

# IL CONTRIBUTO DEL GRUPPO GRANAROLO AGLI SDGs

Sintesi del Bilancio  
di Sostenibilità 2020

  
**GRANAROLO**



# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

È passato più di un anno da quel DCPM del mese di marzo che, disponendo la chiusura di tutte le attività economiche e sociali del Paese, ha reso palese la dimensione del dramma che nei mesi successivi avrebbe spazzato via oltre centomila vite solo nel nostro Paese. Ora confidiamo, in Italia e nel mondo, nell'efficacia delle campagne di vaccinazione che sono partite.

Ci eravamo impegnati e abbiamo mantenuto l'impegno: abbiamo tenuto il contagio fuori dai nostri stabilimenti e abbiamo raccolto tutto il latte dei nostri soci, anche se quel DCPM e gli altri che si sono susseguiti nei mesi successivi, hanno ridotto molto il mercato del fuori casa. Abbiamo riversato le nostre produzioni sui prodotti richiesti dalla GDO, stravolgendo i flussi della materia prima, i nostri programmi, l'organizzazione degli stabilimenti e la logistica. Infine abbiamo chiuso il bilancio della S.p.A. e della cooperativa cogliendo e/o migliorando le previsioni del budget.

Siamo stati e siamo orgogliosi che al mondo agricolo sia stato richiesto di continuare a lavorare anche nella fase più drammatica del lockdown e sappiamo che altre categorie hanno sofferto e stanno tuttora soffrendo più di noi, ciò non toglie che sia stato tutto molto difficile. Dall'anno 2019 all'anno 2020 le produzioni di latte nel mondo e in Italia sono cresciute di circa il 3%. Continuando in questo modo arriveremo a superare le 13,8 mil. di tonnellate nel 2023 e dunque arriveremo alla piena autosufficienza produttiva.

Si tratta di un risultato particolarmente importante per il mondo agricolo che supera il divario dovuto ai vincoli del vecchio sistema delle quote latte, ma sarà fondamentale mantenere alto lo standard di consumi domestici e soprattutto sostenere l'esportazione in Europa e nel mondo.

La norma per il superamento delle pratiche sleali è un importante passo avanti in un sistema di regole commerciali evolute, vale però la pena pensare a meccanismi di assicurazione del reddito della parte

più esposta della filiera, il produttore, sia attraverso il coinvolgimento degli altri attori compreso, in ultima analisi, il consumatore a cui bisogna pur spiegare chi e cosa c'è dietro quel prodotto che arriva, sicuro ed oggi sempre più sostenibile, nella sua cucina.

Mentre Granarolo investirà nuove risorse per aumentare fatturato e volumi di latte di filiera lavorati, le aziende socie saranno impegnate in un processo di transizione sostenibile senza precedenti, così come richiesto dalla Comunità Europea e come ci richiede il pianeta per contribuire a preservarne la prospettiva per le future generazioni.

Nelle pagine che seguono sono riportati in modo molto sintetico i risultati del 2020 e gli obiettivi 2021 che ci siamo dati.

Dovremo dimostrare tutti di essere capaci di produrre di più, nel rispetto della natura e degli animali che alleviamo, di produrre impattando meno possibile, sprecando di meno, utilizzando meno chimica e meno farmaci, riducendo le nostre emissioni, garantendo nel contempo la nostra ineguagliabile sicurezza alimentare e la preziosa qualità dei nostri prodotti, del nostro latte, dei nostri formaggi e di quel tesoro che è il cibo italiano.

Il Presidente  
**Gianpiero Calzolari**



# TRE PROGETTI E DUE OBIETTIVI PER UN FUTURO PIÙ SOSTENIBILE



**SDGs A CUI CI ISPIRIAMO: 12**  
**Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.**

Per questo a fine 2018, Granarolo ha definito tre impegni in termini di sostenibilità per i prossimi anni e due macro obiettivi, uno a lungo, l'altro a medio termine:



**BENESSERE ANIMALE ALLA STALLA**

Intendiamo **elevare gli standard di certificazione** sul benessere animale presso gli allevamenti



**RIDUZIONE DELLA PLASTICA**

Vogliamo ridurre le materie plastiche e incrementare l'uso della **plastica da riciclo**



