

# 20 RELAZIONE 25 DI IMPATTO

ZPC Srl – Società Benefit



# Indice

<b>Lettera agli stakeholders</b> .....	5
<b>Chi siamo</b> .....	7
Identità .....	7
Storia e percorso di crescita .....	9
Mercato di riferimento .....	10
Principi e valori .....	11
La Carta dei valori .....	12
Competenze certificate .....	13
Il 2025 di ZPC .....	14
Essere Società Benefit .....	15
Finalità di beneficio comune .....	15
<b>Attività di beneficio comune</b> .....	16
Area ambientale .....	16
Area sociale .....	28
Area governance .....	37
<b>Valutazione degli impatti</b> .....	41
Metodologia .....	41
La creazione di valore con il Prodotto .....	43
La creazione di valore con il Lavoro .....	44
La creazione di valore economico .....	45
Autovalutazione delle Sostenibilità delle Operations .....	46
Autovalutazione rispetto alla Governance .....	47
Sintesi della creazione di valore .....	48
La continuità nel tempo della Creazione di valore .....	49
Gli impatti di ZPC sui “Sustainable Development Goals” .....	50



# Lettera agli stakeholders

Nel 2025, ZPC ha intrapreso un **nuovo anno di crescita**, impegnandosi ulteriormente verso i **valori** che ci guidano come **Società Benefit**. Il report che vi presentiamo non è solo una raccolta di numeri e dati, ma una testimonianza del nostro **impegno quotidiano** nel coniugare il successo aziendale con un impatto positivo per la società e l'ambiente.

Quest'anno abbiamo consolidato l'impegno verso la **sostenibilità**, estendendo la nostra attività a nuove collaborazioni con il territorio, come la valorizzazione degli spazi aziendali di Villa Becelli-Poggi, che sono stati messi a disposizione di 6 associazioni locali per eventi pubblici e iniziative culturali. Abbiamo continuato a lavorare su iniziative a beneficio del territorio e della comunità, perseguendo obiettivi tangibili come il supporto alla **biodiversità** e l'**inclusione sociale**.

Nel nostro secondo anno come Società Benefit, abbiamo messo nero su bianco il nostro impegno verso il **benessere** dei nostri **dipendenti** e verso un modello di business che va oltre il profitto. Azioni come la gestione responsabile delle risorse e la promozione del lavoro agile hanno rafforzato la nostra cultura interna e le relazioni con gli stakeholder.

Guardiamo al **futuro** con **ottimismo**, consapevoli che il cammino intrapreso è solo all'inizio. Il nostro impegno per il 2026-2027 include l'ampliamento delle nostre iniziative di welfare e sostenibilità, puntando a creare valore condiviso e a consolidare nuove partnership che possano amplificare l'impatto positivo del nostro operato.

In questo viaggio, continueremo a guardare oltre i risultati economici, per focalizzarci sulla creazione di un modello di business che non solo genera profitti, ma che è anche capace di migliorare la società in cui operiamo.

Vi ringraziamo per il supporto e la fiducia che ci avete sempre dimostrato, e siamo entusiasti di affrontare insieme il futuro con la consapevolezza che il nostro cammino possa ispirare sempre più realtà a seguire un modello di impresa sostenibile.

## Zeno Poggi

*Co-founder di ZPC*





# 01 Chi siamo



## Identità

ZPC è una società di consulenza specializzata in **Trade Compliance, Export Controls e Aspetti Doganali**, che supporta

- imprese
- istituti finanziari

nella gestione dei rischi connessi al commercio internazionale.

### Trade Compliance

Rispetto delle normative UE ed extra UE per la corretta movimentazione e immissione in consumo dei prodotti nei mercati globali.

### Customs

Gestione degli aspetti doganali, classificazione dei prodotti, dazi, origine preferenziale e non preferenziale, procedure di importazione/esportazione.

### Export Controls

Rispetto dei programmi sanzionatori internazionali su prodotti, soggetti, entità e Paesi per cui si applicano restrizioni, divieti o embarghi.

**ZPC** opera in un contesto globale caratterizzato da una **crescente complessità normativa**, dall'incremento di **barriere commerciali, sanzioni internazionali, requisiti regolatori** e di **sostenibilità**, e affianca i clienti nella **prevenzione dei rischi legali, operativi e reputazionali** e nella tutela della continuità del business.



L'attività di ZPC integra

- **consulenza specialistica**
- **formazione certificata**
- **soluzioni digitali**

con l'obiettivo di trasformare la compliance da obbligo normativo a leva strategica e manageriale per l'internazionalizzazione.

### Consulenza



### Prodotti digitali



### Formazione su misura



# Storia e percorso di crescita

**ZPC** nasce nel **2005** come Zeno Poggi Consulenze Srl e intraprende un percorso di crescita continua, fondato su **qualità, innovazione e sviluppo delle competenze**.

## 2015

certificazione **ISO 9001**

## 2016

avvio dei servizi digitali e lancio di **ECP® – Export Controls Platform**; nascita del progetto **AWOS – A World of Sanctions**

## 2017

ampliamento dei servizi a **banche e istituti finanziari**

## 2018

introduzione del corso **ECO® – Export Compliance Officer**, certificato CEPAS

## 2019

trasformazione in **ZPC Srl**

## 2020

adozione del modello della **learning organization**

## 2022

certificazione CEPAS del programma **ICP – Internal Compliance Program**

## 2024

trasformazione in **Società Benefit**

# Mercato di riferimento

ZPC opera nel mercato della **consulenza per la compliance nel commercio internazionale**, un settore in forte espansione a causa di:

- aumento delle **barriere commerciali, tariffarie e non tariffarie**;
- rafforzamento dei **controlli da parte delle autorità nazionali e internazionali**;
- rilevanza crescente dei **rischi legali, operativi e reputazionali**.

Le aziende che operano a livello internazionale necessitano di **competenze specialistiche** per:

- **prevenire violazioni** normative;
- **evitare sanzioni, blocchi doganali** e interruzioni del business;
- **gestire** in modo efficiente **processi doganali, regolatori e autorizzativi**.



**AIUTIAMO OGNI GIORNO LE IMPRESE A RISPETTARE  
LE NORMATIVE DEL COMMERCIO ESTERO, PREVENIRE IL  
RISCHIO SANZIONI E MIGLIORARE LE PERFORMANCE  
DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE"**

# Principi e valori

Nel 2020, ZPC ha scelto di adottare un modello organizzativo basato sulla **Learning organization**, che pone **al centro le persone, la loro formazione continua e l'innovazione della struttura**. Questo approccio ha colto come opportunità i nuovi assetti lavorativi derivanti dall'emergenza COVID, come lo smart working, valorizzando la maturità e l'indipendenza delle risorse umane.

Al 31 dicembre 2025, il team di ZPC conta 22 dipendenti attivi.

L'**organigramma** di ZPC è **orizzontale**, favorendo il coinvolgimento attivo di ogni membro del team, a cui vengono offerti ampi spazi per la crescita professionale, insieme a formazione continua e mentorship con le risorse senior.

Di seguito, riportiamo la struttura organizzativa esagonale di ZPC, coerente con i principi della Learning Organization.



Nel corso del 2025, ZPC ha lavorato a nuove definizioni di Mission e Vision, che rappresentassero al meglio l'evoluzione della società.



## Mission

Guidiamo le imprese a superare con sicurezza le insidie del commercio internazionale, attraverso servizi di consulenza e soluzioni digitali integrati e specializzati in export controls, processi doganali e conformità regolatoria.

Affianchiamo i nostri clienti nel trasformare l'export compliance in una capacità manageriale concreta, fondata su competenze certificate, aggiornamento continuo e centralità delle persone.



## Vision

Vediamo un mondo caratterizzato da crescenti barriere, restrizioni e controlli, in cui la compliance diventa una leva strategica per la continuità del business.

ZPC aspira a essere il punto di riferimento affidabile e autorevole per le aziende virtuose che vogliono internazionalizzarsi in modo consapevole, generando valore anche per l'ambiente, le persone e il territorio.



## La Carta dei valori

<p><b>INTEGRITÀ E TRASPARENZA</b></p>	<p>Aderiamo con convinzione a <b>principi etici solidi</b>, garantendo il rispetto delle normative, tutelando la nostra reputazione e quella dei nostri clienti. Agiamo con <b>onestà, chiarezza e impegno</b> per creare <b>fiducia e continuità</b> con clienti, partner e collaboratori.</p>
<p><b>PERSONE AL CENTRO E FORMAZIONE CONTINUA</b></p>	<p>Ogni persona è la chiave del nostro successo. Favoriamo una <b>cultura partecipativa</b> incoraggiando <b>autonomia, responsabilità, crescita personale, sviluppo del talento e spirito di squadra</b>. La <b>formazione</b> è il nostro motore: ogni nuova competenza e idea innovativa accende opportunità.</p>
<p><b>ECCELLENZA E AFFIDABILITÀ</b></p>	<p>Vogliamo essere all'altezza delle sfide che ci pongono i nostri clienti, andando in profondità e proponendo soluzioni operative che superino le loro aspettative. Realizzare sempre le <b>promesse di eccellenza</b> significa per noi essere <b>affidabili</b>.</p>

# Competenze certificate

ZPC ha scelto di dotarsi di **procedure e processi strutturati**, nonché di perseguire l'ottenimento e il mantenimento sostanziale di **certificazioni** negli ambiti della propria attività, al fine di garantire un servizio in linea con gli elevati standard qualitativi dei propri clienti.

Nel 2015 ZPC ha adottato un **sistema di gestione per la qualità conforme alla norma ISO 9001**, con l'obiettivo di strutturare in modo organico i processi aziendali, migliorare l'efficienza operativa e garantire un elevato livello di affidabilità nei confronti di clienti e stakeholder. Tale scelta rappresenta per ZPC uno strumento centrale di gestione, orientato al miglioramento continuo.

Nel 2025 è stato sostenuto con esito positivo l'**audit di mantenimento** della certificazione, a conferma della solidità del sistema adottato e della sua integrazione nelle attività aziendali.

Nel 2018 **CEPAS**, Istituto di Certificazione delle Competenze e della Formazione di Bureau Veritas, ha certificato il corso **ECO® – Export Compliance Officer**, e nel 2022 il programma **ICP – Internal Compliance Program**, del quale nel 2025 è stata rinnovata la certificazione.

