

DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ 2025



NATFOOD



INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER	4
1. INTRODUZIONE ALLA DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ	9
2. LA NOSTRA REALTÀ	11
2.1 - Presenza sul territorio e principali sviluppi dell'anno	11
2.2 - Prodotti e servizi offerti	14
2.3 - Monitoraggio della domanda e selezione e sviluppo di nuovi prodotti	16
2.4 - Modello di vendita e di distribuzione	19
2.5 - Espansione delle attività	20
2.6 - Filiera di approvvigionamento e principali fornitori	20
2.7 - Innovazione e digitalizzazione	21
2.8 - Acquisizione e nuove prospettive di sviluppo futuro	21
3. IL MODELLO ORGANIZZATIVO E DI GOVERNANCE	25
3.1 - Governance e struttura societaria	25
3.2 - Politiche e procedure interne	27
3.3 - Integrità, Diritti Umani e Meccanismi di Segnalazione	27
4. LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE	29
4.1 - Consumi energetici ed emissioni GHG	29
4.2 - Rischi climatici	32
4.3 - Gestione ambientale ed economia circolare	33
5. LE PERSONE AL CENTRO	38
5.1 - Gestione delle risorse umane	38
5.2 - Selezione, contrattualistica e retribuzione	41
5.3 - Formazione e sviluppo delle competenze	43
5.4 - Salute e sicurezza	45
5.5 - Relazione con la rete commerciale e i clienti	47
APPENDICE	52

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

MANAGEMENT DI ADASTRA

Gentili Stakeholder,

il 2025 ha rappresentato per il Gruppo Adastra un anno di evoluzione e consolidamento, nel quale abbiamo proseguito il percorso di sviluppo del Gruppo con una visione orientata alla crescita responsabile, all'innovazione e alla capacità di creare valore nel tempo.

Operando nei settori della torrefazione, della distribuzione automatica, della rivendita e dell'Ho.Re.Ca., continuiamo a investire in una filiera capace di coniugare qualità, efficienza e attenzione ai cambiamenti del mercato e delle abitudini di consumo. In uno scenario economico ancora caratterizzato da volatilità e trasformazioni profonde, il Gruppo ha mantenuto un approccio improntato alla solidità, alla flessibilità e alla continuità industriale.

Nel corso dell'esercizio abbiamo portato avanti un importante processo di semplificazione e integrazione societaria, con l'obiettivo di favorire una maggiore coesione tra le diverse realtà del Gruppo e valorizzare competenze, processi e presenza sul mercato.

In tale contesto si inserisce la fusione per incorporazione di Caffè Mauro S.p.A. in Gruppo Gimoka S.p.A., operazione che rafforza ulteriormente la filiera del caffè e consolida il percorso di crescita industriale del Gruppo. Parallelamente, le operazioni che hanno interessato Gedac S.r.l., Sogedai S.p.A. e il progetto di integrazione tra Ludomatic Vending Group S.r.l. ed Esperia Distribuzione S.r.l. confermano la volontà di sviluppare un'organizzazione sempre più efficiente, coordinata e vicina alle esigenze dei territori e dei clienti.

Particolare rilievo assume inoltre l'ingresso di Invitalia nel capitale di Nereide Holding, società controllante di Sirio S.p.A., passaggio che rappresenta un importante riconoscimento del percorso costruito negli anni nel settore della ristorazione e delle prospettive di sviluppo future del Gruppo.

Nel corso del 2025 sono proseguiti anche gli investimenti all'interno delle società del Gruppo dedicati all'innovazione, alla valorizzazione delle persone e al rafforzamento delle relazioni con clienti, partner, fornitori e comunità locali. Crediamo infatti che la crescita di un'impresa debba fondarsi non solo sui risultati economici, ma anche sulla capacità di generare impatti positivi e duraturi lungo tutta la catena del valore.

Per Adastra, la sostenibilità costituisce un elemento rilevante nelle scelte industriali, organizzative e finanziarie del Gruppo. Tale approccio si traduce nell'impegno a coniugare crescita e attenzione verso le persone, l'ambiente e i territori in cui il Gruppo opera, con una visione di lungo termine.

Questo Bilancio di Sostenibilità vuole essere uno strumento di trasparenza e dialogo attraverso cui condividere i risultati raggiunti, le sfide affrontate e gli obiettivi futuri, nella consapevolezza che il confronto con gli stakeholder rappresenta un elemento essenziale del nostro percorso di crescita.

Desideriamo ringraziare tutte le persone che, con impegno, competenza e passione, contribuiscono ogni giorno allo sviluppo del Gruppo Adastra.

Con i migliori saluti,

Il Management di Adastra Holding S.r.l.

MANAGEMENT DI NATFOOD

Cari Stakeholder,
la presente Dichiarazione sulla Sostenibilità rappresenta il secondo anno di rendicontazione del percorso intrapreso dall'azienda verso un modello di sviluppo responsabile, orientato alla gestione consapevole degli impatti ambientali, sociali e di governance derivanti dalle proprie attività.

Dopo aver definito, nel primo anno, le basi del sistema di rendicontazione e individuato i temi prioritari su cui focalizzarsi, nel corso dell'esercizio l'azienda ha lavorato per consolidare l'approccio ESG, migliorare la qualità e l'affidabilità dei dati e avviare azioni concrete di miglioramento nei principali ambiti di impatto.

Questo secondo report segna il passaggio da una fase iniziale di impostazione a una fase di maggiore integrazione della sostenibilità nella strategia e nei processi aziendali, con particolare attenzione alla misurazione delle performance, al confronto con l'anno precedente e alla definizione di obiettivi futuri chiari e misurabili. La sostenibilità è per l'azienda un processo di miglioramento continuo, strettamente legato alla capacità di rispondere alle esigenze del mercato, valorizzare le persone e ridurre gli impatti ambientali delle proprie attività. Attraverso questo Report, l'azienda intende offrire agli stakeholder una comunicazione trasparente dei risultati raggiunti, delle aree di miglioramento e degli obiettivi futuri, ponendo le basi per uno sviluppo coerente e duraturo nel settore Ho.Re.Ca.

Nel 2025 abbiamo celebrato con orgoglio il nostro 25° anniversario, un traguardo che testimonia la validità e la solidità del nostro modello di business, fondato su una proposta esclusiva per il canale professionale, su una rete commerciale capillare e su una costante attenzione alla qualità dell'esperienza offerta ai nostri clienti sia per quanto riguarda i prodotti sia per quanto riguarda le attrezzature.

Negli anni abbiamo affrontato sfide complesse, come la pandemia da Covid-19, che abbiamo superato grazie all'impegno delle nostre persone, alla resilienza della nostra organizzazione e alla fiducia dei nostri clienti. Oggi guardiamo al futuro con rinnovato entusiasmo, consapevoli che la sostenibilità rappresenta una leva strategica per continuare a crescere in modo equilibrato, innovativo e inclusivo.

Stiamo investendo da anni in attrezzature efficienti e continueremo a farlo, in ricerca e sviluppo, e nella valorizzazione delle nostre risorse umane, con l'obiettivo di offrire soluzioni sempre migliori e della più elevata qualità. Restiamo fedeli ai nostri valori e al nostro modello operativo, continuando a servire con passione e dedizione il nostro canale principale, l'Ho.Re.Ca. in tutta Italia, dalle grandi città ai piccoli centri, con l'obiettivo di essere sempre più vicini ai professionisti dei singoli locali e contribuire concretamente alla qualità dell'esperienza che offrono ogni giorno.

Siamo inoltre convinti che l'impegno collettivo sia la base indispensabile per proseguire il percorso virtuoso che abbiamo intrapreso. In un contesto in continua evoluzione, sapersi adattare rapidamente al cambiamento è fondamentale per affrontare con successo le sfide dei mercati.

Ringraziamo tutte le persone che ogni giorno contribuiscono al successo di N.F. Food e che rendono possibile questo percorso di crescita sostenibile. Il nostro impegno è quello di continuare a evolverci, adattandoci ai cambiamenti del contesto e contribuendo attivamente a un futuro più equo e sostenibile per tutti.

Cordialmente,

Luciano Lochis

Amministratore Delegato N.F. Food S.p.A.







1. INTRODUZIONE ALLA DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ

La presente dichiarazione è stata redatta su base volontaria da N.F. Food, in conformità ai VSME Standard (dicembre 2024), con l'obiettivo di condividere in modo trasparente l'impegno dell'azienda verso la sostenibilità ambientale, la valorizzazione delle persone e una gestione aziendale responsabile, etica e trasparente.

Il documento copre il periodo di rendicontazione compreso tra il 1° gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025, e fa riferimento al perimetro individuale dell'organizzazione. Si tratta del prosieguo del percorso di sostenibilità intrapreso da N.F. Food, un cammino che l'azienda intende percorrere con determinazione e consapevolezza, riconoscendo l'importanza di integrare i principi ESG nelle proprie strategie e operazioni quotidiane.

Attraverso questo documento, N.F. Food si propone di migliorare progressivamente le proprie performance, adottando azioni concrete e misurabili in grado di generare valore condiviso per tutti gli stakeholder, contribuendo al tempo stesso a una crescita sostenibile e inclusiva.

La dichiarazione è stata redatta utilizzando il modulo completo dei VSME Standard, includendo tutte le informative pertinenti al contesto e al modello di business dell'azienda.

Sebbene non sia stata condotta un'analisi di doppia materialità, sono state attentamente valutate le tematiche proposte dallo standard, selezionando e approfondendo quelle più rilevanti in relazione alla natura delle attività svolte da N.F. Food.

Di seguito si riportano alcune informazioni generali relative alla società, utili a fornire un quadro sintetico dell'identità aziendale, della sua struttura e delle principali caratteristiche operative:

FORMA GIURIDICA DELL'IMPRESA	CLASSIFICAZIONE DEL SETTORE	DIMENSIONE DEL BILANCIO (€)	FATTURATO (€)	NUMERO DEI DIPENDENTI (FTE)
				
S.P.A.	46.39	32.557.547	42.385.401	57,1

La presente dichiarazione sulla sostenibilità non è stata sottoposta ad attività di Assurance esterna.
Per ulteriori informazioni o chiarimenti è possibile scrivere all'indirizzo mail: sostenibilita@natfood.it



2. LA NOSTRA REALTÀ

Fondata nel 1999, N.F. Food S.p.A. è un'azienda italiana specializzata nella commercializzazione di semilavorati per la preparazione di bevande calde e fredde, destinati al canale Ho.Re.Ca. (bar, caffetterie, ristoranti, hotel, catering). Sin dall'inizio della sua attività, l'azienda ha sviluppato la propria vocazione commerciale, distinguendosi per un'offerta completa e in continua evoluzione, capace di rimanere aggiornata con le tendenze del mercato e rispondere alle esigenze dei professionisti del settore.

Nel corso degli anni, la società ha progressivamente ampliato il proprio portafoglio prodotti, affermandosi come punto di riferimento nel settore grazie alla combinazione di ingredienti di alta qualità e attrezzature innovative fornite in comodato d'uso. Questo approccio ha permesso all'azienda di offrire non solo prodotti, ma un sistema integrato di servizio, volto a supportare i clienti in ogni fase, migliorandone l'esperienza e l'efficienza operativa.

L'approccio orientato al cliente, unito a una costante attenzione alla qualità e all'innovazione, ha contribuito a consolidare la reputazione di N.F. Food come partner affidabile e proattivo nel panorama Ho.Re.Ca. italiano.