**PIANO ANTI-SPRECO**

Miriammo a **ridurre gli sprechi alimentari**, promuovendo una economia circolare



**OBIETTIVO PIANO 2021-2023**  
20.000 - 30.000 t di CO<sub>2</sub> eq in meno

**OBIETTIVO PIANO 2030**  
Entro il 2030 ridurre le emissioni di gas a effetto serra del 30% per kg di latte prodotto dalla filiera

## PROGETTO 1

### PIÙ BENESSERE ANIMALE ALLA STALLA

Il **Benessere animale** in allevamento è l'impegno giornaliero degli allevatori della filiera italiana Granarolo-Granlatte. **Garantiamo la salute e il rispetto degli animali** e abbiamo deciso di elevare gli standard di certificazione sul benessere animale. Da questo impegno, **nascono due principali sotto obiettivi**:



Elevare ulteriormente il benessere animale nelle stalle della filiera Granarolo-Granlatte già tutte certificate.



Gestire l'uso dei farmaci in ottica di riduzione degli stessi e di una migliore efficacia terapeutica.

### IL NOSTRO IMPEGNO

#### AZIONI 2020

- Si è lavorato ad un miglioramento continuo dei livelli del benessere animale sui singoli allevamenti. A tale scopo sono stati effettuati incontri di formazione su alimentazione e gestione della mandria.
- Sono stati individuati nuovi parametri e protocolli sul benessere animale avendo come riferimento in chiave macro la Farm to Fork del Green Deal e in termini di dettaglio Classyfarm.

#### AZIONI 2021

- Incontri di formazione sul benessere animale con gli allevatori e audit relativi.
- Applicazione di un Green Fast Index che contempra indicatori volti ad aumentare il livello di benessere animale, gestire l'uso dei farmaci orientandolo alla migliore efficacia terapeutica e alla riduzione degli stessi in coerenza con tutti gli indicatori Classyfarm.

Dal 2017 la Cooperativa Granlatte, costituita dagli allevatori della filiera Granarolo Granlatte, ha avviato con CSQA un programma sul miglioramento del benessere animale, che ha portato nel corso del 2018 e 2019 alla certificazione sul Benessere Animale in allevamento di tutti gli allevamenti. Le stalle certificate sono state valutate mediante indicatori specifici di benessere animale in allevamento per verificare le condizioni della mandria, delle strutture e attrezzature e della gestione dell'attività zootecnica.

È stato alzato nel corso del 2019 lo standard portando quasi tutte le stalle a punteggi di benessere animale superiori (nel 2018 336 stalle raggiungevano i 70/100, nel 2019 644 su 651, solo l'1,1% degli allevatori è fuori obiettivo). Nel 2020 si è orientata la formazione effettuata al raggiungimento di ulteriori obiettivi. Si è lavorato in sinergia con l'Università di Milano e l'Università di Bologna.

### SOGGETTI COINVOLTI



ALLEVATORI



VETERINARI

### IMPATTI POSITIVI

Una stretta collaborazione con gli allevatori e i veterinari consente di **migliorare le condizioni di benessere animale**, da cui ne consegue **un miglioramento della sanità della mammella** e dunque nel numero di cellule somatiche presenti.

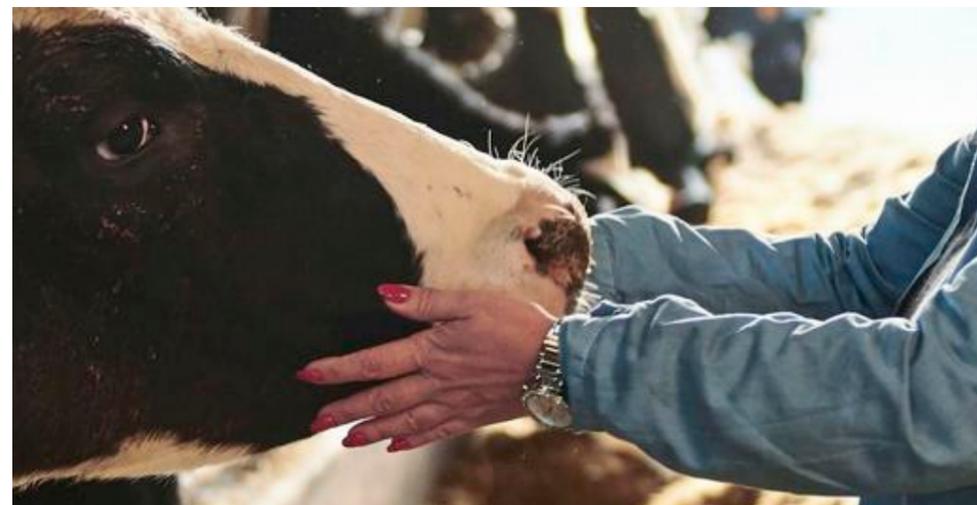
Da un benessere animale certificato e garantito deriva una condizione psico-fisica dell'animale ottimale e un livello di qualità del latte eccellente, **per garantire un prodotto che rispetta la natura e la salute di tutti i consumatori**.

