in contatto con milioni di persone in tutto il mondo, le tematiche di sostenibilità globali.



Management **della sostenibilità** *e identificazione* **delle tematiche** **rilevanti**

Cifra distintiva del Gruppo è l'attenzione ai più alti standard etici e di trasparenza verso le realtà partner, nel rispetto del Codice Etico, che guida l'attività per garantire l'efficienza di prodotti e servizi offerti, la sicurezza nel loro uso e, in generale, i più elevati standard di qualità.

A certificare l'impegno del Gruppo anche i numerosi attestati, ottenuti da enti esterni indipendenti, nel rispetto degli standard internazionali.

Il gruppo è inoltre attivo nel monitoraggio delle performance di Sostenibilità tramite la piattaforma ECOVADIS, sistema internazionale di valutazione delle performance aziendali sui temi della sostenibilità che restituisce uno score parametrato per la tipologia di azienda. L'assessment 2020 si è concluso con l'assegnazione della Silver Medal.

Con l'avvio nel 2020 di un percorso per la definizio-

ne del nostro ruolo in relazione agli aspetti di sostenibilità trasversali all'intera filiera del caffè e con la decisione di intraprendere una lettura più accurata delle attività interne per la definizione degli obiettivi di sostenibilità, è stato creato un team interno interfunzionale, costituito da 11 persone, che hanno come focus la sostenibilità sotto diversi punti di vista.



Certificazione Corea



Safety Europa



Safety Europa



Marcatura CE



Safety USA



Safety Canada



Safety USA + Canada



Sanitation USA



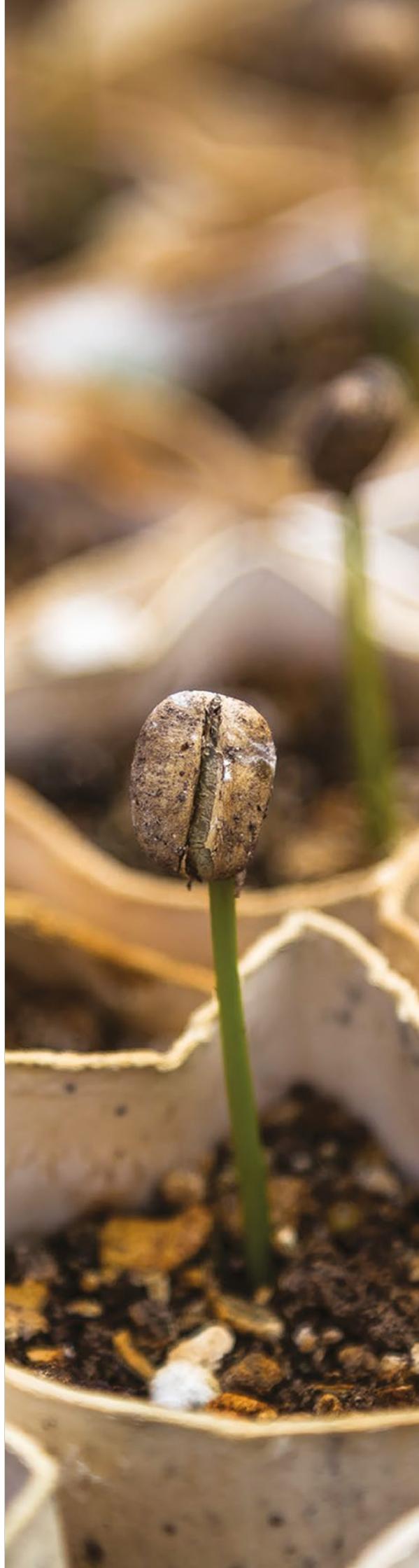
Certificazione Unione Doganale
(Russia, Bielorussia, Kazakhstan,
Armenia e Kirghizistan)



IEI (ISTITUTO ESPRESSO ITALIANO)



ISO9001: Sistema di Gestione aziendale
ISO14001: Sistema di gestione ambientale
ISO 45001: Sicurezza dei lavoratori e lavoratrici



Ogni responsabile di funzione ha identificato una figura referente che, all'interno di un gruppo di lavoro, verifichi che i progetti e le azioni messe in campo siano coerenti con l'approccio alla sostenibilità scelto e intrapreso dall'azienda.

Vogliamo infatti dare un messaggio forte e chiaro, sia internamente che verso l'esterno, sull'importanza data da Gruppo Cimbali ai temi della sostenibilità, sia nella gestione delle attività interne che nel rapporto con gli stakeholder.

Si tratta di un progetto strategico aziendale di lungo periodo con attività ongoing e il coinvolgimento nelle diverse fasi di tutte le funzioni aziendali:



GLI ASPETTI DI MATERIALITÀ

- | | | | |
|---|--|---|--|
|  | Salute e sicurezza sul lavoro |  | Packaging riciclabile |
|  | Formazione e promozione della cultura |  | Sostenibilità della filiera del caffè |
|  | Impegno sociale |  | Carbon Neutrality |
|  | Certificazioni e trasparenza |  | Mobilità sostenibile |
|  | Risparmio energetico dei prodotti e dei siti produttivi |  | Green Procurment |
|  | Economia circolare | | |



Le principali attività in capo al gruppo di lavoro interfunzionale riguardano:

- la valutazione dell'impatto ambientale dell'organizzazione e l'elaborazione dei meccanismi di compensazione;
- l'ideazione, la gestione e il monitoraggio dei progetti di sostenibilità;
- la gestione del processo di coinvolgimento e monitoraggio delle aziende fornitrici per le tematiche di sostenibilità;
- la realizzazione del Rapporto di Sostenibilità.

Le prime attività del gruppo di lavoro sono partite dall'identificazione degli aspetti più rilevanti di sostenibilità, o analisi di materialità.

Con materialità si fa riferimento a quegli aspetti che hanno un impatto diretto o indiretto sulla capacità di un'azienda di creare, preservare o disperdere valore economico, sociale o ambientale, per sé stessa, ma anche per i propri stakeholder e per l'intera società. Tale analisi è stata propedeutica all'individuazione dei temi da rendicontare all'interno di questo primo rapporto di sostenibilità e sarà la base per la definizione di procedure di stakeholder engagement per l'aggiornamento del rapporto.

Uno dei primi impegni del gruppo in tal senso riguarda il coinvolgimento delle imprese fornitrici, attraverso la definizione delle seguenti attività:

- questionario per la raccolta delle informazioni politiche di sostenibilità adottate;
- identificazione dei requisiti sociali e ambientali da inserire nei nostri contratti al fine di definire degli standard di sostenibilità;
- definizione delle linee guida di una Procurement Policy.

Per affrontare questa grande sfida della sostenibilità Gruppo Cimbali ha deciso di adottare un modello di close and open innovation: per noi infatti innovazione è sinonimo di sostenibilità. Siamo partiti dalle risorse interne per poi sviluppare relazioni con i diversi stakeholder. Il gruppo di lavoro interno riveste un ruolo fondamentale. Ogni scelta di business dev'essere per noi, infatti, sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico. Allo stesso tempo abbiamo cominciato ad attivare importanti collaborazioni con startup, enti di ricerca, consulenti, suppliers e tutti quelli che sono gli attori della filiera, in linea con l'obiettivo di creare valore comune, l'obiettivo 17.

La partnership per gli obiettivi è il cuore di tutta la filosofia di Gruppo Cimbali e anche lo strumento per poter raggiungere tutti gli obiettivi dell'agenda 2030.

Gli stakeholder del Gruppo individuati nel codice etico sono:

- Associates
- Partners
- Clienti
- Aziende fornitrici
- Soggetti finanziatori
- Pubblica Amministrazione
- Collettività
- Ambiente





La cornice dei *Sustainable Development Goals*

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals- SDGs) sono un insieme di obiettivi pensati per il futuro dello sviluppo internazionale. L'Organizzazione delle Nazioni Unite li ha scelti tramite votazione e promossi come obiettivi globali di sviluppo sostenibile. Gli obiettivi di sviluppo sostenibile hanno sostituito gli obiettivi di sviluppo del Millennio, scaduti alla fine del 2015, e sono validi per il periodo 2015-2030. Sono previsti 17 obiettivi e 169 target specifici.

Attraverso il nostro primo rapporto di sostenibilità intendiamo definire i nostri obiettivi di miglioramento e promuovere presso il pubblico le grandi istanze di sostenibilità globali, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile Delle Nazioni Unite.

Gruppo Cimbali ha già avviato negli scorsi anni un percorso di riflessione in termini di Sustainable Development Goals, in quanto quadro di riferimento rilevante in grado di creare connessioni all'interno dell'intera filiera del caffè, dalla produzione alla tazza. Con questo rapporto di sostenibilità vogliamo valorizzare le nostre attività in chiave SDGs identificando gli obiettivi maggiormente rilevanti e in grado di guidare il percorso del Gruppo verso una maggiore sostenibilità.

Mappatura delle *attività* del gruppo in chiave degli *SDGs*

IMPACTED
GOALS <
TOTALI



> TOOL GOAL

Le 4 aree di intervento



People, Product, Planet, Partnership sono le aree principali di intervento in cui l'azienda sta operando con la nuova strategia per la sostenibilità.

Partnership rappresenta un'area di intervento trasversale, a sottolineare la volontà del Gruppo di interagire con la realtà della filiera per il raggiungimento degli obiettivi.

La scelta degli *SDGs*

La scelta degli SDGs rilevanti si è basata su due considerazioni:

01.

Limitare il numero di SDGs sui quali concentrarsi in modo da poter identificare azioni maggiormente incisive e mirate. Il framework di riferimento degli SDGs è estremamente ampio; i rischi per le imprese che si muovono al suo interno sono da un lato quello di un impegno generico con pochi risvolti effettivi e misurabili e dall'altro quello di associare ogni attività o risultato a un SDG perdendo così efficacia comunicativa.