Sulla scia della trasformazione in Società Benefit, nel 2024 ZPC si è sottoposta alla **valutazione di sostenibilità con EcoVadis**, una delle più importanti piattaforme internazionali di rating della sostenibilità, ottenendo una medaglia di bronzo. Nel 2025, il rinnovo della certificazione ha portato all'ottenimento di una medaglia d'argento, a coronamento di un percorso di miglioramento in ambito di **tutela ambientale, pratiche lavorative, diritti umani ed etica** che ZPC porta avanti con impegno e fiducia.

## 2015

Ottenimento della Certificazione per la gestione del sistema qualità **ISO 9001:2015**

## 2018

Certificazione CEPAS del corso **ECO® – Export Compliance Officer**

## 2022

Certificazione CEPAS del programma **ICP – Internal Compliance Program**

## 2024

Valutazione di sostenibilità **EcoVadis**

# Il 2025 di ZPC

## COMPANY

**+2**

NUOVE ASSUNZIONI



**472**



ORE  
DI FORMAZIONE INTERNA

MANTENIMENTO  
CERTIFICAZIONE

**ISO 9001**



RINNOVO CERTIFICAZIONE

**ICP** INTERNAL COMPLIANCE  
OFFICER

## INNOVATION & PROMOTION

NUOVI SVILUPPI  
PER LA PIATTAFORMA

**ECP®**

EXPORT  
CONTROLS  
PLATFORM



**25**

WEBINAR



PER UN TOTALE DI

**5300**

PARTECIPANTI

## PEOPLE

AUMENTO DEL TEMPO  
DI LAVORO AGILE AL

**50%**

DEL MONTE ORARIO



EROGAZIONE DI

**BUONI  
PASTO**



PER OGNI GIORNO  
LAVORATO, COMPRESI  
QUELLI DI LAVORO AGILE



## Essere Società Benefit

Nel gennaio 2024, ZPC è diventata **Società Benefit**. Alla base di questa scelta vi è la necessità di rendere strutturale il proprio impegno verso un **modello di business responsabile, trasparente e sostenibile**, capace di **generare valore** non solo **economico**, ma anche **sociale e ambientale**.

L'operare come Società Benefit rafforza la coerenza tra:

- servizi offerti;
- valori aziendali;
- impatto generato su persone, territorio e ambiente.



Nel 2025 ZPC ha aderito ad **Assobenefit**, l'Associazione Nazionale per le Società Benefit. A tale proposito, si segnala la partecipazione di Nicola Gelder, Fonduing Partner e responsabile d'impatto di ZPC, alla VI Giornata Nazionale delle Società Benefit, tenutasi a Milano il 20 maggio 2025.

## Finalità di beneficio comune



### Area ambientale:

Portiamo avanti attività che mirano a ridurre gli impatti ambientali legati alle nostre operazioni, dialogando attivamente con la nostra catena di fornitura perché l'impegno sia condiviso e, quindi, a maggiore impatto.



### Area sociale:

Promuoviamo progetti che consentano, ai nostri collaboratori, di accrescere il loro valore umano, anche attraverso attività di volontariato e inclusione sociale, e condividendo spazi e risorse con associazioni del territorio.



### Area di governance:

Ci impegniamo a rispettare le massime condizioni di trasparenza e accountability verso gli stakeholder, con particolare riferimento alla contrattualistica, e a portare avanti iniziative di disseminazione del modello Benefit nel territorio e nella nostra comunità di riferimento.

# 02 Attività di beneficio comune



## Area ambientale

### Policy ambientali interne: dalla strategia alle pratiche quotidiane

Nel corso del 2025 ZPC ha rafforzato il proprio **impegno ambientale** introducendo **policy interne dedicate**, pensate per rendere strutturali, condivise e misurabili le buone pratiche ambientali, in coerenza con il proprio ruolo di Società Benefit.

#### Raccolta differenziata

- Definizione chiara delle modalità di smaltimento dei rifiuti negli uffici
- Gestione corretta anche di rifiuti particolari e speciali
- Coinvolgimento diretto di tutti i collaboratori

#### Paper-free

- Digitalizzazione dei processi e dei materiali informativi
- Riduzione progressiva dell'uso della carta
- Dematerializzazione adottata come standard operativo

## Plastic-free

- Eliminazione della plastica monouso in ufficio e durante gli eventi
- Utilizzo di materiali riutilizzabili o compostabili
- Promozione di comportamenti responsabili e circolari

## Risparmio energetico

- Linee guida per un uso efficiente di climatizzazione e illuminazione
- Buone pratiche per apparecchiature elettroniche
- Sensibilizzazione continua e monitoraggio dei consumi

Le policy ambientali introdotte nel 2025 contribuiscono a ridurre gli impatti delle attività aziendali e a diffondere una cultura della sostenibilità integrata nelle pratiche quotidiane di ZPC.



## Digitalizzazione e riduzione dell'uso di carta

Nel 2025 ZPC ha proseguito e consolidato il percorso di **digitalizzazione dei materiali di comunicazione e dei processi interni**, con l'obiettivo di ridurre in modo strutturale il consumo di carta e favorire modalità operative a minore impatto ambientale.

Un primo cambiamento significativo riguarda i biglietti da visita. A partire dal 2024, ZPC ha adottato **esclusivamente biglietti da visita digitali**, azzerando completamente i costi di stampa e sostenendo un costo contenuto per la gestione degli strumenti digitali, pari a 78,44 € nel 2025. Nel corso del 2025, i biglietti da visita digitali hanno registrato 167 visualizzazioni, a conferma dell'effettivo utilizzo dello strumento come alternativa alla versione cartacea.

Analogamente, nel 2025 ZPC ha **ridotto** in modo significativo il ricorso alle **brochure cartacee**, passando da una media annua di 800 brochure stampate nel 2024 a 200 brochure nel 2025, grazie alla progressiva sostituzione dei materiali stampati con brochure digitali sfogliabili. Questa riduzione ha consentito di limitare in modo rilevante la produzione di materiali cartacei, mantenendo al contempo l'efficacia della comunicazione verso clienti e stakeholder.

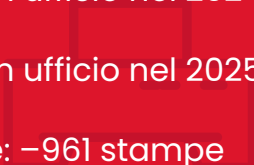
Il percorso di dematerializzazione ha riguardato anche le **attività operative interne**. Nel 2025 il **numero di stampe** effettuate in ufficio è **sceso** a 17.976, rispetto alle 18.937 del 2024, con un risparmio di 961 stampe su base annua. Questo dato evidenzia l'effetto combinato dell'adozione di strumenti digitali e della diffusione di buone pratiche interne volte a limitare le stampe non necessarie.

Nel 2025 la digitalizzazione ha consentito di ridurre in modo concreto l'uso di carta e le stampe, confermando la **transizione** di ZPC verso **pratiche operative a minore impatto ambientale**.

### Brochure

- Brochure stampate nel 2024: 800
  - Brochure stampate nel 2025: 200
  - Riduzione: -600 brochure
- 

### Stampe

- Stampe in ufficio nel 2024: 18.937
  - Stampe in ufficio nel 2025: 17.976
  - Riduzione: -961 stampe
- 

### Biglietti da visita

- Biglietti cartacei: 0
  - Biglietti digitali: 22
  - Costo biglietti digitali 2025: 78,44 €
  - Visualizzazioni biglietti digitali 2025: 167
- 

## Mobilità sostenibile

Sul fronte della mobilità aziendale, nel 2025 ZPC ha confermato e rafforzato il proprio impegno verso soluzioni a basso impatto ambientale, proseguendo nel percorso di progressiva riduzione delle emissioni legate agli spostamenti professionali.

Dopo l'acquisto, nel 2024, di un'auto aziendale elettrica, nel 2025 l'azienda ha integrato il proprio parco auto con un'**auto aziendale ibrida**, favorendo una transizione graduale verso forme di mobilità più sostenibili e coerenti con le esigenze operative.

A supporto di questa scelta, nel 2025 ZPC ha inoltre provveduto all'installazione di una **colonnina di ricarica per veicoli elettrici**, alimentata da energia green a basso impatto ambientale, certificata EKOenergy, rendendo più efficiente e accessibile l'utilizzo di mezzi a trazione elettrica e rafforzando l'integrazione tra mobilità sostenibile e infrastrutture aziendali.

FLOTTA AZIENDALE	2024	2025
Numero veicoli	2	3
Numero veicoli elettrici	1	1
Numero veicoli ibridi	1	2
Numero veicoli a benzina/diesel/GPL	0	0

## Energia da fonti rinnovabili

ZPC ha continuato nel 2025 a utilizzare **energia elettrica** proveniente **da fonti rinnovabili**, continuando a utilizzare energia certificata **EKOenergy**.

La continuità di questo indicatore testimonia la volontà dell'azienda di rendere **strutturale** l'approvvigionamento energetico sostenibile, integrandolo stabilmente nel proprio modello di gestione.



L'utilizzo di energia certificata da fonti rinnovabili, unito all'installazione della colonnina di ricarica per veicoli elettrici, contribuisce a **ridurre l'impatto ambientale** complessivo delle attività aziendali e a rafforzare la **coerenza** tra scelte energetiche, mobilità sostenibile e obiettivi di beneficio comune.

## Sensibilizzazione e comunicazione sui temi ambientali ed ESG

Nel 2025 ZPC ha rafforzato in modo significativo le **attività di comunicazione e sensibilizzazione sui temi ambientali ed ESG**, riconoscendo il ruolo strategico della diffusione della cultura della sostenibilità verso clienti, partner e stakeholder.

Rispetto al 2024, si registra un incremento rilevante dei contenuti divulgativi:

- le newsletter e i post LinkedIn su tematiche ESG e sostenibilità sono passate da 28 nel 2024 a 34 nel 2025;
- il numero medio mensile di newsletter su queste tematiche è aumentato da 2 a 2,8.

Questi dati evidenziano il passaggio da un approccio occasionale a una comunicazione strutturata e continuativa, volta a rafforzare la consapevolezza sui temi della sostenibilità e a promuovere comportamenti responsabili lungo la catena del valore.