### SDGs A CUI CI ISPIRIAMO : 12



#### Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

Lavoriamo con impegno per sostenere la crescita dei produttori, garantire il benessere degli animali in allevamento e preservare le risorse naturali.



## PROGETTO 2

### RIDUZIONE DELLA PLASTICA

Abbiamo a cuore la natura e il futuro del nostro Pianeta e lavoriamo quotidianamente per introdurre nuovi modelli di produzione e consumo che siano sostenibili nel medio e lungo termine. Intendiamo **ridurre le materie plastiche limitando le emissioni di gas ad effetto serra** legate all'intero ciclo di vita del prodotto.



Ridurre le materie plastiche e introdurre materiali alternativi.



Ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> -3.787 t CO<sub>2</sub> eq. entro il 2021

### IL NOSTRO IMPEGNO

#### AZIONI 2018 - 2021

- Ridurre il peso degli imballaggi primari e secondari
- Utilizzare la plastica riciclabile e riciclata
- Sperimentare materiali alternativi alla plastica

#### INTERVENTI 2018



**RIDUZIONE PESO**  
PREFORME E TAPPI PER LATTE  
FRESCO, ESL E UHT



**RIDUZIONE PESO  
ALTRA MATERIA  
PLASTICA**  
SPESSORE COVER PALLET  
VASETTO YOGURT YOMO



**UTILIZZO 65%  
R-PET NEL  
TERMORETRAIBILE**  
FARDELLO DA 12 BOTTIGLIE  
1 LITRO

#### INTERVENTI 2019



**RIDUZIONE PESO  
ALTRA MATERIA  
PLASTICA (ENTRO IL 2021)**

RIDUZIONE PESO CIOTOLA  
MASCARPONE E RICOTTA  
RIDUZIONE SPESSORE FLOW PACK  
STRACCHINO DIVERSI FORMATI  
E BUSTINA MOZZARELLA

#### INTERVENTI 2020



**RIDUZIONE DELLA  
PLASTICA E UTILIZZO  
R-PET**

PREFORME PER LATTE,  
STRACCHINO



**UTILIZZO MATERIALI  
ALTERNATIVI ALLA  
PLASTICA**

YOMO NATURA E  
PROGETTO ESTENSIONE A  
TUTTA LA GAMMA YOMO,  
UNCONVENTIONAL BURGER

### SOGGETTI COINVOLTI



CONSUMATORI



RETAILER

### IMPATTI POSITIVI

Grazie a queste iniziative potremo avere un impatto positivo su ambiente e comunità, contribuendo al raggiungimento di uno degli obiettivi internazionali di sostenibilità: allontanarsi gradualmente dall'utilizzo della plastica, introducendo materiali innovativi e sostenibili.

L'insieme dei nostri impegni ci consentirà di raggiungere un risparmio complessivo in **termini di emissioni di gas ad effetto serra** (CO<sub>2</sub> eq) pari a **3.787 t di CO<sub>2</sub> eq.** Il dato atteso nel 2021 è di **1.061 t di CO<sub>2</sub> eq.**

### SDGs A CUI CI ISPIRIAMO: 12



#### Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

Intendiamo promuovere sistemi di produzione e consumo innovativi e più responsabili, riducendo l'impatto sull'ambiente e sensibilizzando la comunità sui benefici dell'economia circolare.

