

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022



Angelini
Industries

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

2022



Angelini
Industries

Indice

Lettera agli stakeholder	4
Nota Metodologica	6
Highlights 2022	10
Fatti rilevanti del periodo	12
01. Identità e governance	14
Angelini Industries: Industry of Care	16
Settori di business e Società Operative	17
Struttura del Gruppo	22
The Angelini Way	24
Oltre 100 anni di storia	26
Angelini Industries nel mondo	30
Casa Angelini	33
Organi societari	34
Leadership Team	37
Sistemi di controllo interni e compliance	38
Certificazioni e Sistemi qualificanti della gestione	42
02. Sostenibilità	44
Sustainability Agenda	46
Coinvolgimento degli stakeholder	48
Materialità	50
Approccio al sustainability reporting e best practice di Gruppo	58
Sustainability Induction	60
03. Capitale economico e produttivo	62
Strategia di business e fattori abilitanti	64
Brand	65
Performance economiche	66
Valore economico generato e distribuito	68
Supply chain	70
04. Capitale umano	76
Approccio strategico	78
Politiche e modello di gestione del personale	80
Organico e pari opportunità	82
Formazione, cultura manageriale e leadership: Angelini Academy	87
Tutela della salute e sicurezza	90
Welfare e benessere socio-organizzativo	92
Rapporto con la comunità: l'impegno di Fondazione Angelini	94
05. Capitale naturale	96
Tutela dell'ambiente	98
Best practice ambientali	99
Performance ambientali	102
Appendice	105
Indicatori di Performance GRI	124

Lettera agli stakeholder

Siamo lieti di presentare il Bilancio di Sostenibilità di Angelini Industries, il terzo della serie iniziata nel 2021, a testimonianza dell'impegno del Gruppo nella rendicontazione delle informazioni non finanziarie a tutti gli stakeholder.

Da questa edizione è stata decisa una generale riorganizzazione della struttura di sustainability reporting, in modo da un lato da rendere più fruibili le informazioni riguardanti il Gruppo nella sua interezza, e dall'altro da permettere un maggiore approfondimento verticale sui nostri settori di business.

Al presente bilancio, che consente uno sguardo complessivo sugli indicatori ESG per Angelini Industries, si affiancano infatti quelli di Angelini Pharma (di prossima pubblicazione), nel campo della Salute, di Fameccanica, nell'area della Tecnologia Industriale, e di Fater, principale azienda del Gruppo nel settore del Largo Consumo. Sempre nel Largo Consumo, è prevista la pubblicazione anche di sustainability profile per Angelini Beauty e Angelini Wines & Estates, a completamento del set di strumenti di rendicontazione non finanziaria che forniamo ai nostri stakeholder.

Si tratta di una struttura che mette al centro i portatori di interesse, semplificando l'accesso ai diversi livelli di informazione, e valorizza l'impegno delle Società Operative del Gruppo sulle tematiche ESG.

Crediamo fortemente, d'altronde, che la sostenibilità sia una leva strategica per sostenere nel tempo il nostro percorso di crescita, che nel 2022 ha segnato alcune tappe importanti. L'anno passato, infatti, è stato particolarmente significativo per il Gruppo, sia per i risultati raggiunti sia per l'entità dei cambiamenti messi in atto. Per la prima volta i nostri ricavi complessivi hanno superato la soglia dei 2 miliardi di Euro (2,057 miliardi), segnando un incremento a doppia cifra. Ancor più rilevante il progresso della marginalità, con l'EBITDA a quasi 255 milioni di Euro, in aumento di circa il 32% sul 2021.

Sono risultati frutto di un triennio di investimenti, che nel 2022 hanno visto un'accelerazione decisa.

Nel campo della Salute, infatti, abbiamo lanciato un nuovo veicolo di venture capital, Angelini Ventures, che ci consentirà di essere protagonisti nella definizione dei modelli di cura del futuro. Grazie a una dotazione fino a 300 milioni di Euro, di cui oltre 70 già impegnati, e a un team di professionisti globale, Angelini Ventures investirà nei prossimi anni in start-up che sviluppano soluzioni e idee innovative negli ambiti della biotecnologia, delle scienze della vita e della sanità digitale.

Nell'area della Tecnologia Industriale abbiamo finalizzato l'acquisto del 50% di Fameccanica, portando l'azienda a diventare 100% parte del Gruppo Angelini Industries, con l'obiettivo di valorizzarne il potenziale, accrescendo la leadership nel settore converting e cogliendo le opportunità di sviluppo nelle aree della robotica, dell'automazione e dei macchinari per la produzione di packaging sostenibile.

Nel Largo Consumo, infine, non solo abbiamo celebrato il trentennale della nostra collaborazione con Procter & Gamble in Fater, ma abbiamo continuato a realizzare collaborazioni di valore, per sostenere lo sviluppo del portafoglio prodotti delle nostre Società Operative.

Non abbiamo dimenticato, tuttavia, che siamo una realtà che cresce e prospera grazie alla sinergia con il territorio che la ospita. Per questo, nell'anno passato abbiamo finalizzato un progetto cui teniamo particolarmente: il sostegno alle micro-imprese della regione Marche. Grazie a una donazione di Fondazione Angelini di circa 2 milioni di Euro, infatti, abbiamo potuto dare un aiuto concreto a oltre 2.000 piccole e piccolissime realtà imprenditoriali che erano state particolarmente colpite dalle conseguenze della pandemia prima e della crisi energetica poi.

Si tratta di un piccolo contributo, esemplificativo però di come intendiamo rendere concreti il nostro purpose e la nostra vision. Prendersi cura delle persone e costruire insieme un futuro migliore, che sia migliore davvero per tutti.

Sergio Marullo di Condojanni
Amministratore Delegato

Thea Paola Angelini
Vice Presidente Esecutivo

Nota Metodologica

La pubblicazione di questa **edizione del Bilancio di Sostenibilità** si configura come un **esercizio di natura volontaria** per il Gruppo Angelini Industries (da qui in avanti "Angelini Industries" o "Organizzazione" o "Gruppo"), rappresentando un nuovo passo verso una comunicazione trasparente e strutturata con i propri stakeholder al fine di rendicontare non soltanto le prestazioni del settore in ambito economico-finanziario, ma anche le performance non finanziarie relative all'insieme degli impatti ambientali e sociali generati dalle varie attività di business.

PERIODO DI RENDICONTAZIONE

Il presente bilancio si riferisce all'esercizio **1° gennaio-31 dicembre 2022**. Inoltre, ove possibile o ritenuto opportuno, i dati relativi all'ultimo esercizio sono stati confrontati con le informazioni relative ai FY 2020-2021 al fine di consentire a tutti gli stakeholder una comparazione delle performance nel tempo.

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Relativamente al perimetro di rendicontazione del presente documento, per il 2022 sono state inserite tutte le Società italiane ed estere che rispettano i seguenti criteri di inclusione: quota di controllo di Angelini Holding S.p.A. pari al 100%, metodo di consolidamento integrale, presenza di sedi produttive, superamento di una soglia basata sul valore del fatturato e dell'EBITDA e sul valore degli asset. In particolare, il perimetro di rendicontazione considerato per la redazione del presente bilancio include le seguenti Società:

- Angelini Holding S.p.A.
- Angelini Pharma S.p.A.
- Angelini Pharma Österreich G.m.b.H.
- Angelini Pharma Bulgaria E.O.O.D.
- Angelini Pharma Česká Republika s.r.o.
- Angelini Pharma Polska SP. Z.O.O.
- S.C. Angelini Pharmaceuticals Romania S.r.l.
- Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H.
- Angelini Pharma España S.L.U.
- Angelini Pharma Portugal Unipessoal Lda.
- Angelini Pharma Hellas S.A.
- Angelini Pharma Inc.
- Angelini ILAC SAN. VE TIC. A.S.
- Angelini Pharma RUS L.L.C.

- Fameccanica.Data S.p.A.
- Fameccanica Machinery (Shanghai) Co. Ltd.
- Fameccanica North America Inc.
- Angelini Beauty S.A.
- Angelini Beauty S.p.A.
- Angelini Beauty G.m.b.H.
- Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l.
- Angelini Real Estate S.p.A.

Eventuali limitazioni di perimetro, dovute alla mancanza di dati o all'impossibilità di assicurarne un'elevata qualità, sono opportunamente segnalate nel testo del documento attraverso note dedicate.

Si segnala che i Paragrafi "Performance economiche" e "Valore economico generato e distribuito", ispirandosi al concetto di Integrated Reporting, rappresentano i risultati dell'intero perimetro di Angelini Industries definito all'interno dell'Annual Report 2022, pubblicato in data 3 luglio 2023 e consultabile alla [pagina dedicata](#). Si precisa infine che i dati di organico includono anche Fater¹ nella misura del 100%.

¹ Tali dati fanno riferimento alle seguenti Società: Fater S.p.A., Fater Portugal Unipessoal Lda., Fater Central Europe S.r.l. (Romania), Fater Eastern Europe o.o.o. (Russia), Fater Temizlik Ürünleri Limited Şirketi (Turchia).

GLI STANDARD DI RENDICONTAZIONE

Per il presente Bilancio di Sostenibilità, l'Organizzazione ha adottato i seguenti riferimenti tecnico-metodologici:

- GRI Universal Standard pubblicati il 5 ottobre 2021 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione **"with reference with the GRI Standards"**;
- principi guida ed elementi di contenuto previsti dall'**International Integrated Reporting Framework** (di seguito anche "IIRF" o "IR Framework") emanato dall'International Integrated Reporting Council (IIRC) e aggiornato nel gennaio 2021;
- **Standard GBS 2013** - "Principi di redazione del bilancio sociale" predisposto dal Gruppo di Studio per il Bilancio sociale (GBS), per l'elaborazione del prospetto di determinazione e distribuzione del valore aggiunto.

IL PROCESSO DI RACCOLTA DATI E LA STRUTTURA DEL BILANCIO

La raccolta e il consolidamento delle informazioni e dei dati riportati nel presente bilancio sono avvenuti attraverso l'utilizzo di schede di raccolta dei dati e delle informazioni qualitative, opportunamente ampliate per includere le Società estere. Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni per l'esercizio 2022 ha coinvolto i referenti di Angelini Industries e delle sue Società Operative incluse nel perimetro, i quali a loro volta hanno provveduto a coordinare la raccolta dei dati delle Società estere.

I dati sono stati calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati; in caso di stime, nella determinazione degli indicatori, è stata indicata la modalità seguita per quantificarle.

La disclosure è realizzata secondo il Principio della Materialità (o Principio della Rilevanza). I temi trattati nel Bilancio di Sostenibilità, infatti, sono quelli considerati "materiali" (rilevanti) in quanto in grado di riflettere gli impatti sociali e ambientali delle attività dei settori in cui il Gruppo opera, o di influenzare le decisioni dei suoi stakeholder. Tali aspetti materiali ESG sono stati individuati attraverso la conduzione di un'analisi di materialità strutturata secondo l'approccio descritto nella sezione "Stakeholder engagement: analisi di materialità".

Il Report è suddiviso in cinque principali Capitoli: 1. Identità e governance, 2. Sostenibilità, 3. Capitale economico e produttivo, 4. Capitale umano, 5. Capitale naturale. Tali Capitoli sono preceduti nella parte iniziale del Report dalla Lettera agli stakeholder e dalle seguenti Sezioni: Highlights 2022, Fatti rilevanti del periodo e la presente Nota Metodologica.

Per maggiori approfondimenti, utilizzare i seguenti canali di comunicazione:

- Sito web: www.angeliniindustries.com
- Profili social: [LinkedIn](#) e [Instagram](#)



Stabilimento di Produzione Fameccanica, Sambuceto di San Giovanni Teatino (CH), Italia

Highlights 2022

Oltre **100** anni di storia

Gruppo industriale attivo in **3** settori di business

Stabilimenti produttivi: 12 (6 in Italia e 6 all'estero)

Presenza in **21** Paesi nel mondo

Certificazioni e sistemi di gestione: **12**

Ricavi complessivi: oltre **2** miliardi di Euro

Quota ricavi in Italia: 54%

Oltre **5.800** persone², di cui circa 4.100 in Italia

Valore economico direttamente generato dal Gruppo: oltre 2,1 miliardi di Euro, di cui **oltre 1,8** miliardi di Euro distribuiti agli stakeholder (+12% rispetto al 2021)

Oltre **187.000** ore complessive di formazione erogate nel Gruppo, di cui circa 10.000 realizzate da Angelini Academy

Quota **incidenza femminile**: 46% considerando la popolazione di impiegati, quadri e dirigenti

94,2% quota contratti a tempo indeterminato

52 Dirigenti e oltre 300 Quadri donne in Italia

Zero infortuni gravi in tutte le Società del Gruppo

Iniziative di **Community Empowerment** di Angelini Academy

Oltre **750** titoli brevettuali attivi in ambito Tecnologia Industriale (Fameccanica)

Iniziative di **Carbon Footprint** in ambito Largo Consumo (Fater) e **Progetto LCA** in ambito Profumeria e Dermocosmesi (Angelini Beauty)

Sostegno alle micro-imprese marchigiane (Fondazione Angelini - Progetto Restart) con un **investimento di 2 milioni di Euro**, il supporto scientifico dell'Università Politecnica delle Marche e la collaborazione delle associazioni del territorio

Campagne educative e di supporto ai pazienti di Angelini Pharma

Riduzione infortuni sul lavoro nel Gruppo: **-42%**

Iniziative di **welfare e work-life balance**, tra cui: #Angelini4you, agile working, ecosistema di collaboration e co-working digitale, well-being

Avvio della **membership di Angelini Industries nell'Industrial Liaison Program (ILP) del MIT (Massachusetts Institute of Technology)**

Oltre **700** nuove assunzioni nel 2022 di cui il **46%** donne e il **25%** giovani nella fascia **under 30**

Certificazione **LEED Platinum in New Construction** per Casa Angelini

Certificazioni **SA 8000:2014** per Fater e **Medaglia d'oro EcoVadis** per Fameccanica

Incidenza fornitori locali: 84%

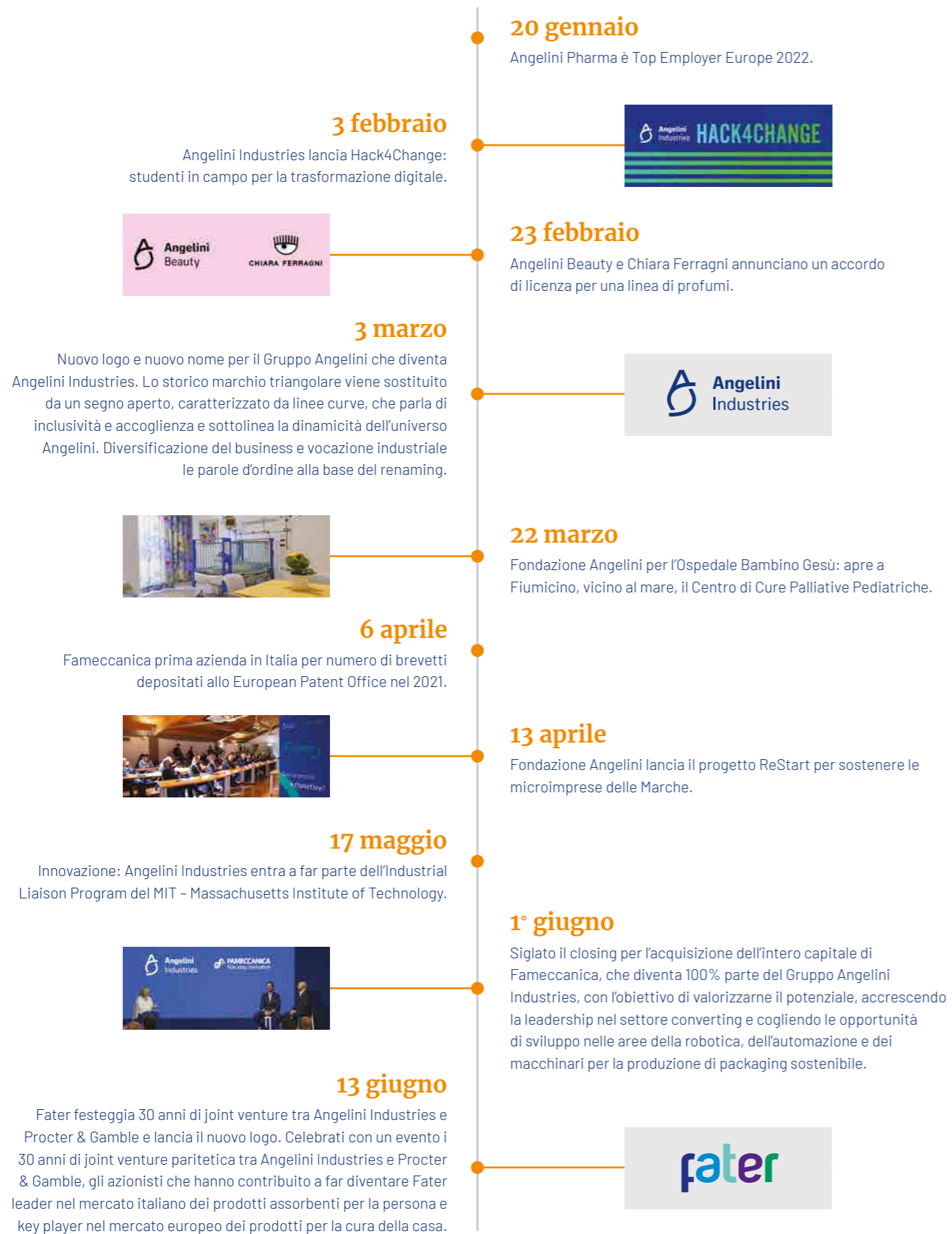
Contributo di 500 Euro erogato a tutti i dipendenti non dirigenti italiani per contenere l'impatto dell'inflazione sui bilanci familiari

Autoprodotti **57.487 GJ** di energia elettrica grazie a impianti fotovoltaici e di cogenerazione

Incidenza dei rifiuti prodotti destinati a processi di recupero e riciclo: 40%

² Include le persone con contratto di tipo "job on call".

