



DERSUT



2022

# BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ



Edizione N°2



### *Nota metodologica*

Il presente documento rappresenta la seconda edizione del Bilancio di Sostenibilità dell'azienda Dersut Caffè Spa e al suo interno vengono rappresentate le politiche ambientali, sociali, economiche e di governance dell'Azienda. Vengono inoltre indicati gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'Onu presi come riferimento per l'agire aziendale e gli obiettivi di miglioramento per il 2023. L'anno di riferimento per la rendicontazione è il 2022. Per ulteriori informazioni circa i dati indicati e le valutazioni effettuate è possibile contattare l'Azienda tramite la mail: [info@dersut.it](mailto:info@dersut.it).



# INDICE

LETTERA AGLI STAKEHOLDER.....	4
<b>1. L' AZIENDA .....</b>	<b>7</b>
LA STORIA DELL'AZIENDA .....	8
LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA .....	10
LA CATENA DEL VALORE .....	12
I PRODOTTI .....	14
LE BOTTEGHE DEL CAFFÈ .....	16
IL MERCATO ESTERO.....	18
LE CERTIFICAZIONI .....	20
GLI STAKEHOLDER .....	22
L'AGENDA 2030 .....	30
<b>2. L' IMPATTO SOCIALE.....</b>	<b>33</b>
I DATI SUL PERSONALE .....	34
IL PROGETTO SOCIALE .....	35
<b>3. L' IMPATTO AMBIENTALE .....</b>	<b>37</b>
I CONSUMI A CONFRONTO.....	38
I PROGETTI AMBIENTALI .....	40
<b>4. IL MARKETING .....</b>	<b>43</b>
IL MUSEO DEL CAFFÈ DERSUT .....	44
ABCD ACCADEMIA BARISTI CAFFÈ DERSUT.....	46
LE FIERE .....	48
LE ASSOCIAZIONI .....	50
IL GRUPPO SOSTENIBILITÀ.....	52
<b>5. GLI OBIETTIVI 2023.....</b>	<b>55</b>

# LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Lara, Giorgio e Giulia Caballini  
di Sassoferrato

Cari stakeholder,

siamo orgogliosi di potervi comunicare che nel 2022 abbiamo perseguito con determinazione gli obiettivi che ci eravamo prefissati nella passata annualità, raggiungendoli e rendendoli sempre più concreto motivo ispiratore

del nostro percorso aziendale.

**Desideravamo continuare l'attività sinergica con aziende, associazioni ed enti universitari che avessero a cuore il valore della sostenibilità e così è stato.** Grazie alla collaborazione con il **Lanificio**

**Bottoli**, il 2022 ha visto la messa in produzione e commercio di pregiati **scialli e coperte tinte con i fondi di caffè ritirati dalla nostra rete commerciale presso la clientela**, un concreto esempio di lavoro di squadra! La collaborazione con **Ricrearti** e altre aziende virtuose del nostro territorio, ha permesso che da novembre 2022 sino a fine anno fosse ospitata al nostro **Museo del Caffè l'esposizione Eco Rete Sostenibile**, che a dicembre, in occasione di Ecoforum Veneto è stata insignita della Menzione Speciale di Legambiente dando così evidenza all'importanza di trasformare uno scarto industriale in un concreto ed artistico esempio di riutilizzo creativo; questo progetto ha visto la tradizionale collaborazione con associazioni del territorio come **La Piccola Comunità e l'Associazione il Pesco** per la realizzazione dei manufatti, ma anche la fattiva partecipazione del mondo della scuola. **L'università di Padova** - nello specifico il **Dipartimento di Ingegneria Industriale** - ha avviato uno studio sui possibili e svariati utilizzi nell'ambito dell'**economia circolare dei fondi di caffè** e della silver skin (pula) che periodicamente andiamo a rifornire per analisi, studi e test. Con **Alperia** abbiamo adottato energia pulita e gas climaticamente neutro. Con **MV Consulting** abbiamo voluto intraprendere un percorso, che ha coinvolto in primis il reparto produttivo, per migliorare l'ambiente di lavoro e la capacità di comunicazione tra colleghi,

a favore del benessere dell'ambiente lavorativo per l'intera azienda. È continuato il supporto a **WelfareCare** come la **partecipazione alla Settimana della Sostenibilità** promossa da **Assindustria Venetocentro** e siamo stati coinvolti nei progetti realizzati in occasione della Capitale della Cultura d'Impresa 2022, tutte attività che ci hanno permesso di ampliare e sensibilizzare la nostra visione verso la sostenibilità aziendale. Infine, sono iniziati a febbraio 2022, **i lavori di costruzione della nuova sede**, sempre a Conegliano, dove inizierà il trasferimento da fine 2023, a partire dal reparto produttivo. Si tratta di un passaggio epocale per noi, compiuto nell'ottica di implementare il lavoro e la produttività ma anche contestualmente di poter mettere a terra nuove idee e progetti sostenibili. I lavori per la nuova sede sono stati preceduti dalla realizzazione di un'ampia area per lo sgambamento dei cani, di prossima donazione, a beneficio dell'intera comunità. Restituire valore al territorio che ospita l'azienda e alla comunità, questo per noi è il principio che deve ispirare, oggi più che mai, ogni imprenditore.

**Famiglia Caballini  
di Sassoferrato**

# 1. L' AZIENDA

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

Grazie alla passione per il caffè e allo spirito imprenditoriale dei titolari, la famiglia Caballini di Sassoferato, sin dal 1949, **Dersut ha da sempre perseguito la qualità del prodotto, del processo produttivo e dell'organizzazione aziendale.** L'Azienda si dedica, infatti, con passione e perizia, ad un'accurata e selezionata scelta della materia prima, ad una diligente conservazione della stessa in attesa della sua lavorazione, perché il prodotto non abbia a perdere i suoi pregi e le sue peculiarità, ad un'attenta tostatura alla ricerca della cottura ideale, in tempi e temperature, per ogni singola monorigine che ne valorizzi ed esalti le qualità, ad una raffinata miscelazione per un risultato eccellente ed equilibrato, ad un idoneo ed efficiente confezionamento che conservi, nel migliore dei modi, le proprietà organolettiche del caffè e l'integrità delle miscele. **L'Azienda oggi ha una forza lavoro di ben 38 agenti monomandatari e 43 dipendenti e serve in esclusiva oltre 4000 esercizi pubblici** distribuiti principalmente nel Triveneto, con una recente espansione in Piemonte e Liguria

ed una presenza, sempre più significativa, su alcuni importanti mercati europei e non solo, essendo di recente approdata anche nei mercati degli Emirati Arabi, del Messico e della Repubblica Dominicana. Da anni attiva nel settore fieristico, Dersut partecipa a diverse manifestazioni, tra cui Host a Milano, Triestepresso nel capoluogo friulano e Sigep a Rimini.

**Nel 2014 a Conegliano, l'Azienda ha dato vita al Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale.** Il Consorzio mira a far rientrare l'espresso tra rito, arte, socialità e letteratura, nella lista dei beni immateriali tutelati dall'Unesco. **Nel febbraio 2022 sono iniziati i lavori per la realizzazione della nuova sede aziendale,** sempre a Conegliano, dove, a fine 2023, inizierà il trasferimento del reparto produttivo e, a seguire, gli uffici amministrativi. Dersut avrà nuovi ampi spazi, uno stabilimento moderno e accogliente e macchinari di ultima generazione, nell'ottica di un miglioramento continuo della qualità del prodotto e del lavoro.