02.

Oltre agli SDGs maggiormente connessi all'attività principale, evidenziare alcuni SDGs rilevanti anche per l'intera filiera. Le minacce alla produzione di caffè legate ai cambiamenti climatici e la deforestazione collegata all'espansione delle aree di produzione del caffè sono ad esempio temi rilevanti sia per l'industria del caffè che per il pubblico, e di conseguenza anche per le aziende produttrici di macchine da caffè.



PEOPLE



Sicurezza, formazione e sviluppo dei **lavoratori** e delle **lavoratrici**.

PRODUCT



Ottimizzazione di tutti i **prodotti** in termine di sostenibilità, qualità, sicurezza, ed eccellenza.

PLANET



Iniziative volte alla promozione dell'adattamento e la mitigazione degli effetti del **cambiamento climatico**.

PARTNERSHIP



Definizione di **alleanze** e **collaborazioni** al fine di condividere obiettivi comuni.

Obiettivi per il 2022

AREA	TEMA MATERIALE	OBIETTIVI 2022	SDGs
Governance sostenibilità	Trasparenza e certificazioni per il miglioramento continuo	Definizione della matrice di materialità basata sull'ascolto degli stakeholder Ampliamento dei temi inclusi nel reporting di sostenibilità	12 - 17
	Green Procurement	Coinvolgimento delle aziende fornitrici	12 - 17
People + Partnership	Iniziative di Diversity & Inclusion	Sviluppare iniziative di promozione ai temi della disability, equity and inclusion	5
	Cultura dell'apprendimento	Sviluppare strumenti per l'acquisizione di competenze, conoscenze e abilità	4
	Promozione della cultura	Aumentare il patrimonio della MUMAC Library e avviare la digitalizzazione dell'archivio	4
	Promozione alla salute	Rinnovare i programmi periodici di promozione alla salute	3
Product + Partnership	Consumi energetici (macchine)	Ridurre i consumi di accensione e standby del 15% Implementare e sviluppare tecnologie in grado di rendere le macchine sempre più intelligenti, connesse e capaci di minimizzare i consumi energetici	7



AREA	TEMA MATERIALE	OBIETTIVI 2022	SDGs
 Planet + Partnership	Economia circolare (macchine)	<p>Individuare le aree tecniche di intervento sulla base della LCA per sviluppare prodotti in chiave di maggiore eco-efficienza</p> <p>Aumentare l'utilizzo di materiali riciclabili e trasformare gli scarti organici dell'azienda in nuovi biomateriali 100% naturali e compostabili</p>	7 - 12
	Trasparenza e certificazioni per il miglioramento continuo	Elaborare schede sui consumi energetici	12
	Packaging sostenibile	Aumentare al 50% la percentuale degli imballi ritornabili	12
	Consumi energetici (stabilimenti)	<p>Elaborare un piano triennale di risparmio energetico 2022-24 al fine di ridurre le emissioni di CO2 identificate dalla Carbon Footprint</p> <p>Aggiornare la Carbon Footprint e definire l'obiettivo della Carbon Neutrality</p>	7 - 13
	Mobilità sostenibile	Istituire e formare la figura di Mobility Manager ed elaborare un documento con i servizi da offrire	13

Nota metodologica

Il Rapporto di Sostenibilità è il principale strumento con il quale il Gruppo intende comunicare i risultati del proprio percorso di sostenibilità su base annuale, e il mezzo di comunicazione e dialogo trasparente con gli stakeholder.

Questo documento è il primo strumento completo che affronta il tema della sostenibilità dell'azienda e pertanto riporta, oltre alle informazioni disponibili per il periodo di rendicontazione 2020-2021, iniziative riferite ad annualità precedenti. Il Rapporto di Sostenibilità 2021 è il punto di avvio della nostra narrazio-

ne del percorso di miglioramento continuo della sostenibilità del Gruppo; i dati sono stati raccolti da un team costituito da Gruppo Cimbali e Green Management Institute.

Questo Rapporto rappresenta infine lo strumento per rendicontare l'impegno di Gruppo Cimbali verso i Global Goals delle Nazioni Unite; nel paragrafo "La cornice dei Sustainable Developments Goals" di questa sezione è dettagliato l'approccio che il Gruppo ha seguito per identificare gli obiettivi prioritari.



PEOPLE



Cultura e formazione per una sostenibilità a 360 gradi.

Questi i principi che animano l'etica aziendale di Gruppo Cimbali, leader nella progettazione e produzione di macchine da caffè professionali, che segue questo metodo di lavoro non solo negli esemplari tecnologicamente avanzati che commercializza nel mondo, ma anche nelle condizioni di impiego delle risorse umane lungo tutta la filiera.

Gruppo Cimbali riconosce la Persona come espressione e fondamento di tutti i valori e, quindi, presupposto di ogni sua attività.

A tal fine, il Gruppo si impegna a valorizzare le risorse individuali e dei team di lavoro tutelando, senza pregiudizi, la dignità personale e professionale delle nostre persone. È un impegno concreto al rispetto e nel rispetto delle diversità, con lo scopo di creare un clima in cui le persone possano esprimersi e agire in un'ottica di generosità organizzativa per il raggiungimento degli obiettivi comuni.





SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

- 25 piani di Sviluppo funzione HR negli ultimi 3 anni.
- Campagna prevenzione tumore alla pelle 2018 con 233 lavoratori e lavoratrici partecipanti.
- Campagna prevenzione tumore al seno 2019 con 51 donne partecipanti.
- Riduzione del 50% del peso dei materiali da movimentare a mano e miglioramento delle postazioni di lavoro.



PROMOZIONE ALLA CULTURA E COINVOLGIMENTO COMUNITÀ LOCALE

- Sponsorship MuseoCity 2020: azione di sostegno ai musei milanesi durante il primo lockdown.
- Premio Cultura + Impresa 2021 di Federculture.
- Associati IEI (Istituto Nazionale Espresso Italiano s.r.l. Benefit).
- Mumac Library: biblioteca storica del caffè con 1300 volumi disponibili al pubblico.
- Academy: formazione trainer e partecipazione Coffee Sustainability Program SCA.



PROGETTI SOCIALI

- Organizzazione asta di beneficenza a supporto dei programmi “life-changing bicycle” promossi da World Bicycle Relief per sostenere temi come Education Healthcare, Economic Development e Gender Equality (in occasione del 60° anniversario di Faema E61).



Valorizzazione delle *risorse umane*

Gruppo Cimbali è consapevole che risorse umane qualificate e leali costituiscono un bene intangibile di primario valore, necessario ai fini del raggiungimento dei traguardi aziendali ed al mantenimento di standard qualitativi ottimali.

In quest'ottica, sono considerate importanti la creazione e conservazione di un ambiente di lavoro sereno e propositivo, anche tramite il rispetto della sfera privata di collaboratori e collaboratrici, e la tutela delle pari opportunità, garantendo percorsi di crescita basati esclusivamente sui meriti personali e sulle competenze, e volti al consolidamento del livello di professionalità di ciascuno.

Attenzione alle persone vuol dire anche avere cura del loro percorso di crescita. Per questo il Gruppo ha creato una funzione dedicata alla formazione del personale, con una modalità che si è evoluta insieme all'azienda, diventando sempre più digitale.

Dal 2019 Gruppo Cimbali ha rivisto la propria griglia di competenze, per identificare una Scheda di Valutazione e Self Assessment, dove sono indicati i criteri e requisiti di valutazione delle performance, con l'obiettivo di rendere omogeneo il percorso di sviluppo per tutti e tutte.

La valutazione si realizza in un periodo chiamato "talent review" in cui vengono effettuate le "talent performance review". Durante questa fase, per ogni dipendente vengono identificati i punti di forza e gli ambiti che saranno oggetto di percorsi di miglioramento. Da qui raccogliamo i fabbisogni e percorsi a supporto delle nostre risorse, in diverse fasi della loro carriera professionale all'interno di Gruppo Cimbali, per supportare le aree di miglioramento, oppure, focalizzandoci in quelli che possono essere i piani di sviluppo necessari per evoluzioni di ruolo e/o responsabilità.

Le persone del Gruppo Cimbali



731
dipendenti

in organico al 31-12-2021



19
nazionalità

Italiana; Americana; Singaporiana; Malese; Indonesiana;
Australiana; Cinese; Francese; Spagnola; Portoghese;
Tedesca; Turca; Messicana; Vietnamita; Polacca; Egiziana;
Serba; Filippina; Giamaicana.



Favorire una **comunicazione aperta tra management e reparti** a proposito delle performance, dei piani di sviluppo e delle aspirazioni di carriera.



Garantire che vi sia **chiarezza e allineamento tra manager e reparto** in merito al ruolo ricoperto e alla performance.



Assicurare **trasparenza ed equità** nelle azioni intraprese nei confronti dei lavoratori e delle lavoratrici del Gruppo.

Formazione continua e sviluppo personale

La formazione è un principio fondamentale: lavorare in Gruppo Cimbali significa sentirsi parte di un'azienda che crede di investire nel futuro delle persone, avendo cura del percorso di crescita di ogni figura impiegata. Le modalità formative si sono evolute nel tempo, ma rimangono fondamentali i momenti di Training "on the job", in affiancamento a Senior Manager e risorse tecniche, oltre che il contatto diretto con le fasi di sviluppo prodotto.

Il Gruppo garantisce inoltre un percorso formativo volto a coniugare le esigenze di crescita aziendale con il fabbisogno formativo espresso dai diversi reparti, mettendo a disposizione gli adeguati strumenti di aggiornamento e sviluppo professionale.