TITOLO COMUNICAZIONE	DATA
Pubblicato il Regolamento sugli imballaggi e i rifiuti da imballaggio	22/01/2025
Regolamento Ecodesign: avanzamenti nell'adozione degli atti di implementazione	30/01/2025
Etichettatura ambientale volontaria in Francia: scatta l'obbligo di indicare anche il "costo ambientale"	20/02/2025
PFAS: nuovi divieti in Francia	21/02/2025
CBAM: la Commissione UE propone nuove semplificazioni	27/02/2025
Pacchetto "Omnibus": proposte di semplificazioni alla CSRD e CSDDD	27/02/2025
Corso di formazione "Sostenibilità ed affermazioni ambientali nel settore del tessile: come evitare il greenwashing"	07/03/2025
Accordo provvisorio sulla riforma della direttiva quadro sui rifiuti: le principali novità in ambito di EPR tessile	20/03/2025
ZPC alla conferenza FESI sulle politiche europee di sostenibilità e il loro impatto sull'industria degli articoli sportivi	21/03/2025

TITOLO COMUNICAZIONE	DATA
Aggiornamenti sul CBAM: come diventare dichiarante autorizzato	25/03/2025
Avanza la proposta di legge contro il fast-fashion in Francia: a giugno la votazione in Senato	09/04/2025
Riprendono i lavori per l'istituzione di un sistema EPR per i tessili in Italia	11/04/2025
Regolamento sull'ecoprogettazione (ESPR): pubblicato il primo Piano di Lavoro della Commissione UE	17/04/2025
Regolamento sulla Deforestazione: adottate misure per la semplificazione dell'attuazione	18/04/2025
Pacchetto Omnibus: la "Stop the clock" posticipa le scadenze per la Rendicontazione di Sostenibilità e la Due Diligence di sostenibilità	18/04/2025
EUDR: pubblicato l'elenco dei Paesi, o parti di Paesi, a basso o ad alto rischio di deforestazione	23/05/2025
CBAM: raggiunto un accordo provvisorio su semplificazione e rafforzamento del meccanismo	20/06/2025
Valutazione di sostenibilità EcoVadis: ZPC è medaglia d'argento	24/06/2025
Francia e restrizioni all'uso di PFAS: pubblicata la bozza di decreto attuativo	28/08/2025
Francia: il 1° ottobre 2025 debutta l'etichetta sul "costo ambientale" per il tessile	16/09/2025
Direttiva UE sui rifiuti: scatta l'EPR per i produttori di tessili	18/09/2025
Webinar "Prepararsi al Regolamento su deforestazione e degrado forestale: gli obblighi di due diligence per le imprese"	19/09/2025
EUDR: possibile un'ulteriore proroga all'applicazione	25/09/2025
Le iniziative di ZPC per la biodiversità	01/10/2025
Custodi di Biodiversità: voci, progetti e comunità in dialogo	06/10/2025
CBAM: pubblicato dall'UE il Regolamento di semplificazione	17/10/2025

TITOLO COMUNICAZIONE	DATA
Proposte importanti novità in ambito EUDR: posticipo per le piccole e micro imprese, grace period di sei mesi per le grandi e medie imprese e ulteriori semplificazioni	22/10/2025
Nicola Gelder di ZPC relatrice all'evento "La trama Etica" di Ecomondo 2025	30/10/2025
Green claims e obblighi normativi: pronti per il cambiamento?	07/11/2025
EUDR, via libera del Consiglio UE al negoziato: possibili nuove regole di due diligence e applicazione posticipata	20/11/2025
CBAM verso la piena operatività: le nuove regole UE per i verificatori	28/11/2025
EUDR: raggiunto accordo provvisorio tra Parlamento e Consiglio UE sulla proposta di revisione	05/12/2025
EUDR: semplificazioni operative e proroga di un anno dei termini di applicazione	23/12/2025
CBAM: la Commissione UE propone il rafforzamento del meccanismo nel periodo definitivo	24/12/2025

Nell'ambito dell'**attività di formazione** portata avanti da ZPC, inoltre, si segnalano 5 **webinar** dedicati a temi inerenti ai **Regolamenti europei in tema di sostenibilità**, alcuni dei quali tenuti in collaborazione con **Assosport - Associazione Nazionale fra i Produttori Sportivi**, di cui la Founding Partner e Responsabile d'Impatto di ZPC, Nicola Gelder, è vicepresidente, e **FESI - Federation of the European Sporting Goods Industry**, che hanno visto una partecipazione complessiva di oltre 400 persone.

TEMA	DATA	PARTECIPANTI
Navigating the challenges of EPR labelling & packaging requirements	04/03/2025	70
Aggiornamento conformità chimica in UE: l'impatto delle restrizioni PFAS sulle imprese di articoli sportivi	20/03/2025	34
Clarifying and simplifying sustainability rules: building effective policies for the European Sporting Goods Industry	20/03/2025	100

TEMA	DATA	PARTECIPANTI
Prepararsi al Regolamento su deforestazione e degrado forestale: gli obblighi di due diligence per i produttori di articoli sportivi	25/09/2025	15
Prepararsi al Regolamento su deforestazione e degrado forestale: gli obblighi di due diligence per le imprese	30/09/2025	189

ZPC inoltre fornisce **notizie e aggiornamenti** su tematiche inerenti ai Regolamenti europei in tema di sostenibilità ad **Assosport**, che a sua volta li pubblica sul proprio sito e li invia, tramite newsletter, agli associati, segnalando che le news in questione sono a cura di ZPC – Società benefit, partner di Assosport.

Di seguito le news prodotte da ZPC e veicolate da Assosport.

TITOLO	DATA
UE: Nuovi Strumenti per un E-commerce Sicuro e Sostenibile – Regole su Sicurezza, Ambiente e Conformità dei Prodotti Online	19/02/2025
Francia: nuovo decreto obbliga i produttori tessili a dichiarare il costo ambientale	20/02/2025
Proposte di semplificazione in ambito sostenibilità con il Pacchetto "Omnibus"	28/02/2025
Accordo provvisorio sulla riforma della direttiva quadro sui rifiuti: le principali novità in ambito di EPR tessile	20/03/2025
La Francia regola il fast-fashion	12/06/2025
Normativa PFAS in Francia: Tris Notification	26/08/2025
Normative europee: a che punto siamo	13/11/2025
EUDR: il Parlamento UE appoggia la proposta di modifica	27/11/2025

## ZPC per la biodiversità

Nel corso del 2025 ZPC ha avviato un nuovo **percorso di impegno ambientale** dedicato alla tutela della biodiversità, coerente con la propria identità di Società Benefit e con l'obiettivo di generare valore per il territorio e la comunità.

Prima tappa di questo percorso è stata l'**installazione di quattro arnie aziendali** nel parco di Villa Becelli-Poggi, a Rivoli Veronese, sede della ZPC Academy&Events. Le arnie, adottate da ZPC nell'ambito di un progetto di **apicoltura naturale e sostenibile**, sono state collocate nel mese di settembre 2025 grazie alla collaborazione con **Hybla.co**, realtà del territorio veronese impegnata nella promozione dell'apicoltura come strumento di tutela della biodiversità. Il progetto è stato scelto tramite votazione dal team di ZPC tra quattro diverse proposte.

L'iniziativa ha coinvolto **attivamente** il team di ZPC in una giornata di **team building** a forte valenza ambientale, durante la quale i collaboratori hanno potuto approfondire il ruolo fondamentale delle api per l'ecosistema e hanno partecipato attivamente alla preparazione degli spazi destinati agli alveari. Quest'ultima attività rientra tra le iniziative di **volontariato d'impresa**, con 44 ore complessive dedicate, il coinvolgimento di 20 dipendenti e di 2 amministratori, per una media di 2 ore per persona coinvolta.

Durante il team building, sono inoltre stati invitati a raccontare la propria realtà:

- due rappresentanti della **Coop. Sociale Agespha**, che cura il verde di Villa Becelli-Poggi dal 2024 nell'ambito del progetto "Linea Verde Agespha", che unisce la valorizzazione del verde all'inclusione sociale, impiegando persone con disabilità nelle attività di giardinaggio, e
- Vanessa Vinciguerra, professionista ipovedente, impegnata nel raccontare le sfide – e anche i pregiudizi – con cui ogni giorno si interfaccia, nel mondo del lavoro e nella propria quotidianità, chi vive questo tipo di disabilità, con l'idea di sensibilizzare l'altro ad un incontro vero, libero da pregiudizi, e insieme attento.



24



ZPC SRL – SOCIETÀ BENEFIT



L'incontro con la Coop. Sociale Agespha



Un momento dell'incontro con Vanessa Vinciguerra

A rafforzamento dell'impegno di ZPC sul tema, nell'ottobre 2025 è stata inoltre organizzata e promossa l'iniziativa pubblica **"Custodi di Biodiversità: voci, progetti e comunità in dialogo"**, evento gratuito aperto al territorio, pensato come momento di confronto e sensibilizzazione sui temi ambientali. L'evento ha coinvolto istituzioni locali, professionisti, imprese agricole e realtà del terzo settore, con l'obiettivo di diffondere conoscenza, consapevolezza e responsabilità condivisa nella tutela dell'ambiente.



**CUSTODI DI BIODIVERSITÀ**

**VOCI, PROGETTI E COMUNITÀ IN DIALOGO**

SABATO 11 OTTOBRE 2025  
dalle 11.00 alle 13.00  
presso **VILLA BECELLI POGGI**  
Loc. Valdoneyhe - Rivoli Veronese

INTERVENTI

**IL BALDO, PATRIMONIO DELL'UNESCO**  
Giuliana Zocca, sindaco di Rivoli Veronese

**APICOLTURA NATURALE: VANTAGGI PER L'ECOSISTEMA**  
Michele Gallimberti, apicoltore - Hybla

**BIODIVERSITÀ E CURA DEL VERDE COME OPPORTUNITÀ: UN PROGETTO DI INCLUSIONE**  
Pietro Perini, agronomo - Elisa Martini, vicepresidente Soc. Coop. Agespha

**VIGNA E SOVESCI, ESPERIENZA PLURIENNALE ALLE FRAGHE**  
Matilde Poggi - azienda agricola Le Fraghe

EVENTO A INGRESSO LIBERO - SEGUIRÀ APERITIVO

Info: ZPC SRL Società Benefit - [info@zpcsr.com](mailto:info@zpcsr.com)

Con il patrocinio di **Comune di Rivoli Veronese**

Con il sostegno di **ZPC**

**BCC VALPOLICELLA BENACO**



Le arnie adottate da ZPC sono oggetto di **monitoraggio** frequente da parte del responsabile di Hybla.co, Michele Gallimberti, che durante i vari sopralluoghi ha confermato il buono stato di salute delle colonie e il corretto ambientamento delle api.

L’approccio adottato da Hybla.co, in linea con i principi dell’**apicoltura naturale** promossi dalla World Biodiversity Association, privilegia l’utilizzo di api locali, metodi biologici di gestione e un equilibrio tra sostenibilità ambientale, economica e sociale, evitando pratiche di produzione intensiva.