# LA STORIA DELL'AZIENDA

## La linea del tempo

### FONDAZIONE

# 1949

La storia di una famiglia e di una città si legano indissolubilmente: i Conti Caballini di Sassoferrato, Elisabetta e Vincenzo, rilevano la Dersut Caffè di Conegliano (Treviso), piccola torrefazione costituita solo due anni prima.

### GRUPPO TRIVENETO TORREFATTORI CAFFÈ

# 1954

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

### PROGETTO BOTTEGHE

# 2002

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

### CONSORZIO DI TUTELA DEL CAFFÈ ESPRESSO ITALIANO TRADIZIONALE

# 2014

Il Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale è nato il 15 settembre del 2014 a Conegliano e ha per oggetto principale la promozione, la valorizzazione e la tutela del caffè espresso italiano tradizionale presso gli operatori del settore e presso i consumatori mediante la richiesta all'UNESCO per ottenere il riconoscimento di Patrimonio Immateriale dell'Umanità.

### MUSEO DEL CAFFÈ

# 2010

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

### REBRANDING

# 2019

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

### RETYLING BOTTEGHE DEL CAFFÈ

# 2021

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

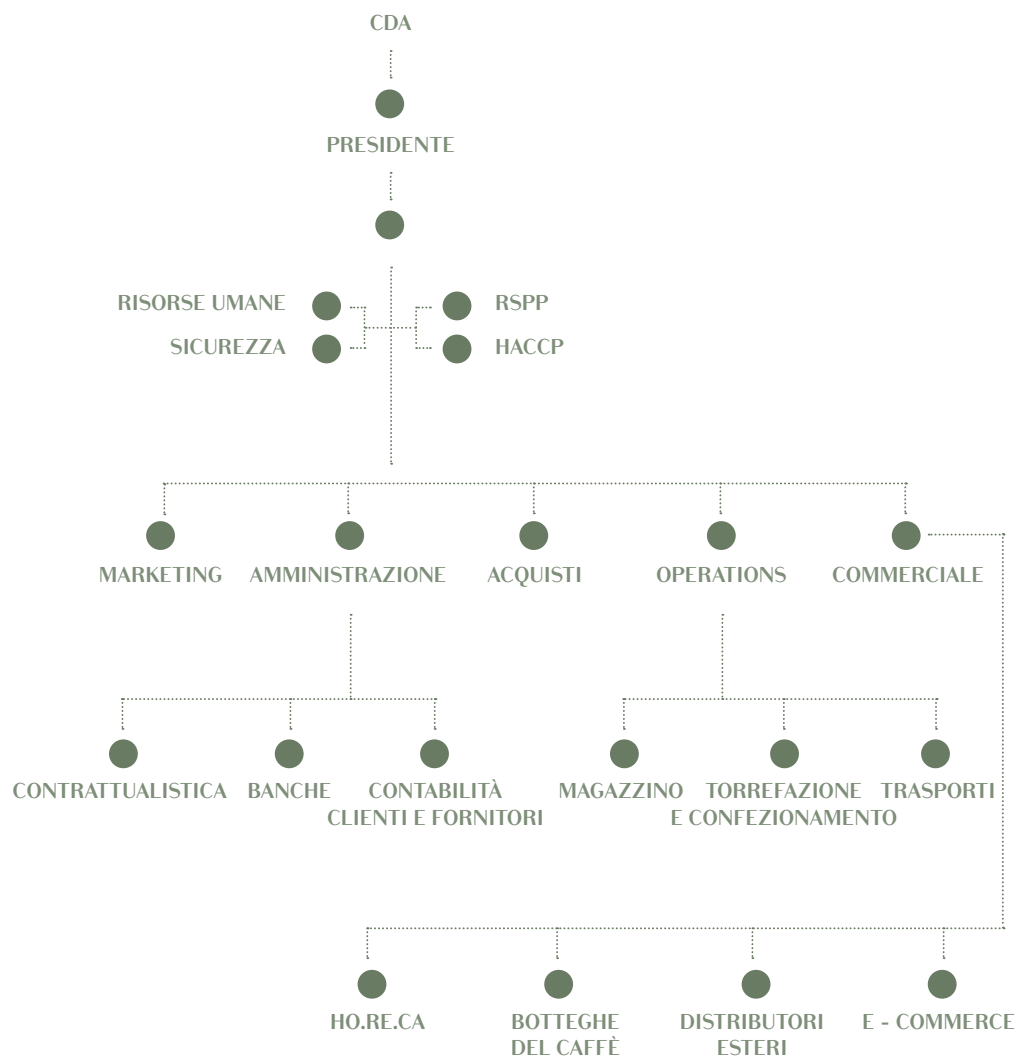
### INIZIO LAVORI NUOVA SEDE

# 2022

Inizio dei lavori della nuova sede, sempre a Conegliano.

# LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA

## L'organigramma



## I risultati economici

	2021	2022	Δ%
<b>Fatturato</b>	11.226.543,00	14.502.842	+29,20
<b>Investimenti</b>	2.800.124,00	3.371.017	+ 20,40
<b>Fatturato estero</b>	6%	6%	=

# LA CATENA DEL VALORE

## 1 COFFEE BELT

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

## 2 RACCOLTA

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

## 3 ESTRAZIONE

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

## 4 SPEDIZIONE

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

## 7 TRASFORMAZIONE DEL CHICCO

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

## 6 TOSTATURA DERSUT

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

## 5 ARRIVO A CONEGLIANO

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

## 8 RAFFREDDAMENTO

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

## 9 MISCELATURA

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

## 10 CONFEZIONAMENTO

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



# I PRODOTTI

## L'eccellenza dell'espresso

Nonostante non sia il suo paese d'origine, nel mondo l'Italia è considerata la vera patria del caffè. La parola "espresso" è conosciuta in tutto il mondo, da Londra a Singapore, passando per Rio de Janeiro e New York. Le ragioni di questo successo vanno ricercate nell'attenta cura e selezione all'atto dell'acquisto della materia prima, nel tipo di tostatura, nell'accurata composizione della miscela adottata dai torrefattori italiani, nei procedimenti di macinatura ed estrazione eseguiti nei bar di tutta Italia. La legislazione nazionale inoltre, ha contribuito ad innalzare il livello

qualitativo dell'offerta italiana fissando per le importazioni di caffè crudo standard qualitativi decisamente severi. Questa tradizione ha "costretto" i produttori ad offrire sempre e solo il meglio, trasformando gli italiani nei consumatori più raffinati del mondo. Per assicurare che la superiorità dei suoi prodotti li raggiunga intatta, Dersut ha scelto di servire solo esercizi pubblici e punti vendita affiliati al marchio. **Ogni caffè porta con sé un aroma particolare, una eco della storia del suo paese.** Dersut ha deciso di soddisfare i suoi clienti più esigenti, selezionando le migliori monorigini.



