

Bilancio di sostenibilità 2022-2023

Sostenere, innovare e rispettare

Innovare attraverso lo sviluppo di prodotti a ridotto impatto ambientale

Obiettivo entro il 2025: 100% prodotti a marchio certificati

Obiettivo entro il 2030: 100% prodotti a marchio con packaging sostenibile

Approccio strategico:

1. Italianità e sostegno al territorio (Le specialità Cuor di Terra, Val Bontà, Vicino);
2. Rispetto per l'ambiente (MyBIO, Netty, Today, PENNY., Natura è, Planetiamo);
3. Sana alimentazione (Welless);
4. Packaging sostenibile (Netty, PENNY.).

Certificazioni:

1. Rainforest Alliance – People & Nature (cioccolato +39%, bevande calde +14%);
2. Senza olio di palma (biscotti e merende +25%);
3. Friend of the sea (pesce e conserve ittiche +10%).

Rispettare le risorse del nostro pianeta sviluppando il nostro business con un attento orientamento al futuro

Obiettivi entro il 2030: riduzione energia elettrica del 10% per m2 di superficie di area di vendita, riduzione utilizzo di combustibili fossili del 20%, riduzione emissioni CO2 del 30%

Punti vendita sostenibili: 100% delle nuove aperture hanno previsto la riqualificazione del suolo e/o dell'edificio, +120% impianti fotovoltaici installati

Tutela della biodiversità: APENNY. e WWF

Sostenere le nostre persone e le comunità del territorio attraverso un approccio etico e responsabile

Persone e società: 63% donne, 37% uomini, 4942 collaboratori, 88,6% contratto a tempo indeterminato, 11,4% contratto a tempo determinato, 1184 nuove assunzioni

Ore di formazione: 2022 = 31588, 2023 = 35017, ore di formazione erogate +3429

Certificazione TOP EMPLOYER

Nuovi servizi di welfare aziendale (Family + Happy)

Vicino alla comunità: Progetto ARCA, Croce Rossa Italiana

Sostegno alla ricerca: AIRC

Inclusività: Milano PRIDE

Lotta contro lo spreco: Banco Alimentare, Too Good To Go

Sostegno allo sport: RUN30ROME the marathon Roma capitale

People engagement: PENNY in cucina eccellenze d'Italia, PENNY insieme, PENNY volley

Viviamo sostenibile