2.1 PRESENZA SUL TERRITORIO E PRINCIPALI SVILUPPI DELL'ANNO

 Ufficio	Via Bosco, 99/A - 42019 Bosco di Scandiano (RE)	44.62504424381391 10.666510282206346
 Magazzino	(F&B Service S.r.l.) Via Bosco, 99/A 42019 Bosco di Scandiano (RE)	44.62504424381391 10.666510282206346
 Magazzino	Viale Murano, 16 47838 Riccione (RN)	43.98869605427296 12.612813195541777
 Magazzino	Zona Asi Sud - 81025 Cerano di Marcianise (CE)	41.00709489353153 14.300571095345305
 Magazzino	Strada Antica di Grugliasco, 111 10095 Grugliasco (TO)	45.061368215652124 7.606660410958369

N.F. Food opera attraverso una rete di sedi distribuite sul territorio nazionale italiano, ciascuna con caratteristiche e funzioni specifiche. L'azienda gestisce direttamente 4 depositi e si serve di altri 12 depositi gestiti dalle agenzie con cui collabora e commercializza i propri prodotti.

La sede principale di N.F. Food S.p.A. si trova a Bosco di Scandiano (RE) e ospita gli uffici direzionali, un magazzino centrale e una piccola officina dedicata alla pulizia e alla riparazione dei macchinari e delle attrezzature.

Il deposito di Bosco di Scandiano, gestito lo scorso anno da F&B Service S.r.l., rientra ora nelle attività di N.F. Food, a seguito del processo di fusione per incorporazione della società avviato nel 2025 e completato a fine novembre. L'operazione, che ha riguardato F&B Service S.r.l., è stata ritenuta necessaria per integrare e rafforzare in modo organico le attività logistiche del Gruppo. Conclusa l'acquisizione, i dati e le informazioni della società sono stati incorporati nella presente dichiarazione.

Nel corso del 2025 è stato ulteriormente consolidato il livello di capillarità della rete vendita, attraverso l'avvio di nuove collaborazioni strategiche. In particolare, è stata finalizzata una partnership di natura commerciale con la società MOOD & FOOD S.a.s., con sede a Prato, nonché una collaborazione di natura logistica con la società MD Food S.r.l., con sede a Montemurlo (Prato). Tali sedi supportano la distribuzione e l'assistenza tecnica a livello territoriale, contribuendo all'efficienza della rete operativa di N.F. Food.

Nel corso dell'anno, la società ha poi proseguito le attività di salvaguardia, gestione e continuo rafforzamento della propria presenza sul territorio, grazie alla capacità operativa e alla crescente capillarità della forza vendita.

Parallelamente, nel 2025, N.F. Food ha intrapreso un percorso di rinnovamento della propria immagine, definendo un nuovo logo e un più ampio progetto di rebranding. Sebbene l'adozione ufficiale della nuova identità sia avvenuta a partire da gennaio 2026, l'azienda ha deciso di utilizzarne fin da subito gli elementi distintivi per l'impaginazione della presente Dichiarazione sulla Sostenibilità al fine di rispecchiare al meglio la propria evoluzione.





2.2 PRODOTTI E SERVIZI OFFERTI

N.F. Food S.p.A., attiva nel mercato Ho.Re.Ca., è specializzata nella distribuzione di prodotti caldi e freddi, accompagnati dalle relative attrezzature professionali fornite in comodato d'uso e un puntuale servizio di Assistenza. L'ampia gamma di prodotti offerti si suddivide nelle seguenti linee principali:

Solubili per bevande calde alternative al caffè espresso, tra cui:

- 9 varianti di caffè al ginseng Gin-co, tutte senza lattosio (grazie all'uso di latte delattosato) e senza glutine;
- 4 varianti di orzo - Linea Orzeus;
- GuaraNat, bevanda energizzante a base di caffè e guaranà;
- Decoffee, bevanda al caffè decaffeinato;
- Bevanda al cioccolato;
- Monoporzioni in capsula compatibili con sistema DolceGusto.

Preparati per Creme fredde:

- Cremosito - Crema al caffè;
- YoCream - Crema allo yogurt;
- Creamy - Fiordilatte, pistacchio, nocciola;
- Crema al limone;
- Crema fredda Gin-co;
- Sorbetti;
- Yo e Ice Soft - Linea per gelato soft;
- Granite HappyPuppy;
- Cremita - Bevanda cremosa al caffè pronta all'uso.
- Gelato Gourmand Fiordilatte e Yogurt - Per macchine soft professionali.

Prodotti complementari, che arricchiscono l'offerta e rispondono a diverse esigenze del mercato Ho.Re.Ca.:

- Caffè in formato Disk,
- Linea di Tè, Tisane, Infusi;
- Cioccolate calde;
- Bubble tea;
- Linea bakery;
- Farciture;
- Prodotti alcolici a marchio Enjoy;
- Frappè;
- Abracadabra - Linea di decorazioni (topping e granelle).

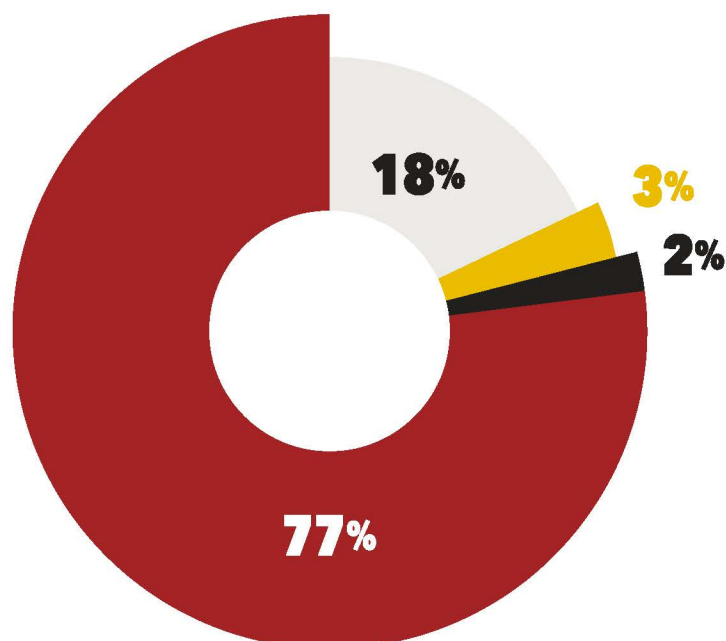


L'ampiezza e la varietà dell'offerta consentono a N.F. Food di proporre soluzioni complete e personalizzabili, in grado di soddisfare gusti e preferenze diverse.

Il grafico illustra la ripartizione dei ricavi derivanti dalle vendite e dalle prestazioni nel 2025, suddivisi per categorie di attività. Il segmento della caffetteria (che contiene principalmente ginseng, orzo e creme), insieme alla componente drink & beverage (che comprende cioccolato, tè e granite), rappresenta la quota prevalente dei ricavi complessivi, in coerenza con l'offerta di prodotti sopra descritta.

Breakdown ricavi per categoria di attività

- Caffetteria
- Drinks & Beverages
- Food
- Altro



2.3 MONITORAGGIO DELLA DOMANDA E SELEZIONE E SVILUPPO DI NUOVI PRODOTTI

N.F. Food adotta un approccio strutturato e integrato al fine di monitorare la domanda e sviluppare il proprio portafoglio prodotti, con l'obiettivo di anticipare i cambiamenti nei consumi e garantire un'offerta coerente con le esigenze di mercato.

Il monitoraggio della domanda si basa sull'utilizzo combinato di fonti informative interne ed esterne. Tra le principali fonti esterne rientrano report e analisi di settore forniti da operatori specializzati, oltre ai dati pubblicati da FIPE, ISTAT e associazioni di categoria del comparto alimentare e Ho.Re.Ca. L'azienda segue inoltre l'evoluzione del settore attraverso la partecipazione a fiere ed eventi di riferimento, tra cui SIGEP, HostMilano e Cibus, che rappresentano importanti occasioni di osservazione delle tendenze emergenti e delle innovazioni di prodotto.

A livello interno, N.F. Food analizza periodicamente i dati di vendita, segmentati per area geografica, canale distributivo, categoria merceologica e tipologia di cliente. Vengono monitorati indicatori quali andamento dei volumi, rotazione dei prodotti, frequenza di riordino, performance delle novità di gamma e variazioni stagionali, al fine di individuare tempestivamente cambiamenti nelle abitudini di acquisto e nuove opportunità di sviluppo. In questo processo, la rete commerciale svolge un ruolo centrale, raccogliendo costantemente informazioni qualitative dal mercato relative a preferenze dei consumatori, nuove esigenze e livello di soddisfazione. Tali informazioni vengono condivise con le funzioni aziendali competenti attraverso momenti di confronto strutturati.

Le analisi della domanda, integrate con valutazioni storiche e stagionali e con il confronto continuo con partner commerciali e distributivi, consentono all'azienda di elaborare previsioni di breve e medio periodo. Tali previsioni tengono conto di trend di mercato, iniziative promozionali, lanci di nuovi prodotti e variabili macroeconomiche, supportando una pianificazione efficace delle attività commerciali, degli approvvigionamenti e dello sviluppo dell'offerta.

In questo contesto, la selezione e lo sviluppo dei nuovi prodotti seguono un processo rigoroso e trasversale, che coinvolge le funzioni Acquisti, Commerciale, Qualità e Marketing. La definizione dell'assortimento parte dall'analisi dei bisogni dei clienti, delle performance delle categorie esistenti e delle opportunità emergenti. L'introduzione di nuovi prodotti è subordinata a una valutazione complessiva che considera qualità,

DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ 2025

conformità normativa, potenziale commerciale, marginalità e coerenza con il posizionamento aziendale.

Particolare attenzione è dedicata alla selezione dei fornitori, che devono garantire elevati standard di qualità e sicurezza, nonché requisiti di affidabilità, certificazioni, capacità produttiva e logistica, competitività economica e continuità nella fornitura. Nei progetti di sviluppo di prodotti personalizzati, N.F. Food collabora attivamente con i partner e con le funzioni di Ricerca e Sviluppo, attraverso la richiesta e la valutazione di campioni e documentazione tecnica sottoposti a verifiche e test fino all'approvazione finale.

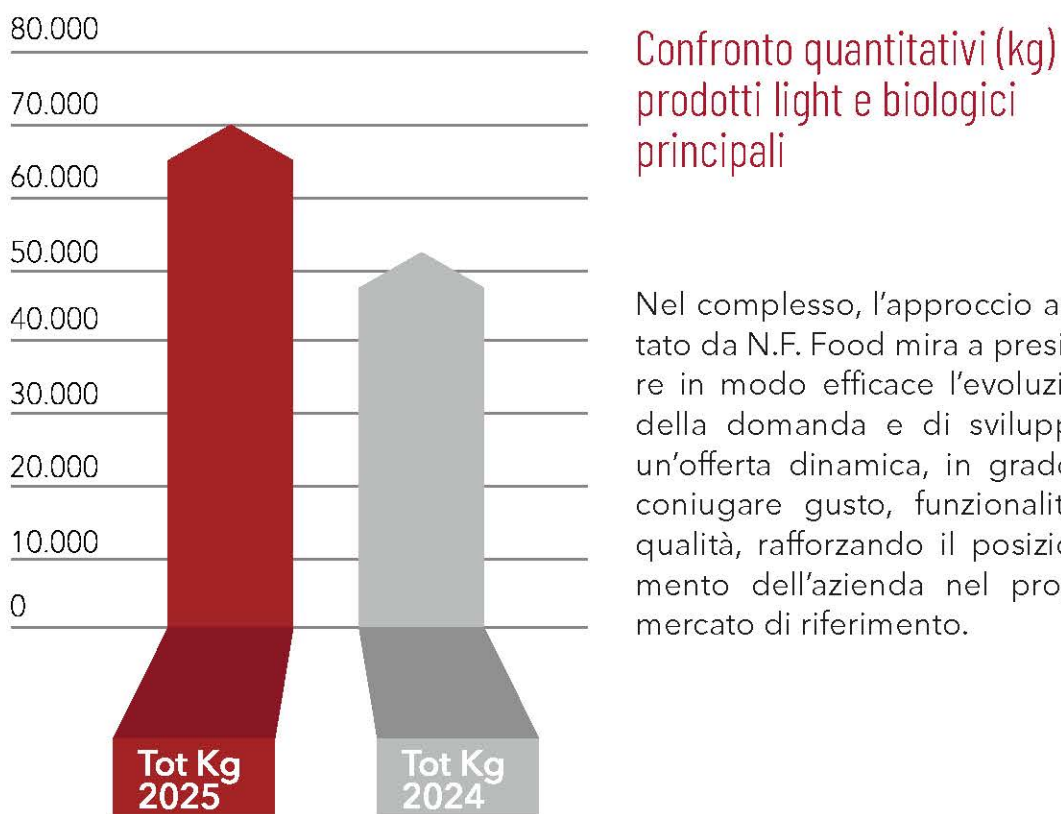
Negli ultimi anni, l'azienda ha intrapreso un percorso di evoluzione del proprio portafoglio prodotti per rispondere ai principali trend di consumo, sempre più orientati al benessere, alla qualità nutrizionale e alla trasparenza. L'offerta è stata progressivamente ampliata con referenze light, biologiche e "free from", mantenendo una costante attenzione alla qualità degli ingredienti e alla loro tracciabilità.