Attraverso questo progetto, ZPC compie un piccolo ma significativo passo nel proprio percorso di tutela della biodiversità, dimostrando come azioni concrete, partecipate e radicate nel territorio possano generare un impatto ambientale e sociale duraturo.

## Riepilogo attività 2025 e obiettivi per il biennio 2026–2027

OBIETTIVO DA STATUTO	ATTIVITÀ 2025	% RAGGIUNTA NEL 2025	OBIETTIVI 2026–2027
<b>Selezione dei fornitori, tramite vendor rating, preferendo quelli che si distinguono per la condivisione di obiettivi comuni in ambito sociale, ambientale e di governance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creazione di un modello di selezione dei fornitori comprendente, tra le voci per la selezione, i seguenti punti:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Adozione di un Codice Etico aziendale</li> <li>Essere Società Benefit</li> <li>Certificazioni di Sostenibilità (generica)</li> <li>Certificazioni UNI/PdR 125:2022</li> </ul> </li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ampliare il numero di fornitori che possiedono almeno due di questi 4 punti</li> <li>Sensibilizzare i fornitori su queste tematiche tramite l’invio di comunicazioni mirate</li> </ul>
<b>Adozione di misure che vadano a garantire un minor impatto ambientale e prevedano la diffusione e sensibilizzazione delle stesse all’interno e all’esterno dell’azienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introduzione di una policy interna paper free</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creare un percorso visivo, in ufficio, su               <ul style="list-style-type: none"> <li>sostenibilità,</li> <li>risparmio energetico</li> <li>smaltimento dei rifiuti</li> </ul> </li> <li>educando alle buone pratiche attraverso stickers o piccoli manifesti distribuiti nelle diverse aree dell’ufficio</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introduzione di una policy interna plastic free</li> </ul>	100%	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Introduzione di una policy interna sul risparmio energetico</li> </ul>	100%	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Creazione di un documento inerente al corretto modo di fare la raccolta differenziata, in base alle disposizioni comunali</li> </ul>	100%	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Passaggio all’utilizzo di capsule da caffè compostabili</li> </ul>	38%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arrivare all’utilizzo esclusivo di capsule compostabili</li> </ul>

OBIETTIVO DA STATUTO	ATTIVITÀ 2025	% RAGGIUNTA NEL 2025	OBIETTIVI 2026-2027
<b>Adozione di misure che vadano a garantire un minor impatto ambientale e prevedano la diffusione e sensibilizzazione delle stesse all'interno e all'esterno dell'azienda</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisto e distribuzione ai dipendenti di zaini "sostenibili" e di buona qualità, quindi a lunga durata, per gli spostamenti ufficio-casa (lavoro agile), acquistati da un fornitore noto a livello mondiale per serietà e impegno nei confronti di ambiente e persone</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare a proporre zaini di questo tipo anche ai futuri nuovi assunti</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fornitura ai dipendenti di una borraccia a basso impatto ambientale, prodotta da un fornitore noto per trasparenza e impegno nei confronti dell'ambiente, e presenza di depuratore per l'acqua in ufficio</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare nella proposta, mantenendo attivo il depuratore e fornendo ai nuovi assunti le borracce sostenibili</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acquisto di una nuova auto aziendale ibrida, per garantire minori emissioni nel corso degli spostamenti</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare ad utilizzare auto ibride/elettriche per gli spostamenti aziendali</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rinnovo certificazione Ecovadis</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare a rinnovare la certificazione, implementando nuove azioni in termini di impatto ambientale, risparmio energetico, impegno sociale e nei confronti dei dipendenti, al fine di ottenere punteggi sempre migliori</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diffusione di informazioni su tematiche inerenti alla sostenibilità attraverso news, newsletter e post sulla pagina LinkedIn aziendale</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare nel percorso</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formazione ai dipendenti su tematiche connesse a sostenibilità ambientale, sociale e di governance per un totale di 50 ore</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentare il numero di ore di formazione erogata e/o il numero di dipendenti a cui viene erogata</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digitalizzazione delle brochure aziendali</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arrivare all'utilizzo esclusivo di brochure digitali</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digitalizzazione dei biglietti da visita aziendali</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proseguire nel percorso, creando biglietti da visita digitali anche per i futuri nuovi assunti</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Adozione e installazione di quattro arnie aziendali nel parco di Villa Becelli Poggi</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proseguire con l'attività</li> <li>Informare periodicamente gli stakeholders sull'attività, per sensibilizzarne la diffusione</li> <li>Installazione di bee hotel per gli impollinatori selvatici</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizzazione di un evento aperto al territorio su tematiche inerenti alla biodiversità</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizzare (o prendere parte a) un evento all'anno inerente a tematiche ambientali o di tutela del territorio e della sua biodiversità</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizzo esclusivo di energia green certificata EKOenergy per l'ufficio e per la wallbox di ricarica dell'auto elettrica aziendale</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuare a utilizzare esclusivamente energia elettrica green certificata</li> </ul>	

## Area sociale

---

### Le persone in ZPC

Il modello della **Learning organization**, di cui ZPC si è dotata dalla fine del 2020, si caratterizza per porre le persone al centro del progetto aziendale. ZPC ha introdotto un organigramma orizzontale anziché gerarchico, secondo un'idea di **leadership condivisa**, basata sul concetto di *servant leader*, e **imprenditorialità diffusa**, strutturando un'organizzazione che fa leva sull'autonomia, la responsabilità, l'onestà, la motivazione e lo spirito di squadra di tutti i collaboratori.

Aspetto determinante della *Learning Organization* in ZPC è la **valorizzazione del talento**, attraverso una **formazione** che punta ad accrescere le competenze tecnico-specialistiche delle persone e a sviluppare le loro soft skill, essenziali nella relazione con i clienti. Obiettivo è **far crescere il personale** nella ricerca dell'eccellenza, secondo una visione che considera la soddisfazione del cliente, e quindi la reputazione, come una risorsa fondamentale per realizzare gli scopi aziendali delle persone che vi lavorano.



Nel **2025** ZPC ha confermato una struttura occupazionale solida e in lieve crescita, con 22 dipendenti in forza, rispetto ai 21 del 2024.

La **composizione di genere** rimane caratterizzata da una prevalenza femminile, pari al 68%, pur evidenziando un riequilibrio rispetto al 2024, quando la componente femminile rappresentava l'81%, con una maggiore incidenza della componente maschile.

Con riferimento alle **tipologie contrattuali**, la totalità dei dipendenti è assunta a tempo indeterminato. Si registra una lieve riduzione dei rapporti full-time, compensata da un aumento dei contratti part-time, a conferma dell'attenzione verso modelli organizzativi più flessibili e orientati alla conciliazione tra vita professionale e personale. Rimane invariato rispetto all'anno precedente il numero di **apprendisti**, pari a 3 unità, a testimonianza dell'attenzione della Società ai percorsi di formazione e di inserimento professionale.

Infine, l'**età media** si attesta a 38 anni, in lieve aumento rispetto ai 37 anni del 2024, mentre l'anzianità media di servizio rimane sostanzialmente stabile, evidenziando un equilibrio tra continuità aziendale, valorizzazione dell'esperienza e ricambio delle risorse umane.

KPI	2024	2025
Numero di dipendenti	21	22
Numero di nuove assunzioni nel corso dell'anno	4	1
Numero di dipendenti donne	17	15
Numero di dipendenti uomini	4	7
Percentuale di dipendenti donne	81%	68%
Percentuale di dipendenti uomini	19%	32%
Numero di dipendenti full-time a tempo indeterminato	17	16
Numero di dipendenti part-time a tempo indeterminato	1	3
Numero di apprendisti	3	3
Età media dei dipendenti	37	38
Anzianità media di servizio	4,2	4



## Lavoro agile

Nel 2025 ZPC ha proseguito e rafforzato l'utilizzo del lavoro agile come **assetto organizzativo strutturale**, ampliando fino **al 50%** (rispetto al 40% del 2024) la quota massima di attività che può essere svolta da remoto. Tale incremento si riflette nel numero complessivo di **ore annue** effettuate con questa modalità, pari a 15.436, in aumento rispetto alle 14.000 ore registrate nel 2024.

Le **ore medie annue** per dipendente si attestano a 702, rispetto alle 700 ore del 2024, a conferma di una sostanziale stabilità nell'intensità di utilizzo a livello individuale. Nel corso del 2025, le ore medie annue risultano pari a 714 per i dipendenti full-time e a 623 per i dipendenti part-time, evidenziando una distribuzione coerente con le diverse tipologie contrattuali.

Nel complesso, i dati confermano il **consolidamento** di questa modalità organizzativa come strumento flessibile a supporto dell'organizzazione del lavoro e della conciliazione tra vita professionale e personale.

KPI	2024	2025
Numero di ore totali annue di lavoro agile	14.000	15.436
Numero di ore medie annue di lavoro agile per dipendente	700	702
Numero di ore medie annue di lavoro agile per dipendenti full-time	700	714
Numero di ore medie annue di lavoro agile per dipendenti part-time	0	623

## Retribuzioni e gender pay gap

Nel 2025 il **divario retributivo medio tra uomini e donne** (gender pay gap) nella nostra azienda è pari al **3,3%**. Nell'ambito dell'impegno dell'organizzazione a promuovere equità e pari opportunità, è stato definito per il **2026** l'obiettivo di **ridurre il gap** di un punto percentuale, attraverso il monitoraggio periodico delle dinamiche retributive e l'adozione di politiche di remunerazione trasparenti e basate su criteri oggettivi.

Il dato registrato nel 2025 risulta contenuto rispetto ai principali benchmark di riferimento. Secondo le più recenti rilevazioni di Eurostat, il gender pay gap medio nell'**Unione Europea** si attesta infatti intorno al **12%**, mentre in **Italia** il divario retributivo medio è stimato **tra il 2% e il 5%**, a seconda della metodologia di calcolo e del perimetro considerato.

In questo contesto, il risultato aziendale evidenzia un livello di divario retributivo inferiore rispetto alle medie di riferimento. L'obiettivo di riduzione definito per il 2026 si inserisce nel percorso di miglioramento continuo intrapreso dall'organizzazione per garantire equità retributiva, trasparenza e valorizzazione delle competenze indipendentemente dal genere.



## Welfare

A partire da giugno 2025, ZPC ha riconosciuto ai dipendenti l'erogazione di **buoni pasto** anche per i giorni lavorati in modalità agile; in precedenza, infatti, i buoni pasto erano riconosciuti esclusivamente per i giorni lavorati in presenza in ufficio.

Come già in passato, l'azienda continua a riconoscere ai dipendenti una **polizza sanitaria**.

