

Bilancio di sostenibilità 2025



Alimentiamoci S.r.l. Società Benefit

Indice

3	<u>Lettera agli stakeholders</u>	24	<u>04 Identificazione e prioritizzazione degli impatti di sostenibilità</u>
4	<u>I nostri numeri nel 2025</u>	25	4.1 <u>Le dimensioni dell'impatto generato</u>
5	<u>01 Chi siamo e cosa facciamo</u>	26	4.2 <u>Identificazione di Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)</u>
6	1.1 <u>Chi siamo</u>	27	4.3 <u>Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)</u>
7	1.2 <u>Il nostro modello di impresa</u>	30	4.4 <u>Identificazione dei temi materiali e mappatura rispetto agli SDGs</u>
8	1.3 <u>Il nostro beneficio comune</u>	34	4.5 <u>Coinvolgimento degli stakeholder</u>
10	1.4 <u>Le scelte che hanno definito il nostro impatto</u>	36	4.6 <u>Esempi di coinvolgimento di stakeholder</u>
12	<u>02 Dal problema alla soluzione</u>	41	<u>05 Creazione di valore e impatto generato</u>
13	2.1 <u>Il contesto</u>	42	5.1 <u>Impatto ambientale</u>
14	2.2 <u>Il problema: il sistema alimentare oggi</u>	52	5.2 <u>Impatto sociale</u>
15	2.3 <u>Perche prevenire è la soluzione</u>	63	5.3 <u>Impatto di sistema ed economico</u>
18	2.4 <u>La nostra soluzione</u>	65	<u>06 Governance e modello organizzativo</u>
19	<u>03 Modello di business e creazione di valore</u>	66	6.1 <u>Holacracy</u>
20	3.1 <u>Il modello di business</u>	71	6.2 <u>Sistema di segnalazione (Whistleblowing)</u>
20	3.2 <u>Attività dell'organizzazione</u>	72	<u>07 Nota metodologica</u>
21	3.3 <u>Modello di creazione del valore e la catena del valore</u>	75	<u>GRI Conent Index</u>
22	3.4 <u>Contesti di applicazione della piattaforma</u>		
23	3.5 <u>La "Theory of Change" attuata da PlanEat</u>		

Lettera agli stakeholders

Care e cari stakeholder,

ci sono momenti in cui un'impresa è chiamata a fermarsi e a chiedersi perché esiste davvero. Non cosa fa, ma perché lo fa.

Viviamo in un tempo in cui il sistema in cui operiamo consuma più risorse di quante il pianeta sia in grado di rigenerare. L'Overshoot Day, che ogni anno anticipa il momento in cui esauriamo il "budget naturale" disponibile, non è solo un dato simbolico: è il segnale di uno squilibrio profondo tra ciò che produciamo, ciò che consumiamo e ciò che restituiamo. PlanEat nasce dentro questa consapevolezza. Non per gestire gli effetti di questo squilibrio, ma per agire sulle sue cause.

Crediamo che lo spreco non sia casuale, ma il risultato di scelte, abitudini e modelli che possono essere ripensati. E crediamo che la tecnologia, quando è guidata da uno scopo chiaro, possa aiutare le persone e le organizzazioni a fare scelte migliori, ogni giorno.

Nel 2025 abbiamo fatto un passo ulteriore in questa direzione, introducendo nel nostro statuto un riferimento esplicito alle future generazioni. Non è stata una scelta formale, ma un atto di responsabilità. Significa riconoscere che ogni decisione che prendiamo oggi - economica, organizzativa, tecnologica - ha conseguenze che vanno oltre il presente. E che il nostro compito, come impresa, è tenerne conto.

Questo ha cambiato il nostro modo di guardare alle cose. Ha rafforzato la nostra convinzione che il valore non sia solo ciò che produciamo, ma l'impatto che generiamo. Ha reso ancora più evidente che crescere non significa solo espandersi, ma farlo in modo coerente con ciò in cui crediamo. Ha dato una direzione più chiara al nostro lavoro quotidiano.

PlanEat oggi è un sistema che connette persone, organizzazioni e comunità, ma soprattutto è uno spazio in cui si sperimenta un modo diverso di fare impresa. Un modo in cui il lavoro non è solo produzione, ma anche relazione, responsabilità e partecipazione. Un modo in cui l'impatto sociale e ambientale non è separato dal modello di business, ma ne è parte integrante.

Questo bilancio non è quindi solo un documento di rendicontazione. È il racconto di un percorso che continua, fatto di tentativi, apprendimenti e direzione. E soprattutto è un impegno: quello di continuare a migliorare, a misurare ciò che conta davvero e a non perdere mai di vista il motivo per cui abbiamo iniziato. Perché, alla fine, tutto parte da lì.

Grazie per essere parte di questo percorso.



CEO e Co-founder di PlanEat



I NOSTRI NUMERI NEL 2025

Valore generato



4.532.838 €

nel 2025

3.938.427 €

nel 2024

Investimenti R&D



363.720 €

nel 2025

362.864 €

nel 2024

CO₂ complessivamente evitata



81830 kg

al 2025

75051 kg

al 2024

Solidarietà



8.803 pasti sospesi offerti

Risparmio cibo



32.217 kg

nel 2025

29.548 kg

nel 2024

Risparmio acqua



18.834.415 L

nel 2025

17.274.176 L

nel 2024

Verso il cambiamento per un mondo migliore e senza spreco



+32% ordini

L'aumento del 32% degli ordini complessivi nel 2025 evidenzia una crescente diffusione del modello PlanEat e il rafforzamento della capacità della piattaforma di generare valore lungo la filiera.

Risparmio terreno



354.382 m²

nel 2025

325.025 m²

nel 2024

Risparmio plastica



24.356 kg

nel 2025

22.765 kg

nel 2024

01

Chi siamo e cosa facciamo

- 1.1 Chi siamo
- 1.2 Il nostro modello di impresa
- 1.3 Il nostro beneficio comune
- 1.4 Le scelte che hanno definito il nostro impatto

1.1 Chi siamo

Alimentiamoci S.r.l. (il cui capitale è suddiviso in quote possedute da più soggetti privati) ha sede legale a Milano, in Piazzale Cadorna 6 (20123). È una Società Benefit sin dagli albori, quando, un gruppo di amici ed ex colleghi, il 22 novembre 2019, la fondarono con l'intento di dar vita ad una start up innovativa che sviluppa, produce e commercializza prodotti e servizi innovativi ad alto valore tecnologico a favore dell'ambiente, della salute e dell'economia del territorio, con particolare attenzione al settore alimentare. PlanEat è il nome delle piattaforme di pianificazione alimentare attraverso cui si realizza il "Perché"

Tutto nasce, infatti, da un "Perché?". Nel beneficio comune, nei Valori condivisi, nelle Persone, nel Futuro, nel Pianeta, c'è il "Perché". Ogni scelta ha come bussola il bene di tutti e il desiderio di rendere migliore questo Mondo.

Prima ancora di pensare al "Cosa?" c'è stato il "Come" lo si sarebbe fatto. Una domanda guida il come e attraversa il perché : **"Come possiamo rendere questo Mondo un pochettino migliore di come lo abbiamo trovato?"**.

Nel cercare le risposte abbiamo consapevolmente individuato i nostri Valori fondanti, scoprendo, nel loro punto di intersezione il bene comune.



1.2 Il nostro modello di impresa

Le coordinate strategiche del nostro Fare Impresa, orientate al beneficio comune.



Persone

Al centro del nostro modello c'è il valore sociale.

Promuoviamo inclusione, equità e supporto alla comunità, costruendo relazioni solide e valorizzando ogni individuo all'interno e all'esterno dell'azienda.



Tempo

Il tempo è la nostra risorsa più preziosa.

Lavoriamo per ottimizzare l'efficienza e migliorare sensibilmente la qualità della vita di chi sceglie i nostri servizi e di chi lavora con noi.



Pianeta

La salvaguardia ambientale guida ogni nostra scelta.

Ci impegniamo a proteggere le risorse naturali e prevenire alla fonte ogni forma di spreco alimentare, riducendo la pressione sul Pianeta.

1.3 Il nostro beneficio comune

Nati come Società Benefit, abbiamo l'obiettivo di generare valore non solo economico, ma anche sociale e ambientale.

La società persegue finalità di beneficio comune, impegnandosi nella promozione e diffusione di modelli economici e sociali sostenibili capaci di generare valore diffuso per le persone, i territori e l'ambiente.

Nel corso del 2025, abbiamo **rafforzato ulteriormente questo impegno** aggiornando il proprio oggetto sociale e introducendo esplicitamente il riferimento alla responsabilità verso le **future generazioni**.

In particolare, la società si impegna a integrare la **tutela ambientale** in tutte le proprie attività, attraverso lo sviluppo di tecnologie, modelli organizzativi e sistemi informatici volti a:

- ottimizzare l'uso delle risorse naturali;
- ridurre lo spreco alimentare;
- contribuire alla protezione della biodiversità e degli ecosistemi locali.

Questo approccio mira a generare un impatto positivo sul pianeta e sulle persone, nel rispetto dei principi di sviluppo sostenibile, responsabilità intergenerazionale e giustizia climatica.

Riconosciamo, infatti, che le scelte economiche e tecnologiche di oggi influenzano le condizioni di vita delle generazioni future. Per questo motivo, l'innovazione sviluppata dalla piattaforma è orientata a promuovere sistemi alimentari più sostenibili, efficienti e responsabili.



Appartenenza ad associazioni e network

In coerenza con la propria natura di Società Benefit e con le finalità di beneficio comune, PlanEat aderisce a network e associazioni che promuovono modelli economici sostenibili, inclusivi e orientati alla creazione di valore condiviso.

La partecipazione attiva a tali contesti consente all'organizzazione di contribuire allo sviluppo di pratiche innovative, di confrontarsi con altri attori impegnati nella transizione sostenibile e di rafforzare il proprio impatto sul territorio e lungo la filiera.

Attraverso queste collaborazioni, PlanEat favorisce lo scambio di competenze, il dialogo con le istituzioni e la diffusione di modelli di consumo e produzione più responsabili, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

Il nostro coinvolgimento

- 3 associazioni attive.
- partecipazione a tavoli e momenti di confronto istituzionale.
- contributo a iniziative su sostenibilità e innovazione.

ISVI – Istituto per i Valori d'Impresa

Promuove la diffusione di pratiche aziendali orientate ai valori, favorendo lo sviluppo di strategie sostenibili e il confronto tra imprese impegnate nella creazione di valore nel lungo periodo.

Assobenefit – Associazione Nazionale per le Società Benefit

Supporta la diffusione del modello di Società Benefit in Italia, promuovendo un'economia orientata alla sostenibilità e alla generazione di impatti positivi per la società e l'ambiente.

Assolombarda

Rappresenta un punto di riferimento per il dialogo tra imprese, istituzioni e territorio, favorendo lo sviluppo economico e sociale e il confronto su temi quali innovazione, lavoro e sostenibilità.

1.4 Le scelte che hanno definito il nostro impatto

Non gestire lo spreco. Prevenirlo.

Fin dall'inizio abbiamo scelto di non intervenire a valle, quando il cibo è già diventato eccedenza. Abbiamo scelto un'altra strada: agire prima che lo spreco si generi. Questo significa intervenire sulla pianificazione, sulla domanda reale, sulle decisioni quotidiane. Perché ogni alimento sprecato non è solo cibo: è acqua, energia, suolo, lavoro. E tutto questo può essere evitato.

Cambiare le abitudini, non solo i processi, una nuova identità di "Consumatore".

Lo spreco non nasce solo da inefficienze operative, ma da abitudini consolidate. Per questo PlanEat non è solo una piattaforma: è uno strumento che accompagna il cambiamento. Aiutiamo persone e organizzazioni a pianificare, scegliere e consumare in modo più consapevole. Perché senza cambiamento culturale, nessuna innovazione è davvero efficace. inizia a nascere il concetto di "PlanEater".

Portare il modello dentro alle organizzazioni.

Il passaggio al B2B ha segnato una svolta. Entrare nelle aziende ha significato intervenire su sistemi complessi, dove lo spreco non è episodico, ma strutturale. Attraverso la mensa diffusa e la pianificazione digitale, abbiamo dimostrato che è possibile: ridurre lo spreco, migliorare l'efficienza, generare valore per l'organizzazione.



Marzo 2020

Stampiamo la prima etichetta!



Agosto 2020

Definiamo il *Planeater*: ['plæni:tər]: agg. e s. maschile e femminile [utente di Planeat]. 1) Colui che pianifica i propri pasti, da to plan: pianificare e eat: mangiare. 2) Chi fruisce di un Bene o Servizio, traendone beneficio e restituendo Valore per il Pianeta. 3) Fruitore, non Consumatore.



Settembre 2021

Nasce PlanEat Pausa Pranzo

La nostra storia fino ad oggi

Costruire un ecosistema, non un singolo servizio.

Con il tempo, il modello si è ampliato. Non più un singolo servizio, ma un sistema che coinvolge: ristoratori, aziende, scuole, territori. Un ecosistema in cui ogni attore contribuisce a ridurre lo spreco, attraverso una migliore gestione della domanda e delle risorse.

Portare il tema a livello istituzionale.

Lo spreco alimentare non è solo un tema operativo. È un tema di sistema. Per questo abbiamo scelto di portare il confronto anche nel dialogo con le istituzioni. Abbiamo riscontrato una crescente apertura verso modelli innovativi, strumenti digitali e nuove modalità di gestione dei servizi. In particolare, emerge la necessità di ripensare il ruolo dei fornitori: non solo esecutori, ma partner strategici nel raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità (CAM).

Dimostrare che un altro modello è possibile.

Immaginare modelli diversi significa metterli alla prova, farli evolvere e adattarli nel tempo. Ogni passo contribuisce a costruire nuove modalità di gestione del cibo, più consapevoli e capaci di ridurre progressivamente lo spreco.



02

Dal problema alla soluzione

- 2.1 Il contesto
- 2.2 Il problema: il sistema alimentare oggi
- 2.3 Perché prevenire è la soluzione
- 2.4 La nostra soluzione

2.1 Il contesto

Il periodo storico in cui è nata PlanEat è stato segnato da una profonda riflessione sul rapporto tra attività umane e sostenibilità del Pianeta. Analizzando il contesto globale, è emerso con chiarezza come uno dei bisogni più fondamentali dell'essere umano – quello dell'alimentazione – sia oggi anche una delle attività con il maggiore impatto ambientale.

L'alimentazione rappresenta uno dei bisogni primari dell'essere umano. Nella piramide dei bisogni elaborata da Abraham Maslow, il nutrimento costituisce uno dei livelli fondamentali per la sopravvivenza e il benessere delle persone.

Nel corso degli ultimi decenni, tuttavia, il sistema alimentare globale si è progressivamente trasformato. L'industrializzazione della produzione, la globalizzazione delle filiere e l'aumento dell'offerta alimentare hanno contribuito a rendere il cibo sempre più disponibile, ma spesso anche meno gestito in modo consapevole.

Il risultato è un sistema in cui una parte significativa delle risorse utilizzate per produrre cibo viene dispersa lungo la filiera o nella fase di consumo.

Lo spreco alimentare non rappresenta soltanto un problema economico, ma anche una questione ambientale e sociale. Ogni alimento sprecato incorpora infatti tutte le risorse necessarie alla sua produzione: acqua, energia, suolo, lavoro umano e infrastrutture logistiche.

Affrontare il problema dello spreco significa quindi intervenire non solo sulla gestione del cibo, ma anche sul modo in cui le persone e le organizzazioni pianificano il consumo alimentare.



Piramide di Maslow

2.2 Il problema: il sistema alimentare oggi

Un'inefficienza strutturale che spreca risorse e impatta sul pianeta.

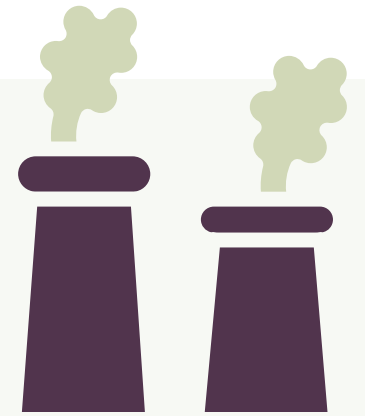
33%

del cibo prodotto a livello globale viene sprecato ogni anno (circa 1,3 miliardi di tonnellate).



26%

delle emissioni globali di gas serra (GHG) è generato dalla produzione e dal sistema alimentare.



70%

dell'acqua dolce disponibile a livello mondiale viene consumata dal settore agricolo.



Distribuzione dello spreco



61%
Domestico

26%
Filiera

13%
Distribuzione

2.3 Perché prevenire è la soluzione

Ridurre lo spreco alimentare richiede un approccio sistemico che consideri l'intera filiera del cibo, dalla produzione al consumo. Negli ultimi anni, numerose istituzioni internazionali hanno evidenziato come le strategie di gestione dello spreco debbano privilegiare interventi che agiscano prima che il cibo diventi un rifiuto.

Secondo l'Environmental Protection Agency (EPA), l'**azione più efficace** per ridurre lo spreco alimentare è la cosiddetta **prevenzione alla fonte** (source reduction), ovvero l'insieme di pratiche che consentono di evitare la produzione di eccedenze alimentari attraverso una migliore pianificazione della domanda, una gestione più efficiente degli acquisti e una preparazione dei pasti più allineata ai reali bisogni di consumo.

La prevenzione dello spreco rappresenta il livello prioritario nella cosiddetta Food Recovery Hierarchy, una gerarchia di azioni che individua le strategie più efficaci per ridurre l'impatto ambientale, economico e sociale dello spreco di cibo.

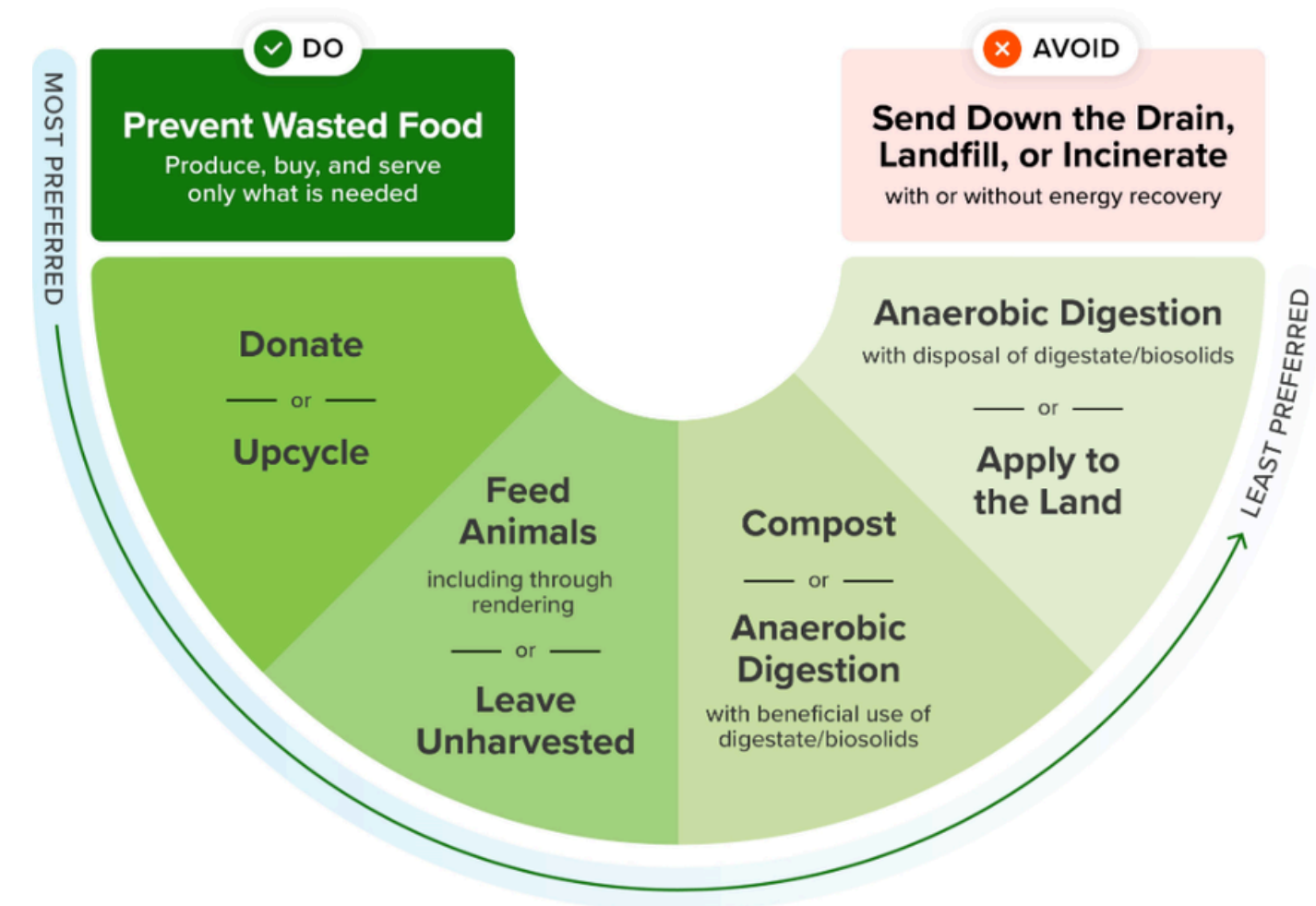
In questa prospettiva, prevenire lo spreco significa intervenire sulle cause che lo generano, evitando che vengano inutilmente utilizzate risorse naturali preziose come acqua, suolo, energia e fertilizzanti impiegati nella produzione alimentare. Quando il cibo viene sprecato, infatti, vengono sprecate anche tutte le risorse necessarie alla sua produzione e distribuzione, generando ulteriori emissioni di gas serra e pressioni sugli ecosistemi.

