



DERSUT

2024

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



Edizione n° 4

Nota metodologica

Scopo del Bilancio di Sostenibilità

Il seguente Bilancio di Sostenibilità rappresenta la quarta edizione presentata da Dersut Caffè S.p.A. Al suo interno vengono rappresentate le politiche ambientali, sociali, economiche e di governance dell'Azienda così da avviare un percorso consapevole di comprensione dei rischi ma anche delle opportunità a esse legate.

Frequenza di pubblicazione

L'Azienda ha scelto di procedere con la pubblicazione annuale. Le informazioni presentate fanno riferimento all'arco temporale compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2024.

Nota contenutistica

Il bilancio 2024 è in linea con quelli precedenti. Viene mantenuta la rendicontazione dei dati in quanto dopo il terzo anno di pubblicazione, risultano essere ben consolidati e coerenti. Nello specifico tutte le informazioni all'interno del documento sono state raccolte dai referenti delle funzioni aziendali coinvolte e calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati.

Struttura e trattamento dei dati

Per la presentazione dei dati è stato limitato il più possibile se non escluso completamente, il ricorso a stime, al fine di garantirne l'attendibilità.

Standard di rendicontazione

Il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in conformità dei GRI Sustainability Reporting Standards pubblicati nel 2021 dal Global Reporting Initiative in osservanza dell'opzione core. L'Indice dei Contenuti GRI riporta le informative di riferimento per la seguente rendicontazione, indicando eventuali omissioni ove necessarie.

Contatti

Per qualsiasi informazione relativa al Bilancio di Sostenibilità è possibile contattare info@dersut.it



INDICE

Lettera agli stakeholder	6
1. L'AZIENDA	9
La storia dell'azienda	10
La struttura organizzativa.....	12
La catena del valore	14
I prodotti	16
La provenienza dei chicchi.....	18
Le Botteghe del Caffè Dersut.....	20
Il mercato estero	24
Le Certificazioni	26
Gli Stakeholder.....	28
L'agenda 2030.....	36
2. L'IMPATTO SOCIALE.....	39
I dati sul personale.....	40
Il progetto sociale	42
3. L'IMPATTO AMBIENTALE.....	47
I consumi a confronto.....	48
I progetti ambientali.....	50
4. LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER	53
Il Museo del Caffè Dersut.....	54
ABCD Accademia Baristi Caffè Dersut.....	56
Il bilancio di sostenibilità.....	59
Le associazioni	60
Il gruppo sostenibilità	62
5. GLI OBIETTIVI 2025.....	65
GRI INDEX.....	66

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il 2024 ha visto realizzarsi il nostro sogno!

A fine maggio l'intera squadra aziendale si è trasferita dalla sede storica di Via Vecellio 6, realizzata a metà degli anni '50, nel nuovo stabilimento produttivo di Via San Giuseppe 46, sempre a Conegliano.



▲ Giulia, Lara, Giorgio Caballini di Sassoferrato

Nelle immediate vicinanze del nuovo sito aziendale sono state svolte opere di urbanizzazione, dai marciapiedi alle luminarie, e realizzata una vasta area dedicata allo sgambamento dei cani, tutto ceduto gratuitamente da Dersut al territorio, a beneficio dell'intera comunità.

Il trasferimento nella nuova sede aziendale ha rappresentato per la famiglia, per i collaboratori aziendali, dall'amministrazione alla produzione, per i commerciali e tutti i nostri stakeholder, un passaggio epocale caratterizzato non solo da nuovi spazi, corpi architettonici all'avanguardia e nuovissimi macchinari ma anche da una visione aziendale rinnovata, sempre più attenta e rispettosa del valore della sostenibilità, nelle sue varie declinazioni. Da qui la creazione di un vero e proprio team interno incaricato di supportare il percorso di sostenibilità, con l'obiettivo di esprimere al meglio la sensibilità aziendale, coinvolgendo di riflesso tutta la torrefazione.

In questa ottica il 2024 ha visto concretizzarsi di nuovi progetti quali la valutazione del risk assessment e lo studio per la produzione dei primi materiali di marketing aziendali con un residuo tipico del processo

di tostatura, ovvero la silverskin /pula. Sono proseguite anche tutte le attività e collaborazioni trasversali degli anni precedenti con Ricrearti (progetto Dersut Reuse), con il Lanificio Bottoli (tintura dei tessuti con i fondi di caffè), con l'Università di Padova (Dipartimento di Ingegneria Industriale), con Confindustria Veneto Est (partecipazione al Gruppo Sostenibilità) perché riteniamo che l'economia circolare si realizzi concretamente non solo attraverso il riuso e il riciclo ma, anzitutto, tramite la collaborazione di aziende appartenenti a merceologie diverse che insieme creano prodotti nuovi, rispettosi delle persone e dell'ambiente.

Famiglia
Caballini di Sassoferrato

1. L' AZIENDA

Svolgiamo il lavoro con passione per far sorridere chi beve il nostro caffè e per fargli comprendere tutto ciò che sta dietro alla qualità del prodotto

Dersut, grazie alla passione per il caffè e allo spirito imprenditoriale della famiglia Caballini di Sassoferrato, proprietaria dal 1949, **ha da sempre perseguito la qualità del prodotto, del processo produttivo e dell'organizzazione aziendale.** L'Azienda si dedica, infatti, con passione e perizia, ad **un'accurata e selezionata scelta della materia prima, ad una diligente conservazione** della stessa in attesa della sua lavorazione, perché il prodotto non abbia a perdere i suoi pregi e le sue peculiarità, **ad un'attenta tostatura** alla ricerca della cottura ideale, in tempi e temperature, per ogni singola monorigine che ne valorizzi ed esalti le qualità, **ad una raffinata miscelazione** per un risultato eccellente ed equilibrato, **ad un idoneo ed efficiente confezionamento** che conservi, nel migliore dei modi, le proprietà organolettiche del caffè e l'integrità delle miscele. **L'Azienda oggi ha una forza lavoro di ben 38 agenti monomandatari, 51 dipendenti e serve in esclusiva oltre 4000 esercizi pubblici** distribuiti principalmente nel Triveneto, con una recente espansione in Piemonte e Liguria ed una presenza, sempre più significativa,

su alcuni importanti mercati europei e non solo, essendo di recente approdata anche nei mercati degli Emirati Arabi, del Messico e della Repubblica Dominicana.

Da anni attiva nel settore fieristico, Dersut partecipa a diverse manifestazioni, tra cui Host a Milano, Triestespresso nel capoluogo friulano e Sigep a Rimini. **Nel 2014 a Conegliano, l'Azienda con altri operatori del comparto caffè ha costituito il Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale.**

Il Consorzio mira a far rientrare l'espresso tra rito, arte, socialità e letteratura, nella lista dei beni immateriali tutelati dall'Unesco. Nel febbraio 2022 sono iniziati i lavori per la realizzazione della nuova sede aziendale, sempre a Conegliano.

Nel corso del 2024 c'è stato il trasferimento di tutti i reparti, sia produttivo che amministrativo. Dersut ha a disposizione nuovi ampi spazi, uno stabilimento moderno e accogliente e macchinari di ultima generazione, nell'ottica di un miglioramento continuo della qualità del prodotto e del lavoro.

LA STORIA DELL'AZIENDA

La linea del tempo



LA COSTITUZIONE

1947

I triestini Marcello De Rosa e Giovanni Suttora costituiscono Dersut (la ragione sociale è acronimo dei due cognomi), torrefazione per la vendita di caffè e coloniali con sede legale a Trieste e sede operativa, sin dall'origine, a Conegliano.

LA FAMIGLIA CABALLINI DI SASSOFERRATO

1949

La storia di una famiglia e di una città si legano indissolubilmente: i conti Elisabetta e Vincenzo Caballini di Sassoferrato rilevano Dersut Caffè trasferendo anche la sede legale a Conegliano. La piccola torrefazione, costituita solo due anni prima, nel tempo acquisirà una posizione di rilievo sempre maggiore nel mondo del caffè.