Alcuni esempi delle attività di formazione disponibili:

- **Speexx:** piattaforma per la formazione linguistica

Test accurato di valutazione delle competenze linguistiche; Risultati basati sullo standard europeo CEFR; Valutazione dei bisogni formativi; Raccomandazioni didattiche personalizzate; Sessioni di training individuale; Coach personale; Formazione specifica su vocabolario, grammatica e pronuncia; VideoLab e formazione sulle abilità di scrittura; Apprendimento online personalizzato; Supporto linguistico 24 ore su 24, 7 giorni su 7; Certificato riconosciuto a livello mondiale.

- **Skilla:** piattaforma formazione competenze trasversali

Skilla Library contenente oltre 300 corsi online tra pillole formative, learning path, percorsi personalizzati pillole formative su competenze comportamentali fruibili in un tempo ridotto; Learning path: aggregati di pillole formative con l'aggiunta di altre risorse e contenuti multimediali quali ad esempio video, ted talks, film, libri per avere corsi progettati ad hoc; Contenuti anche in inglese.



Self-learning



Learning guidato

Un processo di formazione-continua consente di sviluppare un'abitudine all'acquisizione di competenze, conoscenze e abilità, in modo da essere aggiornati nell'intero percorso lavorativo, non perdendo la motivazione:

- per le **risorse umane**: il self-directed learning comporta maggiore responsabilità del proprio apprendimento e capacità di gestione del proprio tempo;
- per l'**Azienda**, il processo di formazione continua presuppone l'impegno a consolidare una cultura dell'apprendimento continuo, assicurare percorsi e tools abilitanti a sostenere questo impegno.

Il concetto di base è pensare la formazione con una base di partenza comune a disposizione di ogni figura in azienda, per poi ragionare su bisogni sempre più verticali andando a progettare azioni ad hoc. Per andare ancor più nel dettaglio dei bisogni arriviamo ad attività individuali pensate su misura per la persona, con corsi ad esempio di lingue, altre tematiche specifiche oppure ancora percorsi di coaching.

I principali risultati ottenuti dal Gruppo:

- crescite interne di ruoli operativi a Technical Service Nazionale ed Internazionale;
- job rotation tra funzioni della stessa famiglia o differenti per crescita graduale;
- 90% di conversione degli stage in assunzione a tempo indeterminato o passaggi tramite apprendistato;
- 50% delle persone assunte sta crescendo a livello manageriale, con un affiancamento e formazione manageriale esterna per supporto alla gestione delle complessità e diversità del ruolo;
- opportunità di percorsi professionali inter-country;
- negli ultimi 3 anni oltre 25 piani di sviluppo tra job rotations - assignments Italia e estero.

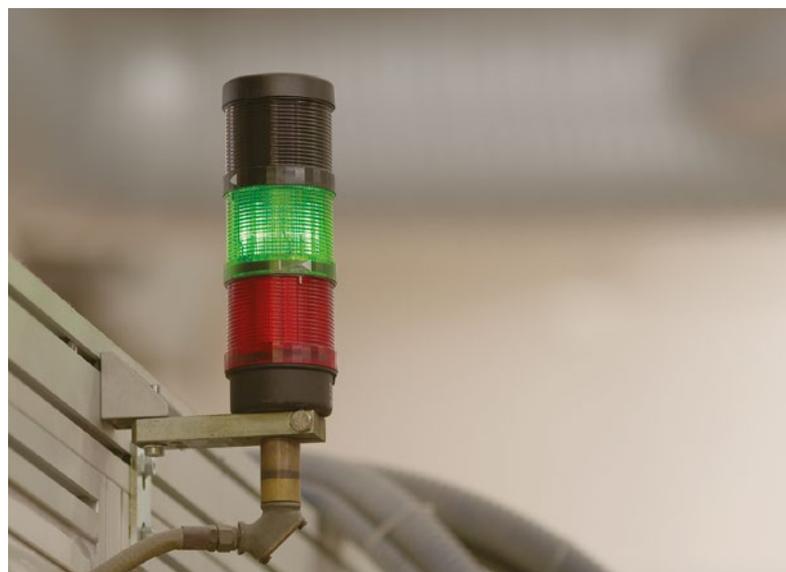
Salute e sicurezza sul lavoro

La sicurezza per Gruppo Cimbali è sempre stata una priorità. L'obiettivo zero infortuni è un obiettivo che oggi abbiamo raggiunto e stiamo mantenendo grazie all'impegno di tutte le figure in organico ma anche grazie agli investimenti che sono stati fatti negli anni.

Storicamente le aziende che hanno affrontato questi i temi, come Gruppo Cimbali, hanno lavorato puntualmente sugli aspetti tecnici. Parlare di sicurezza oggi vuol dire partire da queste basi e implementare un approccio integrato con un forte sguardo verso le risorse umane.

A partire dal 2015 abbiamo affrontato un processo di revisione dell'imballo della componentistica interna al fine di ridurre il peso dei materiali da movimentare a mano, che è passato da 20 kg a 10 kg. Sono inoltre state migliorate le postazioni di lavoro con gli accorgimenti seguenti:

- disposizione dei materiali in base alla frequenza di prelievo e al peso;
- riduzioni spostamento individuale;
- postazioni di lavoro con altezze differenti studiate in relazione al tipo di lavoro;
- sedie ergonomiche;
- carrelli di lavoro regolabili in altezza elettronicamente;
- sostituzione avvitatori per ridurre le vibrazioni sugli arti e ridurre l'impatto acustico.



I programmi per la salute

SVILUPPO DI PROGRAMMI PERIODICI VOLONTARI DI PROMOZIONE ALLA SALUTE PER IL PERSONALE

Vogliamo pensare alla sicurezza anche al di fuori dei confini della produzione e dei confini dello stabilimento e negli anni abbiamo attivato campagne di promozione alla salute su base volontaria in collaborazione con EASYWAY e LILT, nello specifico:

- Campagna disassuefazione fumo 2016-18;
- Campagna prevenzione tumore alla pelle 2018 (233 visite effettuate compreso il personale della sede Casadio; 16 casi sospetti rilevati);
- Campagna prevenzione tumore al seno 2019 (51 donne aderenti - il 26% delle collaboratrici/dipendenti del Gruppo).

Nel corso del 2021 questo impegno del Gruppo per la tutela della salute ha riguardato l'intera comunità attraverso la messa a disposizione della collettività del MUMAC, il Museo delle Macchine per Caffè Espresso, come Hub vaccinale di riferimento dell'Asst di Melegnano e della Martesana.



“Desidero ringraziare di cuore la Famiglia Cimbali per la generosità dimostrata ma anche il personale infermieristico, medico, tecnico e amministrativo per l’impegno e la professionalità quotidiana messe in campo. Non posso dimenticare anche chi ha dato una mano gratuitamente come la Protezione Civile e le attività delle persone che ogni mattina rendevano più dolce la giornata preparando e donando le loro brioches. Piccoli grandi gesti di una comunità che si è unita e aiutata a vicenda in un momento così delicato. Ora speriamo che proprio grazie a una campagna vaccinale ormai collaudata si possa guardare il futuro con maggiore serenità”

Dott. Laurelli,
Direttore generale
della Asst. di Melegnano
e della Martesana.



Comunità locale **e promozione** *della cultura*

Gruppo Cimbali, nell'ottica di un miglioramento del contesto sociale in cui opera, manifesta il proprio impegno su argomenti sensibili e rilevanti per la collettività, quali ad esempio l'occupazione e la cultura, attraverso la collaborazione con le istituzioni locali.

DAL MUSEO ALL'HUB CULTURALE

Inaugurato nel quartier generale dell'azienda a Binasco nel 2012, anno del centenario del Gruppo, per testimoniare il valore dell'azienda nella storia del settore e la riconoscenza nei confronti del territorio, il MUMAC, il Museo delle Macchine per Caffè Espresso, racconta, attraverso la più grande esposizione al mondo di macchine per caffè espresso professionali, 100 anni di storia, tecnologia, design e stile italiano. Nel corso degli anni MUMAC è diventato asset di comunicazione strategica per il Gruppo e i suoi brand, si è trasformato in un punto di riferimento per un pubblico eterogeneo, grazie alle sue iniziative, aperture ed eventi dedicati non solo agli stakeholder e alle figure del settore, ma anche per famiglie, giovani e persone appassionate di arte, design, cultura e bellezza.

Con i suoi 300 pezzi provenienti dalle collezioni Cimbali e Maltoni, di cui oltre 100 esposti, il MUMAC racchiude esemplari unici per sviluppo tecnologico e design. La collezione racconta la storia delle macchine per caffè espresso professionali dalla fine dell'800 ai giorni nostri, mettendo in luce l'evoluzione stilistica e le innovazioni tecnologiche legate a una delle bevande più amate al mondo. Un museo che, dall'inaugurazione ad oggi, ha visto il passaggio di oltre 50.000 utenti.

Il museo ospita anche la MUMAC Library, la seconda biblioteca del caffè più grande del mondo con circa 1.300 volumi dal 1592 in poi in costante implementazione, dieci sezioni tematiche dalla storia, alle ricette, dall'arte alla tecnologia, e 15.000 documenti tra manifesti, fotografie, cataloghi, disegni tecnici e brevetti. La biblioteca, fondata nel 2016 è inserita nel sistema SBN, disponibile al pubblico - e al nostro team in primis - per ricerche e consultazioni. Oltre alla catalogazione dei volumi, il Gruppo organizza visite alla Library per clienti e partner, con un pubblico proveniente anche dall'estero, ed è impegnato nella realizzazione di pillole video di presentazione di alcuni volumi diffusi online; il progetto ha ottenuto la Menzione Premio Cultura + Impresa di Federculture nel 2016.