Promuovere modelli di consumo più consapevoli e sistemi di pianificazione alimentare più efficienti rappresenta quindi una delle leve più importanti per migliorare la sostenibilità del sistema alimentare globale.



Wasted Food Scale

How to reduce the environmental impacts of wasted food



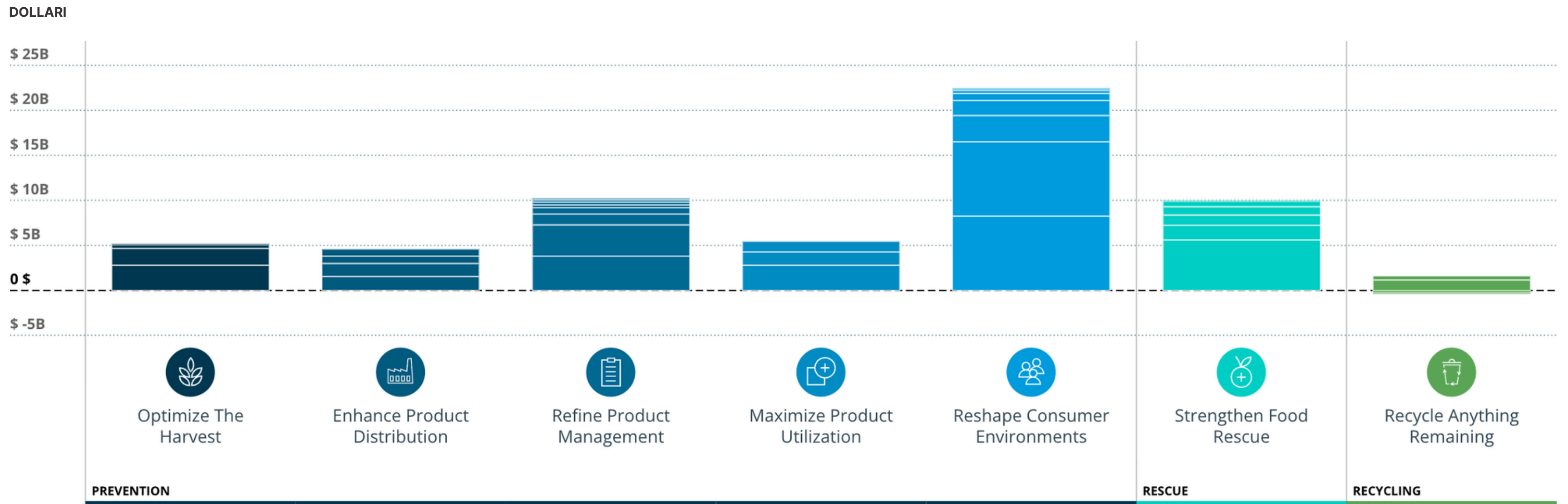
Food Recovery Hierarchy: priorità delle azioni per ridurre lo spreco alimentare

La prevenzione dello spreco alimentare rappresenta la strategia con il maggiore impatto ambientale positivo, poiché consente di evitare l'utilizzo non necessario di risorse naturali e la produzione di emissioni associate alla produzione di cibo.

Quanto conviene prevenire lo spreco di cibo

Potenziale beneficio finanziario netto annuo derivante dalle soluzioni per lo spreco alimentare

Fonte: [ReFED - Solution database](#)



Il ruolo della abitudini

Prevenire lo spreco significa infatti intervenire non solo sulla gestione delle eccedenze, ma soprattutto sulle **abitudini di consumo** e sulle modalità con cui il cibo viene acquistato, pianificato e preparato. In molti casi, lo spreco è il risultato di una mancata corrispondenza tra la quantità di cibo prodotta o acquistata e il reale fabbisogno di consumo.

Promuovere modelli di consumo più consapevoli e sistemi di pianificazione alimentare più efficienti rappresenta quindi una leva fondamentale per migliorare la sostenibilità del sistema alimentare.

Questo approccio è coerente con quanto previsto dagli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite, in particolare con il **Goal 12 – Consumo e produzione responsabili**, che promuove l'adozione di modelli di produzione e consumo capaci di utilizzare in modo efficiente le risorse naturali e ridurre la generazione di rifiuti.

Secondo le linee guida dell'SDG Compass, sviluppato da Global Compact, GRI e WBCSD per supportare le imprese nell'integrazione degli SDGs nelle proprie strategie, le aziende possono contribuire al raggiungimento del Goal 12 anche attraverso modelli di business che favoriscano un uso più efficiente delle risorse e incoraggino cambiamenti nelle abitudini di consumo.

In questo contesto, strumenti digitali e soluzioni organizzative che favoriscono la pianificazione dei pasti e la prevenzione dello spreco alimentare rappresentano una leva concreta per contribuire alla transizione verso sistemi alimentari più sostenibili.



2.4 La nostra soluzione

Per dare forma a questo approccio, Alimentiamoci S.r.l. Società Benefit ha sviluppato PlanEat, una piattaforma digitale progettata per supportare la pianificazione dei pasti e promuovere scelte alimentari più consapevoli e sostenibili.

Nel presente documento il nome PlanEat verrà utilizzato per riferirsi all'insieme delle attività e delle soluzioni sviluppate dalla società.

Plan what you Eat, to save the Planet

Pianificando (Plan) ciò che mangeremo (Eat), ottimizzeremo gli acquisti, evitando gli sprechi correlati e contribuendo alla salvezza del pianeta (Planet).

PlanEat è la composizione delle due parole che raccontano la nostra soluzione e ci ricorda ciò che vogliamo salvaguardare con essa: il nostro pianeta.

La forma del logotipo mantiene le maiuscole delle due parole che lo compongono, per aiutare a decifrarne i vari significati sopra descritti.

L'icona nasce invece dall'incontro di due simboli universalmente riconoscibili: la foglia che rappresenta l'ambiente e la forchetta che rappresenta la ristorazione. I due elementi si fondono sfruttando la "psicologia della Gestalt" per creare una forma unica e organica, così come PlanEat unisce l'alimentazione alla sostenibilità, attraverso una nuova prospettiva.



03

Modello di business e creazione di valore

- 3.1 Il modello di business
- 3.2 Attività dell'organizzazione
- 3.3 Modello di creazione del valore e la catena del valore
- 3.4 Contesti di applicazione della piattaforma
- 3.5 La "Theory of Change" attuata da PlanEat

3.1 Il modello di business

Il modello di business di PlanEat si fonda sull'impiego della **tecnologia** per trasformare processi di consumo alimentare tradizionalmente frammentati e poco prevedibili in sistemi organizzati, basati su logiche di pianificazione e coordinamento tra domanda e offerta.

Attraverso lo sviluppo di soluzioni digitali, PlanEat interviene lungo il ciclo di preparazione e consumo dei pasti, abilitando una gestione più efficiente delle risorse e contribuendo alla riduzione delle eccedenze generate da disallineamenti tra produzione e domanda effettiva. In questo modo, l'organizzazione non si limita a digitalizzare processi esistenti, ma ne ridefinisce il funzionamento, introducendo modelli operativi orientati alla previsione, all'ottimizzazione e alla riduzione delle inefficienze.

All'interno di questo framework, la riduzione dello spreco alimentare rappresenta una conseguenza diretta dell'efficienza sistemica generata, piuttosto che un obiettivo isolato.

In linea con i principi della responsabilità sociale delle organizzazioni, come delineati dalla norma internazionale ISO 26000, PlanEat integra nel proprio modello considerazioni di carattere ambientale, sociale ed economico, con l'obiettivo di generare valore condiviso per gli attori coinvolti lungo la filiera e per i territori di riferimento.

3.2 Attività dell'organizzazione

Per realizzare il proprio modello di business, PlanEat **sviluppa e gestisce una piattaforma digitale finalizzata a supportare la pianificazione dei consumi alimentari e a migliorare la corrispondenza tra domanda e preparazione dei pasti**. Attraverso tali strumenti, l'organizzazione abilita una gestione più efficiente delle risorse lungo le diverse fasi della filiera alimentare.

Le principali attività di PlanEat comprendono lo sviluppo e l'evoluzione della piattaforma tecnologica, la raccolta e l'analisi dei dati relativi ai consumi e il coordinamento operativo tra i diversi attori coinvolti – aziende e operatori della ristorazione – nell'ambito di modelli di mensa diffusa basati sulla pianificazione dei pasti.

PlanEat affianca a queste attività un **laboratorio interno di produzione**, all'interno del quale viene realizzata una parte dei pasti e vengono testati e perfezionati i processi operativi e le funzionalità della piattaforma. Il laboratorio rappresenta inoltre uno spazio di osservazione e analisi, finalizzato ad anticipare criticità e bisogni emergenti del sistema, contribuendo a un miglioramento continuo del servizio e a una maggiore precisione nell'applicazione del modello su scala operativa.

A queste si aggiungono **attività di comunicazione e sensibilizzazione** volte a promuovere comportamenti alimentari più consapevoli e un utilizzo più efficiente delle risorse.

Attraverso l'insieme di queste attività, PlanEat contribuisce a una gestione più efficiente del sistema alimentare e alla riduzione delle eccedenze lungo il ciclo di preparazione e consumo dei pasti.

3.3 Modello di creazione del valore e la catena del valore

Modello di creazione del valore

Il valore generato dal modello PlanEat deriva dalla capacità di trasformare processi di consumo alimentare tradizionalmente poco prevedibili in sistemi pianificati, attraverso l'utilizzo di strumenti digitali che migliorano la corrispondenza tra domanda e preparazione dei pasti. La pianificazione anticipata consente infatti una gestione più efficiente dei flussi di consumo, riducendo le eccedenze e contribuendo in modo concreto alla prevenzione dello spreco alimentare.

Tale approccio permette di limitare l'impiego non necessario di risorse naturali utilizzate nella produzione alimentare, quali acqua, suolo ed energia, favorendo un utilizzo più efficiente delle risorse lungo l'intero sistema. Il valore generato si manifesta quindi non solo sotto il profilo economico, ma anche in termini ambientali e sociali, attraverso la riduzione degli impatti associati alla sovrapproduzione e a modelli di consumo non ottimizzati.

La piattaforma contribuisce inoltre a orientare i comportamenti degli utenti verso modalità di consumo più consapevoli, favorendo una maggiore responsabilizzazione nella gestione del cibo. In questo senso, la riduzione dello spreco alimentare rappresenta una conseguenza diretta dell'efficienza sistemica introdotta dal modello.

Il processo di creazione del valore di PlanEat si fonda pertanto sull'integrazione tra innovazione digitale, ottimizzazione dei processi e promozione di pratiche di consumo più sostenibili, generando benefici distribuiti per gli attori coinvolti e per il sistema nel suo complesso.

Catena del valore

Il modello di business di PlanEat si inserisce all'interno della catena del valore del sistema alimentare, coinvolgendo una pluralità di attori interconnessi. Tra i principali soggetti partecipanti figurano gli utenti finali, le organizzazioni che adottano la piattaforma per la gestione dei servizi di ristorazione, i ristoratori e food provider partner, nonché i fornitori di prodotti alimentari e i soggetti coinvolti nelle attività logistiche.

All'interno di questo ecosistema, la piattaforma digitale svolge una funzione di coordinamento e integrazione, consentendo una gestione più strutturata della domanda e una maggiore corrispondenza tra consumi effettivi e produzione dei pasti. In tal modo, PlanEat abilita un flusso informativo condiviso tra i diversi attori, riducendo le asimmetrie informative e migliorando la capacità di pianificazione lungo le diverse fasi della filiera.

L'integrazione di tali soggetti all'interno di un sistema digitale di previsione e gestione consente di ottimizzare i processi operativi, favorendo una maggiore efficienza complessiva e una riduzione delle inefficienze legate alla sovrapproduzione e alla variabilità della domanda.

Attraverso questo approccio, PlanEat contribuisce a rendere più efficiente l'intera catena del valore, riducendo la generazione di eccedenze e sostenendo la prevenzione dello spreco alimentare, con benefici sia in termini economici sia ambientali.

3.4 Contesti di applicazione della piattaforma

La piattaforma PlanEat è progettata per operare in diversi contesti di consumo alimentare, adattandosi alle esigenze di individui e organizzazioni.

In particolare, la pianificazione dei pasti può essere applicata in ambiti quali il consumo domestico, i servizi di ristorazione aziendale e i sistemi di ristorazione collettiva. In questi contesti, la piattaforma consente di organizzare in anticipo la domanda di pasti, facilitando una gestione più efficiente della preparazione del cibo.

Attraverso l'integrazione tra strumenti digitali di pianificazione e una rete di partner operativi, PlanEat contribuisce a migliorare l'organizzazione del consumo alimentare e a ridurre lo spreco di cibo, promuovendo modelli di consumo più sostenibili.

Il modello di PlanEat



3.5 La “Theory of Change” attuata da PlanEat

Per descrivere come il proprio modello di business genera valore nel tempo, PlanEat adotta una Theory of Change che rappresenta il processo attraverso cui l'impiego dei diversi capitali in input viene trasformato in risultati e impatti positivi per il sistema alimentare e per la società.

Il modello si fonda sull'integrazione di capitale intellettuale e tecnologico (piattaforma digitale), capitale umano, capitale sociale e relazionale, capitale produttivo e capitale naturale. Attraverso le proprie attività, PlanEat abilita un sistema di pianificazione e coordinamento della domanda e dell'offerta alimentare, migliorando la gestione dei flussi di consumo.

Output

- Pianificazione anticipata dei pasti.
- Maggiore allineamento tra domanda e produzione.

Outcome

- Riduzione delle eccedenze alimentari.
- Utilizzo più efficiente delle risorse.
- Diffusione di comportamenti di consumo più consapevoli.

Impatto

- Riduzione dello spreco alimentare.
- Diminuzione dell'impatto ambientale.
- Generazione di valore economico, sociale e ambientale lungo la filiera.

In questo modello, il cambiamento nei comportamenti di consumo rappresenta il principale driver di creazione del valore, consentendo di trasformare l'impiego dei capitali in benefici diffusi e duraturi.



04

Identificazione e prioritizzazione degli impatti di sostenibilità

- 4.1 Le dimensioni dell'impatto generato
- 4.2 Identificazione di Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)
- 4.3 Gestione degli impatti lungo la filiera
- 4.4 Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)
- 4.5 Identificazione dei temi materiali e mappatura rispetto agli SDGs
- 4.6 Coinvolgimento degli stakeholder
- 4.7 Esempi di coinvolgimento di stakeholder

4.1 Le dimensioni dell’impatto generato

Gli impatti generati da PlanEat, descritti nella Theory of Change, costituiscono la base per l’identificazione degli Impatti, Rischi e Opportunità (IRO) e per l’analisi di doppia materialità.

Tali impatti derivano da un elemento distintivo del modello PlanEat: l’intervento a monte del sistema alimentare, attraverso la pianificazione e il cambiamento delle abitudini di consumo.

Attraverso soluzioni digitali e modelli organizzativi orientati alla pianificazione dei pasti, PlanEat contribuisce a migliorare la corrispondenza tra domanda e produzione alimentare, riducendo la generazione di eccedenze.

Questo approccio consente di intervenire sulle cause dello spreco alimentare, evitando l’utilizzo non necessario di risorse naturali – come acqua, energia e suolo – e promuovendo al contempo comportamenti di consumo più consapevoli.

Gli impatti generati costituiscono la base per l’identificazione degli Impatti, Rischi e Opportunità (IRO) associati alle attività dell’organizzazione e rappresentano un elemento centrale nell’ambito dell’analisi di doppia materialità.

Dimensione ESG	Ambito	Impatto generato
Ambientale	Spreco alimentare	riduzione dello spreco alimentare
Ambientale	Risorse naturali	uso più efficiente delle risorse naturali
Sociale	Comportamenti	diffusione di modelli di consumo sostenibili
Sociale	Consapevolezza	maggior attenzione al valore del cibo
Governance	Modello di impresa	integrazione della sostenibilità nel modello di business (Società Benefit)
Governance	Innovazione	sviluppo di soluzioni digitali per la prevenzione dello spreco
Governance	Stakeholder	collaborazione con imprese, PA e filiera per la gestione sostenibile del consumo

4.2 Identificazione di Impatti, Rischi e Opportunità (IRO)

A partire dall'analisi del modello di business, della catena del valore e degli impatti generati dalle attività dell'organizzazione, PlanEat ha avviato un processo di identificazione preliminare dei principali Impatti, Rischi e Opportunità (IRO) associati alle proprie attività.

Gli impatti riguardano gli effetti, positivi o negativi, che le attività dell'organizzazione possono generare sull'ambiente e sulla società. Nel caso di PlanEat, tali effetti sono principalmente legati alla prevenzione dello spreco alimentare, alla promozione di modelli di consumo più sostenibili e all'utilizzo più efficiente delle risorse naturali impiegate nel sistema alimentare.

I rischi riguardano invece i fattori che potrebbero influenzare la capacità dell'organizzazione di sviluppare e consolidare il proprio modello di business, come l'evoluzione del contesto di mercato, le dinamiche del settore food e le modalità di adozione delle soluzioni digitali nel sistema alimentare.

Le opportunità sono rappresentate dalle possibilità di sviluppo e innovazione che derivano dalla crescente attenzione verso la sostenibilità del sistema alimentare e dalla domanda di soluzioni capaci di ridurre lo spreco di cibo e migliorare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse.

Oltre agli impatti positivi generati, la Società ha analizzato anche i potenziali impatti negativi connessi al proprio modello di business, distinguendo tra impatti causati direttamente, impatti da contributo e impatti collegati lungo la catena del valore.

Tra i principali ambiti individuati rientrano: le emissioni associate alla logistica, l'utilizzo di materiali per il packaging, i consumi legati ai sistemi riutilizzabili, la dipendenza da fornitori esterni, nonché gli effetti organizzativi e sociali connessi al modello operativo e digitale.

Categoria	Dimensione ESG	IRO identificato	Collegamento al modello PlanEat
Impatto	Ambientale	prevenzione dello spreco alimentare	pianificazione dei consumi e riduzione delle eccedenze
Impatto	Ambientale	uso efficiente delle risorse naturali	minore utilizzo di acqua, energia e suolo
Impatto	Sociale	diffusione di modelli di consumo sostenibili	cambiamento delle abitudini attraverso la piattaforma
Impatto	Sociale	maggiore consapevolezza sul valore del cibo	educazione al consumo responsabile
Rischio	Governance	resistenza al cambiamento nei comportamenti	difficoltà di adozione del modello di pianificazione
Rischio	Governance	evoluzione del mercato food-tech	pressione competitiva e innovazione continua
Opportunità	Governance	crescente domanda di soluzioni sostenibili	interesse di aziende e PA per la riduzione dello spreco
Opportunità	Governance	sviluppo di servizi digitali per aziende e PA	scalabilità del modello PlanEat
Opportunità	Governance	integrazione dei CAM nei processi di acquisto	ruolo dei fornitori come partner strategici

4.3 Gestione degli impatti lungo la filiera

Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il proprio approccio alla sostenibilità, la Società ha avviato un percorso di analisi dei potenziali impatti associati al proprio modello di business, affiancando alla valutazione degli impatti positivi una lettura più completa e bilanciata degli effetti generati lungo la filiera.

Questa attività rappresenta un primo passo verso l'adozione di un sistema strutturato di identificazione, gestione e monitoraggio degli impatti lungo l'intera catena del valore, in coerenza con i principali standard internazionali di riferimento.