GRUPPO TRIVENETO TORREFFATTORI CAFFÈ

1954

Veneto, Trentino-Alto Adige e Friuli-Venezia Giulia diventano in questo periodo punti di riferimento per le aziende del caffè italiane: nel 1954 viene fondato il Gruppo Triveneto Torrefattori Caffè, ampliata all'Italia intera nel 2015. Dersut è tra i soci fondatori.



PROGETTO BOTTEGHE

2002

Nel 2002 viene aperta la prima Bottega del Caffè Dersut, dalla quale prendono vita negli anni successivi altre tipologie di caffetteria monomarca: Italiana Caffè e Giornale & Caffè.

CONSORZIO DI TUTELA DEL CAFFÈ ESPRESSO ITALIANO TRADIZIONALE

2014

Il Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale è stato costituito il 15 settembre del 2014 a Conegliano e ha per oggetto principale la promozione, la valorizzazione

e la tutela del caffè espresso italiano tradizionale mediante la richiesta all'UNESCO per ottenere il riconoscimento di Patrimonio Immateriale dell'Umanità.

MUSEO DEL CAFFÈ

2010

Guardare al futuro non significa dimenticare il passato: il 2010 è l'anno dell'inaugurazione del Museo del Caffè a Conegliano, il racconto di una storia d'azienda, di settore e di città. Il Museo del Caffè Dersut è associato a Museimpresa.

REBRANDING

2019

La comunicazione visiva è l'incarnazione di forma e funzione, l'integrazione di bello e utile. Così il nuovo logo rappresenta in modo simbolico l'essenza e lo spirito d'azienda. Essenziale e distintivo.

RECYCLING BOTTEGHE DEL CAFFÈ

2021

Il format pioneristico viene rilanciato, affrontando un'evoluzione strategica per promuovere l'essenza del Made in Italy e per cogliere nuove sfide e opportunità, espandendosi nel mercato europeo e oltre.

NUOVA SEDE

2024

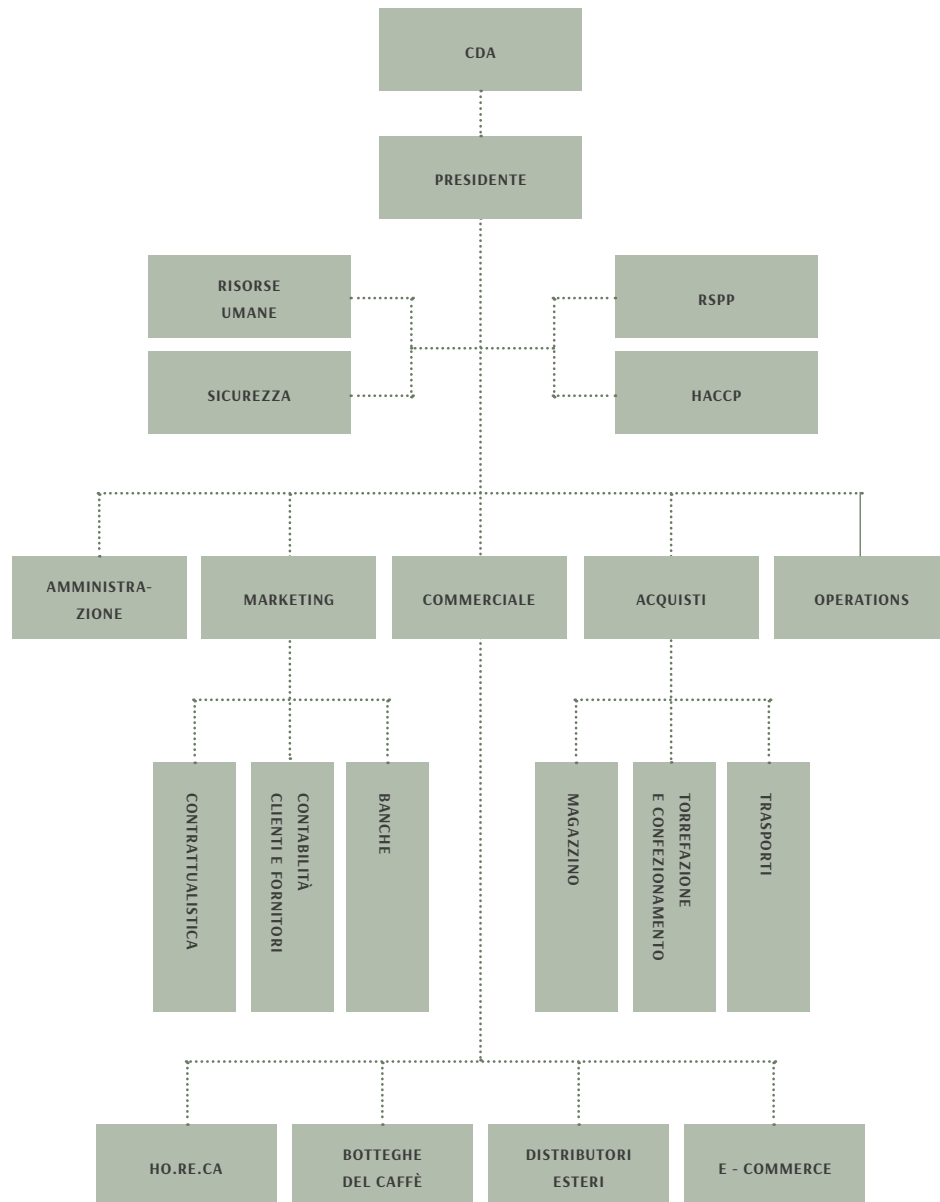
Un nuovo inizio nel moderno stabilimento in via San Giuseppe. La costruzione della nuova sede mira a migliorare l'efficienza del lavoro e della produttività. Stimolando nuove idee per la sostenibilità e il riuso di materiali.



DERSUT

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

L'organigramma



I risultati economici

	2023	2024	Δ%
Fatturato	15.811.188,00	17.040.782,00	+ 7,72
Investimenti	4.672.830,00	5.612.230	+ 20,10
Fatturato estero	6,5 %	8 %	+23,08

LA CATENA DEL VALORE

1 COFFEE BELT

La Coffee Belt è l'area di produzione del caffè più prolifica che si estende dal tropico del Cancro al tropico del Capricorno.

2 RACCOLTA

La prima selezione si ha all'origine: dopo la raccolta delle drupe si procede all'eliminazione di corpi estranei come foglie, pietre e terra.

3 ESTRAZIONE

I chicchi di caffè vengono estratti dalle drupe e separati dalla polpa e dal pergamino, la membrana che li ricopre. L'estrazione può essere di due tipi: si parla di "caffè naturali" se avviene per via secca e di "caffè lavati" se invece avviene per via umida.

4 SPEDIZIONE

Il caffè verde, ottenuto dopo gli accurati procedimenti di pulizia e selezione, viene esportato in tutto il mondo.

7 TRASFORMAZIONE DEL CHICCO

Con la tostatura, che avviene tra i 190° e i 230°, i chicchi di caffè verde si trasformano in chicchi più leggeri, bruni e profumati: in questa fase si verificano la caramellizzazione degli zuccheri e la carbonizzazione della cellulosa, così come la formazione dei composti volatili e l'aroma del tostato.

6 TOSTATURA DERSUT

Dersut ha adottato il sistema della tostatura separata di ogni monorigine: ogni partita di caffè richiede temperature e tempi diversi di tostatura, in modo tale da raggiungere sempre una resa ottimale.

5 ARRIVO A CONEGLIANO

Per arrivare a Conegliano, dove avrà luogo l'intero processo di produzione, il caffè compie un lungo viaggio, arrivando in grandi sacchi in polipropilene da 600 kg: i "big bags".

8 RAFFREDDAMENTO

Una volta raggiunto il previsto grado di tostatura il caffè viene raffreddato ad aria per preservarne aromi e proprietà organolettiche e successivamente aspirato tramite un impianto ad aria, la "spietratrice", per eliminare tutti i corpi estranei più pesanti.