Annesso al MUMAC c'è uno spazio polifunzionale di 280 mq per eventi, mostre, meeting e convention. MUMAC Academy, nata nel 2014, è stata concepita come luogo di formazione, incontro e ricerca dedicato al mondo del caffè. Collocata nella stessa sede del Museo, la nostra Academy è il luogo dove imparare i segreti del caffè e mettere alla prova il proprio talento, grazie a corsi professionali che rilasciano certificazioni ufficiali.



Creare un hub culturale significa condividere il proprio heritage con ogni stakeholder al fine di dare radici al futuro e contribuire, attraverso la cultura, alla crescita dell'impresa e della società.

MUMAC, Museo della Macchina per Caffè, MUMAC Library, la biblioteca storica del caffè, MUMAC Coffee Academy, e Hangar 100, nel 2020 sono confluiti nell'hub culturale del Gruppo Cimbali. Gli spazi e i contenuti dell'hub creano valore e diffondono la conoscenza di un intero settore del made in Italy, dal punto di vista sia dell'evoluzione storica delle macchine per caffè sia della tecnologia, del design, del costume e delle abitudini di consumo della bevanda, dalle origini alla contemporaneità.

Il progetto è stato premiato all'interno di 2021 Sodalitas Call for Future nella sezione Call For Better, la campagna di Fondazione Sodalitas dedicata alle imprese e al talento giovanile, protagonisti del cambiamento per un futuro sostenibile, che nasce per far conoscere alle persone, alle istituzioni e soprattutto alle nuove generazioni il ruolo strategico delle imprese impegnate in Italia a realizzare gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 per uno sviluppo sostenibile del pianeta.



La call si focalizza su alcuni temi principali:

- Impresa&Cultura per un futuro sostenibile;
- Trasparenza nel rapporto con il mercato e il pubblico;
- Comportamenti di acquisto e consumo;
- Stili di vita sostenibili;
- Riduzione degli sprechi.

Nel 2021 MUMAC è entrato inoltre nel circuito dei luoghi aperti per le giornate FAI.

Art&Caffeine

FAEMA ART&CAFFEINE FLAGSHIP STORE

Nel 2020 Gruppo Cimbali ha sponsorizzato per il 6° anno Photofestival, la più ricca e importante rassegna dedicata alla fotografia d'autore che si svolge a Milano e città limitrofe.

Per l'occasione il Faema Art & Caffeine Flagship Store ha organizzato al suo interno una speciale mostra dal titolo "Changing world: the women of coffee-portraits from Masaka".

Scatti da un viaggio di scoperta in Uganda di Francesco Sanapo con i fotografi ritrattisti Flavio&Frank per indagare sulla realtà

di un paese in espansione, anche grazie alla qualità della sua produzione di caffè. Si tratta di un focus dedicato al progetto "The Coffee Hunter" di cui la mostra allestita per Photofestival 2020, è un estratto ed un'estensione.

Una selezione di fotografie che punta un faro sull'equità di genere e sull'importanza di un equilibrio sempre in evoluzione, che porta a risultati concreti anche a livello economico. L'esempio emblematico raccontato è quello della città di Masaka, dove sono state avviate iniziative per

promuovere la parità di genere nelle famiglie impegnate nella produzione di caffè. Uno sguardo autentico che, attraverso il caffè, restituisce dignità e prospettive di vita alle donne del posto.

L'iniziativa si inserisce nel palinsesto "I talenti delle donne" relativo alle iniziative promosse dal Comune di Milano nel 2020 per la valorizzazione dei talenti al femminile. La mostra, come quelle precedenti, è organizzata in ricordo di Gabriele Cimbali, grande appassionato di fotografia e sostenitore di Photofestival.

Diversity & inclusion

ELLE ACTIVE! 2021

Nel corso del 2021 Gruppo Cimbali ha confermato per la terza volta la sua partnership con il forum di Elle Active!, giunto alla sesta edizione, dedicato a donne e lavoro. Una giornata di incontri, masterclass e formazione one-to-one dedicati all'empowerment femminile e alle professioni di domani.

Elle da sempre segue l'evoluzione del ruolo femminile nella società creando contenuti ed esperienze formative, divulgative e di sostegno concreto delle donne. Elle active è ad oggi l'evento simbolo dell'impegno di Elle per la realizzazione femminile in ambito lavorativo e professionale.

Impegno fortemente condiviso dal Gruppo che ha partecipato all'evento proponendo uno spaccato sul mondo del caffè e le sue professioni attraverso la masterclass dedicata "Le professioni nel mondo del caffè", attraverso tre diverse figure professionali inserite in azienda: Rita Saiu, Mumac Academy Trainer, Barbara Stucchi, HSE Manager e Valentina Giovesi, Supply Chain Continuous Improvement di Gruppo Cimbali.

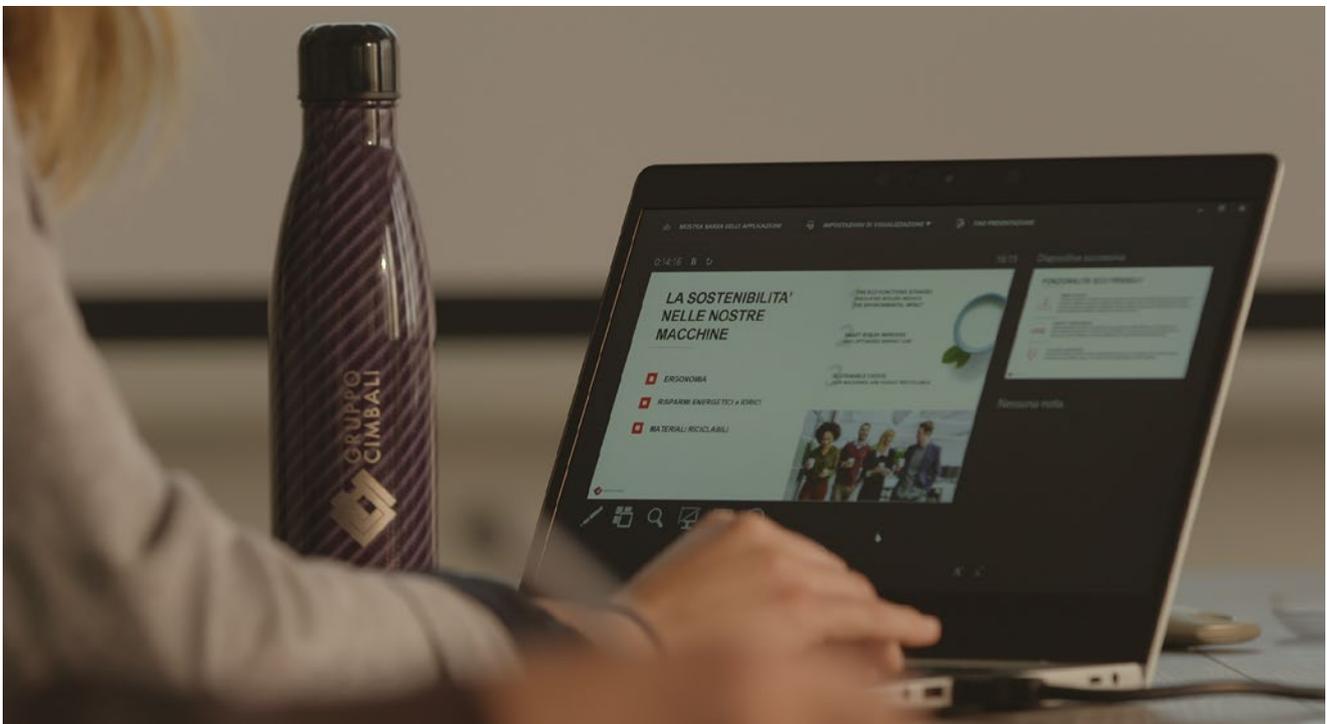
VALORE D.

Una cultura aziendale inclusiva è oggi indispensabile per il successo delle organizzazioni e per lo sviluppo sociale ed economico del Paese. Gruppo Cimbali condivide questo approccio e per questo motivo dal 2018 siamo iscritti a Valore D , partecipando ai percorsi di Mentorship, sia con Mentee che con Mentor, e usufruendo dei percorsi di sviluppo per giovani talenti.

Valore D è la prima associazione di imprese in Italia - a oggi oltre 270 - che da più di dieci anni è pioniera nell'affrontare il tema dell'equilibrio di genere e la diffusione di una cultura dell'inclusione a supporto dell'innovazione, del progresso e della crescita delle organizzazioni e del nostro Paese. Valore D affianca le aziende associate fornendo know-how e strumenti efficaci per la strategia di Diversity & Inclusion. Valore D offre inoltre l'opportunità di un confronto interaziendale, grazie allo scambio di buone pratiche e al dialogo continuo tra le figure coinvolte, ed è un interlocutore di riferimento per le istituzioni."



Nel sostegno di iniziative sociali e culturali e in genere nelle sponsorizzazioni, Gruppo Cimbali tiene in considerazione unicamente iniziative coerenti con i propri obiettivi strategici e con i principi di responsabilità ambientale e sociale e privilegia iniziative che offrono una garanzia di qualità, che si distinguono per il messaggio etico trasmesso e che contribuiscono allo sviluppo sociale.