La mappatura sviluppata costituisce una base evolutiva, che sarà progressivamente affinata e integrata nei processi aziendali. A partire dal 2026, la Società prevede di avviare un percorso strutturato di monitoraggio e rendicontazione degli impatti lungo la filiera, con l'obiettivo di migliorare la capacità di misurazione e gestione delle proprie performance ambientali e sociali.

Area	Impatto	Tipo
Logistica	Emissioni trasporto	Contributo
Packaging	Uso materiali	Causa
Riutilizzabili	Consumi lavaggio	Causa
Filiera	Condizioni fornitori	Collegamento
Digitale	Accessibilità	Contributo
Organizzazione	Complessità Holacracy	Causa

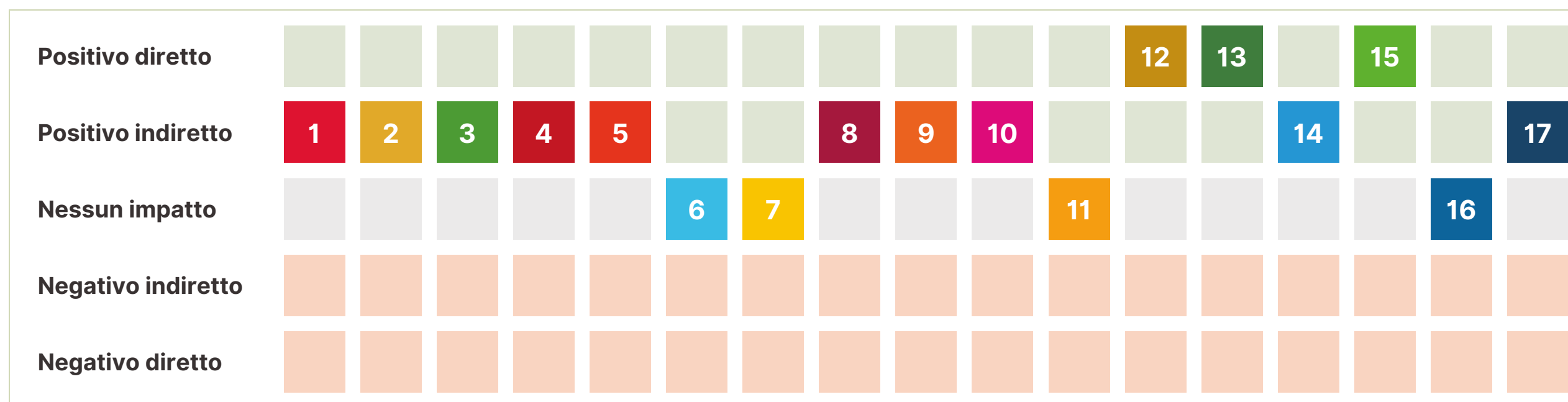
4.4 Contributo agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)

Nel corso del 2024 PlanEat ha introdotto un nuovo strumento di analisi per valutare il contributo del proprio modello di business agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (Sustainable Development Goals – SDGs) definiti nell’Agenda 2030. L’analisi è stata realizzata attraverso lo SDG Impact Assessment Tool, che consente di esaminare in modo sistematico le relazioni tra le attività dell’organizzazione e i 17 obiettivi globali di sviluppo sostenibile, distinguendo tra impatti diretti e indiretti.

L’applicazione dello strumento ha evidenziato come il modello di business di PlanEat, basato sulla pianificazione dei pasti e sulla prevenzione dello spreco alimentare, contribuisca in modo significativo alla promozione di sistemi alimentari più sostenibili e alla riduzione dell’impatto ambientale associato alla produzione di cibo.

In particolare, il contributo più rilevante riguarda gli obiettivi legati alla promozione di modelli di consumo responsabili, alla lotta al cambiamento climatico e alla tutela degli ecosistemi terrestri, che risultano direttamente connessi alla prevenzione dello spreco alimentare e all’ottimizzazione dell’uso delle risorse naturali.

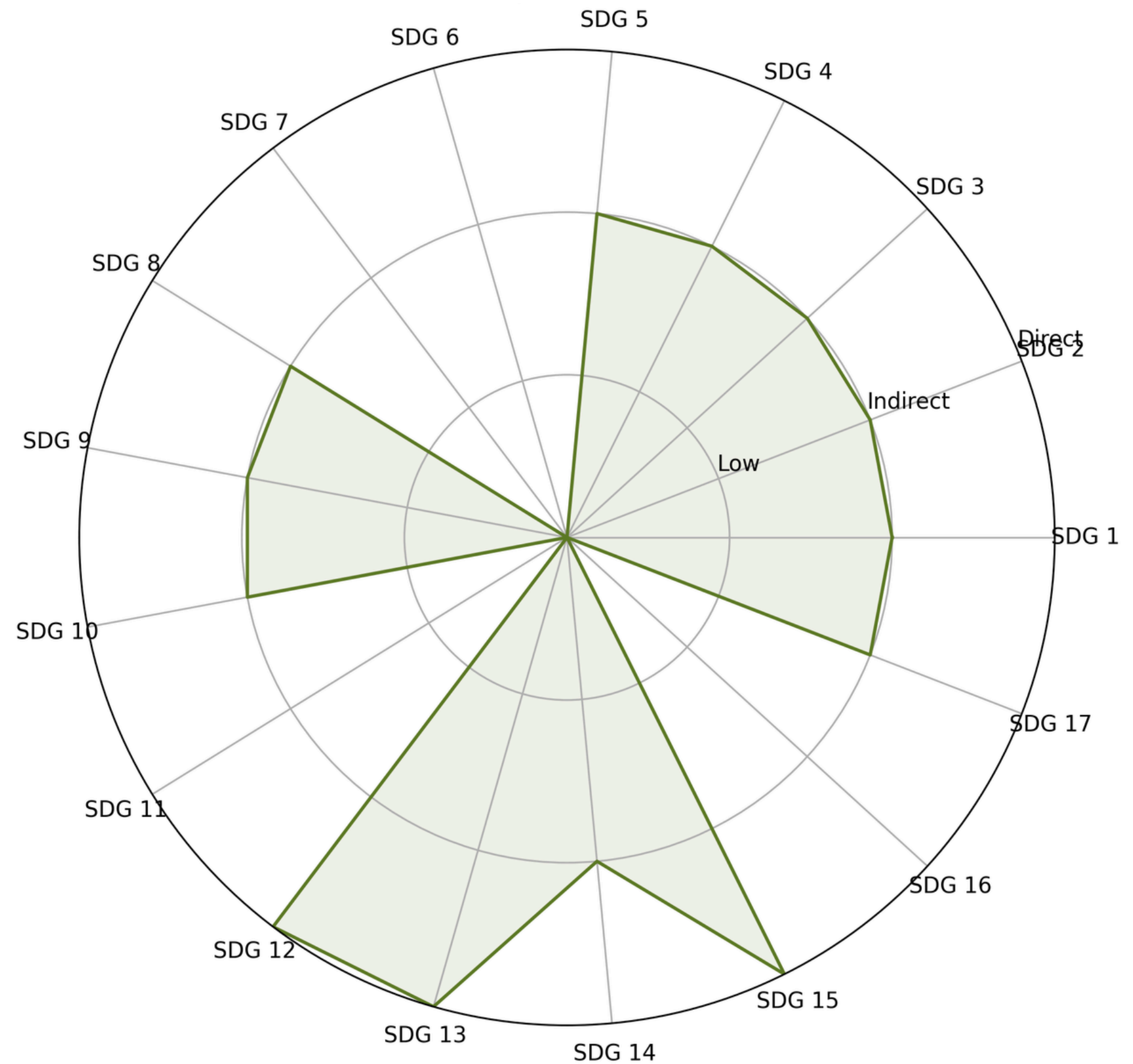
L’analisi ha inoltre evidenziato contributi indiretti ad altri obiettivi dell’Agenda 2030, connessi alla promozione di modelli alimentari più consapevoli, all’innovazione digitale nel settore food e allo sviluppo di partnership tra diversi attori del sistema alimentare.



[→ Qui un approfondimento](#)

Grafico radar del contributo di PlanEat

Il grafico radar evidenzia gli SDGs sui quali PlanEat genera il maggiore impatto attraverso il proprio modello di business. In particolare, l'organizzazione contribuisce in modo diretto agli SDG 12 (Consumo e produzione responsabili), SDG 13 (Lotta al cambiamento climatico) e SDG 15 (Vita sulla Terra), grazie alla prevenzione dello spreco alimentare e alla riduzione degli impatti ambientali associati alla produzione di cibo. PlanEat contribuisce inoltre in modo indiretto ad altri obiettivi legati alla promozione di sistemi alimentari più sostenibili e a modelli di consumo più responsabili.



4.5 Identificazione dei temi materiali e mappatura rispetto agli SDGs

L'identificazione dei temi materiali è stata realizzata attraverso un'analisi del modello di business dell'organizzazione, della catena del valore e degli impatti generati dalle attività di PlanEat.

L'analisi degli Impatti, Rischi e Opportunità (IRO) ha rappresentato la base per l'individuazione dei temi di sostenibilità rilevanti per PlanEat.

In una fase successiva, i temi materiali sono stati messi in relazione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), al fine di rappresentare il contributo dell'organizzazione all'Agenda 2030.

In particolare, la successiva mappatura dei temi materiali rispetto agli SDGs ha consentito di evidenziare le aree in cui l'organizzazione contribuisce maggiormente alla creazione di valore ambientale e sociale.




Su questa base, è stato avviato il processo di identificazione dei temi materiali, intesi come le tematiche che riflettono gli impatti più rilevanti generati dall'organizzazione e che risultano maggiormente significative per gli stakeholder.

Il processo ha inoltre fatto riferimento alle linee guida dei GRI Standards, che prevedono l'identificazione dei temi di sostenibilità più rilevanti in relazione agli impatti generati dall'organizzazione sull'ambiente, sulla società e sull'economia.





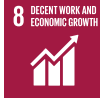









Sulla base di queste analisi, sono stati confermati i temi materiali già individuati nel precedente bilancio di sostenibilità, ritenuti tuttora rappresentativi degli impatti più significativi associati alle attività di PlanEat.

Per queste ragioni, i temi materiali individuati nel precedente ciclo di rendicontazione sono stati confermati anche per il presente bilancio, aggiornandone la formulazione al fine di renderla maggiormente coerente con le indicazioni dei GRI Standards e con i principi della doppia materialità introdotti dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS).

Il processo di identificazione è stato successivamente validato attraverso il coinvolgimento degli stakeholder, che ha confermato la rilevanza dei temi individuati.

Tipo di contributo	Motivazione	GRI collegato	Tema materiale
 Positivo indiretto	PlanEat contribuisce a migliorare l'accesso al cibo attraverso modelli di consumo più efficienti e iniziative di solidarietà come il pasto sospeso.	GRI 413	Accesso al cibo ed impatto sociale
 Positivo indiretto	La pianificazione dei pasti consente di prevenire lo spreco alimentare e migliorare l'efficienza del sistema alimentare.	GRI 413	Accesso al cibo ed impatto sociale
 Positivo indiretto	PlanEat promuove abitudini alimentari più consapevoli, favorendo una relazione equilibrata tra alimentazione, salute e sostenibilità.	GRI 403*	Salute e benessere attraverso l'alimentazione

*Il tema è trattato in senso più ampio rispetto alla sola salute e sicurezza sul lavoro

Tipo di impatto	Motivazione	GRI collegato	Tema materiale
 Positivo indiretto	L'organizzazione promuove attività di sensibilizzazione e formazione sul consumo sostenibile e sulla prevenzione dello spreco.	GRI 401	Cura delle persone e qualità del lavoro
 Positivo indiretto	PlanEat adotta politiche inclusive e promuove pari opportunità all'interno dell'organizzazione.	GRI 405	Cura delle persone e qualità del lavoro
 Nessun impatto diretto	La riduzione dello spreco alimentare comporta una diminuzione indiretta dell'utilizzo di risorse idriche lungo la filiera.	GRI 303	Uso efficiente delle risorse
 Nessun impatto diretto	La prevenzione dello spreco contribuisce alla riduzione dell'energia impiegata nella produzione alimentare.	GRI 302	Uso efficiente delle risorse
 Positivo indiretto	Il modello PlanEat supporta un sistema alimentare più efficiente, generando valore economico e opportunità per la filiera.	GRI 401	Cura delle persone e qualità del lavoro; filiera responsabile e sostenibile
 Positivo indiretto	La piattaforma digitale abilita innovazione nei modelli di gestione della domanda e della produzione alimentare.	GRI 203	Innovazione digitale per la sostenibilità del sistema alimentare
 Positivo indiretto	Modelli di accesso più equi e iniziative solidali contribuiscono a ridurre le disuguaglianze alimentari.	GRI 413	Accesso al cibo e impatto sociale
 Positivo Indiretto	PlanEat contribuisce a sistemi urbani più efficienti attraverso modelli di consumo e distribuzione alimentare sostenibili.	GRI 413	Partnership per la sostenibilità
 Positivo diretto	La pianificazione dei pasti rappresenta la leva principale per prevenire lo spreco alimentare.	GRI 301-305-306-414	Prevenzione dello spreco alimentare; Uso efficiente delle risorse naturali; Riduzione dei materiali e packaging sostenibile; Filiera responsabile e sostenibile
 Positivo diretto	La riduzione dello spreco comporta una diminuzione delle emissioni legate alla produzione alimentare.	GRI 305	Uso efficiente delle risorse naturali
 Positivo indiretto	La riduzione dello spreco e del packaging contribuisce a limitare l'impatto sugli ecosistemi marini.	GRI 301	Riduzione dei materiali e packaging sostenibile
 Positivo diretto	La prevenzione dello spreco riduce la pressione su suolo e biodiversità.	GRI 304	Uso efficiente delle risorse naturali
 Positivo indiretto	Il dialogo con la PA e la promozione di modelli sostenibili contribuiscono a sistemi decisionali più responsabili.	GRI 2	Trasparenza e rendicontazione
 Positivo indiretto	PlanEat sviluppa collaborazioni con aziende, PA e ristoratori per ridurre lo spreco alimentare.	GRI 2	Partnership per la sostenibilità

Ambiente

Prevenzione dello spreco alimentare

Promozione di pratiche responsabili nella catena di approvvigionamento e selezione di partner che condividano i valori di sostenibilità.

Efficienza nell'uso delle risorse naturali

Collegato alla riduzione dello spreco di cibo e all'utilizzo più efficiente delle risorse impiegate nella produzione alimentare, come acqua, energia e suolo.

Packaging sostenibile e riduzione dei rifiuti

Promozione di soluzioni che riducono l'utilizzo di imballaggi monouso e favoriscono materiali riutilizzabili o compostabili.

Filiera e relazioni

Filiera responsabile e fornitori etici

Promozione di pratiche responsabili nella catena di approvvigionamento e selezione di partner che condividano i valori di sostenibilità.

Partnership per la sostenibilità

Sviluppo di collaborazioni con aziende, enti pubblici e comunità per promuovere modelli di consumo sostenibili.

Sociale

Salute e benessere attraverso l'alimentazione

Promozione di modelli di consumo alimentare più consapevoli e sostenibili che contribuiscano al benessere delle persone.

Salute e benessere attraverso l'alimentazione

Promozione di modelli di consumo alimentare più consapevoli e sostenibili che contribuiscano al benessere delle persone.

Accesso al cibo e impatto sociale

Promozione di modelli che favoriscono l'accesso equo al cibo e iniziative di solidarietà alimentare.

Governance

Trasparenza e rendicontazione

Impegno verso una comunicazione trasparente delle attività, degli impatti generati e delle performance di sostenibilità.

Innovazione digitale per la sostenibilità del sistema alimentare

Sviluppo di soluzioni tecnologiche capaci di migliorare l'efficienza del sistema alimentare e supportare modelli di consumo più sostenibili.

4.5 Coinvolgimento degli stakeholder

Il coinvolgimento degli stakeholder rappresenta un elemento centrale per PlanEat, in quanto consente di allineare il modello di business alle aspettative dei principali portatori di interesse e di rafforzare l'analisi di materialità.

Il processo è stato sviluppato in coerenza con i GRI Standards e le buone pratiche internazionali (AA1000), con l'obiettivo di identificare, comprendere e integrare le priorità degli stakeholder nelle strategie aziendali.

Fasi del processo

1. **Identificazione degli stakeholder**

Mappatura dei principali portatori di interesse lungo la catena del valore.

2. **Analisi degli impatti (IRO)**

Valutazione degli impatti, rischi e opportunità associati alle attività di PlanEat.

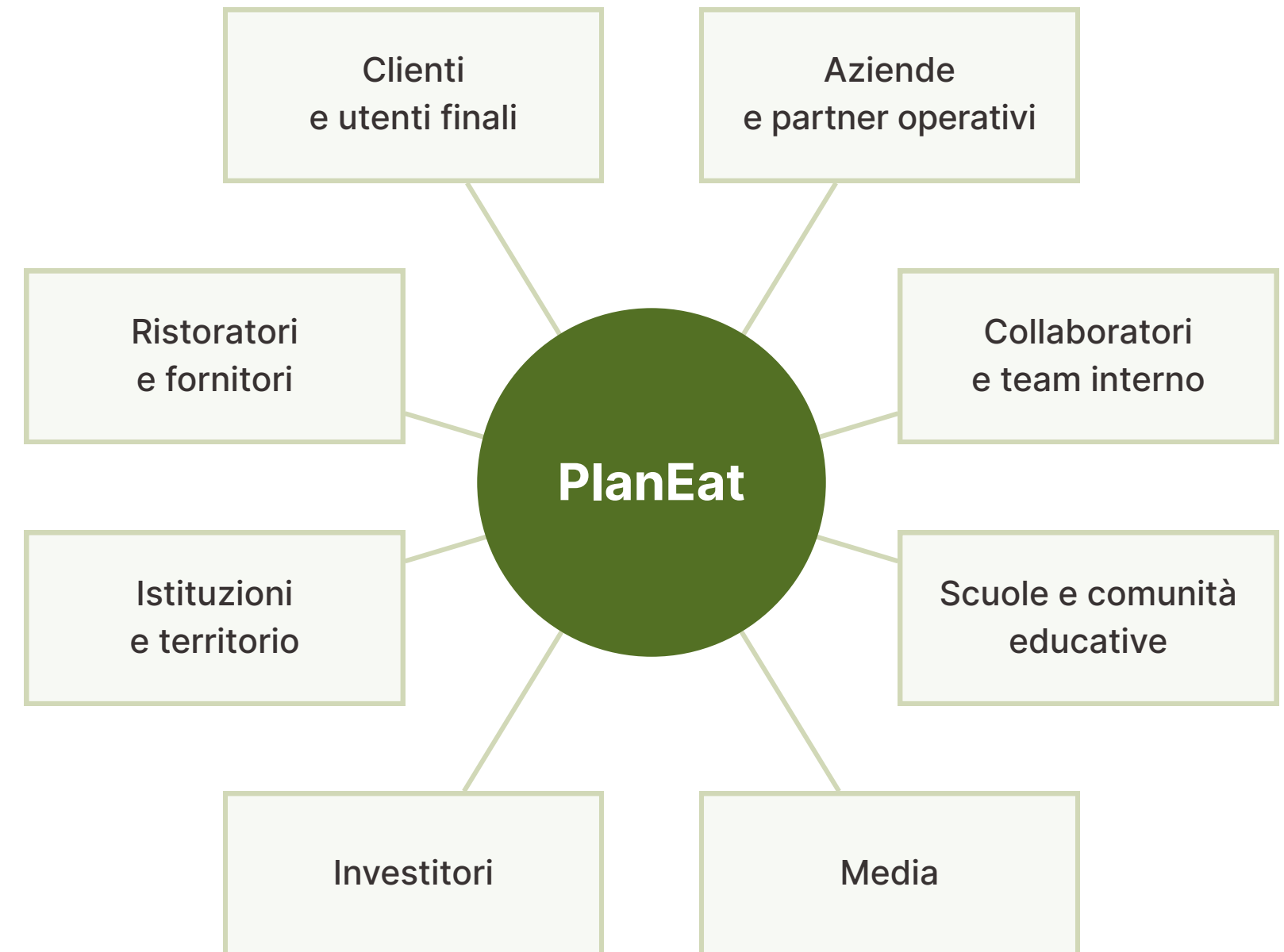
3. **Coinvolgimento e confronto**

Raccolta di contributi attraverso momenti di dialogo diretto e analisi interna.

4. **Validazione dei temi materiali**

Conferma della rilevanza dei temi identificati sulla base delle aspettative degli stakeholder.