9 MISCELATURA

Le singole qualità di caffè crudo vengono stoccate in distinti comparti; vengono successivamente mescolate in un apposito miscelatore con tamburo girevole interno, in quantità e tipi diversi, per creare le diverse miscele aziendali.

10 CONFEZIONAMENTO

Ogni miscela viene stoccata in un distinto silo e segue un percorso protetto prima dell'immissione nel sacchetto o nella bobina perché la qualità sia preservata. Questo itinerario prevede il passaggio in un tubo chiuso senza luce, in un ambiente con clima, umidità e temperatura controllati.

I PRODOTTI

L'eccellenza dell'espresso

Nonostante non sia il suo paese d'origine, universalmente l'Italia è considerata la vera patria del caffè.

La parola "espresso" è conosciuta in tutto il mondo, da Londra a Singapore, passando per Rio de Janeiro e New York. Le ragioni di questo successo vanno

ricercate nell'attenta cura e selezione all'atto dell'acquisto della materia prima, nel tipo di tostatura, nell'accurata composizione della miscela adottata dai torrefattori italiani, nei procedimenti di macinatura ed estrazione eseguiti nei bar di tutta Italia.



La legislazione nazionale inoltre, ha contribuito ad innalzare il livello qualitativo dell'offerta italiana fissando per le importazioni di caffè crudo standard qualitativi decisamente severi. Questa tradizione ha "costretto" i produttori ad offrire sempre e solo il meglio, trasformando gli italiani nei consumatori più raffinati del mondo.

Per assicurare che la superiorità dei suoi prodotti li raggiunga intatta, Dersut ha scelto di servire solo esercizi pubblici e punti vendita affiliati al marchio. **Ogni caffè porta con sé un aroma particolare, una eco della storia del suo paese.** Dersut ha deciso di soddisfare i suoi clienti più esigenti, selezionando le migliori monorigini.

Le principali linee di prodotto



MISCELE
del caffè

CAPSULE
compatibili



CIALDE
monodose

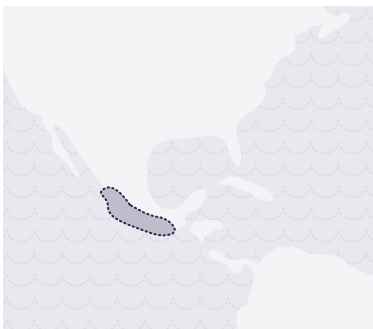


LA PROVENIENZA DEI CHICCHI

La Coffee Belt

La Coffee Belt è l'area di produzione del caffè più prolifica che si estende dal tropico del Cancro al tropico del Capricorno, ed è in queste zone che Dersut raccoglie i migliori chicchi di caffè.

Alcune monorigini:



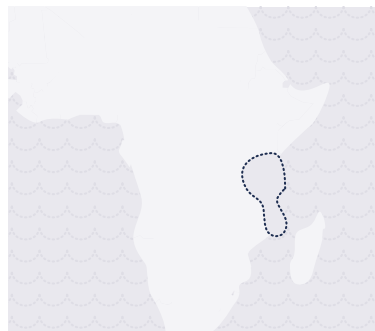
SALVADOR

Grazie al basso contenuto di caffeina questa arabica è adatta anche alla sera; il suo aroma è delicato e leggermente speziato.



SANTOS

Perfetto dopo pranzo, questo caffè brasiliano ha un aroma morbido e pieno, che lascia un retrogusto al cioccolato.



LIMU

Acidità e dolcezza si fondono in questo caffè che arriva dall'Etiopia, seducente grazie alle note di gelsomino e agrumi.





Ambienti di innovativa concezione, ma fedeli in ogni aspetto alla tradizione di qualità che caratterizza la storia del marchio



LE BOTTEGHE DEL CAFFÈ

Catena di caffetterie a marchio aziendale

Nate nel 2002, con l'obiettivo di offrire dei luoghi dove fosse possibile degustare ed acquistare i prodotti Dersut in un ambiente qualificato e assistiti da personale formato e professionale, sono oltre settanta le caffetterie monomarca suddivise nei brand: **Bottega del Caffè Dersut (il cui format è stato completamente rivisto e rinnovato)**, **Italiana Caffè**,

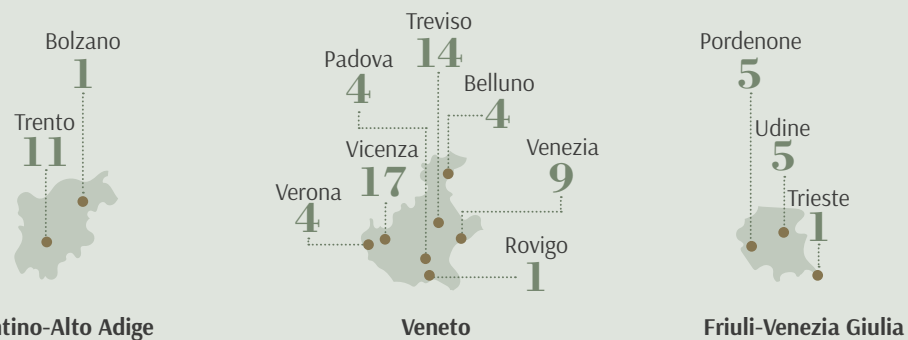
Giornale & Caffè, attualmente localizzate soprattutto nel Nord Italia, con il progetto, però, di aprire nuove posizioni anche nel resto del territorio nazionale e all'estero. Si tratta di una serie di progetti di affiliazione flessibili e mirati, caffetterie unificate nella formula e nell'immagine, attente ai cambiamenti del consumatore e all'evoluzione dei gusti.



Distribuzione delle Botteghe del Caffè Dersut per regione



Distribuzione delle Botteghe del Caffè Dersut per provincia



IL MERCATO ESTERO

Negli ultimi anni Dersut sta lavorando per migliorare sempre più il business con prodotti di qualità adeguati al mercato di riferimento e con costanti corsi di formazione.

I paesi in cui sono presenti i distributori Dersut:

- | | | |
|------------------------|--------------------------|-------------------|
| 1 Albania | 13 Kosovo | 24 Spagna |
| 2 Austria | 14 Lettonia | 25 Svezia |
| 3 Belgio | 15 Malta | 26 Svizzera |
| 4 Bosnia ed Erzegovina | 16 Messico | 27 Ungheria |
| 5 Bulgaria | 17 Norvegia | 28 Costa d'Avorio |
| 6 Cina | 18 Paesi Bassi | 29 Irlanda |
| 7 Croazia | 19 Palestina | 30 Libia |
| 8 Dubai | 20 Repubblica Ceca | 31 Polonia |
| 9 Francia | 21 Repubblica Dominicana | 32 Serbia |
| 10 Georgia | 22 Romania | 33 Slovacchia |
| 11 Germania | 23 Slovenia | |
| 12 Grecia | | |

Da sempre Dersut è sinonimo di eccellenza nel mondo della torrefazione



LE CERTIFICAZIONI

Il rating di legalità

Il 17 Ottobre 2023 Dersut ha rinnovato la richiesta del rating di legalità ottenendo dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in accordo con il Ministero degli Interni e della Giustizia, un risultato in crescita rispetto al precedente con acquisizione del livello 2+.

E' un importante riconoscimento in quanto attesta ufficialmente che operiamo secondo principi di legalità, trasparenza e responsabilità sociale.

Il secondo livello, peraltro, ci riconosce che abbiamo superato i requisiti minimi richiesti dalla legge, migliorando il nostro impatto sulla società e sull'ambiente.



LA MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

Per il presente Bilancio di Sostenibilità, Dersut ha voluto porre il proprio impegno nel seguire le migliori pratiche in materia di stakeholder engagement.

A tal proposito, attraverso il coinvolgimento del management e la somministrazione di uno specifico questionario, sono state:

1.

Identificate le categorie di stakeholder rilevanti per l'Azienda;

2.

Assegnate delle priorità agli stakeholder sulla base della loro rilevanza per l'Azienda;

3.

