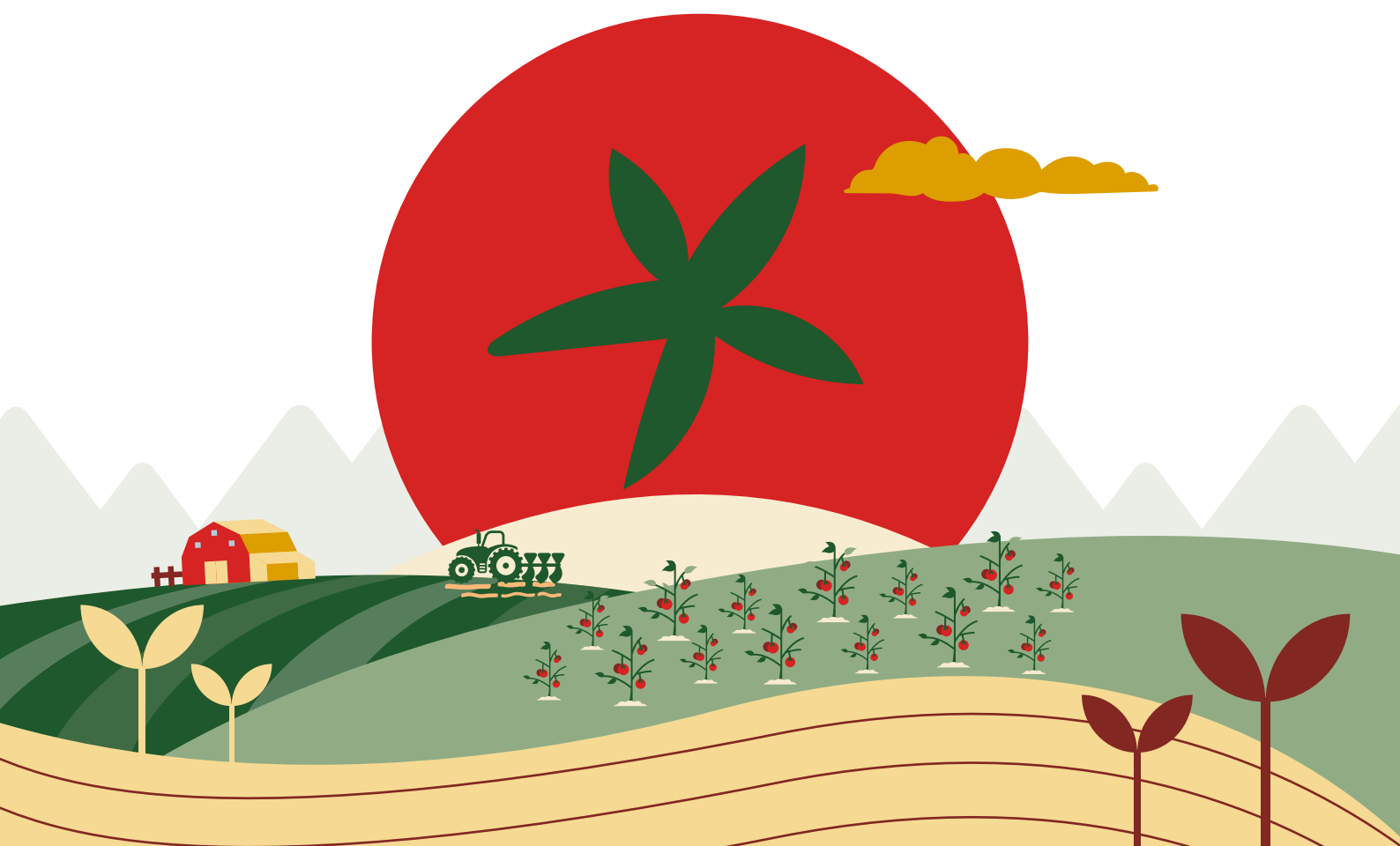




REPORT DI *sostenibilità*

2025

IN SINTESI





REPORT DI *sostenibilità* 2025 IN SINTESI

Mutti S.p.A.

Report di sostenibilità
Ed. I - Giugno 2026

INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

6

01 LA CARTA DI IDENTITÀ DI MUTTI

8

1.1 L'Azienda

10

1.2 La governance e l'azionariato

13

1.3 La nostra offerta

15

02 LA SOSTENIBILITÀ PER MUTTI

16

2.1 I valori

18

2.2 L'analisi di materialità

19

03 LA NOSTRA CATENA DEL VALORE

22

3.1 Il nostro modello di business

24

3.1.1 Il processo di produzione

26

3.1.2 Innovazione di processo

28

3.2 Descrizione della catena di fornitura

30

3.2.1 Il nostro rapporto con gli agricoltori

30

3.2.2 Gli altri fornitori

33

04 L'APPROCCIO DI MUTTI ALLA SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

34

4.1 Lotta al cambiamento climatico: le emissioni di gas a effetto serra

37

4.2 La tutela delle risorse idriche

41

4.3 La tutela della biodiversità

42

4.4 Economia circolare

43

4.4.1 Packaging

43

4.4.2 La gestione di rifiuti e sottoprodotti

45

05 L'APPROCCIO DI MUTTI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

46

5.1 Il benessere delle persone

50

5.1.1 Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro

52

5.1.2 Formazione e valutazione delle performance

52

5.2 Diversità e inclusione

54

5.3 Il rapporto con il territorio e la comunità

57

5.4 Il rapporto con i consumatori

58

06 APPENDICE

60

6.1 Nota metodologica

62

LETTERA agli Stakeholder

Cari lettori,

sono lieto di presentarvi il nostro Bilancio di sostenibilità 2025, espressione del nostro impegno verso una gestione e crescita responsabile e sostenibile. Il documento **è espressione del nostro percorso di integrazione della sostenibilità in tutte le attività che portiamo avanti**, confermando **l'attenzione che dedichiamo all'ambiente, alle persone e al territorio**.

Durante il 2025, abbiamo completato il processo di avviamento della nostra **Strategia ESG** includendo la gestione delle tematiche sociali. In questo modo, grazie anche al consolidamento della nostra governance di sostenibilità, abbiamo definito un piano capace di presidiare in modo centralizzato tutte le dimensioni ESG. Questo modello ci permette infatti di monitorare trasversalmente gli aspetti economici, ambientali e sociali delle nostre attività.

Nel 2025 abbiamo nuovamente aggiornato l'analisi di materialità, finalizzata all'individuazione e prioritizzazione degli aspetti per noi più rilevanti da includere nel presente Bilancio. L'aggiornamento è stato effettuato in conformità alle richieste della CSRD, seguendo quindi il metodo della doppia materialità, che considera anche la valutazione degli impatti finanziari legati a rischi e opportunità in ambito di sostenibilità.

Abbiamo proseguito il **monitoraggio dei nostri impatti ambientali**, realizzando la quantificazione dell'impronta carbonica di Organizzazione in conformità alla norma ISO 14064-1:2018 e ottenendone, per la prima volta, la certificazione.

Sono continuati anche gli studi di Life Cycle Assessment sulle principali categorie di prodotto, i progetti dedicati alla **biodiversità** presso il sito di Montechiarugolo, l'efficientamento energetico e idrico nei nostri stabilimenti così come le varie iniziative volte alla **valorizzazione degli scarti** della lavorazione. Rimane centrale il nostro impegno per la qualità, l'innovazione e la valorizzazione della catena del valore.

Il **rapporto con gli stakeholder** continua a rappresentare un pilastro fondamentale, come dimostra l'adozione di un sistema di rilevazione delle **performance di sostenibilità della catena di fornitura**.

A ciò si affiancano iniziative di evoluzione e miglioramento lungo tutta la nostra filiera e internamente all'Azienda, a testimonianza del nostro percorso di crescita e in linea con i nostri obiettivi strategici. In particolare, nel 2025 è avvenuto il lancio della nuova **Lion Jar** per i sughi, l'inaugurazione del polo logistico **Lions Store** e l'apertura della nostra nuova **sede commerciale in Polonia**. Allo stesso modo, prosegue il nostro **supporto alle comunità**, con collaborazioni in progetti solidali, e alle **persone** che lavorano ogni giorno in Mutti con diverse iniziative di team building, formazione e valorizzazione dei nostri collaboratori.

Dal punto di vista operativo, **la Campagna del 2025 è stata molto positiva** e ha rappresentato un passo avanti rispetto allo scorso anno. Abbiamo gestito e lavorato un volume di pomodori mai raggiunto in passato, grazie di certo a condizioni climatiche favorevoli, ma anche all'ottimizzazione dei processi di raccolta e lavorazione, insieme alle iniziative di innovazione di processo messe in atto. Il raggiungimento di questo risultato è avvenuto grazie a una pianificazione attenta e a un coordinamento efficiente tra i diversi reparti coinvolti, sia per la filiera del Sud sia per quella del Nord Italia.

Rinnoviamo con determinazione il nostro impegno verso il miglioramento continuo e la trasparenza delle nostre pratiche di sostenibilità.

Guardando al futuro, intendiamo rafforzare ulteriormente il dialogo con gli stakeholder e cogliere ogni opportunità per migliorare le nostre performance ambientali e il nostro contributo alla responsabilità sociale, perseguendo i nostri obiettivi strategici.

Vi invito dunque a consultare il Bilancio e vi ringrazio per il continuo supporto.

Francesco Mutti

LA CARTA DI IDENTITÀ

di Mutti

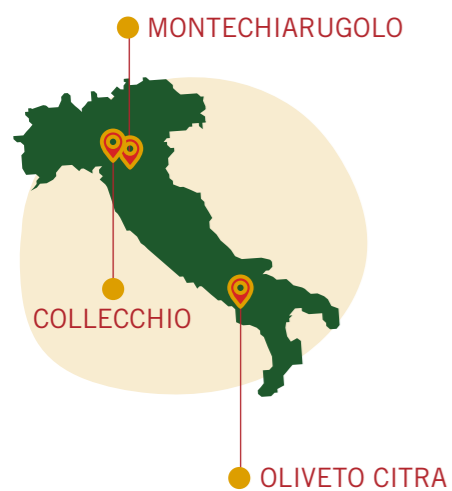


CAPITOLO

01

1.1 L'Azienda	10
1.2 La governance e l'azionariato	13
1.3 La nostra offerta	15

1.1 L'AZIENDA



Mutti S.p.A. è una Società per Azioni leader in Italia e in Europa nel mercato dei derivati del pomodoro e presente in **più di 100 Paesi al mondo**.