In particolare, la gamma dei prodotti a base di ginseng è stata diversificata affiancando alle versioni tradizionali varianti a ridotto contenuto calorico, senza zuccheri aggiunti e decaffeinati. Parallelamente, è stata rafforzata l'offerta di prodotti a base di orzo, includendo anche opzioni biologiche, e sono state ampliate categorie complementari come tè e tisane. L'introduzione di prodotti senza lattosio e altre referenze destinate a specifiche esigenze nutrizionali testimonia l'impegno dell'azienda nel proporre soluzioni inclusive e adatte a un pubblico sempre più diversificato.

Confrontando i volumi di vendita dei prodotti light e biologici, espressi in termini di unità vendute, tra il 2024 e il 2025 emerge un andamento positivo. In particolare, si è registrato un incremento del 25% delle quantità vendute, a conferma di una crescita significativa della domanda per queste categorie di prodotto.

Nel grafico si presenta invece un'analisi specifica dei quantitativi complessivi (espressa in chilogrammi) relativi ai prodotti con i volumi di vendita più elevati, in particolare sono inclusi: ginseng light, zero, decaffeinato e orzo biologico. Il confronto tra il 2024 e il 2025 evidenzia un trend di crescita con un incremento complessivo pari al +33%.



2.4 MODELLO DI VENDITA E DI DISTRIBUZIONE

N.F. Food S.p.A. vanta una presenza capillare su tutto il territorio nazionale, grazie a una rete di vendita ben organizzata che garantisce copertura in tutte le province italiane. La gestione dell'area commerciale è affidata a un Direttore Commerciale, che coordina un team composto da Capi Area e Agenti attivi a livello locale. L'azienda opera attraverso tre principali canali di vendita:



- **Agenti diretti:** lavorano con mandato e trasmettono gli ordini direttamente alla sede centrale. La logistica è gestita da F&B Service, assicurando efficienza e puntualità nelle consegne.



- **Agenzie con deposito:** operano in regime di esclusiva territoriale e gestiscono in autonomia sia le vendite sia la distribuzione.



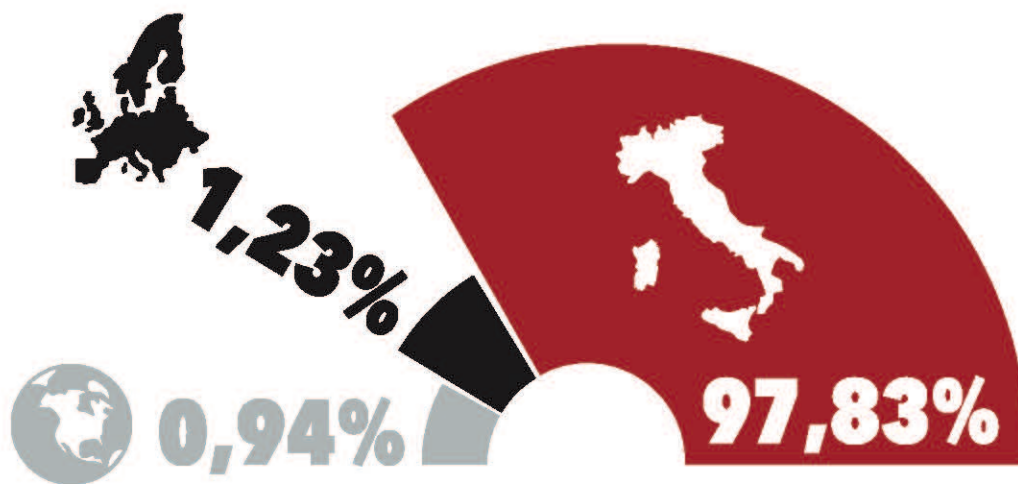
- **Distributori e concessionari:** anch'essi operano in esclusiva e ricevono i prodotti direttamente dal magazzino centrale di Scandiano, garantendo una distribuzione tempestiva.

Questo modello commerciale consente alla società di mantenere un rapporto diretto e continuativo con la clientela, assicurando tempestività, assistenza personalizzata e un elevato livello di servizio.

La logistica rappresenta un elemento strategico ed era affidata a F&B Service, società incorporata in N.F. Food nel 2025, responsabile della gestione dei flussi in entrata e in uscita. La distribuzione dei prodotti avviene con frequenza regolare e con particolare attenzione alla shelf life; infatti, i prodotti spediti non devono presentare una durata residua inferiore al 50%. Il Controllo Qualità, interno all'azienda, supervisiona ingredienti, processi di confezionamento e scadenze, assicurando il rispetto delle normative HACCP.

Il principale canale di riferimento per la N.F. Food è Ho.Re.Ca. (Hotellerie-Restaurant-Café), che comprende bar, ristoranti, pizzerie, hotel, B&B, catering, parchi divertimento, piscine e stabilimenti balneari. A questo si affiancano:

- il canale dei clienti direzionali
- i grossisti/distributori
- il canale estero, che rappresenta una quota marginale, con un'incidenza di poco superiore al 2% sul totale - come illustrato dalle numeriche che seguono:



2.5 ESPANSIONE DELLE ATTIVITÀ

Sebbene il mercato italiano rappresenti il core business dell'azienda, con una presenza capillare e consolidata, N.F. Food guarda con interesse anche ai mercati esteri. Attualmente, l'export rappresenta una quota marginale del fatturato, con attività in Portogallo, Marocco, Egitto, Svizzera e Repubblica Ceca. L'ufficio estero si occupa principalmente di attività di back office, ma sono in corso valutazioni per sviluppare sinergie con partner strategici come Gimoka e per rafforzare la presenza internazionale, anche attraverso clienti direzionali. In Italia, l'azienda intende rafforzare ulteriormente la propria rete commerciale, con l'obiettivo di acquisire nuovi agenti e consolidare la presenza nelle aree strategiche. In tale contesto, l'integrazione di Master Ciok, avvenuta nel 2024, ha rappresentato un'importante opportunità di crescita in Piemonte. Parallelamente, la collaborazione logistica avviata a Prato ha contribuito al rafforzamento della capillarità della rete vendita anche in Toscana.

L'approccio consulenziale, la qualità dei prodotti e la costante attenzione al cliente continuano a rappresentare i pilastri su cui N.F. Food intende basare il proprio sviluppo futuro.

2.6 FILIERA DI APPROVVIGIONAMENTO E PRINCIPALI FORNITORI

La filiera di approvvigionamento di N.F. Food S.p.A. è fortemente radicata nel territorio italiano, con circa l'80% degli acquisti provenienti da due partner strategici: Gruppo Gimoka S.p.A. e General Fruit S.r.l. La selezione dei fornitori avviene principalmente in fase di sviluppo prodotto. Sebbene non sia prevista una procedura formale di qualifica, i fornitori sono sottoposti a un attento monitoraggio da parte del controllo qualità, al fine di assicurare la conformità agli standard aziendali. I prodotti di origine estera rappresentano una quota marginale dell'offerta.

e sono limitati a referenze specifiche, come ad esempio il tè Dilmah, per il quale non esistono equivalenti nazionali con le stesse caratteristiche. Nella catena di approvvigionamento di N.F. Food, sono considerati fornitori chiave:



**GRUPPO
GIMOKA**

Gruppo Gimoka S.p.A. - È il principale fornitore di prodotti e attrezzature per N.F. Food, nonché azionista di maggioranza della società. Gruppo Gimoka è un'azienda italiana specializzata nella produzione e distribuzione di caffè di alta qualità, fornisce a N.F. Food l'intera gamma solubili, in primis di orzo e ginseng, le creme e i sorbetti, oltre alle miscele di caffè in grani e macinato provenienti da diverse aree del mondo.



General Fruit S.r.l. - Fornitore strategico di prodotti per bevande e preparati, è controllata da G.F. Holding S.r.l., che detiene una quota di minoranza in N.F. Food. La collaborazione con General Fruit contribuisce all'ampliamento dell'offerta di prodotti innovativi e di qualità.

2.7 INNOVAZIONE E DIGITALIZZAZIONE

Uno degli elementi distintivi dell'approccio N.F. Food è l'attenzione all'innovazione tecnologica. Oltre 15.000 macchine per la preparazione di orzo e ginseng sono ad oggi collegate tramite SIM al gestionale aziendale, permettendo un monitoraggio continuo delle performance e una gestione proattiva degli interventi tecnici. In caso di malfunzionamenti, l'agente di vendita rappresenta il primo punto di contatto del cliente e, se necessario, interviene in un secondo momento il servizio clienti, che può attivare la sostituzione dell'attrezzatura o richiedere la revisione presso i centri specializzati.

2.8 ACQUISIZIONE E NUOVE PROSPETTIVE DI SVILUPPO FUTURO

Al termine del 2024, l'11 dicembre, N.F. Food S.p.A. ha compiuto un passaggio significativo nel proprio percorso di crescita strategica con l'ingres-

so del Gruppo Gimoka in qualità di azionista di maggioranza. L'operazione rappresenta il completamento di un percorso avviato nel 2021, anno in cui il Gruppo Gimoka aveva fatto il proprio primo ingresso nel capitale sociale della società, dando avvio a una progressiva integrazione industriale e strategica. L'accordo siglato prevede la continuità dell'assetto manageriale e organizzativo, a garanzia della stabilità operativa e della valorizzazione delle competenze distintive maturate nel tempo da N.F. Food.

Questa alleanza strategica contribuisce a rafforzare ulteriormente la solidità dell'azienda, consolidandone al contempo la visione orientata all'innovazione, alla qualità e alla sostenibilità. In tale contesto, viene preservato e valorizzato il know-how integrato che da sempre caratterizza l'offerta di N.F. Food, elemento chiave per il posizionamento competitivo della società.

Nel corso del 2025, primo esercizio completo successivo al consolidamento, N.F. Food ha avviato un percorso concreto di integrazione e sviluppo delle sinergie con il Gruppo Gimoka, ponendo le basi per iniziative rilevanti in ottica prospettica. In particolare, sono state intraprese attività finalizzate al rafforzamento dei sistemi interni e dei presidi organizzativi, anche attraverso l'introduzione di nuovi strumenti e processi, con una crescente attenzione ai temi di sostenibilità. L'obiettivo è quello di integrare in modo sempre più strutturato i principi ESG all'interno della strategia aziendale e dei modelli operativi.