Identificate le tematiche potenzialmente rilevanti per stakeholder e Azienda;

4.

Valutate le priorità che gli stakeholder e l'Azienda assegnano ai diversi temi.

Successivamente, in base ai risultati è stata definita una mappatura delle tematiche strategicamente importanti per la definizione della Matrice di Materialità. Dersut attribuisce un ruolo fondamentale

ai suoi stakeholder per il raggiungimento degli obiettivi aziendali. La condizione essenziale per la collaborazione con essi è quella di instaurare un rapporto di fiducia basato su comportamenti etici.

Gli stakeholder di Dersut Caffè S.p.A.

Dersut considera Stakeholder tutti i soggetti che hanno degli interessi connessi per via diretta o indiretta

con le sue attività. Sulla base di questo criterio, la società individua le categorie riportate di seguito.



Il coinvolgimento degli stakeholder

Stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza
AGENTI	Incontri	Direzione	Mensile
	Convention	Direzione	Annuale
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Fiere	Area marketing	Semestrale
	Cataloghi	Area marketing	Annuale
	Comunicazioni commerciali	Direzione	Settimanale
	Survey	Direzione	Annuale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale
	Newsletter	Area marketing	Mensile
ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E CONSORZI	Visite	Direzione	Mensile
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Comunicati stampa	Area marketing	Trimestrale
	Survey	Area marketing	Annuale
ISTITUTI DI CREDITO	Visite	Direzione	Mensile
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Comunicati stampa	Area marketing	Trimestrale
	Survey	Area marketing	Annuale

Stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza
CONSUMATORI	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Newsletter	Area marketing	Mensile
	Packaging	Area marketing	Annuale
	Museo Aziendale	Area marketing	Quindicinale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Fiere	Area commerciale	Semestrale
FORNITORI	Visite	Area commerciale	Settimanale
	Comunicazioni commerciali	Area commerciale	Settimanale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Packaging prodotto	Area marketing	Annuale
	Survey	Area marketing	Annuale
	Sito	Area marketing	Semestrale
TERRITORIO E COMUNITA'	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Eventi	Area marketing	Semestrale
	Sponsorizzazioni	Area marketing	Semestrale
	Testimonianze	Direzione	Semestrale
	Museo aziendale	Area marketing	Mensile

Il coinvolgimento degli stakeholder

Stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza
BOTTEGHE DEL CAFFÈ	Newsletter	Area marketing	Mensile
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Fiere	Area commerciale	Semestrale
	Visite	Area commerciale	Settimanale
	Cataloghi	Area marketing	Annuale
	Comunicazioni commerciali	Area commerciale	Settimanale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Packaging prodotto	Area marketing	Triennale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale
DISTRIBUTORI	Survey	Area marketing	Annuale
	Fiere	Area commerciale	Semestrale
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Survey	Area marketing	Annuale
	Certificazioni	Qualità	Annuale
	Newsletter	Area marketing	Trimestrale
	Visite	Direzione	Annuale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale

Stakeholder	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza	
COLLABORATORI	Incontri	Direzione	Mensile	
	Sito	Area marketing	Semestrale	
	Social network	Area marketing	Quotidiana	
	Bacheche	Direzione	Quindicinale	
	Survey	Area marketing	Annuale	
	Comunicazioni interne	Direzione	Quindicinale	
	Certificazioni	Qualità	Annuale	
	Newsletter	Area marketing	Mensile	
	HO.RE.CA	Newsletter	Area marketing	Mensile
		Sito	Area marketing	Semestrale
Fiere		Area commerciale	Semestrale	
Visite		Area commerciale	Settimanale	
Cataloghi		Area marketing	Annuale	
Comunicazioni commerciali		Area commerciale	Settimanale	
Social network		Area marketing	Quotidiana	
Certificazioni		Direzione	Annuale	
Packaging prodotto		Area marketing	Annuale	
Accademia Baristi		Direzione	Trimestrale	
Survey	Area marketing	Annuale		

La matrice di materialità

Gli argomenti più importanti per ciascun stakeholder e per l'Azienda sono stati collocati su una matrice che riporta lungo i due assi le tematiche rilevanti. Gli argomenti sono stati selezionati e sintetizzati rispetto all'iniziale universo di tematiche, sono stati organizzati per macro aree e sottoposti alla valutazione di materialità. Agli stakeholder raggruppati per campioni rappresentativi è stato chiesto

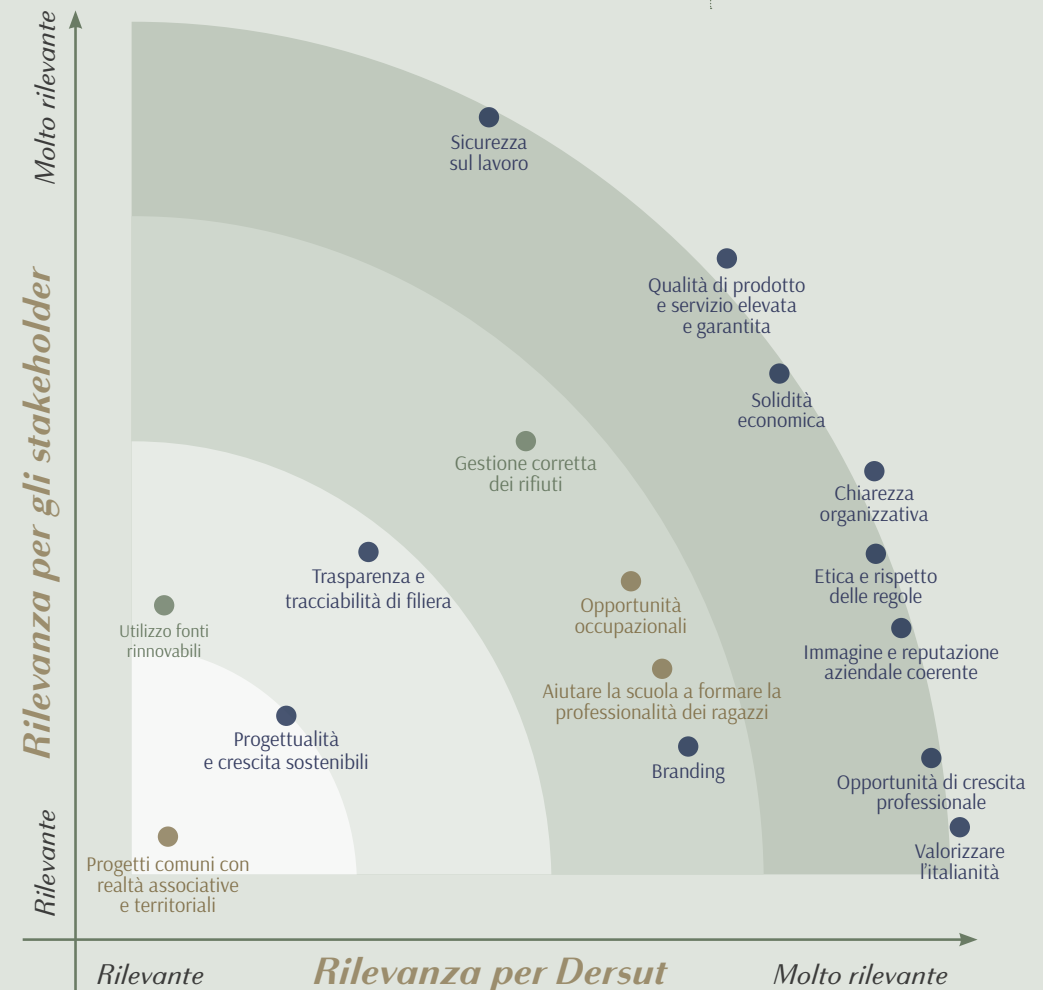
di esprimere una valutazione sui diversi temi attribuendo un punteggio da 1 a 4 (1 non rilevante, 4 molto rilevante) in termini di rilevanza in relazione al rapporto tra loro e l'Azienda. Gli argomenti sono stati divisi in tre categorie: Economici, Sociali e Ambientali. Come si può notare **i temi che hanno ottenuto un punteggio più alto sono quasi esclusivamente quelli legati all'ambito economico e di governance.**