Fatti rilevanti del periodo



01. Identità e governance

▼
100

Oltre **100 anni** di storia

▼
3

Gruppo industriale attivo in **3 settori di business**

▼
12

Stabilimenti produttivi:
12 (6 in Italia e 6 all'estero)

▼
12

Certificazioni e sistemi di gestione: **12**

▼
21

Presenza in 21 Paesi con 5.800
persone di cui circa 4.100 in Italia

▼
Campagne educative

Campagne educative e di supporto
ai pazienti di Angelini Pharma

▼
750

Oltre 750 titoli brevettuali attivi
in ambito Tecnologia Industriale
(Fameccanica)

▼
SA 8000:2014

Certificazioni **SA 8000:2014** per
Fater e **Medaglia d'oro EcoVadis**
per Fameccanica

Angelini Industries: Industry of Care

Angelini Industries è un gruppo industriale multinazionale fondato ad Ancona nel 1919 da Francesco Angelini. Oggi rappresenta una realtà industriale solida e articolata che impiega circa 5.800 dipendenti e opera in 21 Paesi del mondo con ricavi per oltre 2 miliardi di Euro, generati nei settori Salute, Tecnologia Industriale e Largo Consumo. Una strategia di investimenti mirata alla crescita, l'impegno costante in ricerca e sviluppo, la profonda conoscenza dei mercati e dei settori di business rendono Angelini Industries una delle realtà italiane di eccellenza nei comparti in cui opera. Il Gruppo è impegnato a ridurre il proprio impatto ambientale e a trovare soluzioni sempre più all'avanguardia in ottica di economia circolare, adotta

gli standard più avanzati in materia di salute e sicurezza dei lavoratori e i processi più rigorosi per assicurare la massima qualità verificando l'intera filiera: dalla certificazione dei fornitori al controllo delle materie prime, al processo di produzione, al prodotto finito e al packaging, fino alle verifiche a campione nel punto di vendita. Da oltre 100 anni la famiglia Angelini guida l'evoluzione di Angelini Industries con uno stile imprenditoriale tipico del capitalismo familiare italiano.

Settori di business e Società Operative

Angelini Industries opera in tre principali settori di business: Salute, Tecnologia Industriale e Largo Consumo.



Salute

L'impegno nel campo della Salute si declina nel farmaceutico (Angelini Pharma): ricerca, sviluppo e commercializzazione di soluzioni di salute con attenzione prevalente alle aree della Brain Health e della Consumer Healthcare; nel venture capital applicato alla digital health e al biotech (Angelini Ventures).



Tecnologia Industriale

Tecnologie, servizi per l'automazione e produzione industriale di prodotti FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), packaging sostenibili e servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi (Angelini Technologies - Fameccanica).



Largo Consumo

Angelini Industries opera nel settore del Largo Consumo attraverso Fater, Angelini Beauty, Angelini Wines & Estates e MadreNatura. Il Largo Consumo è il secondo settore per contributo ai ricavi del Gruppo Angelini Industries. Ci prendiamo cura delle persone e delle famiglie in ogni fase della vita, con un'ampia gamma di prodotti di largo consumo.



Altre attività - Real Estate e Investments

Gestione di immobili non strumentali appartenenti ad Angelini Industries (Angelini Real Estate) e valorizzazione del patrimonio in un'ottica di medio e lungo periodo (Angelini Investments).



SALUTE

Angelini Industries si prende cura della salute delle persone da oltre 100 anni. Opera nel campo farmaceutico (Angelini Pharma) e del venture capital applicato alla digital health e al biotech (Angelini Ventures).



Angelini Pharma è il gruppo internazionale che ricerca, sviluppa e commercializza soluzioni di salute con attenzione prevalente alle aree della Salute del Cervello, che comprende salute mentale ed epilessia, e della Consumer Healthcare. Opera in 20 Paesi e impiega circa 3.000 persone. Angelini Pharma è un'azienda integrata, con ampi e riconosciuti programmi di Ricerca e Sviluppo, impianti di produzione "World Class" e attività di commercializzazione internazionale di principi attivi e farmaci leader in molti settori del mercato.

La Ricerca ha identificato negli anni principi attivi di grande importanza come trazodone e benzidamina; i programmi di innovazione, ricerca e sviluppo, portati avanti con trasparenza, responsabilità e in piena sicurezza, si concentrano nelle aree Malattie e Disturbi del Sistema Nervoso e Dolore e Infiammazione, con un forte impegno nel settore pediatrico. L'Azienda annovera collaborazioni pubblico-privato con Università e Centri di eccellenza a livello nazionale e internazionale, riconoscendo nelle collaborazioni scientifiche un contributo importante nel creare innovazione.

I 5 impianti produttivi di Angelini Pharma sono all'avanguardia nelle tecnologie e negli standard di settore, così come nella tutela dell'ambiente, grazie all'utilizzo e all'integrazione di fonti rinnovabili. Sono localizzati in Italia - Ancona (Prodotti Finiti), Aprilia, LT (Materie Prime) e Casella, GE (Prodotti a marchio Amuchina) - in Spagna - Barcellona (Integratori alimentari come le Pastillas Juanola) - negli USA - Albany, Georgia (Prodotti ThermaCare Heatwrap). Angelini Pharma è presente direttamente in Italia, Spagna, Portogallo, Austria, Polonia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Germania, Romania, Bulgaria, Grecia, Turchia,

Francia, UK, Svezia, Olanda, Svizzera, Russia e USA. Alleanze strategiche con gruppi farmaceutici leader globali permettono oggi la distribuzione dei farmaci Angelini Pharma in oltre 70 Paesi. Tra questi, Trittico (trazodone, antidepressivo), Latuda (lurasidone cloridrato, antipsicotico), Tantum (benzidamina, antinfiammatorio), Aulin (nimesulide, analgesico antinfiammatorio), Vellofent (fentanil, analgesico), e Xydalba (dalbavancina, antibiotico), Ontozry (cenobamato).



Angelini Ventures è la società di corporate venture capital che impiega il know-how del Gruppo per creare, supportare e investire in start-up e aziende, contribuendo alla trasformazione degli attuali paradigmi di cura e alla creazione di piattaforme di healthcare integrate. Angelini Ventures dispone di un capitale per investimenti di 300 milioni di Euro, di cui oltre 70 già pianificati. Gli investimenti sono indirizzati in Europa, Nord America e Israele con particolare attenzione al sistema nervoso centrale, alla salute mentale e a segmenti di mercato rivolti a donne, bambini e terza età. L'attuale portafoglio include Argobio, "start-up studio" del settore biotech con sede a Parigi; Angelini Lumira Biosciences Fund, fondo nordamericano che investe in start-up; Pretzel Therapeutics, società di Boston che sviluppa terapie mitocondriali; Polo Extend, realizzato da CDP Venture Capital in partnership con Angelini Ventures ed Evotec; Serenis, piattaforma digitale per il benessere mentale; CeMM (Center for Molecular Medicine dell'Austrian Academy of Sciences), Cadence Neuroscience (neuro-stimolazione continua per il trattamento dell'epilessia). La Società ha sede a Roma e si avvale di un team globale che compone una rete internazionale di esperti in innovazione.



TECNOLOGIA INDUSTRIALE



Angelini Technologies è la divisione di Angelini Industries nel campo della tecnologia industriale. Il suo obiettivo è riunire sotto di sé un ecosistema di aziende dedicate alla progettazione e allo sviluppo di tecnologie, di prodotti e di servizi volti a migliorare le produzioni e i processi industriali. In linea con il purpose di Angelini Industries, la mission di Angelini Technologies è migliorare la vita quotidiana delle persone, che siano l'utente diretto di questa tecnologia o l'utente finale dei prodotti da essa sviluppati. La principale Società di Angelini Technologies è **Fameccanica**, che progetta e sviluppa tecnologie e servizi per l'automazione e produzione industriale di prodotti FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), packaging sostenibili e servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi, con una costante attenzione alla sostenibilità e all'innovazione continua. Fondata nel 1975, storicamente specializzata nella progettazione e produzione di linee automatizzate per i beni di largo consumo e leader nel settore dei prodotti igienici monouso, ha negli anni costantemente innovato, sviluppando nuove tecnologie ad alta produttività e servizi digitali ad alto valore aggiunto, diventando un player di riferimento per la Smart Factory Automation. Nel 2021 è risultata l'azienda italiana più innovativa secondo il report EPO (European Patent Office), con 85 domande di brevetto depositate. Oggi, con oltre 1.300 macchine consegnate in tutto il mondo, più di 750 brevetti all'attivo e più di 600 dipendenti nelle tre sedi produttive - in Italia (San Giovanni Teatino, in provincia di Chieti), Cina (Shanghai) e Stati Uniti (West Chester, Ohio) -, Fameccanica progetta e sviluppa prodotti, soluzioni e servizi in grado di migliorare i processi di automazione e produzione per un'ampia gamma di prodotti come prodotti assorbenti monouso per l'igiene personale, prodotti per la cura della persona e della casa e packaging sostenibili.



LARGO CONSUMO

Il Largo Consumo è il secondo settore per contributo ai ricavi del Gruppo Angelini Industries. Il presidio in questo campo è assicurato dalle Società Fater, Angelini Beauty, Angelini Wines & Estates e MadreNatura.



Fater, azienda fondata nel 1958 dalla famiglia Angelini, è dal 1992 joint venture paritetica fra Angelini Industries e Procter & Gamble. È leader nel mercato italiano dei prodotti assorbenti per la persona, con i brand Lines, Lines Specialist e Pampers, e key player nel mercato europeo dei prodotti per la cura della casa con i brand ACE, Neoblanc e Comet, che commercializza in 38 Paesi nel mondo. In Italia 3 famiglie su 4 hanno almeno un prodotto Fater. L'innovazione è la linea guida di sviluppo dell'Azienda fin dalla fondazione: prima in Italia, agli inizi degli anni Sessanta, a sviluppare il mercato dei pannolini per bambini e degli assorbenti femminili. Fater si arricchisce nei decenni di nuove categorie, quali i prodotti assorbenti per l'incontinenza (1979), gli assorbenti ultrasottili (1992), fino a ridisegnare, dopo l'acquisizione (2013) di ACE, Neoblanc e Comet, l'intera gamma, per tutte le esigenze di pulizia della casa e dei tessuti. Sotto il profilo ambientale, Fater è impegnata a sviluppare tre direttrici: riduzione del 50% della plastica vergine al 2025; ideazione di prodotti meno impattanti; analisi dell'impronta ambientale lungo tutta la catena del valore. Ogni brand dell'Azienda ha sviluppato un suo social purpose che incide, con progetti specifici, su temi riferiti alle diverse categorie nelle quali opera. Fater investe circa il 4% del fatturato annuo in innovazione e conta circa 1.600 dipendenti (Italia ed estero). Ha sede a Spoltore (PE) e stabilimenti di produzione dislocati in Italia, a Pescara e a Campochiaro (CB), in Portogallo, a Porto, e in Turchia, a Gebze.

Angelini Beauty

Angelini Beauty è la business unit di Angelini Industries, con sede a Milano, operativa nei settori della profumeria selettiva e dermocosmesi (skincare & suncare). Si occupa della creazione, dello sviluppo e della distribuzione internazionale delle linee di profumo di Trussardi, Laura Biagiotti, Chiara Ferragni, Angel Schlesser, Mandarina Duck, Armand Basi e di skincare & suncare di Anne Möller. La business unit è presente con filiali proprie in mercati strategici quali Italia, Germania, Austria, Svizzera, Spagna e Portogallo, ed è gestita da professionisti del settore con un'equipe formata da circa 200 dipendenti, che respira e trasmette eccellenza "Made in Italy".

Fare sognare il consumatore attraverso la magia e l'unicità dei propri prodotti, sviluppando un modello di business sostenibile e responsabile, è la mission di Angelini Beauty. Ethics and responsibility, innovation, performance ed engagement sono i valori che contraddistinguono Angelini Industries e che uniscono tutte le sue business unit, come in un abbraccio.

Da questi valori derivano la creatività, la passione, l'entusiasmo, la sostenibilità, la collaborazione: pilastri fondanti di Angelini Beauty che, nel rispetto costante dell'identità e unicità di ciascun brand, crea fragranze e prodotti per la cura e la protezione della pelle, riservando grande attenzione anche al design e alla comunicazione, collaborando con i maggiori talenti internazionali del settore.

Angelini Wines & Estates

In campo vitivinicolo, **Angelini Wines & Estates** opera nel rispetto del territorio con l'obiettivo di valorizzarlo. È costituita da 6 cantine, per un totale di oltre 1.500 ettari di terreni, di cui 430 vitati, e una produzione complessiva di circa 4 milioni di bottiglie l'anno. Nelle tre cantine toscane produce vini di pregio in tre diverse denominazioni d'origine: Brunello di Montalcino a Val di Suga, Vino Nobile di Montepulciano a Tenuta Trerose e Chianti Classico a San Leonino.

Nelle Marche, la cantina Fazi Battaglia, marchio storico del vino italiano, è rinomata per la produzione del Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico. Cantina Puiatti è dedicata alla produzione dei grandi vini bianchi del Friuli, mentre la storica Bertani è nota per la produzione dell'Amarone della Valpolicella Classico. Dal 2018 è una Società Agricola, legando così la produzione vinicola ai vigneti di proprietà. Una scelta coraggiosa, che è più di un semplice cambio societario e che spiega l'impegno del Gruppo nell'investire e valorizzare il proprio patrimonio viticolo.

Angelini Wines & Estates è un'azienda da sempre vocata a produzioni sostenibili: questo orientamento le ha consentito di ottenere la Certificazione Biologica ed Equalitas per Tenuta Trerose a Montepulciano.

Madre Natura

Fondata nel 2019, con sede a Lenzburg (Svizzera), **MadreNatura** è una joint venture paritetica tra Angelini Industries ed Hero Group. Riunisce le conoscenze delle due aziende per offrire alle mamme e ai papà un percorso alimentare sano ed equilibrato per i loro bambini. Il marchio con cui MadreNatura si presenta ai consumatori è Hero SOLO 100% Biologico. Alimenti per l'infanzia 100% biologici e naturali, preparati con ingredienti semplici e niente più.



ALTRE ATTIVITÀ DEL GRUPPO

Angelini Real Estate

Angelini Real Estate si occupa della gestione di immobili non strumentali appartenenti ad Angelini Industries e di sviluppo e investimenti nel settore immobiliare. Offre, in questo campo, servizi a tutte le Società del Gruppo. Il portafoglio della Società si concentra in Italia e in Spagna, dove opera con una succursale locale.

Angelini Investments

Angelini Investments è la Società di Angelini Industries che mira alla valorizzazione del patrimonio in un'ottica di medio e lungo termine, operando sui mercati finanziari tramite l'acquisizione e gestione di partecipazioni di minoranza in Società italiane ed estere, cogliendo, di volta in volta, le opportunità di investimento offerte dal mercato.

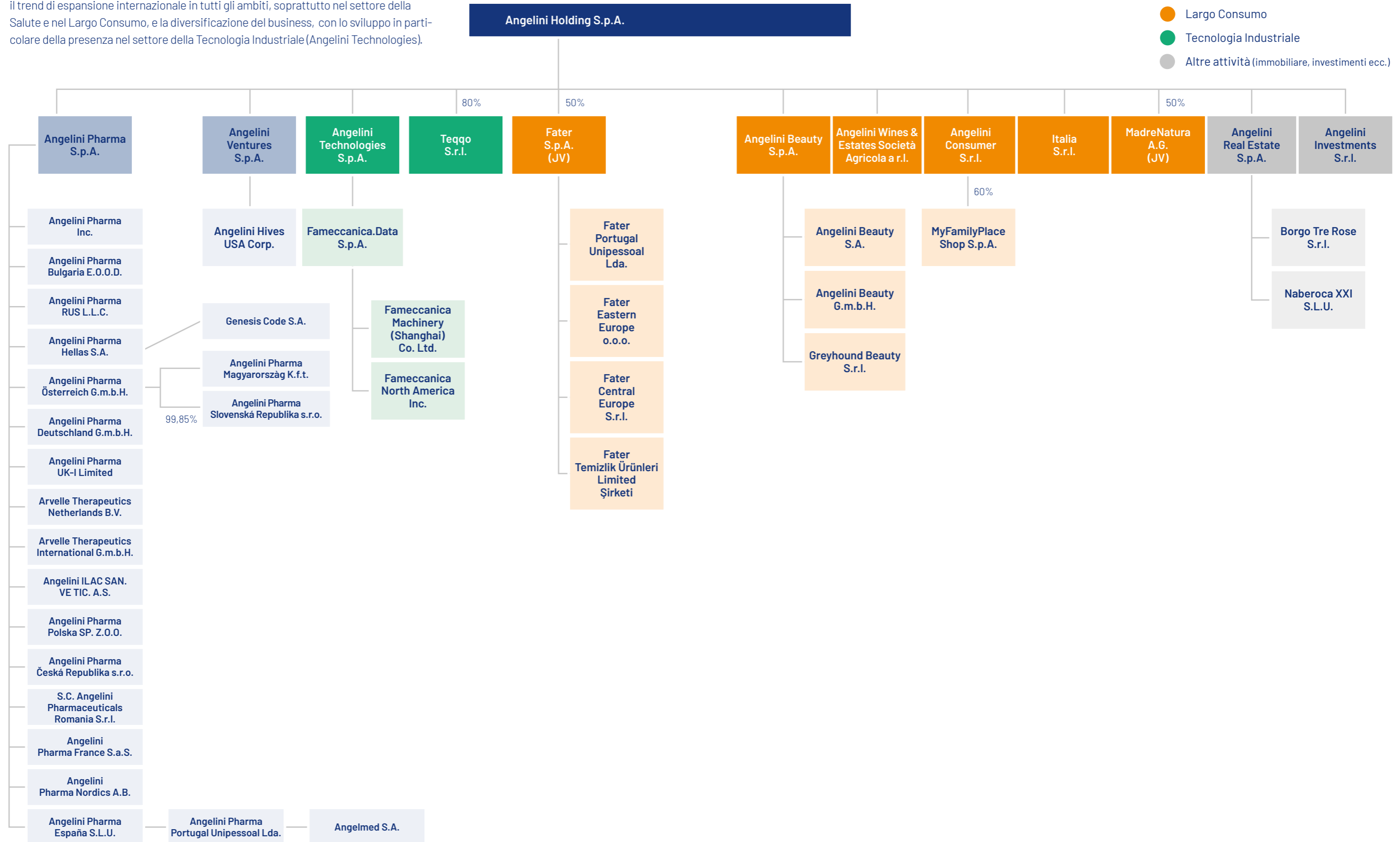


Stabilimento Prodotti Finiti Angelini Pharma, Ancona, Italia

Struttura del Gruppo

Lo schema di seguito riportato mostra la struttura del Gruppo aggiornata al 31.12.2022. La struttura articolata del Gruppo evidenzia due aspetti rilevanti: il trend di espansione internazionale in tutti gli ambiti, soprattutto nel settore della Salute e nel Largo Consumo, e la diversificazione del business, con lo sviluppo in particolare della presenza nel settore della Tecnologia Industriale (Angelini Technologies).