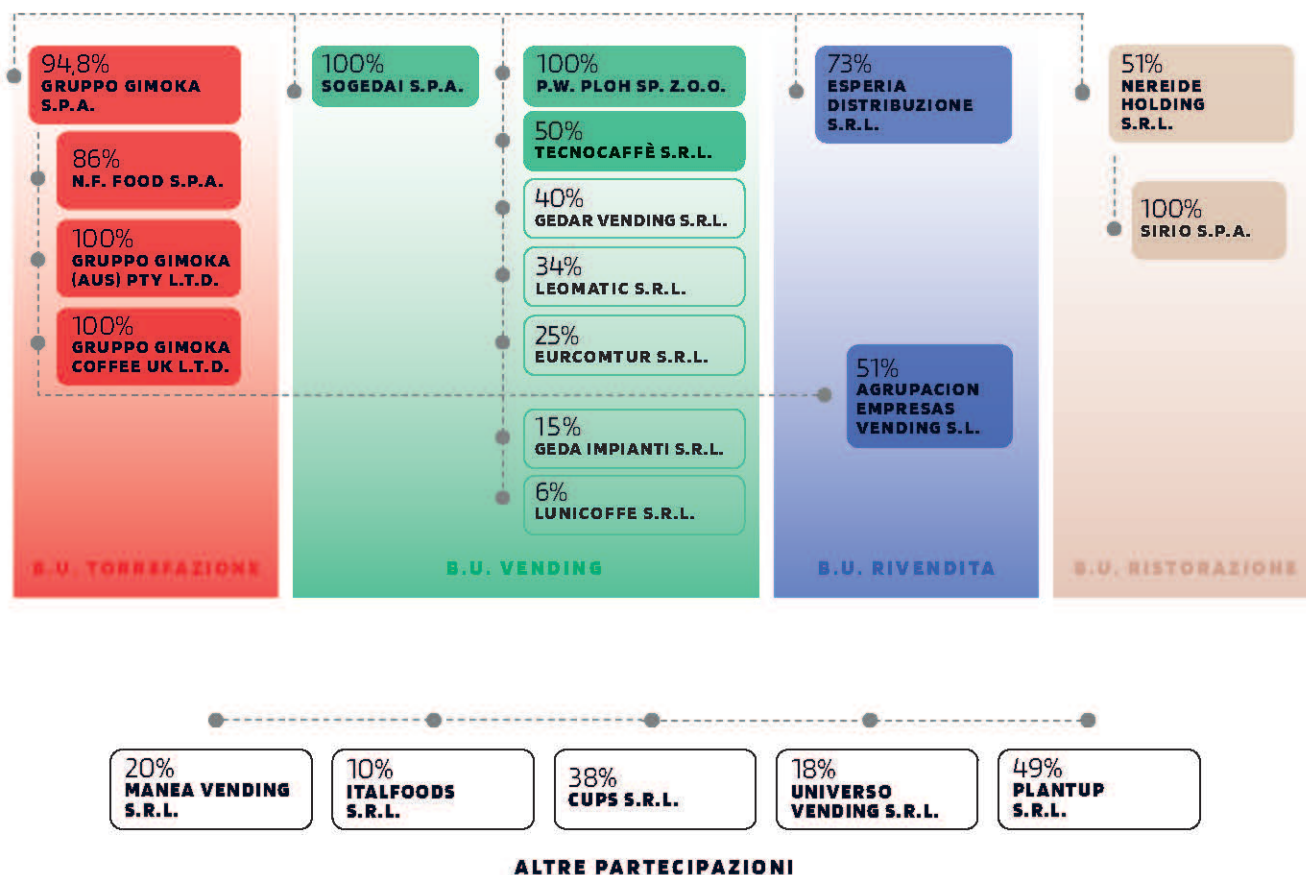
Sempre nell'ottica di sviluppo e crescita, si segnala che, come già menzionato, nel corso dell'esercizio e più precisamente in data 27 novembre 2025 è stata finalizzata l'operazione di fusione per incorporazione della società F&B Service S.r.l. in N.F. Food S.p.A.. L'operazione si inserisce in un più ampio percorso di rafforzamento del modello organizzativo ed è stata deliberata sulla base di motivate ragioni strategiche, gestionali e organizzative. In particolare, rappresenta un passaggio rilevante all'interno di un piano di riqualificazione volto a valorizzare le sinergie tra le società coinvolte. Attraverso tale integrazione, la Società ha perseguito obiettivi di maggiore efficienza operativa e razionalizzazione dei processi, promuovendo una gestione più integrata delle risorse e un migliore coordinamento delle attività. La fusione si configura inoltre come un'azione coerente con gli obiettivi di sostenibilità aziendale, orientata alla creazione di valore nel lungo periodo e al rafforzamento della resilienza organizzativa.

Nell'ambito del suo percorso evolutivo, N.F. Food ha pianificato alcuni interventi rilevanti con orizzonte 2026 per una maggiore integrazione nel Gruppo Gimoka. Tra questi, si segnala l'unificazione del sistema gestionale, con l'adozione del medesimo programma utilizzato dal Gruppo Gimoka, al fine di favorire una maggiore integrazione operativa e un allineamento dei pro-

DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ 2025

cessi. Sempre nel 2026 è prevista inoltre l'adozione da parte di N.F. Food di un proprio Codice Etico, sviluppato in coerenza e ispirazione con quello del Gruppo, nonché l'istituzione del relativo Organismo di Vigilanza, a presidio dei principi di trasparenza, integrità e correttezza.

Il partecipogramma riportato di seguito rappresenta la struttura societaria del Gruppo Adastra alla data del 31 dicembre 2025, evidenziando le relazioni tra le diverse entità che ne fanno parte. In particolare, viene messa in luce la collocazione di N.F. Food all'interno della Business Unit guidata dal Gruppo Gimoka. Tale rappresentazione offre una visione chiara e sintetica del contesto organizzativo e delle principali connessioni societarie che caratterizzano il Gruppo:





3. IL MODELLO ORGANIZZATIVO E DI GOVERNANCE

3.1 GOVERNANCE E STRUTTURA SOCIETARIA

N.F. Food adotta un modello di governance snello ma al tempo stesso solido e ben organizzato, concepito per garantire efficacia operativa, rapidità decisionale e un presidio rigoroso dei principali ambiti strategici aziendali. La struttura interna, pur essenziale, è supportata da un sistema di competenze specialistiche esterne, come studi legali qualificati che affiancano l’azienda nella gestione della contrattualistica, nel monitoraggio e nell’aggiornamento della compliance normativa e nel governo dei potenziali contenziosi.

La composizione dell’Organo di Governo di N.F. Food è rimasta stabile negli ultimi due anni ed è attualmente costituita da otto componenti, tutti di genere maschile. Nel 2023 la configurazione risultava differente, poiché non era ancora avvenuta l’acquisizione da parte del Gruppo Gimoka, finalizzata nel dicembre 2024. A seguito di tale integrazione, la composizione dell’Organo di Governo è stata ridefinita, generando una nuova struttura anche in termini di rappresentanza di genere.

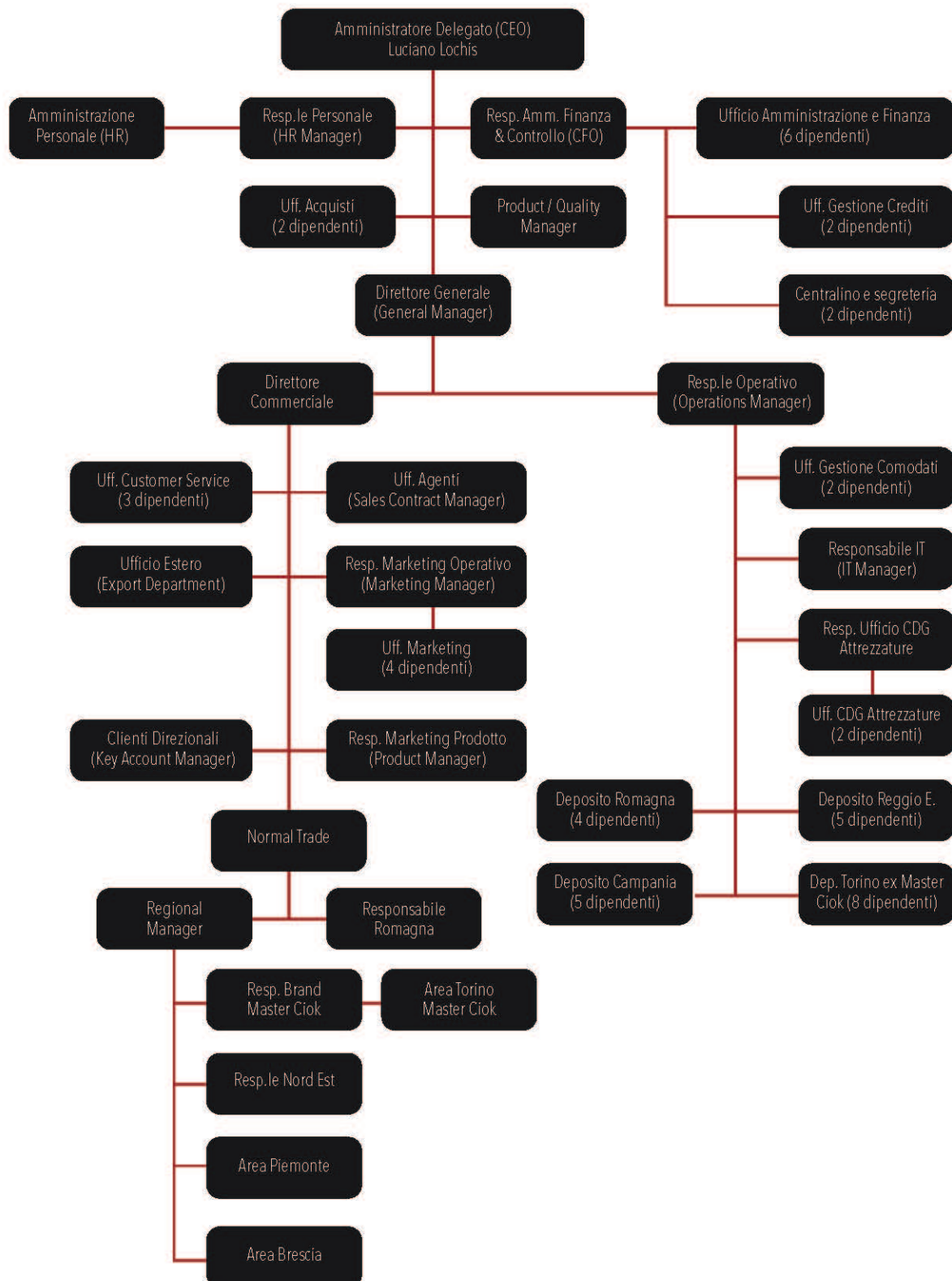
La distribuzione percentuale per genere è riportata nella tabella che segue:

	2025	2024	2023
 Donne nell'organo di governo	0	0	2
 Uomini nell'organo di governo	8	8	6
 Rapporto	0%	0%	33%

Per quanto riguarda il livello dirigenziale, la struttura organizzativa di N.F. Food prevede attualmente la presenza di un solo dirigente, appartenente al genere maschile.