I risultati della matrice di materialità

COME SI LEGGE

- **Impatto economico e di governance**
- **Impatto ambientale**
- **Impatto sociale**



L'AGENDA 2030

Gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile

L'Agenda 2030 è il documento sottoscritto dall'**ONU nel 2015 che, attraverso l'individuazione di 17 Obiettivi** (Sustainable Development Goals) fondati sull'integrazione tra la dimensione economica, ambientale e sociale, fissa

gli impegni per lo sviluppo sostenibile. Tutti gli obiettivi esplicitati nell'Agenda 2030 sono condivisi dall'Azienda; in questo schema sono evidenziati i principali che ogni giorno ispirano Dersut nella realizzazione delle proprie attività.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

17 OBIETTIVI PER TRASFORMARE IL NOSTRO MONDO



Legenda dei principali obiettivi per uno sviluppo sostenibile adottati da Dersut



Lavoro dignitoso e crescita economica

Contribuire ad una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, garantendo sostegno all'occupazione locale. Assicurare un lavoro dignitoso, un ambiente di lavoro sano e sicuro e garantire la crescita professionale di tutti i lavoratori.



Consumo e produzione responsabili

Garantire efficienza nell'uso delle risorse, attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclo e il riutilizzo principalmente dei rifiuti secondo i principi dell'economia circolare.



Salute e benessere

Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.



Lotta contro il cambiamento climatico

Sensibilizzare e promuovere buone pratiche per combattere il cambiamento climatico come la riduzione delle emissioni di gas a effetto serra e il ricorso a fonti energetiche rinnovabili.



Parità di genere

Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment di tutte le donne e le ragazze.



Vita sulla terra

Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, arrestare e far retrocedere il degrado del terreno e fermare la perdita di diversità biologica.



Energia pulita e accessibile

Incentivare l'utilizzo di energie rinnovabili e promuovere l'efficiamento energetico.

2. L'IMPATTO SOCIALE

*Mettersi a disposizione della società
è una doverosa scelta che “fa del bene”
ma soprattutto “fa stare bene”*

Responsabilità sociale d'impresa è porsi l'obiettivo di uno sviluppo economico sostenibile, attento anche alle richieste e alle esigenze sociali al fine di migliorare la qualità della vita delle persone e della comunità. Per Dersut sono fondamentali l'attenzione ai collaboratori,

l'aiuto al prossimo, il rispetto dell'ambiente e il sostegno delle associazioni e quindi della coesione sociale. La collaborazione è uno strumento fondamentale per riqualificare la vita e sentirsi partecipi di un progetto; questa è proprio la finalità delle iniziative per cui ci battiamo.

I DATI SUL PERSONALE

La divisione del personale per categoria

Categorie	Contratto	2023			2024			
				tot			tot	
Dipendenti	Impiegati	Tempo indeterminato	16	10	26	16	12	28
		Tempo determinato	0	1	1	0	0	0
	Operai	Tempo indeterminato	18	0	18	18	0	18
		Tempo determinato	0	0	0	1	14	5
Totale				45			51	
Stagisti		0	0	0	1	1	2	
Apprendisti		1	0	1	1	0	1	

La divisione del personale per fascia di età

Anno	< 30		> 30 - 50		> 50		totale	
2023	6	0	14	4	14	7	34	11
2024	6	2	15	6	15	8	36	16

Assunzione e licenziamenti per fascia di età

Anno	< 30		> 30 - 50				> 50				totale				
2023	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	2	1	1
2024	1	0	7	5	1	0	3	0	0	0	1	1	2	0	11

Il numero delle ore di formazione per tipologia di collaboratori

Anno	Categoria			Totale
		2023	Impiegati	
	Operai	12	/	222,00
2024	Impiegati	8	9	177
	Operai	10	/	70

Infortuni

Anno	Contratto	Infertuni lievi	Infertuni gravi
		2023	Tempo Ind.
	Tempo Det.	0	0
	Apprendistato	0	0
2024	Tempo Ind.	0	0
	Tempo Det.	0	0
	Apprendistato	0	0

IL PROGETTO SOCIALE

La magia dei fondi del caffè su cachemire, lana e seta

In collaborazione con il Lanificio Bottoli nasce una collezione esclusiva di scialli tinti naturalmente con i fondi del nostro caffè.

I fondi di caffè, da sottoprodotto della torrefazione, diventano pigmento naturale ovvero parte di un processo circolare che tinge con raffinate sfumature marroni lana, cashmere e seta.



I fondi di caffè raccolti dai nostri gestori vengono conferiti in azienda e poi al lanificio che con 300 kg di fondi di caffè tinge circa 9.000 metri di tessuto.

Questo progetto è un omaggio alla materia naturale e alla sinergia tra aziende

di categorie merceologiche differenti accomunate da filosofia e valori che abbracciano il tema della sostenibilità. Nel 2024 sono stati prodotti circa 4.000 mt di tessuto in lana/seta con una componente di fibra tinta con i fondi di caffè forniti.



La transizione agli imballaggi di cartone

La costanza qualitativa del prodotto, mantenuta dall'utilizzo dei tradizionali packaging realizzati con **laminati ad alta barriera e con valvola di degasazione**, abbraccia una **svolta ecologica fortemente voluta dall'azienda**.

Per Dersut, che vede nell'ambiente un bene da tutelare, il passaggio dall'impiego di cellophane agli imballaggi di cartone rappresenta un altro processo virtuoso di cui essere parte attiva.

Nel cercare di dare risposte concrete ad una questione che riguarda tutti da vicino, **l'azienda ha deciso di impiegare gli imballaggi di carta e cartone per tutta la propria clientela**, con un impegno

che non si limita al mercato italiano ma che riguarda anche i mercati esteri.

La **svolta agli imballaggi ecosostenibili** si combina con l'osservanza di diversi prestigiosi sistemi di certificazione, tra cui **l'FSC (Forest Stewardship Council)**, che indica standard globali per la gestione delle foreste.

Gli standard di gestione forestale di FSC comprendono infatti la **protezione della qualità dell'acqua**, **vietano il taglio di foreste antiche**, **prevengono la perdita della naturale copertura forestale** e **proibiscono l'uso di prodotti chimici** altamente tossici.

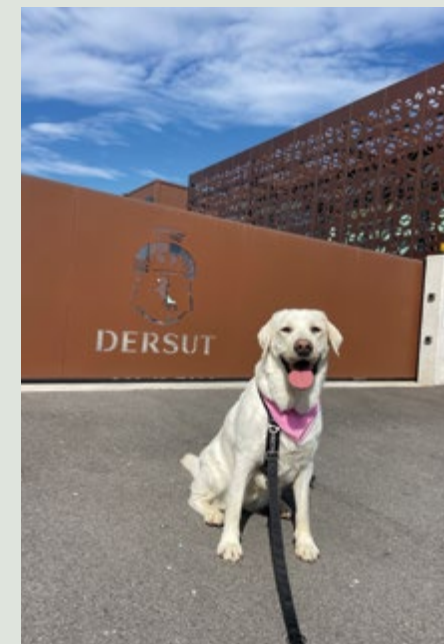
Cessione area sgambamento cani

L'azienda ha ceduto all'amministrazione comunale un'area complessiva di oltre **8000 metri quadri** composta da un'area verde per **sgambamento cani di piccola e di grande taglia**, un **parcheggio pubblico**, **postazioni per la ricarica di veicoli elettrici** e una **pista ciclopedonale di raccordo con via San Giuseppe**.

La cessione ha incluso anche infrastrutture e reti tecnologiche di raccolta e smaltimento delle acque meteoriche, infrastrutture di allacciamento alla fognatura e di distribuzione dell'acquedotto, del gas e dell'energia elettrica, oltre alla segnaletica stradale verticale e orizzontale.

Un'area verde attrezzata, pensata fin dall'inizio come opera a beneficio della collettività.