## PROGETTO 3

### UN PIANO ANTI-SPRECO

Vogliamo che il nostro latte italiano sia sempre più sostenibile, **a basso impatto ambientale e protagonista di una sana e nutriente alimentazione**. Per garantire ciò, intendiamo ridurre gli sprechi alimentari al minimo, attraverso **un piano anti-spreco su latte e latticini** che coinvolge direttamente anche tutti i consumatori, attraverso l'educazione ad un consumo ragionato e sostenibile.



Ridurre gli sprechi



10% in meno di resi da mercato italiano

Latte e derivati contribuiscono in larga parte allo spreco alimentare. Possono rappresentare fra il 4 e l'8% del venduto della categoria. Attualmente nella migliore delle ipotesi il prodotto ritirato dai punti vendita, nel rispetto della catena del freddo, pur essendo ancora integro, può essere recuperato come sottoprodotto da indirizzare all'alimentazione animale.

Un allungamento della shelf life di latte e latticini garantisce una riduzione dello spreco alimentare, esso è reso possibile da una migliore qualità del latte in origine e lungo la catena del freddo. Granarolo ha avviato un progressivo allungamento delle shelf life nel 2020 partendo dalle mozzarelle.

Molto possono fare anche i consumatori riponendo il latte e i latticini in frigorifero una volta porzionati, collocandoli nei giusti compartimenti frigo, controllando sempre la temperatura del frigorifero, senza lasciare lo sportello spalancato, utilizzando i prodotti in scadenza come ingredienti, riciclando correttamente le bottiglie di latte che vanno schiacciate per il lato lungo e non dall'alto in basso.

### IL NOSTRO IMPEGNO

La strategia anti-spreco è caratterizzata dalla sinergia di una pluralità di elementi:

- allungamento delle shelf life dei prodotti
- campagna per una gestione più sostenibile dei prodotti in casa
- campagna sui nuovi usi per i prodotti in scadenza
- campagna per un corretto smaltimento

### AZIONI 2020

- Allungamento shelf life delle paste filate destinate all'estero da 26 a 30 gg
- Venduti 1301 q (25% del tot) di prodotti a data corta all'interno degli spacci Granarolo

### AZIONI 2021

- Innovazione "latte" focalizzata sui prodotti a media e lunga shelf life
- Allungamento shelf life prodotti caseari venduti in Italia
- Campagna Too good to go per sensibilizzare il consumatore sulla possibilità di un consumo del prodotto anche oltre la data di scadenza per i prodotti con termine minimo di conservazione <https://toogoodtogo.it/campaign/commitment>

### SOGGETTI COINVOLTI



ISTITUZIONI



CLIENTI



CONSUMATORI

Abbiamo messo in moto un piano che guarda al futuro di tutti noi grazie alle **sinergie emerse tra Istituzioni, Clienti e Consumatori**. Ma ognuno di noi, nella quotidianità, può fare molto per ridurre gli sprechi e facilitare il riutilizzo dei materiali.

### IMPATTI POSITIVI

**Investiamo fortemente in ogni fase della nostra catena del valore** per garantire un prodotto eccellente al consumatore. Per questo motivo, riteniamo che un allungamento della shelf life vada a beneficio dell'intera vita del prodotto, riducendo gli sprechi alimentari, e valorizzando tutte le fasi precedenti di lavorazione che hanno portato il prodotto nel frigo dei nostri consumatori.

**Una vita residua più lunga dell'attuale** consente alle famiglie che consumano quotidianamente i nostri prodotti di effettuare gli acquisti in modo efficiente, con una sola visita settimanale al supermercato, e di beneficiare delle qualità del prodotto più a lungo, riducendo al minimo gli sprechi e i rifiuti, smaltendo correttamente il materiale.

### SDGs A CUI CI ISPIRIAMO: 12 E 17



#### Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

Ci impegniamo a ridurre gli sprechi alimentari e i rifiuti, gestendo in modo circolare le risorse, rendendo efficiente ogni fase della nostra catena del valore e sensibilizzando i consumatori.



#### Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile.

Per raggiungere i nostri obiettivi al 2021 con successo, abbiamo avviato collaborazioni inclusive che creano sinergie per il raggiungimento di una sostenibilità integrata nella comunità.