## Le principali linee di prodotto



MISCELE  
del caffè

CAPSULE  
compatibili



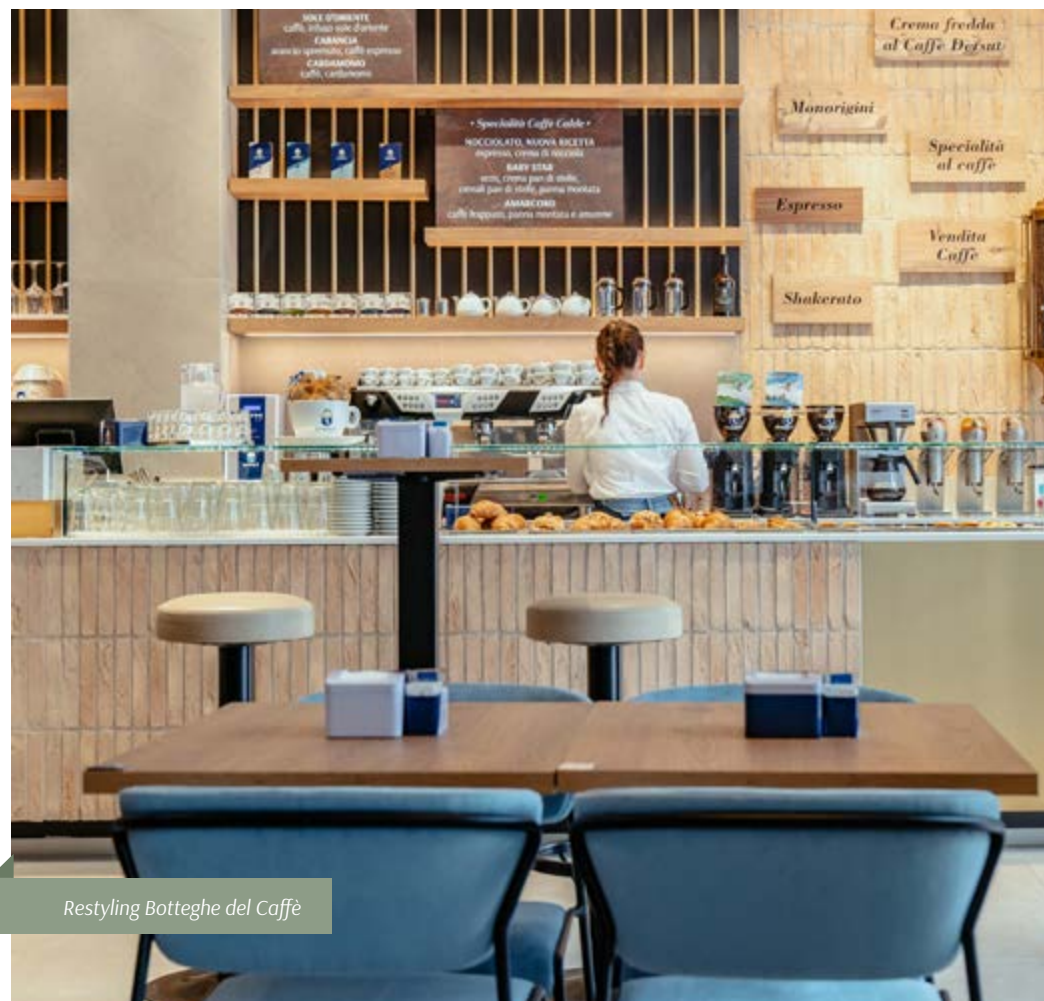
CIALDE  
monodose



# LE BOTTEGHE DEL CAFFÈ

*Catena di caffetterie a marchio aziendale*

Nate nel 2002, con l'obiettivo di offrire dei luoghi dove fosse possibile degustare ed acquistare i prodotti Dersut in un ambiente qualificato e assistiti da personale formato e professionale, sono oltre ottanta le caffetterie monomarca suddivise nei brand: **Bottega del Caffè Dersut (il cui format è stato di recente completamente rivisto e rinnovato), Italiana Caffè, Giornale & Caffè**, attualmente localizzate soprattutto nel Nord Italia, con il progetto, però, di aprire nuove posizioni anche nel resto del territorio nazionale e all'estero. Si tratta di una serie di progetti di affiliazione flessibili e mirati, caffetterie unificate nella formula e nell'immagine, attente ai cambiamenti del consumatore e all'evoluzione dei gusti. **Ambienti di innovativa concezione, ma fedeli in ogni aspetto alla tradizione di qualità che caratterizza la storia del marchio.**