Il progetto

World Bicycle Relief

L'intenso rapporto fra FAEMA e lo sport ha inizio nel 1950 quando Carlo Valente dà vita al GS FAEMA, una polisportiva che allinea affermati pugili, rugbisti e cestisti, oltre a ciclisti dilettanti. Dopo tre anni, le scelte si orientano esclusivamente alla bici. La collaborazione tra il brand FAEMA, e il mondo delle biciclette continua ancora oggi attraverso la partnership attivata con BASSO BIKES, condividendo eccellenza, qualità e design innovativo nella realizzazione di tre bici brandizzate Faema, delle quali una messa all'asta durante la fiera Host in occasione del 60° Anniversario della macchina E61 (1961-2021).

Il progetto supporta programmi di life-changing bicycle, impiegando manodopera locale per l'assemblaggio e la manutenzione delle biciclette donate, creando posti di lavoro. I programmi promossi contribuiscono al raggiungimento di 9 SDGs, sostenendo 4 temi:
Education - Healthcare - Economic Development - Gender Equality.

Il ricavato è stato destinato all'associazione World Bicycle Relief che aiuta le comunità rurali di tutto il mondo ad accedere all'istruzione, all'assistenza sanitaria e al lavoro attraverso la donazione di biciclette. La mancanza di trasporti efficienti e affidabili influisce negativamente sullo sviluppo economico e sociale nelle regioni in cui la distanza è un ostacolo. Le biciclette sono un semplice mezzo di trasporto essenziale per creare un cambiamento sostenibile a lungo termine nei Paesi in via di sviluppo di tutto il mondo. Il contributo del brand Faema ha consentito l'acquisto di 30 biciclette.

ALTRE COLLABORAZIONI

Gruppo Cimbali ha attivato partnership e collaborazioni con il mondo della cultura; dal 2016 aderisce al circuito ADI "Le vie Compasso d'oro", che guida il pubblico alla scoperta dei progetti che si sono distinti nel corso di oltre sessant'anni di vita del premio Compasso d'Oro ADI oppure nelle selezioni annuali ADI Design Index e che ancora oggi sono capaci di suscitare meraviglia e riflessioni su come il design possa migliorare la vita quotidiana delle persone. Dal 2019 siamo presenti nel consiglio Museimpresa, che si impegna per aggregare nuovi soggetti della cultura d'impresa, incidere sui processi di formazione, salvaguardare la memoria dell'industria italiana e valorizzare le testimonianze di una straordinaria capacità manifatturiera che è motore di sviluppo sostenibile e cardine di una diffusa cultura economica, sociale e civile.

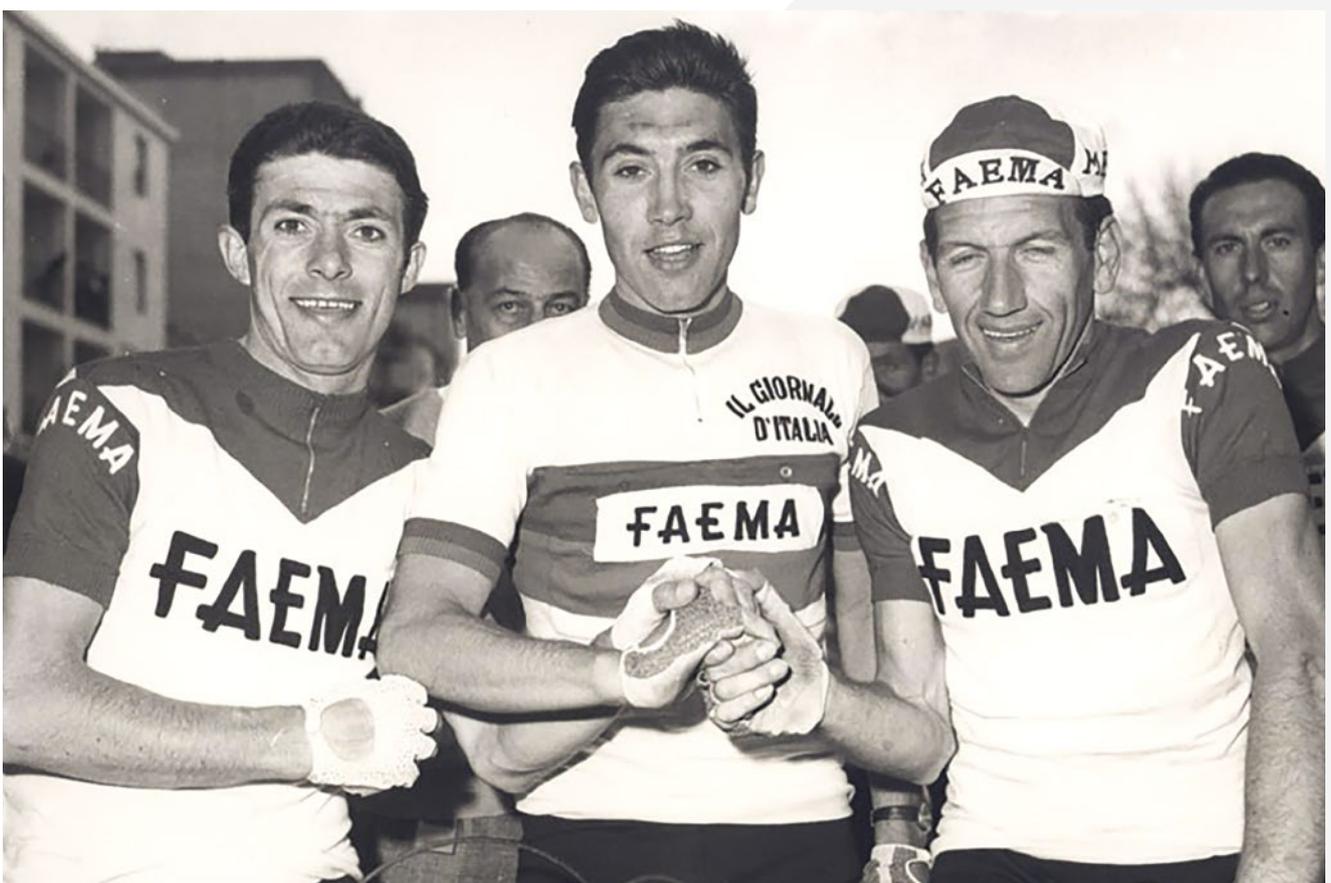
Nel 2020 è stata attivata la Sponsorship MuseoCity 2020, per sostenere i musei milanesi durante il primo lockdown con la realizzazione del progetto podcast "Pausa Caffè" volto alla diffusione di contenuti sonori tramite interviste al management museale, iniziativa premiata fra le 9 iniziative meritevoli di nota nel 2021 dal Premio Cultura + Impresa di Federculture.



Gruppo Cimbali tra gli anni '60 e '70, ha vestito campioni del calibro di Eddie Merckx, Vittorio Adorni e Rik Van Looy. Oggi, attraverso MUMAC, sostiene la Fondazione Museo del Ciclismo Madonna del Ghisallo per contribuire alla diffusione della cultura di questo sport sul territorio nazionale. Con oltre 700 cimeli, tra cui le biciclette usate da Fausto Coppi e da Francesco Moser per i rispettivi record dell'ora realizzati nel 1942 e nel 1984, oltre 100 maglie tra cui più di 50 maglie rosa (collezione unica al mondo) e un archivio multimediale con oltre 100 filmati di gare storiche dagli anni '40 ad oggi, il Museo del Ciclismo Madonna del Ghisallo è infatti riconosciuto a livello internazionale come il custode della storia del settore delle due ruote nel nostro Paese.

MUMAC e il Museo del Ciclismo hanno collaborato in una serie di iniziative volte alla valorizzazione reciproca delle collezioni. Nel corso del 2021 è stata lanciata l'iniziativa social «Un caffè con Faema», la prima di una serie di interviste a campioni del ciclismo nel nome di Faema (Balmamion, Moser, Pezzo, Ballan, Nibali, Vigna).

La collaborazione e sinergia costante con le amministrazioni comunali ha portato il Gruppo a sostenere diverse iniziative a livello locale, tra le quali manifestazioni culturali e musicali (festival jazz, serate opera) oltre che la sponsorizzazione dell'ASD Virtus Pallavolo Binasco.