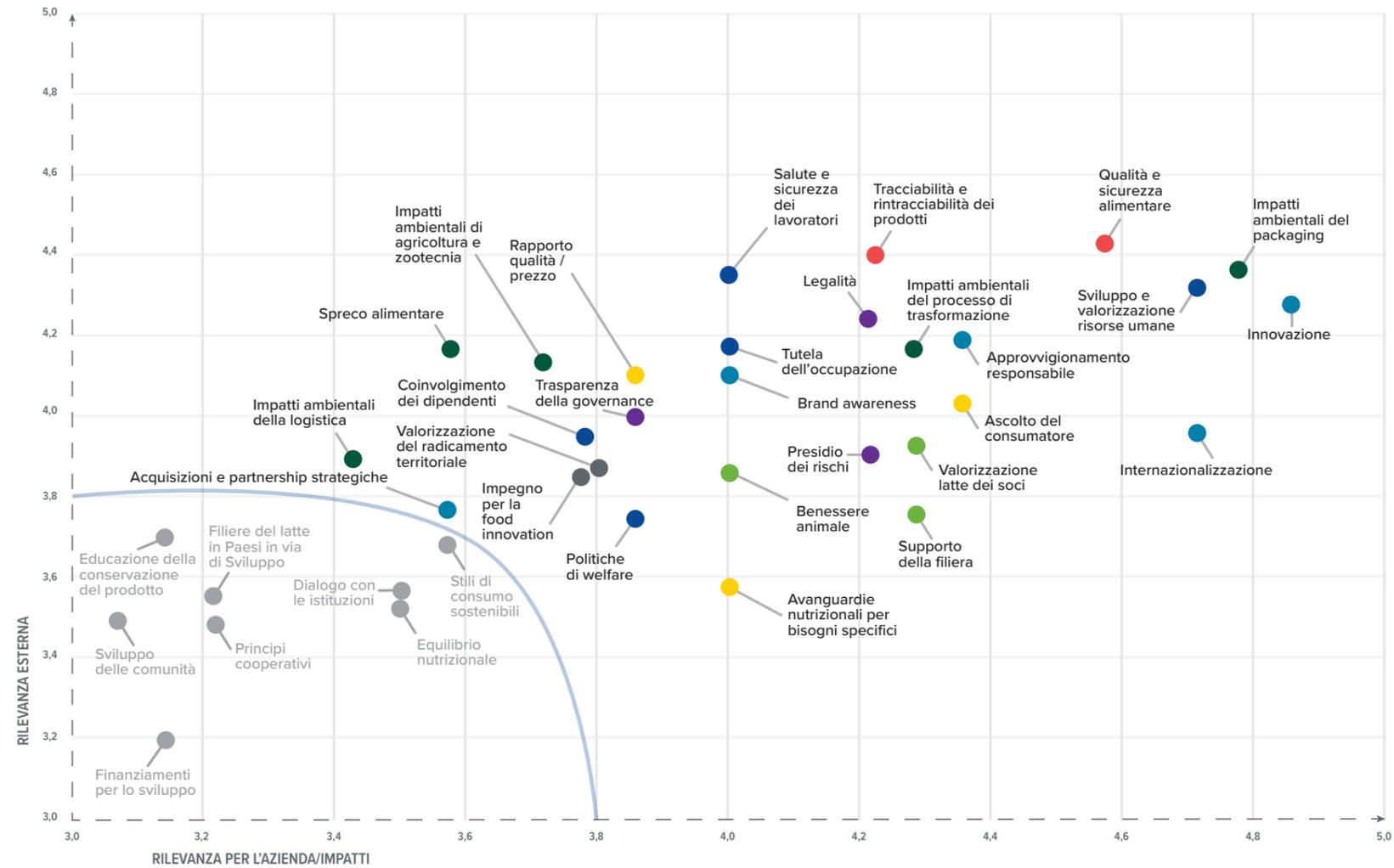
# MATRICE DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità rappresenta lo strumento strategico per definire i temi più rilevanti e significativi per l'azienda e per i suoi stakeholder. Si definiscono "materiali" tutte le questioni che influenzano le decisioni, le azioni e le performance di un'organizzazione e/o dei suoi stakeholder. Tra 2018 e inizio 2019 il Gruppo Granarolo ha realizzato la revisione dell'analisi di materialità, al fine di tener conto delle principali evoluzioni interne e di settore intercorse dal 2016, anno di ultima revisione.