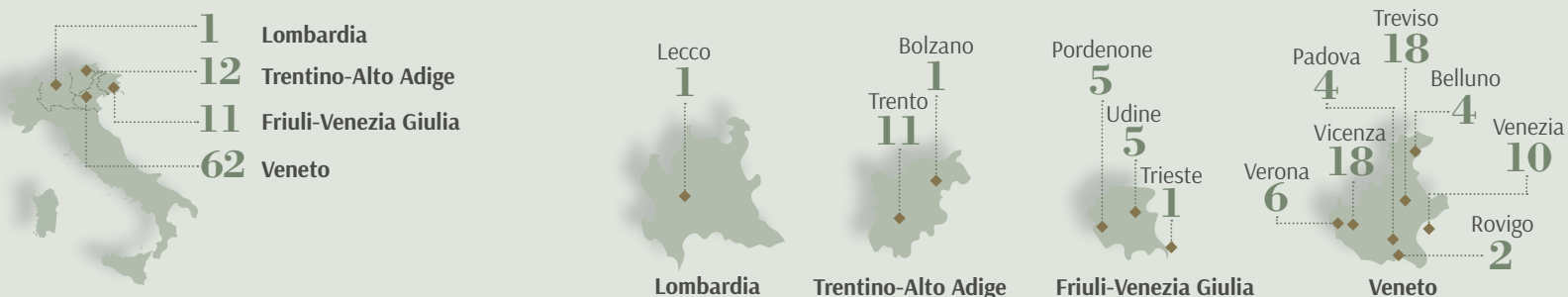


Restyling Botteghe del Caffè



## Distribuzione

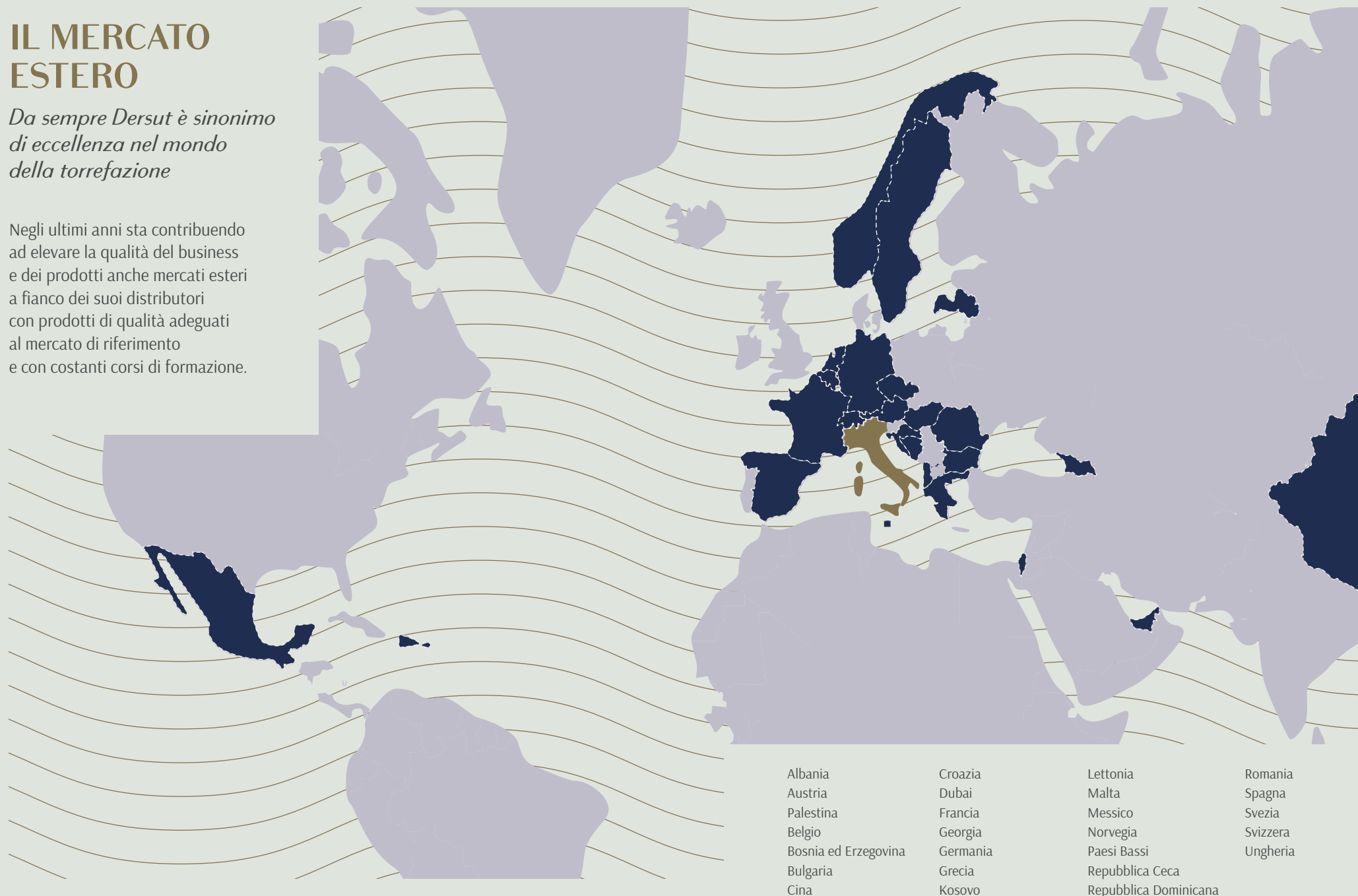
**Mappa sulla distribuzione delle Botteghe del Caffè.** Nella pagina seguente: zoom sulle regioni in cui sono distribuite le Botteghe del Caffè con indicato il numero di quest'ultime per ogni provincia.



## IL MERCATO ESTERO

*Da sempre Dersut è sinonimo di eccellenza nel mondo della torrefazione*

Negli ultimi anni sta contribuendo ad elevare la qualità del business e dei prodotti anche mercati esteri a fianco dei suoi distributori con prodotti di qualità adeguati al mercato di riferimento e con costanti corsi di formazione.



## LE CERTIFICAZIONI

### *Il rating di legalità*

Il 25 novembre 2021 Dersut Caffè Spa ha ottenuto dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in accordo con il Ministero degli Interni e della Giustizia, il rating di legalità, livello 2.

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

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



## GLI STAKEHOLDER

### *Best practice in materia di stakeholder*

Per il presente Bilancio di Sostenibilità, Dersut ha voluto porre il proprio impegno nel seguire le migliori pratiche in materia di stakeholder engagement. A tal proposito, attraverso il coinvolgimento del management e la somministrazione di uno specifico questionario, sono state:

Identificate le categorie di stakeholder rilevanti per l'Azienda;

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

Identificate le tematiche potenzialmente rilevanti per stakeholder e Azienda;

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

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



### *La mappatura degli stakeholder*

Dersut attribuisce un ruolo fondamentale ai suoi stakeholder per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

La condizione essenziale per la collaborazione con essi è quella di instaurare un rapporto di fiducia basato su comportamenti etici. Dersut considera Stakeholder tutti i soggetti che hanno degli interessi connessi per via diretta o indiretta con le sue attività. Sulla base di questo criterio, la società individua le categorie riportate di seguito.

### Categorie di stakeholder individuate da Dersut



## Il coinvolgimento degli stakeholder

Stakeholder e relativi temi materiali prevalenti	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza
<b>AGENTI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacità di rinnovamento e innovazione;</li> <li>• Sicurezza sul lavoro;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Reperibilità del prodotto;</li> <li>• Immagine e reputazione aziendale coerente;</li> <li>• Valorizzare l'italianità;</li> <li>• Solidità economica.</li> </ul>	Incontri	Direzione	Mensile
	Convention	Direzione	Annuale
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Fiere	Area marketing	Semestrale
	Cataloghi	Area marketing	Annuale
	Comunicazioni commerciali	Direzione	Settimanale
	Survey	Direzione	Annuale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale
Newsletter	Area marketing	Mensile	
<b>ASS. DI CATEGORIA E CONSORZI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacità di rinnovamento e innovazione;</li> <li>• Immagine e reputazione aziendale coerente;</li> <li>• Etica e rispetto delle regole;</li> <li>• Economia circolare;</li> <li>• Gestione corretta dei rifiuti;</li> <li>• Politica di welfare;</li> <li>• Aiutare la scuola a formare la professionalità dei ragazzi.</li> </ul>	Visite	Direzione	Mensile
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Comunicati stampa	Area marketing	Trimestrale
	Survey	Area marketing	Annuale
<b>ISTITUTI DI CREDITO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trasparenza e tracciabilità di filiera;</li> <li>• Progettualità e crescita sostenibili;</li> <li>• Utilizzo fonti rinnovabili;</li> <li>• Economia circolare;</li> <li>• Coinvolgimento della filiera sui temi ambientali;</li> <li>• Comunicazione ambientale;</li> <li>• Politica di welfare.</li> </ul>	Visite	Direzione	Mensile
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Comunicati stampa	Area marketing	Trimestrale
	Survey	Area marketing	Annuale

Stakeholder e relativi temi materiali prevalenti	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza
<b>CONSUMATORI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opportunità di crescita professionale;</li> <li>• Attività di formazione permanente;</li> <li>• Sicurezza sul lavoro;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Reperibilità del prodotto;</li> <li>• Immagine e reputazione aziendale coerente;</li> <li>• Valorizzare l'italianità.</li> </ul>	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Newsletter	Area marketing	Mensile
	Packaging	Area marketing	Annuale
	Museo Aziendale	Area marketing	Quindicinale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Fiere	Area commerciale	Semestrale
	Visite	Area commerciale	Settimanale
<b>FORNITORI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicurezza sul lavoro;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Immagine e reputazione aziendale coerente;</li> <li>• Solidità economica;</li> <li>• Partnership con clienti e fornitori;</li> <li>• Progettualità e crescita sostenibili;</li> <li>• Etica e rispetto delle regole.</li> </ul>	Comunicazioni commerciali	Area commerciale	Settimanale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Packaging prodotto	Area marketing	Annuale
	Survey	Area marketing	Annuale
	Sito	Area marketing	Semestrale
<b>TERRITORIO E COMUNITA'</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Partnership con clienti e fornitori;</li> <li>• Progettualità e crescita sostenibili;</li> <li>• Riduzione dell'impatto ambientale;</li> <li>• Utilizzo fonti rinnovabili;</li> <li>• Gestione corretta dei rifiuti;</li> <li>• Aiutare la scuola a formare la professionalità dei ragazzi;</li> <li>• Opportunità occupazionali.</li> </ul>	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Eventi	Area marketing	Semestrale
	Sponsorizzazioni	Area marketing	Semestrale
	Testimonianze	Direzione	Semestrale
	Museo aziendale	Area marketing	Mensile