## Formazione

La formazione dei propri dipendenti è uno dei pilastri fondanti di ZPC. Nel 2025, sono state erogate in totale 472 ore di formazione a 22 dipendenti e ai 2 soci fondatori.

Nell'ottica di un rafforzamento del proprio impegno sui temi ambientali, le ore di formazione dedicate sono incrementate in modo significativo (da 26 ore erogate nel 2024 a 58 nel 2025).

Parallelamente, è aumentato anche il **numero di dipendenti coinvolti** in tali percorsi formativi, salito da 6 a 10, a conferma di una maggiore diffusione interna delle competenze in ambito ambientale.

Relativamente alla formazione in ambito Società Benefit, si conta un totale di 16 ore erogate a due dipendenti.

KPI	2024	2025
Numero di ore formazione generica	357,5	472
Numero di dipendenti coinvolti in attività formative	21	24
Numero di ore formazione su temi ambientali	26	58
Numero di dipendenti coinvolti in formazione su temi ambientali	6	10
Numero di ore formazione su Società Benefit	nd	16
Numero di dipendenti coinvolti in formazione su Società Benefit	nd	2

## Eventi

Nel corso del 2025, ZPC ha continuato nell'obiettivo di voler dare un forte **valore umano e relazionale agli spazi aziendali**, come indicato tra gli obiettivi nello statuto come Società Benefit, contribuendo attivamente all'**animazione culturale del territorio e della comunità locale**. Un passo significativo in questo percorso è stato il rafforzamento della funzione sociale della Villa Becelli-Poggi, sede della ZPC Academy&Events, che è stata messa a disposizione gratuita per due eventi aperti al pubblico:

- **“Custodi di Biodiversità: voci, progetti e comunità in dialogo”**, un momento di confronto e sensibilizzazione sui temi ambientali. L'evento ha coinvolto istituzioni locali, professionisti, imprese agricole e realtà del terzo settore, con l'obiettivo di diffondere conoscenza, consapevolezza e responsabilità condivisa nella tutela dell'ambiente (cfr. con pag 25);
- **“Rispetto in ogni parola”**, evento organizzato in occasione della Giornata Internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, rivolto a bambine, bambini e alle loro famiglie, con l'obiettivo di promuovere il rispetto e prevenire la violenza contro le donne.

Con la **partecipazione attiva di enti, associazioni locali e cittadini**, gli eventi hanno contribuito a promuovere il dialogo e l'inclusione, sostenendo progetti di interesse comune. Queste iniziative, in linea con l'impegno di ZPC come Società Benefit, riflettono l'orientamento verso la condivisione di risorse aziendali con il territorio, valorizzando il nostro spazio come luogo di incontro e crescita collettiva.



Nel 2025 sono stati realizzati **due eventi** presso la villa, un aumento rispetto al 2024, quando ne era stato realizzato uno. Parallelamente, il **numero di associazioni coinvolte** è salito da 2 nel 2024 a **6 nel 2025**, un segnale di un crescente interesse verso l'utilizzo degli spazi aziendali da parte di realtà del territorio.

Un altro aspetto significativo riguarda l'**impegno economico** di ZPC nella condivisione della location. Nel 2025, l'azienda ha sostenuto un importo complessivo di 14.773 €, a fronte di un costo di affitto degli spazi della villa pari a 6.000 € per evento. Questo investimento, che ha visto un notevole aumento rispetto ai 6.000 € del 2024, sottolinea il consolidamento dell'impegno verso la comunità e la crescente valorizzazione degli spazi aziendali come risorsa a favore della società civile.

KPI	2024	2025
Numero di eventi realizzati in spazi aziendali	1	2
Numero di associazioni coinvolte in totale nel corso dell'anno	2	6
Totale in € degli importi sostenuti da ZPC per la realizzazione degli eventi	6.000	14.773

## Volontariato aziendale

Nel corso del 2025 sono state fatte 4 proposte per progetti di volontariato aziendale al team, che ha scelto, tramite votazione, un progetto connesso alla **tutela della biodiversità**, che ha previsto l'adozione di quattro arnie e l'installazione delle stesse nel parco di Villa Becelli Poggi, sede della ZPC Academy&Events, attraverso la realtà di Hybla.co, un progetto di **apicoltura urbana sostenibile** (cfr. pag 24-25).

Sono stati coinvolti nel progetto 20 dipendenti e 2 amministratori, per un totale di 44 ore complessive dedicate.

KPI	2024	2025
Numero di attività svolte	nd	1
Numero di ore totali dedicate	nd	44
Numero di dipendenti coinvolti	nd	20
Numero di amministratori coinvolti	nd	2

## Sponsorizzazioni

Anche nel 2025, come nel 2024, ZPC ha scelto di sponsorizzare il **Verona Piano Festival**, un festival pianistico che si svolge nei luoghi dell'arte e della cultura di Verona e provincia, organizzato dall'Associazione Musicale Liszt 2011, con un supporto di 1000 euro.

KPI	2024	2025
Totale in € degli importi sostenuti da ZPC per la sponsorizzazione di eventi	1.000	1.000

## Donazioni

Nel corso del 2025, ZPC ha effettuato donazioni sottoforma di erogazioni liberali verso tre diverse associazioni attive sia nel territorio veronese, che in quello nazionale.

Nello specifico, le donazioni sono state effettuate a:

- **Fondazione Famiglie per la Famiglia**, impegnata, sul territorio veronese, nella promozione di diversi progetti ed eventi culturali con il focus sulla famiglia, tra cui Casa di Deborah, un centro di aggregazione intergenerazionale per adolescenti, giovani ed adulti, che ha sede poco distante dalla sede di ZPC;
- **ABEO, Associazione Bambino Emopatico e Oncologico**, realtà impegnata nell'attività a supporto dei piccoli pazienti e delle loro famiglie;
- **Fondazione AIRC per la Ricerca sul Cancro ETS.**

KPI	2024	2025
Importo totale in € di donazioni verso ONLUS/ONG	1.310	3.112
N. di associazioni coinvolte	1	3

## Riepilogo attività 2025 e obiettivi per il biennio 2026–2027

OBIETTIVO DA STATUTO	ATTIVITÀ 2025	% RAGGIUNTA NEL 2025	OBIETTIVI 2026–2027
<b>Dare nuovo valore umano e relazionale a luoghi e spazi aziendali, condividendoli con organizzazioni della società civile</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Messa a disposizione gratuita degli spazi aziendali di Villa Becelli Poggi a organizzazioni del territorio per 2 eventi aperti al pubblico (“Custodi di Biodiversità: voci, progetti e comunità in dialogo” e “Rispetto in ogni parola”)</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentare il n. di associazioni o enti pubblici fruitori degli spazi della villa</li> </ul>
<b>Attività di volontariato condotte durante l’orario di lavoro da parte dei soci e dei dipendenti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attività di volontariato condotta dal gruppo dei dipendenti e dai due membri del CDA, per l’installazione delle arnie aziendali presso gli spazi di Villa Becelli Poggi (2 ore per dipendente, per un totale di 44 ore)</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proseguimento della proposta, con l’introduzione di nuove attività scelte tra quelle proposte dai dipendenti</li> </ul>
<b>Rispondere alle esigenze del territorio con interventi di filantropia strategica e dei dipendenti con interventi a favore dell’equilibrio casa-lavoro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Donazioni a due associazioni del territorio (ABEO e Fondazione Famiglie per la Famiglia) e una associazione nazionale per la ricerca sui tumori (AIRC)</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentare o diversificare il n. di associazioni beneficiarie</li> <li>Sostenere un progetto continuativo di una associazione del territorio con un impegno di almeno 2/3 anni</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sponsorizzazione di un evento concertistico (Verona Piano Festival, organizzato dall’Associazione Musicale Liszt 2011)</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sponsorizzare almeno 1 evento culturale all’anno</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumento della % di tempo lavorativo in formato agile, con il passaggio dal 40% al 50% del tempo lavorativo totale per tutti i dipendenti</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenere il formato del lavoro agile per gli anni a venire</li> </ul>
	Riconoscimento del diritto all’erogazione dei buoni pasto anche per i giorni lavorati in modalità agile	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentare il valore dei buoni pasto da 8 a 10 euro cad.</li> </ul>

## Area governance

---

### Fornitori e filiera responsabile

Nel corso del 2025 ZPC ha continuato a perseguire l'obiettivo statutario di promuovere una **filiera responsabile**, applicando criteri strutturati di selezione, gestione e monitoraggio dei fornitori, con particolare attenzione agli aspetti di **correttezza**, **affidabilità** e **allineamento ai valori di sostenibilità**.

Dal punto di vista quantitativo, nel **2025** ZPC ha movimentato **226 fornitori** rispetto ai 225 fornitori del 2024, a conferma della stabilità della filiera e della continuità delle relazioni commerciali. La composizione geografica dei fornitori nel 2025 evidenzia una prevalenza di partner nazionali, con:

- 167 fornitori italiani,
- 27 fornitori UE,
- 32 fornitori extra UE.

Nel 2025 sono state gestite **835 fatture fornitori**, rispetto alle 700 del 2024. Nonostante ciò, il numero di solleciti di pagamento ricevuti è diminuito, passando da 10 nel 2024 a 8 nel 2025, a testimonianza dell'attenzione dell'azienda verso pratiche di pagamento corrette e puntuali.

Nel 2025 ZPC ha inoltre lavorato con **11 consulenti esterni**, rispetto ai 10 del 2024, confermando il ricorso a competenze specialistiche selezionate in base a criteri di affidabilità e professionalità.

La lieve diminuzione del numero di fornitori qualificati come Società Benefit (da 4 nel 2024 a 3 nel 2025) è stata oggetto di valutazione interna e non è interpretata come un arretramento dell'impegno ESG. Al contrario, ha rafforzato la consapevolezza della necessità di superare una valutazione meramente quantitativa, orientando il percorso futuro verso l'introduzione di criteri di **vendor rating**, già attivi, più strutturati e misurabili, applicabili a un numero più ampio di fornitori.

Nel complesso, i dati del 2025 evidenziano un approccio orientato non all'espansione indiscriminata della filiera, ma al **consolidamento qualitativo delle relazioni con i fornitori**, ponendo le basi per lo sviluppo, nel biennio 2026–2027, di un sistema di valutazione dei fornitori sempre più esplicito e misurabile in termini ambientali, sociali e di governance.