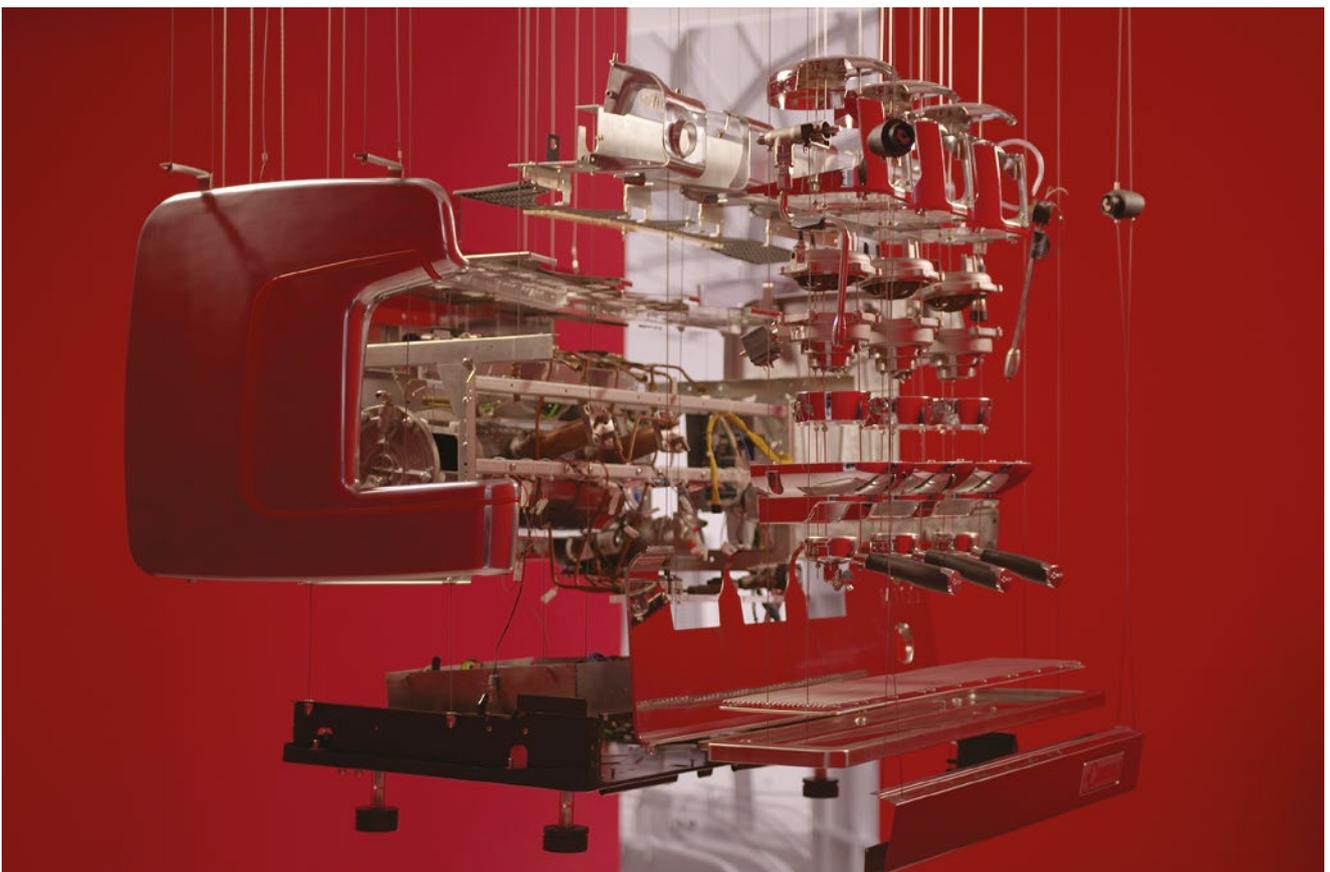
PRODUCT



Performance e innovazione hanno portato la cultura del caffè ad un nuovo livello. La caffetteria e la professione di barista vivono una nuova era, che avanza tra tecnologia e tradizione.

Investire ogni anno in Ricerca e Sviluppo significa investire nel proprio futuro, un futuro fatto di tecnologie innovative, sempre più performanti, ecologiche e intuitive. Per una gamma di prodotti capace di rinnovarsi sempre, senza mai perdere la propria anima.

L'attenzione del gruppo verso l'innovazione è testimoniata anche dai sessantadue brevetti all'attivo, di cui 19 depositati solamente negli ultimi 3 anni, vere e proprie pietre miliari di un cammino tutto da scoprire.





PACKAGING GREEN

- Imballaggi delle macchine riciclabili e riutilizzabili, realizzati con bancali in legno, scatole in cartone e cuscini ammortizzatori in poliuretano espanso ad alta densità.
- Imballaggi merchandising riciclabili (carta certificata FSC).
- La scelta delle aziende fornitrici è fatta con la massima attenzione agli impatti ambientali. La società fornitrice di tutti gli imballaggi cartacei garantisce attraverso il proprio bilancio ambientale un risparmio dell'80% delle emissioni di CO₂ rispetto ai materiali tradizionali e del 70% di carta rispetto ai classici cartoni corrugati.



TECNOLOGIE DI RISPARMIO ENERGETICO

- Boiler indipendenti (-38% accensione, -25% Ready to use)*, energy saving (-15% Ready to use), timer accensione spegnimento (-25% Ready to use), coibentazione caldaia (-20% Ready to Use)**.



LIFE CYCLE ASSESSMENT

- Attività di valutazione dell'impatto ambientale del ciclo di vita di una macchina da caffè (Università Politecnica delle Marche) per analizzare gli impatti del prodotto in tutte le fasi del ciclo di vita (Materials/Manufacturing/Resources + Transport + Use + End of Life).

**rispetto a macchine di pari modello dotate di termica tradizionale*

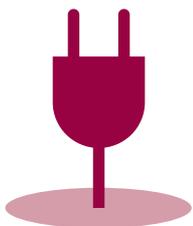
***valori ricavati secondo standard e stime interni*

Tecnologie per il risparmio dei consumi di energia

Dal punto di vista tecnico una macchina professionale da caffè è un sistema di accumulo di energia realizzato tramite i moduli termici quali boiler caffè e caldaia servizi.

Caldaie coibentate per minimizzare la dispersione termica, gruppi indipendenti e smart boiler per puntare ad un'alta efficienza energetica, utilizzo di led a basso consumo, le opzioni stand by e la temperatura dello scaldatozze regolabile. Piccole e grandi innovazioni tecnologiche che dimostrano anche la propensione dell'azienda a investire in ricerca e sviluppo.

Riscaldare e mantenere in temperatura l'acqua che è contenuta in questi moduli termici comporta un dispendio di energia. Risulta quindi essenziale andare a sviluppare soluzioni che vadano a ridurre quanto più gli sprechi di energia connessi all'utilizzo della macchina.



26.000 kWh

di energia elettrica
all'anno in Italia

In Italia attività come bar e ristoranti, ogni anno, consumano in media 26.000 kWh di energia elettrica, quasi dieci volte di più di quanto "assorbe" mediamente una famiglia. L'efficienza delle attrezzature installate può fare la differenza nel consumo di elettricità e nei costi della bolletta.



Innovazione per la sostenibilità

Il focus del nostro business è il prodotto. Per questo motivo la spinta all'innovazione è sempre stata uno tra gli elementi chiave della filosofia di Gruppo Cimbali. Oltre 60 figure professionali del reparto R&D lavorano ogni giorno per progettare e sviluppare macchine ad elevate prestazioni. Inoltre, tutte le attività si svolgono in-house e si riflettono nei 62 brevetti che l'azienda possiede attualmente, 19 dei quali depositati negli ultimi tre anni.

Gruppo Cimbali ha lavorato ad alcune tecnologie sostenibili all'avanguardia, presentate ad Host 2021, che migliorano le performance della macchina contenendo il loro impatto ambientale e valorizzando le capacità di professionisti e professioniste. Tra queste:

NASO ELETTRONICO

Vincitore del Premio Innovazione Smau 2021, il software è in grado di identificare le miscele attraverso un algoritmo di Intelligenza Artificiale;

INTERAZIONE TOUCHLESS CON CUP4YOU - EVO

L'applicazione che, attraverso una connessione Wi-Fi, offre una nuova interazione con le macchine superautomatiche;

ART.IN.COFFEE

La piattaforma orientata alla rielaborazione dei dati allo scopo di ottenere informazioni avanzate sul consumo delle bevande, sul monitoraggio dei principali parametri di funzionamento delle macchine e informazioni per ottimizzare il risparmio energetico;

“HIGH QUALITY MILK”

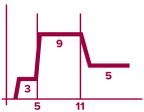
Un circuito di erogazione del latte differenziato, un dispositivo in grado di ridurre il consumo energetico delle macchine;



Sul fronte della digitalizzazione, Gruppo Cimbali ha lavorato invece con l' IoT dando vita al Global Remote Service Program, in collaborazione con TeamViewer, un software di connettività che permette un'interazione da remoto con la macchina per ottimizzare il servizio post-vendita e la customer experience; e ancora, il progetto Digital Twin, in collaborazione con Altair, per ottimizzare le performance dei prodotti e aumentare l'efficienza.

In collaborazione con Khoena, poi, è stato messo a punto Smart Plug, un dispositivo in grado di ridurre il consumo energetico delle macchine del caffè. Ed infine il progetto termica istantanea, un sistema di riscaldamento istantaneo dell'acqua del circuito caffè, coniugato ad una caldaia servizi a basso volume che permette di fornire energia solo quando necessaria, riducendo gli sprechi a favore della sostenibilità ambientale.

Tutti gli investimenti del Gruppo Cimbali sono finalizzati a creare soluzioni tecnologiche all'avanguardia che semplifichino il lavoro delle persone grazie all'apporto di innovazioni chiave, tra cui:



HDA

Sistema che consente l'estrazione personalizzata di profili di pressione dell'acqua per ogni pulsante di erogazione in base alla miscela utilizzata e alla bevanda da erogare.



GTA

Sistema brevettato che prevede l'utilizzo di un esclusivo preriscaldatore per l'acqua diretta alla caldaia, in modo da mantenere precisa e stabile la temperatura dell'acqua di estrazione per le bevande. Questo sistema permette alla macchina di soddisfare gli elevati standard di precisione previsti dal World Barista Championship.



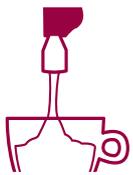
TURBO STEAM & AUTO STEAM

Dispositivo che eroga vapore misto ad aria per scaldare o montare il latte in maniera automatica.



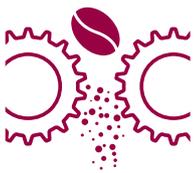
MILK4

Abbinato a TURBO STEAM o AUTO STEAM, questo dispositivo brevettato consente di impostare quattro ricette di latte montato per poter scegliere fra diverse temperature e quantità di schiuma.



TURBOMILK

Sistema integrato nella macchina che consente di erogare latte caldo (scaldato o montato) oppure latte freddo montato in modo semplice e veloce, per offrire un ampio menu di bevande.



PGS

Il “Perfect Grinding System” controlla costantemente i parametri di macinatura ed effettua in automatico le correzioni necessarie, riducendo al minimo gli interventi di correzione manuali.