## Il coinvolgimento degli stakeholder

Stakeholder e relativi temi materiali prevalenti	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza
<b>CAFFETTERIE DERSUT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opportunità di crescita professionale;</li> <li>• Sicurezza sul lavoro;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Solidità economica;</li> <li>• Etica e rispetto delle regole;</li> <li>• Riconoscimento del merito;</li> <li>• Gestione corretta dei rifiuti.</li> </ul>	Newsletter	Area marketing	Mensile
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Fiere	Area commerciale	Semestrale
	Visite	Area commerciale	Settimanale
	Cataloghi	Area marketing	Annuale
	Comunicazioni commerciali	Area commerciale	Settimanale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Certificazioni	Direzione	Annuale
	Packaging prodotto	Area marketing	Triennale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale
<b>DISTRIBUTORI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività di formazione permanente;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Reperibilità del prodotto;</li> <li>• Valorizzare l'italianità;</li> <li>• Branding;</li> <li>• Partnership con clienti e fornitori;</li> <li>• Progettualità e crescita sostenibili.</li> </ul>	Survey	Area marketing	Annuale
	Fiere	Area commerciale	Semestrale
	Sito	Area marketing	Semestrale
	Social network	Area marketing	Quotidiana
	Survey	Area marketing	Annuale
	Certificazioni	Qualità	Annuale
	Newsletter	Area marketing	Trimestrale
	Visite	Direzione	Annuale
	Accademia Baristi	Direzione	Trimestrale

Stakeholder e relativi temi materiali prevalenti	Modalità di coinvolgimento	Responsabilità	Frequenza	
<b>COLLABORATORI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacità di rinnovamento e innovazione;</li> <li>• Sicurezza sul lavoro;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Chiarezza organizzativa;</li> <li>• Riconoscimento del merito;</li> <li>• Riduzione dell'impatto ambientale;</li> <li>• Utilizzo fonti rinnovabili.</li> </ul>	Incontri	Direzione	Mensile	
	Sito	Area marketing	Semestrale	
	Social network	Area marketing	Quotidiana	
	Bacheche	Direzione	Quindicinale	
	Survey	Area marketing	Annuale	
	Comunicazioni interne	Direzione	Quindicinale	
	Certificazioni	Qualità	Annuale	
	Newsletter	Area marketing	Mensile	
	<b>HO.RE.CA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicurezza sul lavoro;</li> <li>• Qualità di prodotto e servizio elevata e garantita;</li> <li>• Reperibilità del prodotto;</li> <li>• Valorizzare l'italianità;</li> <li>• Riconoscimento del merito;</li> <li>• Riduzione dell'impatto ambientale;</li> <li>• Gestione corretta dei rifiuti.</li> </ul>	Newsletter	Area marketing	Mensile
		Sito	Area marketing	Semestrale
Fiere		Area commerciale	Semestrale	
Visite		Area commerciale	Settimanale	
Cataloghi		Area marketing	Annuale	
Comunicazioni commerciali		Area commerciale	Settimanale	
Social network		Area marketing	Quotidiana	
Certificazioni		Direzione	Annuale	
Packaging prodotto		Area marketing	Annuale	
Accademia Baristi		Direzione	Trimestrale	
Survey	Area marketing	Annuale		

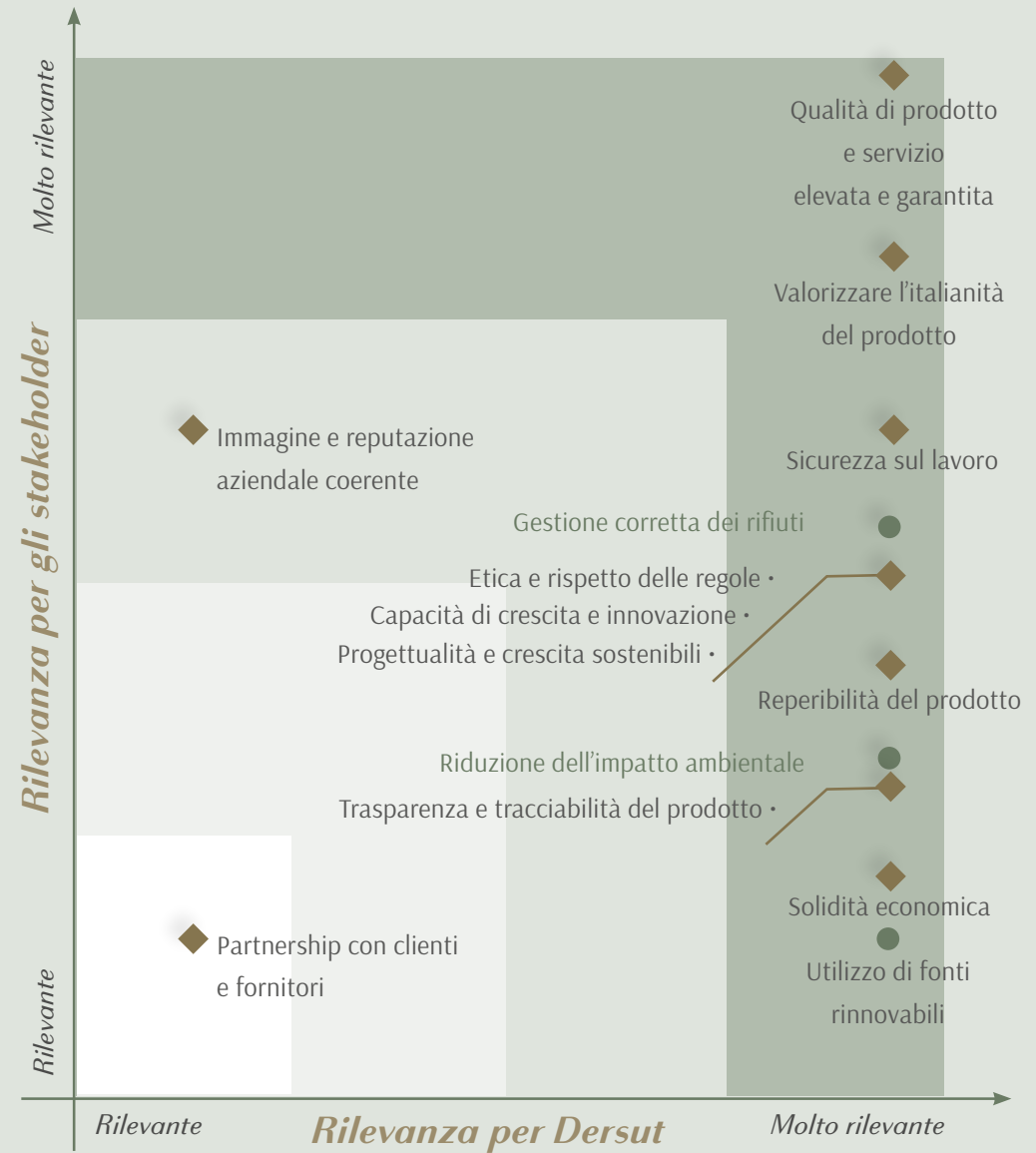
### La matrice di materialità

Gli argomenti più importanti per ciascun stakeholder e per l'Azienda sono stati collocati su una matrice che riporta lungo i due assi le tematiche rilevanti. Gli argomenti sono stati selezionati e sintetizzati rispetto all'iniziale universo di tematiche, sono stati organizzati per macro aree e sottoposti alla valutazione di materialità. Agli stakeholder raggruppati per campioni rappresentativi è stato chiesto di esprimere una valutazione sui diversi temi attribuendo un punteggio da 1 a 4 (1 non rilevante, 4 molto rilevante) in termini di rilevanza in relazione al rapporto tra loro e l'Azienda.