La Mutti nasce a Basilicanova, vicino a Parma, nel 1899 grazie ai fratelli Marcellino e Callisto Mutti, con l'avvio dell'attività di **lavorazione del pomodoro 100% italiano**. Nel 2025 sono state trasformate 728.000 tonnellate di pomodoro ed è stato raggiunto un fatturato civile di **777 milioni di euro**, (+10,6% rispetto all'anno precedente, e più che raddoppiato in 5 anni).

La nostra sede storica si trova a **Montechiarugolo**, in provincia di Parma.

La nostra realtà è cresciuta nel tempo attraverso due importanti **acquisizioni**:

- **Fiordagosto**, acquisita nel 2016 e che ha uno stabilimento a **Oliveto Citra (SA)**
- **CO.PAD.OR.**, acquisita nel 2017 e integrata in Mutti S.p.A., il cui stabilimento si trova a **Collecchio (PR)**.

Oltre ai tre stabilimenti di produzione, sono presenti anche due poli logistici, il **Red Store** e il **Lions Store**.

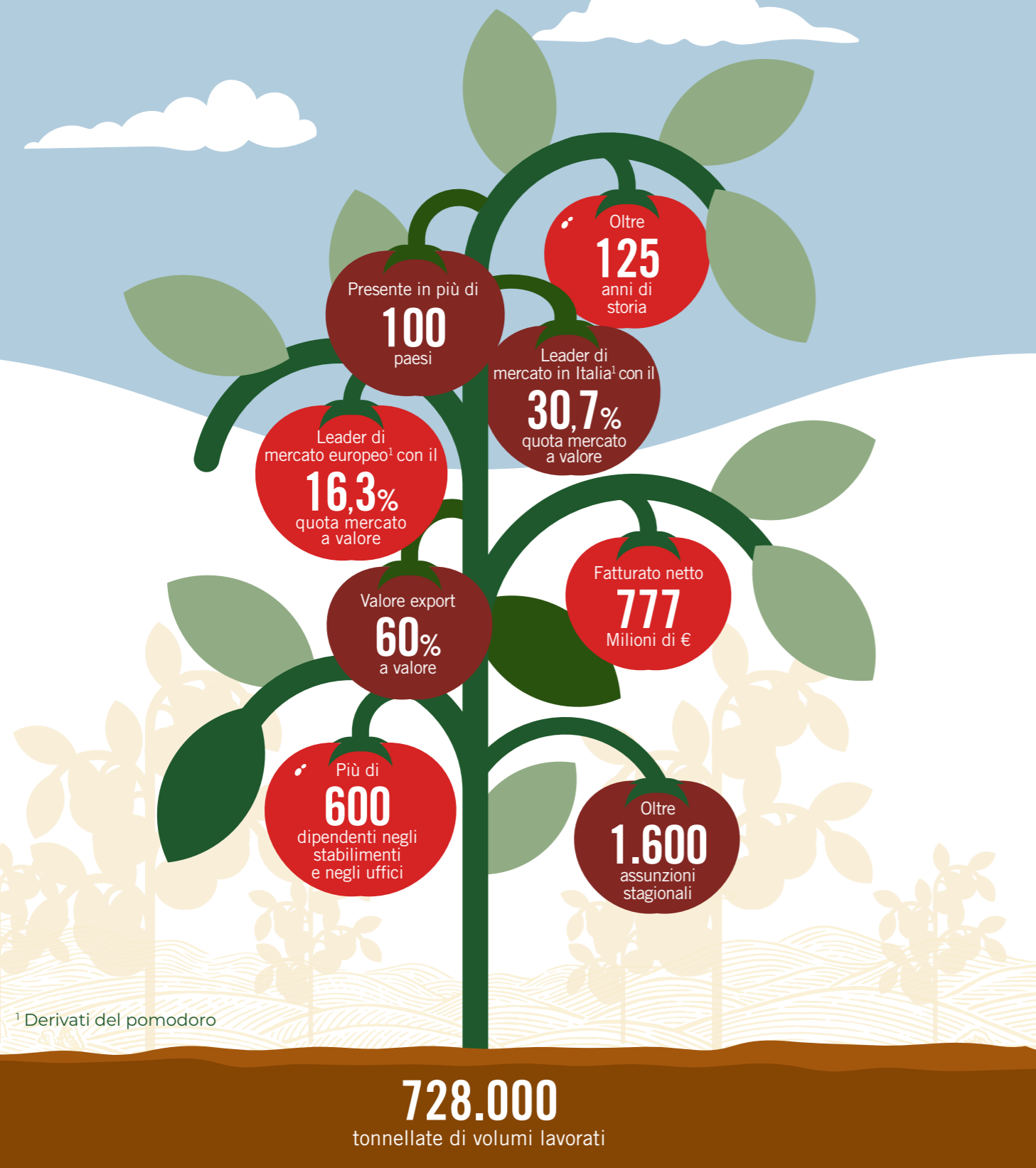
Dal 2013 abbiamo avviato la nostra espansione internazionale: le nostre **sedì commerciali** si trovano in **Francia, Stati Uniti, Svezia, Australia, Germania e Gran Bretagna**, ed infine **Polonia**, aperta nel 2025.



Lions Store *il nostro nuovo polo logistico*

Nel 2025 abbiamo fatto un importante passo avanti nella gestione della nostra **logistica**; abbiamo infatti inaugurato il **Lions Store**, un hub di grandi dimensioni situato nei pressi di Parma.

La nuova struttura contribuisce a una sensibile riduzione dei chilometri percorsi e delle movimentazioni effettuate ed è stata progettata secondo criteri avanzati di efficientamento.



1.2 LA GOVERNANCE E L'AZIONARIATO

In Mutti adottiamo un sistema di gestione tradizionale: gli organi sociali sono rappresentati dall'**Assemblea degli Azionisti**, dal **Consiglio di Amministrazione**, dal **Collegio Sindacale** e dall'**Organismo di Vigilanza** mentre la revisione contabile è affidata ad una società di revisione esterna.

Il **capitale sociale** è detenuto per il 75,5% da Red Lions, holding della famiglia Mutti, e per il 24,5% (dal 2016) è detenuta da Verlinvest, fondo di investimento familiare.

In Mutti riconosciamo che una governance solida ed etica è fondamentale per generare valore nel lungo termine. A tal fine, è stato strutturato un articolato **sistema di normativa interna** (politiche, procedure e regolamenti, tra cui codice etico, codice di condotta fornitori, politica di parità di genere, politica DEIB), volto a garantire una gestione trasparente e coerente con i valori aziendali.

LA GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ

Abbiamo definito un modello di governance integrato, in grado di presidiare in modo trasversale gli aspetti economici, ambientali e sociali del nostro operato.

Il Presidente del Consiglio di Amministrazione, in qualità di **Chief of Sustainability (ESG)**, approva gli obiettivi e le azioni proposte dall'ESG Team assicurandone l'allineamento strategico. Inoltre, coordina le attività del **ESG Strategy Committee**, composto da tutti i Direttori a riporto dell'AD e dal Group Sustainability Manager, che si riunisce tre volte l'anno, valutando i progressi della strategia.

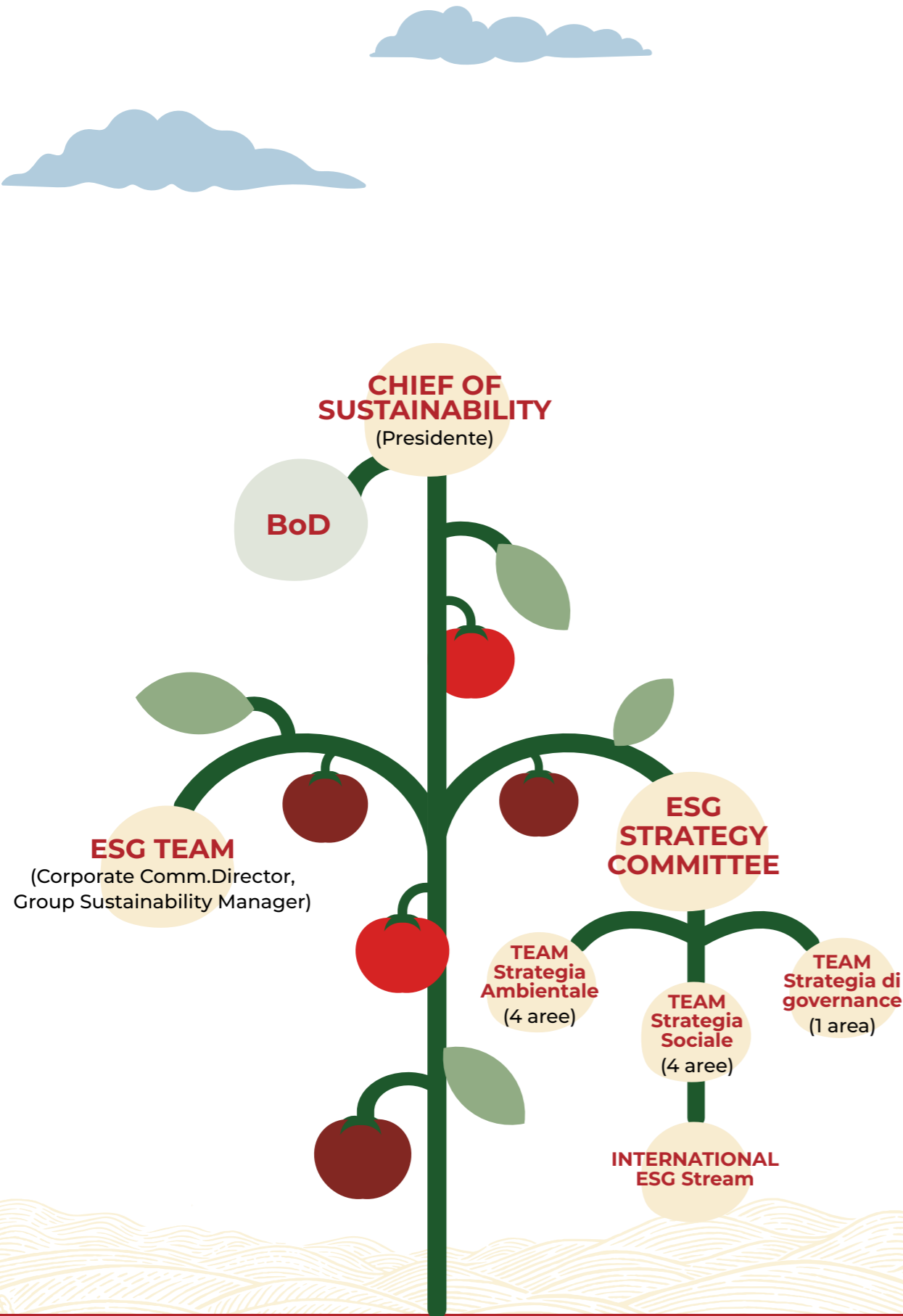
Il **ESG Team**, composto dal Corporate Communication Director e dal Group Sustainability Manager, ha il compito di supportare il Presidente nella definizione e nel monitoraggio della strategia di sostenibilità.