- Corporate e Servizi
- Salute
- Largo Consumo
- Tecnologia Industriale
- Altre attività (immobiliare, investimenti ecc.)



The Angelini Way

The Angelini Way è il modo in cui Angelini Industries conduce le proprie attività: un portato valoriale comune a tutto il Gruppo, una ragion d'essere e una vision chiara che guidano tutte le decisioni di business e l'organizzazione. Alla base dell'identità e della cultura del Gruppo Angelini Industries ci sono **quattro valori fondanti**, che ispirano e guidano tutte le scelte, azioni e interazioni alle quali

quotidianamente si dà vita, sia attraverso l'operato dei dipendenti, sia con la fiducia creata e rinnovata nei confronti dei clienti. Innovazione, Engagement, Ethics and Responsibility e Performance sono i fondamenti sui quali il Gruppo è nato, si regge e si proietta nel futuro. Questi valori rappresentano la premessa fondamentale per la conduzione delle attività aziendali.

VALORI



Innovation

Incoraggiamo lo sviluppo e la sperimentazione di nuove soluzioni efficaci e concrete. Sfidiamo lo *status quo*. Gestiamo la complessità e le istanze di un mondo in costante cambiamento. Ci assumiamo la responsabilità di scelte coraggiose per la crescita e lo sviluppo dell'impresa. Impariamo dai nostri errori e perseguiamo il miglioramento continuo.



Engagement

Siamo positivi, motivati e aperti a nuove idee, stili e prospettive. Promuoviamo la collaborazione all'interno del Gruppo. Valorizziamo le competenze e premiamo il merito. Condividiamo e celebriamo i successi della nostra impresa e quelli delle nostre persone.



Ethics and Responsibility

Ci prendiamo cura dei nostri collaboratori, dei pazienti e dei consumatori. Il rispetto dei più alti principi etici è alla base di tutte le nostre azioni, e le nostre decisioni sono orientate da una prospettiva di lungo periodo. Ci impegniamo a garantire un sostenibile sviluppo economico dell'impresa, a salvaguardare l'ambiente e le comunità in cui operiamo.



Performance

Ognuno di noi è responsabile del raggiungimento degli obiettivi propri e del team. Siamo determinati a far accadere le cose e a dare il meglio di noi stessi in ogni circostanza, con velocità, rigore e trasparenza. Perseguiamo l'eccellenza, costantemente alla ricerca di traguardi ambiziosi. Affrontiamo le difficoltà con determinazione e resilienza.

PURPOSE E VISION



Il **purpose** è la ragione d'essere di un'impresa e rappresenta l'impronta che si vuole lasciare nel mondo, il perché di tutte le decisioni di business e dell'organizzazione.

Dal purpose derivano le scelte di business, i prodotti e i servizi, il beneficio che l'agire quotidiano dell'impresa reca a tutti i suoi portatori di interessi e alla società in generale. Il punto focale del purpose è rappresentato dagli altri e l'impegno preso dal Gruppo nei loro confronti.

Prenderci cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni è lo scopo che da sempre ci guida e che ispira la qualità e l'attenzione che mettiamo nei nostri prodotti. Ascoltiamo i bisogni e i desideri della collettività e diamo il meglio di noi nella ricerca di nuove soluzioni e opportunità sostenibili a vantaggio delle comunità, dei nostri collaboratori e degli azionisti del Gruppo.



La **vision** rappresenta il 'sogno' dell'impresa e degli azionisti, ciò che essi vorrebbero far accadere in una prospettiva futura. È il momento più alto nella definizione del percorso dell'impresa.

È una tensione verso il futuro che gli azionisti vogliono plasmare con il loro agire. La vision guida lo sviluppo e, insieme ai valori, fonda la cultura dell'impresa. Costruire un futuro migliore è la vision del Gruppo Angelini Industries: puntare a realizzare una crescita sostenibile per tutti, con l'obiettivo di creare valore per le nuove generazioni.

Oltre 100 anni di storia

1919-1940 **LE ORIGINI:** Nel 1919 il trentaduenne farmacista marchigiano Francesco Angelini, insieme a due soci, costituisce una società per la produzione e vendita di medicinali con sede ad Ancona, dove si trova la sua farmacia. Nel 1922 la Società prende il nome di ANFERA e si distingue per lo sviluppo di una rete di consegna diretta dei medicinali alle farmacie dell'Italia centro-meridionale, tanto da diventare, nel 1939, il primo distributore italiano del settore. Nel 1941 la Società viene sciolta e Francesco Angelini fonda ACRAF - Aziende Chimiche Riunite Angelini Francesco.

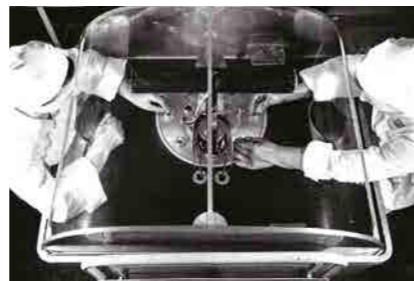


Anni Cinquanta

LO SVILUPPO INDUSTRIALE: Gli anni del dopoguerra sono caratterizzati dallo sviluppo industriale dell'Azienda guidata da Angelini. Il farmaco Dobetin è il suo primo successo commerciale, risposta a una grave esigenza sanitaria come il diffondersi dell'anemia perniosa nella popolazione italiana colpita dalla fame durante la guerra. Gli anni Cinquanta segnano tre tappe fondamentali dell'espansione dell'Azienda: la scelta di spostare gli uffici direzionali a Roma, l'inizio della commercializzazione di Tachipirina, che ancora oggi è tra i farmaci più venduti in Italia, e l'acquisizione di Fater, azienda di produzione di beni di largo consumo.

Anni Sessanta

RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE: Angelini investe in ricerca farmaceutica e avvia la produzione delle sue prime molecole originali e brevettate: oxolamina (anti-tosse), benzidamina (antinfiammatorio), trazodone (antidepressivo) e dapiprazolo (anti-glaucoma). Nello stesso decennio Fater entra nelle case delle famiglie italiane con il marchio Lines e rivoluziona il mercato igienico-sanitario del nostro Paese con i primi pannolini per bambini monouso e gli assorbenti igienici femminili.



Anni Settanta

NUOVI MERCATI E NUOVI TERRITORI: Nel 1972 vengono messi in commercio Tantum Verde, a base di benzidamina, e Trittico, a base di trazodone. Nel 1975 viene fondata in Abruzzo Fameccanica, specializzata nella produzione di macchine industriali. In questo periodo Angelini esce dai confini nazionali: nel 1979 viene acquisito il Gruppo farmaceutico Lepori di Barcellona, da cui inizia un processo di espansione internazionale a partire da Spagna e Portogallo.



Anni Ottanta

IN PRIMA LINEA IN COMUNICAZIONE CON MOMENT: Nel 1985, Angelini intuisce le potenzialità dell'analgesico ibuprofene in Italia e lancia un farmaco di automedicazione specifico contro il mal di testa, il Moment, primo esempio di marketing applicato a prodotti farmaceutici.



Anni Novanta

UN GRUPPO INDUSTRIALE ARTICOLATO: Nel 1992 Angelini consolida ulteriormente la sua posizione nel settore igienico-sanitario, realizzando una joint venture paritetica con Procter & Gamble per la gestione di Fater e Fameccanica. Nel 1994 entra nel settore vitivinicolo, con l'acquisizione delle tre cantine toscane Trerose, Val di Suga e San Leonino, e in quello delle fragranze, con l'acquisizione della spagnola Idesa Parfums.



Anni 2000

SEMPRE PIÙ GLOBALI: Nel 2000 Angelini acquisisce Amuchina, azienda nota per i suoi prodotti disinfettanti e igienizzanti. Fameccanica si espande in Cina e Nord America. Vengono acquisite le cantine vitivinicole Puiatti in Friuli e, in Valpolicella, Bertani, nota come uno dei più prestigiosi produttori di Amarone.



Anni 2010

UN GRUPPO LEADER: Nel settore farmaceutico, Angelini focalizza il proprio impegno nelle aree terapeutiche dolore e disturbi infiammatori, malattie e disturbi del sistema nervoso, pediatria. Il lancio dell'antipsicotico Latuda, di cui Angelini è Marketing Authorisation Holder, testimonia l'impegno nel campo della salute mentale. Si completa l'acquisizione di Fazi Battaglia, storica realtà enologica marchigiana produttrice del Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico Superiore.



2019

IL CENTESIMO ANNIVERSARIO: Angelini festeggia i cento anni guardando al futuro con rinnovato impegno imprenditoriale, come espresso da Francesco Angelini: "Ci apprestiamo a celebrare il centesimo anniversario del nostro Gruppo con grande emozione. Guardiamo al futuro con profondo rispetto dei principi fondatori e di una filosofia imprenditoriale che si rinnova oggi, anche grazie all'impegno della nuova generazione, e in particolare di mia figlia Thea Paola e di suo marito Sergio. Desidero ringraziare le persone che lavorano in Angelini, i nostri clienti, i partner e gli stakeholder che da 100 anni danno fiducia alla nostra azienda".



2020-oggi

UNA NUOVA ERA: Il 2020 vede la definizione di una nuova governance di Gruppo, che coniuga una Holding di tipo industriale con l'autonomia e l'accountability delle aziende operative. Il concetto di prendersi cura è il filo conduttore delle attività di Angelini Industries in tutti i settori in cui opera. Nascono un nuovo nome e una nuova identità visiva: dal 3 dicembre 2021 il Gruppo Angelini diventa Angelini Industries.

Nel mondo del Largo Consumo, nasce MadreNatura, joint venture con Hero Group. Nel campo della Salute, Angelini Pharma acquisisce il marchio ThermaCare (2021); il 2021 è inoltre l'anno della più grande acquisizione della storia del Gruppo Angelini Industries, quella della biotech Arvelle Therapeutics (2021). L'impegno nel campo della Tecnologia Industriale diviene sempre più strategico: nel 2022 viene acquisita la totalità delle quote di Fameccanica e nasce Angelini Technologies, la divisione dedicata alla progettazione e allo sviluppo di tecnologie, prodotti e servizi per migliorare i processi industriali. Nel 2022 Angelini Industries fa il suo ingresso nel venture capital applicato alla digital health e al biotech con la creazione di Angelini Ventures, che consolida e amplia l'impegno del Gruppo nel campo della Salute.

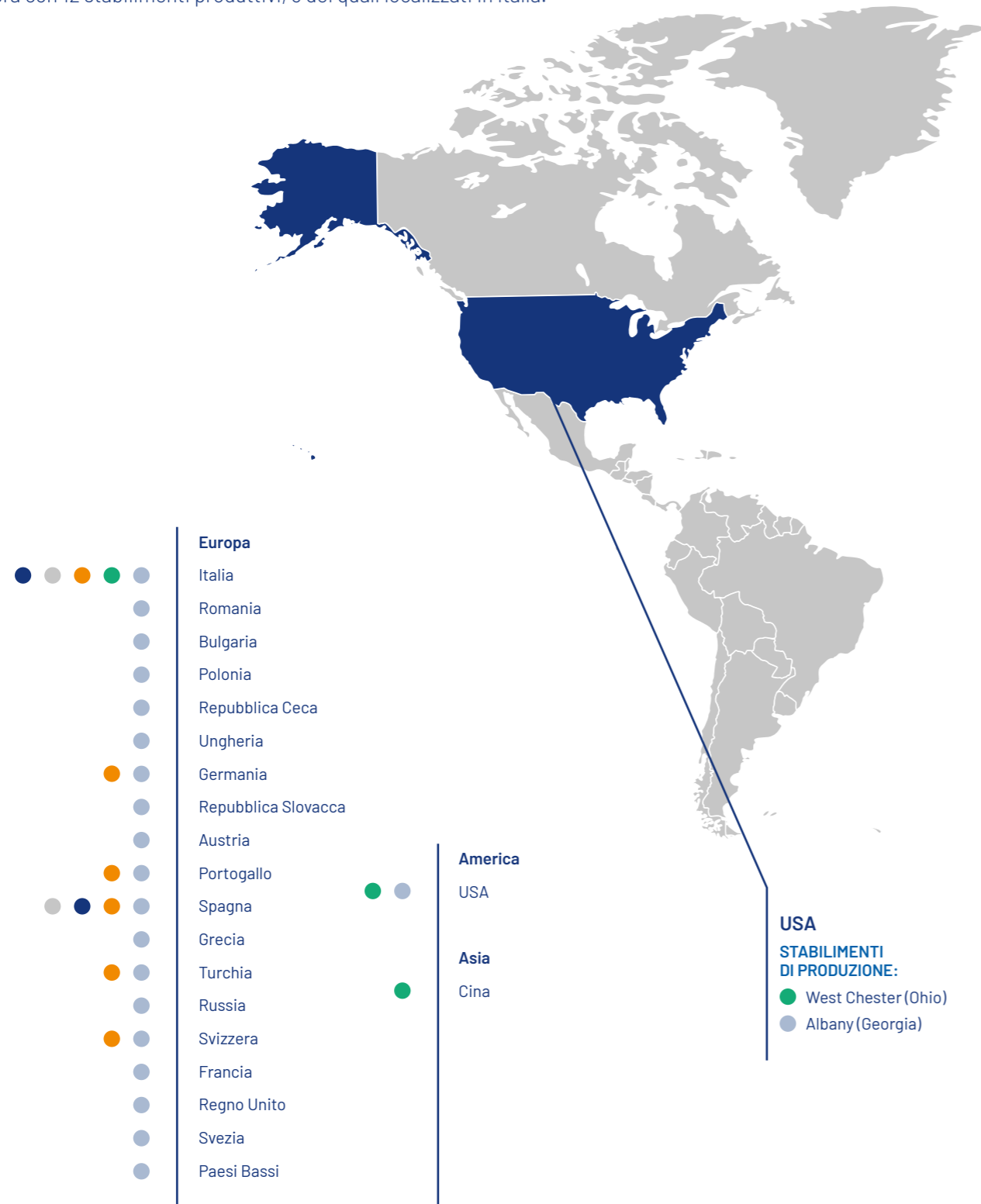


Stabilimento di Produzione Fameccanica, Sambuceto di San Giovanni Teatino (CH), Italia



Angelini Industries nel mondo

Angelini Industries è oggi presente nei tre continenti Europa, America e Asia e opera con 12 stabilimenti produttivi, 6 dei quali localizzati in Italia.



Gli stabilimenti produttivi italiani sono localizzati ad Ancona, Aprilia (LT), Casella (GE), Campochiaro (CB), Pescara e Sambuceto di San Giovanni Teatino (CH), mentre quelli esteri si trovano ad: Albany, Georgia - Stati Uniti, Barcellona - Spagna, Gebze - Turchia, Porto - Portogallo, Shanghai - Cina, West Chester, Ohio - Stati Uniti.





Casa Angelini, l'headquarters di Angelini Industries, Roma, Italia



Casa Angelini

Casa Angelini è l'Headquarters del Gruppo Angelini Industries. Situata nel cuore del quartiere Appio-Tuscolano di Roma, in viale Amelia 70, è il risultato di un'importante opera di riqualificazione urbanistica in chiave sostenibile. Ospita le sedi direzionali della Capogruppo Angelini Holding e di Angelini Pharma, Angelini Ventures, Angelini Consumer, Angelini Real Estate, Angelini Investments. Il complesso polifunzionale si estende su un'area di 25.000 m² e contiene spazi diversificati: uffici, auditorium, ristorante aziendale, sale formazione, spazi interrati e, in futuro, un asilo. La progettazione e la realizzazione di Casa Angelini, condotte dalla Società Angelini Real Estate, hanno comportato l'utilizzo di tecnologie innovative e il rispetto di tutti i requisiti per l'ottenimento della certificazione internazionale LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) di livello Platinum, conseguita a luglio 2021.

Casa Angelini rappresenta una soluzione architettonica tecnologicamente innovativa ed eco-sostenibile a vantaggio dei dipendenti, del Gruppo e della collettività, che beneficiano della riduzione delle emissioni inquinanti e del rinnovamento dell'immagine del quartiere grazie all'aumento delle aree verdi. Il progetto di Casa Angelini ha seguito meticolosamente durante tutto il suo iter, dalla progettazione alla costruzione, precisi e rigorosi criteri ambientali e sostenibili (impiego dei materiali di riciclo, riciclo degli stessi rifiuti prodotti dal cantiere, limitazioni nel consumo di acqua sfruttando la raccolta di acqua piovana che viene utilizzata per l'irrigazione e il funziona-

mento dei sistemi sanitari, impiego di energia certificata 100% green).

Sono in corso attività per ulteriori ampliamenti di Casa Angelini comprendenti, oltre all'asilo aziendale, anche spazi dedicati alla Fondazione Angelini.