Gli argomenti sono stati divisi in tre categorie: Economici, Sociali e Ambientali. Come si può notare **i temi che hanno ottenuto un punteggio più alto sono quasi esclusivamente quelli legati all'ambito economico e di governance.**



### I risultati della matrice di materialità



COME SI LEGGE

◆ Argomenti Economici

● Argomenti Ambientali



# L'AGENDA 2030

## Gli obiettivi per lo sviluppo sostenibile

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

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

## OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

17 OBIETTIVI PER TRASFORMARE IL NOSTRO MONDO



## Legenda dei principali obiettivi per uno sviluppo sostenibile adottati da Dersut



### Lavoro dignitoso e crescita economica

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



### Consumo e produzione responsabili

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



### Salute e benessere

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



### Lotta contro il cambiamento climatico

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



### Parità di genere

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



### Vita sulla terra

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



### Energia pulita e accessibile

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



## 2. L'IMPATTO SOCIALE

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

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

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

## I DATI SUL PERSONALE

La divisione del personale per fascia di età

	< 30		> 30 - 50		> 50		totale	
	M	F	M	F	M	F	M	F
2021	7	1	14	3	13	4	34	8
2022	6	0	12	5	14	6	32	11

Assunzione e licenziamenti per fascia di età

	< 30				> 30 - 50				> 50				totale			
	M		F		M		F		M		F		M		F	
	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT	IN	OUT
2021	3	2	1											3	2	1
2022	1		1		2	2	1	2					2	4	2	1

Il numero medio delle ore di formazione per tipologia di collaboratori

Anno	Categoria	Personale maschile	Personale femminile	Totale
2021	Impiegati	4	4	140,50
	Operai	6	/	24,50
2022	Impiegati	10	5	3666
	Operai	13	/	2501

## IL PROGETTO SOCIALE

*Dersut si impegna ogni giorno per realizzare iniziative di valore*

### Progetto "Prevenzione è vita".

In collaborazione con WelfareCare, Dersut Caffè sostiene questo progetto nato per promuovere la prevenzione



del tumore al seno per le donne tra i 35 e i 49 anni di età, fascia particolarmente a rischio e non coperta dallo screening mammografico offerto dal Servizio Sanitario Nazionale.

### 3.

# L'IMPATTO AMBIENTALE

*Dersut è attenta alla propria impronta ambientale al fine di ridurla e di sviluppare buone pratiche per tutelare il nostro pianeta*

La sostenibilità ambientale, così come quella sociale ed economica, sono questioni sempre più centrali, che si ripercuotono anche sulla vita lavorativa. Per Dersut questo tema rappresenta uno dei valori cardine dell'attività e di tutto il processo produttivo, siamo orgogliosi di tutte le collaborazioni e le iniziative che siamo riusciti a portare a termine e di quelle a cui stiamo lavorando con molta dedizione. **La convinzione di Dersut è che un prodotto di qualità possa essere apprezzato solo in un contesto armonico e rispettoso della natura.** Partendo da questo

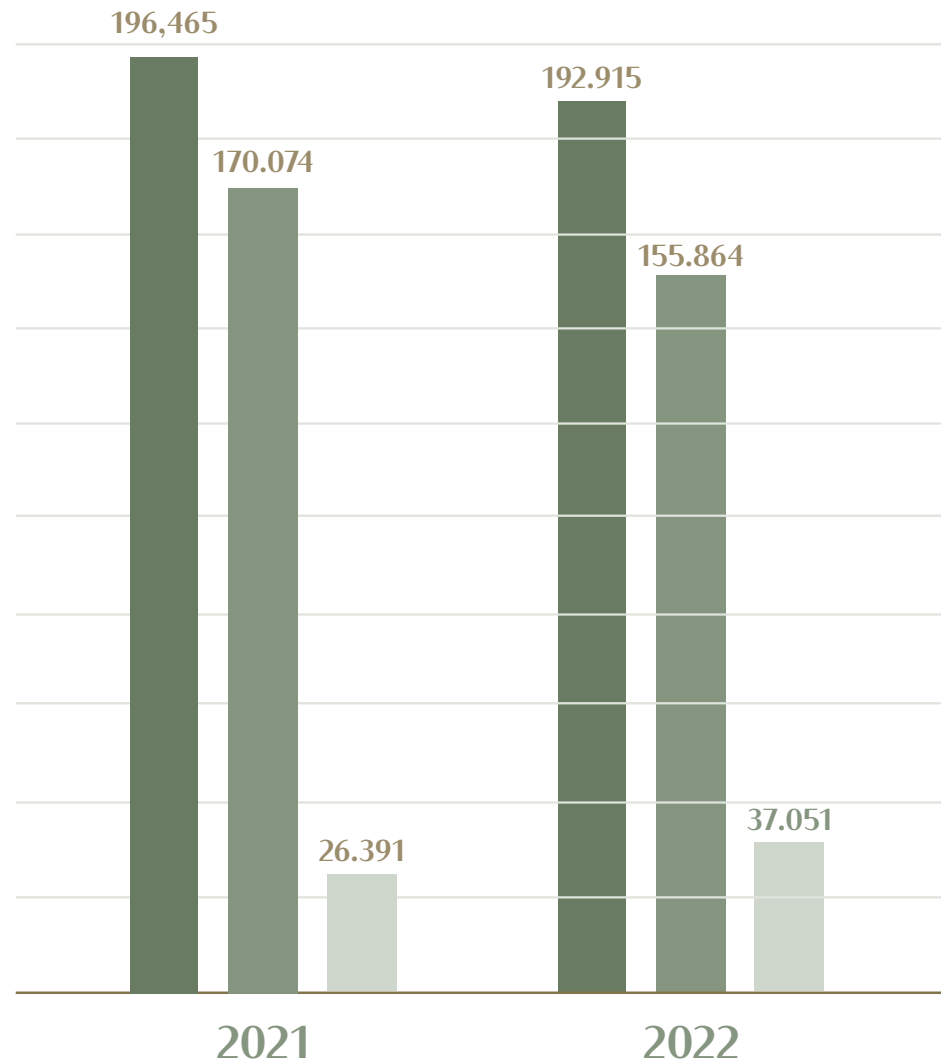
presupposto, **Dersut è stata una tra le prime torrefazioni in Italia a scegliere tecnologie che minimizzassero l'impatto della propria attività sull'ambiente.**

L'azienda è dotata di un generatore di calore a metano, di bruciafumi e di un ciclone grazie al quale viene evitata la dispersione nell'atmosfera delle particelle di caffè tostato.