1.3

LA NOSTRA OFFERTA

La nostra Mission è molto chiara: valorizzare un frutto simbolo dell'Italia, il pomodoro.

Lavoriamo **solo pomodoro italiano di alta qualità** e consideriamo la difesa del made in Italy imprescindibile: abbiamo finanziato una ricerca per identificare l'origine geografica dei pomodori e, nel 2025, proseguito il progetto con SGS per mappare tramite analisi isotopica campioni di pomodoro italiani ed esteri.



Gli Indispensabili



POLPA DI POMODORO IN FINISSIMI PEZZI



POMODORI PELATI



POLPA DATTERINI



PASSATA DI POMODORO



DOPPIO E TRIPLO CONCENTRATO DI POMODORO

Accanto agli indispensabili, nel tempo la gamma si è arricchita di moltissimi altri prodotti, tra cui salse, sughi e pesti da un lato e le zuppe fresche dall'altro.

LA SOSTENIBILITÀ

 *per Mutti*



CAPITOLO 02

2.1 I valori

18

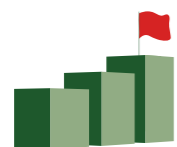
2.2 L'analisi di materialità

19

2.1

I VALORI

PURPOSE



DALLA TERRA A OGNI DETTAGLIO, COLTIVIAMO CON PASSIONE E CURA UN VALORE CHE DURI NEL TEMPO

La famiglia Mutti è alla guida dell'Azienda da oltre 125 anni, un percorso fondato su valori quali **correttezza, trasparenza e responsabilità**.

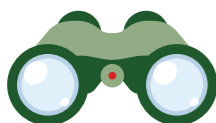
Gli stessi valori su cui sono state costruite e definite il nostro Purpose, la nostra Vision e la nostra Mission.

La sostenibilità è parte integrante di una strategia aziendale più ampia, che abbraccia, integra e rafforza i valori fondamentali su cui si basa la nostra identità e il nostro modo di fare impresa.

Da sempre adottiamo un approccio orientato alla sostenibilità e negli ultimi anni abbiamo definito la **Strategia ESG** come nostra strategia di sostenibilità.

Per identificare le tematiche di cui dare evidenza nel Bilancio, abbiamo condotto per la prima volta nel 2023 un'**analisi di materialità**, aggiornata nel 2024 e nel 2025.

VISION



DIVENTARE LA MARCA DI POMODORO DI QUALITÀ PREFERITA DAI CONSUMATORI DI TUTTO IL MONDO

MISSION



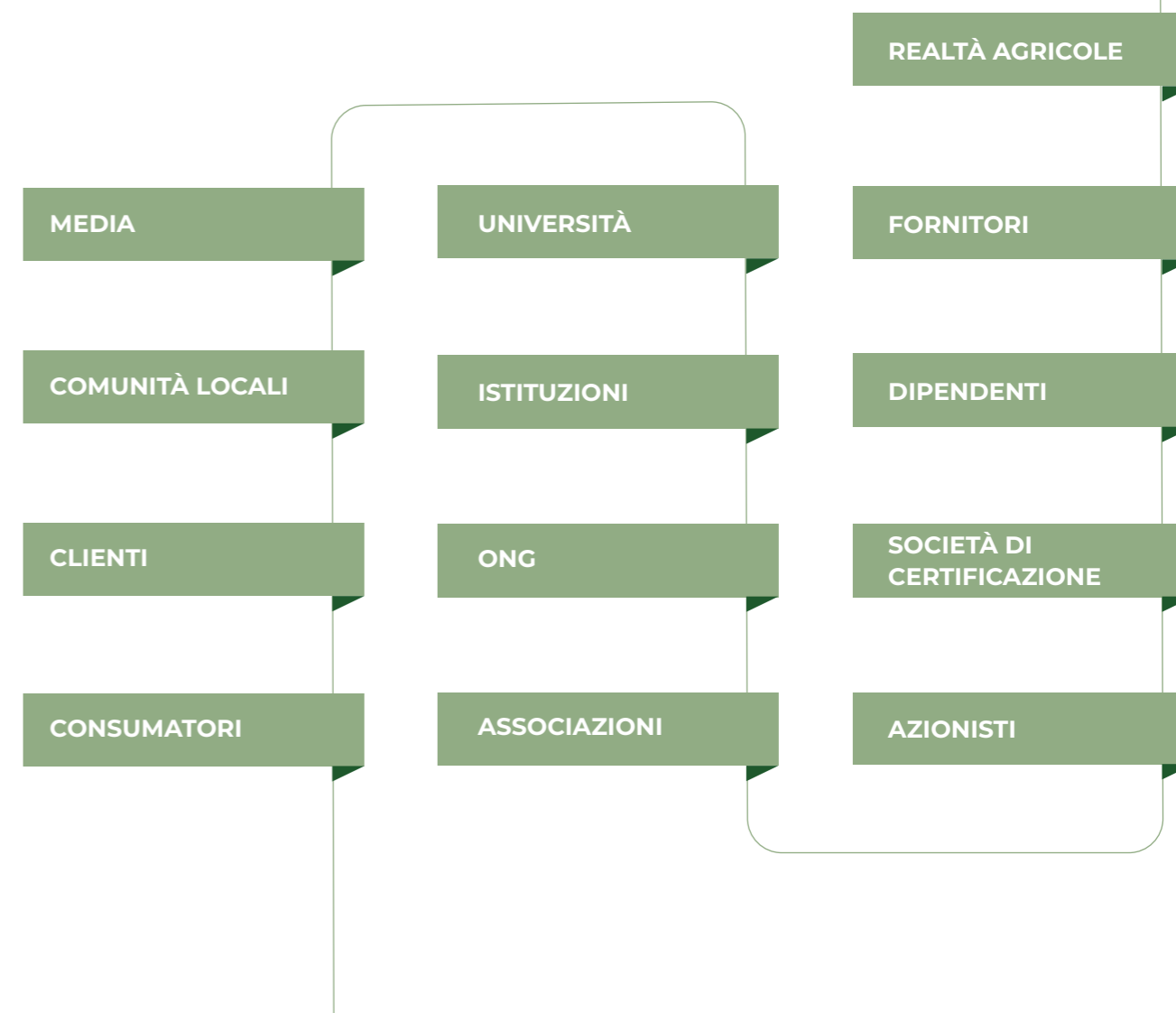
VALORIZZARE UN FRUTTO SIMBOLO DELL'ITALIA: IL POMODORO

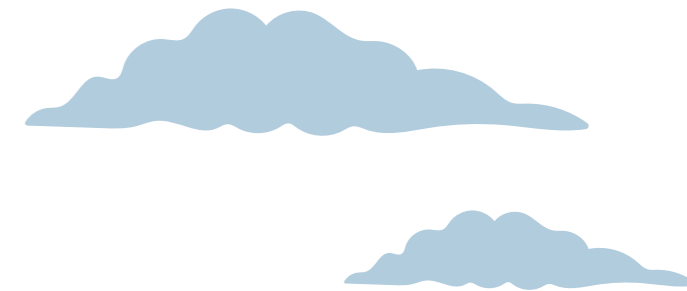


2.2

L'ANALISI DI MATERIALITÀ

I nostri risultati e i nostri successi sono frutto di un sistema di relazioni costruito con **cura, responsabilità e rispetto** con tutti gli stakeholder con cui interagiamo costantemente nello svolgimento delle nostre attività:

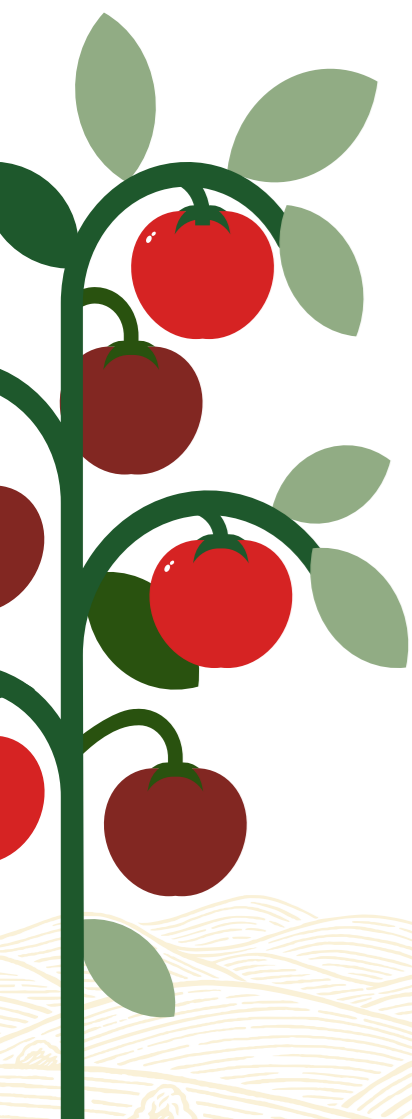




Per questo, gli stakeholder sono stati coinvolti nella redazione della nostra analisi di materialità, grazie alla quale sono stati individuati **42 temi materiali**, accorpati in **13 macro-tematiche**:

- **CAMBIAMENTI CLIMATICI**: rischi climatici fisici, emissioni di gas serra di scope 1, 2 e 3.
- **ENERGIA**: consumo di energia da fonti rinnovabili e non rinnovabili.
- **INQUINAMENTO**: emissioni in atmosfera dalle nostre attività.
- **CONSUMO DI ACQUA**: consumi idrici nelle attività produttive e riutilizzo e riciclo delle stesse.
- **BIODIVERSITA' ED ECOSISTEMI**: impatto sulla biodiversità (trasformazione del suolo, fertilità, qualità dell'acqua) indirettamente associato a Mutti a causa della propria filiera a monte.
- **ECONOMIA CIRCOLARE**: iniziative di circolarità sul prodotto e sul packaging.
- **CONDIZIONI DI LAVORO**: condizioni di lavoro corrette, sicure e rispettose dei diritti delle persone, promuovendo benessere dei lavoratori e stabilità dell'occupazione.