Tra gli stakeholder coinvolti nel processo figurano in particolare:



Approccio alle generazioni future

Tra gli stakeholder rilevanti, PlanEat considera anche le generazioni future, in linea con quanto previsto nel proprio statuto e con i principi di sostenibilità intergenerazionale.

Non essendo direttamente coinvolgibili, la loro prospettiva è stata integrata attraverso l'analisi di indicatori scientifici e dati di scenario relativi alla pressione sui sistemi naturali, tra cui l'Earth Overshoot Day.

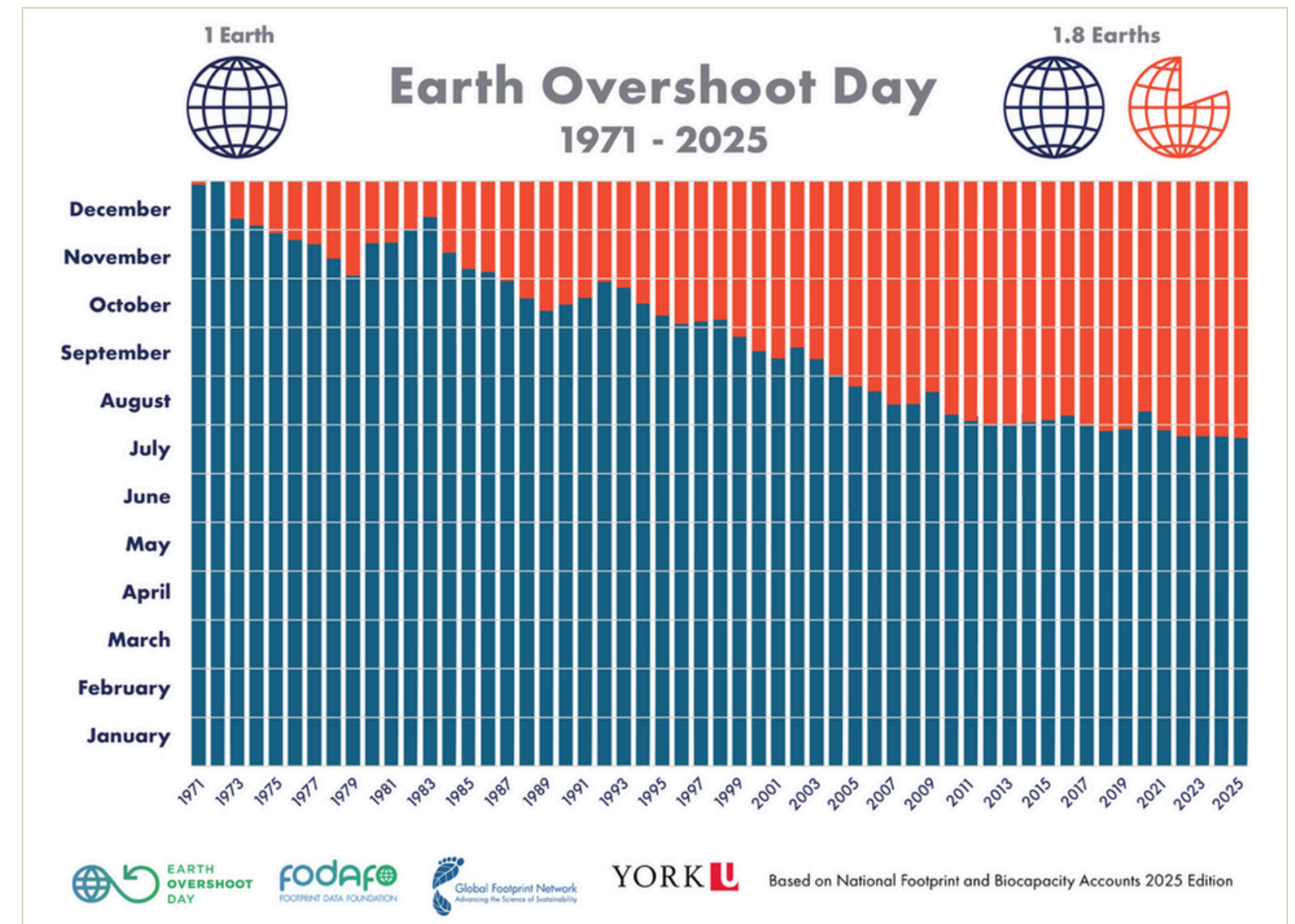
Questo approccio consente di includere una visione di lungo periodo nei processi decisionali e nella definizione delle priorità di sostenibilità.

Esito del processo

Il processo di stakeholder engagement ha confermato la rilevanza dei temi materiali individuati, evidenziando una forte coerenza tra:

- impatti generati dal modello PlanEat;
- priorità strategiche dell'organizzazione;
- aspettative degli stakeholder.

Nel 2025, dal 24 luglio abbiamo rubato risorse al futuro.
Nel 2026 accadrà il 5 giugno. In Italia, accadrà il 3 maggio!



**Crescita della
popolazione mondiale**

1950
2,5 miliardi

1990
5 miliardi

2050
10 miliardi

4.6 Esempi di coinvolgimento di stakeholder

Istituzioni

Dialogo istituzionale

Partecipazione a convegni e iniziative istituzionali, tra cui eventi presso il Senato della Repubblica, che hanno consentito il confronto con stakeholder pubblici e operatori del settore sui temi della sostenibilità del sistema alimentare.

Clienti

Interviste con clienti e utenti

Raccolta di feedback qualitativi attraverso interviste dirette con clienti e (sia B2B CHE B2C) utenti della piattaforma, finalizzate a comprendere esigenze, comportamenti di consumo e percezione del servizio.

Terzo settore

Focus group con organizzazioni non profit

Attivazione di momenti di confronto con realtà del terzo settore per approfondire il tema dell'accesso al cibo e delle iniziative solidali, tra cui il modello del pasto sospeso.

Investitori

Confronto

Confronto con investitori e soggetti finanziari sul modello di business di PlanEat, con particolare riferimento ai principali rischi e opportunità connessi allo sviluppo dell'organizzazione e all'evoluzione del mercato del food e della sostenibilità.

Partner e impatto

Interviste con partner e attori dell'impatto

Coinvolgimento di partner operativi e organizzazioni orientate all'impatto sociale attraverso interviste e momenti di confronto, per analizzare opportunità di sviluppo e miglioramento del modello.

Scuole

Collaborazioni con il settore educativo

Attivazione di progettualità con scuole e comunità educative per promuovere modelli di consumo consapevoli e sensibilizzare sui temi dello spreco alimentare.

Analisi di doppia materialità

Le informazioni raccolte attraverso il processo di coinvolgimento degli stakeholder sono state integrate con un'analisi interna degli impatti generati dalle attività di PlanEat e con il riferimento ai principali framework internazionali di sostenibilità.

In particolare, l'identificazione dei temi materiali ha tenuto conto:

- delle caratteristiche del modello di business dell'organizzazione;
- degli impatti ambientali e sociali associati alla prevenzione dello spreco alimentare;
- delle priorità individuate dagli stakeholder coinvolti;
- dei principali riferimenti internazionali in materia di sostenibilità, tra cui l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs).

La valutazione dei temi identificati è stata condotta attraverso un processo di analisi di doppia materialità, che considera sia la rilevanza degli impatti generati dall'organizzazione sull'ambiente e sulla società (materialità di impatto), sia la rilevanza dei fattori ambientali e sociali in grado di influenzare le performance economiche dell'organizzazione (materialità finanziaria).

Il processo metodologico adottato si ispira alle indicazioni contenute negli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) e alle linee guida sviluppate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili (CNDCEC) per l'applicazione del principio di doppia materialità.

Conduzione dell'analisi di materialità

Il processo di analisi di materialità si è sviluppato attraverso l'integrazione delle informazioni emerse dall'analisi interna del modello di business e dagli impatti generati dalle attività dell'organizzazione con i contributi raccolti nel corso del coinvolgimento degli stakeholder.

L'analisi è stata sviluppata in continuità con la Theory of Change di PlanEat, che descrive il processo attraverso cui le attività dell'organizzazione generano impatti lungo il sistema alimentare.

In particolare, l'analisi ha preso in considerazione il ruolo della piattaforma digitale di PlanEat nella prevenzione dello spreco alimentare e nella promozione di modelli di consumo più sostenibili, nonché gli effetti ambientali e sociali associati a tali attività lungo il sistema alimentare.

Gli elementi emersi dall'analisi interna e dal confronto con gli stakeholder sono stati successivamente utilizzati per rappresentare i temi materiali all'interno della matrice di doppia materialità, che considera da un lato il livello di impatto delle attività dell'organizzazione sull'ambiente e sulla società e, dall'altro, la rilevanza dei temi per l'organizzazione e per i suoi stakeholder.

Metodologia di analisi di doppia materialità

L'analisi di doppia materialità è stata condotta al fine di identificare e prioritizzare i temi di sostenibilità rilevanti per la Società, considerando sia la prospettiva di impatto verso l'esterno, sia la rilevanza per le performance economico-finanziarie.

In particolare, l'analisi si basa su due dimensioni:

- Materialità di impatto, intesa come la rilevanza degli effetti generati dall'organizzazione sull'ambiente e sulla società;
- Materialità finanziaria, intesa come la rilevanza dei fattori ESG rispetto alle performance economiche, al modello di business e alla capacità di creazione di valore nel tempo.

Il processo di valutazione è stato sviluppato attraverso una scala di punteggio da 1 a 5, dove:

- 1 indica una rilevanza bassa;
- 5 indica una rilevanza molto elevata.

La valutazione è stata condotta integrando:

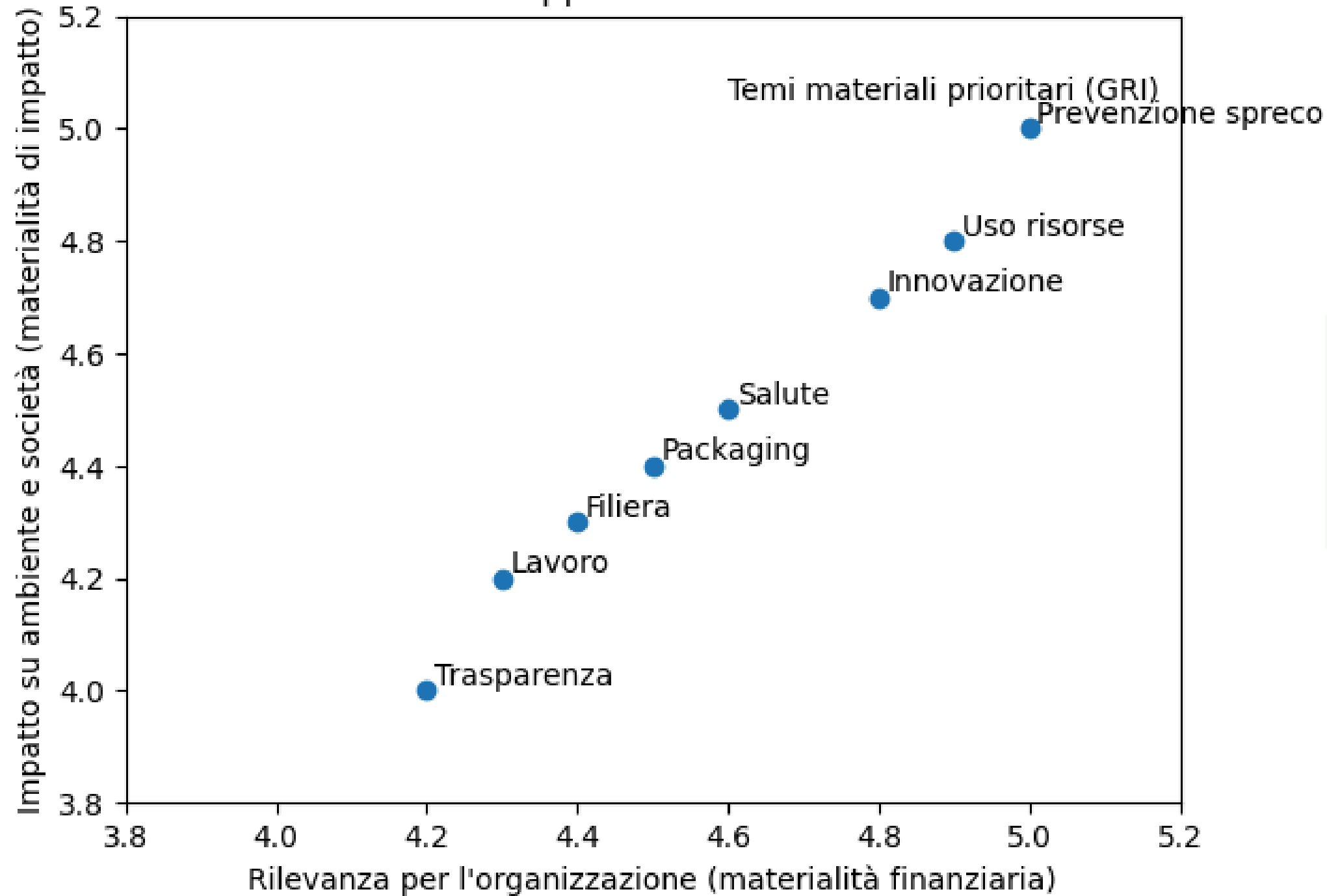
- analisi interna del management;
- risultati dell'analisi degli Impatti, Rischi e Opportunità (IRO);
- evidenze emerse dal coinvolgimento degli stakeholder.

Per ciascun tema è stato attribuito un punteggio medio su entrambe le dimensioni, sulla base delle valutazioni raccolte. È stata definita una soglia di rilevanza pari a 3,5 su entrambe le dimensioni: i temi che superano tale soglia sono considerati temi materiali prioritari e rappresentano il perimetro principale della rendicontazione. I temi che si collocano al di sotto della soglia, pur non essendo classificati come prioritari, sono comunque oggetto di monitoraggio e contribuiscono alla creazione di valore dell'organizzazione.

Il processo è stato sviluppato in coerenza con la Theory of Change della Società e con i principali riferimenti internazionali in materia di sostenibilità, tra cui i GRI Standards e gli orientamenti degli European Sustainability Reporting Standards (ESRS). La Società si impegna a rafforzare progressivamente il processo di analisi, migliorando il livello di strutturazione, tracciabilità e coinvolgimento degli stakeholder nelle future edizioni del bilancio.

Oltre agli impatti positivi generati, la Società riconosce l'esistenza di potenziali impatti negativi connessi al proprio modello di business, tra cui le emissioni associate alla logistica, l'utilizzo di materiali per il packaging e la dipendenza da fornitori esterni lungo la filiera. Tali impatti sono oggetto di monitoraggio e rappresentano ambiti prioritari di miglioramento, in coerenza con un approccio progressivo alla gestione della sostenibilità.

Matrice di doppia materialità - PlanEat



Il Per ciascun tema materiale, la Società considera non solo gli impatti positivi ma anche i potenziali effetti negativi associati alle attività, in coerenza con un approccio di gestione responsabile lungo l'intera catena del valore.

Livello di priorità	Tema materiale	SDG	GRI	Kpi interni	Informazioni da monitorare	Approccio alla gestione
Alta priorità	Prevenzione dello spreco alimentare	SDG 12	GRI 306	Quantità di cibo non sprecato	Numero pasti pianificati; kg cibo risparmiato; % riduzione spreco	Pianificazione dei pasti e strumenti digitali per allineare domanda e offerta
Alta priorità	Uso efficiente delle risorse naturali	SDG 13 / 15	GRI 305	CO ₂ evitata; risorse risparmiate	Fattori emissione; stima acqua, energia, suolo associati al cibo non sprecato	Ottimizzazione domanda per ridurre impatti ambientali lungo la filiera
Alta priorità	Innovazione digitale per la sostenibilità	SDG 9	GRI 203	Organizzazioni coinvolte	Numero clienti; attivazioni piattaforma; utilizzo servizi	Sviluppo soluzioni digitali per migliorare efficienza sistema alimentare
Medio-alta	Salute e benessere attraverso l'alimentazione	SDG 3	GRI 403 (Il tema è trattato in senso più ampio rispetto alla sola salute e sicurezza sul lavoro)	Utenti coinvolti	Utenti attivi; frequenza utilizzo; interazioni contenuti educativi	Promozione di modelli alimentari più consapevoli e sostenibili
Medio-alta	Riduzione dei materiali e packaging sostenibile	SDG 12	GRI 301	Riduzione materiali utilizzati	Quantità packaging evitato; uso materiali riutilizzabili/compostabili	Soluzioni per ridurre imballaggi monouso
Media	Filiera responsabile e sostenibile	SDG 12	GRI 414	"Valutazione della filiera e dei fornitori (in sviluppo)	Numero fornitori; criteri selezione in ottica ESG	Selezione partner allineati ai valori di sostenibilità
Supporto	Cura delle persone e qualità del lavoro	SDG 8	GRI 401	Numero dipendenti	Turnover; formazione; welfare; crescita professionale	Valorizzazione delle persone e benessere organizzativo
Supporto	Trasparenza e rendicontazione	SDG 16	GRI 2	Comunicazioni e report	Pubblicazioni; stakeholder engagement;	Comunicazione trasparente e rendicontazione delle performance

La tabella riporta i temi materiali identificati attraverso l'analisi di doppia materialità, classificati in base al livello di priorità emerso dalla matrice.

I temi ad alta priorità costituiscono il focus principale della rendicontazione, mentre gli altri temi, pur presentando un livello di rilevanza inferiore, contribuiscono al modello di creazione del valore dell'organizzazione e sono oggetto di monitoraggio.

Gli indicatori riportati rappresentano KPI interni sviluppati dalla Società per monitorare in modo puntuale gli impatti generati dal proprio modello di business. Tali indicatori si affiancano alle metriche previste dai GRI Standards e non sono direttamente riconducibili agli stessi.

Le informazioni da monitorare sono rendicontate nelle sezioni del presente bilancio richiamate nei capitoli tematici e costituiscono la base per il monitoraggio dei KPI associati a ciascun tema materiale.

05

Creazione di valore e impatto generato

- 5.1 Impatto ambientale
- 5.2 Impatto sociale
- 5.3 Impatto di sistema ed economico

5.1 Impatto ambientale

Per la salvaguardia del clima

Nel triennio si osserva una crescita progressiva di tutti gli indicatori ambientali, in linea con l'espansione delle attività. L'aumento del cibo recuperato si traduce in benefici ambientali misurabili, tra cui la riduzione delle emissioni di CO₂, il risparmio di risorse idriche e la diminuzione dell'utilizzo di plastica. Il dato evidenzia la capacità del modello di generare impatti positivi proporzionali alla crescita del business, rafforzando la coerenza tra sviluppo economico e sostenibilità ambientale.

“Non ereditiamo la Terra dai nostri antenati, la prendiamo in prestito dai nostri figli.”



Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)



1.210.733 m²
di terreno risparmiato in totale

Pari a 174 campi da calcio

Anno	Cibo (kg)			CO ₂ (kg)			Plastica (kg)			Acqua (L)			Terreno (m ²)		
	Companies	Planeaters	Global	Companies	Planeaters	Global	Companies	Planeaters	Global	Companies	Planeaters	Global	Companies	Planeaters	Global
2025	20.236	11.980	32.217	51.400	30.430	81.830	20.272	4.084	24.356	11.830.591	7.003.824	18.834.415	222.600	131.781	354.382
2024	19.855	9.693	29.548	50.431	24.620	75.051	18.974	3.791	22.765	11.607.536	5.666.641	17.274.176	218.403	106.621	325.025
2023	14.000	9.048	23.048	35.561	22.981	58.542	13.972	3.488	17.460	8.184.810	5.289.481	13.474.291	154002	99525	253527

Per un consumo del cibo consapevole

Secondo le stime della FAO (Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e l'agricoltura), circa un terzo di tutti gli alimenti prodotti per il consumo umano, pari a circa 1,3 miliardi di tonnellate, viene sprecato ogni anno a livello globale. Lo spreco alimentare a livello di consumo (che si verifica quando le persone comprano o cucinano troppo cibo rispetto alle proprie esigenze, non consumano gli avanzi o non conservano correttamente gli alimenti), rappresenta una quota significativa dello spreco alimentare totale a livello globale. Secondo le stime della FAO, il 40% di tutto lo spreco alimentare si verifica a livello di consumo, il che significa che le persone in tutto il mondo buttano via circa 550 milioni di tonnellate di cibo ogni anno.

Questa percentuale è particolarmente alta nei paesi sviluppati, dove si stima che fino al 50% degli alimenti prodotti per il consumo umano venga sprecato a livello di consumo. Tramite lo strumento della pianificazione, l'acquisto delle sole materie prime necessarie senza eccedenze e l'ottimizzazione della porzionatura, e le indicazioni chiare in etichetta [planeat.eco](#) mira a azzerare questo tipo di spreco.