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

## I CONSUMI A CONFRONTO

### Consumo di elettricità (kWh)



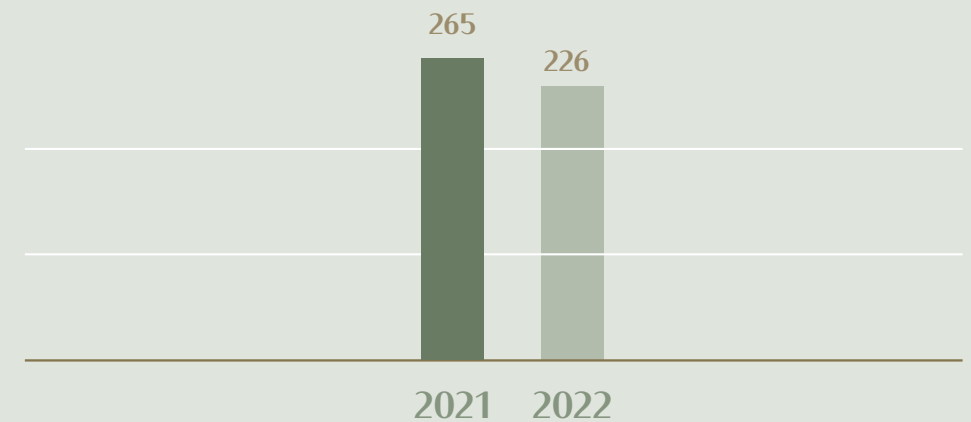
COME SI LEGGE

◆ Fabbisogno totale    ◆ Prelievo rete    ◆ Autoconsumo

### Consumo di gas naturale (Mc)



### Risorse idriche (Mc)



## I PROGETTI AMBIENTALI

*Dersut si impegna ogni giorno per realizzare iniziative di valore*

### ECORETE SOSTENIBILE

La partecipazione a Ecorete, la mostra itinerante che unisce 14 progetti di economia circolare, rappresenta un esempio di sinergia e lavoro di squadra tra imprenditori, territorio, mondo della scuola e delle istituzioni, uniti nell'obiettivo comune di sensibilizzare le aziende, la comunità e i giovani verso il tema della sostenibilità, del rispetto verso la società e l'ambiente.



La tappa finale è stata ospitata al Museo del Caffè, dove Ricrearti e Dersut sono diventati partner di un percorso di alternanza scuola lavoro nel quale gli studenti dell'Istituto



Tecnico Da Collo hanno potuto mettersi alla prova facendo da guide. Promotori dell'iniziativa e sua ottima riuscita anche Savno e l'Amministrazione Comunale di Conegliano. Il progetto, nell'insieme, ha ricevuto una menzione di merito da Legambiente nel corso di **Eco Forum Veneto 2022** per l'idea, il valore sociale e ambientale.



### TOO GOOD TO GO

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



## 4. IL MARKETING

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

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

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

## IL MUSEO DEL CAFFÈ DERSUT

*Dalla pianta alla tazzina,  
un viaggio nella storia del caffè*

A breve distanza dallo stabilimento produttivo, nell'ottobre 2010, con il patrocinio del comune di Conegliano, è stato realizzato il Museo del Caffè Dersut, ricca esposizione storica di caffettiere, macchine da caffè, macinadosatori, tostatrici e macchinari storici, che accompagnano il visitatore in un viaggio nella storia del caffè, alla scoperta dell'intera filiera, dalla pianta alla tazzina. **Il Museo dal 2013 è inserito nella Rete dei Musei Trevigiani. Nel 2018 il Museo del Caffè è entrato a far parte di Museimpresa,** l'associazione promossa da Assolombarda, rete unica a livello europeo, e Confindustria, che riunisce musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane. Dersut ha aderito a numerosi progetti ideati dall'Associazione; tra i più recenti **"Nel tempo di una storia"**, un viaggio alla scoperta dei musei e degli archivi di impresa, raccontato dal fotografo Simone Bramante. Nel 2022 Confindustria ha assegnato il titolo di Capitale della Cultura d'impresa al progetto delle territoriali Venezia, Padova, Treviso e Rovigo presentato da Assindustria e l'azienda con il Museo ha partecipato alle iniziative ideate per l'occasione.



Padova Treviso Venezia Rovigo  
Capitale della  
Cultura d'Impresa  
**2022**



## ABCD ACCADEMIA BARISTI CAFFÈ DERSUT

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

Al piano superiore dell'edificio museale, Dersut ha realizzato l'**ABCD, Accademia Baristi Caffè Dersut**, il centro formazione creato con l'intento di divulgare, attraverso la passione e le conoscenze che da oltre 70 anni la contraddistinguono, l'eccellenza dell'Espresso Italiano, curando la **formazione a 360° di chiunque, operatori del settore e non, voglia avvicinarsi al mondo del caffè.**

Poiché la qualità non può prescindere dalla formazione, con l'Accademia si vuole favorire presso gli operatori del settore la nascita di una vera e propria "cultura del caffè" per trasmettere a barman ed esercenti conoscenze approfondite sull'Espresso Italiano. Le tematiche spaziano dalle informazioni sulla varietà e le origini, alle indicazioni tecniche sui metodi di tostatura ed erogazione, fino ai suggerimenti di natura pratica ed estetica per una migliore degustazione. I formatori di cui si avvale l'Azienda per l'erogazione dei corsi sono in possesso del **patentino assaggiatori caffè (IEI)** e **giudici sensoriali EUROISA.**



**A B** | ACCADEMIA  
**C D** | BARISTI  
CAFFÈ  
DERSUT

## LE FIERE

*Insieme per fare la differenza*



Dersut Caffè, anche nel 2022, ha continuato a partecipare alle più importanti Fiere di settore: appuntamenti fissi per lanciare prodotti e soluzioni innovative, scoprire le ultime tendenze, confrontarsi con i competitor, diffondere la cultura del caffè, stringere accordi e collaborazioni con interlocutori di altissimo livello e partecipare ad eventi specializzati. Durante i giorni di manifestazione è stato possibile degustare le miscele Dersut, essere spettatori ma anche partecipare

attivamente ad interessanti eventi con tanti ospiti famosi e i trainer dell' ABCD Accademia Baristi Caffè Dersut. Le Fiere cui abbiamo partecipato nel 2022 sono state:

**Sigep – Salone Internazionale della Gelateria, Pasticceria, Panificazione Artigianali e Caffè a Rimini** eccezionalmente a Marzo (solitamente nel mese di Gennaio).

**Triestespresso - L' Expo è l'esposizione dedicata al caffè, in tutte le sue forme.** Un evento internazionale, ospitato nella Capitale del Caffè dove, da oltre trecento anni, opera un comparto altamente specializzato.