Organi societari

Angelini Industries ha adottato un sistema di Corporate Governance moderno e ispirato ai più elevati standard di trasparenza e correttezza nella gestione dell'impresa e nei confronti degli stakeholder. Angelini Holding S.p.A., nella sua funzione di Holding industriale del Gruppo Angelini Industries, ha come scopo la gestione delle partecipazioni industriali nei business in cui il Gruppo opera. La Holding svolge, in particolare, attività di indirizzo strategico e di

coordinamento delle Società Controllate e fornisce inoltre alcuni servizi trasversali quali IT, finanziari, amministrativi, gestionali, assicurativi, legali e societari.

Il massimo organo di governo di Angelini Holding S.p.A. è rappresentato dall'Assemblea degli Azionisti della Società e dal suo organo gestorio che è il Consiglio di Amministrazione, composto complessivamente da 8 membri, di cui una donna e sette uomini.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE³

CARICHE	AMMINISTRATORI
Presidente Onorario	Francesco Angelini
Presidente del Consiglio di Amministrazione	Franco Masera
Vice Presidente Esecutivo	Thea Paola Angelini
Vice Presidente e Amministratore Delegato	Sergio Marullo di Condojanni
Consigliere	Giovanni Ciserani
Consigliere	Stefano Proverbio
Consigliere	Lorenzo Tallarigo
Consigliere	Attilio Zimatore

Il Consiglio di Amministrazione è un organo collegiale deputato alla gestione della Società, che compie gli atti per la realizzazione dell'oggetto sociale previsti dallo statuto. I principali compiti del Consiglio di Amministrazione sono i seguenti:

1. nominare l'Amministratore Delegato e la direzione aziendale, determinandone i poteri e vigilando su di essi;
2. approvare decisioni e piani strategici aziendali e sovrintendere alla loro attuazione;
3. redigere le proposte da sottoporre all'assemblea dei soci in merito alle decisioni strategiche, alla redazione del bilancio d'esercizio della Società, alla distribuzione degli utili;
4. adempiere a ogni altro obbligo previsto dalla legge o dallo statuto sociale.

Il Consiglio di Amministrazione è l'organo competente ad assumere le decisioni più importanti della Società, sotto il profilo economico/strategico o in termini di incidenza

strutturale sulla gestione, ovvero funzionali all'esercizio dell'attività di indirizzo e di coordinamento delle Società Controllate sia direttamente sia indirettamente del Gruppo e le strategie organizzative, nonché assicurare la responsabilità giuridica dell'Organizzazione di fronte alle autorità.

Questo organo ha altresì la responsabilità di approvare le strategie dei business riconducibili al Gruppo e le decisioni sotto il profilo economico/strategico.

Il **Consiglio di Amministrazione** è affiancato da un **Collegio Sindacale** e da un **Organismo di Vigilanza**. Il compito istituzionale del Collegio Sindacale, a norma di legge e di statuto, è volto a presidiare il rispetto delle norme legali e statutarie e la tutela dell'integrità del Patrimonio Netto aziendale a garanzia dei soci e dei terzi, interagendo con gli Amministratori, i soci, il Revisore legale dei conti, l'Organismo di Vigilanza e le funzioni di controllo.

³ La permanenza in carica dell'organo di gestione, ossia del Consiglio di Amministrazione della Società, è determinata dall'Assemblea e, ai sensi del c.c., non può essere superiore a 3 esercizi. Il mandato dell'attuale Consiglio di Amministrazione in carica scadrà con l'assemblea di approvazione del Bilancio del 31.12.2023.

COLLEGIO SINDACALE⁴

Presidente	Fabrizio Marchetti
Sindaci effettivi	Riccardo Tiscini Lorenzo Barbone
Sindaci supplenti	Gianluca Leone Giuseppe Marciano

L'Organismo di Vigilanza ha il compito di sorvegliare e di verificare regolarmente l'efficacia del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo della Società, nonché

di aggiornare il Modello stesso in seguito a modifiche normative od organizzative.

ORGANISMO DI VIGILANZA⁵

Presidente	Fulvia Astolfi
Membri effettivi	Antonio Miani Daniele Del Monaco

SOCIETÀ DI REVISIONE

	E&Y S.p.A.
DIRIGENTE PREPOSTO ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI CONTABILI	
	Emanuele Campagnoli

I Comitati endoconsiliari di Angelini Holding S.p.A. (nominati ai sensi dell'art. 17 dello statuto sociale), con funzioni consultive e propositive, sono i seguenti:

1. Comitato Pharma;
2. Comitato Consumer;
3. Comitato Technology;
4. Comitato Remunerazione e Nomine.

Ulteriori organismi, 'non ufficiali', di vertice, con funzione propositiva, organizzativa e istruttoria sono:

5. Angelini Industries Leadership Team, composto da tutti i GM delle Società Controllate da Angelini Holding S.p.A.

(la "Società", ovvero "Angelini Holding") e i riporti diretti dell'AD di Angelini Holding che sono dirigenti della Società.

Infine, nel 2022 si rileva la seguente composizione degli organi societari per genere: 8 membri, di cui una donna, nel Consiglio di Amministrazione; 5 membri nel Collegio Sindacale e 3 membri, di cui una donna, nell'Organismo di Vigilanza.

⁴ Nominato in data 28.06.2021, in carica sino all'approvazione del Bilancio al 31.12.2023.

⁵ Nominato in data 07.07.2021, in carica sino all'approvazione del Bilancio al 31.12.2023.



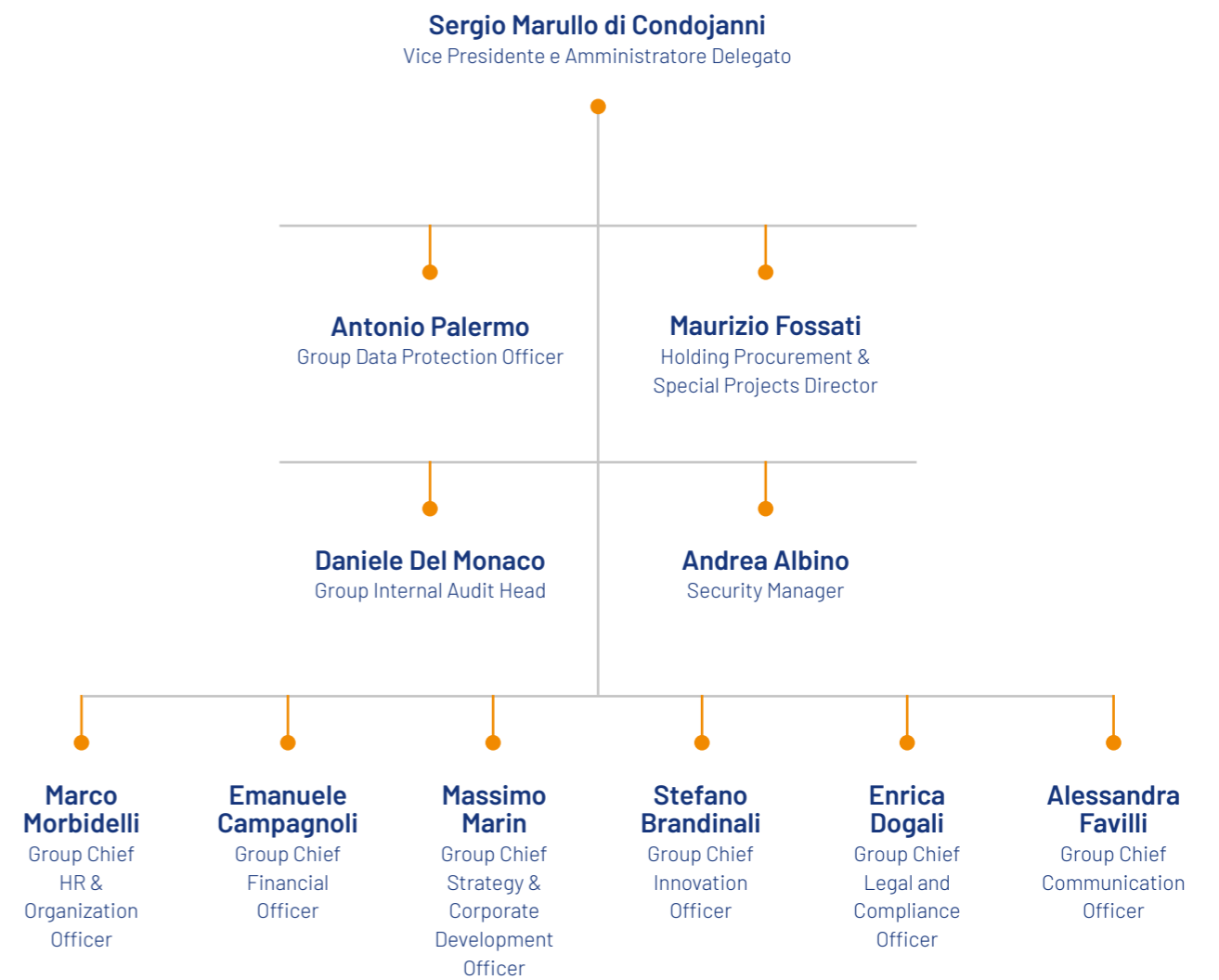
Leadership Team

La governance di Angelini Industries coniuga la presenza di una Holding industriale di indirizzo strategico - Angelini Holding S.p.A. - con l'autonomia e l'accountability delle Società Operative.

L'attuale struttura organizzativa di Angelini Holding è costituita da un insieme di funzioni di indirizzo strategico, coordinamento e controllo e da alcune aree di staff e servizio alle Società Operative del Gruppo. In particolare, le funzioni di Holding svolgono un ruolo di coordinamento funzionale, garantendo lo sviluppo delle famiglie professionali di competenza, e promuovendo altresì iniziative e

programmi di rilevanza e impatto strategico per l'intero ecosistema di Angelini Industries.

Eventuali criticità vengono comunicate al più alto organo di governo, ossia il CdA, dal Leadership Team ristretto, dal Leadership Team allargato e dai Comitati endoconsiliari, i quali riportano al CEO che a sua volta riporta in CdA, ovvero direttamente al CdA da parte dell'Organismo di Vigilanza e dal Collegio Sindacale.



Casa Angelini, l'headquarters di Angelini Industries, Roma, Italia

Sistemi di controllo interni e compliance

Il **Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi** (nel seguito anche "SCIGR") rappresenta un elemento qualificante ed essenziale della Corporate Governance di Angelini Industries. Questo è definito come l'insieme di regole, procedure e strutture organizzative volte a consentire l'identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi aziendali.

Un efficace SCIGR favorisce l'assunzione di decisioni consapevoli e concorre ad assicurare la salvaguardia e la protezione degli investimenti degli azionisti e dei beni della Società, l'efficienza e l'efficacia dei processi e delle operazioni aziendali, nonché l'affidabilità delle informative finanziarie, il rispetto di leggi, norme e regolamenti di riferimento, dello statuto sociale e degli strumenti normativi interni. Il SCIGR riveste, dunque, un ruolo centrale nell'organizzazione aziendale, contribuendo all'adozione di decisioni coerenti con la propensione al rischio, nonché alla diffusione di una corretta conoscenza dei rischi, della legalità e dei valori aziendali.

L'Internal Audit è responsabile dell'attività di controllo di terzo livello e, pertanto, allo stesso è riconosciuta una posizione rilevante nel SCIGR. Come funzione di controllo di terzo livello, gli è affidato il compito di fornire assurance indipendente sul SCIGR finalizzata al miglioramento dell'efficacia e dell'efficienza dell'Organizzazione. L'Internal Audit è incaricato di verificare che il SCIGR sia funzionante e adeguato rispetto alle dimensioni e all'operatività della Società e del Gruppo, verificando, in particolare, che il

Management abbia identificato i principali rischi, che gli stessi siano stati valutati con modalità omogenee e che siano state definite e attuate le opportune azioni di mitigazione.

CODICE ETICO E MODELLO 231

In qualità di Capogruppo, Angelini Holding S.p.A. ha adottato nel 2021 la **prima edizione del Codice Etico del Gruppo Angelini Industries**, che rappresenta la naturale prosecuzione del percorso di consolidamento della propria identità. Lo stesso Codice è stato poi aggiornato nell'ultimo trimestre del 2022.

L'intento del nuovo Codice Etico è confermare con chiarezza, e in certi casi aggiornare, l'insieme dei principi etici d'impresa che guidano le attività di tutti coloro che operano nel (o con il) Gruppo, tenendo conto dell'importanza dei ruoli, della complessità delle funzioni e delle responsabilità a ognuno affidate per il perseguimento degli obiettivi del Gruppo.

Tra i sei principi etici spicca quello della lotta alla corruzione, attraverso il quale viene comunicato a tutti gli stakeholder interni ed esterni che: "Angelini Industries si impegna a mettere in atto tutte le misure necessarie per prevenire ed evitare fenomeni corruttivi. Non è ammessa la corruzione come strumento di conduzione degli affari. Si vieta, in ogni circostanza, di corrompere o anche solo tentare di corrompere titolari di cariche pubbliche

elettive, pubblici ufficiali, incaricati di pubblico servizio o privati".

La Holding e le Società partecipate italiane si sono dotate di un Modello 231 approvato dal CDA di ciascuna Società, periodicamente aggiornato e ampiamente diffuso e comunicato a tutti i dipendenti. Il Modello trova le sue fondamenta in uno strutturato Compliance Program 231, i cui 'elementi' principali sono:

- risk assessment almeno annuale per cogliere aggiornamenti normativi e/o organizzativi intervenuti rispetto al precedente svolgimento del risk assessment;
- definizione di procure esterne e deleghe interne di funzione;
- previsione di un sistema sanzionatorio e disciplinare che mette in correlazione chiaramente e compiutamente la possibile violazione in ambito 231 con la tipologia di sanzione applicata al dipendente e Dirigente;
- implementazione di Protocolli 231 sulle aree più 'a rischio';
- formazione continua obbligatoria e tracciata sui sistemi informativi, learning per tutta la popolazione aziendale e sessioni specifiche di formazione frontale sui Key Officer più sensibili;
- monitoraggio dell'ODV e audit interni svolti sulle aree a rischio 231.

Ogni Società del Gruppo Angelini Industries, inclusa la Holding, ha implementato un **Processo di Gestione delle Segnalazioni Interne**. L'adozione dei documenti Codice Etico⁶, Modello 231 e relativi Protocolli e Procedure ambito 231 è comunicata alla totalità dei dipendenti in forza sia nella Holding sia in ciascuna Società Operativa, in Italia e all'estero.

La comunicazione e diffusione dei suddetti documenti avviene attraverso gli strumenti di Comunicazione Interna aziendale che generalmente prevedono le seguenti fasi:

1. pubblicazione di una newsletter per tutti i dipendenti veicolata da Group Risk & Compliance con link di download e presa visione del documento/Codice, Modello, Protocollo, Global Policy ecc.;
2. pubblicazione del documento sul portale aziendale nell'apposita sezione "Etica e Compliance" e sul sito internet della Società nella sezione "Etica e Compliance" (a esclusione delle procedure e Protocolli 231 che vengono pubblicati solo sul portale interno aziendale);

3. formazione (obbligatoria e con test finale) a tutti i dipendenti in modalità e-learning, attraverso la piattaforma di Gruppo Learning Management System (Success Factors);
4. monitoraggio, da parte della Direzione HR delle singole Società, dell'effettiva erogazione della formazione da parte dei dipendenti con reportistica periodica degli esiti del monitoraggio verso la Direzione Group Compliance.

Al fine di rafforzare la prevenzione e il contrasto della corruzione, in linea con quanto definito nel Codice Etico, ogni Società, inclusa la Holding, ha implementato un processo di Gestione delle segnalazioni interne idoneo a:

- garantire la riservatezza dei dati personali del segnalante e del responsabile della violazione;
- assicurare per la segnalazione almeno un canale specifico, indipendente e autonomo che si aggiunga ai canali tradizionali esistenti in azienda (per esempio, mail ODV);
- coinvolgere diverse funzioni nella gestione della segnalazione definendo ruoli e responsabilità chiari e condivisi.

L'intero processo è gestito attraverso **piattaforme specifiche che garantiscono un elevato grado di trasparenza e chiarezza** per il segnalante e il massimo livello di riservatezza dei contenuti delle segnalazioni e dei dati del segnalante. Sul processo di Gestione delle Segnalazioni e sulle piattaforme in essere è stata svolta formazione obbligatoria all'intera popolazione aziendale veicolata con modalità e-learning. Nel periodo 2022 non si sono rilevati episodi di corruzione accertata.

⁶ Si fa presente che il Codice Etico si applica nelle Società Operative del Gruppo, a eccezione delle joint venture, che ne recepiranno i contenuti nei rispettivi Codici Etici.

TUTELA DEI DATI PERSONALI

Angelini Industries considera la diffusione al proprio interno della cultura e della sensibilità in tema di protezione dei dati personali il primo passo verso la compliance alla normativa. Per questo si è posto con forza l'accento sulla "responsabilizzazione" (accountability) di tutti i ruoli organizzativi, delle Direzioni e delle funzioni che concorrono, ognuna in ragione delle specifiche competenze, alla definizione e/o al mantenimento del Modello di Governance della Privacy.

Al fine di garantire e dimostrare che il trattamento dei dati avviene in maniera conforme a quanto previsto dalla normativa vigente e in ossequio ai principi applicabili al trattamento degli stessi, Angelini Industries ha adottato

un Privacy Governance Model e una Privacy Policy validi a livello di Gruppo, che definiscono i ruoli e le responsabilità degli attori coinvolti nel trattamento dei dati personali. Nell'ottica di un miglioramento continuo, Angelini Industries ha operato inoltre un rafforzamento del proprio sistema di gestione della privacy, intervenendo sia sulla struttura e organizzazione sia sul corpus procedurale e documentale, così da avere un modello scalabile e dinamico in grado di adattarsi a complessità sempre crescenti di business e attività e, al contempo, garantire accountability e un efficace monitoraggio interno e delle terze parti coinvolte nei trattamenti dei dati personali, secondo un approccio basato sul rischio.

In tale contesto, sono stati altresì svolti investimenti per dotare la struttura di strumenti – anche di carattere digitale – per la valutazione e gestione del rischio privacy, nonché lo svolgimento dei principali adempimenti in materia di protezione dei dati personali (per esempio, tenuta e aggiornamento dei registri delle attività di trattamento, valutazioni d'impatto, gestione delle terze parti, sorveglianza e monitoraggio) con lo scopo precipuo di ottimizzare i processi interni rilevanti ai sensi della normativa in materia.