Tema materiale: riduzione dello spreco alimentare. Indicatore autonomo

Tipi di items venduti

Anno	Spesa			Ufficio		
	Meal Kit	Piatti pronti	Prodotti	MealKit	Piatti pronti	Prodotti
2025	107.191	86.137	59.424	0	425.469	203.738
2024	113.899	70.834	56.512	0	447.509	191.670
2023	113.439	56.231	58.195	0	315.733	149.384

Per liberare il Pianeta dai rifiuti prodotti da packaging

Usiamo contenitori compostabili, presto riutilizzabili. L'utilizzo dei contenitori compostabili ci ha permesso di evitare l'uso di altrettanti contenitori monouso in plastica tipici del food delivery, o per il confezionamento di frutta o carne. Il peso medio di questi imballaggi è stato stimato (Innovation Centre Denmark) 37.5 g: è stato dunque evitato il potenziale utilizzo di più di 23000 kg di plastica monouso.



Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)

Contenitori utilizzati per tipo

Anno	Spesa			Ufficio		
	Compostabile	Riutilizzabile	Totale	Compostabile	Riutilizzabile	Totale
2025	159.191	0	159.191	359.252	181.604	540.856
2024	148.398	0	148.398	415.122	82.763	497.885
2023	136.371	0	136.371	337.537	24.639	362.176


Plastica evitata (kg)

Anno	Companies	Planeaters	Global
2025	20.272	4.084	24.356
2024	18.974	3.791	22.765
2023	13.972	3.488	17.460

La CO₂, il principale gas climalterante

La nostra Vision è rendere il Pianeta un luogo in cui poter convivere in armonia all'interno di un ecosistema equilibrato. Per farlo, miriamo a ridurre i nostri impatti. Avendo come obiettivo la riduzione dello spreco di cibo e l'eliminazione del rifiuto da pack, consideriamo importante monitorare l'emissioni di CO₂ che riusciamo a risparmiare attraverso l'utilizzo del nostro servizio.

Inoltre la produzione di plastica, solo nel 2019, ha generato 2,24 miliardi di tonnellate di CO₂ (equivalenti a 600 centrali a carbone) a livello globale. Questo rappresenta il 5% delle emissioni a livello globale di quell'anno. Inoltre, il 60% delle emissioni della plastica proviene dalla sua produzione, il 29% dalla distribuzione e l'11% dalla gestione dei rifiuti. Ridurre l'uso di combustibili fossili è fondamentale per limitare l'impatto climatico della plastica. Quindi, diminuire la produzione è essenziale per ridurre l'impronta di carbonio di questo materiale.



Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)

Anno	Plastica evitata (kg) dall'uso dei compostabili
2025	24.356
2024	22.765
2023	17.460

CO₂ risparmiata (kg)

Anno	da risparmio di cibo	da risparmio di plastica
2025	293.471	146.136
2024	75.051	136.590
2023	58.542	104.760

Per un cambiamento totalizzante e democratico, con prezzi accessibili

L'ecosistema Planeat.eco ha come fulcro un Centro di Produzione che fa base a Casarile (MI) da cui partono le consegne che coprono una distanza massima di meno di 80 Km circa. L'obiettivo è garantire il rispetto della catena del freddo e la freschezza degli alimenti. La consegna avviene con furgoni e collaboratori di Alimentiamoci Srl.

Lontani dalla logica del delivery a cui siamo abituati e dalla spersonalizzazione delle spedizioni, scegliamo di fidelizzare i planeaters dando un volto ed un nome a chi consegna il loro cibo. L'ecosistema Planeat.eco dovrà replicarsi in Italia e nel Mondo, seguendo queste logiche. L'obiettivo è raggiungere un Cambiamento totalizzante che sia territoriale, nel rispetto delle peculiarità della Comunità che ci ospita e che sia democratico, rendendo la sostenibilità accessibile a tutti. I nostri prezzi, infatti, permettono di non trasformare una scelta di vita come quella del cambiamento delle abitudini alimentari come scelta elitaria e costosa a tal punto da disincentivare l'effettivo cambiamento. I nostri numeri di utenti ci consentono di misurare la portata del cambiamento sul bacino che serviamo.

Ordini e utenti

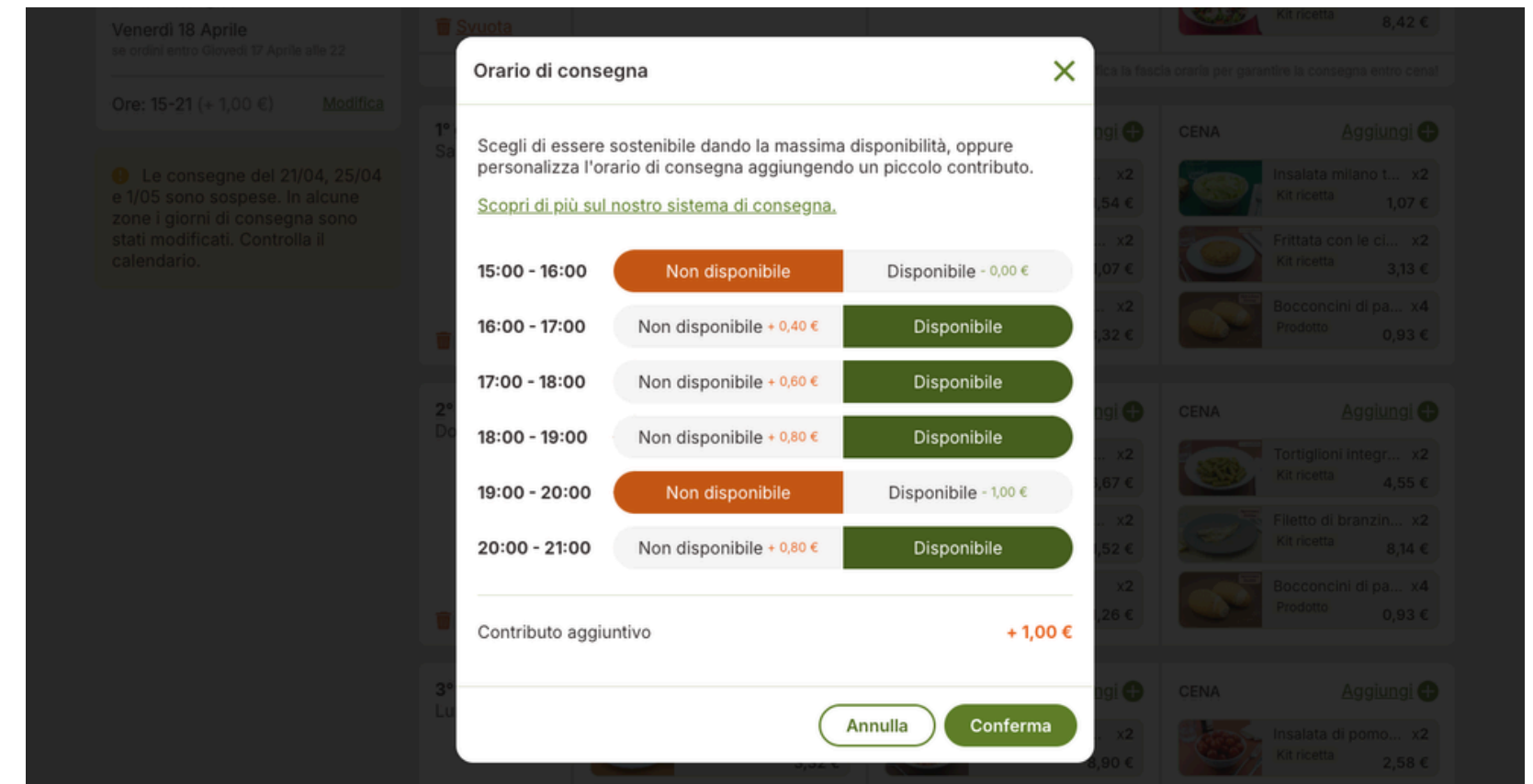
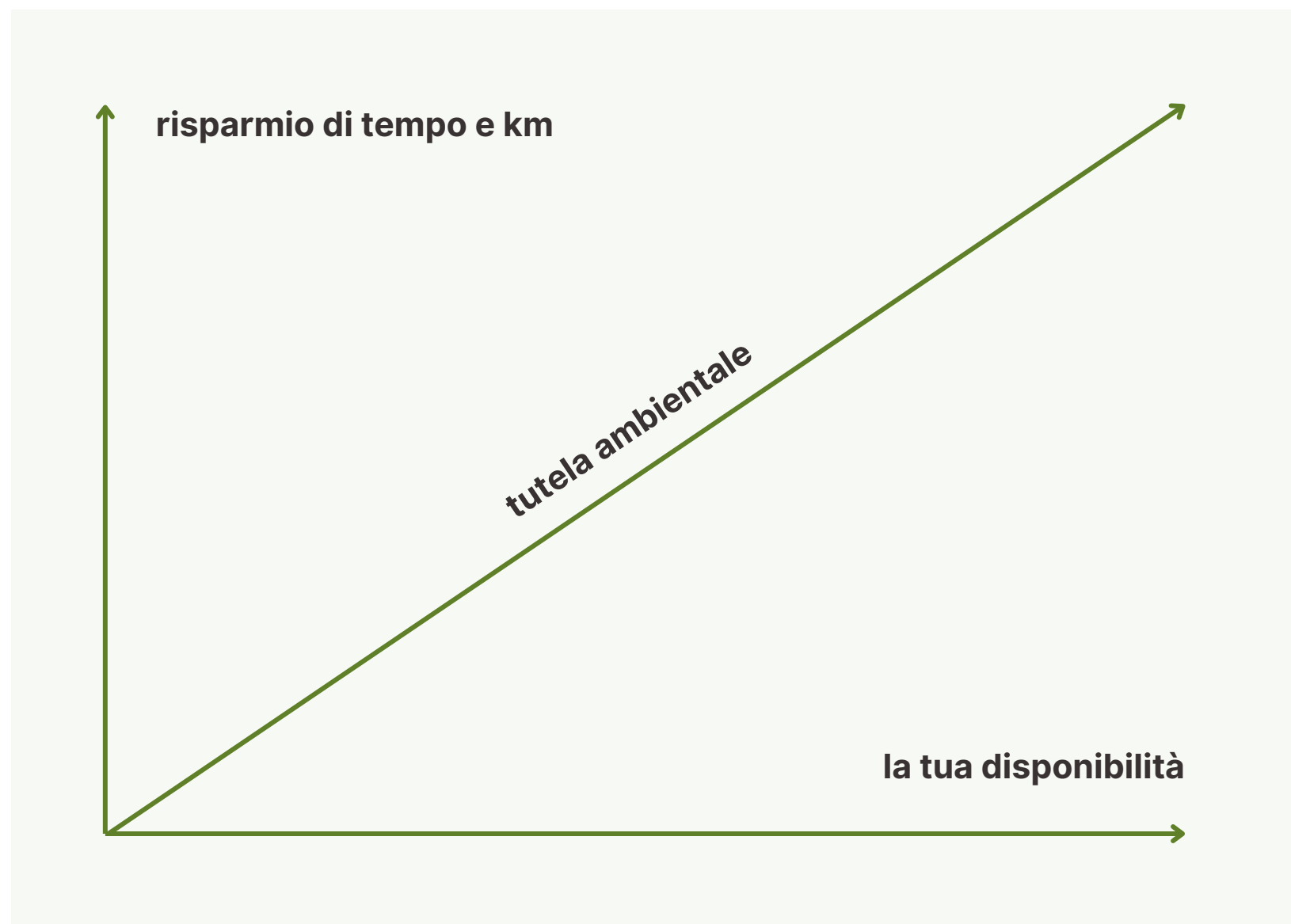
Anno	Casa		Ufficio	
	Utenti	Ordini	Utenti	Ordini
2025	708	11.416	4.819	324.971
2024	790	10.734	3.827	243.627
2023	796	9.563	2.288	150.935



Tema materiale: Salute e benessere e alimentazione sana diffusa. Indicatore autonomo

Gestione del delivery, con la teoria dei nudge

La pianificazione ci consente di gestire le consegne con responsabilità, ottimizzando i giri di consegna. Come nella pianificazione della scelta alimentare, chiediamo al planeaters un cambio di abitudini. La massima disponibilità di fasce orarie richiesta ci consente di gestire la consegna nella stessa zona effettuando solo un giro.



Fasce orarie: la possibilità di spegnere le fasce in cui sicuramente non si è disponibili e l'invito a riflettere

Nella pianificazione, cliccando su "cambia orario di consegna", si visualizzano tutte le fasce orarie disponibili. Lasciarle tutte attive massimizza la sostenibilità della consegna. Spegnendo le fasce nelle quali non si è disponibile, pagando un piccolo extra per ogni esclusione, andrà a compensare il maggior impiego di risorse da parte nostra. Lo spegnimento di alcune fasce aggiunge un costo che, per noi, è un vera e propria "spinta gentile" (Nudge) per aiutare le persone a scegliere il meglio per sé e per la società. Questo approccio ci consente di avere un team di corrieri formato da personale assunto a tempo indeterminato e dei mezzi refrigerati di proprietà.

Per salvaguardare il territorio che ci ospita e valorizzarne le risorse, rispettando il più possibile stagionalità e tipicità del prodotto

I fornitori di cibo e bevande sono localizzati per lo più in Lombardia, regione in cui si sviluppa la cellula “PlanEat”. Più del 70%, infatti, con 248 fornitori, costituisce il risultato del nostro impegno a valorizzare la territorialità. Scegliere fornitori di cibo e bevanda in Lombardia soddisfa il bisogno degli stakeholders, in quanto tema materiale, di avere un'alimentazione di qualità con prodotti il più possibile locali e tracciabili.

Regione	Numeri fornitori	% sul totale
Abruzzo	1	0,32%
Basilicata	1	0,32%
Calabria	1	0,32%
Campania	6	1,92%
Emilia-Romagna	16	5,13%
Estero	9	2,88%
Friuli-Venezia Giulia	1	0,32%
Lazio	20	6,41%
Lombardia	211	67,63%
Marche	2	0,32%
Molise	1	4,81%
Piemonte	15	0,32%
Provincia autonoma di Trento	1	0,64%
Puglia	2	0,64%
Sardegna	2	2,24%
Sicilia	2	0,96%
Toscana	7	2,88%
Trentino-Alto Adige	3	0,64%
Umbria	2	0,64%
Veneto	9	0,64%
Totale complessivo	312	

Come tuteliamo i fornitori?

La nostra catena di approvvigionamento è tale da rispettare i tempi e il lavoro dei fornitori. La logica del non spreco la adottiamo anche in magazzino, poiché acquistiamo le materie prime solo dopo la chiusura degli ordini, basandoci così sul venduto. Fidelizziamo i fornitori, continuando a scegliere quelli di qualità e non abbassando mai il prezzo.

Il 71,60% del bilancio viene speso a favore di fornitori locali (204-1).

Dalla survey è risultato chiaro l'interesse di tutti gli stakeholders di individuare criteri formale di selezione di fornitori che tengano conto del: rispetto dei diritti umani e della sostenibilità delle materie prime.

Stiamo implementando l'iter partendo dalla condivisione al momento della conoscenza di un fornitore della nostra Carta dei Valori. Il nostro obiettivo è definire un codice etico anche per i fornitori, accogliendo così la richiesta dei nostri stakeholders.

Regione	Numeri fornitori	% sul totale
Abruzzo	200	0,01%
Basilicata	9.074	0,24%
Calabria	935	0,02%
Campania	13.932	0,37%
Emilia-Romagna	139.136	3,68%
Estero	22.728	0,60%
Friuli-Venezia Giulia	178	0,00%
Lazio	58.113	1,54%
Lombardia	2.605.255	68,87%
Marche	2.575	0,20%
Molise	7.439	2,34%
Piemonte	88.624	20,14%
Provincia autonoma di Trento	761.936	0,17%
Puglia	6.247	0,08%
Sardegna	890	1,20%
Sicilia	2.942	0,20%
Toscana	45.581	0,25%
Trentino-Alto Adige	7.423	0,02%
Umbria	143	0,07%
Veneto	9.546	0,00%
Totale complessivo	3.782.898	

Il nostro primo Bilancio dell'Impronta di Carbonio

Nel 2025 le emissioni complessive risultano pari a 713.238 kg CO₂e, con una prevalenza significativa dello Scope 3 (80,48%), in linea con la natura del modello di business della Società, che opera come piattaforma di coordinamento e gestione della filiera alimentare. In tale contesto, la maggior parte degli impatti è generata lungo la catena del valore, piuttosto che nelle attività operative dirette.

La rilevanza dello Scope 3 è inoltre connessa all'approvvigionamento di materie prime alimentari e materiali di packaging, che incorporano emissioni generate nelle fasi a monte della filiera. Tali componenti, insieme ai servizi acquistati e ai modelli di consumo attivati, rappresentano una quota significativa dell'impatto complessivo.

Rispetto al 2024, l'incremento delle emissioni è in parte attribuibile all'ampliamento del perimetro di rendicontazione, che ha incluso nuove categorie dello Scope 3, tra cui le attività legate ai combustibili e all'energia, il trasporto e distribuzione e altre componenti indirette precedentemente non considerate. Questo aggiornamento ha consentito una rappresentazione più completa e accurata degli impatti associati alle attività aziendali.

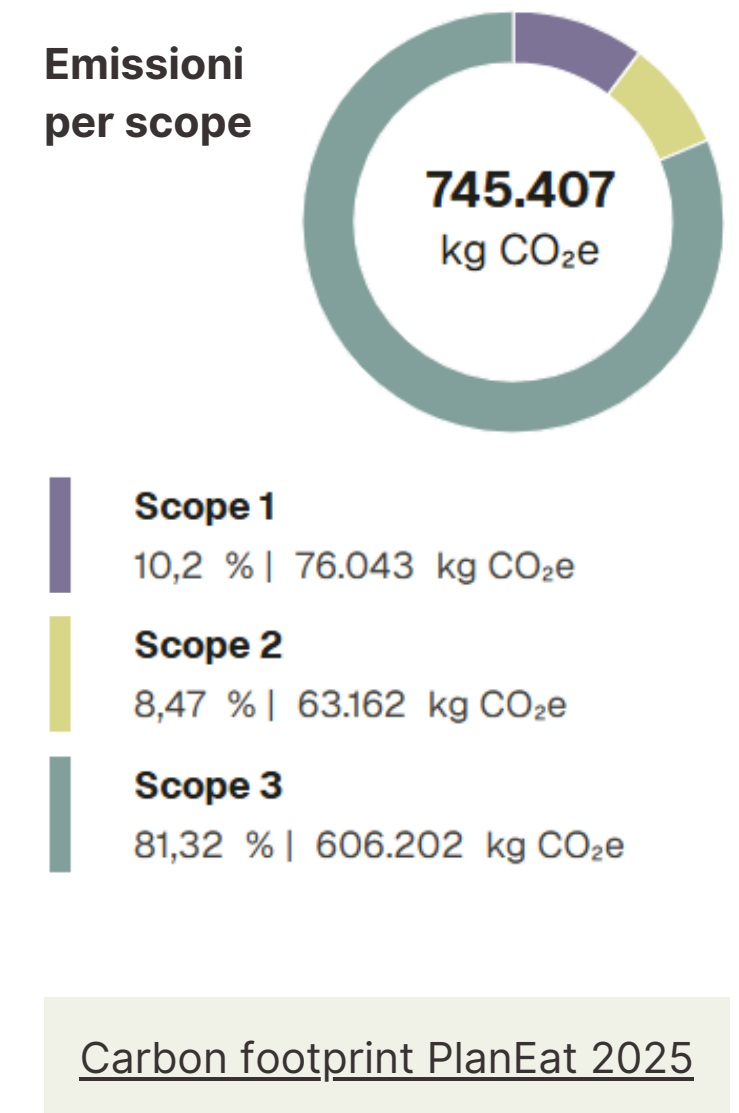
L'analisi evidenzia come le principali fonti emissive siano riconducibili ai beni e servizi acquistati, che includono la produzione dei pasti e i relativi input, al pendolarismo dei dipendenti e ai consumi energetici indiretti. In particolare, il contributo del pendolarismo, pur in presenza di una frequenza di lavoro in sede limitata, risulta rilevante in quanto ogni singolo spostamento comporta un impatto emissivo significativo, soprattutto in presenza di utilizzo prevalente di mezzi privati. Il dato è inoltre influenzato dalle assunzioni metodologiche utilizzate per la stima, che tendono a rappresentare uno scenario medio prudenziale.