Di seguito è presentato l'organigramma aziendale, predisposto al fine di rappresentare in modo chiaro la struttura organizzativa e definire i principali ruoli e responsabilità societarie:



3.2 POLITICHE E PROCEDURE INTERNE

Attualmente, N.F. Food non ha ancora adottato un Codice di Condotta formale né una politica specifica in materia di diritti umani rivolta alla propria forza lavoro. Tuttavia, considerando la natura delle attività aziendali e il contesto geografico in cui opera, l'azienda ritiene che la normativa nazionale vigente, insieme ai presidi e ai processi interni già in essere, assicuri una gestione responsabile e conforme di tali tematiche. Nel contesto del costante rafforzamento delle proprie pratiche di governance, N.F. Food intende avviare nel 2026 la stesura del proprio Codice Etico. Questo documento rappresenterà un passaggio fondamentale per tradurre in modo chiaro e condiviso i valori, i principi e i comportamenti che guidano l'azienda. Una volta elaborato, il Codice sarà integrato nei processi interni e diffuso a tutti i dipendenti, diventando uno strumento essenziale per consolidare una cultura basata sul rispetto, sulla trasparenza e sulla responsabilità sociale.

3.3 INTEGRITÀ, DIRITTI UMANI E MECCANISMI DI SEGNALAZIONE

Nel corso del periodo di rendicontazione, N.F. Food S.p.A. non ha registrato alcuna condanna né sanzione per violazioni in materia di leggi anticorruzione o anti-tangenti. Allo stesso modo, non sono stati segnalati casi di violazione dei diritti umani, inclusi episodi di lavoro forzato, lavoro minorile o discriminazioni.

Nel 2025 è stato avviato il processo di implementazione di un canale formale dedicato alla ricezione e gestione delle segnalazioni, in linea con il D.lgs. 24/2023. L'iniziativa si inserisce nelle progettualità in corso per riflettere la crescita aziendale, a seguito anche dell'integrazione di Master Ciok S.r.l. a fine 2024 e di F&B Service S.r.l. a fine 2025. L'obiettivo è dotare l'organizzazione di uno strumento strutturato e trasparente per raccogliere e trattare eventuali segnalazioni provenienti sia dal personale interno sia dagli stakeholder esterni.

Il processo, sin dalle sue prime fasi, è stato concepito come un tassello fondamentale di un più ampio impegno verso una cultura aziendale orientata alla responsabilità e alla tutela delle persone, interne ed esterne all'organizzazione. Nel corso dell'anno sono stati definiti gli elementi chiave dell'architettura del canale, fino alla creazione della casella di posta dedicata, pensata come presidio per garantire ascolto, ordine e tracciabilità.



4. LA SALVAGUARDIA DELL'AMBIENTE

4.1 CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI GHG

Nel corso del 2024 e del 2025, N.F. Food ha monitorato i propri consumi energetici, che vengono di seguito rendicontati con una distinzione tra energia elettrica acquistata e combustibili utilizzati. Per l'esercizio 2024, i consumi di combustibili comprendono gas naturale e gasolio; a partire dal 2025, a tali voci si aggiungono anche i consumi di benzina.

		2025 ¹ non rinnovabile	2024 ² non rinnovabile
 Combustibili	MWh	558,76	478,53³
 Elettricità acquistata		178,05	87,13
Tot		736,81	565,65

Rispetto all'esercizio 2024, i dati rendicontati per il 2025 includono anche i consumi di energia elettrica attribuibili a F&B Service, società incorporata in N.F. Food nel mese di dicembre 2025 con efficacia retroattiva a partire dal mese di gennaio dello stesso anno. In considerazione di tale operazione societaria, i consumi della società incorporata sono stati integralmente inclusi nel perimetro di rendicontazione per l'intero esercizio.

Il confronto dei consumi complessivi, espressi in MWh, evidenzia un incremento sia dei consumi di combustibile sia dell'energia elettrica acquistata nel 2025 rispetto al 2024. Tale variazione è tuttavia riconducibile

¹ Per l'esercizio 2025, i dati riportati in tabella relativi ai consumi di energia elettrica e gas naturale fanno riferimento alla sede centrale e al magazzino di Scandiano e ai depositi di Grugliasco (ex Master Ciok) e Riccione. I consumi energetici del deposito di Marcianise, invece, non risultano disponibili.

² Per l'esercizio 2024, i dati riportati fanno esclusivo riferimento alle attività di N.F. Food (escluso il deposito di Marcianise) e non includono quelli relativi a Master Ciok S.r.l., società incorporata a fine anno 2024. Quest'ultima è stata esclusa dal perimetro di rendicontazione in quanto non è stato possibile reperire dati affidabili per l'anno 2024.

³ Il dato relativo al consumo di combustibili per il 2024 è stato oggetto di restatement rispetto a quanto precedentemente riportato. In particolare, il valore è stato aggiornato includendo i consumi di gas naturale relativi al deposito di Riccione, che si sono resi disponibili successivamente alla pubblicazione della Dichiarazione sulla Sostenibilità 2024. Tale aggiornamento ha comportato una revisione dei dati sulle Emissioni di Scopo 1 e dell'indicatore di intensità energetica per il 2024.

principalmente all'ampliamento del perimetro di rendicontazione e non riflette necessariamente un aumento omogeneo dei consumi a parità di asset. In particolare, nel corso del 2025 sono stati inclusi anche i consumi energetici relativi ai depositi di Scandiano e Grugliasco (ex Master Ciok), esclusi dalla rendicontazione del 2024.

In assenza di dati di misurazione diretta, disponibili solo per una quota limitata dell'energia elettrica, parte dei consumi di energia elettrica e gas naturale sono stati stimati sulla base dei costi riportati in fattura. Infatti, N.F. Food non dispone, per la sede e il magazzino di Scandiano, delle singole bollette energetiche, in quanto le utenze risultano intestate al proprietario dell'immobile che ospita gli uffici e il magazzino aziendali. La quota di consumo attribuibile alla società è pertanto determinata mediante una ripartizione dei costi tra i diversi utilizzatori dello stabile. Tale metodologia di stima non consente, allo stato attuale, di individuare con precisione la quota di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili; per questo motivo, l'informazione non è stata inclusa nella tabella di rendicontazione sopra riportata. Si segnala però che presso l'immobile di Scandiano è presente un impianto fotovoltaico installato sulla copertura dei magazzini, grazie al quale una quota di energia è autoprodotta e autoconsumata. Tuttavia, alla luce dell'attuale modalità di ripartizione dei consumi, non è possibile determinare con precisione l'incidenza delle fonti rinnovabili sul consumo energetico complessivo. N.F. Food valuterà nei prossimi anni la possibilità di acquisire i dati relativi alla componente rinnovabile, oppure di stimarne l'incidenza sulla base delle informazioni disponibili, ai fini della rendicontazione.

L'energia elettrica è impiegata principalmente per l'illuminazione degli ambienti e per il raffrescamento estivo, mentre il gas naturale è utilizzato per il riscaldamento degli spazi e per la produzione di acqua calda sanitaria. Nel corso del 2025 si è registrata una significativa riduzione dei consumi di gas naturale presso gli uffici di Scandiano, pari a oltre 6.000 m³. Tale diminuzione è riconducibile a interventi di manutenzione e di efficientamento dell'impianto termico dell'intero stabile, che hanno incluso l'installazione di una pompa di calore. L'introduzione di un nuovo sistema di riscaldamento alimentato a energia elettrica ha infatti consentito, nei mesi finali dell'anno (ottobre-dicembre), una sensibile riduzione dei consumi di gas. Per quanto riguarda i consumi di gasolio e benzina, questi sono attribuibili alla flotta aziendale composta da veicoli a noleggio assegnati al personale con funzioni commerciali e logistiche, impiegati nello svolgimento delle attività operative. Nel corso del 2025 sono state utilizzate fino a 26 autovetture; i relativi consumi tengono conto sia dei veicoli a noleggio a lungo termine, sia delle auto di proprietà, nonché delle vetture utilizzate tramite noleggio a breve termine. Tuttavia, considerando la sola dotazione stabile e al netto delle auto sostitutive e dei noleggi di breve durata, nel 2025 la composizione della flotta aziendale risultava la seguente:

15 2

VEICOLI A NOLEGGIO **VEICOLI DI PROPRIETÀ**

Le due autovetture di proprietà comprendono un autocarro e un'auto, quest'ultima acquistata nel corso del 2025. La maggior parte dei veicoli aziendali a noleggio è alimentata a gasolio, con una quota minoritaria a benzina; sono inoltre presenti alcune unità ibride, in linea con un progressivo orientamento dell'azienda verso soluzioni di mobilità a minore impatto ambientale. I veicoli sono utilizzati prevalentemente da dipendenti con incarichi commerciali, dal personale addetto al trasporto delle merci e dal Direttore Generale. Di seguito sono rendicontate le emissioni di gas serra generate dalle attività aziendali, suddivise secondo le categorie Scope 1 e Scope 2, come definite dal GHG Protocol. Le emissioni di Scope 1 includono quelle derivanti da fonti dirette di proprietà o sotto il controllo dell'azienda, gas naturale per il riscaldamento, gasolio e benzina per i mezzi aziendali. Per la loro quantificazione sono stati utilizzati i fattori di conversione pubblicati da DEFRA, fonte riconosciuta a livello internazionale per la stima delle emissioni.

Le emissioni di Scope 2, invece, riguardano le emissioni indirette associate all'energia elettrica acquistata e consumata, necessaria per il funzionamento delle sedi operative. Queste sono state calcolate con l'approccio location-based, utilizzando i fattori di emissione nazionali pubblicati da ISPRA. Questo metodo consente di stimare l'impatto ambientale in base al mix energetico medio del Paese in cui l'energia è stata consumata.

	unità	2025 ⁴	2024 ⁵
 Emissione di Scope 1		127,15	116,35 ⁶
 Emissioni di Scope 2 (location-based)	tCO ₂ eq	29,65	19,10
Tot Totale emissioni GHG (Scope 1 e 2)		156,80	135,44

⁴ Le fonti utilizzate per i fattori di emissione sono: per lo Scope 1, DEFRA – Greenhouse Gas Reporting: Conversion Factors 2025; per lo Scope 2, ISPRA – Rapporto 413/2025 – Le emissioni di CO₂ nel settore elettrico nazionale e regionale, Rapporto 418/2025 – Efficiency and Decarbonization Indicators in Italy and in the Biggest European Countries.

⁵ Le fonti utilizzate per i fattori di emissione sono: per lo Scope 1, DEFRA – Greenhouse Gas Reporting: Conversion Factors 2024; per lo Scope 2, ISPRA – Rapporto 413/2025 – Le emissioni di CO₂ nel settore elettrico nazionale e regionale, Rapporto 404/2024 – Efficiency and Decarbonization Indicators in Italy and in the Biggest European Countries.

⁶ Il dato è stato oggetto di restatement a seguito dell'aggiornamento delle informazioni relative ai consumi di combustibili dell'esercizio 2024.

Nel corso del 2025 si rileva un incremento delle emissioni rispetto all'esercizio precedente. Tale variazione è riconducibile principalmente all'aumento dei consumi sia di combustibili sia di energia elettrica, anche in conseguenza dell'ampliamento del perimetro di rendicontazione. In particolare, l'integrazione di F&B Service all'interno del perimetro ha comportato un'estensione del dataset oggetto di analisi, contribuendo ulteriormente alla crescita dei valori registrati. Questo andamento risulta pertanto coerente con l'evoluzione del perimetro organizzativo e riflette una rappresentazione più completa e aggiornata del sistema di monitoraggio delle emissioni.