Il tutto è stato poi accompagnato da un'intensa opera di diffusione della cultura in materia di protezione dei dati personali mediante un'attività costante di sensibilizzazio-

ne e formazione sulla privacy e la sicurezza delle informazioni e dei sistemi. A tal proposito, il piano formativo annuale ha abbracciato sia le principali tematiche afferenti alla protezione dei dati (per esempio, principi applicabili al trattamento dei dati personali, protezione dei dati fin dalla progettazione e per impostazione predefinita, diritti degli interessati, gestione delle violazioni dei dati personali, ruoli privacy, sicurezza del trattamento) sia le novità derivanti dal quadro normativo e regolamentare di riferimento. Nella figura sono riportate le principali iniziative realizzate nel 2022.

PRINCIPALI INIZIATIVE REALIZZATE NEL 2022



Newco & post-merge

- Attività "post merger"
- Assessment e valutazione della privacy per le Newco



GDPR Compliance OpCos

- Assessment & Gap Analysis per le Società Operative del Gruppo
- Predisposizione del Privacy Kit



Privacy Structure & Organization

- Policy e documentazione interna
- Disegno di un nuovo Privacy Model
- Implementazione di una nuova piattaforma di gestione della privacy



CRM Strategy & Design

- Attività di privacy "by design" e "by default"
- Supporto alla definizione della strategia e dell'architettura dei dati
- Analisi della documentazione contrattuale



Third-Parties Monitoring

- Monitoraggio interno
- Privacy Audit per il Service provider HR
- Progettazione di un Third-Party Privacy Framework



Awareness & Training

- Predisposizione di un Piano Formativo dedicato (hi.Digital Coach, Digital Training, Privacy & Security Pills)



Consumer Initiatives

- Revisione della documentazione privacy per e-commerce
- Data Protection Impact Assessment (DPIA)
- Legitimate Interest Assessment (LIA)
- Valutazione della "Customer Privacy Experience"
- Data Sharing Agreement con P&G

Certificazioni e Sistemi qualificanti della gestione

Allo stato attuale, le Società Operative dei settori Salute (Angelini Pharma), Tecnologia Industriale (Fameccanica) e Largo Consumo (Fater) dispongono di un Sistema di Gestione Qualità (ISO 9001:2015) e di un **Sistema per la Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro (ISO 45001)**. Le stesse Società dispongono anche di una politica di gestione ambientale (**ISO 14001**). Per Angelini Pharma, la ISO 45001:2018 è applicata in tutti e tre gli stabilimenti produttivi italiani (Ancona, Aprilia, Casella). Per Fameccanica, la ISO 14001 e la **ISO 50001 (Sistema per la Gestione**

dell'Energia) sono applicabili nello stabilimento produttivo di Chieti; infine, per Fater, la ISO 50001 è applicabile nello stabilimento produttivo di Pescara.

Angelini Pharma e Fater detengono anche la **ISO 13485:2016**, il Sistema di Gestione della Qualità per dispositivi medici, integratori alimentari, cosmetici e presidi medico-chirurgici. Angelini Holding, Fater e Fameccanica hanno, infine, conseguito anche la ISO 27001:2013, il **Sistema di Gestione per la Sicurezza delle Informazioni**.

ALTRE CERTIFICAZIONI

Angelini Real Estate ha concluso il percorso di **Certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental**

Design) ottenendo il **livello Platinum⁷** per la progettazione e realizzazione di **Casa Angelini** da parte dello U.S. Green Building Council.

	ISO 9001	OHSAS 18001	ISO 45001	ISO 14001	ISO 50001	ISO 13485	ISO 27001
HOLDING							X
SALUTE	X	X	X	X		X	
TECNOLOGIA INDUSTRIALE	X		X	X	X		X
LARGO CONSUMO	X		X	X	X	X	X

Fater è dotata anche di **Certificazione PEFC ST 2002:2013** per la catena di custodia di origine forestale e di **Certificazione SA 8000:2014** per il Sistema di Gestione della Responsabilità Sociale. Infine, Angelini Pharma ha conseguito la **Certificazione Top Employers Italia** e **Top Employers Europe⁸**.



⁷ I livelli di certificazione previsti sono: Certificate, Silver, Gold e Platinum. Il percorso di certificazione valuta i seguenti aspetti: requisiti di sostenibilità del sito, gestione delle acque, utilizzo dell'energia e atmosfera, gestione dei materiali e delle risorse, qualità ambientale interna e innovazione nella progettazione.

⁸ Tali certificazioni sono rilasciate da Top Employers Institute e, attraverso una HR Best Practices Survey, esaminano 600 pratiche e si basano su 10 topic che coprono i temi chiave delle risorse umane.



Stabilimento Prodotti Finiti Angelini Pharma, Ancona, Italia

02. Sostenibilità

1

1 Engagement Workshop e Survey con i Sustainability Team delle Società Operative

Identificazione degli impatti

Identificazione degli impatti per ciascun tema materiale e contributo agli SDGs

14

14 tematiche rilevanti per il Gruppo

3

3 Sustainability Induction con i Leadership Team delle Società del Gruppo

Sustainability Agenda

La sostenibilità è per Angelini Industries un modo di essere e di operare, ma anche un'opportunità di leva competitiva che consente di esprimere e rappresentare un modello di eccellenza, adottando un approccio pervasivo al business in grado di rispondere alle sfide di un mondo globalizzato sempre più attento agli impatti che i processi industriali producono su società e ambiente.

Inoltre, in coerenza con la propria strategia, la sostenibilità rappresenta, per Angelini Industries, anche un'opportunità concreta per sostenere in modo responsabile la propria missione, assicurando elevati livelli di qualità e sicurezza dei prodotti e promuovendo pratiche sostenibili per tutelare persone e ambiente.

Nel corso del 2022 il Gruppo ha ulteriormente consolidato la propria Sustainability Agenda, rafforzando l'approccio

organico verso la sostenibilità aziendale, considerata un tassello importante per la creazione di valore e il posizionamento sul mercato. In particolare, sono state implementate le seguenti attività:

- consolidamento del **processo di reporting**, anche al fine di redigere una **procedura specifica di accounting delle informazioni ESG**;
- **revisione delle aree tematiche rilevanti** (temi materiali) sulle quali concentrare la propria attenzione generando una mappa di significatività;
- messa a fuoco delle **best practice** realizzate all'interno del Gruppo;
- **identificazione delle priorità e delle aree di sviluppo e miglioramento** in ambito sostenibilità.



Bertani - Tenuta Novare, Arbizzano di Negrar (VR), Italia

Coinvolgimento degli stakeholder

Mantenere rapporti positivi e costruttivi nel tempo con tutti i propri interlocutori, direttamente o indirettamente coinvolti nelle attività, rappresenta per Angelini Industries un elemento imprescindibile di grande valore, poiché aiuta a far crescere la fiducia, a migliorare i processi decisionali e a ridurre i conflitti.

Tale approccio ha condotto, già dal 2021, all'identificazione di tutti i soggetti con cui Angelini Industries interagisce e, successivamente, alla comprensione degli interessi e delle tematiche rilevanti per ciascuno di essi.

Lo schema illustrato in figura riporta la mappa delle ma-

cro categorie di stakeholder di Angelini Industries. All'interno di ciascuna macro categoria, sono stati individuati soggetti che interagiscono con l'ecosistema industriale del Gruppo.

La mappa evidenzia l'articolazione e la complessità delle relazioni che il Gruppo intrattiene quotidianamente con un numero elevato di soggetti interni ed esterni (stakeholder o "portatori di interesse"), i quali rappresentano legittime aspettative e interessi nei confronti del Gruppo Angelini Industries e, allo stesso tempo, possono condizionare l'operatività delle Industries stesse.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

ANGELINI INDUSTRIES



1

PERSONE

Tutti coloro che, a prescindere dall'inquadramento contrattuale o dalla tipologia giuridica di rapporto, intrattengono con il Gruppo una relazione lavorativa volta al raggiungimento di scopi e obiettivi aziendali



2

DIPENDENTI

Tutti i collaboratori che operano quotidianamente nella Holding e nelle Società Operative di Angelini Industries e che si impegnano per il raggiungimento degli obiettivi di business e della propria soddisfazione personale



3

SOCIETÀ

Comprende tutti i portatori di interesse che svolgono a vario titolo un ruolo chiave rispetto al buon funzionamento, alla reputazione e allo sviluppo del Gruppo e che, oltre alla massima qualità dei prodotti, si attendono la creazione di crescita sostenibile e valore.

- Clienti
- Istituzioni
- Media
- Mondo accademico
- Partiti politici e Organizzazioni Sindacali



4

MERCATO

L'insieme di terzi che, singolarmente o come parte di una catena di valore, forniscono le risorse necessarie per la realizzazione di attività e per l'erogazione di servizi, condividendo l'approccio di sostenibilità a 360° e concorrendo al raggiungimento di obiettivi comuni.

In questa categoria rientrano anche le associazioni con le quali si intrattengono rapporti costruttivi nell'esercizio dell'attività imprenditoriale. All'interno del mercato includiamo i concorrenti, quale elemento costante di confronto e di stimolo al miglioramento continuo.

- Partner commerciali
- Concorrenti
- Associazioni di categoria



5

AZIONISTI

Coloro che detengono le azioni del Gruppo, lo guidano e ne indirizzano l'operato



6

TERRITORIO E COLLETTIVITÀ

Non uno spazio fisico e geografico, né un'espressione sociologica; sono i luoghi delle nostre radici, dove viviamo e lavoriamo, dove i nostri figli vivranno e cresceranno.

Luoghi dove realizzare una crescita sostenibile per tutti e opportunità per le nuove generazioni

Materialità

Per materialità si intende l'insieme di tutti gli aspetti che influenzano concretamente la capacità di un'azienda di creare valore nel tempo.

Negli ultimi due anni, diversi organismi di normazione e di regolamentazione hanno iniziato a perfezionare il concetto di materialità della sostenibilità. In particolare, la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) proposta dall'Unione europea e l'International Sustainability Standards Board (ISSB) recentemente istituito dall'International Financial Reporting Standard (IFRS) Foundation distinguono entrambi tra "singola materialità" e "doppia materialità".

La Direttiva CSRD prevede i seguenti parametri: la materialità d'impatto con approccio inside-out e la materialità d'impatto con approccio outside-in. La prima si concentra sugli effetti che le attività attuate da Angelini Industries generano verso l'esterno, sul contesto sociale e ambientale, e che clienti, consumatori e la società nel suo insieme dovrebbero essere in grado di comprendere. La seconda riguarda invece l'impatto dei potenziali rischi sociali e climatici che Angelini Industries subisce, traducibili anche in effetti finanziari e che pertanto concorrono a influenzare le decisioni strategiche di governance. Questo concetto di "doppia materialità" riconosce il fatto che rischi e opportunità possono essere rilevanti sia dal punto di vista finanziario sia da quello non finanziario.

Angelini Industries, utilizzando il tempo residuo fino all'entrata in vigore della Direttiva e al fine di impostare al meglio le attività di coinvolgimento dei propri stakehol-

der, ha intenzione di rendicontare all'interno del Bilancio di Sostenibilità 2023 il principio di doppia materialità. A tale proposito, la Holding intende considerare un'ampia selezione di soggetti che siano rappresentativi dei diversi business operanti all'interno del Gruppo e, allo stesso tempo, realizzare un utile collegamento con le dinamiche strategiche di Gruppo.

PROCESSO DI DETERMINAZIONE DELLA MATERIALITÀ

Il processo di materialità è stato quindi svolto sulla base dei GRI Universal Standard, seguendo gli step di seguito riportati:

- 1. identificazione dei temi materiali**, attraverso una attività di **desk analysis**;
- 2. valutazione qualitativa degli impatti**, derivata dai risultati di un evento di **stakeholder engagement (workshop)**;
- 3. valutazione quantitativa dei temi materiali e degli impatti associati**, attraverso una survey condotta successivamente all'evento di stakeholder engagement.

IDENTIFICAZIONE DEI TEMI MATERIALI (DESK ANALYSIS)

A partire dalle tematiche già individuate nella precedente rendicontazione, sono state condotte una **desk analysis** e un'**analisi di benchmark** finalizzate a individuare le tendenze che contraddistinguono i mercati di riferimento del Gruppo Angelini Industries.

Rispetto all'analisi realizzata in occasione del Bilancio

di Sostenibilità 2021, sono state **aggiunte le seguenti 5 tematiche: 1. Governance, etica e Business Integrity; 2. Continuità aziendale e resilienza; 3. Privacy e Cybersecurity; 4. Climate Change e Carbon Footprint; 5. Impegno verso il territorio e supporto alla comunità.**

Nel complesso, sono state individuate **24 tematiche materiali** per il Gruppo, suddivise nelle macro aree **Governance, Persone, Prodotto, Ambiente, Comunità.**

24 tematiche potenzialmente materiali

GOVERNANCE	PERSONE	PRODOTTO	AMBIENTE	COMUNITÀ
1. Governance, etica e Business Integrity	8. Sviluppo e valorizzazione del capitale umano	14. Qualità e affidabilità dei prodotti	19. Efficienza energetica e fonti alternative	23. Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico
2. Crescita economica e solidità finanziaria	9. Gender equality & diversity	15. Innovazione e R&D di prodotto e packaging	20. Climate Change e Carbon Footprint	24. Impegno verso il territorio e supporto alla comunità
3. Continuità aziendale e resilienza	10. Salute e sicurezza sul lavoro	16. Value Chain	21. Circular economy e utilizzo sostenibile delle risorse	
4. Presidio e gestione dei rischi	11. Welfare e work-life balance	17. Relazione con i consumatori	22. Gestione e riciclo dei rifiuti	
5. Internazionalizzazione	12. Talent attraction	18. Posizionamento di mercato e gestione dei brand		
6. Brand Identity	13. Salute e sicurezza dei pazienti			
7. Privacy e Cybersecurity				

Le tematiche evidenziate sono le nuove tematiche individuate nel 2022.

VALUTAZIONE QUALITATIVA DEGLI IMPATTI (WORKSHOP)

A febbraio 2023 la Holding del Gruppo ha organizzato un **evento di stakeholder engagement (workshop)** nel quale sono state coinvolte circa 15 persone, tra cui i **Sustainability Manager delle Società Operative, alcuni Manager e collaboratori appartenenti alla Holding e alle varie Industries.**

La scelta di coinvolgere nuovamente gli stakeholder interni è scaturita dalla necessità di consolidare il processo di redazione del Bilancio di Sostenibilità, nonché perfezionare la materialità e migliorare la qualità dei contenuti.

Il coinvolgimento diretto di un target esperto e informato

ha reso possibile l'individuazione e l'analisi degli impatti associati ai temi potenzialmente materiali. Tali impatti sono stati identificati a partire da una più ampia riflessione sugli impatti generati complessivi del Gruppo, reali e potenziali, positivi e negativi, sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi quelli sui loro diritti umani. Come già accennato, questa prospettiva riflette la cosiddetta **"Impact Materiality"**, definita dal GRI 3, in vigore da gennaio 2021 e richiamata dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (Direttiva (UE) 2022/2464) relativa alla rendicontazione di sostenibilità, precedentemente citata.

Nel corso del workshop ci si è focalizzati su un subset delle tematiche precedentemente elencate, costituito dalle **14 tematiche ritenute rilevanti.**

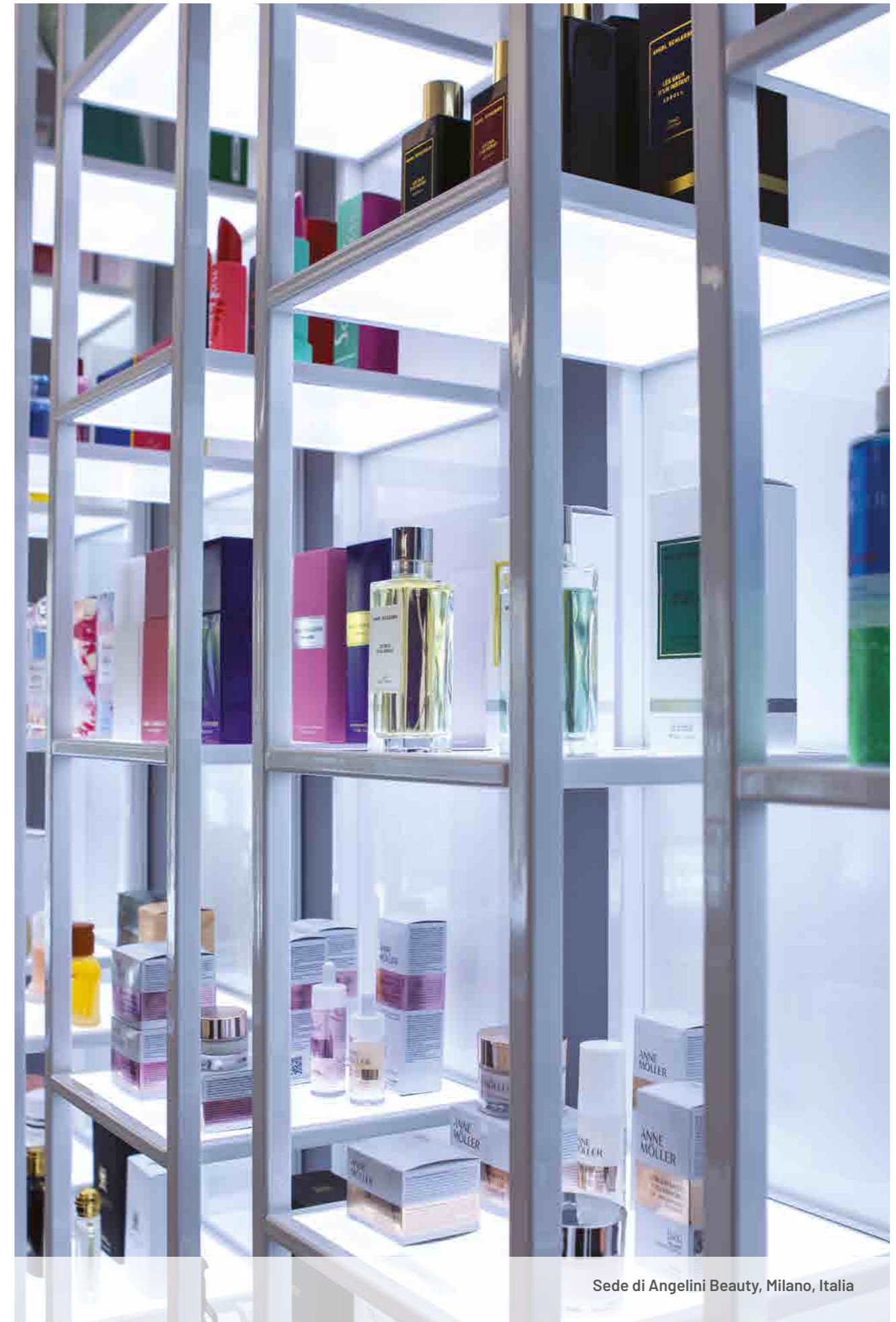
14 tematiche selezionate

GOVERNANCE	PERSONE	PRODOTTO	AMBIENTE	COMUNITÀ
1. Continuità aziendale e resilienza	4. Sviluppo e valorizzazione del capitale umano	7. Qualità e affidabilità dei prodotti	10. Efficienza energetica e fonti alternative	13. Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico
2. Internazionalizzazione	5. Gender equality & diversity	8. Innovazione e R&D di prodotto e packaging	11. Climate Change e Carbon Footprint	14. Impegno verso il territorio e supporto alla comunità
3. Privacy e Cybersecurity	6. Salute e sicurezza sul lavoro	9. Relazione con i consumatori	12. Circular economy e utilizzo sostenibile delle risorse	

In particolare, i partecipanti sono stati suddivisi in due gruppi. Il primo ha lavorato sulle seguenti tematiche:

1. Internazionalizzazione; 2. Gender equality & diversity; 3. Salute e sicurezza sul lavoro; 4. Innovazione di prodotto; 5. Efficienza energetica e fonti alternative, 6. Circular economy; 7. Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico. Il secondo gruppo ha invece lavorato su:

1. Continuità aziendale e resilienza; 2. Privacy e Cybersecurity; 3. Sviluppo e valorizzazione del capitale umano; 4. Qualità e affidabilità dei prodotti; 5. Relazione con i consumatori, 6. Climate Change e Carbon Footprint, 7. Impegno verso il territorio e supporto alla comunità.