- **DIVERSITÀ E INCLUSIONE**: promozione di un ambiente di lavoro inclusivo, equo e rispettoso delle diversità, valorizzando le persone indipendentemente da genere, età, origine, orientamento o condizioni personali.
- **RESPONSABILITÀ DI IMPRESA**: conduzione delle attività aziendali secondo principi di etica, trasparenza, integrità e conformità normativa.
- **SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI**: tutela della salute e sicurezza dei lavoratori attraverso sistemi di gestione, valutazione dei rischi, formazione e promozione di una cultura della sicurezza.
- **COMUNITÀ LOCALI**: creazione di valore per i territori e le comunità locali attraverso il sostegno allo sviluppo sociale ed economico.
- **FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE**: impegno per la crescita professionale delle persone tramite formazione, aggiornamento e sviluppo delle competenze tecniche e trasversali.
- **RESPONSABILITÀ VERSO I CONSUMATORI**: garanzia della qualità, sicurezza, trasparenza e affidabilità dei prodotti, promuovendo una comunicazione chiara e responsabile verso i consumatori.



LA NOSTRA

catena del valore



CAPITOLO

03

3.1 Il nostro modello di business	24
3.1.1 Il processo di produzione	26
3.1.2 Innovazione di processo	28
3.2 Descrizione della catena di fornitura	30
3.2.1 Il nostro rapporto con gli agricoltori	30
3.2.2 Gli altri fornitori	33

3.1

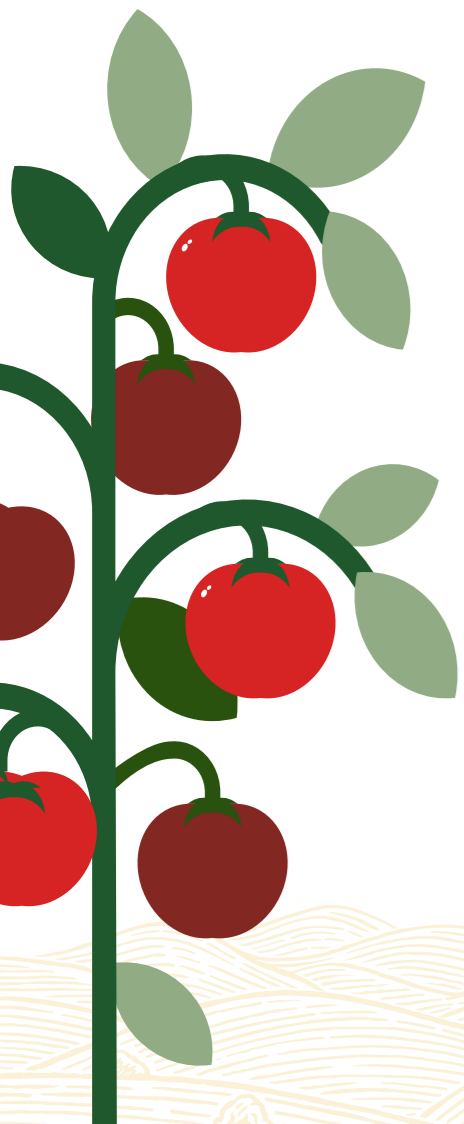
IL NOSTRO MODELLO DI BUSINESS



3.1.1 IL PROCESSO DI PRODUZIONE

I prodotti Mutti si contraddistinguono per l'elevato standard qualitativo e per l'utilizzo esclusivo del **pomodoro italiano** come ingrediente principale, attorno al quale ruotano tutti i nostri prodotti. Il processo produttivo all'interno degli stabilimenti comprende:

- **Controllo di qualità**, lavaggio e cernita dei pomodori conferiti durante il periodo della Campagna;
- **Diverse fasi di lavorazione** a seconda del prodotto;
- **Pastorizzazione e riempimento**;
- **Confezionamento ed etichettatura**;
- **Stoccaggio** nel magazzino.



La Campagna del pomodoro

La fase di **Campagna del pomodoro** rappresenta il momento cruciale dell'intero anno produttivo. Tra luglio e fine settembre, gli stabilimenti lavorano a pieno ritmo e l'intera filiera opera in stretta sinergia: agricoltori, trasportatori e i nostri operatori collaborano per garantire la migliore lavorazione del raccolto.

È un periodo atteso e molto sentito, centrale anche dal punto di vista sociale: rafforziamo il nostro legame con il territorio attraverso l'assunzione di numerosi lavoratori stagionali che affiancano il personale degli stabilimenti, valorizzando collaborazione, qualità e lavoro come elementi distintivi del nostro impegno.

3.1.2 INNOVAZIONE DI PROCESSO



Il processo di trasformazione del pomodoro è essenziale per creare valore aggiunto e, per questo, sosteniamo le attività di **innovazione di processo**.

Nel 2025 gli investimenti industriali hanno **superato i 35 milioni di euro** destinati principalmente a progetti di crescita strategica, e a interventi su ambiente, sicurezza, qualità, efficienza, innovazione e miglioramento tecnologico.

Parlare di **innovazione**, significa inevitabilmente menzionare l'**intelligenza artificiale**: nella fase di **accettazione del pomodoro** (carotaggio), è stato introdotto in tutti gli stabilimenti **Neurality**, un sistema che permette di valutare in maniera più accurata e oggettiva la materia prima in entrata, tramite un controllo qualità di un campione del pomodoro.

Nel 2025 il sistema è stato potenziato, installando una versione più evoluta direttamente sulla linea di produzione.

InstaFactory *il nostro simbolo di innovazione*

Simbolo concreto e significativo della nostra propensione all'innovazione è **InstaFactory**, impianto mobile sviluppato e brevettato dalla nostra Azienda nel 2020. Questo sistema permette di trasformare direttamente sul campo, preservando al meglio le caratteristiche organolettiche del pomodoro e producendo una passata unica nel suo genere, la "**Passata Sul Campo**".

Il progetto **InstaFactory** ha concluso nel 2025 la sua sesta Campagna, con il record di **tonnellate prodotte in un solo giorno**.



3.2

DESCRIZIONE DELLA CATENA DI FORNITURA



1.000
FAMIGLIE DI AGRICOLTORI



3.2.1 IL NOSTRO RAPPORTO CON GLI AGRICOLTORI

La nostra filiera di approvvigionamento si basa su una rete di rapporti stabili e consolidati: nel 2025 ci siamo relazionati con circa **1000 famiglie di agricoltori**.

Circa il 61% dei pomodori al nord Italia proveniva dall' **Emilia-Romagna** e l'86% al sud dalla **Puglia**, con una distanza media² dai nostri stabilimenti di circa **97 km**, a conferma di un approvvigionamento locale.

La Campagna 2025 è stata sicuramente positiva, abbiamo trasformato 728.000 tonnellate di pomodoro, il volume più alto mai raggiunto.

Poiché la fase di coltivazione è cruciale, attraverso il nostro **Disciplinare di produzione agricola sostenibile Mutti**, definiamo i requisiti e le caratteristiche che il pomodoro deve avere, insieme alle pratiche tecnico-agronomiche migliori da implementare.

La nostra produzione rispetta la norma **UNI 11233** sulla produzione integrata e la certificazione **ISO 22005** sulla rintracciabilità. Con i fornitori ribadiamo l'importanza del rispetto dei **principi della norma SA8000**, condannando ogni forma di lavoro forzato o minorile e promuovendo libertà di associazione, rappresentanza sindacale, salute e sicurezza sul lavoro e retribuzioni eque.

I contratti prevedono una raccolta interamente **meccanizzata**, minimizzando il rischio di gestioni scorrette (come lo sfruttamento illegale di manodopera nel campo) sia al nord che al sud Italia, ad eccezione del pomodoro San Marzano DOP, per il quale il disciplinare prevede l'obbligo di raccolta a mano.

Nel 2025 abbiamo confermato il nostro impegno per uno sviluppo sostenibile, contribuendo concretamente alla valorizzazione del settore agricolo distribuendo **9 milioni di euro di incentivi** destinati alla filiera del pomodoro.

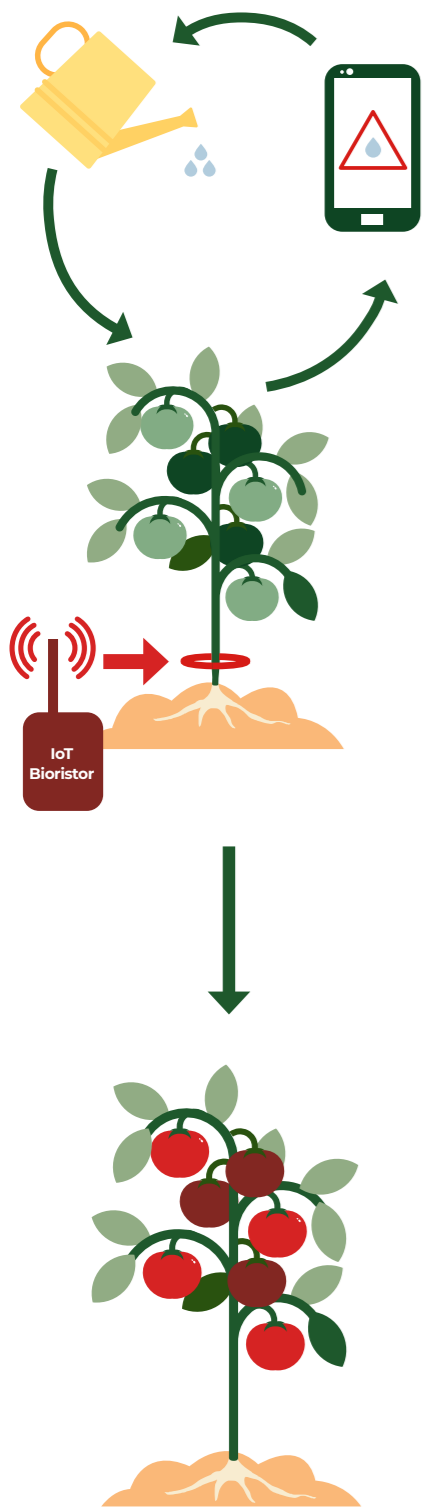
²Distanza media calcolata come media pesata sul numero di viaggi



Pomodorino d'Oro Mutti

La nostra politica di premialità e incentivi è pensata per sostenere la crescita e l'innovazione di chi rende possibile ogni anno la Campagna del pomodoro: i nostri agricoltori e le loro aziende agricole.