Per completare l'analisi, è stato calcolato anche un indicatore di intensità emissiva, che mette in relazione le emissioni complessive di Scope 1 e Scope 2 con il volume di attività dell'organizzazione. In particolare, l'intensità è espressa come rapporto tra le tonnellate di CO² equivalente emesse e il fatturato annuo, al fine di valutare l'efficienza ambientale in funzione della performance economica.

	unità	2025	2024
 Emissione lorde Gas Serra	tCO ₂ eq	156,80	135,44
 Fatturato	€	42,39	40,26
GHG/€ Intensità di GHG⁷	tCO ₂ eq/€	3,70	3,36 ⁸

4.2 RISCHI CLIMATICI

Sebbene N.F. Food S.p.A. non abbia ancora condotto analisi strutturate sui rischi fisici e di transizione legati al proprio business, l'azienda ha avviato una riflessione interna sui potenziali impatti che eventi naturali estremi (come allagamenti, inondazioni o terremoti) potrebbero avere sui propri beni e depositi.

In linea con quanto previsto dalla Legge di Bilancio 2024 (L. 213/2023), che introduce l'obbligo per le imprese italiane di stipulare coperture assicurative contro eventi catastrofali, N.F. Food sta collaborando con la propria compagnia assicurativa e mira ad aggiornare entro la fine del 2025 le definizioni e condizioni delle garanzie catastrofali.

L'obiettivo è quello di garantire una copertura adeguata dei beni aziendali contro calamità naturali come sismi, alluvioni, frane e inondazioni, in conformità con le nuove disposizioni normative. Tale adeguamento rappresenta un passo importante verso una maggiore resilienza aziendale e una gestione più

⁷ L'intensità delle emissioni di gas serra è calcolata come rapporto tra le emissioni totali di Scope 1 e Scope 2 e il fatturato annuo dell'organizzazione.

⁸ Il dato è stato oggetto di restatement a seguito dell'aggiornamento delle informazioni relative ai consumi di combustibili dell'esercizio 2024.

consapevole dei rischi ambientali.

Nel corso del 2025 è stata effettuata una valutazione del rischio di fulminazione relativa all'immobile situato a Scandiano. L'analisi aveva l'obiettivo di individuare le potenziali sorgenti di danno derivanti da eventi atmosferici e di verificare l'adeguatezza delle misure di protezione già presenti. La valutazione condotta ai sensi della norma CEI EN IEC 62305 ha evidenziato che, nello stato attuale, l'immobile presenta valori di rischio da fulminazione superiori ai limiti tollerabili e una frequenza di danno agli impianti interni non conforme ai criteri normativi. Tali superamenti sono riconducibili all'assenza di un sistema di protezione dai fulmini (LPS), all'assenza di scaricatori di sovratensione (SPD) sulle linee entranti e alle caratteristiche dei cablaggi interni. Sulla base degli esiti dell'analisi, è pertanto necessario implementare un sistema di protezione contro i fulmini e installare dispositivi SPD dedicati, al fine di riportare il rischio entro i livelli ammissibili. Secondo le verifiche effettuate, l'adozione delle misure proposte garantisce il rispetto dei valori soglia e consente di considerare la struttura adeguatamente protetta.

4.3 GESTIONE AMBIENTALE ED ECONOMIA CIRCOLARE

Pur non disponendo attualmente di una certificazione ambientale formale, N.F. Food S.p.A. adotta pratiche di gestione ambientale in linea con la normativa vigente. L'azienda è regolarmente iscritta al registro di carico e scarico dei rifiuti e si affida alla raccolta comunale per la gestione dei rifiuti urbani. Le attività aziendali non prevedono impianti produttivi o processi industriali ad alto impatto ambientale.

Nel corso del 2025 N.F. Food ha generato diverse tipologie di rifiuti, classificate in base alla natura dei materiali e distinte tra rifiuti pericolosi e non pericolosi. La rendicontazione copre l'intero anno e include i depositi operativi di Marcianise, Scandiano, Riccione e Grugliasco, oltre ai depositi esterni. Le principali categorie di rifiuto identificate per il 2025 sono:

- **Scarti alimentari non idonei al consumo o alla trasformazione:** materiali esclusi dai processi produttivi e distributivi per motivi qualitativi o igienico-sanitari, generati anche dalla gestione dei flussi di magazzino e dalla rotazione dei prodotti.
- **Rifiuti ferrosi e organici:** comprendono residui metallici derivanti da attività di manutenzione e scarti alimentari biodegradabili.

Nel 2024 erano inoltre presenti le seguenti categorie aggiuntive:

- **Apparecchiature fuori uso, elettroniche e meccaniche,** obsolete o non funzionanti;

- **Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso**, privi di sostanze pericolose, derivanti da attività di manutenzione o dismissione.
- **Rifiuti plastici**: tra cui imballaggi in plastica.

Composizione dei rifiuti prodotti - FY 2025



Per il 2025, la maggior parte dei rifiuti generati da N.F. Food è stata avviata a processi di recupero⁹, privilegiando soluzioni che consentono il reimpiego dei materiali e la riduzione dell'impatto ambientale. Tali processi hanno riguardato diverse forme di valorizzazione, tra cui il recupero energetico, il riciclo delle componenti organiche, il recupero dei metalli e la trasformazione di altre frazioni inorganiche.

Solo una quota residuale dei rifiuti è stata classificata, in via cautelativa, come destinata allo smaltimento in discarica. Ciò si è reso necessario nei casi in cui non è stato possibile reperire informazioni puntuali sulle modalità di trattamento adottate dagli impianti di destinazione. A partire dalle prossime annualità, l'azienda intende rafforzare il presidio su tali dati, al fine di disporre di informazioni più complete e puntuali sulle modalità di smaltimento dell'intera quantità di rifiuti generati.

Per quanto riguarda i rifiuti generati dagli uffici (es. carta, plastica, vetro), questi vengono conferiti tramite il servizio di raccolta urbana. Di conseguenza, non sono disponibili dati puntuali e differenziati relativi alle quantità effettivamente prodotte. Si segnala, inoltre, che per quanto riguarda i toner utilizzati presso gli uffici, N.F. Food non effettua direttamente le attività di smaltimento. Il fornitore dei toner, infatti, ne gestisce in autonomia il ritiro, la sostituzione e lo smaltimento nell'ambito del contratto di fornitura, che include anche la manutenzione delle apparecchiature. Di conseguenza, tali rifiuti non rientrano nella rendicontazione, in quanto non transitano dai processi di gestione rifiuti direttamente presidiati da N.F. Food.

⁹Le operazioni di recupero citate nel testo corrispondono alle seguenti classificazioni: R1 - Utilizzazione principale come combustibile o come altro mezzo per produrre energia; R3 - Riciclo/recupero delle sostanze organiche non utilizzate come solventi (comprese le operazioni di compostaggio e altre trasformazioni biologiche); R4 - Riciclo/recupero dei metalli o dei composti metallici; R5 - Riciclo/recupero di altre sostanze inorganiche (come previsto dall'Allegato C, Parte IV, D.Lgs. 152/2006).

	UdM	2025		2024	
		Rifiuti avviati al riciclo o riutilizzo	Rifiuti destinati allo smaltimento in discarica	Rifiuti avviati al riciclo o riutilizzo	Rifiuti destinati allo smaltimento in discarica
Totale rifiuti non pericolosi	ton	78,4	5,7	50,8	0,4
Totale rifiuti pericolosi		-	-	16,6	-
Totale rifiuti		84,1		67,8	

Di seguito si riporta una panoramica delle principali iniziative intraprese da N.F. Food sul tema:

LOTTA ALLO SPRECO ALIMENTARE

In un'ottica di responsabilità sociale e ambientale, N.F. Food è attivamente impegnata nella lotta allo spreco alimentare. Nel corso del 2025, sono stati donati complessivamente 13.840 kg netti di prodotti alimentari prossimi alla scadenza al Banco Alimentare e a diverse organizzazioni Onlus. Il Banco Alimentare è un'organizzazione senza scopo di lucro che recupera eccedenze alimentari e le distribuisce gratuitamente a enti caritativi, i quali a loro volta le destinano a persone in difficoltà. Le donazioni di N.F. Food avvengono con regolarità nel corso dell'anno, rappresentando un gesto concreto di solidarietà e un esempio virtuoso di economia circolare. I prodotti donati appartengono a diverse categorie merceologiche dell'offerta aziendale, tra cui le principali linee di prodotto (in particolare ginseng, orzo), oltre a capsule, creme fredde, gelati, bubble tea, prodotti per frappè, tè, articoli di caffetteria, nonché ulteriori categorie residuali.

Questa iniziativa contribuisce in modo concreto alla riduzione degli sprechi, supportando al contempo persone in condizioni di fragilità economica.



GESTIONE SOSTENIBILE ATTREZZATURE

Oltre all'impegno nella riduzione dello spreco alimentare, N.F. Food S.p.A. adotta pratiche sostenibili anche nella gestione delle attrezzature fornite ai propri clienti. L'azienda, infatti, non si limita alla fornitura dei macchinari, ma ne cura attivamente la manutenzione e la revisione lungo l'intero ciclo di vita. In caso di malfunzionamenti o necessità di intervento, le attrezzature vengono ritirate e sottoposte a revisione presso officine specializzate. Le attività possono riguardare sia la manutenzione ordinaria, finalizzata al miglioramento delle prestazioni, sia la manutenzione straordinaria per la risoluzione di guasti o criticità specifiche.

Questo approccio consente di prolungare la durata operativa dei macchinari, riducendo la necessità di nuove sostituzioni e contribuendo alla diminuzione dei rifiuti elettronici e meccanici. In continuità con quanto realizzato nel 2024, nel corso del 2025 N.F. Food ha revisionato oltre 15.000 attrezzature, prevalentemente macchinari, estendendone la vita utile di alcuni anni. Le attività di revisione hanno consentito di aggiornare le macchine e di estenderne la vita utile, garantendo elevati standard di affidabilità e continuità operativa. Per limitare tempi e costi di intervento e assicurare un servizio efficiente, N.F. Food ha inoltre strutturato un processo di assistenza progressivo. In caso di segnalazione, viene inizialmente richiesto al cliente un primo controllo; se necessario, un agente sul territorio interviene per valutare l'entità dell'intervento. Qualora la manutenzione richieda tempi più lunghi, l'attrezzatura viene temporaneamente sostituita, consentendo al cliente di proseguire l'attività senza interruzioni. Attraverso questo modello, N.F. Food conferma il proprio impegno verso una gestione sostenibile delle risorse, ispirata ai principi dell'economia circolare e orientata alla creazione di valore nel lungo periodo.



MATERIALI RICICLATI, FORNITORI CERTIFICATI

L'azienda ha inoltre avviato una politica di selezione di fornitori che adottano pratiche di riciclo, come l'utilizzo di carta certificata FSC.

Sebbene in passato N.F. Food abbia valutato l'accesso a crediti d'imposta per l'acquisto di materiali riciclati, l'importo degli acquisti non ha raggiunto la soglia minima prevista dalla normativa.

Tuttavia, l'impegno nella ricerca di soluzioni più sostenibili è proseguito nel 2025 e continua tuttora.





5. LE PERSONE AL CENTRO

5.1 GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

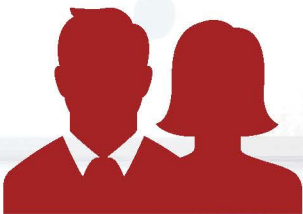
La gestione del personale in N.F. Food è affidata a una figura interna dedicata, che da diversi anni presidia in modo trasversale tutti gli aspetti della vita lavorativa dei dipendenti. Dalla gestione delle presenze all'elaborazione dei dati per lo studio paghe esterno, dal pagamento degli stipendi alle attività di selezione e inserimento del personale, fino al coordinamento della formazione obbligatoria e delle tematiche di salute e sicurezza sul lavoro. L'approccio adottato è caratterizzato da un'elevata operatività e dal mantenimento di un rapporto diretto e continuativo con le persone.