L'intesa tra la torrefazione e il Comune prova la volontà dell'azienda e della famiglia Caballini di Sassoferato di supportare e di rimanere nel territorio, già evidenziata dall'apertura nel 2010 del Museo del Caffè adiacente lo stabilimento storico, e dalla scelta di mantenere la nuova sede sempre a Conegliano.



3.

L'IMPATTO AMBIENTALE

La sostenibilità ambientale, così come quella sociale ed economica, sono questioni sempre più centrali, che si ripercuotono anche sulla vita lavorativa

Per Dersut questo tema rappresenta uno dei valori cardine dell'attività e del processo produttivo, siamo orgogliosi di tutte le collaborazioni e le iniziative che siamo riusciti a portare a termine e di quelle a cui stiamo lavorando con molta dedizione.

La convinzione di Dersut è che un prodotto di qualità possa essere apprezzato solo in un contesto armonico e rispettoso della natura.

Partendo da questo presupposto, **Dersut è stata una tra le prime torrefazioni in Italia a scegliere tecnologie**

che minimizzassero l'impatto della propria attività sull'ambiente. L'azienda è dotata di un generatore di calore a metano, di bruciafumi e di un ciclone grazie al quale viene evitata la dispersione nell'atmosfera delle particelle di caffè tostato.

La felice unione tra sapere tecnologico e sensibilità ambientale e una grande abilità nel conciliare agire etico ed economico, sono solo alcuni dei valori che sono riusciti a dare a Dersut grande visibilità e apprezzamento nel settore.

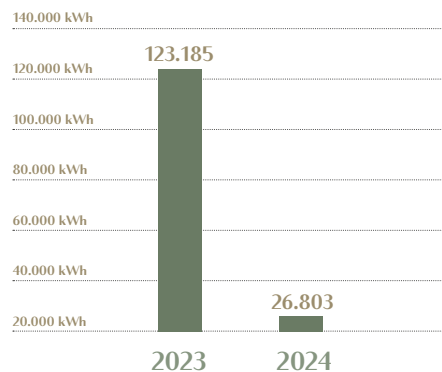
GRI 302-1; 303-5; 306-2

I CONSUMI A CONFRONTO

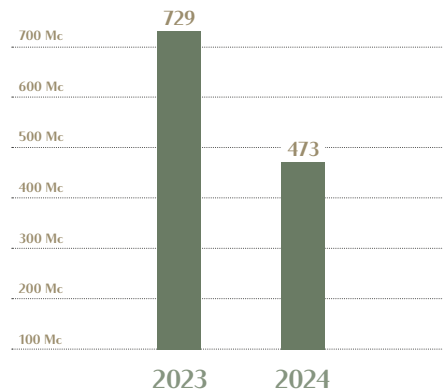
Consumo di elettricità (kWh)



Consumo di gas naturale (Mc)



Risorse idriche (Mc)



Rifiuti

SECCO

Bidone

n° svuotamenti

Rifiuti speciali

cod. 020304
Scarti inutilizzabili per il consumo

cod. 160213
Apparecchiature fuori uso
(componenti non pericolose)

cod. 160214
Apparecchiature fuori uso
(componenti pericolose)

cod. 161002
Rifiuti liquidi acquosi
di scarto

cod. 170405
Ferro e acciaio

cod. 150106
Imballaggi in materiali misti

udm

LITRI

/

KG

2023

5.500

5

700,00

7,00

78,00

2024

4.400

4

0

0

120

190

1.009

7.080

I PROGETTI AMBIENTALI

Dersut si impegna ogni giorno per realizzare iniziative di valore



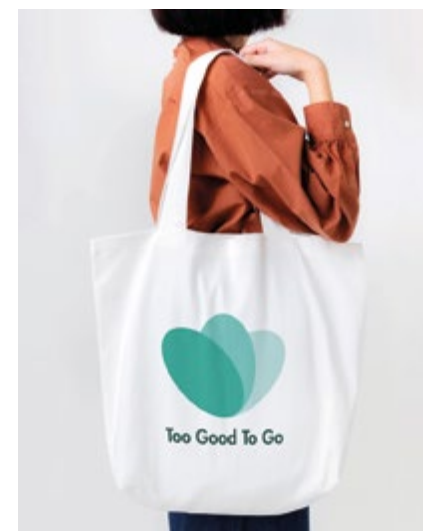
ECO-RETE SOSTENIBILE

La partecipazione a Eco-Rete, la mostra itinerante che unisce **19 progetti di economia circolare**, rappresenta un esempio di sinergia e lavoro di **squadra tra imprenditori, territorio, mondo della scuola e delle istituzioni**, uniti nell'obiettivo comune di sensibilizzare le aziende, la comunità e i giovani verso il tema della sostenibilità, del rispetto verso la società e l'ambiente. Con Dersut la mostra è stata ospitata

presso il Museo del Caffè dove nel mese di Febbraio poteva essere visitata in giornate dedicate anche dalle scuole locali imparando come gli scarti delle produzioni possano sapientemente essere riutilizzati e trasformati in oggetti di design. Inoltre gli studenti dell'**istituto Tecnico Da Collo** hanno potuto mettersi alla prova facendo da guide. Promotori dell'iniziativa e della sua ottima riuscita anche Savno e l'Amministrazione Comunale di Conegliano. Negli ultimi anni sono stati realizzati e distribuiti oltre 2.000 portamozziconi nelle spiagge di Lignano e Rosolina e nella città di Treviso. 500 porta mozziconi sono stati consegnati anche nelle scuole locali perché i bambini si facciano portavoce nei confronti degli adulti di non abbandonare i mozziconi

a terra. Agli studenti sono stati consegnati anche dei tubi di cartone interni al rotolo di bobina, per progettare degli oggetti creativi.

L'iniziativa ha il patrocinio di Savno.



TOO GOOD TO GO

Continua l'adesione al programma della piattaforma di Too good to go, che consente di distribuire prodotti invenduti, ma ancora integri e buoni, al fine di combattere lo spreco alimentare, e che ha permesso a Dersut Caffè, anche tramite le botteghe del caffè aderenti, di consegnare le box di prodotti misti a coloro che si sono prenotati per ritirarle. Dal 2021 sono state consegnate 267 box.



4. LA RELAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

La comunicazione costante con gli stakeholder è elemento fondante della relazione che Dersut Caffè vuole avere con i suoi diversi interlocutori per mantenere attivi i canali di ascolto utili a recepire i loro bisogni e le loro aspettative.

Il sito istituzionale è nato nel 2001, la prima pagina Facebook è stata aperta nel 2014 e negli anni successivi la pagina Instagram. **Nel 2017 l'apertura del canale e-commerce** (www.dersut.it/shop) è stata un'occasione importante per offrire a tutti gli appassionati dei nostri prodotti una modalità facile e completa per poter avere accesso all'ampia offerta del catalogo.