L'analisi si è articolata in alcune fasi principali:

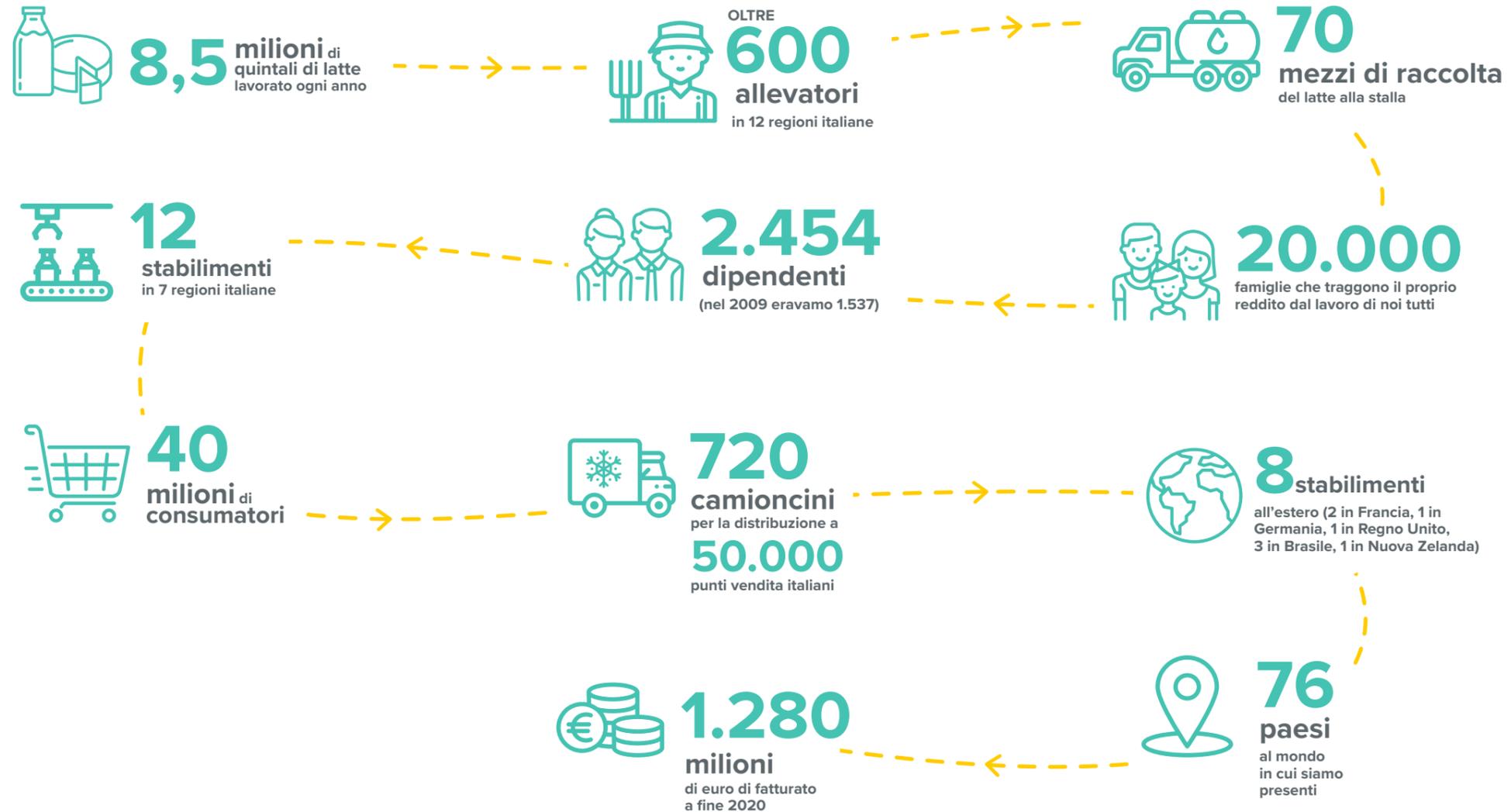
- Comprensione del contesto di riferimento
- Verifica dei mutamenti interni
- Selezione dei temi rilevanti e stakeholder engagement (14 manager + 57 stakeholder – dipendenti, azionisti, fornitori, clienti, istituti di credito, istituzioni e società civile).

Una revisione della matrice è prevista per fine 2021.