In questa direzione si inserisce anche il **Premio Pomodorino d'Oro Mutti**, giunto nel 2025 alla sua **26ª edizione**, a cui hanno partecipato le aziende conferitrici Mutti in tutta Italia che si sono distinte per impegno, dedizione e principalmente per aver consegnato il pomodoro della migliore qualità.



L'innovazione e l'adeguamento tecnologico sono centrali per assicurare la sostenibilità lungo tutta la filiera.

Abbiamo investito nel 2025 in tecnologie di **sorting automatico** nello stabilimento di Oliveto Citra, per migliorare l'efficienza della pelatura e ridurre gli scarti; lavoriamo sulla **ricerca varietale**, per individuare le varietà di pomodoro più performanti sia in trasformazione sia in campo; supportiamo soluzioni per affrontare la crisi climatica, come il **senso IoT Bioristor** che, durante la sperimentazione 2025, ha portato a un risparmio idrico medio pari al 9,5%; e suggeriamo l'adozione di un **DSS** (Sistema di Supporto alle Decisioni) a supporto di una corretta gestione delle colture in base all'andamento climatico.

3.2.2 GLI ALTRI FORNITORI

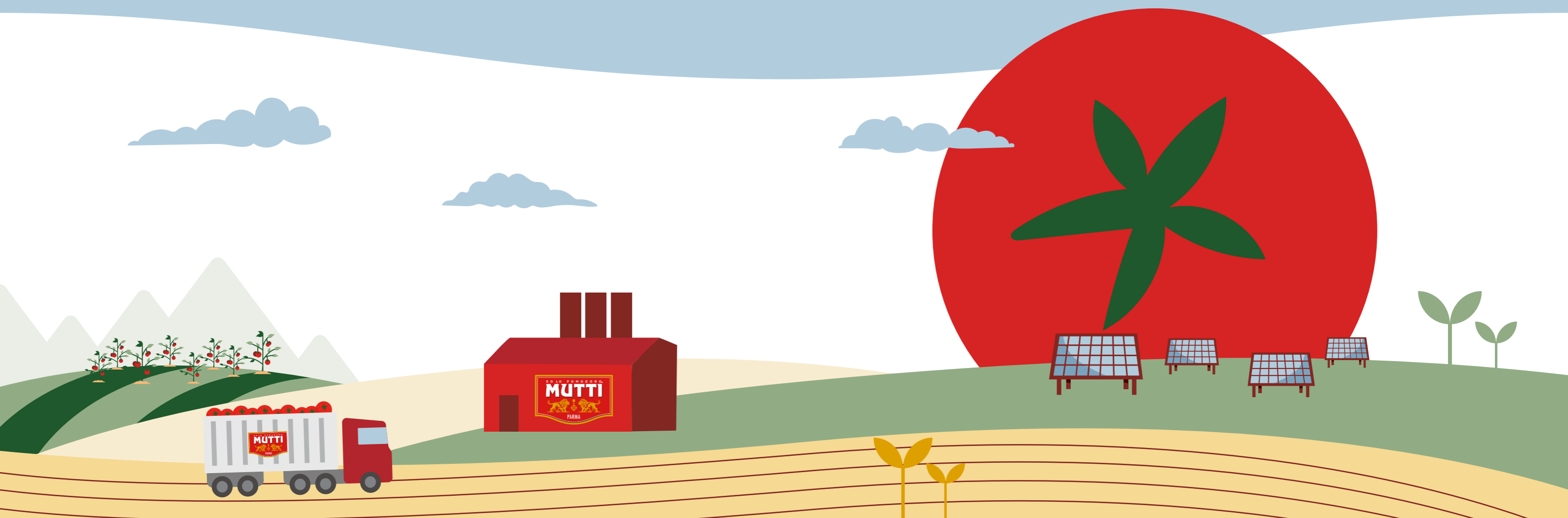
Per tutte le **ulteriori filiere di approvvigionamento**, abbiamo sviluppato un **sistema di gestione** strutturato: i nostri fornitori sono tenuti a sottoscrivere il **Codice di Condotta dei Fornitori** e a compilare **questionari di autovalutazione**, le risposte vengono elaborate in un punteggio complessivo, fondamentale nella selezione e nella valutazione dei fornitori. Le rispettive performance ESG sono misurate attraverso piattaforme specializzate di assessment ESG, considerando quattro ambiti principali: ambiente, lavoro e diritti umani, etica e acquisti sostenibili, restituendo un rating di sostenibilità.

Il sistema ha inizialmente coinvolto i fornitori di materiali diretti (ingredienti e packaging), coprendo il **98%** di questa categoria e nel 2025 è stato esteso ai fornitori indiretti, in particolare ai servizi logistici: a fine anno rappresentavano il **15%** del totale di questa tipologia di fornitori.



L'APPROCCIO DI MUTTI

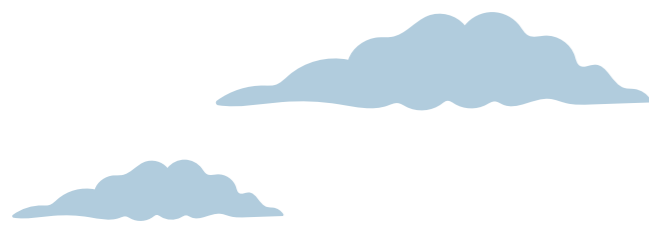
alla sostenibilità ambientale



CAPITOLO

04

4.1 Lotta al cambiamento climatico: le emissioni di gas a effetto serra	37
4.2 La tutela delle risorse idriche	41
4.3 La tutela della biodiversità	42
4.4 Economia circolare	43
4.4.1 Packaging	43
4.4.2 La gestione di rifiuti e sottoprodotti	45



4.1

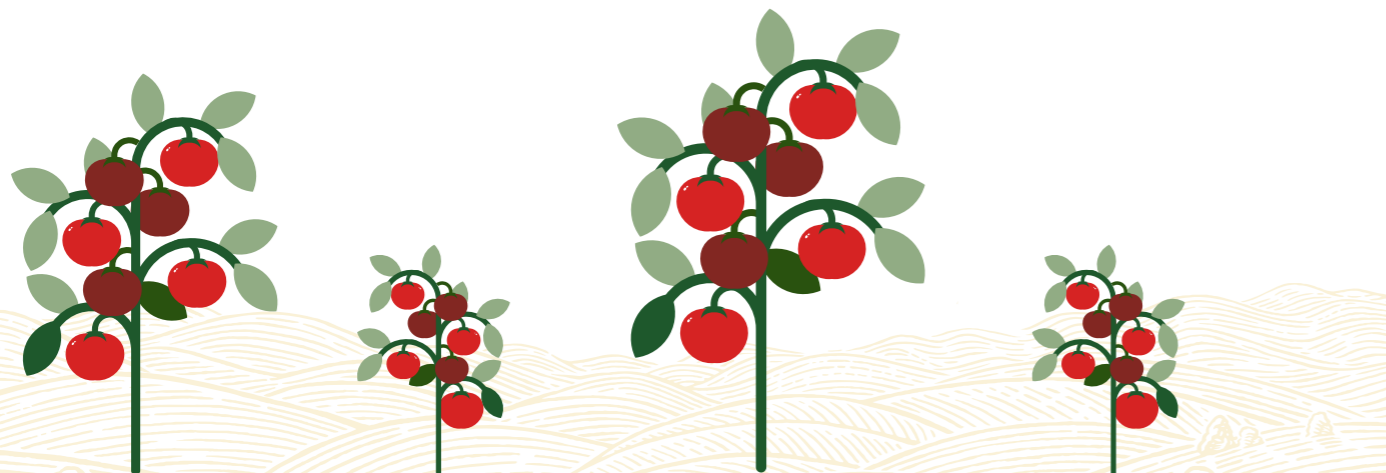
LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO: LE EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA

Da diversi anni monitoriamo le nostre performance ambientali e dal 2021 le comunichiamo ai nostri stakeholder.

Siamo inoltre impegnati formalmente nello statuto societario di Mutti a condurre “una **evoluzione progressiva del nostro modello di business e operativo verso un’economia a zero emissioni di gas climalteranti**, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica”, essendo parte, da alcuni anni, del programma **CO2alizione**.

Il **contesto normativo europeo e internazionale** è stato il punto di partenza per la definizione della **Strategia Ambientale**, che vede il coinvolgimento di tutte le fasi della filiera di produzione e viene attuata attraverso quattro ambiti:

- Mitigazione degli effetti dei **cambiamenti climatici**;
- Tutela e gestione delle **risorse idriche**
- Promozione dell’**economia circolare**
- Tutela e promozione della **biodiversità**.

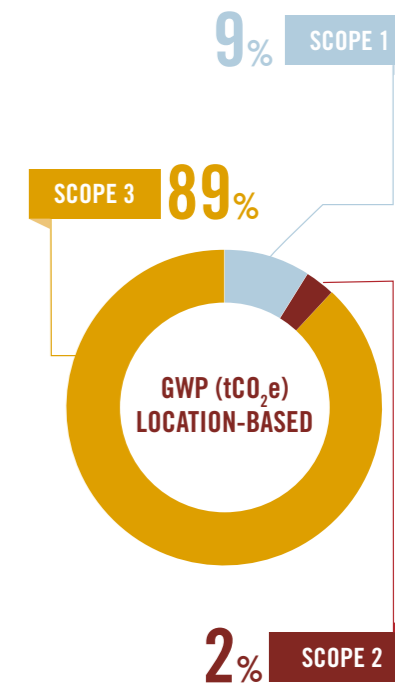


I consumi energetici rivestono un ruolo cruciale nella filiera delle conserve di pomodoro, soprattutto per i processi di concentrazione e pastorizzazione. Per questo motivo, monitoriamo i consumi, ottimizziamo continuamente i processi produttivi e investiamo nelle risorse rinnovabili; nel 2025 infatti abbiamo prodotto circa 6.792 GJ di energia elettrica da fotovoltaico.