Nel complesso, la distribuzione delle emissioni conferma il ruolo centrale dello Scope 3 quale principale area di impatto, evidenziando al contempo le principali leve di intervento per la riduzione delle emissioni, in particolare attraverso l'ottimizzazione dei consumi alimentari, una gestione più efficiente della filiera e una maggiore attenzione alle scelte di approvvigionamento, ai materiali utilizzati e alle modalità di mobilità dei dipendenti.

Strategie di riduzione delle emissioni

A seguito dell'ampliamento del perimetro di rendicontazione effettuato nel 2025, che ha consentito una rappresentazione più completa degli impatti lungo la catena del valore, la Società prevede di sviluppare, a partire dal 2026, strategie strutturate di riduzione delle emissioni.

Tali strategie saranno progressivamente definite sulla base delle principali fonti emissive identificate, con particolare attenzione alle componenti dello Scope 3, al fine di migliorare la gestione delle emissioni e rafforzare l'efficacia delle azioni di riduzione lungo la filiera.



Impegno climatico e target validati scientificamente

Nel 2025, PlanEat ha ottenuto l'approvazione dei propri obiettivi climatici da parte della Science Based Targets initiative (SBTi), a conferma dell'allineamento della propria strategia di riduzione delle emissioni agli standard scientifici internazionali.

La Science Based Targets initiative è un'iniziativa globale che supporta le imprese nella definizione di obiettivi di riduzione delle emissioni coerenti con le evidenze scientifiche sul cambiamento climatico e con gli obiettivi dell'Accordo di Parigi, al fine di limitare il riscaldamento globale.

In questo contesto, PlanEat si impegna a ridurre del 42% le emissioni dirette (Scope 1) e indirette da energia (Scope 2) entro il 2030, rispetto all'anno base 2024, e a misurare e ridurre progressivamente le emissioni indirette lungo la catena del valore (Scope 3).

Questo impegno si integra con il modello di business dell'organizzazione, orientato alla prevenzione dello spreco alimentare e all'ottimizzazione dei flussi lungo la filiera, contribuendo alla riduzione delle emissioni indirette e alla transizione verso un sistema alimentare più sostenibile.

Target climatico
validato SBTi

- 42%
emissioni Scope 1 e 2 entro il 2030

Baseline: 2024

L'adozione di target scientificamente validati rappresenta un passo fondamentale per rendere misurabile e credibile l'impegno climatico di PlanEat.

5.2 Impatto sociale

“Il lavoro dovrebbe essere una grande gioia ed è ancora per molti tormento, tormento di non averlo, tormento di fare un lavoro che non serva, non giovi a un nobile scopo.”

Adriano Olivetti

Per garantire Occupazione, con valore sociale e che giovi ad un nobile scopo

Il lavoro per noi è passione, appartenenza e coinvolgimento. Il modello di Governance scelto, l'holacracy (di cui si parlerà in seguito), ci permette di rendere partecipe tutte le aree che fanno parte dell'Azienda all'andamento della stessa. Questo ci dimostra un attaccamento prezioso da parte di tutti i collaboratori che trasformano il loro lavoro in un contributo indispensabile per il raggiungimento dello Scopo.

Raccontare, inoltre, il Progetto come un modo per migliorare il Futuro del Pianeta, aggiunge un senso di orgoglio per quello che si fa. L'adesione ad un Fine così elevato fa la differenza anche quando stringiamo collaborazioni con associazioni no-profit alle quali chiediamo di suggerire profili con maggiore bisogno (richiedenti asilo, immigrati, minori non accompagnati, disoccupati in stato di difficoltà, detenuti o ex detenuti).

Il cambiamento a cui abbiamo assistito è stato di duplice valore: dal nostro punto di vista abbiamo riscontrato un entusiasmo travolgente da parte di chi si è sentito “investito” di un compito così importante, un entusiasmo che si è tradotto in una profonda diligenza, come quella del “buon padre di famiglia”, in grado di lavorare con dedizione ed impegno con risultati eccellenti ed efficienti. Dal punto di vista personale, abbiamo assistito ad un cambiamento di prospettiva di vita: sentirsi utile per le proprie famiglie, sentirsi parte di una società e sentirsi fuori da un mondo “invisibile”.

Nell'anno 2025, sono 3 le persone provenienti da Comunità di tipo A, a cui abbiamo dato il benvenuto.

L'obiettivo è struttura un dialogo con le associazioni di riferimento per individuare un percorso di selezione e di crescita.

Riteniamo che questo sia un scambio reciproco di valore e una modalità di diffondere cultura all'interno dell'intera Organizzazione.

Una cultura inclusiva ed accogliente.

Nel 2022 In seguito ad un incontro casuale dell'AD Nicola Lamberti in occasione di una visita presso un istituto carcerario, ci siamo interrogati sul rapporto Tempo-Lavoro. In particolare ci siamo chiesti come il Tempo dedicato al Lavoro può fare la differenza nello sconto di una Pena. Approfittando, così, dell'art 21 dell'ordinamento penitenziario, abbiamo assunto un detenuto.

Come sempre il cambiamento riscontrato è stato di duplice valore: in Azienda, inconsapevolmente, abbiamo messo alla prova i pregiudizi di tutti i collaboratori, sfidando il limite umano che ci contraddistingue, spingendo tutti a guardare una persona nel suo presente, senza giudizio. A valutare il suo contributo e il suo desiderio di rinnovarsi.

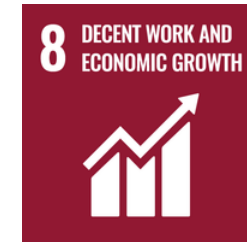
Dal punto di vista del detenuto si è assistito ad un cambiamento della forma del Tempo: da lineare e piatto, con la possibilità di reiterare mentalmente il reato per riempirlo ad un Tempo pieno di movimento e percorsi nuovi. Il Tempo è, in definitiva, il perimetro all'interno del quale valutiamo il nostro concetto di Lavoro. Per questo motivo, esiste, per noi, anche un tempo per fermarsi.

Come quello per dar vita ad altro Tempo, mettendo al Mondo una vita. Le collaboratrici in stato di gravidanza sono un'altra fonte di rinnovamento in azienda. Abbiamo assunto una Donna in stato di gravidanza nel 2021, rientrata dopo aver usufruito del periodo di congedo. Riteniamo sia una fonte di rinnovamento perché, anche grazie alle esperienze professionali precedenti da cui parte del team arriva, ci siamo resi conto di quante skills in più avesse la collaboratrice a rientro. Maggiore capacità di gestire le dinamiche aziendali, maggiore capacità di adattamento, maggiore capacità d'intervento, maggiore capacità di previsione, oltre ad una maggiore sensibilità di cui il nostro Progetto si nutre.

Garantire l'occupazione per noi, dunque, significa: appartenenza ad un Progetto con l'obiettivo di cambiare il Mondo, fruire di un Tempo dinamico ed in esplorazione con percorsi mai uguali a se stessi, riscatto. Per ottenere ciò siamo costantemente all'ascolto e alla ricerca del modo in cui possiamo fare del "Bene". La flessibilità garantita dallo Smart Working al 100% e la possibilità di richiedere un part-time ci ha inorgoglit quando riscontriamo, invece, il desiderio da parte dei nostri collaboratori di incontrarsi. Per questo motivo mettiamo a disposizione due sedi co-working in due giorni a settimana, lasciando la libertà di recarsi.

Tipologie di contratto

Applichiamo due contratti di lavoro, nel 2025: CCNL commercio; CCNL pubblici esercizi. Ogni benefit concesso al collaboratore a tempo indeterminato viene riconosciuto sia ai collaboratori a tempo parziale e determinato che ai non dipendenti. I dati riportati nella presente sezione si riferiscono alla forza lavoro interna dell'organizzazione e sono rendicontati in coerenza con gli standard GRI relativi a occupazione, diversità e pari opportunità.



Temi materiali: occupazione, parità di genere, categorie

Numero dipendenti per tipologia di contratto (GRI 2.7)

Anno	Totali	A tempo pieno	A tempo parziale	A tempo indeterminato	A tempo determinato
2025	70	36	34	56	14
2024	95	41	54	60	35
2023	79	28	51	41	38

Numero dipendenti per genere (GRI 405 - diversità e parità di genere)

Anno	Totali	Donne	Uomini	Donne a tempo indeterminato	Donne a tempo determinato	Uomini a tempo indeterminato	Uomini a tempo determinato
2025	70	38	32	32	7	24	7
2024	95	54	41	30	24	26	15
2023	79	42	37	18	24	23	14

Numero dipendenti per età (GRI 405 - diversità e parità di genere)

Anno	Totali	Donne	Uomini	Donne <30	Donne 30-50	Donne >50	Uomini <30	Uomini 30-50	Uomini >50
2025	70	38	32	6	20	12	9	15	8
2024	95	54	41	13	28	13	12	22	7
2023	79	42	37	10	24	8	16	15	6

Nuove assunzioni (GRI 401)

Anno	Assunzioni	Tasso di assunzione	Donne assunte	Uomini assunti	Assunti < 30 anni	Assunti 30-50 anni	Assunti > 50 anni
2025	16	22,9%	9	7	6	9	1
2024	39	41%	24	15	14	17	8
2023	37	46,83%	21	16	19	15	3

Tasso di avvicendamento (GRI 401)

Anno	Tasso di avvicendamento	Tasso negativo	Tasso positivo
2025	40%	17,1%	22,9%
2024	30,53%	47,9%	64,5%
2023	137,21%	51,16%	86,05%

Dopo una fase di forte crescita nel 2024, il 2025 segna un significativo consolidamento dell'organizzazione, caratterizzato da una drastica riduzione della volatilità, un aumento della retention e una struttura del capitale umano più solida e inclusiva.

Retribuzione media dipendenti (GRI 405 - diversità e parità di genere)

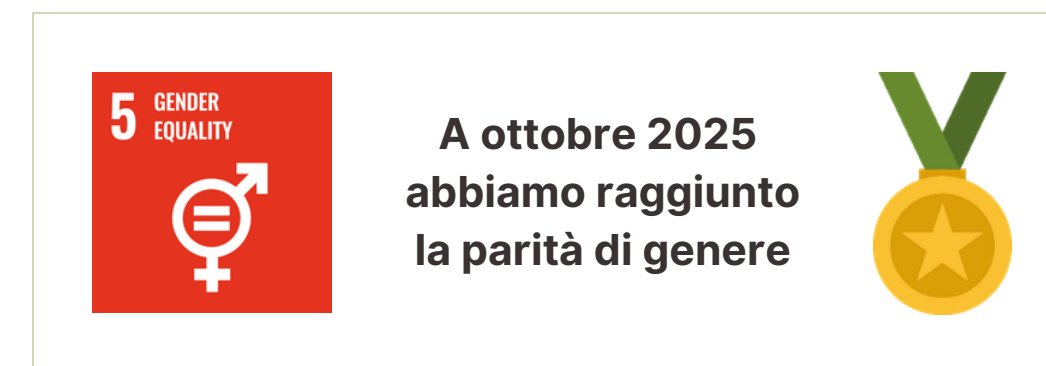
Anno	Totali	Donne	Uomini	RAL media donne	RAL media uomini
2025	70	38	32	24.473,52 €	23.938,64 €
2024	95	54	41	23.091,46 €	23.470,93 €
2023	79	42	37	21.362 €	21.249 €

L'analisi della retribuzione media evidenzia una **sostanziale equità tra i generi**, con valori comparabili e una lieve differenza a favore delle donne. Il dato conferma un buon livello di allineamento retributivo, pur richiedendo un monitoraggio continuo rispetto a ruolo, seniority e tipologia contrattuale.

Nel triennio si osserva una riduzione delle ore di formazione nel 2024, seguita da una ripresa nel 2025 (16,76 ore medie per dipendente), a conferma di una fase di consolidamento delle attività. La distribuzione tra i generi risulta complessivamente equilibrata, garantendo un accesso diffuso alle opportunità di sviluppo.

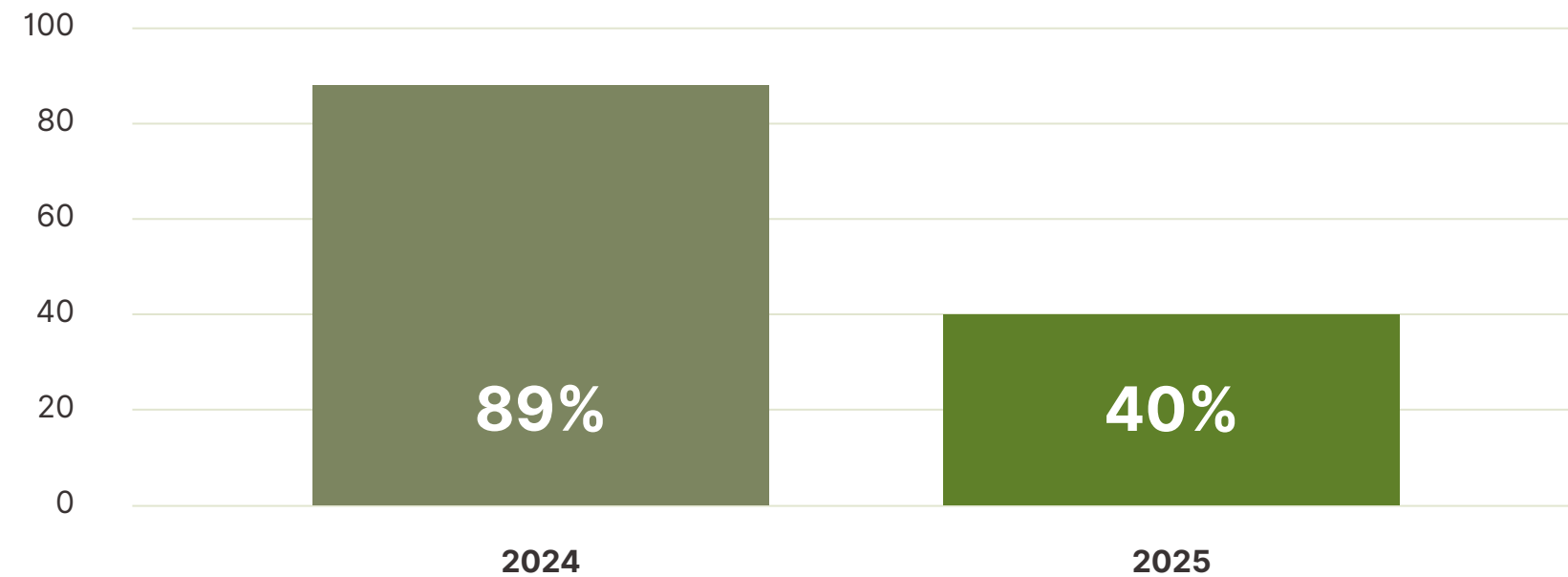
Formazione (numero di ore)

	2023			2024			2025		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
In materia di salute e sicurezza sul lavoro	24	16	40	36	84	120	34	56	90
In base alle competenze e ruolo di ciascuno	980	1.032	2.012	706	596	790	370	490	860
Ore medie di formazione per dipendente	23,90	28,32	25,97	13,7	16,58	14,94	15,54	18,20	16,76



Un'organizzazione che cresce e si stabilizza

Tasso di avvicendamento (turnover)



-49% volatilità organizzativa

Riduzione drastica del tasso di avvicendamento dall'89% (2024) al 40% (2025)



Crescita sostenibile

Le assunzioni superano le uscite (+22,9% vs 17,1%), garantendo continuità operativa.



0 Licenziamenti

Segnale concreto di stabilità e di alta qualità organizzativa.

Struttura della forza lavoro



70 collaboratori totali

56 a tempo indeterminato

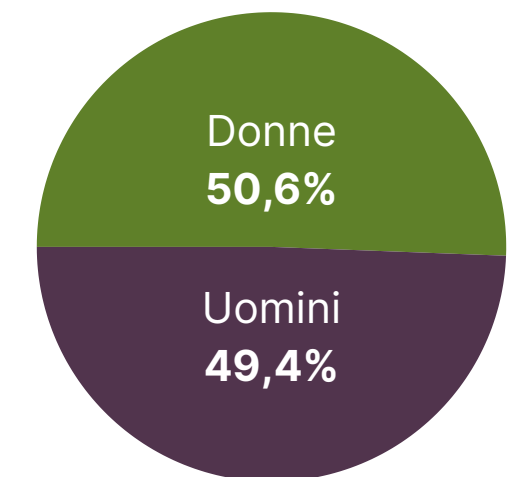
Focus su contratti stabili

Qualità e inclusione

- ✓ Parità di genere raggiunta
Certificazione UNI/PdR 125
- ✓ Equità Retributiva
RAL media allineata tra uomini e donne
- ✓ Gender balance equilibrato

Distribuzione RAL media 2025

I dati complessivi confermano un buon livello di equilibrio tra i generi, sia in termini di rappresentanza che di trattamento economico, contribuendo a rafforzare un modello organizzativo inclusivo e orientato alla parità.



Nel 2026, nuove kpi in linea con il modello Holacracy

In PlanEat, lo sviluppo delle competenze avviene principalmente attraverso l'esperienza diretta, l'assunzione di responsabilità e la partecipazione attiva ai processi decisionali. In questo contesto, il modello organizzativo adottato, ispirato ai principi della Holacracy, favorisce una crescita continua delle persone, promuovendo autonomia, responsabilizzazione e sviluppo di competenze trasversali.

L'holacracy rappresenta un elemento centrale nella costruzione della cultura organizzativa, in quanto abilita un modello distribuito di gestione del lavoro, basato su ruoli dinamici, collaborazione e apprendimento continuo. Questo approccio consente alle persone di sviluppare competenze in modo organico, attraverso il coinvolgimento diretto nelle attività e nei processi aziendali.

A partire dal 2026, la Società prevede di definire e introdurre un sistema strutturato di KPI coerenti con il modello Holacracy, con l'obiettivo di monitorare e rendere misurabile l'efficacia dei percorsi di crescita e sviluppo delle persone.

ali indicatori saranno orientati alla valutazione di aspetti operativi quali il livello di autonomia nella gestione delle attività, il grado di partecipazione ai processi decisionali, l'assunzione di responsabilità nei ruoli assegnati e il contributo effettivo alle dinamiche organizzative e ai risultati dei team.

In parallelo, la Società intende rafforzare il proprio approccio alla formazione, con l'obiettivo di destinare progressivamente fino al 10% del tempo lavorativo allo sviluppo delle competenze. La formazione sarà sempre più integrata nelle attività operative, attraverso modelli di apprendimento diffuso, peer learning e condivisione delle conoscenze all'interno dei team.

Nel complesso, il 2026 rappresenterà un anno di definizione e consolidamento del sistema di monitoraggio, finalizzato a valorizzare il capitale umano e a supportare l'evoluzione del modello organizzativo in una prospettiva di maggiore efficienza, partecipazione e sviluppo sostenibile delle competenze.

Per un'occupazione fonte di felicità

“Una persona che lavora dovrebbe avere anche il tempo per ritemperarsi, stare con la famiglia, divertirsi, leggere, ascoltare musica, praticare uno sport. Quando un'attività non lascia spazio a uno svago salutare, a un riposo riparatore, allora diventa una schiavitù.”

Papa Francesco

In PlanEat, il lavoro è inteso come uno spazio di crescita personale, relazionale e professionale.

L'organizzazione promuove un modello in cui il benessere delle persone, la qualità del tempo e il senso di appartenenza rappresentano elementi centrali, in coerenza con i principi del lavoro dignitoso e della sostenibilità sociale.

A partire da questa visione, PlanEat sviluppa iniziative che favoriscono la connessione tra lavoro e comunità, creando occasioni di condivisione, solidarietà e partecipazione attiva. Tra queste, il progetto “Dona un pasto sospeso” rappresenta un esempio concreto di come l'attività aziendale possa generare valore sociale, coinvolgendo dipendenti, clienti e territorio.

Il lavoro diventa così non solo fonte di reddito, ma leva per generare benessere, relazioni e impatto positivo sulla comunità.

La nostra piattaforma vende cibo e a Natale 2022 abbiamo lanciato il progetto “Dona un pasto sospeso”, con l'intento di regalare un'esperienza che come sempre in Planeat.eco ha più risvolti sociali. Abbiamo dato la possibilità ai nostri planeaters, famiglie e aziende, di acquistare una lasagna, la lasagna sospesa da consegnare ai senzatetto di Pavia e Milano. I numeri sono stati sorprendenti a tal punto da trasformarlo in un progetto di lunga data, protagonista anche del 2024.