- Garantire la sostenibilità economica rafforzando la competitività
- Valorizzare un modello di filiera sostenibile
- Garantire l'integrità della condotta aziendale
- Migliorare la sostenibilità ambientale dalla stalla allo smaltimento
- Garantire la sicurezza alimentare
- Promuovere salute e benessere per tutti
- Tutelare e valorizzare i collaboratori
- Essere cittadino attivo a livello locale e globale

## GRANAROLO SIAMO FATTI COSÌ





## IL CONTRIBUTO DI GRANAROLO AGLI SDGs



| SDGS & AMBITI   | AGRICOLTURA E ALLEVAMENTO | APPROVVIGIONAMENTO | TRASFORMAZIONE E PACKAGING | MARKETING E VENDITE | DISTRIBUZIONE | CONSUMATORE | GESTIONE "FINE VITA" PRODOTTO |
|---|---------------------------|--------------------|----------------------------|---------------------|---------------|-------------|-------------------------------|
| <b>8</b> LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA<br><b>9</b> IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE<br>Garantire la sostenibilità economica rafforzando la competitività   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>12</b> CONSUMI RESPONSABILI<br><b>16</b> PAZIENZA E ISTITUZIONI SOLIDE<br>Garantire l'integrità della condotta aziendale   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>2</b> SOSTENERE LA FAME<br><b>12</b> CONSUMI RESPONSABILI<br>Valorizzare un modello di filiera sostenibile   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>8</b> LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA<br>Tutelare e valorizzare i collaboratori  |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>12</b> CONSUMI RESPONSABILI<br>Garantire la sicurezza alimentare   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>2</b> SOSTENERE LA FAME<br><b>3</b> SALUTE E BENESSERE<br>Promuovere salute e benessere per tutti  |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>2</b> SOSTENERE LA FAME<br><b>12</b> CONSUMI RESPONSABILI<br><b>17</b> PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI<br>Migliorare la sostenibilità ambientale dalla stalla allo smaltimento   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
| <b>2</b> SOSTENERE LA FAME<br><b>3</b> SALUTE E BENESSERE<br><b>9</b> IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE<br><b>16</b> PAZIENZA E ISTITUZIONI SOLIDE<br><b>17</b> PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI<br>Essere cittadini attivi a livello locale e globale |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |
|   |                           |                    |                            |                     |               |             |                               |

## LA NOSTRA CATENA DEL VALORE



### 1 AGRICOLTURA E ALLEVAMENTO

GRANLATTE HA 633 ALLEVATORI IN 12 REGIONI ITALIANE E CA. 60.000 ANIMALI.

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- Riduzione dell'uso di fertilizzanti
- Riduzione dell'impatto ambientale alla stalla
- Benessere animale (tutte le stalle sono certificate)
- Uso razionale dei farmaci

La digitalizzazione avviata è fattore determinante



### 2 APPROVVIGIONAMENTI

Raccolta del latte  
+ Fornitura ingredientistica

GRANAROLO LAVORA 8,8 MILIONI DI QUINTALI DI LATTE ALL'ANNO, DI QUESTI 6,5 SONO DELLA FILIERA.

LE 72 CISTERNE DI GRANLATTE PERCORRONO OGNI ANNO 6,9 MILIONI DI KM, 95% SONO MEZZI EURO 5 E EURO 6.

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- Alimentare le cisterne di raccolta del latte di filiera con biometano (progetto pilota – marzo 2021)
- Approvvigionarsi laddove possibile di prodotti di prossimità e/o mappare fornitori secondo criteri ESG



### 3 TRASFORMAZIONE E PACKAGING

I 2.454 DIPENDENTI GRANAROLO A OGNI LIVELLO PROMUOVONO LA SOSTENIBILITÀ CON UNO SGUARDO COSTANTE ALL'INNOVAZIONE SOSTENIBILE LUNGO L'INTERO CICLO DI VITA DEL PRODOTTO.