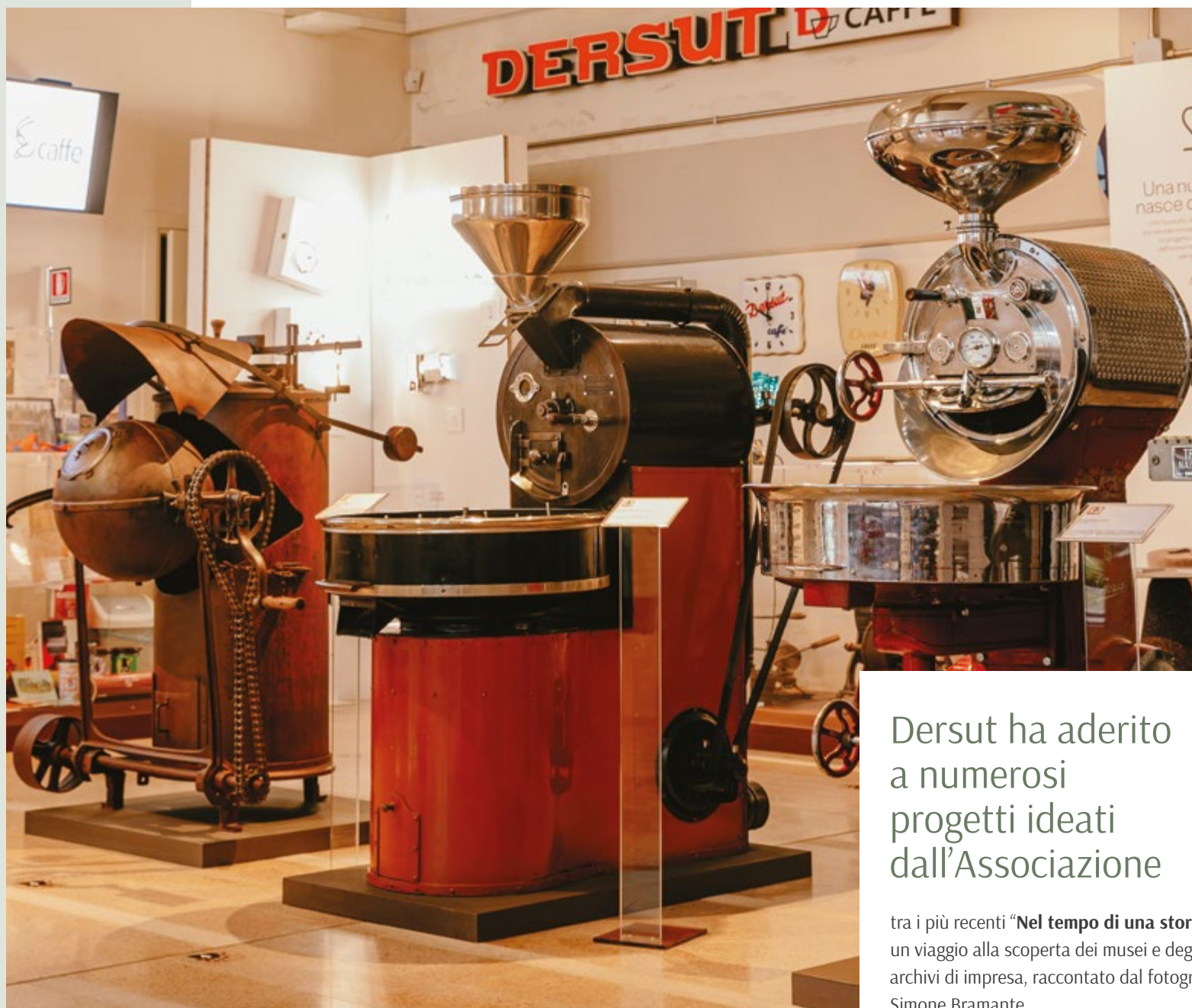
Inoltre, pur essendo il core business **rappresentato dal canale Ho.Re.Ca.** poiché la soddisfazione del consumatore finale è l'elemento fondante del rito del caffè e quindi della strategia aziendale, dedichiamo la medesima passione nel raccontare il valore dei nostri prodotti, le novità ed i progetti in corso sia al B2B che al B2C.

IL MUSEO DEL CAFFÈ DERSUT

Dalla pianta alla tazzina, un viaggio nella storia del caffè

A breve distanza dallo stabilimento produttivo, nell'ottobre 2010, con il patrocinio del comune di Conegliano, è stato realizzato il Museo del Caffè Dersut, ricca esposizione storica di caffettiere, macchine da caffè, macinadosatori, tostatrici e macchinari storici, che accompagnano il visitatore in un viaggio nella storia del caffè, alla scoperta dell'intera filiera, dalla pianta alla tazzina.

Nel 2018 il Museo del Caffè è entrato a far parte di Museimpresa l'associazione promossa da Assolombarda e Confindustria, che riunisce musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane ed è rete unica a livello europeo.



Dersut ha aderito a numerosi progetti ideati dall'Associazione

tra i più recenti "Nel tempo di una storia", un viaggio alla scoperta dei musei e degli archivi di impresa, raccontato dal fotografo Simone Bramante.

ABCD ACCADEMIA BARISTI CAFFÈ DERSUT

*I Corsi di formazione
Professionale e Certificazioni
per gli appassionati di caffè*

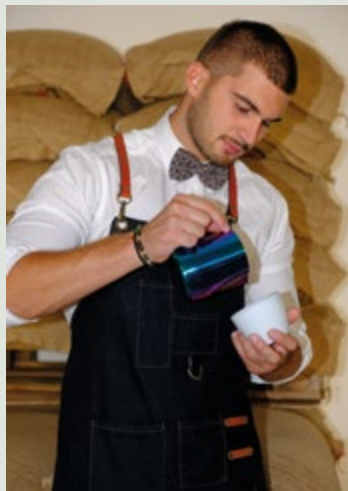
Al piano superiore dell'edificio museale, Dersut ha realizzato l'**ABCD, Accademia Baristi Caffè Dersut**, il centro formazione creato con l'intento di divulgare, attraverso la passione e le conoscenze che da quasi 80 anni la contraddistinguono, l'eccellenza dell'Espresso Italiano, curando la **formazione a 360° di chiunque, operatori del settore e non, voglia avvicinarsi al mondo del caffè.**

Poiché la qualità non può prescindere dalla formazione, con l'Accademia si vuole favorire presso gli operatori del settore la nascita di una vera e propria

“cultura del caffè”

per trasmettere a barman ed esercenti conoscenze approfondite sull'Espresso Italiano.

Le tematiche spaziano dalle informazioni sulla varietà e le origini, alle indicazioni tecniche sui metodi di tostatura ed erogazione, fino ai suggerimenti di natura pratica ed estetica per una migliore degustazione. I formatori di cui si avvale l'Azienda per l'erogazione dei corsi sono in possesso del **patentino assaggiatori caffè (IEI) e giudici sensoriali EUROISA.**



Nicolas Mosco
miglior barista dell'anno, vincitore
dell'Espresso Italiano Champion 2024



Bitto Daniele
formatore senior dell'Accademia Dersut
e promotore della cultura del barista,
core trainer coinvolto anche nella formazione
di nuovi talenti come Nicolas Mosco



ABCD | ACCADEMIA
BARISTI
CAFFÈ
DERSUT



IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

*Tra gli “High Performers”
II INDEX FUTURE
RESPECT 2024*

I bilanci classificati come High Performer si distinguono per la loro capacità di raccontare in modo chiaro, esaustivo e dettagliato il lavoro svolto dall'azienda.

Questo riconoscimento sottolinea che il nostro bilancio non è solo un documento, ma un vero strumento di comunicazione che parla ai cittadini, ai consumatori e agli utenti, favorendo:

1. Una maggiore comprensione del nostro impegno verso l'ambiente e la società;
2. L'adozione di stili di vita responsabili, grazie alla trasparenza e alla consapevolezza che ispiriamo;
3. Scelte di acquisto più consapevoli, in linea con i valori di sostenibilità e responsabilità condivisi.



Essere inclusi tra gli High Performers rappresenta per noi un traguardo di grande valore.

È il riconoscimento del nostro continuo impegno per la trasparenza, la responsabilità e la promozione di pratiche sostenibili in tutte le fasi della nostra attività produttiva. Questo risultato non è solo una conferma del nostro lavoro, ma anche uno stimolo a continuare a migliorare, affrontando le sfide ambientali e sociali con determinazione e visione. Guardiamo al futuro con entusiasmo, consapevoli che il percorso verso la sostenibilità è in continua evoluzione. Questo traguardo ci spinge a essere ancora più determinati nel nostro obiettivo di contribuire a un mondo migliore, giorno dopo giorno.

LE ASSOCIAZIONI

L'impegno verso il territorio e i temi più rilevanti del proprio settore

emergono anche grazie alla partecipazione di Dersut Caffè Spa alle seguenti associazioni:

Confindustria Veneto Est

Confindustria Veneto Est (CVE) è l'associazione nata dall'unione tra Assindustria Veneto Centro e Confindustria Venezia Rovigo che rappresenta le imprese delle provincie di Treviso, Padova, Venezia e Rovigo.