Con quest'esperienza che vedrà coinvolti collaboratori ed utenti miriamo a trasformare la donazione in un cambiamento radicale, sia per chi dona che per chi riceve che per chi consegna. Le esperienze delle Persone già coinvolte ci dimostrano di quanto il Donare faccia sentire appartenenti ad un comune Sentire. Il progetto ha visto già la collaborazione di Azienda e di scuole.



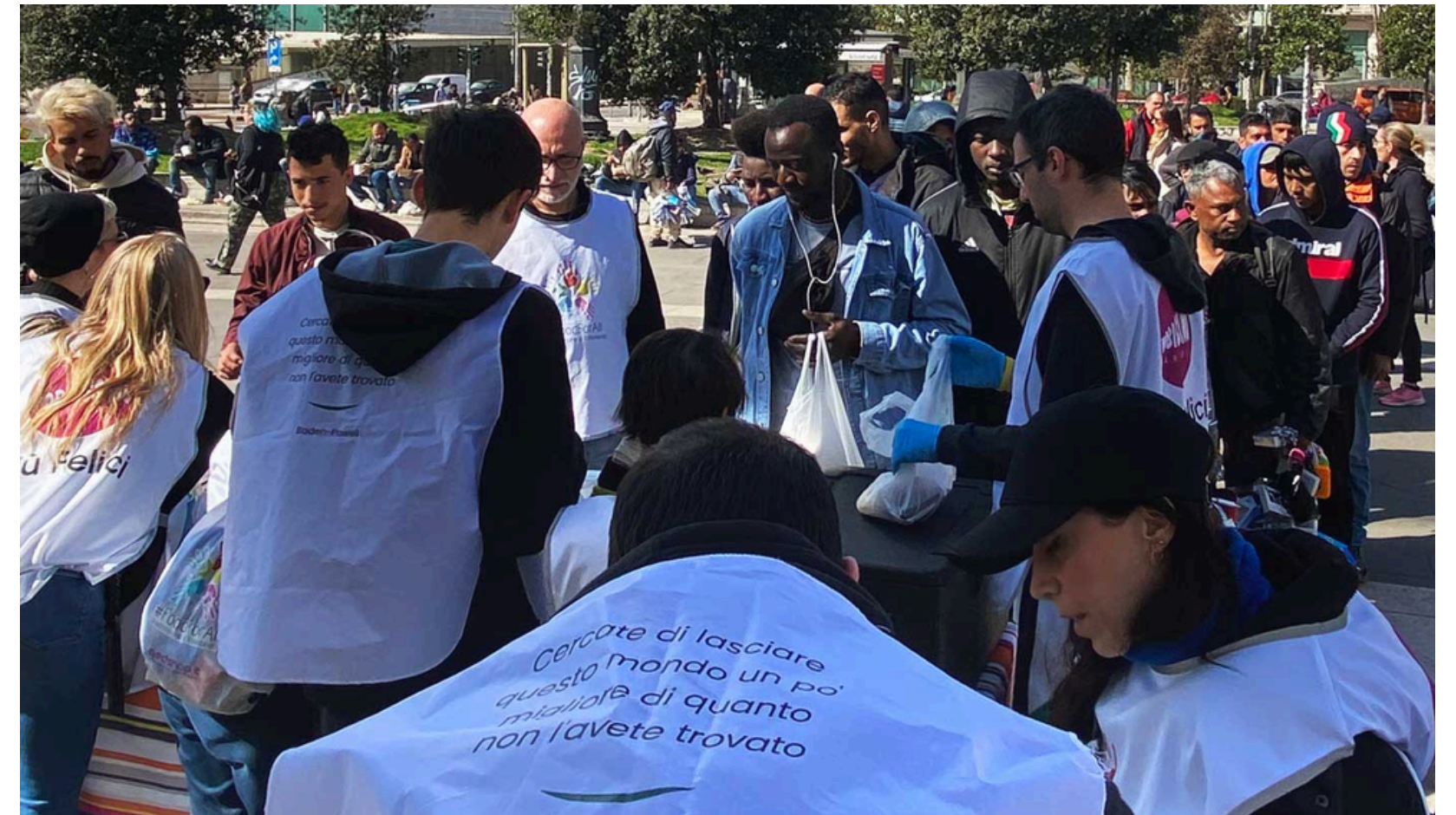
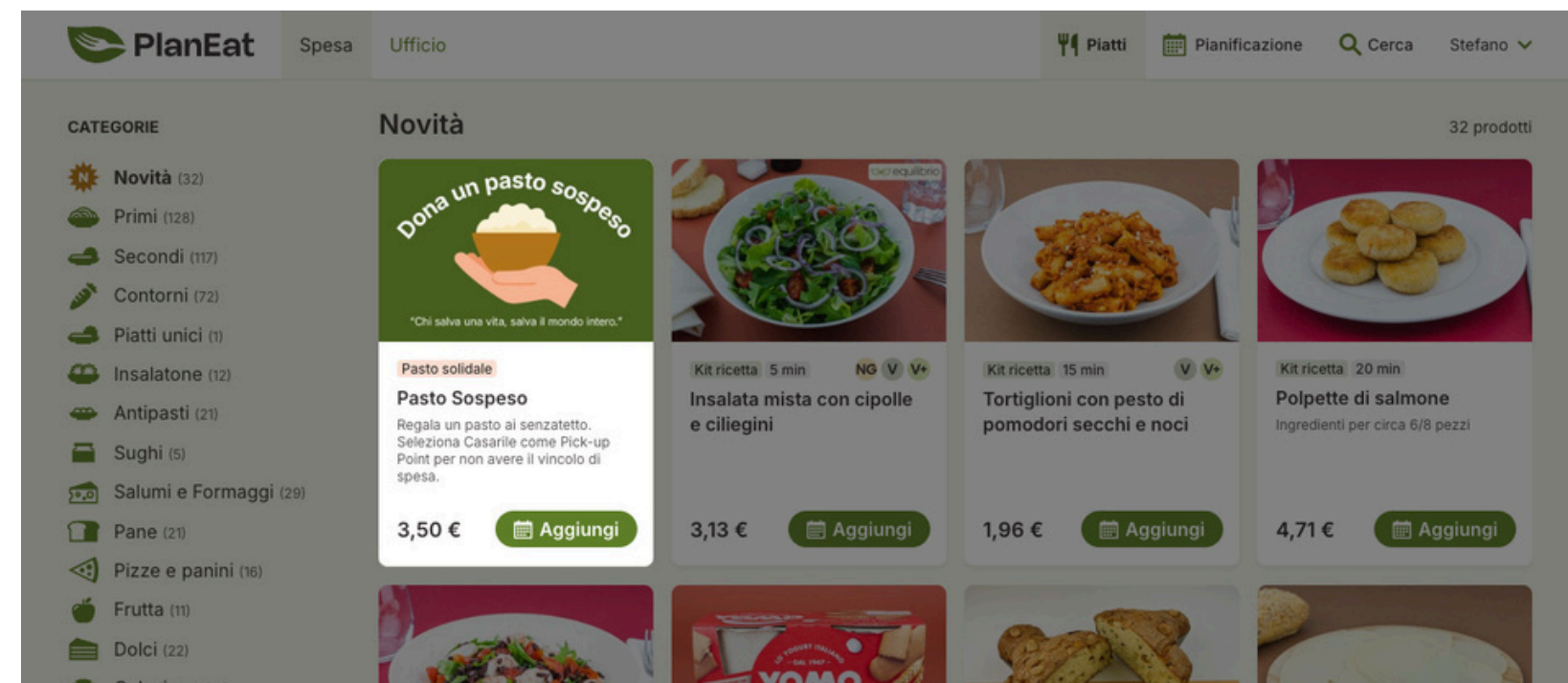
Con 27.186 pasti donati nel 2025, PlanEat contribuisce concretamente al raggiungimento dell'Obiettivo 2 – Sconfiggere la fame, promuovendo l'accesso al cibo e rafforzando reti di solidarietà sul territorio.

Il Pasto Sospeso

A dicembre 2022, in occasione del Natale, abbiamo proposta ai nostri utenti di acquistare una lasagna da distribuire ai senzatetto di Milano. Sorprendentemente, in pochi giorni, abbiamo raggiunto più di 1000 lasagne sospese.

Il TGR Lombardia, il Corriere della sera ed altre testate giornalistiche si sono interessate al progetto a tal punto che abbiamo deciso di ingrandire il Progetto e creare il PlanEat.eco Charity.

Abbiamo creato un contatore dei pasti sospesi e aperto la possibilità anche agli utenti che ci scelgono per la pausa pranzo aziendale di acquistare il pasto. Il numero elevato di pasti ci ha consentito di collaborare periodicamente (generando un report di consegne sempre visibile) con la Caritas di Pavia, food for all di Monza che distribuisce su Milano



Alla fine del 2025 abbiamo raggiunto 27.186 pasti.

Il nostro obiettivo è quello di creare un ponte tra chi dona e chi riceve il dono, rendendo prossima e tangibile l'esperienza del donare.

Donare crea un moto profondo che attraversa le generazioni, un dialogo etico che recupera una simmetria pronta a superare le differenze economiche. Si instaura una relazione tra esseri umani che accende la scintilla di umanità che si trasforma in gratitudine.

Cosa vogliamo creare con i nostri progetti solidali?

Un'esperienza in grado di:

- Tenere insieme beneficiario, donatore e società per produrre un impatto positivo e raccontarlo.
- Creare una nuova dimensione della donazione inserendola nel nostro modello di sostenibilità.
- Creare condivisione con il donatore, aprendo un canale comunicativo in cui ascoltare co-soluzioni ed idee in grado di andare oltre la semplice rendicontazione di ciò che si è donato.



- Trasformare la donazione in qualcosa che vada oltre il cibo, dedicando o accogliendo un pensiero o una richiesta, con il #pensierosospeso.
- Trasformare il dono in una straordinaria modalità di costruire la propria identità attraverso una partecipazione autentica che diventa essa stessa un dono. Dono inteso come relazione.

Cosa facciamo noi in PlanEat?

Innovazione sociale. Creare un modello nuovo in grado di recuperare fiducia in un sistema d'impresa che parta dall'uomo e arrivi all'uomo. Che consideri il "donare" nella sua valenza educativa e nella sua forza di rispondere ai bisogni in maniera partecipata. In questo modo, chi partecipa si lega ad un qualcosa in grado di gratificarlo e di cambiarlo. E provare a garantire pasti a chi non può permetterselo, in linea con SDG 2 dell'Agenda 2030.

Il progetto si è dunque radicato anche nelle Imprese a tal punto da inserire nella loro dashboard anche il loro impatto sociale.



“

Ciao Planeat! lo ho donato perché... mi ha emozionato tanto il pensiero di offrire un pasto caldo a chi è in difficoltà la sera di Natale. Immaginare che quella sera virtualmente c'erano 10 persone al tavolo con la mia famiglia. Non passare le feste a mangiare in abbondanza con parenti senza pensare a chi è in difficoltà, ma pensare che un contributo per preparare il mio cenone della vigilia e del pranzo di Natale sarebbero finiti a chi non aveva di che sfamarsi. Fa bene al cuore e dovrebbe essere al centro di una festività simile per tutti i cristiani. Anche noi per Natale abbiamo mangiato lasagne e li ho sentiti più vicini anche senza conoscerli. Secondo me l'uomo di natura è generoso e altruista. Purtroppo spesso si finisce per essere diffidenti del prossimo perché c'è chi se ne approfitta e truffa alle spalle pure di chi dona. Altre volte capita di avere davanti persone che ti chiedono l'elemosina e non sai se quella persona è davvero in difficoltà, se userà quei soldi per le sigarette o droga e nel dubbio non sei generoso. Per colpa di alcuni (forse pochi) purtroppo sono in tanti a pagarne le conseguenze. Ecco. Con planeat e la lasagna sospesa questo timore non c'è stato. Mi fido ciecamente dell'azienda e di chi ci sta dietro. E donare direttamente del cibo mi assicura che nessuno possa abusare di quella donazione. La vostra è stata un'idea speciale, come voi.

Antonio

...è stato come allungare la tavola di Natale a nuovi amici come nella meravigliosa canzone di Johnny Dorelli:

“Aggiungi un posto a tavola
Che c'è un amico in più
Se sposti un po' la seggiola
Stai comodo anche tu,
Gli amici a questo servono
A stare in compagnia,
Sorridi al nuovo ospite
Non farlo andare via
Dividi il companatico
Raddoppia l'allegriaaaaaaaaaaaaaa”

Buon Nuovo anno, Planeat! ❤️

Chiara & Co.

lo ho donato perché non avrei potuto non farlo: non è Natale se non si condivide. Non è la festa del nervosismo e del consumismo. È la festa della riflessione e della condivisione. Grazie a Planeat.eco per aver offerto questa possibilità. Spero che ralleghi il Natale di qualche bisognoso.

Buon Natale,

Betty

”

5.3 Impatto di sistema ed economico

La performance economica di PlanEat deriva dalla vendita dei propri servizi e soluzioni digitali, che supportano la pianificazione dei consumi alimentari e l'ottimizzazione della domanda.

In questo contesto, l'organizzazione commercializza un modello che, oltre a generare ricavi, produce impatti positivi lungo il sistema alimentare. Le soluzioni offerte consentono infatti di ridurre lo spreco alimentare e migliorare l'efficienza nell'utilizzo delle risorse, influenzando i comportamenti di consumo e le dinamiche della filiera.

Il valore economico e l'impatto generato risultano quindi strettamente connessi: la crescita dell'organizzazione è legata alla diffusione di un sistema che contribuisce a ridurre le inefficienze e a promuovere modelli di consumo più sostenibili. In questo senso, l'aumento dell'utilizzo della piattaforma e dei servizi offerti si traduce in una maggiore capacità di generare impatti positivi, estendendo progressivamente i benefici ambientali, sociali ed economici lungo il sistema.

Le tabelle che seguono riportano la distribuzione del valore economico generato da PlanEat e le principali informazioni relative alle performance dell'organizzazione. I dati evidenziano non solo la capacità di generare ricavi attraverso la vendita dei servizi e della piattaforma, ma anche il ruolo del modello di business nel contribuire a un utilizzo più efficiente delle risorse lungo il sistema alimentare.

In linea con l'approccio adottato, la lettura dei dati economici è integrata con la prospettiva di impatto, evidenziando come la crescita dell'organizzazione sia connessa alla diffusione di soluzioni che favoriscono la riduzione dello spreco e il miglioramento dell'efficienza complessiva della filiera.

Nel periodo analizzato si evidenzia una crescita significativa del valore economico generato, che passa da circa 598 mila euro nel 2021 a oltre 4,5 milioni nel 2025, a conferma della progressiva espansione del modello di business. Il valore creato è prevalentemente redistribuito lungo la filiera, in particolare verso fornitori e collaboratori, mentre non si registrano distribuzioni agli azionisti, a testimonianza di una strategia orientata al reinvestimento e allo sviluppo. Gli investimenti in ricerca e sviluppo si mantengono costanti negli ultimi anni, confermando l'impegno dell'organizzazione nell'innovazione e nel miglioramento continuo dei propri servizi.

Indicatori di performance economica

Indicatore	Valore 2021	Valore 2022	Valore 2023	Valore 2024	Valore 2025
Valore economico generato	597.766 €	1.263.060 €	2.636.018 €	3.938.247 €	4.532.838 €
Valore distribuito a fornitori (acquisito beni e servizi)	623.218 €	1.274.840 €	2.254.494 €	3.291.447 €	3.615.930 €
Valore distribuito a dipendenti e collaboratori (costo del lavoro)	344.695 €	1.009.288 €	1.481.790 €	1.906.463 €	2.013.843 €
Valore distribuito a soci/azionisti	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Valore distribuito alla comunità (tasse)	6.277 €	6.252 €	14.444 €	21.325 €	23.010 €

Fonte: Bilancio esercizio 2021 Bilancio esercizio 2022 Bilancio esercizio 2023 Bilancio esercizio 2024 Bilancio esercizio 2025

Ricavi

Pausa Pranzo	Spesa Online	Altro
3.233.104 €	624.739 €	674.995 €

Anno	Ricavi	Investimenti R&D
2025	4.532.838	363.720
2024	3.938.427	362.864
2023	2.636.018 €	316.040 €

06

Governance e modello organizzativo

- 6.1 Holacracy
- 6.2 Sistema di segnalazione (Whistleblowing)

6.1 Holacracy

“Holacracy non è un processo di governo delle persone, da parte delle persone, per le persone. È il governo dell'organizzazione, attraverso le persone, per lo scopo”.

Il governo dell'organizzazione è il fattore cruciale per consentire l'assunzione della **responsabilità degli impatti** delle proprie decisioni e attività e di integrare la responsabilità sociale in tutta l'organizzazione e nelle sue relazioni.

Un **governo efficace** deve essere basato **sull'integrazione dei principi della responsabilità sociale nel processo decisionale** e nella sua attuazione. Ossia i principi di: responsabilità di rendere conto, trasparenza, comportamento etico, rispetto degli interessi degli stakeholder, rispetto del principio di legalità, rispetto delle norme internazionali di comportamento e rispetto dei diritti umani.

La leadership, inoltre, è un elemento critico per un governo efficace dell'organizzazione, non solo per quanto riguarda i processi decisionali bensì anche per la capacità di motivare i dipendenti a praticare la responsabilità sociale e integrarla nella cultura dell'organizzazione. Non può, dunque, essere imposta ma nasce, grazie alla fluidità di alcuni modelli organizzativi, in maniera naturale, facendo leva soprattutto sulle soft skills.

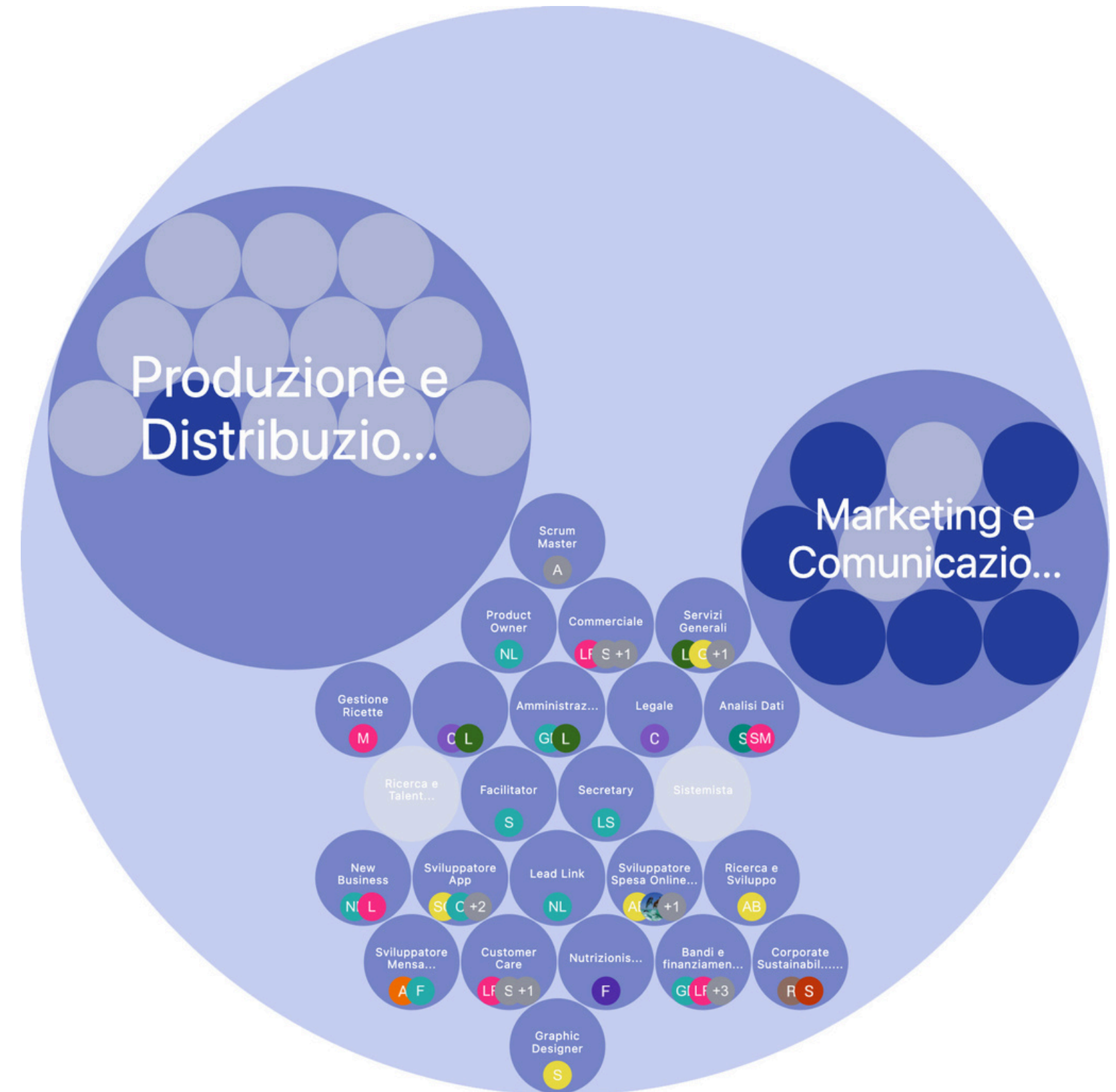
Per ottemperare a ciò, abbiamo adottato Holacracy. Siamo innovativi anche dal punto di vista organizzativo.