Sede di Angelini Beauty, Milano, Italia

La tabella di seguito riportata mostra i risultati dell'engagement, in particolare i temi materiali identificati, integrati da una descrizione degli impatti⁹, positivi (P) o negativi (N), a essi associati.

Nella stessa tabella sono riportati anche gli obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs) definiti nell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, ai quali il Gruppo contribuisce per ciascun tema.

TEMA	SDGs	IMPATTI ASSOCIATI	
GOVERNANCE	1. CONTINUITÀ AZIENDALE E RESILIENZA	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opportunità di redigere contingency plan per far fronte a eventi interni ed esterni imprevisi (P) 2. Codici di condotta fornitori (P) 3. Estensione certificazione network fornitori (N) 4. Gestione realtà di contesto monopolistico di mercato (N)
	2. INTERNAZIONALIZZAZIONE	16 PACE, GIUSTIZIA E SOSTITUZIONI SOLIDE 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opportunità di estendere il business ad altri Paesi e a nuovi mercati (P) 2. Aumento del rischio regolatorio (N) 3. Cultura aziendale più inclusiva (P)
	3. PRIVACY E CYBERSECURITY	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimizzare le conseguenze derivanti da violazioni dei dati sui clienti e/o sui dipendenti e contenziosi (P) 2. Violazioni segreti industriali (N) - Rischio decremento livello di competitività 3. Business continuity legata alla Cybersecurity in input e in output (N) 4. Rischio reputazionale ed economico (data breach)(N)
	4. SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Attrazione e sviluppo dei talenti (P) 2. Massimizzazione delle performance (P) 3. Creazione valore sullo human focus (P) 4. Manifesto People Caring (P)
	5. GENDER EQUALITY & DIVERSITY	5 PARITÀ DI GENERE 10 RIDURRE LE DISUGLIANZE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Maggiore performance e potenziale riduzione dei conflitti sui luoghi di lavoro (P) 2. Attrazione e ritenzione di talenti - Gen Z (P) 3. Miglioramento dell'immagine (P) 4. Rischio di rainbow e pink washing (N)
	6. SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO	3 SALUTE E BENESSERE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conseguenze sulla salute e sicurezza delle persone che operano negli uffici e nei siti produttivi (N) 2. Immagine positiva dell'azienda nel comunicare politiche Zero Infortuni (P) 3. Impatti sul livello di produttività (N) - Rischio riduzione delle attività produttive 4. Incremento dell'engagement per attività di caring (P)

⁹ Si definisce "impatto" l'effetto che l'Organizzazione può generare sulla sfera economica, ambientale e sociale, inclusi gli effetti sui diritti umani, tramite le attività che essa stessa svolge. Possono essere positivi, negativi, di breve o lungo termine, effettivi o potenziali. Gli impatti definiscono il contributo positivo o negativo dell'Organizzazione allo sviluppo sostenibile.

TEMA	SDGs	IMPATTI ASSOCIATI	
PRODOTTO	7. QUALITÀ E AFFIDABILITÀ DEI PRODOTTI	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conseguenze sulla salute e sicurezza dei clienti-consumatori, derivanti da sostanze non controllate (N) - Rischio incidenti e reclami 2. Brand equity (P) 3. Rafforzamento e monitoraggio compliance di prodotto (N)
	8. INNOVAZIONE DI PRODOTTO	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elevare la qualità e le caratteristiche innovative dei prodotti e dei servizi (P) 2. Fidelizzazione dei clienti (P) 3. Perdita potenziale di clienti abituati al vecchio prodotto (N) 4. Aumento resilienza della catena di fornitura (P)
	9. RELAZIONE CON I CONSUMATORI	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Possibilità di implementare programmi di fidelizzazione (P) 2. Possibilità di effettuare indagini di customer satisfaction orientate a migliorare la qualità dei prodotti (P) 3. Possibilità di sviluppare prodotti sulla base delle esigenze e dei trend di mercato (P) 4. Maggiore vulnerabilità ed esposizione verso gli stakeholder (N)
AMBIENTE	10. EFFICIENZA ENERGETICA E FONTI ALTERNATIVE	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Possibilità di ridurre i costi energetici (P) 2. Più resilienza nel business (P) 3. Peggioramento delle emissioni di gas serra in atmosfera (N) 4. Rischio di utilizzare energie non mature (N)
	11. CLIMATE CHANGE E CARBON FOOTPRINT	13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 15 VITA SULLA TERRA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consapevolezza degli impatti ambientali dell'azienda e/o dei prodotti (P) 2. Contributo agli SDGs (P) 3. Utilizzo strumenti di Eco design per misurazione impatto (P) 4. Complessità gestione emissioni GHG (N) 5. Effort collection per la value chain data (N)
	12. CIRCULAR ECONOMY	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Riduzione degli sprechi e dei rifiuti - Protezione dell'ambiente (P) 2. Implementazione di best practice (P) 3. Minore dipendenza dai fornitori (P) 4. Riduzione costi smaltimento (P) 5. Potenziale perdita di qualità/attrattività
COMUNITÀ	13. PARTNERSHIP CON ISTITUTI DI RICERCA E MONDO ACCADEMICO	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Opportunità di contributi innovativi (P) 2. Allungamento dei tempi di progetto (N) 3. Aumento visibilità/immagine (P) 4. Aumento delle opportunità di finanziamento (P) 5. Opportunità di acquisire talenti (P)
	14. IMPEGNO VERSO IL TERRITORIO E SUPPORTO ALLA COMUNITÀ	11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Miglioramento dell'immagine aziendale sui territori nei quali si opera (P) 2. Rafforzamento del brand grazie anche a eventi di sponsorizzazione e/o erogazioni liberali/donazioni/volontariato (P) 3. Fiducia della comunità verso iniziative di sviluppo aziendali (P)

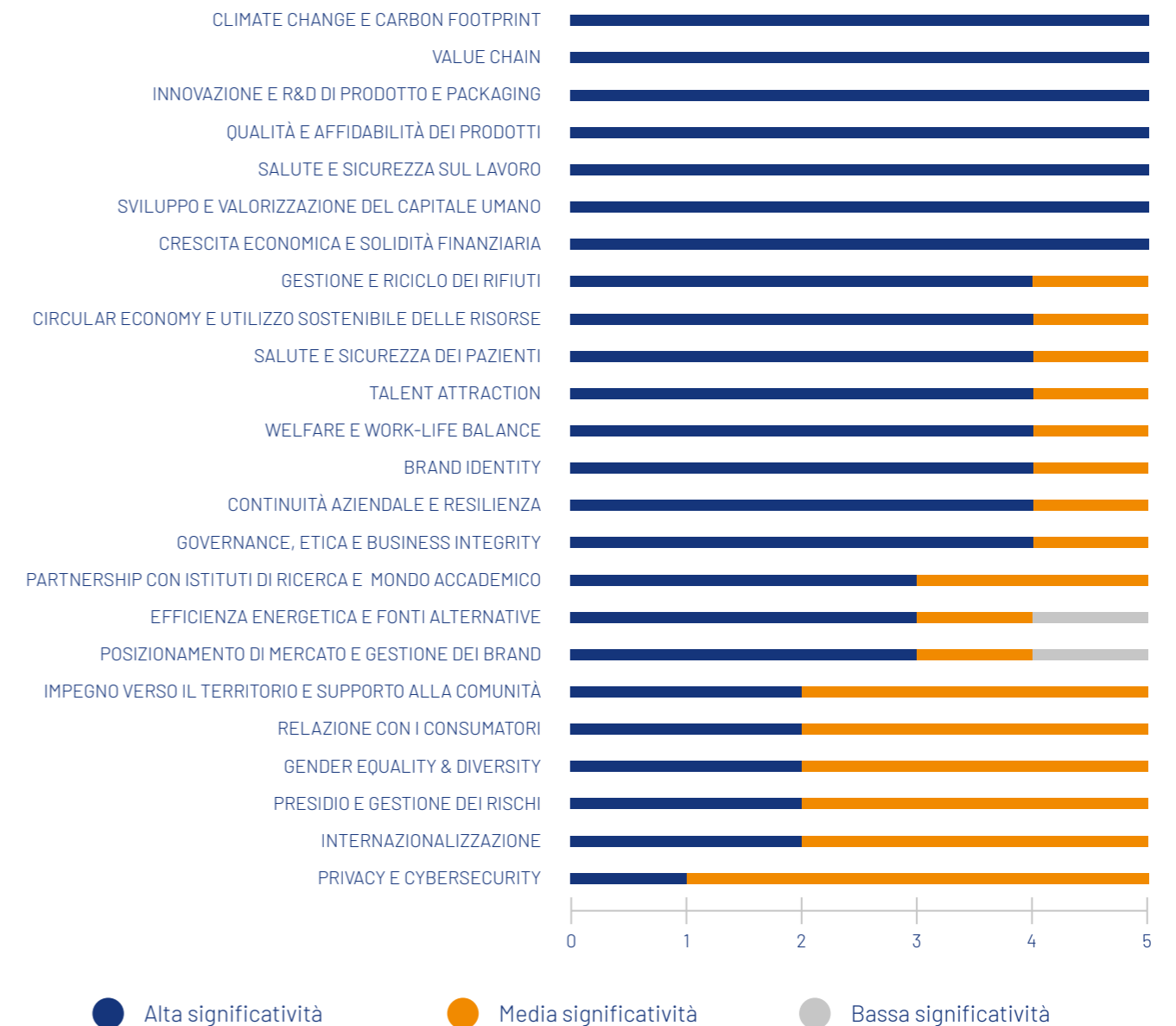
VALUTAZIONE QUANTITATIVA DEI TEMI MATERIALI E DEGLI IMPATTI (SURVEY)

A seguito dell'identificazione delle tematiche potenzialmente rilevanti, il passaggio successivo è stato il coinvolgimento dei partecipanti al workshop nella valutazione delle 24 tematiche materiali precedentemente individuate, attraverso un questionario somministrato nei giorni immediatamente successivi all'evento di coinvolgimento.

All'interno di tale sondaggio è stato richiesto di esprimere la propria opinione rispetto al **grado di "significatività" di una determinata tematica rilevante**, in una scala da 1 a 5 (1-2 = bassa significatività, 3 = media significatività, 4-5 = alta significatività).

Una volta raccolte le valutazioni da parte di ciascuno stakeholder coinvolto, si è proceduto alla loro analisi: il risultato ottenuto è un grafico che permette di rappresentare i temi presi in considerazione, evidenziandone il grado di significatività percepito. Tale rappresentazione fornisce una sintesi e una visione complessiva delle tematiche, in relazione al loro impatto, tenendo conto delle valutazioni e degli interessi dei diversi stakeholder. Il grafico sotto riportato, quindi, individua i temi rilevanti per Angelini Industries, considerando l'influenza che questi hanno sulle aspettative, decisioni e azioni degli stakeholder, percepiti come significativi.

LIVELLO DI SIGNIFICATIVITÀ DEI TEMI MATERIALI E RELATIVI IMPATTI



Come si vede dal grafico, sono **15 i temi che sono stati valutati con punteggio 4 o 5 (alta significatività)**: "Climate Change e Carbon Footprint", "Value Chain", "Innovazione e R&D di prodotto e packaging", "Qualità e affidabilità dei prodotti", "Salute e sicurezza sul lavoro", "Sviluppo e valorizzazione del capitale umano", "Crescita economica e solidità finanziaria", "Gestione e riciclo dei rifiuti", "Circular economy e utilizzo sostenibile delle risorse", "Salute e sicurezza dei pazienti", "Talent Attraction", "Welfare e work-life balance", "Brand identity", "Continuità aziendale e resilienza", "Governance, etica e Business Integrity".

Le tematiche che hanno riscontrato un livello di significatività medio sono 9. Nello specifico, "Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico", "Efficienza energetica e fonti alternative", "Posizionamento di mercato e gestione dei brand", "Impegno verso il territorio e supporto alla comunità", "Relazione con i consumatori", "Gender equality e diversity", "Presidio e gestione dei rischi", "Internazionalizzazione", "Privacy e Cybersecurity". Infine, non sono state rilevate tematiche valutate con un grado di significatività basso.

Approccio al sustainability reporting e best practice di Gruppo

L'evento di stakeholder engagement precedentemente descritto è stato anche occasione per condividere l'approccio complessivo alla nuova architettura di **sustainability reporting di Gruppo** e mettere a fuoco le best practice di sostenibilità già realizzate o in sviluppo dalle Società Operative.

Rispetto alle precedenti edizioni, Angelini Industries intende realizzare, a partire dal presente Bilancio, una narrazione snella e fruibile, centrata sugli elementi principali connessi al ruolo di Capogruppo, lasciando lo spazio e l'opportunità alle Società Operative per valorizzare, all'interno dei singoli Bilanci di Sostenibilità, gli aspetti e le peculiarità legate al proprio ambito di business e alla specificità della platea di stakeholder di riferimento.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è il frutto di un percorso intrapreso dal Gruppo sin dal quarto trimestre del 2020, anno in cui è stato pubblicato il primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo, affiancato poi successivamente dall'Annual Report. Fameccanica e Fater hanno poi realizzato per due annualità i propri Bilanci di Sostenibilità, proseguendo anche quest'anno in tale direzione.

Al momento della redazione del presente Bilancio, anche Angelini Pharma ha avviato il processo di sustainability reporting, come pure Angelini Beauty e Angelini Wines & Estates. Pertanto, a valle della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità di Gruppo, verranno poi pubblicati i Bilanci relativi agli ambiti specifici di Business (Salute, Largo Consumo e Tecnologia Industriale).



Per quanto riguarda le best practice, il confronto attivato nel corso dell'evento di stakeholder engagement ha consentito di valutare l'opportunità di estendere e mettere a fattor comune le esperienze progettuali maturate, in ter-

mini sia di condivisione delle competenze tecniche sia di arricchimento degli strumenti già disponibili per le Società Operative che ne fossero privi.