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- Nei 12 stabilimenti italiani e 8 esteri si lavorano latte e altri prodotti garantendo sicurezza alimentare e una gestione efficiente e sostenibile (vi sono obiettivi dettagliati di cogenerazione, riduzione acqua, riduzione rifiuti). Es più del 60% di en. elettrica per gli stab. da impianti di cogenerazione di proprietà e di fornitori
- Carbon Neutrality entro 2025 per alcune linee di prodotto (riduzione CO<sub>2</sub> emessa e compensazioni)
- Il packaging: si riduce di anno in anno la CO<sub>2</sub> emessa (-3.787 t di CO<sub>2</sub> nel periodo 2018-2021)



## 4 INNOVAZIONE E MARKETING

GRANAROLO SI IMPEGNA A PROMUOVERE UNA SANA ALIMENTAZIONE, ANCHE ATTRAVERSO PRODOTTI A RIDOTTO CONTENUTO DI GRASSI, SALE E ZUCCHERO E A INTERCETTARE I BISOGNI ESPRESSI DAI CONSUMATORI ATTRAVERSO PRODOTTI FUNZIONALI.

PUNTA A RIDURRE LO SPRECO ALIMENTARE.

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- I prodotti con ridotto contenuto di grassi, sale e zuccheri rappresentano oggi l'81% dei vol. tot (l'1,2% di quelli esportati), in crescita del 15% anno su anno
- I prodotti arricchiti o funzionali rappresentano l'1% dei vol. totali in Italia e 2,8% di quelli esportati, in crescita del 15%
- L'allungamento della shelf life, a parità di proprietà organolettiche lavorando sull'eccellenza del latte alla stalla e innovative tecnologie di trasformazione, consente di ridurre lo spreco (piano sulla mozzarella)



## 5 DISTRIBUZIONE

GRANAROLO SI IMPEGNA A OTTIMIZZARE LA LOGISTICA CON L'OBIETTIVO DI RIDURRE SPRECHI E IMPATTO AMBIENTALE

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- Innovazione dei sistemi e dei processi gestionali che consenta di individuare la migliore configurazione e posizione dei magazzini, parametrandola alle modifiche dei consumi nelle regioni italiane con conseguente diminuzione dei km percorsi
- Efficienza nei sistemi di stoccaggio e di picking nei magazzini con conseguente maggior livello di automazione
- Uso di mezzi di trasporto ad alta efficienza energetica
- Passaggio da tentata vendita a prevendita di Zero4 con riduzione dei km percorsi



## 6 CONSUMATORI E COMUNITÀ

GRANAROLO INFORMA I SUOI CONSUMATORI E LI AGEVOLA NELL'ACQUISTO CONSAPEVOLE, PUNTANDO A PRODOTTI CHE ABBIANO UN RIDOTTO IMPATTO AMBIENTALE.

È ACCANTO ALLE COMUNITÀ VICINE E LONTANE.

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- Uso del prodotto, della didattica e degli spazi on line per informare i propri consumatori su proprietà nutrizionali, tipologia di ingredienti e packaging e modalità di smaltimento
- Lancio piattaforme e-commerce in Italia, in UK, in Brasile in chiave di sostenibilità
- Banca del Latte Umano Donato in sinergia con gli Ospedali di BO, FE, PR
- Sostegno ad Africa Milk Project in Tanzania e AfricHand Project in Mozambico



## 7 GESTIONE FINE VITA PRODOTTO

GRANAROLO È ATTENTA ALLA SCELTA DEL PACKAGING ORIENTATO ALLA RICICLABILITÀ, UTILIZZA ANCHE MATERIALE RICICLATO, LAVORA IN SINERGIA CON ISTITUZIONI E CONSORZI CHE HANNO GLI STESSI OBIETTIVI E SUPPORTA IL CONSUMATORE NELLA MODALITÀ DI SMALTIMENTO.

PUNTA A RIDURRE LO SPRECO ALIMENTARE.

OBIETTIVI PIANO 2021-2023:

- Informazioni sul prodotto e on line relative alla riduzione degli sprechi (es ricette antispreco) e allo smaltimento del packaging
- Ampliamento spacci fisici che promuovono l'anti-spreco
- Donazioni sistematiche a Onlus dei territori, anche di merci invendute



Nota: Le icone disegnate nei sette box della catena del valore sono quelle riportate nella Farm to Fork Strategy del Green Deal.

- Garantire una produzione alimentare sostenibile
- Garantire la sicurezza alimentare
- Stimolare le pratiche sostenibili di trasformazione alimentare
- Promuovere il consumo alimentare sostenibile e agevolare il passaggio a diete sane e sostenibili
- Riduzione delle perdite e degli sprechi alimentari