Di seguito si riportano i dati relativi al personale espressi in Full-Time Equivalent (FTE) per le ultime due annualità.

Tutti i dati riportati si riferiscono esclusivamente al territorio italiano, poiché, come negli anni precedenti, il 100% del personale di N.F. Food S.p.A. opera in Italia.



Full-Time Equivalent
Dipendenti



	2025			2024			2023		
	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot	Uomini	Donne	Tot
Tempo Indeter.	28	28,1	56,1	22	26,6	48,6	20	21,9	41,9
Tempo Deter.	1	0	1	2	0	2	1	0,8	1,8
TOT	29	28,1	57,1	24	26,6	50,6	21	22,7	43,7

¹⁰ Il dato relativo agli equivalenti a tempo pieno (FTE) è stato calcolato dividendo le ore di lavoro effettive svolte da ciascun dipendente nell'arco di una settimana per il numero di ore settimanali previste per il contratto full-time applicato da N.F. Food.



In data 1° dicembre 2025 N.F. Food ha completato la fusione con F&B Service, determinando l'integrazione del relativo personale all'interno dell'organizzazione.

La composizione della forza lavoro evidenzia un sostanziale equilibrio di genere. Infatti, la presenza femminile e quella maschile risultano pressoché equivalenti, attestandosi entrambe intorno al 50%. Questo dato rappresenta un indicatore significativo di equità e di pari opportunità all'interno dell'organizzazione. Al 31 dicembre 2025, inoltre, l'azienda impiega due risorse appartenenti a categorie protette, a testimonianza dell'attenzione riservata anche all'inclusione di persone in condizioni di maggiore vulnerabilità nel mercato del lavoro. Nel complesso, questi risultati confermano l'impegno dell'azienda nel promuovere un ambiente inclusivo e una struttura organizzativa equilibrata e diversificata.

La rilevazione delle presenze è attualmente gestita tramite un sistema di timbratura che registra gli orari di ingresso e di uscita del personale. Nel corso del 2025 è stato avviato un importante progetto di sviluppo del gestionale dedicato, con l'obiettivo di monitorare in modo più strutturato gli orari di straordinario e di implementare un sistema più solido per la gestione delle anagrafiche e dei dati relativi alla forza lavoro.

Il nuovo sistema entrerà ufficialmente in funzione a partire dal 1° gennaio 2026; tuttavia, nel corso del 2025 sono state svolte attività significative per garantire un'implementazione senza criticità e nei tempi previsti. Grazie a questo lavoro preparatorio, dalla prossima annualità sarà disponibile una piattaforma più evoluta, progettata per supportare una rendicontazione delle presenze ancora più efficiente, affidabile e pienamente integrata nei processi aziendali.

Per quanto riguarda il tema del turnover, come evidenziato nella tabella seguente, negli ultimi due anni il tasso si è mantenuto sostanzialmente stabile, attestandosi tra il 7% e il 10%. Questo livello risulta coerente con un assetto organizzativo ormai consolidato e riflette un buon grado di retention:

		2025	2024	2023
Dipendenti che hanno lasciato l'azienda durante il periodo di rendicontazione	N°	4	5	7
Numero di dipendenti a inizio periodo di rendicontazione	N°	53	46	46
Numero di dipendenti a fine periodo di rendicontazione	N°	60	53	46
Tasso di turnover	%	7%	10%	15%

Nel corso dell'ultimo anno è stato rivisto l'approccio con cui vengono rappresentati i dati relativi al turnover, con l'obiettivo di renderli più chiari e facilmente interpretabili. È stato quindi scelto di esprimerli in termini di Headcount, una modalità che permette di cogliere con maggiore immediatezza l'andamento delle uscite e delle nuove assunzioni.

Per restituire un indicatore quanto più accurato possibile, il tasso di turnover è stato calcolato sulla base della media dei dipendenti presenti nell'anno. Questa media è ottenuta considerando il valore intermedio tra il numero di persone in organico all'inizio e alla fine di ciascun periodo di rendicontazione.

È importante evidenziare che, per il 2025, il numero di dipendenti registrato a fine anno risulta superiore rispetto a quello rilevato all'inizio del periodo di rendicontazione. Tale incremento è principalmente riconducibile all'incorporazione di F&B Service, che ha determinato un ampliamento della forza lavoro di N.F. Food. I dati riportati in tabella tengono conto di questa evoluzione organizzativa e offrono una rappresentazione accurata e contestualizzata delle dinamiche che hanno influenzato il turnover durante l'anno.

A livello di strumenti e misure a supporto della conciliazione tra vita privata e lavoro, N.F. Food mette a disposizione, in presenza di specifiche esigenze, la possibilità di ricorrere allo smart working o ad altre forme di lavoro da remoto. Inoltre, l'azienda offre un servizio sostitutivo di mensa, consentendo il consumo del pasto presso bar convenzionati con costi a carico dell'organizzazione.

5.2 SELEZIONE, CONTRATTUALISTICA E RETRIBUZIONE

Le assunzioni in N.F. Food avvengono nel pieno rispetto della normativa vigente e sono regolate dal Contratto Collettivo Nazionale del Commercio e Terziario (CCNL). Il 100% dei dipendenti dell'azienda è coperto da contratti di contrattazione collettiva.

In conformità con quanto previsto dal CCNL, N.F. Food garantisce a tutti i lavoratori una retribuzione pari o superiore al salario minimo previsto dalla legge italiana, assicurando condizioni economiche e normative eque.

Il processo di selezione prevede il coinvolgimento di agenzie esterne specializzate nella ricerca del personale, affiancato da un'attenta valutazione dei curricula ricevuti. Segue una fase di colloqui interni, finalizzata ad approfondire competenze e attitudini dei candidati, e un periodo di prova volto a verificarne l'idoneità rispetto al ruolo da ricoprire.

In alcune aree, come la Romagna, la stagionalità delle attività operative rende necessario il ricorso a contratti di somministrazione, in particolare per la gestione del magazzino.

Di seguito sono riportati i dati relativi alle diverse forme di collaborazione attivate da N.F. Food nel 2025, al di fuori del personale dipendente. In particolare, nel corso dell'anno sono stati coinvolti e formalizzati:



Si segnala inoltre che al 31/12 non risultano lavoratori temporanei forniti da agenzie di somministrazione.

		2025	2024	2023
Lavoratori autonomi (non dipendenti)	N°	167	176	160
Lavoratori temporanei forniti da agenzie di collocamento	N°	0	3	3

Oltre a ciò, N.F. Food collabora anche con scuole locali per l'attivazione di stage formativi, soprattutto nell'ambito amministrativo e ufficio estero, contribuendo così allo sviluppo delle competenze giovanili e al dialogo con il territorio.

Nel corso del 2025, in particolare, sono stati attivati due percorsi di PCTO (Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento) della durata di tre settimane ciascuno. Uno di questi percorsi si è evoluto in una collaborazione coordinata e continuativa, conclusasi nel mese di ottobre.

Di seguito sono riportati i dati relativi al divario retributivo di genere, espressi

in termini di retribuzione oraria lorda media e retribuzione oraria lorda complessiva media:

- La retribuzione oraria lorda media è stata calcolata dividendo la retribuzione lorda mensile, come da Libro Unico del Lavoro (LUL), per 2.016 ore annue, corrispondenti a una media mensile di 168 ore moltiplicata per le mensilità previste.
- La retribuzione oraria lorda complessiva media include, oltre alla RAL (Retribuzione Annuale Lorda), anche fringe benefit (es. auto aziendale), patti di non concorrenza o stabilità e premi erogati nel corso dell'anno.

		2025	2024	2023
Retribuzione oraria lorda media - Divario retributivo di genere	%	13%	13%	14%
Retribuzione complessiva oraria lorda media - Divario retributivo di genere	%	23%	31%	34%

5.3 FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

La società pone particolare attenzione alla formazione obbligatoria, con un focus prioritario sulla sicurezza nei luoghi di lavoro. Tutti i dipendenti ricevono una formazione specifica sia in fase di inserimento che attraverso aggiornamenti periodici, in conformità con la normativa vigente. La gestione e il monitoraggio delle scadenze formative avvengono tramite un sistema manuale basato su fogli Excel, che consente di pianificare i rinnovi in modo puntuale.

La formazione in materia di sicurezza è supportata da un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) esterno, che organizza riunioni annuali e garantisce un presidio costante sulle tematiche legate alla prevenzione e alla protezione. Tra le attività formative è incluso anche un corso dedicato all'utilizzo del defibrillatore (DAE), volto a rafforzare la preparazione del personale in situazioni di emergenza.

Oltre alla formazione di base, sono previsti corsi specifici per le seguenti figure:

- Addetti all'emergenza
- Antincendio
- Primo soccorso
- Preposti

Attualmente non sono previste ulteriori formazioni specialistiche, in quanto le mansioni aziendali si svolgono prevalentemente in ufficio o in magazzino, senza l'impiego di attrezzature complesse.

È stato attivato un primo percorso formativo dedicato alla forza commerciale, con l'obiettivo di rafforzare le competenze tecniche e relazionali della rete vendita; un secondo step è in programma per il 2026. Inoltre, alcuni dipendenti hanno già partecipato a iniziative formative finanziate dalla Regione Emilia-Romagna, a testimonianza dell'attenzione dell'azienda verso lo sviluppo professionale.

Infine, sebbene la formazione etica e sui diritti umani non sia ancora formalizzata, N.F. Food opera nel pieno rispetto della normativa italiana in materia, garantendo comportamenti aziendali coerenti con i principi di legalità e responsabilità sociale.

		2025		2024		2023	
		Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Numero di ore di formazione annue¹¹	N°	84	70	154	356	0	30
Numero medio di ore di formazione annue¹²	N°	2,9	2,5	6,42	13,4	0	0,69

Come emerge dall'analisi dei dati in tabella, nel corso dell'ultimo triennio il numero medio di ore di formazione ha registrato variazioni significative. In particolare, nel 2024 si osserva un marcato incremento rispetto all'anno precedente, riconducibile principalmente alle conseguenze residue della pandemia da COVID-19 che, anche nel 2023, ha continuato a condizionare negativamente la piena erogazione delle attività formative.

Con il progressivo superamento delle limitazioni legate all'emergenza sanitaria, a partire dal 2024 l'azienda ha potuto riprendere in modo strutturato e continuativo i programmi di formazione, procedendo all'aggiornamento sistematico di tutti i corsi obbligatori in materia di Salute, Sicurezza e Ambiente (HSE). Parallelamente, sono stati introdotti nuovi percorsi formativi finalizzati allo sviluppo e al rafforzamento delle competenze trasversali del personale, tra cui corsi di approfondimento sull'utilizzo avanzato di Excel e moduli formativi specifici in ambito marketing.

¹¹ Le ore di formazione considerate e rappresentate in tabella comprendono sia la formazione obbligatoria generale e specifica, sia i percorsi di aggiornamento e formazione operativa, finalizzati allo sviluppo delle competenze professionali.

¹² Le ore medie di formazione sono calcolate utilizzando come denominatore il numero di dipendenti espresso in FTE.

Nel 2025 il numero complessivo di ore di formazione si è progressivamente riallineato a un livello più coerente con il trend medio ordinario dell'azienda, registrando una conseguente riduzione rispetto al 2024. Nel corso dell'esercizio, la formazione obbligatoria è stata erogata a una singola risorsa presso il deposito di Romagna, mentre le restanti ore hanno riguardato principalmente formazione specifica rivolta all'ufficio esportazioni, all'ufficio controllo qualità e all'area commerciale, in coerenza con le esigenze operative e strategiche delle diverse funzioni aziendali.