BDS

Il “Barista Drive System” è un sistema integrato che facilita l’operatività di chi lavora al bancone, grazie al dialogo tra macchina e macinadosatore. Il programma offre una guida step by step durante tutto il processo di preparazione della bevanda, dalla macinatura del caffè all’erogazione.

Packaging

Tutti i nostri imballi (bancale in legno + cuscini ammortizzatori Mondaplen® Grifal + scatola di cartone) sono completamente riciclabili e riutilizzabili. I cuscini Mondaplen® sono realizzati in poliuretano espanso ad alta densità in sostituzione dei vecchi cuscini “schiumati”. Questo può essere accoppiato con lo stesso o altri materiali utilizzando solo aria calda, senza l'utilizzo di colle. Inoltre, in caso di combustione non rilascia diossine, offrendo grandi vantaggi rispetto ad altre materie plastiche in termini di compatibilità ambientale. Il principale vantaggio competitivo di Mondaplen® è che consente di utilizzare meno materia prima risultando più leggero di prodotti equivalenti, senza per questo avere performance inferiori.

Tra gli altri accorgimenti relativi al nostro packaging segnaliamo:

- introduzione rinforzo centrale per evitare deformazioni marmotta;
- introduzione alette per fissaggio marmotta senza utilizzo nastro adesivo.





Nel corso del 2021, per trasferire lungo tutta la supply chain i valori legati alla sostenibilità, il Gruppo ha avviato un'analisi sulle tipologie di imballi utilizzati dalle società fornitrici per la consegna dei componenti d'acquisto. L'analisi ha

evidenziato che solo il 37% degli imballi consegnati sono oggi ritornabili. I dati sono stati raccolti sulla base di una valutazione qualitativa interna e sono la base di partenza per la definizione di obiettivi di miglioramento.

Anche per quanto riguarda il packaging del merchandising la scelta è orientata alla sostenibilità. Ogni scatola di cushionPaper™ di Grifal, anziché ricorrere a polistirolo o film a bolle, consente di evitare l'immissione di 20,52 Kg di CO2 nell'atmosfera.

La comparazione delle emissioni associate a cArtù® rispetto ai cartoni ondulati tradizionali a onda doppia evidenzia risparmi di oltre il 70% delle emissioni di CO2 collegate. Tutta la carta e il cartone utilizzati sono certificati FSC, a garanzia della provenienza da foreste gestite in modo sostenibile e responsabile. L'FSC (Forest Stewardship Council) è un'organizzazione non governativa e senza scopo di lucro e i certificati FSC possono essere rilasciati esclusivamente da enti di certificazione indipendenti.



Come evidenziato nelle strategie di scelta del packaging, la scelta delle forniture è fatta con la massima attenzione agli impatti ambientali. Inoltre, la costante ricerca di soluzioni tecnologiche innovative attraverso cui migliorare l'efficacia e l'efficienza dei propri prodotti ci ha portato a siglare alcuni importanti accordi di collaborazione con primari istituti, come l'Università Politecnica delle Marche.



Valutazione *impatto ambientale* del ciclo di vita di una macchina da caffè

UNIVERSITÀ POLITECNICA DELLE MARCHE

Abbiamo realizzato uno studio approfondito degli impatti ambientali su una delle nostre nuove macchine. Obiettivo dell'analisi è stato quello di analizzare le performance ambientali del ciclo di vita di una macchina da caffè professionale e di identificare le fasi più critiche del suo ciclo di vita.

Per raggiungere questi obiettivi è stata realizzata, in collaborazione con UNIVPM una analisi LCA (Life Cycle Assessment - Valutazione del Ciclo di Vita), seguendo la normativa di riferimento ISO 14040-44, «from cradle to grave»; il lavoro ha quantificato i carichi ambientali del ciclo di vita di una macchina da caffè professionale, dal punto di vista di tutti i consumi di input della macchina, quali materie prime, fonti energetiche e acqua e di tutti i prodotti di output della stessa, quali emissioni gassose, liquide, solide, di rifiuti e di altri rilasci.

I risultati ottenuti dall'analisi ambientale sono stati analizzati nel dettaglio al fine di evidenziare le criticità e fornire all'azienda spunti per possibili azioni di miglioramento dal punto di vista delle performance ambientali di prodotto intese come:

- Uso e consumo delle risorse naturali (estrazione e lavorazione delle materie prime);
- Conseguenze ambientali dovute alla produzione, al trasporto, all'uso, riuso e manutenzione fino al riciclo e alla sua collocazione finale.

Sono esclusi dai confini del sistema il trasporto delle materie prime delle diverse aziende fornitrici e il trasporto verso il sito di smaltimento della macchina da caffè professionale.

Dall'analisi del ciclo vita, la fase emersa come più impattante è quella di utilizzo, legata all'uso delle risorse, in modo particolare caffè e latte. A seguire la fase Material+ Manufacturing che vede come più impattanti gli assiemi Boiler e dosatore, quindi i componenti strutturali. Alla luce di quanto emerso dall'analisi, le azioni future mirate alla riduzione degli impatti ambientali del ciclo di vita del prodotto si dovranno concentrare nell'ottimizzazione dell'utilizzo delle risorse nella fase d'uso, in modo da ottenere una loro riduzione, per poi focalizzarsi nelle fasi di reperimento delle materie prime e del relativo manufacturing. Proprio in relazione alle materie prime, l'attenzione del Gruppo si rivolgerà alla riprogettazione dei componenti strutturali, identificando soluzioni maggiormente sostenibili, in modo da favorire l'impiego di materiali meno impattanti rispetto a quelli attualmente utilizzati.

OBIETTIVI

PER ESEMPIO. LCA di un'auto di tipologia X, ipotizzando un utilizzo per Y anni, prodotta nel paese Z, ecc.



LCI - Life Cycle Inventory

Per ogni fase del ciclo di vita di un prodotto (es. estrazione di risorse, produzione, utilizzo, ecc.) i dati sulle emissioni nell'ambiente (es. CO2, benzene, sostanze chimiche organiche) e sulle risorse utilizzate (es. metalli, petrolio greggio) vengono raccolti in un inventario.



Ciascuna emissione nell'ambiente e risorsa utilizzata viene quindi caratterizzata in termini di potenziale impatto nella LCIA, coprendo una serie di categorie di impatto.



LCIA - Life Cycle Impact Assessment

LCIA - Life Cycle Impact Assessment



CAMBIAMENTO CLIMATICO



EUTROFIZZAZIONE



USO DEL TERRENO



ESAURIMENTO DELLE RISORSE



ACIDIFICAZIONE



RIDUZIONE DELL'OZONO



ECOTOSSICITÀ



RADIAZIONI IONIZZANTI



FORMAZIONE DI OZONO FOTOCHIMICO



ESAURIMENTO DELL'ACQUA



TOSSICITÀ PER GLI ESSERI UMANI



AREE DI PROTEZIONE

- Salute
- Salute dell'ecosistema
- Risorse naturali



INTERPRETAZIONE

PLANET



La qualità del nostro lavoro si esprime concretamente con la costante tensione al risparmio energetico e al rispetto ambientale.

Gli stessi luoghi di lavoro sono progettati per offrire il meglio in termini di efficienza energetica e riduzione dei consumi, come lo stabilimento di Binasco, nel quale abbiamo installato un moderno impianto fotovoltaico.

L'impegno del Gruppo dal punto di vista ambientale si rivolge principalmente al miglioramento dell'efficienza dei processi produttivi, al miglioramento del ciclo di vita del prodotto, al risparmio energetico, alla diminuzione della produzione dei rifiuti, ma anche alle grandi tematiche ambientali globali.

Le minacce alla produzione di caffè legate ai cambiamenti climatici e la deforestazione collegata all'espansione delle aree di coltivazione sono temi rilevanti sia per le aziende produttrici che per le persone, e di conseguenza anche per i produttori di macchine da caffè.





PROCESSI, SEDI E STABILIMENTI

- Programma di efficientamento energetico Green Together: il 12% dei consumi energetici è autoprodotta con energia rinnovabile*; riduzione dei consumi energetici del 6% in 2 anni**.
- Gestione sostenibile degli eventi: utilizzo di bicchieri compostabili; palettine usa e getta riciclabili; riduzione delle brochure cartacee; raccolta differenziata.



PROGETTI DI SENSIBILIZZAZIONE SU TEMATICHE AMBIENTALI GLOBALI

- Capri Circolare: definizione di un modello per la promozione dell'economia circolare nell'isola con specifico riferimento al settore del turismo (iniziativa presentata all'interno della cornice della Pre Cop 26-All 4 Climate Italy).



LA SOSTENIBILITÀ NELLA FILIERA DEL CAFFÈ



- Collaborazione Green Management Institute per posizionamento Gruppo Cimbali nella filiera sostenibile del caffè.
- Dirette Social Academy: diretta dalle piantagioni, Westing Coffee, Tracciabilità e trasparenza nella filiera del caffè, il caffè e la permacultura, metodi sostenibili per la coltivazione.
- Inserimento contenuti «Sostenibilità filiera del caffè» nei corsi erogati da Academy.



*2019 Gruppo Cimbali Binasco

**2017vs2019 Gruppo Cimbali Binasco

Processi, sedi e stabilimenti: *Green together*

Green Together è il progetto di risparmio energetico del Gruppo, focalizzato sui temi del process & facility management nei tre siti produttivi, il piano di risparmio energetico 2016-20 è stato focalizzato su alcuni progetti, nello specifico:

- Sistema di raffreddamento/ riscaldamento geotermico
- Relamping anche con sensori di presenza nei magazzini
- Sostituzione Impianti (compressori raffrescamento)
- Manutenzione straordinaria dell'immobile: sostituzione infissi e isolamento per ridurre le perdite energetiche
- Ampliamento fotovoltaico Ciden (i pannelli solari per la produzione energetica sono stati installati prima del 2016)

A seguito di questi interventi il 12% dei consumi energetici è oggi autoprodotta con energia rinnovabile con una riduzione delle emissioni di 270 ton CO2 in 3 anni (risultati misurati internamente).