Ci auguriamo per il prossimo anno di continuare la partecipazione alle fiere più importanti e di riprendere nel prossimo 2023 la collaborazione con gli studenti degli istituti alberghieri. Credendo infatti nell'importanza della sinergia tra il nostro mondo lavorativo e il mondo della formazione scolastica abbiamo organizzato per svariati anni la tappa Dersut di qualificazione nel Concorso **Espresso Italiano Champion dell'Istituto Espresso Italiano (IEI)** anziché in ambito aziendale in un

contesto importante come quello della fiera di Rimini, vedendo sfidarsi con determinazione e grandi capacità non professionisti del settore ma i più bravi studenti degli istituti alberghieri del Veneto. Nell'ottica della nostra sostenibilità sociale abbiamo voluto dare ai giovanissimi baristi del futuro la possibilità di cimentarsi in una vera, importante competizione di livello nazionale e a noi Dersut l'opportunità di valorizzare il mondo della scuola professionale interagendo con esso.

## LE ASSOCIAZIONI

*L'impegno verso il territorio*

L'impegno verso il territorio e i temi più rilevanti del proprio settore è dimostrato anche dalla partecipazione di Dersut Caffè Spa alle seguenti associazioni:

### Assindustria Venetocentro - Imprenditori Padova-Treviso

Assindustria Venetocentro è l'associazione nata dall'unione tra Confindustria Padova e Unindustria Treviso che rappresenta le imprese delle due provincie.

### Gruppo Italiano Torrefattori Caffè (GITC)

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

### Istituto Espresso Italiano (IEI)

L'Istituto Espresso Italiano (IEI),

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

### Specialty Coffee Association (SCA)

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

### Rete Musei Trevigiani

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

### Museimpresa Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa

Museimpresa, promossa da Assolombarda e Confindustria, è nata a Milano nel 2001 con l'obiettivo di individuare, promuovere e mettere in rete le imprese che hanno scelto di privilegiare la cultura nelle proprie strategie di comunicazione, come strumento di sviluppo economico e valore

aggiunto per l'azienda. Le aziende e gli enti che aderiscono a Museimpresa offrono una ricca panoramica della storia produttiva, culturale e progettuale del nostro paese e delle sue eccellenze nei principali settori del made in Italy.

### Narratori del Gusto

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

### Consorzio di Tutela del Caffè Espresso Italiano Tradizionale

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



**MUSEIMPRESA**



**NARRATORI DEL GUSTO**



CONSORZIUM FOR THE SAFEGUARD OF TRADITIONAL ITALIAN ESPRESSO COFFEE

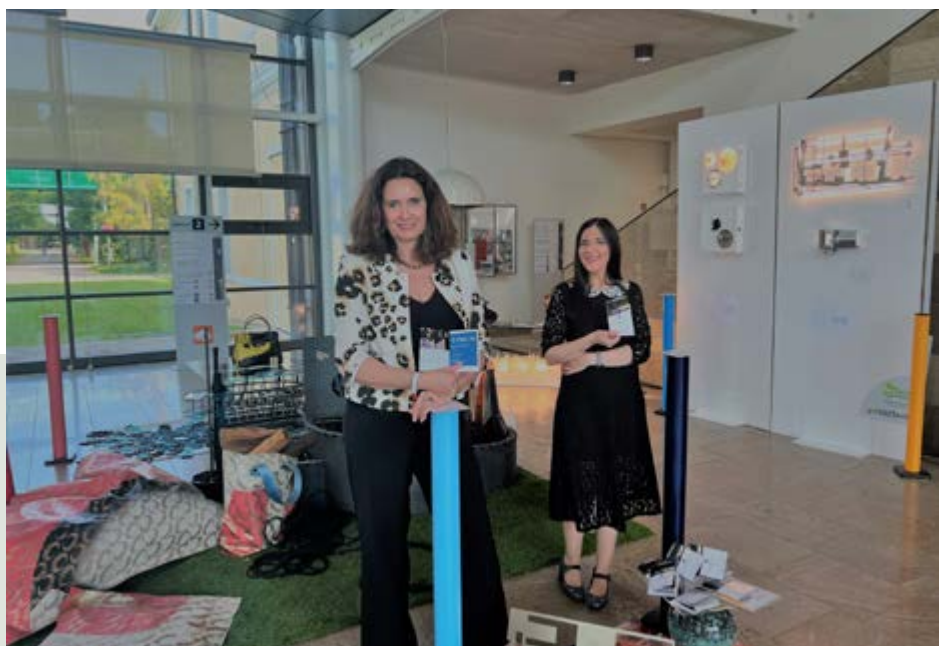
Per conoscere tutti i soci  
[www.espressoitalianotradizionale.it/i-soci/](http://www.espressoitalianotradizionale.it/i-soci/)

# IL GRUPPO SOSTENIBILITÀ

## Sostenibilità d'impresa

Dersut da diversi anni prende parte al progetto “Sostenibilità d'impresa” di **Assindustria Venetocentro e diretto dal dott. Mario Paronetto**. Si tratta di una iniziativa di oltre cinquanta imprenditori, associati ad AVC, della provincia di Treviso e di Padova, i quali hanno deciso in modo volontario di riunirsi periodicamente per condividere le proprie esperienze e migliori pratiche in merito alle strategie adottate per operare in un'ottica di Sviluppo

Sostenibile. In questo modo le aziende partecipanti, che operano in settori diversi, possono apprendere vicendevolmente nuove metodologie utili per generare un impatto rigenerativo nei confronti del territorio e della società. Nel Maggio 2022 si è svolta la Settimana della Sostenibilità promossa da Assindustria presso la sede della provincia di Treviso e Dersut ha partecipato al ciclo di incontri “Le imprese si raccontano”.



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



## 5.

# GLI OBIETTIVI 2023

*Il nostro grande obiettivo per il 2023  
è il trasferimento nella nuova sede aziendale*

Il nostro grande obiettivo per il 2023 è poter iniziare il trasferimento nella **nuova sede aziendale di Conegliano, in via San Giuseppe**. È un traguardo di fondamentale importanza per l'azienda intera che consentirà di implementare la produzione ma contestualmente, in considerazione dei nuovi spazi, dell'organizzazione del lavoro e dell'attività di formazione, di migliorare l'ambiente lavorativo coinvolgendo sempre più l'intera compagine aziendale sul tema della sostenibilità e tutte le sue sfaccettature. **Tutto ciò perché il valore della sostenibilità sia gradualmente condiviso da tutti i comparti Dersut, tramite un graduale coinvolgimento diretto e un'efficace comunicazione.** Lavoreremo il prossimo anno per continuare sempre più la sinergia

con aziende, enti del mondo dell'istruzione, istituzioni, associazioni ed in generale tutti gli stakeholder che sappiano creare o condividere progetti di sostenibilità e sensibilizzazione, perché la parola sostenibilità non sia un mero messaggio di marketing ma si traduca in **azioni concrete** e in passi via via più certi e significativi. In quest'ottica continueremo a rendicontare le nostre attività e **ci auguriamo di veder riconosciuto nuovamente alla nostra azienda il Rating di Legalità, ottenendo nel 2023 un punteggio ancor più alto.** Riteniamo infatti che ogni azienda debba poter creare il proprio percorso di sostenibilità compatibilmente con la propria attività, traendo ispirazione dal proprio progresso ma migliorando sempre, ogni anno.

**DERSUT**  
*Il vero gusto del caffè italiano*



**Dersut Caffè S.p.A.**

Tel. +39 0438 411200 - [info@dersut.it](mailto:info@dersut.it)

**[www.dersut.it](http://www.dersut.it)**