Gruppo Italiano Torrefattori Caffè (GITC)

Nel 1954 nasce il Gruppo Triveneto Torrefattori Caffè, una grande organizzazione al servizio dei torrefattori, la cui prima sede fu Venezia, trasferita, poi, nel 1978 a Trieste. Nel 2015 il Gruppo è stato esteso all'Italia intera

Istituto Espresso Italiano (IEI)

L'Istituto Espresso Italiano (IEI), di cui fanno parte torrefattori, costruttori di macchine per caffè e macinadosatori e altre aziende della filiera, tutela e promuove la cultura dell'espresso e del cappuccino italiano di qualità.

Specialty Coffee Association (SCA)

Specialty Coffee Association, è un'associazione, sempre più in crescita, che annovera migliaia di professionisti del caffè ed organizzazioni in oltre 100 nazioni del mondo che credono nel successo del caffè di alta qualità e operano per la sua diffusione a livello globale, impegnati nella creazione di un settore equo, sostenibile e vantaggioso per tutti.

Rete Musei Trevigiani

E' un'associazione che unisce numerose realtà museali della provincia di Treviso che esprimono la tradizione, la cultura e la storia della Marca Trevigiana. La Provincia di Treviso ha voluto valorizzare questo panorama ricco e variegato di offerta museale mettendola in rete per la crescita di una comunità ricca di storia e cultura.

Museimpresa Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa

Museimpresa, promossa da Assolombarda e Confindustria, è nata a Milano nel 2001 con l'obiettivo di individuare, promuovere e mettere in rete le imprese che hanno scelto di privilegiare la cultura nelle proprie strategie di comunicazione, come strumento di sviluppo economico e valore aggiunto per l'azienda. Le aziende e gli enti che aderiscono a Museimpresa offrono una ricca panoramica della storia produttiva, culturale e progettuale

del nostro paese e delle sue eccellenze nei principali settori del made in Italy.

Narratori del Gusto

Fondata nel 2012 Narratori del gusto è un'associazione di persone fisiche, di imprese e di organizzazioni unite dalla passione per i prodotti e per i territori. Il Narratore del gusto è una nuova figura professionale, che, con tecniche innovative, si adopera per sviluppare progetti di valorizzazione del territorio e per migliorare l'accoglienza delle due provincie.

Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale

Il Consorzio nasce il 15 settembre 2014 a Conegliano. Gli obiettivi principali del Consorzio sono la promozione, la valorizzazione e la tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale tra gli operatori del settore e i consumatori, proponendo la sua candidatura come bene immateriale dell'Unesco. Ne fanno parte importanti operatori del comparto caffè: aziende, enti e associazioni, torrefattori, produttori di macchine per espresso o altre attrezzature inerenti al mondo del caffè che hanno sede e produzione in Italia e condividono lo scopo consortile. Dersut è tra i fondatori del Consorzio e Giorgio Caballini di Sassoferato ne è il presidente.



MUSEIMPRESA



NARRATORI DEL GUSTO



Per conoscere tutti i soci
www.espressoitalianotradizionale.it/i-soci/

IL GRUPPO SOSTENIBILITÀ

Sostenibilità d'impresa

Dersut da diversi anni prende parte al progetto “Sostenibilità d'impresa” di **Confindustria Veneto Est** coordinato dal **dott. Mario Paronetto** e dalla **dott.ssa Silvia Dal Cin**.

Si tratta di una iniziativa di settanta imprenditori, associati a CVE, i quali hanno deciso in modo volontario di riunirsi periodicamente per condividere le proprie esperienze e migliori pratiche in merito alle strategie adottate per operare in un'ottica di Sviluppo Sostenibile.

In questo modo le aziende partecipanti, che operano in settori diversi, possono apprendere vicendevolmente nuove metodologie utili per generare un impatto rigenerativo nei confronti del territorio e della società.

A Marzo 2024 si è svolta la **Settimana della Sostenibilità** promossa da Confindustria Veneto Est presso la sede della provincia di Treviso e Dersut ha partecipato al ciclo di incontri “Le imprese si raccontano”.



La sostenibilità è un valore irrinunciabile, da perseguire, da condividere.



▲ Tania Casonato e Federica Pauletto
Team Sostenibilità

5.

GLI OBIETTIVI 2025

Per il 2025, è nostra volontà intraprendere una nuova serie di azioni volte a rafforzare l'innovazione sostenibile e l'etica aziendale. Questi obiettivi miglioreranno sia l'impatto ambientale che quello sociale, in linea con i principi della responsabilità d'impresa.

Vorremmo realizzare **borse ecologiche utilizzando la pula**, residuo naturale del processo di tostatura del nostro caffè. Grazie alla collaborazione con la cartiera Favini, intendiamo recuperare la pula e trasformarla in materia prima per la produzione di shopper in carta riciclata, supportando la sostenibilità e l'economia circolare.

Desideriamo introdurre un **Codice Etico** per regolamentare le pratiche aziendali, garantendo trasparenza, integrità

e il rispetto dei diritti umani in tutte le nostre operazioni e relazioni.

In programma vi è anche un'**analisi del ciclo di vita (LCA)** dell'azienda e della nostra organizzazione per monitorare e ridurre l'impatto ambientale, ottimizzando l'uso delle risorse, riducendo le emissioni e migliorando la gestione dei rifiuti. Confidiamo di riuscire a raggiungere tutti questi obiettivi nel prossimo 2025 mettendo tutta la nostra passione ed il nostro impegno.

GRI INDEX

GRI standard	Informativa	Pagine	Note e omissioni
--------------	-------------	--------	------------------

Informativa generale 2021

GRI 2	2-1 Dettagli dell'organizzazione	9, 17	
	2-2 Entità incluse nel perimetro di rendicontazione	3	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e contatto di riferimento	3	
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	15, 21	
	2-7 Dipendenti	41	
	2-9 Governance e composizione degli organi di governo	12	
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	12	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	7	
	2-23 Impegni strategici	27	
	2-24 Attuazione degli impegni strategici	27	
	2-28 Associazioni di appartenenza	60	
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	29, 59		

GRI standard	Informativa	Pagine	Note e omissioni
--------------	-------------	--------	------------------

Temi materiali 2021

GRI 3	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	29	
	3-2 Elenco dei temi materiali	29	
	3-3 Gestione dei temi materiali	29	

Sicurezza del prodotto

Salute e sicurezza dei clienti 2016

GRI 416	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi
---------	--	--	---

Marketing ed etichettatura 2016

GRI 417	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Le informazioni riportate sulle etichettature del prodotto sono conformi a quanto previsto dalle legislazioni nazionali di riferimento
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing

Privacy del cliente 2016

GRI 418	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti		Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti
---------	--	--	--

GRI INDEX

GRI standard Informativa Pagine Note e omissioni

Azienda e governance

Temi materiali 2021

GRI 3	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	9	
	3-2 Elenco dei temi materiali	9	
	3-3 Gestione dei temi materiali	9	

Performance economiche

GRI 201	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	13	Non viene indicato il valore distribuito
------------	--	----	--

Responsabilità sociale

Temi materiali 2021

GRI 3	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	39	
	3-2 Elenco dei temi materiali	39	
	3-3 Gestione dei temi materiali	39	

Occupazione

GRI 401	401-1 Nuove assunzioni e turnover	41	
------------	---	----	--

GRI standard Informativa Pagine Note e omissioni

Salute e sicurezza sul lavoro

GRI 403	403-9 Infortuni sul lavoro	41	
------------	--------------------------------------	----	--

Formazione e istruzione

GRI 404	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	41	
------------	--	----	--

Impatti ambientali

Temi materiali 2021

GRI 3	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	47	
	3-2 Elenco dei temi materiali	47	
	3-3 Gestione dei temi materiali	47	



MIX
Paper | Supporting
responsible forestry
FSC® C157122



Dersut Caffè S.p.A.

Tel. +39 0438 411200 - info@dersut.it

www.dersut.it