KPI	2024	2025
Numero di fornitori movimentati	225	226
Numero di fornitori italiani movimentati	172	167
Numero di fornitori UE movimentati	26	27
Numero di fornitori EXTRA UE movimentati	27	32
Numero di fornitori "Società Benefit" movimentati	4	3
Numero di fatture ricevute dai fornitori senza distinzione di tipologia	700	835
Numero di consulenti esterni movimentati	10	11
Numero di solleciti di pagamento ricevuti da fornitori	10	8
Percentuale di pagamenti effettuati entro i termini di scadenza delle fatture	98%	99%

## Clienti e creazione di valore condiviso

Nel corso del 2025 ZPC ha continuato a supportare un numero significativo e diversificato di clienti, consolidando il proprio ruolo di **partner affidabile** nel commercio internazionale e rafforzando, al contempo, l'attenzione alla qualità delle relazioni e alla **condivisione dei valori** propri di una Società Benefit.

Nel periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2025, ZPC ha movimentato complessivamente **328 clienti**, a fronte dei 350 clienti del 2024.

La clientela servita nel 2025 è costituita prevalentemente da **clienti italiani**, pari a 312, a conferma del forte radicamento territoriale dell'azienda e del ruolo di riferimento nel contesto nazionale. Rimane stabile il numero di **clienti dell'Unione Europea**, pari a 3 sia nel 2024 che nel 2025, mentre si registra un aumento significativo dei **clienti extra UE**, passati da 4 nel 2024 a 13 nel 2025. Questo dato riflette una crescente proiezione internazionale delle attività di ZPC e una maggiore capacità di supportare le imprese anche in contesti regolatori complessi e mercati extra europei.

Particolarmente rilevante, in coerenza con il percorso intrapreso come Società Benefit, è l'evoluzione del numero di **clienti** anch'essi qualificabili come **"Società Benefit"**, passati da 3 nel 2024 a 7 nel 2025. Sebbene si tratti di un numero ancora contenuto in termini assoluti, il dato evidenzia una progressiva convergenza valoriale con una parte della clientela, interessata a integrare nei propri modelli di business aspetti di sostenibilità, responsabilità sociale e governance.

Nel complesso, i dati relativi al 2025 confermano l'approccio di ZPC orientato non alla crescita puramente quantitativa, ma alla costruzione di relazioni durature, consapevoli e allineate ai valori aziendali, capaci di generare valore condiviso nel medio-lungo periodo.

KPI	2024	2025
Numero di clienti movimentati senza distinzione di tipologia	350	328
Numero di clienti italiani movimentati	343	312
Numero di clienti UE movimentati	3	3
Numero di clienti EXTRA UE movimentati	4	13
Numero di clienti "Società Benefit" conosciuti come tali	3	7

## Riepilogo attività 2025 e obiettivi per il biennio 2026–2027

OBIETTIVO DA STATUTO	ATTIVITÀ 2025	% RAGGIUNTA NEL 2025	OBIETTIVI 2026–2027
<b>Garantire le massime condizioni di trasparenza ed accountability verso gli stakeholder primari e secondari tramite revisione esterna delle dinamiche finanziarie aziendali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Non implementato</li> </ul>	0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nominare un revisore esterno</li> </ul>
<b>Garantire condizioni di pagamento certe verso tutti i fornitori in qualsiasi forma di contrattualizzazione</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoraggio dei solleciti di pagamento da parte dei fornitori</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diminuire progressivamente il numero di solleciti</li> </ul>
<b>Attivare percorsi di sensibilizzazione sul tema dei modelli Benefit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusione di conoscenza sul modello benefit agli stakeholder attraverso la creazione di news, newsletter e post LinkedIn dedicati</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proseguire nell'attività</li> <li>• Prendere parte come testimonial a eventi sul tema organizzati sul territorio</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lettera di benvenuto per i nuovi assunti con introduzione al nostro essere Società Benefit</li> </ul>	100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predisporre una comunicazione ad hoc per i nuovi fornitori</li> </ul>

# 03 Valutazione degli impatti



## Metodologia

---

Il presente Report d'impatto risponde ai requisiti di rendicontazione non-finanziaria previsti dalla normativa sulle Società Benefit ai sensi e per gli effetti della Legge n. 208 del 28 dicembre 2015, articolo unico, commi 376-384. Riporta la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune.

La **Valutazione di impatto** è stata realizzata utilizzando uno standard di valutazione esterno ed indipendente: lo **Strumento di Autovalutazione della Buona Impresa**, ([www.labuonaimpresa.it](http://www.labuonaimpresa.it)) promosso da Fondazione Buon Lavoro, creato per supportare le aziende nella lettura, valutazione e rendicontazione della propria capacità di creare valore attraverso l'attività d'impresa.

Lo strumento basa la propria analisi su tre pilastri fondamentali:

- il successo dei propri prodotti o servizi,
- la creazione e organizzazione di buona occupazione,
- la creazione di valore economico.

Il report si fonda sul principio dello "stakeholder reporting" che determina quali siano i temi importanti in funzione di ciascuno stakeholder, rendendone essenziale la rendicontazione e la valutazione.

Nei successivi paragrafi viene fornita una valutazione analitica dei dati emersi dalle seguenti aree di analisi:

- Prodotto
- Lavoro
- Valore Economico

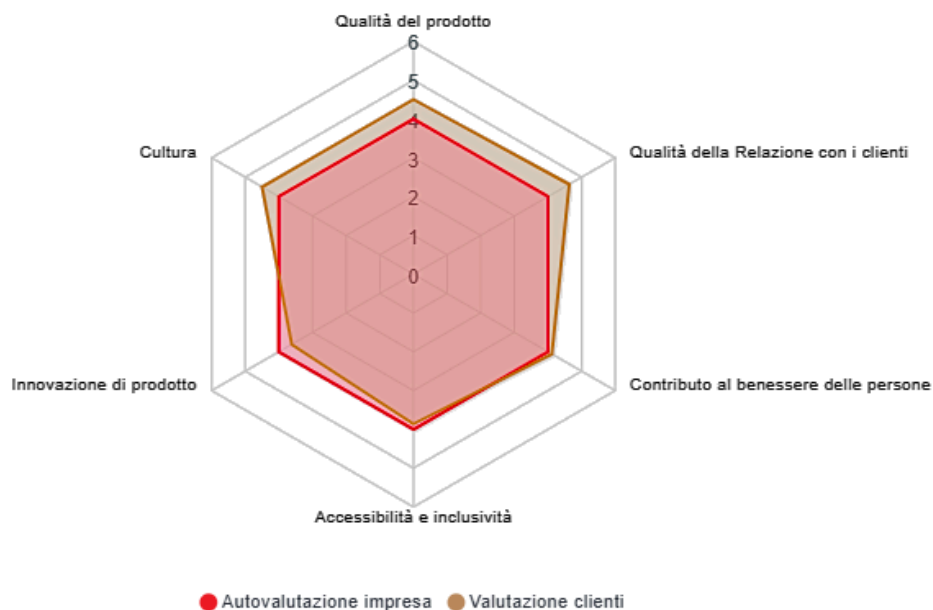
e si commenteranno i punteggi dati internamente ed esternamente alle diverse tematiche.

Nei **grafici radar chart** riportati nelle pagine seguenti, viene raffigurata la creazione di valore per ogni pilastro dell'attività di impresa (Prodotto, Lavoro, Valore economico). Negli assi sono rappresentati gli elementi che risultano rilevanti per l'impresa, in base alla valutazione di materialità degli impatti espressa. Alcuni elementi corrispondono alla Prima dimensione del modello della Buona Impresa (elementi che creano valore), altri alla Seconda dimensione (elementi che qualificano una buona creazione di valore).

La linea rossa corrisponde alla valutazione assegnata dall'impresa, mentre la linea marrone disegna la media delle valutazioni assegnate dagli stakeholder.

Ad ogni grafico segue una **tabella con il dettaglio delle valutazioni** attribuite a ciascun elemento dall'impresa e dagli stakeholder.

## La creazione di valore con il Prodotto



Per quanto riguarda l'area "Creazione di valore con il prodotto" su diverse tematiche come fine vita, innovazione del prodotto, cultura, qualità del prodotto e delle relazioni con i clienti, le valutazioni effettuate a livello interno e dagli stakeholder differiscono in maniera lieve.

Il grafico restituisce un profilo complessivamente equilibrato nelle diverse dimensioni considerate. In alcuni ambiti, nello specifico quelli connessi a qualità del prodotto e delle relazioni con i clienti, nonché della cultura, la valutazione degli stakeholder supera l'autovalutazione interna. La distribuzione dei risultati evidenzia una base strutturata, con margini di miglioramento in particolare relativamente a innovazione e accessibilità.

Nella tabella sotto riportata viene illustrato il rapporto tra la rilevanza media attribuita dagli stakeholder e la relativa autovalutazione interna condotta da ZPC sui temi elencati.

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Qualità del prodotto	4	4.51	Educazione, informazione e cultura
Qualità della Relazione con i clienti	4	4.64	Educazione, informazione e cultura
Contributo al benessere delle persone	4	4.12	Educazione, informazione e cultura
Accessibilità e inclusività	4	3.88	Progresso della società e innovazione
Innovazione di prodotto	4	3.62	Educazione, informazione e cultura
Cultura	4	4.51	Educazione, informazione e cultura

## La creazione di valore con il Lavoro

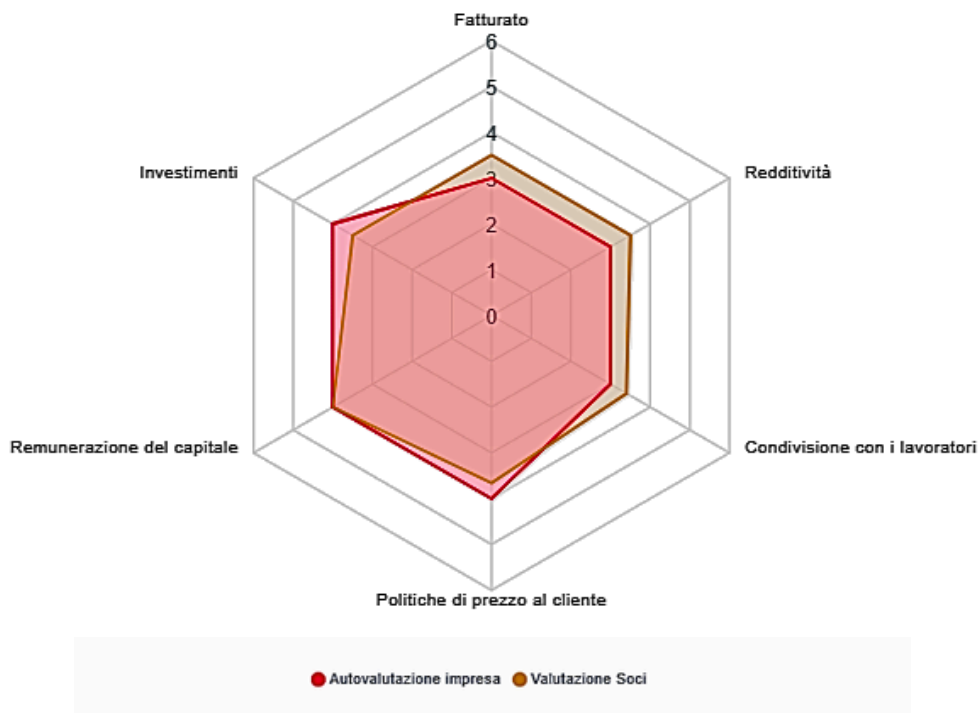


In merito alla creazione di valore attraverso il lavoro, l'azienda ha fornito, in autovalutazione, valori più alti rispetto ai propri stakeholder in alcuni punti, quali la creazione e remunerazione del lavoro, la valorizzazione delle differenze e l'inclusione, le prospettive e tutela dei lavoratori e il riconoscimento. Sostanzialmente sovrapponibili risultano la chiarezza organizzativa, le relazioni e la collaborazione, mentre nella valutazione di sviluppo professionale e formazione e in quella relativa a welfare aziendale e benefit, la valutazione dei dipendenti supera l'autovalutazione interna.