COMPENSAZIONE DELLE EMISSIONI GENERATE DAL TRASPORTO DEI RIFIUTI INDUSTRIALI DEL GRUPPO

Grazie a Omnisyst, fornitore di Gruppo Cimbali per quanto riguarda la gestione dei rifiuti industriali, è stato possibile usufruire del monitoraggio delle emissioni CO2 equivalente dei trasporti di rifiuti a loro affidati. Il funzionamento di questo monitoraggio è garantito da un algoritmo proprietario, che effettua il calcolo automatico dell'impatto ambientale in quantità di CO2 equivalente ed è stato riconosciuto e validato da Certiquality in conformità alle norme ISO 14040 e ISO 14044. Tali emissioni sono state compensate dalla stessa Omnisyst attraverso l'acquisto di crediti certificati (Standard VCS _Verified Carbon Standard con ID 1425).

Gruppo Cimbali ha inoltre valutato l'impatto ambientale in termini di Carbon Footprint secondo normativa UNI ISO 14064: 2019 Gas ad effetto serra (Scope 1 e Scope 2) per l'anno 2017 e i risultati conseguiti nel 2019, per i seguenti stabili del Gruppo: Via Manzoni, Via Archimede e MUMAC.

I risultati evidenziano una riduzione delle emissioni connesse al consumo di metano (scope 1) nelle tre sedi intorno al 7%, mentre meno rilevanti risultano le riduzioni connesse al consumo di energia elettrica (scope 2).

Tali emissioni sono connesse principalmente al mix energetico venduto dalla società fornitrice (i consumi del Gruppo per i tre edifici presi in considerazione sono infatti diminuiti del 5,3 %).

A partire da questi risultati il Gruppo intende elaborare un piano triennale di risparmio energetico 2022-24 al fine di ridurre le emissioni di CO2 identificate dalla Carbon Footprint, aggiornare la Carbon Footprint e definire l'obiettivo della Carbon Neutrality anche in relazione alle iniziative intraprese dalle aziende fornitrici.

La filiera del caffè è da molti anni di fronte a uno scenario ambientale che è profondamente cambiato e che sta impattando a vari livelli sui grandi player del settore. Deforestazione, perdita di biodiversità, cambiamenti climatici, uso di pesticidi e prelievo di risorse idriche sono tutti elementi che impattano sulle comunità locali, la cui sussistenza dipende dalle risorse dei territori.

La perdita di biodiversità rappresenta un problema per la stessa industria del caffè: più della metà delle varietà di caffè allo stato selvatico, esistenti oggi in natura, è a rischio estinzione.

La sensibilità su questi temi deve coinvolgere anche esercizi commerciali e utenti finali, spesso ignari di tutta la filiera che precede la tazzina. Per questo motivo Gruppo Cimbali intende farsi promotore di iniziative e partnership per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità rilevanti per la filiera del caffè, associando questi valori ai propri prodotti.



2001 > 2018

-36mln
di ettari di
foresta primaria

Nei dieci principali paesi produttori di caffè si sono persi tra il 2001 e il 2018 oltre 36 milioni di ettari di foresta primaria.



2050

60%
dei terreni che saranno
adatti alla coltivazione
di caffè oggi sono coperti
da foreste

Gli effetti del cambiamento climatico ridurranno della metà l'area di terra attualmente adatta alla produzione di caffè. Il 60% dei terreni che saranno adatti alla coltivazione di caffè nel 2050 sono attualmente coperti da foreste. La domanda di caffè triplicherà al 2050.

MUMAC Academy **Coffee sustainability program**

MUMAC Academy è l'Accademia della Macchina per Caffè di Gruppo Cimbali, un luogo di formazione e incontro per appassionati e professionisti del settore, dove poter acquisire nuove competenze e affinare le abilità grazie a corsi con docenze qualificate, certificati dalla Specialty Coffee Association (SCA). Dalla nascita nel 2014 a Binasco, vicino a Milano, MUMAC Academy ha contribuito a formare più di 9000 persone attraverso un'offerta dedicata a Caffè, Prodotti e Tecnologie, Istituti Alberghieri e l'apertura di filiali internazionali.

Per valorizzare il proprio ruolo di intermediario tra il mondo della produzione del caffè e il mondo dei bar e del consumo finale Gruppo Cimbali ha inserito alcuni contenuti di sostenibilità della filiera del caffè nei corsi erogati da Academy, tra cui informazioni sul lavoro nelle piantagioni, sulla permacultura, sulle specie di caffè, sull'impatto dei problemi ambientali sulle coltivazioni e sullo spreco di caffè, favorendo inoltre la partecipazione dei trainer al Coffee Sustainability Program SCA.



Il Coffee Sustainability Program, promosso dalla Specialty Coffee Association (SCA), si rivolge alle persone coinvolte nelle varie fasi della supply chain del caffè e si fonda su un principio ben preciso: tutti le figure coinvolte devono adottare un approccio sostenibile per permettere al mercato dei caffè specialty di sopravvivere ed espandersi.

Il programma è progettato per esplorare il significato di “sostenibilità” e le sfide di agire in modo sostenibile attraverso la catena del caffè ed è diviso in tre livelli: Foundation, Intermediate e Professional.

Il Gruppo ha inoltre organizzato dirette social sulle tematiche sulla sostenibilità, e in particolare:

- Diretta dalle piantagioni
- Westing Coffee
- Tracciabilità e trasparenza nella filiera del caffè
- Il caffè e la permacultura: metodi sostenibili per la coltivazione



Circular economy

Fase di consumo

Il Gruppo promuove all'interno dei propri eventi l'utilizzo di bicchieri compostabili e di palettine usa e getta riciclabili, oltre che promuovere la raccolta differenziata. Durante Host 2021 sono stati utilizzati bicchierini realizzati in Paper2Paper, un materiale compostabile, biodegradabile, smaltibile nell'organico oppure riciclabili nella carta.

Le brochure sono state ridotte di più dell'80%, con copie fisiche dedicate solo alle macchine presenti sullo stand e ai prodotti in lancio. Per le restanti sono stati utilizzati QR Code e promozione digitale. Gran parte dei gadget sono prodotti in cotone organico (shopper LC e F) e materiale riciclato (Portalaptop LC in PET riciclato). Inoltre, non sono state acquistate bottiglie di plastica. Sullo stand era presente un dispenser Brita che tratta l'acqua di rete, con un risparmio stimato di almeno 500 bottiglie di acqua al giorno considerando personale addetto e ospiti della fiera.



2,5mld

di tazze di caffè ogni giorno, nel mondo

Nel mondo si bevono ogni giorno circa 2,5 miliardi di tazze al giorno: circa 6 milioni di tonnellate di fondi di caffè sono smaltiti in discarica e non come rifiuto organico.



packaging

capsule, buste in materiale accoppiato e confezioni

In tema di rifiuti anche il packaging riveste un ruolo importante: capsule, buste in materiale accoppiato e confezioni per i bar oltre che tazze e bicchieri usa e getta per l'asporto.

Sempre nel corso del 2021 è stata attivata una partnership con KRILL DESIGN per valorizzare i fondi di caffè di un biomateriale con cui sostituire alcune parti estetiche della macchina e creare merchandising brandizzato. Il focus della partnership è la ricerca di materiali innovativi, valorizzando gli scarti della filiera alimentare attraverso un processo di Economia Circolare, che trasforma le risorse della natura in prodotti di ecodesign, anche alla luce dei risultati emersi dalla LCA.

I prodotti realizzati per Gruppo Cimbali sono composti dai seguenti materiali:

- PHA - base polimerica bio based conforme al marchio "ok compost industrial"
- Fondi di caffè

I prodotti realizzati con tali materiali sono compostabili in impianti di compostaggio industriale e riciclabili poiché possono essere riutilizzati per realizzare nuovo materiale per la realizzazione di nuovi prodotti.



Capri Green **Destination**

Per sottolineare la volontà del Gruppo di essere presente nel dibattito sui temi della sostenibilità globale, partecipiamo al progetto Isola di Capri Green Destination, presentato ufficialmente in occasione della conferenza “Piccole Isole e Economia Circolare: la sfida dell’isola di Capri” a settembre 2021.

L’evento caprese - organizzato da Isola di Capri Conservancy e SDA Bocconi con il supporto della Direzione Regionale Musei Campania e della Certosa di San Giacomo - è inserito tra le pre-cop della 26esima Conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici che si è tenuta in autunno nel Regno Unito e rientra nel programma All4Climate - Italy 2021.



**#ALL4
CLIMATE
ITALY
2021**

Vogliamo contribuire a diffondere la consapevolezza ecocompatibile che comporta la necessità di utilizzare materiali sostenibili e riciclabili al 100% e in questo ci aiuta il costante progresso e l'automazione avanzata.

È nostra intenzione trasferire a Capri l'esperienza che abbiamo maturato in questi anni nel milanese anche grazie ad una fruttuosa collaborazione con le amministrazioni cittadine, con la promozione di attività ludico-formative e la realizzazione del Mumac, il Museo delle Macchine per Caffè Espresso, che racconta, attraverso la più grande esposizione mondiale di questo genere, cento anni di storia, tecnologia e design italiano.









GRUPPO CIMBALI

Via Manzoni, 17 - 20082

Binasco (MI) Italia

Tel. +39 02 900491

cimbali@gruppocimbali.com