Holacracy è un metodo caratterizzato dall'autorità e responsabilità condivise e dall'auto-organizzazione. I processi sono fluidi, le regole sono trasparenti e chiare e vi si attengono tutti. In questo modo si favorisce un'organizzazione del lavoro più efficace ed egualitaria. Tutti sono coinvolti per il perseguimento di uno scopo comune. I processi decisionali e di sviluppo sono frutto di gruppi di lavoro auto-organizzati. Con questo modello di organizzazione della società, le decisioni e l'autorità sono distribuite orizzontalmente. Sono quindi più veloci ed efficaci. Per una start-up tecnologica come Alimentiamoci essere agili e flessibili per adattarsi al cambio di contesto, in un settore che evolve rapidamente, rappresenta un grande vantaggio competitivo.

Processo decisionale

Non ci sono Manager e responsabili ma, grazie ad holacracy, si procede per attitudine, leadership effettiva e ruolo. All'interno del proprio ruolo ciascuno è responsabile di se stesso e può seguire un progetto in autonomia e con il supporto dei ruoli di cui necessita. La condivisione dell'andamento e dei risultati avviene settimanalmente attraverso un incontro detto tactical. Il tactical permette l'incontro tra i vari ruoli che raccontano l'andamento dei progetti. Ciò consente all'intera organizzazione di partecipare effettivamente alla vita dell'Azienda dando la facoltà a tutti di sollevare possibili tensioni da dirimere e risolvere, purché siano orientate all'unico scopo per cui i ruoli lavorano: aumento del valore del Sistema intorno a noi, di cui l'accrescimento dell'Azienda sarà solo una naturale conseguenza. . Questo scopo ultimo è il filo conduttore che, in un certo senso, fa da perimetro alla piena autonomia delle Persone nell'eseguire il proprio lavoro. La domanda chiave da porsi nel proporre e realizzare un progetto è : porto Valore alla Comunità a cui paartengo? Oppure creo un danno? Sentire l'Azienda come propria ci permette di avere fiducia l'uno nell'altra, consapevole che tutti lavoriamo per il Bene di tutti.

Ogni cerchio (forma) rappresenta un Ruolo all'interno del quale non ci sono Manager ma ognuno può diventare PM di un progetto. Il rapporto tra i ruoli è di clientela, nel senso che se si ha bisogno di un'attività che rientra nel Ruolo di un altro Team si diventa loro Clienti. In questo modo ogni Persona all'interno del Ruolo è come se fosse un imprenditore del proprio settore. I ruoli collaborano per il raggiungimento dello Scopo Ultimo che è il Bene dell'Azienda.



Nota metodologica sugli indicatori di governance

Il presente Bilancio di Sostenibilità rendiconta le attività e le performance di Alimentiamoci S.r.l. Società Benefit (PlanEat) nel periodo compreso tra il 1° gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025.

Il report è stato redatto con riferimento ai GRI Standards 2021, adattati al contesto, alle dimensioni e al modello di business della Società. Il documento ha l'obiettivo di fornire una rappresentazione trasparente e comprensibile degli impatti economici, ambientali e sociali generati, nonché delle principali direttrici di sviluppo sostenibile.

Il perimetro di rendicontazione coincide con le attività svolte direttamente dalla Società. Non sono incluse, salvo ove diversamente specificato, le performance ambientali e sociali dei fornitori e partner lungo la catena del valore, che sono oggetto di monitoraggio progressivo.

L'analisi dei temi materiali è stata sviluppata secondo una logica di doppia materialità, ispirata ai principi degli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) e alle Linee guida del Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili (CNDCEC). Il processo ha integrato:

- analisi interna delle attività e del modello di business;
- valutazione degli impatti, rischi e opportunità (IRO);
- attività di coinvolgimento degli stakeholder;
- allineamento con la Theory of Change aziendale.

I dati riportati derivano da sistemi informativi interni, piattaforme digitali proprietarie, rilevazioni gestionali, dati amministrativo-contabili e, ove necessario, da stime basate su metodologie riconosciute. Alcuni indicatori ambientali (tra cui emissioni di CO₂, consumo idrico e utilizzo del suolo evitati) sono calcolati attraverso fattori medi di conversione derivati da fonti scientifiche e database di Life Cycle Assessment (LCA). Tali valori hanno finalità indicative e comparative e rappresentano ordini di grandezza, non misurazioni puntuali. In particolare, gli impatti ambientali associati alla riduzione dello spreco alimentare sono stimati considerando il cibo non sprecato come proxy delle risorse naturali e delle emissioni evitate lungo il ciclo di vita degli alimenti.

I dati relativi agli anni precedenti (2023 e 2024) sono riportati a fini comparativi. Eventuali differenze rispetto alle precedenti rendicontazioni possono derivare da aggiornamenti metodologici o da un miglioramento dei sistemi di raccolta e analisi dei dati.

Il presente report non è stato sottoposto a revisione esterna indipendente.

La Società si impegna a migliorare progressivamente la qualità, la completezza e la tracciabilità delle informazioni rendicontate, anche in vista di un allineamento futuro ai requisiti normativi europei in materia di rendicontazione di sostenibilità.

Governance (GRI da 2-9 a 2-21)

Il Consiglio di Amministrazione di Alimentiamoci S.r.l. Società Benefit è costituita da 7 membri di genere maschile e con un'età compresa nella fascia 50-60 anni. Il massimo organo di governance coincide con il fondatore, gli altri consiglieri sono due soggetti che operano direttamente all'interno di Alimentiamoci uno in ambito della produzione e l'altro in amministrazione. I restanti sono in rappresentanza degli investitori istituzionali.

All'interno dell'organo del massimo governo è presente l'amministratore delegato che è anche socio fondatore che coordina lo sviluppo e supervisiona la direzione strategica dell'azienda.

Lo statuto limita il potere di delega con la previsione di veti o approvazioni collegiali come indicato nell'articolo 17.6 del suddetto (per visionare lo Statuto mandare mail di richiesta a gianpaolo.bodini@alimentiamoci.com).

Per i membri del massimo organo di governo in particolare l'amministratore delegato è prevista una retribuzione fissa e non vi sono bonus o incentivi. La retribuzione, superiore di 4 volte quella dei dipendenti, viene, però, reinvestita interamente nell'Azienda. Non è previsto un trattamento di fine mandato o recuperi.

Cognome e nome	Indipendenza	Sesso	Data di nascita	Età	Fascia d'età	Carica	Poteri	Durata	Altre cariche	Altre cariche importanti	Competenze importanti	Rappresentazione degli stakeholder
Lamberti Nicola	si	M	11/5/1973	52	50-60	Amministratore delegato	membro esecutivo	fino a revoca	si	5	Organizzazione, direzione, sviluppo ecc ecc	Socio e fondatore
Bodini Gianpaolo	si	M	26/12/1977	48	30-50	Consigliere	membro non esecutivo	fino a revoca	no		Controllo di gestione, contabilità	Socio
Di Benedetto Giovanni	si	M	21/6/1976	49	30-50	Consigliere	membro non esecutivo	fino a revoca	si	1	Produzione e approvvigionamenti	Socio
Assereto Antonio	si	M	27/7/1977	48	30-50	Consigliere	membro non esecutivo	fino a revoca	si	...	Finanza	Socio Investitore Istituzionale
Berretti Claudio	si	M	23/8/1972	53	50-60	Consigliere	membro non esecutivo	fino a revoca	si	...	Finanza	Socio Investitore Istituzionale
Zan Mauro	si	M	30/3/1968	57	50-60	Consigliere	membro non esecutivo	fino a revoca	si	...	Finanza	Socio Investitore Istituzionale
Allevi Lorenzo Mario	si	M	15/1/1962	64	60-70	Consigliere	membro non esecutivo	fino a revoca	si	...	Finanza	...

L'amministratore delegato indirizza le scelte aziendali che muovono verso un'ottica di sostenibilità. La scelta del modello organizzativo (holacracy) ci permette di non avere dirigenti responsabili degli impatti di sostenibilità ma di coinvolgere tutto il team che, attraverso le riunioni settimanali, dà atto dello stato di avanzamento dei progetti. Attraverso metriche, studiate individuando le KPI più importanti, si monitora, dunque l'adempimento delle richieste in tema di sostenibilità. In questo modello di condivisione non c'è bisogno che l'AD chieda verifica di conformità alle KPI di sostenibilità. Sulla tema sostenibilità, inoltre, sia AD che Team partecipano a convegni e seminari.

Non vi sono particolari procedure di mitigazione per i conflitti di interesse ma gli stakeholder soci istituzionali sono a conoscenza delle cariche della massima autorità di governo, del fatto che vi siano fornitori che sono anche soci di Alimentiamoci, di eventuali parti correlate, transazioni e saldi scoperti e non vi sono altri azionisti oltre al massimo organo di controllo con potere di controllo (sommando le quote); Le comunicazioni di criticità avvengono nell'immediato verbalmente o con comunicazioni scritte. Non abbiamo un contatore di criticità in quanto avviene comunque in modo informale.

Nel 2023, Alimentiamoci, per contribuire a creare un ambiente lavorativo etico e trasparente e per prevenire possibili frodi, corruzioni e altre irregolarità, si è adeguata al D.Lgs. 24/2023 in tema di Whistleblowing e nel rispetto del GRI 2.26

Il decreto sopra indicato, infatti, predispone nuove regole per le segnalazioni di illeciti dei quali il/la collaboratore/collaboratrice venga a conoscenza in ragione del suo rapporto di lavoro a vario titolo con l'azienda.

A tali segnalazioni viene riconosciuto un ruolo fondamentale nella prevenzione delle violazioni normative commesse nelle imprese pubbliche e private.

Le segnalazioni possono essere effettuate attraverso la piattaforma che abbiamo attivato, accessibile al seguente link: [Whistleblowing](#).

Questo strumento garantisce l'anonimato e la riservatezza della persona segnalante, della persona coinvolta, nonché del contenuto della segnalazione e della relativa documentazione.

6.2 Sistema di segnalazione (Whistleblowing)

In coerenza con i principi di trasparenza, responsabilità e integrità che guidano il proprio modello di governance, PlanEat ha adottato un sistema di segnalazione interna (whistleblowing) finalizzato a consentire la rilevazione tempestiva di comportamenti non conformi, violazioni normative o situazioni potenzialmente lesive per l'organizzazione e i suoi stakeholder.

Il sistema è accessibile ai collaboratori e, progressivamente, agli stakeholder esterni, ed è progettato per garantire la massima riservatezza del segnalante, anche attraverso la possibilità di effettuare segnalazioni in forma anonima, nel rispetto della normativa vigente.

Le segnalazioni possono riguardare, a titolo esemplificativo, condotte non etiche, violazioni di procedure interne, rischi legati alla sicurezza, non conformità in ambito ESG o comportamenti in contrasto con i valori dell'organizzazione.

PlanEat si impegna a gestire ogni segnalazione attraverso un processo strutturato che prevede la presa in carico, la valutazione e, ove necessario, l'attivazione di azioni correttive, garantendo al contempo la tutela del segnalante da qualsiasi forma di ritorsione.

Il sistema di whistleblowing rappresenta uno strumento fondamentale per il rafforzamento della cultura organizzativa, contribuendo alla prevenzione dei rischi, al miglioramento continuo dei processi e al consolidamento di un ambiente di lavoro basato sulla fiducia e sulla responsabilità condivisa.

Anno	N° segnalazioni	Tempo di evasione
2025	0	-
2024	0	-

Il numero di segnalazioni viene interpretato con cautela, in quanto può riflettere sia un elevato livello di fiducia nel sistema sia una limitata emersione delle criticità. Per questo motivo, l'organizzazione monitora prioritariamente la capacità di gestione e risposta alle segnalazioni.

07

Nota metodologica

Per questo Bilancio di Sostenibilità, relativo all'esercizio 2025, sono state applicate le linee guida della Global Reporting Initiative. In considerazione della complessità, delle dimensioni della società e della capacità di raccogliere le informazioni, il Bilancio di Sostenibilità di Alimentiamoci è stato redatto secondo l'opzione "With Reference To". È stato redatto per il periodo dal 1° gennaio 2025 al 31 dicembre 2025

Per definire il contenuto del bilancio di sostenibilità di Alimentiamoci sono stati considerati i seguenti principi:

- **Accuratezza:** l'organizzazione deve rendicontare informazioni corrette e con dettagli sufficienti per consentire una valutazione dei propri impatti.
- **Equilibrio:** l'azienda deve rendicontare le informazioni in modo obiettivo fornendo una rappresentazione equa dei suoi impatti negativi e positivi.
- **Chiarezza:** l'azienda deve presentare le informazioni in maniera comprensibile e accessibile.
- **Comparabilità:** l'organizzazione deve selezionare, compilare e rendicontare le informazioni in modo uniforme per consentire un'analisi dei cambiamenti dei suoi impatti nel corso del tempo e un'analisi di tali impatti confrontati con quelli di altre organizzazioni.
- **Completezza:** l'azienda deve fornire informazioni sufficienti per consentire una valutazione dei propri impatti durante il periodo di rendicontazione.
- **Contesto di sostenibilità:** l'azienda deve rendicontare le informazioni relative ai suoi impatti nel più ampio contesto dello sviluppo sostenibile.
- **Tempestività:** l'organizzazione deve rendicontare informazioni a scadenza regolare e renderle disponibili in tempo debito per consentire agli utilizzatori dei dati di prendere decisioni.
- **Verificabilità:** l'azienda deve raccogliere, registrare, compilare e analizzare i dati in modo tale che le informazioni si possano esaminare per stabilirne la qualità.

Il modello di business di PlanEat si sviluppa all'interno di un quadro di riferimento che include principi, standard e iniziative internazionali volti a promuovere la sostenibilità ambientale, la responsabilità sociale e la trasparenza delle organizzazioni.

Nello sviluppo delle proprie attività e nella definizione delle strategie di sostenibilità, PlanEat tiene conto di diverse cornici di riferimento riconosciute a livello internazionale. Questi framework forniscono orientamenti utili per integrare considerazioni ambientali, sociali e di governance nelle attività dell'organizzazione, favorendo la creazione di valore per gli stakeholder e contribuendo alla transizione verso sistemi economici più sostenibili.

In particolare, PlanEat si ispira ai principi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e ai relativi Obiettivi di sviluppo sostenibile, con un contributo prioritario al Goal 12 – Consumo e produzione responsabili. Allo stesso tempo, l'organizzazione integra nel proprio modello di business i principi della responsabilità sociale delle organizzazioni, così come delineati dalla ISO 26000, e riconosce l'importanza della tutela dei diritti umani fondamentali, in linea con le principali iniziative internazionali promosse dalle Nazioni Unite.

Il coinvolgimento degli stakeholder rappresenta inoltre un elemento centrale nella gestione delle attività e degli impatti generati dall'organizzazione. In questo ambito, PlanEat si ispira alle buone pratiche delineate dallo standard AA1000 per lo stakeholder engagement.

Per quanto riguarda la rendicontazione della sostenibilità, il presente documento è stato sviluppato facendo riferimento agli standard internazionali di reporting, tra cui i GRI Standards e gli European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Infine, considerando la centralità del tema dello spreco alimentare nel proprio modello di business, PlanEat si richiama alle principali iniziative e framework internazionali sviluppati da organizzazioni come FAO ed EPA, che promuovono la prevenzione dello spreco di cibo come leva fondamentale per migliorare la sostenibilità dei sistemi alimentari.

Framework	Ambito
Agenda 2030 – SDGs	sviluppo sostenibile
ISO 26000	responsabilità sociale
UN Human Rights	diritti fondamentali
AA1000	stakeholder engagement
GRI / ESRS	rendicontazione
EPA / FAO	prevenzione spreco alimentare

GRI Content Index

The background of the slide features a close-up photograph of several large, vibrant green leaves. The leaves are layered, with some in the foreground and others behind, creating a sense of depth. The lighting is soft, highlighting the natural texture and veins of the foliage. A semi-transparent, dark green rectangular overlay is positioned at the top of the image, serving as a backdrop for the white text.

Dichiarazione d'uso	Alimentiamoci S.r.l. Società Benefit ha redatto il presente Bilancio di sostenibilità per il periodo 1 gennaio 2025 – 31 dicembre 2025, con riferimento ai GRI Standards 2021,0 con riferimento agli standard universali e tematici applicabili.
Utilizzato GRI 1	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinenti	Nessuno standard di settore GRI attualmente applicabile

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
GRI 2 Informative Generali	2-1 Dettagli organizzativi	Cap. 1.1			
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione	Cap. 1			
	2-3 Periodo di rendicontazione	Nota metodologica			
	2-4 Revisione delle informazioni	Nota metodologica			
	2-5 Assurance esterna	Nota metodologica	Non applicato	Il report non è stato sottoposto a verifica esterna indipendente	
	2-6 Attività, catena del valore	Cap. 3.1 – 3.3			
	2-7 Dipendenti	Cap. 5 (People)			
	2-9 Governance e struttura	Governance ESG			
	2-12 Ruolo del top management	Lettera agli stakeholder			
	2-22 Dichiarazione sulla sostenibilità	Lettera agli stakeholder			
	2-23 Impegni e policy	Cap. 1.3 Beneficio comune			

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione	Omissione		
			Requisiti omessi	Ragione	Spiegazione
GRI 2 Informative Generali	2-24 Integrazione nei processi	Cap. 3 Modello business			
	2-25 Impatti negativi	Cap. 4.2 IRO	Parziale	Focus su impatti positivi	Trattazione parziale. Il report si concentra prevalentemente sugli impatti positivi; l'analisi degli impatti negativi è in fase di sviluppo.
	2-26 Meccanismi di segnalazione	Cap 6.2			
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Cap 1.3			
	2-29 Coinvolgimento stakeholder	Cap. 4.5			
	2-30 Contratti collettivi	Cap 5.2			

Prevenzione dello spreco alimentare

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4 – (IRO)
GRI 306	306-1 Generazione rifiuti / spreco	Cap. 4
GRI 306	306-2 Gestione rifiuti	Cap 4

Efficienza nell'uso delle risorse

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4 (IRO)
GRI 302	302-5 Riduzione consumi energetici	Cap 4
GRI 304	304-2 Impatti su biodiversità	Cap 4
GRI 305	305-3 Emissioni indirette (Scope 3)	Cap. 4

Filiera responsabile e fornitori etici

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4
GRI 414	414-1 Valutazione fornitori	Cap. 3

Occupazione e qualità del lavoro

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4
GRI 401	401-1 Assunzioni e turnover	Cap. 5
GRI 401	401-2 Benefit ai dipendenti	Cap. 5
GRI 404	404-1 Formazione	Cap.5

Diversità e inclusione (SDG 5)

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4
GRI 405	405-1 Diversità	Cap. 5
GRI 405	405-2 Parità retributiva	Cap. 5

Impatto sociale e comunità

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4
GRI 413	413-1 Comunità locali	Cap. 4

Innovazione digitale

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4
GRI 203	203-2 Impatti economici indiretti	Cap. 3

Trasparenza e partnership

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 2	2-23 Policy e impegni	Cap. 13
GRI 2	2-29 Stakeholder engagement	Cap. 4.5

Efficienza nell'uso delle risorse

Standard GRI / Altra fonte	Informativa	Ubicazione
GRI 3	3-3 Gestione del tema materiale	Cap. 4 (IRO)
GRI 302	302-5 Riduzione consumi energetici	Cap 4
GRI 304	304-2 Impatti su biodiversità	Cap 4
GRI 305-1	Emissioni dirette (Scope 1)	Cap 5.1
GRI 305-2	Emissioni indirette da energia (Scope 2)	Cap. 5.1
GRI 305-3	Altre emissioni indirette (Scope 3)	Cap. 5.1
GRI 305-5	Riduzione emissioni	Cap 5.1



***“Dobbiamo lasciare questo Mondo un pochettino migliore di come lo abbiamo trovato.”
Con umiltà, ci impegniamo a lavorare per rendere concreto quel “pochettino”!***