5.4 SALUTE E SICUREZZA

La tutela della salute e della sicurezza dei lavoratori rappresenta una priorità per N.F. Food. Il tema è oggetto di monitoraggio costante, anche grazie al supporto esterno del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP).

Vengono regolarmente erogati e aggiornati i corsi obbligatori relativi alla salute e sicurezza sul lavoro. Il personale incaricato della prevenzione incendi, dell'evacuazione e della gestione delle emergenze è formato e costantemente aggiornato per garantire un'adeguata preparazione in caso di necessità.

In tutte le sedi, il personale addetto alla manutenzione opera nel rispetto delle normative sulla salute e sicurezza sul lavoro, utilizzando Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) adeguati, tra cui guanti, occhiali protettivi e tappi auricolari, per ridurre i rischi meccanici e garantire un ambiente di lavoro sicuro.

Inoltre, con cadenza triennale, alcuni dipendenti ricevono una formazione specifica per svolgere il ruolo di addetti al primo soccorso e all'assistenza medica, assicurando così una risposta tempestiva ed efficace in situazioni di emergenza.

Al termine di ogni anno viene svolta una riunione con il RSPP e il medico aziendale, durante la quale vengono analizzati i seguenti aspetti concernenti il tema:

- I documenti di valutazione dei rischi (DVR)
- L'andamento degli infortuni e dei near miss
- Le malattie professionali
- La sorveglianza sanitaria
- La gestione dei locali e delle attrezzature

Di seguito si riporta una tabella che riassume il numero di infortuni sul lavoro e malattie professionali registrate nel corso dell'ultimo triennio:

		2025	2024	2023
Numero di infortuni sul lavoro registrabili durante il periodo di rendicontazione	N°	2	0	0
Numero totale di ore lavorate ¹³	N°	107.655	94.160	87.460
Tasso di infortuni sul lavoro	%	3,7%	0%	0%
Numero di decessi derivanti da infortuni sul lavoro	N°	0	0	0
Numero di malattie professionali	N°	0	0	0
Numero di decessi derivanti da malattie professionali	N°	0	0	0

Nel corso dell'anno sono stati registrati due infortuni, entrambi dovuti a cadute che hanno coinvolto due dipendenti e che hanno comportato un totale di 57 giorni di assenza dal lavoro. Si tratta di episodi isolati, non riconducibili a specifiche fonti di rischio legate alle mansioni svolte né a criticità strutturali dell'ambiente di lavoro.

Nel corso del 2025 sono stati regolarmente eseguiti tutti gli accertamenti sanitari periodici previsti, con particolare attenzione alla valutazione di eventuali fattori di rischio correlati alle specifiche mansioni lavorative.

Per ciascun lavoratore è predisposta e conservata una cartella sanitaria e di rischio, contenente:

- le informazioni cliniche e anamnestiche personali,
- i risultati degli esami strumentali effettuati,
- il giudizio di idoneità alla mansione specifica.

Tale documentazione garantisce il monitoraggio continuo dello stato di salute dei lavoratori in relazione ai rischi professionali.

¹³ Il numero di ore lavorate è un dato stimato, calcolato ipotizzando 2.000 ore annuali per FTE. Tale valore rappresenta una stima delle ore mediamente lavorate da un dipendente a tempo pieno in un anno, moltiplicate per il numero medio di FTE nel periodo di riferimento.

5.5 RELAZIONE CON LA RETE COMMERCIALE E I CLIENTI

La presenza sul mercato di N.F. Food si fonda su una rete commerciale estesa e strutturata, composta da circa 310 operatori complessivi, includendo subagenti, personale delle agenzie con deposito e 132 agenti diretti. Questa articolazione consente un presidio diffuso del territorio nazionale e un dialogo costante con i clienti del canale Ho.Re. Ca, favorendo una lettura puntuale delle dinamiche di domanda.

Gli agenti, che operano con contratto di agenzia e sono coordinati da un responsabile interno, non svolgono esclusivamente una funzione commerciale, ma hanno ruolo attivo nella promozione e valorizzazione dell'organizzazione. Oltre alla vendita, si occupano dell'installazione delle attrezzature, della formazione presso i clienti, della gestione di interventi tecnici di primo livello e della raccolta sistematica di feedback. Questo modello integrato consente all'azienda di unire in un'unica figura competenze commerciali, tecniche e relazionali, rafforzando la qualità del servizio e la fidelizzazione della clientela.

Il processo di selezione degli agenti è strutturato e prevede una fase iniziale di valutazione con il capo area, spesso accompagnata da attività sul campo. In caso di esito positivo, i candidati partecipano a un percorso formativo intensivo presso la sede aziendale, durante il quale acquisiscono conoscenze sui prodotti, sulle attrezzature, sulle promozioni e sulle modalità di gestione del cliente. Agli agenti viene inoltre fornito un kit di ricambi di base e una formazione tecnica che consente loro di effettuare interventi semplici, contribuendo a ridurre i tempi di assistenza e a migliorare l'efficienza operativa.

Da circa dieci anni, N.F. Food ha introdotto un sistema di provvigioni legato agli incassi, che incentiva gli agenti a seguire anche la parte amministrativa e a garantire la puntualità dei pagamenti. L'azienda sta inoltre valutando l'introduzione di KPI aggiuntivi, come la soddisfazione del cliente e la reputazione sul territorio, per avere una visione più completa delle performance.

Accanto agli agenti diretti, N.F. Food opera attraverso una rete di circa 120 subagenti, coordinati da 12 agenzie con deposito distribuite sul territorio. Queste agenzie gestiscono in autonomia gli ordini (con frequenza quindicinale), la logistica e la formazione dei subagenti, che possono essere formati sia presso la sede centrale sia in strutture locali. Sebbene i subagenti non siano gestiti direttamente da N.F. Food, ricevono indicazioni precise sulla tipologia di vendita e rappresentano

un'estensione importante della rete commerciale, soprattutto in aree ad alta densità di clienti.

Il monitoraggio della domanda dei consumatori si fonda anche su un sistema diffuso e multicanale di raccolta dei feedback. Le informazioni vengono acquisite attraverso diversi punti di contatto con il mercato, tra cui la rete commerciale, il servizio clienti, i rapporti con i distributori, la partecipazione a fiere di settore e incontri commerciali, nonché mediante comunicazioni dirette via e-mail e social media. In occasione di specifiche iniziative, come il lancio di nuovi prodotti o attività promozionali, vengono inoltre utilizzati strumenti strutturati, quali questionari di soddisfazione. I feedback raccolti riguardano molteplici ambiti, tra cui la qualità dei prodotti, la facilità di utilizzo, il livello di servizio, il gradimento del consumatore finale, la competitività dell'offerta e l'emergere di nuove esigenze di mercato. Vengono inoltre monitorate segnalazioni relative a logistica, disponibilità, packaging e supporto commerciale.

Attualmente, la gestione della soddisfazione del cliente e dei reclami si caratterizza per un approccio decentralizzato, con la raccolta delle segnalazioni affidata principalmente alla rete commerciale e all'ufficio marketing. L'azienda sta tuttavia valutando l'introduzione di sistemi più strutturati, al fine di rafforzare i processi di analisi dei feedback e di monitoraggio delle performance.

Le informazioni raccolte vengono condivise tra le principali funzioni aziendali, in particolare commerciale, marketing, qualità e direzione, e sottoposte ad analisi periodiche, con l'obiettivo di individuare opportunità di miglioramento e innovazione. Parallelamente, il team Ricerca e Sviluppo mantiene un dialogo continuo con il mercato, raccogliendo indicazioni su aspetti quali gusto, modalità di preparazione e conservazione dei prodotti.

Questo approccio consente a N.F. Food di integrare efficacemente il monitoraggio della domanda nei processi di sviluppo dell'offerta. Infatti, i feedback dei clienti contribuiscono in modo concreto alla definizione di nuove referenze, all'aggiornamento della gamma e al miglioramento continuo dei servizi. In tale contesto, l'azienda promuove relazioni di lungo periodo con i clienti, valorizzando l'ascolto del mercato come leva strategica per sostenere competitività, innovazione e qualità del servizio nel settore Ho.Re.Ca..







APPENDICE

Modulo	Metrica	Codice informativa	Informativa	Capitolo	Pagine
Base	Informazioni generali	B1	Basi per la preparazione	1. Introduzione alla Dichiarazione sulla sostenibilità 2. La nostra realtà	9, 11
		B2	Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	3. Il modello organizzativo e di governance	27
	Metriche ambientali	B3	Energia ed emissioni di gas serra	4. La salvaguardia dell'ambiente	29
		B4	Inquinamento dell'aria, dell'acqua e del suolo	La Società non è soggetta ad obblighi normativi di comunicazione relativi alle emissioni di inquinanti in aria, acqua e suolo, né raccoglie tali informazioni nell'ambito di sistemi di gestione ambientale. Pertanto, in linea con quanto previsto dal par. 32 del VSME, tali informazioni non sono attualmente oggetto di rendicontazione.	
		B5	Biodiversità	L'informativa non è stata oggetto di rendicontazione in quanto ritenuta non pertinente rispetto alle caratteristiche di business e alle attività di N.F. Food S.p.A.	
		B6	Acqua	L'informativa non è stata oggetto di rendicontazione in quanto ritenuta non pertinente rispetto alle caratteristiche di business e alle attività di N.F. Food S.p.A.	
		B7	Uso delle risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti	4. La salvaguardia dell'ambiente	33
	Metriche sociali	B8	Forza lavoro – Caratteristiche generali	5. Le persone al centro	38
		B9	Forza lavoro – Salute e sicurezza	5. Le persone al centro	45
		B10	Forza lavoro – Retribuzione, contrattazione collettiva e formazione	5. Le persone al centro	41, 43
	Metriche di governance	B11	Condanne e multe per corruzione e tangenti	3. Il modello organizzativo e di governance	27

DICHIARAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ 2025

Completo	Informazioni generali	C1	Strategia: modello aziendale e sostenibilità – iniziative correlate	2. La nostra realtà	14, 17, 20
		C2	Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	4. La salvaguardia dell'ambiente	33
	Metriche ambientali	C3	Obiettivi di riduzione dei gas serra e transizione climatica	L'informativa non è stata oggetto di rendicontazione in quanto, attualmente, N.F. Food S.p.A. non ha ancora definito obiettivi di riduzione delle emissioni né un piano di transizione climatica.	
		C4	Rischi climatici	4. La salvaguardia dell'ambiente	32
	Metriche sociali	C5	Caratteristiche aggiuntive (generali) della forza lavoro	3. Il modello organizzativo e di governance 5. Le persone al centro	25, 41
		C6	Ulteriori informazioni sulla forza lavoro propria - Politiche e processi sui diritti umani	3. Il modello organizzativo e di governance	27
		C7	Gravi incidenti negativi sui diritti umani	3. Il modello organizzativo e di governance	27
	Metriche di governance	C8	Ricavi di alcuni settori ed esclusione dai benchmark di riferimento dell'UE	L'informativa non è stata oggetto di rendicontazione in quanto ritenuta non pertinente rispetto alle caratteristiche di business e alle attività di N.F. Food S.p.A.	
		C9	Rapporto di diversità di genere nell'organo di governo	3. Il modello organizzativo e di governance	25



NATFOOD
per chi sceglie il gusto



N.F. Food S.p.A. | Via Bosco 99/A
42019 Scandiano (RE) Italy
Tel. +39 0522 330259 | natfood.it

 [@natfood_it](https://www.instagram.com/natfood_it)
 [@natfoodofficial](https://www.facebook.com/natfoodofficial)
 [/company/nf-food-spa/](https://www.linkedin.com/company/nf-food-spa/)