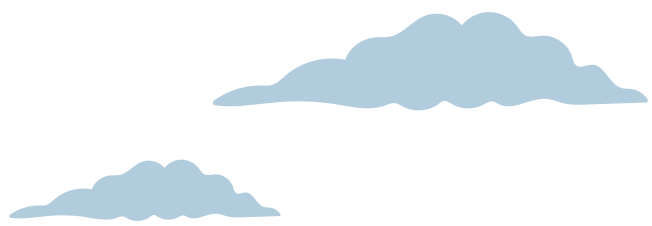
Monitoriamo da anni le emissioni di gas serra di Scope 1 e Scope 2 e, nel 2024, abbiamo esteso la rendicontazione anche alle attività a monte e a valle (Scope 3). Nel 2025 abbiamo deciso di rafforzare l’impegno ambientale, attraverso **la certificazione della Carbon Footprint di Organizzazione (CFO) secondo la norma ISO 14064-1: 2018**.

Il totale delle nostre emissioni per il 2025 risulta essere di **560.146 tCO₂e** con l’approccio *location-based*.

L’analisi della Carbon Footprint evidenzia un maggiore contributo di emissioni relativa allo Scope 3 (89%); in particolare per beni e servizi acquistati (69,5%), a seguire i trasporti dei prodotti finiti e le emissioni dirette legate all’utilizzo di gas naturale. Le restanti categorie hanno impatto marginale.



Emissioni di CO ₂ e (Location-based)	u.m.	2024	2025
Emissioni dirette (SCOPE 1)	tCO ₂ e	41.151	48.442
Emissioni indirette (SCOPE 2)	tCO ₂ e	10.650	13.820
Emissioni indirette (SCOPE 3)	tCO ₂ e	444.000	497.884
TOTALE	tCO₂e	495.801	560.146



L'incremento della produzione e dei consumi si riflette nel trend delle emissioni di CO₂e in tutti gli Scope. Per una valutazione più accurata, l'analisi è stata normalizzata rispetto ai volumi di pomodoro trasformato, al fine di valutare l'**intensità emissiva** per unità di riferimento (tCO₂e/t pomodoro). Tale approccio ha evidenziato un miglioramento nel 2025, riconducibile principalmente a una campagna più efficiente.

Anno	GWP totale (tCO ₂ e)	Pomodoro trasformato (t)	Intensità emissiva
2024	495.800	561.000	0,88
2025	560.146	728.000	0,77



Il nostro impegno per la sostenibilità: *comprendere l'impatto dei nostri prodotti*

Abbiamo condotto approfonditi studi di **Life Cycle Assessment** (LCA) su alcune delle nostre principali referenze, tra cui **polpa, passata e triplo concentrato** di pomodoro, oltre al **sugo Ragù alla Mutti 100% Vegetale** e al **sugo al pomodoro Rosso e Basilico**, analisi svolta nel 2025 in collaborazione con STIIMA-CNR e il Comune di Parma.

Questo approccio si estende anche al **packaging**, riconosciuto come leva fondamentale per la sostenibilità. In particolare, è stata oggetto di studio la nuova **Lion Jar**, i cui risultati sono illustrati nel capitolo dedicato al packaging sostenibile.

1 EFFICIENZA LOGISTICA

~10 km

DISTANZA MEDIA
TRA STABILIMENTI
E DEPOSITI



LOGISTICA

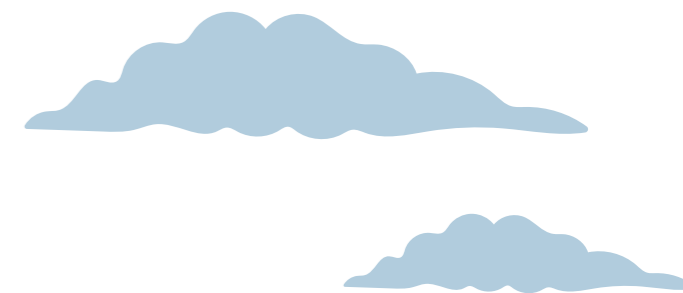
L'attività logistica è affidata ad operatori terzi ma, consapevoli dell'impatto in termini di produzione di CO₂ del settore, lavoriamo per ridurre l'impatto emissivo.

In particolare, agiamo in tre direzioni principali, focalizzandoci su:

- **OTTIMIZZAZIONE DEL NETWORK LOGISTICO**
I principali depositi distributivi in Italia si trovano a circa **10 km** dai nostri stabilimenti; l'inaugurazione del **Lions Store** ha incrementato ulteriormente la capacità di stoccaggio riducendo i km percorsi e le movimentazioni.
- **INCREMENTO DEL TRASPORTO INTERMODALE**
Promuoviamo il **trasporto intermodale** (camion-treno, camion-nave). A febbraio 2025, grazie alla collaborazione con l'**interporto di Parma**, è partito il primo carico di nostri prodotti su un treno diretto a Varsavia.
- **UTILIZZO DI COMBUSTIBILI ALTERNATIVI AL DIESEL**
Abbiamo avviato l'uso di **bio-LNG**, con una prima tratta dal Red Store a La Spezia per l'Australia. Il bio-LNG è un combustibile rinnovabile prodotto da scarti organici in grado di ridurre fino all'87% le emissioni di gas nell'atmosfera rispetto ai carburanti tradizionali.



4.2 LA TUTELA DELLE RISORSE IDRICHE



L'acqua è una risorsa essenziale per le nostre attività e siamo pienamente consapevoli del suo valore come bene comune.

È utilizzata in diverse fasi produttive, come trasporto del pomodoro, lavaggio e raffreddamento degli impianti; per minimizzarne l'uso, abbiamo implementato un **sistema di riciclo** per lo scarico del pomodoro.

Per gli altri usi, utilizziamo principalmente acqua prelevata da pozzi, successivamente depurata e restituita alla rete idrica di superficie. I prelievi provengono soprattutto dai pozzi (2.181.000 m³), rispetto all'acquedotto (72.000 m³); gli scarichi sono principalmente in acque superficiali (1.870.000 m³) e in parte in condotte di terza parte (205.000 m³).

Nel corso dell'anno si è registrato un lieve incremento di prelievi e scarichi, coerente con l'aumento della produzione, ma complessivamente in linea con l'anno precedente.



4.3 LA TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ

5.742

IMPOLLINATORI
RILEVATI



102

SPECIE AVIFAUNA

15

ETTARI DI AREA
AGRICOLA
RIPRISTINATA

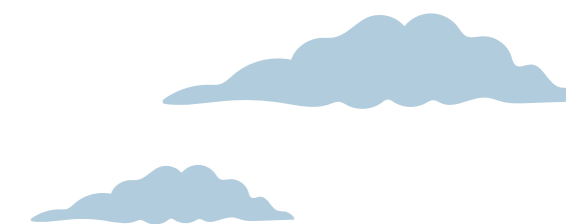
La tutela della biodiversità rappresenta per noi un impegno prioritario: nel 2025 abbiamo completato il progetto pluriennale di **rinaturalizzazione** presso il sito di Montechiarugolo. Tra gli interventi principali:

- realizzazione della “**Casa delle Rondini**” come sito di nidificazione per specie protette;
- ripristino di un'**area agricola di circa 15 ettari**, con la messa a dimora di oltre 1.100 alberi, 6.800 arbusti e 2.370 metri di siepi, contribuendo così alla creazione di habitat per uccelli, anfibi, micromammiferi e insetti impollinatori;
- un **ulteriore intervento su oltre 3 ettari**, con più di 2.000 alberi, 5.800 arbusti, aree inerbite e zone umide non impermeabilizzate, funzionali anche alla ricarica della falda.
- Il progetto è supportato da **attività di monitoraggio** integrate (censimenti faunistici, sistemi satellitari e dispositivi IoT), che hanno evidenziato un miglioramento delle condizioni ecologiche del sito.

Siamo, inoltre, partner del **Nature Positive Network**.



4.4 ECONOMIA CIRCOLARE



In ottica di economia circolare, promuoviamo l'ottimizzazione del consumo di risorse e la riduzione degli sprechi, valorizzando gli scarti di produzione in altre filiere e ricercando alternative a più alto valore aggiunto, sempre più sostenibili e circolari.

4.4.1 PACKAGING

Cerchiamo di orientarci verso l'acquisto di **packaging con caratteristiche di sostenibilità**, perseguendo queste direzioni:

- Riduzione del **peso** dei materiali;
- Aumento di componenti in materiale **riciclato**;
- Utilizzo, laddove fattibile, di soluzioni **riciclabili**;
- Approvvigionamento responsabile delle **materie prime** (ad esempio carta proveniente da foreste gestite in modo responsabile);
- Individuazione di progetti di **economia circolare**.

Il packaging dei nostri prodotti si suddivide in primario (a contatto diretto con il prodotto), e secondario: il primario comprende principalmente **vetro** (63% in peso del totale) e tutti gli imballi metallici, come le **latte**, i **tubetti** e i **coperchi** (21%). Per **carta** e cartone, l'85% del volume acquistato nel 2025 era **riciclato**, mentre il 95% proveniva da foreste gestite in modo responsabile. La **plastica** rappresenta una quota minima (3%), utilizzata solo per tappi, etichette, vassoi, pouch e vaschette zuppe. **Più del 99,5%** dei nostri imballaggi risulta riciclabile.

Nel 2025, abbiamo proseguito uno studio finalizzato all'**incremento della componente di materiali riciclati** nel packaging, introducendo bottiglie in mezzo bianco per la passata 700g.





Design e sostenibilità: *la nuova generazione di packaging*

Nel 2025 abbiamo fatto un significativo passo avanti nell'innovazione del packaging grazie all'introduzione della nuova **Lion Jar**.