Sustainability Best Practices

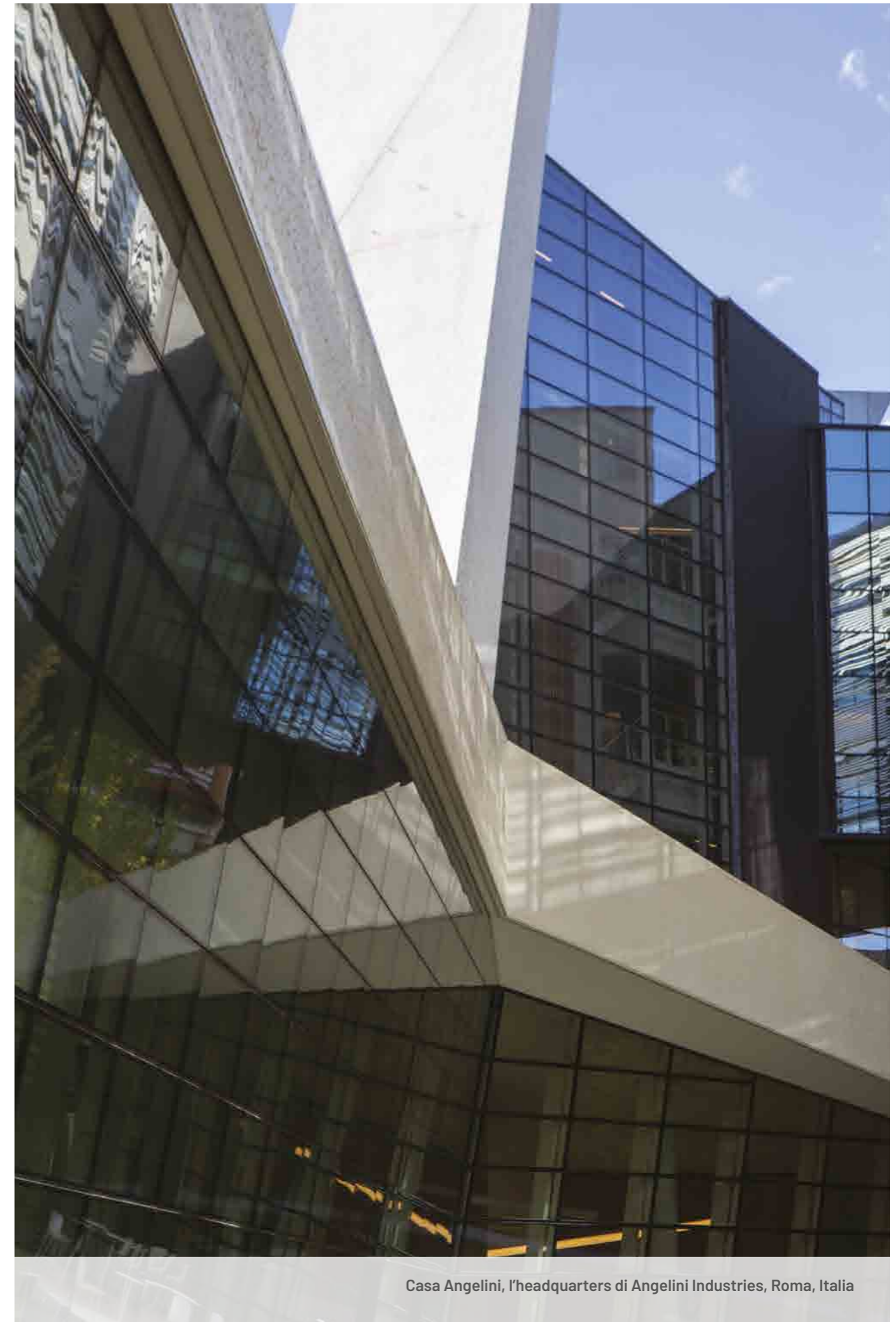
HOLDING	ANGELINI PHARMA	FATER/ANGELINI CONSUMER	ANGELINI TECHNOLOGIES	ANGELINI BEAUTY	ANGELINI WINES & ESTATES	ANGELINI REAL ESTATE
<ul style="list-style-type: none"> • Angelini Academy • ISO 27001 • Careers website • Casale Angelini 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniziative della Fondazione Angelini (sostegno a 2.000 imprese delle Marche) • Progetto ReStart della Fondazione Angelini • Lancio cattedra "Strategic Innovation" (Luiss Guido Carli) 	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione al programma Industrial Liaison Program (ILP) del MIT - Massachusetts Institute of Technology 	<ul style="list-style-type: none"> • Piattaforma digitale per consulti psicologici gratuiti, in italiano, inglese e spagnolo, riservati ai 5.700 dipendenti del Gruppo, presente in 26 Paesi 	<ul style="list-style-type: none"> • Angelini Ventures 		

COMPANY	ANGELINI PHARMA	FATER/ANGELINI CONSUMER	ANGELINI TECHNOLOGIES	ANGELINI BEAUTY	ANGELINI WINES & ESTATES	ANGELINI REAL ESTATE
	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9001 • OHSAS 18001 • ISO 45001 • ISO 14001 • ISO 13485 • Carbon Footprint • Top Employer Italy/Europe Certification • Iniziative di supporto ai pazienti 	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9001 • OHSAS 18001 • ISO 45001 • ISO 14001 • ISO 50001 • ISO 13485 • ISO 27001 • PEFC-ST Forest Custody Certification • Prodotti Green (ACE Green ecc.) • Carbon Footprint • FaterSMART • Iniziative di sostegno e raccolta fondi (WeWorld/Hearth4Children) • Piattaforma e-commerce iMammaShop (Accordo tra Angelini Consumer e Prénatal) 	<ul style="list-style-type: none"> • ISO 9001 • OHSAS 18001 • ISO 45001 • ISO 14001 • ISO 50001 • EcoVadis • Iniziative Carbon Footprint Offsetting (Treedom) • Brevetti • Progetti Glueless a Life All • Greenpackt® 	<ul style="list-style-type: none"> • LEED Platinum Certification Palazzo Gioia a Milano • Metodologia LCA (Life Cycle Assessment) per un flacone di profumo • Excellence Made in Italy • Qualità e sicurezza dei prodotti (cosmetovigilanza) 	<ul style="list-style-type: none"> • Elevating Territories Approach • Equalitas Certification e Certificazione Biologica per la Tenuta Trerose • Moderne tecniche agronomiche e un approccio vitivinicolo sostenibile • Implementazione viticoltura di precisione, pilastro dell'agricoltura 4.0 	<ul style="list-style-type: none"> • LEED Platinum Certification • Progetti di riqualificazione urbana

Sustainability Induction

Nel primo semestre del 2023 Angelini Industries ha avviato un'iniziativa di Sustainability Induction, con l'obiettivo di **supportare i Leadership Team delle Società di Gruppo su aspetti di governance della sostenibilità aziendale** e fornire un **aggiornamento sulle normative europee e gli obblighi previsti**, generare consapevolezza dei rischi e

degli impatti (positivi e negativi) delle tematiche ESG sul valore dell'impresa, infine rafforzare la definizione di un modello di Gruppo orientato agli aspetti ESG in grado di sostenere l'innovazione e lo sviluppo del business. Alle 3 sessioni, ciascuna della durata di 90 minuti, hanno partecipato circa **80 Manager**.



Casa Angelini, l'headquarters di Angelini Industries, Roma, Italia

03. Capitale economico e produttivo

▼
2,057 miliardi di Euro

Record dei ricavi complessivi, pari a 2,057 miliardi di Euro

▼
1,8 miliardi di Euro

Valore economico direttamente generato dal Gruppo: oltre 2,1 miliardi di Euro, di cui **oltre 1,8 miliardi di Euro** distribuiti agli stakeholder (+12% rispetto al 2021)

▼
59% | 23% | 9%

59% dei ricavi generati dal settore di business Salute, **23%** da Largo Consumo e **9%** da Tecnologia Industriale

▼
54%

Percentuale dei ricavi generati in Italia: **54%**

▼
84%

Incidenza dei fornitori locali: **84%**

Strategia di business e fattori abilitanti

L'obiettivo strategico del Gruppo Angelini Industries nel lungo termine è sostenere la crescita, l'internazionalizzazione e la creazione di valore del proprio portafoglio di business, attraverso un'offerta di prodotti innovativi, funzionali e focalizzati sulla cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni. Angelini Industries ha l'ambizione di diventare un campione europeo, riconosciuto per la solidità e la capacità di innovare nei propri business. Questa ambizione è realizzabile tramite una definizione chiara della strategia di business e l'identificazione di fattori abilitanti chiave. Gli elementi distintivi della strategia di business del Gruppo e i fattori abilitanti rappresentano i fattori chiave di successo sui quali le Società Operative sono costantemente impegnate.

STRATEGIA DI BUSINESS

- 1. RICONOSCIBILITÀ DEL BRAND:** Rafforzamento della notorietà e dell'immagine del marchio Angelini.
- 2. ESPANSIONE INTERNAZIONALE:** Crescita ed espansione a livello internazionale in tutti gli ambiti di business, con focus su Paesi strategici.
- 3. PARTNERSHIP E ACQUISIZIONI:** Consolidamento delle partnership, collaborazioni con soggetti pubblici e privati, nuove acquisizioni.
- 4. INTEGRAZIONE ED EXECUTION:** Stretto coordinamento tra Marketing, Vendite, Ricerca e Sviluppo, e Operations.
- 5. INNOVAZIONE:** Focus su innovazione di prodotto, atti-

vità di R&D funzionali su aree core, nuovi modelli per i business già in portafoglio.

- 6. DIVERSIFICAZIONE:** Crescita sostenuta anche su nuovi business, nuovi prodotti e nuovi mercati.

FATTORI ABILITANTI

Governance: Angelini Industries ha disegnato un modello di governance che le permette di avere un Consiglio di Amministrazione con competenze diversificate e allo stesso tempo verticali su ciascuno dei business in portafoglio, oltre ad aver definito un processo di continuo scambio di informazioni tra Holding e Società Operative, al fine di favorire uno sviluppo di strategie sempre coerenti con gli obiettivi di Gruppo.

Personale: Il Gruppo punta ad attrarre e far crescere internamente i migliori talenti, attraverso l'offerta di numerose opportunità di training, percorsi di carriera personalizzati e programmi di rotazione all'interno di diverse funzioni/business.

Brand identity: Angelini Industries punta a fornire una visione consolidata del proprio portafoglio di business, offrendo al consumatore finale una visione chiara dell'offerta del Gruppo, centrata sul concetto di "care".

Brand

Angelini Industries è un Gruppo multi-industry e multi-nazionale. Come già analizzato sopra, opera nei seguenti settori di business: Salute, Largo Consumo, Tecnologia

Industriale. La figura riassume i principali brand associati a ciascun settore di business.



Salute

Acutil, Amuchina, Aulin, Daparox, Erdomed, Infasil, Latuda, Momendol, Moment, Moment Act, Ontozry, Resilient, Tachidol, Tachifludec, Tachipirina, Tantum Verde, ThermaCare, Trittico, Vellofent, Xydalba (Angelini Pharma).



Tecnologia Industriale

Progettazione e sviluppo di tecnologie e servizi per l'automazione e produzione industriale di prodotti FMCG, packaging sostenibili, servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi (Angelini Technologies - Fameccanica).



Largo Consumo

Pampers, Lines, Lines Specialist, Tampax, ACE, Neoblanc, Comet, Hero SOLO (Fater).

Creazione, sviluppo e distribuzione internazionale delle linee di profumo Trussardi, Laura Biagiotti, Chiara Ferragni, Mandarina Duck, Angel Schlessler, Armand Basi e di skincare & suncare di Anne Möller (Angelini Beauty).

Bertani (Veneto)
Cantina Puiatti (Friuli-Venezia Giulia)
Val di Suga, Tenuta Trerose, San Leonino (Toscana)
Fazi Battaglia, Tenute San Sisto (Marche) (Angelini Wines & Estates).

Performance economiche

Nel 2022 il Gruppo Angelini Industries, grazie alla sua diversificazione di business e internazionalizzazione, ha consolidato **ricavi complessivi per 2,057 miliardi di Euro** (con ricavi delle vendite e prestazioni per 1,998 miliardi di Euro), registrando un **incremento del 14,88%** rispetto al risultato consuntivato nell'esercizio precedente, pari a 1,790 miliardi di Euro. Il 59% dei ricavi viene generato dall'area di business "Salute", il 32% dal settore "Largo Consumo" e il restante 9% dalla "Tecnologia Industriale".

RICAVI PER SETTORE DI BUSINESS	2020	2021	2022
Salute	59%	58%	59%
Largo Consumo	35%	36%	32%
Tecnologia Industriale	6%	6%	9%

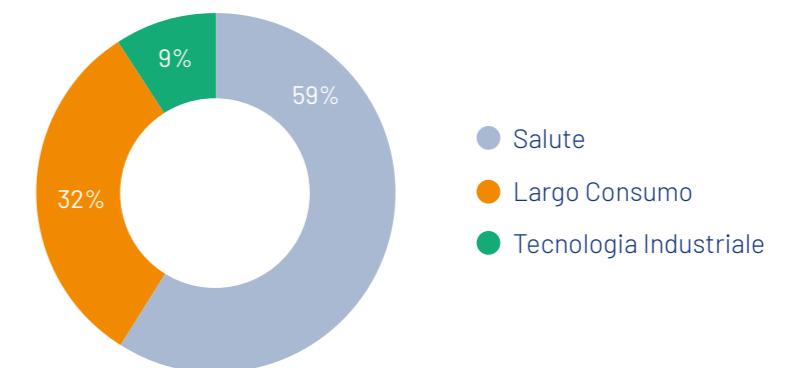
RICAVI PER AREA GEOGRAFICA	2020	2021	2022
Italia	67%	58%	54%
Europa	29%	36%	37%
Resto del mondo	4%	6%	9%

Per quanto concerne la distribuzione dei ricavi complessivi per area geografica, la maggior parte delle revenue è generata in Italia (54%) e in Europa (37%). La quota restante dei ricavi (9%) è invece prodotta extra-UE. Nelle tabelle che seguono viene riportato il dettaglio della distribuzione dei ricavi per area di business e per area geografica.

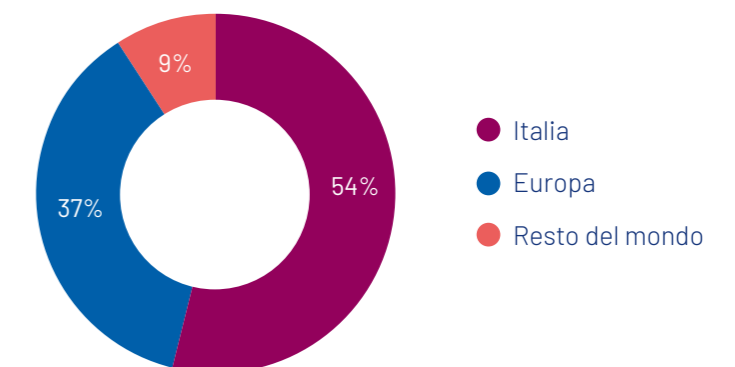


I grafici di seguito riportati illustrano invece i valori percentuali dei ricavi 2022 per area di business e per area geografica:

RICAVI 2022 PER SETTORE DI BUSINESS



RICAVI 2022 PER AREA GEOGRAFICA



Valore economico generato e distribuito

La distribuzione del valore economico costituisce il punto di contatto tra il profilo economico e il profilo sociale della gestione di Angelini Industries e consente di analizzare

come la ricchezza creata venga distribuita a vantaggio dell'intero sistema con cui interagisce.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO (Migliaia di Euro)	2020	2021	2022
Ricavi d'esercizio	1.710.410	1.721.337	1.995.026
Altri ricavi	49.024	64.969	58.594
Proventi finanziari e interessi	69.743	159.992	78.682
VALORE ECONOMICO GENERATO	1.829.177	1.946.298	2.132.302
Costi operativi ¹⁰	1.154.646	1.216.057	1.392.020
Remunerazione dipendenti ¹⁰	345.506	376.952	406.861
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	14.079	30.570	10.964
Remunerazione degli azionisti	0	0	0
Remunerazione dei finanziatori	3.315	6.915	16.238
Investimenti nella collettività ¹¹	0	0	0
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO	1.517.546	1.630.494	1.826.083
Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche	134.578	179.148	202.107
Accantonamenti per rischi e altri accantonamenti	13.356	12.695	13.361
Rettifica di valore di attività e passività finanziarie	11.372	35.277	9.034
Risultato d'esercizio destinato a riserve	145.827	95.062	80.752
Utili e perdite sui cambi	6.498	(6.378)	965
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO	311.631	315.804	306.219

¹⁰ I valori del 2021 sono stati rettificati rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2021.

¹¹ Gli investimenti nella collettività sono gestiti da Fondazione Angelini.

Il valore economico distribuito, pari a **1.826.083.000 Euro**, rappresenta circa l'85,6% del valore economico generato. Quest'ultimo, oltre a coprire i costi operativi sostenuti nell'esercizio, viene impiegato per remunerare il sistema socio-economico con cui Angelini Industries interagisce, in particolare:

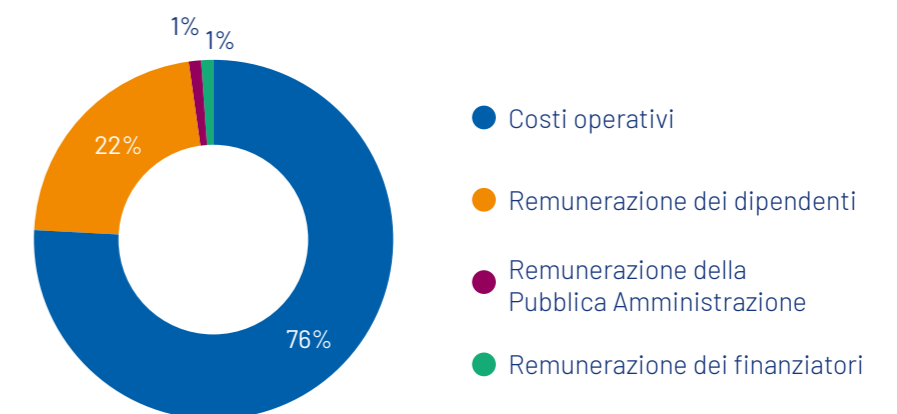
- remunerazione dei dipendenti: voce comprensiva della remunerazione diretta (costituita da salari, stipendi e TFR) e remunerazione indiretta (costituita dagli oneri sociali) di tutti i dipendenti;
- remunerazione dei finanziatori: tale voce include gli interessi passivi e le perdite su cambi;
- remunerazione degli azionisti: voce comprensiva dei dividendi distribuiti;
- remunerazione della Pubblica Amministrazione: voce comprensiva della totalità delle imposte correnti pagate, ossia quelle relative al periodo di rendicontazione;
- remunerazione alla comunità: include la totalità delle erogazioni liberali (in denaro e in natura) e le sponsorizzazioni.

Infine, il valore economico trattenuto, determinato come differenza tra il valore economico generato e il valore economico distribuito, rappresenta l'insieme delle risorse finanziarie dedicate alla crescita economica e alla stabilità patrimoniale del sistema impresa.

Per i prossimi esercizi il Gruppo intende rivolgere la propria attenzione all'esecuzione dell'indirizzo strategico fornito dall'azionista, sviluppando le azioni da attuare per il raggiungimento degli obiettivi al fine di conseguire risultati consolidati sempre più soddisfacenti.

Per quanto riguarda la gestione finanziaria, Angelini Industries continuerà a rivolgere l'attenzione al processo di ottimizzazione dell'impiego della liquidità, con l'obiettivo di supportare lo sviluppo industriale dell'Organizzazione nel lungo periodo.