Nella tabella sotto sono riportati i punteggi dell'autovalutazione e le medie delle valutazioni ricevute dagli stakeholder.

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
<b>Creazione e remunerazione di lavoro</b>	4	3.05	<ul style="list-style-type: none"> <li>Progresso della società e innovazione</li> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Welfare aziendale e benefit</b>	4	4.29	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Prospettive e tutela dei lavoratori</b>	4	3.56	<ul style="list-style-type: none"> <li>Progresso della società e innovazione</li> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Coerenza ruolo-persona</b>	4	3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Sviluppo professionale e formazione</b>	4	4.38	<ul style="list-style-type: none"> <li>Progresso della società e innovazione</li> <li>Educazione, informazione e cultura</li> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Chiarezza organizzativa</b>	4	3.71	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Relazioni e collaborazione</b>	4	3.76	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Riconoscimento</b>	4	3.38	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>
<b>Valorizzazione delle differenze e Inclusionione</b>	4	3.68	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>

## La creazione di valore economico



In merito alla creazione di valore attraverso il lavoro, l'azienda ha fornito in autovalutazione dei valori leggermente più alti (meno di mezzo punto di differenza) rispetto ai propri stakeholder nei quesiti relativi a investimenti e politiche di prezzo al cliente; sostanzialmente allineata risulta la questione relativa alla remunerazione del capitale, mentre la valutazione degli stakeholder risulta maggiore rispetto a quella interna per le voci "fatturato", "redditività" e "condivisione con i lavoratori".

Nella tabella sottostante sono riportate in dettaglio le valutazioni raccolte.

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Media valutazione stakeholder	Impatti generati
Fatturato	3	3.5	
Redditività	3	3.5	
Condivisione con i lavoratori	3	3.4	Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori
Politiche di prezzo al cliente	4	3.66	
Remunerazione del capitale	4	4	
Investimenti	4	3.5	Progresso della società e innovazione

## Autovalutazione delle Sostenibilità delle Operations

In questa sezione vengono visualizzati gli esiti di dettaglio del questionario rispetto alla gestione sostenibile delle proprie Operations.

Nel grafico vengono rappresentati i risultati delle valutazioni sia relative ai processi di produzione aziendali che alla gestione della filiera. Nel caso specifico di ZPC, viene riportato solo il punto di vista dell'impresa poiché si ritiene che gli stakeholder non dispongano di sufficienti informazioni per valutare questi aspetti, e dunque non viene chiesto loro di esprimersi.

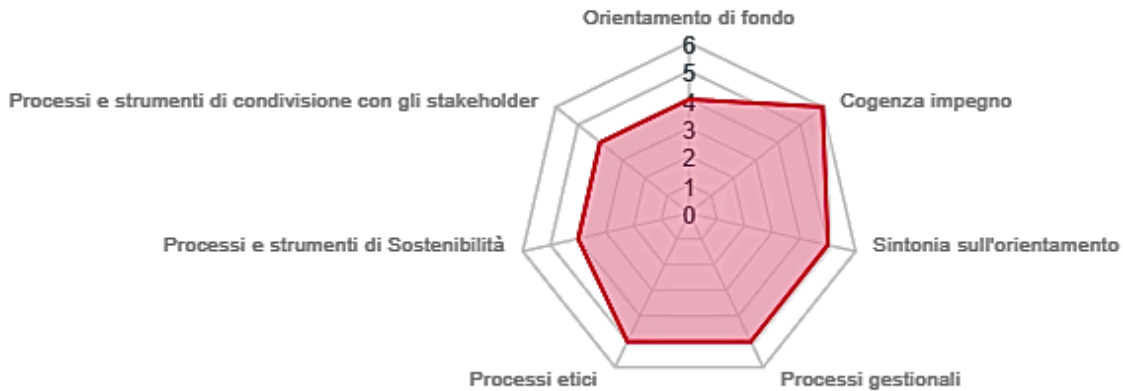
### Processi di produzione



### Sostenibilità delle Operations

Elemento di valutazione	Autovalutazione	Impatti generati
Sicurezza sul posto di lavoro	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salute e sicurezza dei lavoratori</li> <li>Benessere degli individui</li> <li>Diritti Umani</li> <li>Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori</li> </ul>

## Autovalutazione rispetto alla Governance



Per quanto riguarda l'autovalutazione sulla Governance, ZPC attribuisce grande importanza a questo aspetto, assegnando punteggi sempre uguali o superiori a 4.

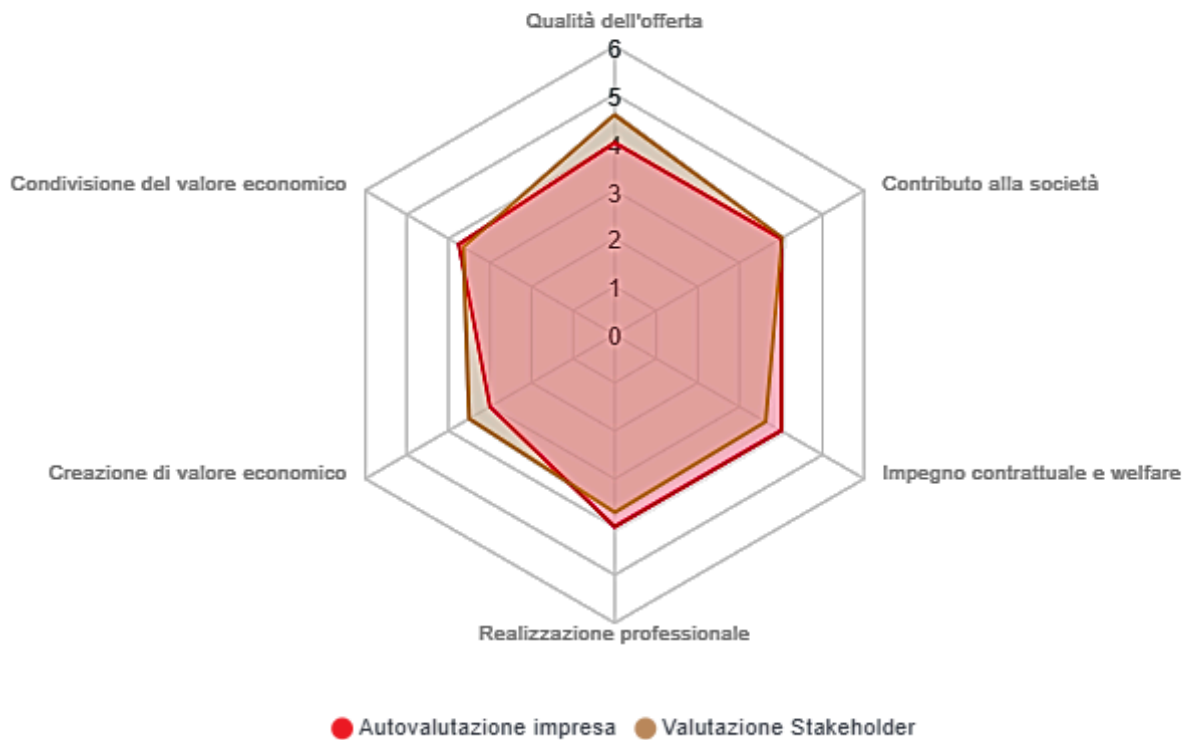
Nel dettaglio, il tema che ha ottenuto il punteggio più alto risulta essere la cogenza dell'impegno; tra gli altri temi che hanno ricevuto valutazioni elevate, troviamo la sintonia sull'orientamento, i processi gestionali e quelli etici.

Inoltre, come naturale conseguenza della trasformazione in Società Benefit ma anche come innata predisposizione aziendale alla valorizzazione di tematiche virtuose, anche altri temi - nello specifico, gli strumenti e i processi di sostenibilità e i processi e gli strumenti di condivisione con gli stakeholder - hanno ricevuto valutazioni elevate gli strumenti e i processi di sostenibilità.

## Sintesi della creazione di valore

Il grafico seguente intende offrire uno sguardo di sintesi della creazione di valore attraverso i principali pilastri dell'attività di impresa: il Prodotto, il Lavoro e il Valore economico. Sono rappresentate le prime due dimensioni di ciascun pilastro (elementi che creano valore e elementi che qualificano una "buona" creazione di valore).