Si tratta di un nuovo vasetto per i sughi, in vetro, più leggero del precedente ottagonale, caratterizzato da leoni in rilievo, che lo rendono immediatamente riconoscibile sugli scaffali. Inoltre, la precedente doppia etichetta in plastica è stata sostituita con un'unica etichetta in carta.

Uno **studio LCA**, verificato da un Ente di Terza Parte, ha confermato una riduzione delle emissioni di CO₂ tra il 7% e il 13% rispetto al packaging precedente, per i due formati più grandi, che rappresentano circa il 70% dei nostri sughi.

4.4.2 LA GESTIONE DI RIFIUTI E SOTTOPRODOTTI

Lavoriamo per minimizzare la quantità di rifiuti generati, indirizzandoli principalmente verso attività di **recupero o riciclo**, in piena conformità alle normative ambientali vigenti e con l'obiettivo di tutelare l'ambiente. **La percentuale di rifiuti avviati a riciclo/recupero è dell'88%**.

Il nostro processo produttivo genera anche **sottoprodotti** (bucchette, semi e pomodori non idonei alla lavorazione) completamente **riutilizzati in ottica circolare**: nel 2025, il 20% è stato destinato alla produzione di biogas, mentre l'80% all'alimentazione animale.

Valorizzazione *degli scarti*

Nel 2025 abbiamo rafforzato l'impegno nell'ambito nell'economia circolare, e, insieme a **Food & Flavours, all'Università di Torino e all'università di Parma**, abbiamo partecipato a numerosi progetti sperimentali finalizzati al possibile riutilizzo degli scarti nella filiera alimentare.

L'APPROCCIO DI MUTTI

alla responsabilità sociale

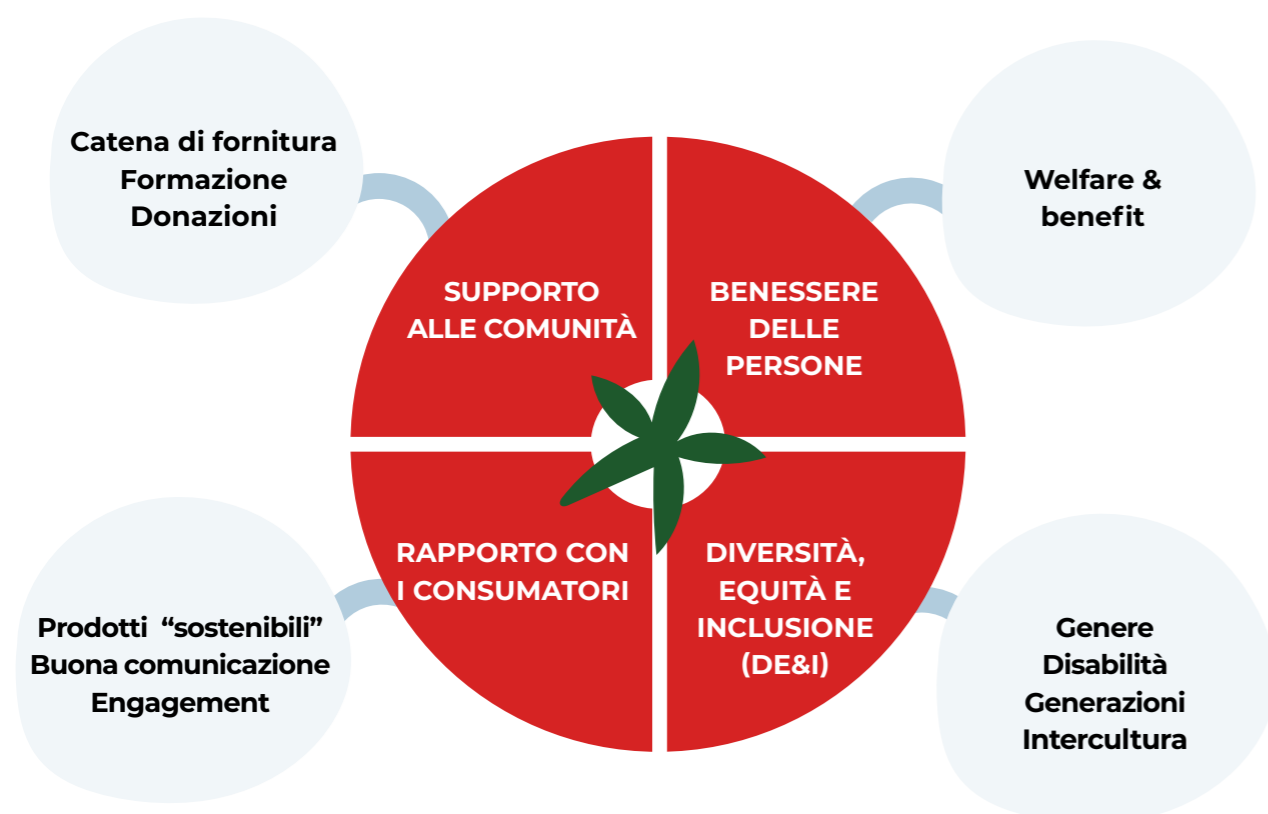


CAPITOLO

05

5.1 Il benessere delle persone	50
5.1.1 Salute e sicurezza nei luoghi di lavoro	52
5.1.2 Formazione e valutazione delle performance	52
5.2 Diversità e inclusione	54
5.3 Il rapporto con il territorio e la comunità	57
5.4 Il rapporto con i consumatori	58

Operare in modo responsabile significa riconoscere l'impatto delle attività aziendali sulle persone con cui interagiamo quotidianamente ed impegnarsi affinché tale impatto sia positivo e duraturo. Abbiamo individuato **quattro aree di intervento principali**, per ciascuna delle quali abbiamo costituito team operativi dedicati, con il compito di intercettare esigenze specifiche e sviluppare iniziative di miglioramento.



BENESSERE DELLE PERSONE

1

DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE (DE&I)

2

SUPPORTO ALLE COMUNITÀ

3

RAPPORTO CON I CONSUMATORI

4

5.1

IL BENESSERE DELLE PERSONE



601
DIPENDENTI

104
DIPENDENTI
HEADQUARTER
ITALIA

70
DIPENDENTI
SEDI ESTERE

68
DIPENDENTI NEI
POLI LOGISTICI

359
DIPENDENTI NEI
SITI PRODUTTIVI

Il nostro successo è il risultato della dedizione e motivazione delle persone che lavorano in Mutti ogni giorno: ci impegnamo a valorizzarne il contributo, riconoscendone talento, competenza, professionalità e sostenendo la piena realizzazione professionale e personale. Al 31 dicembre 2025, **sono 601 i dipendenti**³.

Poiché il nostro business segue un ciclo stagionale, con forte intensità nei mesi di Campagna da luglio a settembre/ottobre, è necessaria l'assunzione di personale con contratto stagionale per garantire continuità ed efficienza dei processi di trasformazione. Nel picco della Campagna 2025, la forza lavoro stagionale ha raggiunto come picco **1.645 dipendenti**, con un valore medio annuale (FTE) di **380**.

La tutela e il benessere dei nostri dipendenti sono centrali, pertanto ci impegnamo a garantire un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e rispettoso, attraverso un Sistema di Gestione conforme agli standard **SA8000:2014**. Da quattro anni gli stabilimenti di Montechiarugolo e Collecchio sono certificati secondo questo Standard; un **importante traguardo del 2025 è stato l'ampliamento del perimetro della certificazione, includendo con successo anche lo stabilimento di Oliveto Citra**.

In coerenza con questa visione, nel 2019 abbiamo istituito la **"Linea d'Ascolto Mutti"** (Whistleblowing), un canale di segnalazione anonima, accessibile attraverso il nostro sito web.

³ I dati relativi ai dipendenti e i relativi indicatori sono calcolati considerando valori in headcount al 31/12/2025 e considerano il perimetro dell'intero Gruppo Mutti (Italia ed estero).



INIZIATIVE DI TEAM BUILDING

Nel 2025 i nostri collaboratori hanno partecipato a diverse attività di rafforzamento del team; alcuni tra gli esempi più significativi:

- A giugno abbiamo preso parte a una nuova edizione del **Clean Up Mutti**, ovvero un pomeriggio di volontariato pensato per agire insieme, con un gesto concreto, a favore dell'ambiente e della comunità.
- I collaboratori della sede francese hanno partecipato alla **Green Treely Challenge**, un'iniziativa di "camminata benefica": durante la quale sono stati totalizzati 2.474.000 passi, equivalenti a 142 m² di alberi piantati.
- Infine, a ottobre si è corsa la **Parma Marathon**, consueto appuntamento a cui ha partecipato anche un team di nostri collaboratori.



FORMAZIONE

19.222

ORE TOTALI

14.942

ORE SALUTE E SICUREZZA

4.280

ORE COMPETENZE TECNICHE E SOFT SKILLS

FORMAZIONE EXTRA SSL

4.280
ore



2025

3.127
ore



2024

5.1.1 SALUTE E SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO

Ci dedichiamo costantemente a garantire un ambiente di lavoro sicuro e sano per tutti i nostri collaboratori, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali in materia di salute e sicurezza e attraverso un sistema di gestione che disciplina ogni aspetto rilevante negli stabilimenti.

I nostri stabilimenti sono dotati di un Sistema di Gestione per la salute e sicurezza sul lavoro (SGSSL) certificato secondo gli standard ISO 45001:2018, implementato su base volontaria e sottoposto ad audit interni e riesami della Direzione, come previsto dallo Standard.

Nel corso del 2025, abbiamo erogato un totale di **14.942 ore di formazione** in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Nel corso del 2025 si è registrata una diminuzione degli infortuni a livello di gruppo, con indice di frequenza in calo **del 20%**, inoltre, **non sono stati registrati casi di infortunio gravi**.

5.1.2 FORMAZIONE E VALUTAZIONE DELLE PERFORMANCE

Nel 2025 la formazione erogata ai nostri dipendenti è stata pari a **19.222 ore** di cui 14.942 ore dedicate a Salute e Sicurezza sul Lavoro e 4.280 a competenze tecniche, soft skills e ad altre tematiche⁴, queste ultime aumentate rispetto al 2024, confermando la nostra attenzione allo sviluppo delle competenze trasversali quale leva di crescita sostenibile.