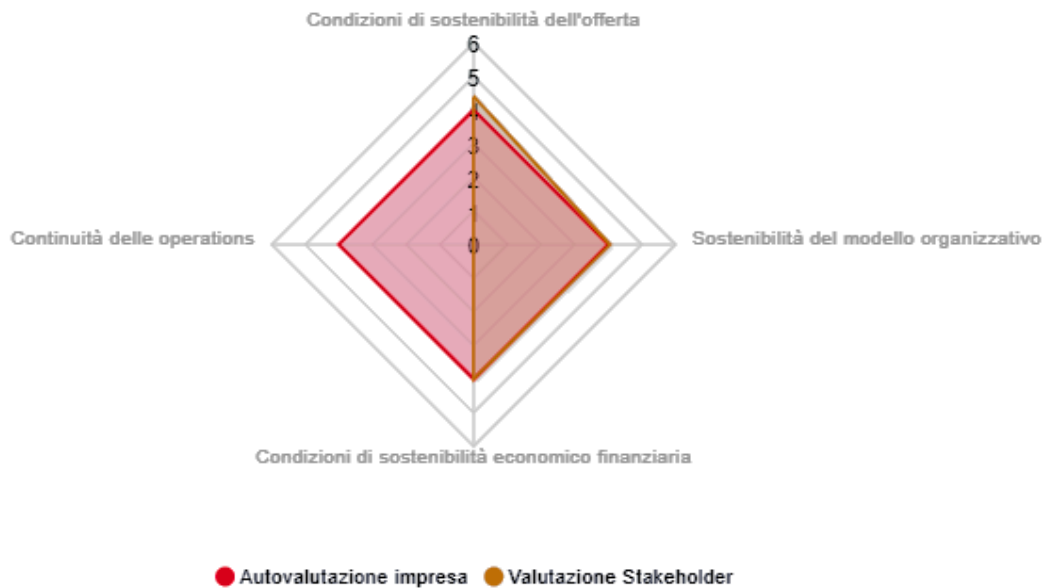
La valutazione di sintesi per ciascuna dimensione (linea rossa per l'impresa, linea marrone per lo stakeholder di riferimento) corrisponde alla media delle valutazioni assegnate ai singoli elementi che compongono quella dimensione.



Nel complesso, le due valutazioni risultano allineate, con una leggera differenza nei temi "Qualità dell'offerta" e "Creazione del valore economica", in cui gli stakeholder riconoscono una votazione migliore rispetto all'autovalutazione dell'azienda, e "Realizzazione professionale" e "impegno contrattuale e welfare", in cui l'autovalutazione interna risulta più alta rispetto a quella degli stakeholder.

L'impegno di ZPC verso i suoi stakeholder è di proseguire nel miglioramento continuo della propria offerta e degli impatti in ambito ESG al fine di ottenere, nei prossimi anni, un allineamento completo dei valori visualizzati nel grafico.

## La continuità nel tempo della Creazione di valore



Questo grafico intende restituire uno sguardo d'insieme rispetto ad un elemento caratterizzante dell'osservazione del modello della Buona Impresa, ovvero la capacità di continuare a generare valore per la società nel lungo periodo.

Sono rappresentate le "terze dimensioni" relative a Prodotto, Lavoro e Valore economico (rispettivamente: continuità dell'offerta, continuità organizzativa, continuità economica). In particolare: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla fidelizzazione di clienti, lavoratori e soci; la valutazione degli stakeholder invece è la media delle risposte date alle domande rispetto all'intenzione di consigliare ad altri l'impresa (consigli per gli acquisti, da parte dei clienti; consigli come datore di lavoro, per i lavoratori; consigli di investimento, per i soci).

L'ultimo vertice, infine, rappresenta la valutazione di sintesi rispetto alla sostenibilità delle operations, interpretata come un fattore determinante per garantire il successo nel tempo dell'attività di impresa. Anche in questo caso: per l'impresa viene espressa la valutazione rispetto alla solidità della relazione con fornitori e partner commerciali; non è invece previsto in questo punto il riscontro degli stakeholder.

Dal grafico emerge come la "Sostenibilità del modello organizzativo" abbia ottenuto punteggi identici da parte dei diversi rispondenti, risultando complessivamente piuttosto alta (4 punti su 6). Ciò significa che, oltre a disporre di un modello organizzativo che ZPC ritiene efficace, questo è anche riconosciuto positivamente dai suoi portatori di interesse per il suo essere fruttifero nel lungo periodo.

Le stesse considerazioni valgono per le "Condizioni di sostenibilità dell'offerta", a cui gli stakeholder hanno attribuito un punteggio leggermente superiore rispetto all'impresa.

Le “Condizioni di sostenibilità economico-finanziaria” rivestono la stessa importanza per entrambe le parti (stakeholder e azienda). Questo riflette la priorità della società nel garantire una solida base economico-finanziaria per il suo sviluppo e come questo impegno sia percepito anche dagli altri stakeholder.

L'ultimo vertice rappresenta infine la valutazione complessiva della sostenibilità delle operations, considerata un fattore cruciale per garantire il successo duraturo dell'attività aziendale. Anche in questo caso, per l'impresa viene espressa una valutazione riguardo alla solidità delle relazioni con fornitori e partner commerciali, mentre non è prevista una valutazione da parte degli stakeholder per questo specifico aspetto.

## Gli impatti di ZPC sui “Sustainable Development Goals”







Gli **SDGs (Sustainable Development Goals)** sono i **17 Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile definiti dalle Nazioni Unite** nel 2015 e inseriti nell'Agenda 2030, un piano di azione globale orientato alle persone, al pianeta e alla prosperità. Gli obiettivi affrontano temi tra loro diversi, tra cui la riduzione delle disuguaglianze, la tutela dell'ambiente, l'uguaglianza di genere e lo sviluppo economico sostenibile.

L'**Agenda 2030** è stata sottoscritta da 193 Paesi, tra cui l'Italia, e si articola in 169 target e in un sistema di indicatori che consente il monitoraggio periodico dei progressi a livello nazionale e internazionale.

Gli SDGs rappresentano un **riferimento comune** per tutte le organizzazioni, incluse le imprese, offrendo un quadro strutturato dei temi rilevanti da integrare nelle strategie di sostenibilità.

Per le aziende, il contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile favorisce relazioni più solide con gli stakeholder, una maggiore trasparenza e una gestione orientata alla creazione di valore nel lungo periodo.



CORE BUSINESS		
Educazione, informazione e cultura ⓘ		
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Progresso della società e innovazione ⓘ		
IMPATTO MOLTO RILEVANTE		
Sviluppo, benessere e realizzazione dei lavoratori ⓘ		


















L'analisi di **allineamento agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** evidenzia una coerenza diretta tra il core business di ZPC e il **Goal 4 "Istruzione di qualità"**, considerato obiettivo di riferimento. L'attività di consulenza svolta richiede infatti un elevato livello di competenze, aggiornamento continuo e qualità del servizio, rendendo centrale la formazione e la crescita professionale delle persone che operano in azienda.

Accanto a questo, risultano di impatto molto rilevante il **Goal 9 "Imprese, innovazione e infrastrutture"** e il **Goal 8 "Lavoro dignitoso e crescita economica"**. Il primo riflette il contributo di ZPC al progresso della società attraverso servizi ad alto contenuto informativo e innovativo, mentre il secondo è strettamente connesso alla scelta di operare come Società Benefit, promuovendo un contesto di lavoro orientato allo sviluppo delle competenze, al benessere e all'arricchimento di un contesto di lavoro orientato allo sviluppo delle competenze, al benessere e alla realizzazione professionale dei lavoratori.

## Obiettivi per il biennio 2026–2027 e SDGs

### Area Ambientale

OBIETTIVO 2026–2027	SDG COLLEGATI	MOTIVAZIONE
Ampliare fornitori con criteri ESG	   	Integrazione sostenibilità nella supply chain e promozione partnership responsabili
Sensibilizzazione ESG ai fornitori	  	Diffusione cultura sostenibilità lungo la filiera
Percorso visivo interno su sostenibilità	   	Educazione interna e promozione comportamenti sostenibili
Utilizzo esclusivo capsule compostabili	  	Riduzione rifiuti e impatto ambientale
Zaini sostenibili ai nuovi assunti	 	Scelte di acquisto responsabili e promozione modelli produttivi sostenibili
Borracce sostenibili e depuratore	  	Riduzione plastica e uso efficiente risorse
Utilizzo auto ibride/elettriche	  	Riduzione emissioni e promozione mobilità sostenibile
Miglioramento certificazione Ecovadis	   	Rafforzamento governance, performance ambientale e sociale
Comunicazione continua su sostenibilità	  	Sensibilizzazione stakeholder

OBIETTIVO 2026–2027	SDG COLLEGATI	MOTIVAZIONE
Aumento ore/formazione ESG	  	Formazione interna su sostenibilità
Incremento nell'utilizzo delle brochure digitali	 	Riduzione consumo carta
Biglietti da visita digitali	 	Dematerializzazione
Bee hotel e sensibilizzazione biodiversità	  	Tutela ecosistemi e coinvolgimento stakeholder
Evento annuale su ambiente/biodiversità	   	Promozione tutela territorio
Utilizzo esclusivo energia elettrica green	  	Transizione energetica e riduzione emissioni

## Area Sociale

OBIETTIVO 2026–2027	SDG COLLEGATI	MOTIVAZIONE
Aumentare il numero di associazioni o enti pubblici fruitori degli spazi della villa	 	Valorizzazione di spazi aziendali a favore della comunità e rafforzamento delle collaborazioni con il territorio
Introduzione di nuove attività di volontariato proposte dai dipendenti	  	Coinvolgimento attivo dei lavoratori e promozione di iniziative con impatto sociale
Aumentare o diversificare le associazioni beneficiarie	  	Sostegno a realtà sociali diverse e ampliamento dell'impatto sul territorio
Sostenere un progetto continuativo di una associazione del territorio	 	Supporto stabile a iniziative locali e collaborazione con organizzazioni della comunità
Sponsorizzare almeno un evento culturale all'anno	 	Promozione della cultura e diffusione di conoscenza e sensibilizzazione
Mantenere il lavoro agile negli anni a venire	  	Miglior equilibrio vita-lavoro e riduzione degli spostamenti casa-lavoro
Aumentare il valore dei buoni pasto	 	Miglioramento del benessere economico dei lavoratori e accesso a un'alimentazione adeguata

## Area Governance

OBIETTIVO 2026–2027	SDG COLLEGATI	MOTIVAZIONE
Nominare un revisore esterno	 	Rafforzamento della trasparenza e dell'accountability nella gestione aziendale
Diminuire progressivamente il numero di solleciti ai fornitori	  	Miglioramento delle pratiche di pagamento e relazioni corrette nella filiera
Proseguire attività di sensibilizzazione sul modello Benefit	  	Diffusione della cultura della sostenibilità e del modello di impresa responsabile
Partecipare come testimonial a eventi sul territorio	  	Condivisione di buone pratiche e collaborazione con stakeholder locali
Predisporre una comunicazione dedicata ai nuovi fornitori	 	Coinvolgimento della filiera nei principi e nei valori dell'azienda



## **ZPC Srl – Società Benefit**

Piazzetta Scala n. 2 – 37121 Verona

045 9298085  
info@zpcsrl.com

[www.zpcsrl.com](http://www.zpcsrl.com)