⁴Le ore di formazione totali sono calcolate considerando il perimetro di Gruppo (Italia ed estero), ad eccezione delle ore di formazione SSL per le quali non sono incluse le Società estere del Gruppo.



Zero Eroi *cultura della sicurezza sul lavoro*

Nel 2025 è proseguito il percorso **"Zero Eroi"** per rafforzare la cultura della sicurezza sul lavoro, basato sul coinvolgimento di tutte le funzioni aziendali e sull'aumento della consapevolezza dei lavoratori, oltre la semplice applicazione di regole e procedure, con l'obiettivo di rendere l'ambiente di lavoro più sicuro.

5.2 DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Promuovere un contesto professionale inclusivo in cui ogni persona sia riconosciuta, rispettata e valorizzata è per noi un principio imprescindibile: lavoriamo per garantire che le diversità siano considerate una risorsa e che tutti possano godere di pari opportunità d'inserimento e di carriera in base al merito, indipendentemente da età, identità di genere, orientamento sessuale, appartenenza etnica, paese di provenienza e convinzioni religiose o politiche.

Questo impegno è formalizzato nel Codice Etico e rafforzato da ulteriori politiche come il testo unico per la genitorialità, la politica DEIB e il Sistema di Gestione per la parità di genere certificato secondo la norma **UNI/PdR 125:2022**.

Si evidenzia che nel corso del 2025 non sono stati registrati episodi di discriminazione.



Certificazione UNI/PdR 125:2022 *per la parità di genere*

Nel 2025 abbiamo ottenuto la certificazione del Sistema di Gestione per la parità di genere secondo lo Standard di riferimento **UNI/PdR 125:2022**.

Si tratta di un risultato significativo, che ci ha permesso di valutare in modo strutturato il livello di pari opportunità in Mutti e di definire un piano di miglioramento orientato alla crescita collettiva.





Nel 2025 è continuata la nostra partecipazione al programma **“Welcome. Working for Refugee Integration”** di **UNHCR Italia** (Agenzia delle Nazioni Unite per i Rifugiati) che promuove l’inclusione lavorativa delle persone rifugiate.

Abbiamo ricevuto il riconoscimento per l’inclusione lavorativa nel 2024 di 7 persone rifugiate o richiedenti asilo, nel 2025 il numero è salito a 15. L’iniziativa è supportata anche dalla collaborazione con **Associazione Next**.



5.3

IL RAPPORTO CON IL TERRITORIO E LA COMUNITÀ

Contribuiamo allo sviluppo sociale ed economico del territorio sostenendo formazione, inclusione e iniziative etiche e responsabili, anche attraverso collaborazioni con **associazioni del territorio**, contribuendo attivamente al **supporto delle comunità locali e allo sviluppo socioeconomico**.

Nel 2025, abbiamo confermato la sponsorizzazione Mutti del **Training Center del Parma Calcio** a Collecchio, sostenuto il progetto **“Città ad impatto positivo”** (volto a facilitare l’accesso alla vita sociale delle persone in condizione di fragilità) e portato avanti iniziative su **diete sane e sostenibili** con l’Università Roma Tre.

Abbiamo proseguito la collaborazione con **Le Village** (dal 2020), un’organizzazione che supporta l’innovazione e accelera la crescita delle startup, e con **Banco Alimentare Onlus, Emporio Solidale Parma e Too Good To Go** nel combattere gli sprechi alimentari e sostenere coloro che sono in situazioni di svantaggio.

Nel 2025 sono stati donati circa **550.000 kg** di prodotto per un valore di quasi 800.000 euro.

Attraverso la collaborazione con **Too Good To Go** nel 2025 abbiamo “salvato” da distruzione più di 320.000 prodotti con un incremento del 25% rispetto al 2024. All’inizio del 2025 è stata lanciata una partnership anche in Danimarca.

Sempre nel 2025 abbiamo ancora una volta aderito alla campagna solidale messa in campo da **Food Farm 4.0**, struttura che si autosostiene economicamente grazie alla vendita dei prodotti, tra cui sughi pronti, realizzati da studenti, grazie anche al nostro know how e al pomodoro di qualità che abbiamo messo a loro disposizione. Parte del ricavato della vendita dei prodotti viene destinata a importanti progetti di solidarietà sul territorio.



5.4

IL RAPPORTO CON I CONSUMATORI

I consumatori rappresentano uno degli stakeholder più rilevanti, e verso di loro sentiamo una forte responsabilità. Ci impegniamo a sviluppare **ricette semplici e gustose**, realizzate con ingredienti selezionati e di qualità; in linea con la nostra visione, scegliamo di non utilizzare né carne né pesce nelle ricette, cercando di ridurre l'impatto dei nostri prodotti. Ci impegniamo inoltre a garantire una **comunicazione chiara, accurata e verificabile** per favorire scelte di consumo consapevoli.

Tenendo conto delle esigenze e dei gusti dei consumatori, negli ultimi anni abbiamo ampliato significativamente la nostra offerta, creando una forte differenziazione. Le attività, sempre più orientate al consumatore e guidate dall'innovazione, hanno portato allo sviluppo e alla messa a punto dei seguenti prodotti:



RAGÙ ALLA MUTTI



Il **Ragù alla Mutti** è un sugo 100% vegetale, pensato per essere adatto a tutti i consumatori, non solo vegani e vegetariani; **Prodotto dell'Anno 2025** e nel 2024 vincitore dell'**European Innovation for Sustainability Award**.

ZUPPE MUTTI

Attraverso le **Zuppe Mutti (prodotto dell'anno 2024)**, ci siamo confermati un attore di rilievo nel mercato del fresco; siamo passati al formato **monoporzione** per andare incontro all'esigenza del mercato di avere una soluzione più pratica rispetto alla doppia porzione.



Nel 2025 inoltre è stata migliorata la ricetta della **Pappa al Pomodoro** e introdotta la **Zuppa Fresca Pisarei e Fagioli**, ricetta tipica emiliana.



SALSA PER PINSA MUTTI

Nel 2025 ha fatto il suo debutto la nuova **Salsa per pinsa** firmata Mutti, un ulteriore esempio concreto di come l'innovazione possa nascere dall'ascolto attento dei consumatori e dei mercati.



Rientrano nelle iniziative volte all'ulteriore rafforzamento del legame con i consumatori, anche il lancio della **Lion Jar**, il nuovo vasetto dei sughi, e il restyling del **packaging della linea pesti**, progettati per valorizzare il prodotto e migliorare l'esperienza d'uso.



APPENDICE



CAPITOLO 06

6.1

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento costituisce una sintesi del terzo Bilancio di sostenibilità del Gruppo Mutti (di seguito anche "Mutti") redatto su base volontaria e approvato a cadenza annuale.

Il documento ha l'obiettivo di riassumere in maniera semplificata i contenuti del Bilancio di sostenibilità, in modo da facilitare la comunicazione delle performance di sostenibilità ambientale, sociale ed economica con riferimento all'esercizio 2025 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Il Bilancio di sostenibilità è stato redatto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" (opzione GRI in accordance) pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI).

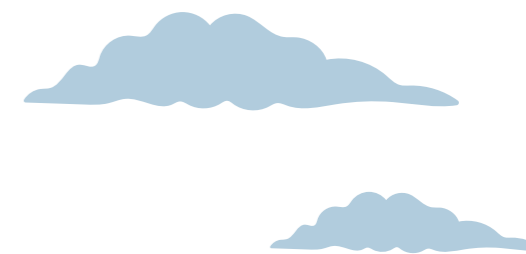
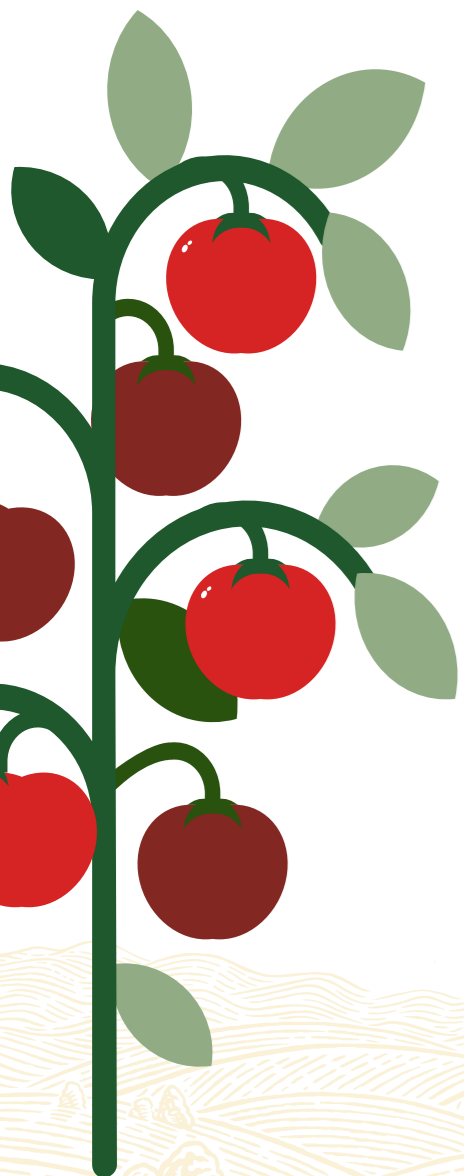
In particolare, i contenuti oggetto di rendicontazione sono stati selezionati sulla base dei risultati dell'analisi di materialità realizzata nel 2023 e poi aggiornata nel 2024 e nel 2025, che ha permesso di individuare gli aspetti materiali per Mutti e per i suoi stakeholder.

Ove non diversamente specificato, il perimetro di rendicontazione dei dati e delle informazioni contenuti nel presente documento si riferisce a tutto il Gruppo Mutti e corrisponde al perimetro dei dati e delle informazioni economico-finanziarie.

I contenuti del Bilancio di sostenibilità sono stati sottoposti a un processo di **Assurance esterna indipendente**, volto a verificare la conformità rispetto agli standard di rendicontazione GRI adottati da Mutti.

Il Bilancio di sostenibilità completo è consultabile sul sito internet ufficiale del Gruppo <https://mutti-parma.com>.

Per ogni informazione o curiosità relativa al Bilancio di sostenibilità è possibile contattare l'indirizzo sustainability@muttispa.it.





www.mutti-parma.com/it/