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO



Supply chain¹²

La sostenibilità di un prodotto non è data solo dall'impatto derivante dalla sua produzione e dal suo smaltimento, ma comincia da una **scelta consapevole dei materiali e delle materie prime** di cui è composto. Per questo motivo, il processo di approvvigionamento e l'utilizzo responsabile di risorse naturali, materiali e materie prime rappresentano uno dei pilastri della strategia di sostenibilità che il Gruppo Angelini Industries persegue con impegno. Le Industries del Gruppo, operando in settori diversificati e avendo una presenza geografica globale, lavorano con un'area molto ampia di categorie di acquisto e dispongono di una rete di partner industriali estesa e diffusa a livello europeo ed extra europeo, oltre che nazionale e locale. Con i fornitori e i partner, le Società Operative hanno costruito nel tempo relazioni chiare, in grado di creare valore non solo nel breve periodo, ma anche nel lungo termine. Tutte le Industries del Gruppo operano con fornitori italiani, europei ed extra europei, che garantiscono l'applicazione dei più alti standard di qualità e affidabilità e che mostrano allo stesso tempo una forte attenzione alle tematiche relative a rispetto dei diritti umani, salute e sicurezza, lotta alla corruzione e tutela dell'ambiente. Le procedure che guidano il processo di selezione di nuovi fornitori da parte delle diverse Industries prevedono l'**analisi attenta di un insieme di parametri quali-quantitativi** al

fine di garantire sia il vantaggio economico per la Società, sia il rispetto dei principi etici e dei valori espressi nel Codice Etico di Gruppo.

In fase di onboarding del fornitore nei sistemi di e-procurement di Angelini Industries, viene effettuata una rigorosa attività di verifica dei prerequisiti, che comprende la raccolta di informazioni societarie di dettaglio, inclusa la richiesta di autocertificazioni circa l'assenza di pendenze da un punto di vista etico, legale e di privacy. Vengono, quindi, verificate le certificazioni in possesso del fornitore, incluse le certificazioni ISO, quali per esempio la ISO 9001 in materia di sistemi di gestione della qualità o la ISO 14001 in materia di sistemi di gestione ambientale. Nelle gare d'appalto, un questionario tecnico-qualitativo sottoposto a compilazione da parte del fornitore permette di accrescere la profondità di analisi e verifica rispetto al punto precedente, ampliando, sulla base della natura del bene o servizio da acquistare, la raccolta di ulteriori informazioni circa le modalità di erogazione della prestazione e gli aspetti tecnici e qualitativi connessi.

Un particolare focus è posto sulle tematiche della sostenibilità ambientale, sia per quel che riguarda gli acquisti di beni o materie prime (per esempio, l'utilizzo di materie prime riciclate o con ridotto impatto ambientale, la tipologia di vettori logistici impiegati ecc.), sia per l'acquisto di

servizi (per esempio, l'attenzione agli sprechi nei servizi di ristorazione aziendale, il livello di emissioni CO₂ delle auto in noleggio ecc.).

Le **performance del fornitore vengono monitorate nel corso di tutta la durata della fornitura**. Questa fase prevede una costante verifica delle attività svolte dal fornitore, con particolare riferimento ai livelli di servizio e alle specifiche qualitative precedentemente riportate. Il monitoraggio si traduce in una reportistica con frequenza trimestrale o annuale degli indicatori di performance (KPI) concordati e in questionari qualitativi inviati ai fruitori del bene o servizio acquistato.

I RISCHI LEGATI ALLA SUPPLY CHAIN

La catena di fornitura, in relazione alle sue dinamiche complesse e alle fluttuazioni periodiche e sistematiche che la contraddistinguono, presenta fattori di rischio che possono impattare in maniera significativa sulla filiera produttiva e sulla capacità aziendale di far fronte ai propri obiettivi di business in un dato arco temporale. Nella figura seguente sono rappresentate e descritte sinteticamente le aree di rischio identificate da Angelini Industries.



1

Rischio fisico

Associato a dinamiche afferenti alla mancanza di rispondenza a requisiti regolatori/normativi o al degrado di alcuni processi sotto l'aspetto della qualità



2

Rischio di approvvigionamento

Legato all'interruzione del flusso di disponibilità dei prodotti/materiali in uno degli step successivi della catena del valore



3

Rischio aziendale

Relativo a fattori di carattere finanziario o di gestione che determinano l'impossibilità da parte del fornitore di ottemperare ai propri impegni



4

Rischio ambientale

Dovuto a fattori esogeni di carattere geografico e climatico

¹² Nel 2022 Angelini Industries, al fine di migliorare la coerenza e qualità dei dati quantitativi relativi alla catena di fornitura, in particolare per la classificazione dei fornitori per area geografica e per tipologia di acquisto, ha provveduto a ricalcolare e riclassificare i dati del triennio rispetto a quelli riportati nel Bilancio di Sostenibilità 2021.

LE NOSTRE BEST PRACTICE

Le Società Operative del Gruppo Angelini Industries e in particolare quelle operanti in un contesto internazionale, dove il monitoraggio della propria catena di fornitura assume una rilevanza ancora più significativa, hanno sviluppato e stanno continuamente implementando i processi di screening dei propri fornitori.



Fater ha aderito allo standard internazionale **SA 8000:2014**, nel rispetto dei requisiti in esso elencati che si basano su documenti ILO (International Labour Organization¹³) e Dichiarazione Universale dei Diritti Umani. La politica di responsabilità sociale assicura l'impegno della Società ad applicare la necessaria diligenza per verificare la conformità allo Standard SA 8000 dei propri fornitori e subappaltatori, agenzie per l'impiego private e subfornitori. La certificazione è presente nel quartier generale di Spoltore e negli stabilimenti di Pescara e Campochiaro. La Società ha inoltre intrapreso un cammino virtuoso per utilizzare anche alcuni indicatori ambientali nella selezione dei suoi fornitori. Il primo esempio significativo riguarda l'approvvigionamento della cellulosa, materiale che assume particolare rilievo nel core business del Gruppo. Fater ha scelto infatti di approvvigionarsi solo da **fornitori certificati PEFC**¹⁴.



Fameccanica ha ottenuto, per il perimetro italiano, un esito di assoluto rilievo dell'esame **EcoVadis** sulla sostenibilità aziendale ricevendo la Medaglia d'Oro, classificandosi nel 5% delle aziende valutate a livello globale che hanno ottenuto i punteggi migliori e rientrando nel 2% delle aziende più performanti nel settore oggetto di valutazione. EcoVadis è, di fatto, uno dei più importanti provider di rating sulla sostenibilità ambientale internazionale, cui si affidano ormai più di 100.000 aziende e che offre soluzioni di monitoraggio costante nonché di ottimizzazione del progetto sostenibilità nelle catene di approvvigionamento globali.

Angelini Beauty durante il 2022 ha consolidato uno strumento di valutazione fornitori. Si tratta di una matrice con al suo interno un set di **KPI tracciati su base mensile** e/o quartile con il quale viene valutato il fornitore e il suo livello di servizio nei confronti dell'azienda. Questi indicatori misurano, tra gli altri, il numero di non conformità di merce/servizi venduti, il livello di servizio OTIF (On Time In Full), la flessibilità nei confronti di inaspettati cambi di necessità, la loro affidabilità ecc. Questi dati vengono presentati ogni quartile ai main offender (top 3) tra i fornitori. Coloro i quali abbiano performance al di sotto delle aspettative vengono convocati in una riunione a seguito della quale si richiede una gap analysis e un piano d'azione per coprire le lacune.

Angelini Pharma, in relazione ai rischi potenzialmente

¹³ L'Organizzazione Internazionale del Lavoro è un'agenzia specializzata delle Nazioni Unite che si occupa di promuovere la giustizia sociale e i diritti umani internazionalmente riconosciuti, con particolare riferimento a quelli riguardanti il lavoro in tutti i suoi aspetti.

¹⁴ Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes: è un'organizzazione internazionale di certificazione per la gestione sostenibile delle foreste.

impattanti sulla propria catena di fornitura, si è dotata di un **Sistema di Risk Management** atto a prevenire il verificarsi dei rischi stessi o ad attenuarne, ove possibile, la possibilità di accadimento. Tale sistema di analisi prevede la classificazione in relazione a due variabili: la **probabilità** di accadimento e il **potenziale impatto**. L'intersezione matriciale delle due variabili permette di collocare specifici asset all'interno di cluster di rischio suddivisibili come segue: rischio accettabile, rischio limitato, rischio rilevante, rischio critico, rischio inaccettabile.

La determinazione puntuale e numerica delle due variabili in questione è legata a un sistema di calcolo che considera specifici indici di valutazione quali la rilevanza economica del prodotto in questione, l'appartenenza del prodotto a classi di farmaco etico, la presenza di siti produttivi alternativi per il prodotto in questione, la presenza di alternative di fornitura per ciascun materiale o componente della distinta base del prodotto, il tempo di reazione medio per specifica classe di materiale o componente all'interno della distinta base del prodotto ecc. Ciascun indice

di valutazione è dotato di un proprio peso specifico e ciò consente di ricavare un indice di valutazione sintetico che tiene conto di tutti gli indici specifici.

Al fine di standardizzare il processo di selezione dei fornitori, a partire dal 2019 Angelini Pharma si è dotata di uno specifico **sistema di e-procurement (Procunity)** che permette di gestire i flussi di fornitura nella loro interezza. Le tabelle seguenti riportano i dati aggregati della catena di fornitura di tutto il Gruppo Angelini Industries. Si può notare come **nel 2022 quasi l'84% dei fornitori del Gruppo sia "locale", ossia situato nello stesso Paese nel quale le molteplici Società del Gruppo hanno sede**. Tale dato, in linea anche con i due periodi di rendicontazione precedenti, testimonia l'importanza che Angelini Industries attribuisce sia alla solidità dei suoi rapporti commerciali sia alla vicinanza geografica con i propri partner, aspetto che garantisce un controllo più puntuale delle dinamiche della supply chain.

NUMERO FORNITORI ¹⁵	2020	2021	2022
	% SUL TOTALE	% SUL TOTALE	% SUL TOTALE
Numero di fornitori locali	82,5%	84,6%	83,8%
Numero di fornitori situati in UE	12,5%	10,5%	11,5%
Numero di fornitori situati extra-UE	5,0%	4,9%	4,7%
TOTALE FORNITORI	100%	100%	100%

¹⁵ Con fornitori locali si intendono i fornitori situati nello stesso Paese in cui la Società ha sede. Per fornitori situati in "UE" si intendono invece tutti i fornitori che abbiano sede in uno dei Paesi appartenenti all'Unione europea, mentre i fornitori "extra UE" sono i restanti non inclusi nelle categorie sopra riportate.

Anche in termini di budget speso verso i propri fornitori, il dato riscontrato dal Gruppo nell'ultimo triennio è risultato costante e senza variazioni significative. Nel 2022 il Grup-

po Angelini Industries ha devoluto il 64,6% dei suoi acquisti verso fornitori locali, il 23,4% presso fornitori situati in Unione europea e la quota restante in Paesi extra-UE.

BUDGET SPESO IN FORNITORI	2020	2021	2022
	% SUL TOTALE	% SUL TOTALE	% SUL TOTALE
Budget speso in fornitori locali	62,5%	66,2%	64,6%
Budget speso in fornitori situati in UE	26,9%	23,2%	23,4%
Budget speso in fornitori situati extra-UE	10,6%	10,6%	12,0%
TOTALE FORNITORI	100%	100%	100%

Nel FY 2022, risultano **482 nuovi fornitori**, **26 fornitori valutati secondo criteri ambientali** e **1 fornitore valutato secondo criteri sociali**.

Si fa presente che, in generale, le Società Operative del Gruppo richiedono a tutti i fornitori rilevanti per il business di firmare il proprio Codice Etico.

Nel corso del 2023, il Gruppo intende implementare procedure specifiche al fine di integrare significativamente la valutazione dei criteri ESG nella catena di fornitura, come per esempio la verifica del possesso di certificazione ISO o il conseguimento di certificazioni di impatto ambientale (Carbon Footprint di prodotto ecc.).



Stabilimento di Produzione Fater, prodotti assorbenti per la persona, Pescara, Italia

04. Capitale umano

187.000

Oltre 187.000 ore complessive di formazione erogate nel Gruppo, di cui circa 10.000 realizzate da Angelini Academy

46%

Quota incidenza femminile: 46% considerando la popolazione di impiegati, quadri e dirigenti

94,2%

94,2% quota contratti a tempo indeterminato

0

Zero infortuni gravi in tutte le Società del Gruppo

Community Empowerment

Iniziative di Community Empowerment di Angelini Academy

2 milioni di Euro

Sostegno alle micro-imprese marchigiane (Fondazione Angelini - Progetto ReStart) con un investimento di 2 milioni di Euro

-42%

Riduzione infortuni sul lavoro nel Gruppo: -42%

Welfare e work-life balance

Iniziative di welfare e work-life balance

Capitale umano¹⁶ Approccio strategico

Da sempre, Angelini Industries considera il capitale umano un asset strategico. Le persone costituiscono, infatti, uno stakeholder chiave che il Gruppo si impegna a sostenere, includere e sviluppare favorendo meccanismi di cross-fertilization tra le diverse anime del business. Con il loro entusiasmo, passione e competenze le persone di Angelini sono in grado di produrre impatti significativi sulla catena del valore, aiutando il Gruppo ad affrontare mercati sempre più volatili e competitivi.

Come già in precedenza, l'ultimo triennio ha visto confermare il focus di Angelini su crescita ed empowerment delle risorse, sviluppando iniziative e processi finalizzati a **people development, engagement e well-being** (per esempio, mindfulness e sportello psicologico), con una focalizzazione su merito, welfare e inclusività.

La "Cultura" di Angelini Industries e la sua **employee value proposition (EVP)** – che si traduce nei principi "**A change to drive. A purpose to embrace. A place to belong**", rappresentativi di ciascuna Società dell'Organizzazione – continuano a rappresentare elementi guida condivisa a livello di Gruppo.

Nell'ultimo triennio, e in particolare nel corso degli ultimi dodici mesi, Angelini Industries e le sue Società Operative hanno proseguito nel percorso di trasformazione ed evoluzione organizzativa in corso, attraverso:

- il **consolidamento dell'assetto organizzativo di Gruppo**,

le cui posizioni di leadership sono ricoperte da manager autonomi e accountable nei rispettivi ruoli, sviluppati dall'interno oppure selezionati dal mercato sulla base di criteri altamente meritocratici;

- il costante aggiornamento di un modello di governance moderno e ispirato ai più elevati standard di trasparenza e correttezza nella gestione dell'impresa e nei confronti degli stakeholder;
- la **definizione dei principi che regolano i rapporti tra Holding e Società Operative**, al fine di facilitare l'operatività nei diversi ambiti di business, in coerenza con le strategie e i valori di Angelini Industries.

In tale contesto e in linea con gli impegni definiti nel 2022, Angelini Industries ha concentrato i suoi sforzi su alcune aree particolarmente significative:

- **Talent Management:** leva fondamentale di business per Angelini Industries, il sistema integrato di attività mirate ad attrarre, sviluppare, motivare e trattenere i talenti, ossia i collaboratori capaci di eccellenti prestazioni in ruoli chiave, è un ambito strategico di primaria importanza per il Gruppo.

Nel corso del 2022 si è provveduto a consolidare i programmi di valorizzazione del merito già esistenti, volti all'attraction e alla retention dei talenti (**Future**

- **Leaders Program, career planning** ecc.) e in particolare sono stati avviati, come da programma, il disegno e l'implementazione del nuovo processo di **Talent Management e Succession Planning di Gruppo**. Il focus è sul contributo che le persone possono offrire all'Azienda in futuro, garantendo ai talenti una crescita professionale continua e dando così vita a una forza lavoro coesa, motivata, competente e, quindi, altamente produttiva. Il nuovo processo di Talent Management ha una duplice natura: da un lato l'acquisizione di nuovi profili da inserire in azienda, dall'altro la gestione e la valorizzazione dei talenti già presenti così da accrescerne le prestazioni e valorizzarne il potenziale. Tale programma vedrà nel corso del 2023 la realizzazione di un esteso progetto pilota, per poi essere universalmente implementato nel 2024. Il programma consentirà, in particolare, l'adozione di processi e strumenti omogenei applicabili a tutte le aziende del Gruppo, abilitando percorsi di sviluppo, mobilità infragruppo e cross-fertilization;
- **Engagement:** il Gruppo è impegnato in tal senso non soltanto nella misurazione strutturale dei livelli di engagement attraverso survey di clima di Gruppo o specifiche di Company, ma anche attraverso un accurato percorso di analisi delle risultanze e follow-up sulle esigenze comuni al Gruppo emerse dalle rilevazioni. In particolare, sono stati **inaugurati cantieri di sviluppo negli ambiti Communication, Reward e Decision speed, oltre che Engagement**, in senso lato;
- **Employee experience:** attraverso lo sviluppo di

un'offerta dedicata in ambito welfare, well-being, agile working, academy, col supporto di soluzioni digitali in ambito HR Information System appositamente selezionate o disegnate allo scopo.

L'impegno di Angelini Industries e in particolare della sua Capogruppo sulla gestione del capitale umano proseguirà nel prossimo anno su alcune macro direttrici per cui sono già allo studio soluzioni e progettualità dedicate e altamente innovative:

- proseguimento e conclusione delle attività di sviluppo del processo e di linee guida in ambito Talent Management e Succession Planning, che sarà completo nel 2024;
- evoluzione della **Group Academy** ed estensione del suo perimetro di attività, attraverso la definizione di nuove partnership e collaborazioni con le principali università e centri di ricerca nazionali e internazionali;
- attenzione alla motivazione delle persone attraverso l'ascolto periodico e la realizzazione di un piano di Engagement di Gruppo. Tale piano è stato definito grazie a un progetto coordinato da Angelini Holding che ha coinvolto i referenti HR di tutte le aziende operative e una task force di persone rappresentative delle diverse realtà aziendali, generazioni e famiglie professionali. La metodologia utilizzata ha consentito di selezionare le iniziative in base ai valori del Gruppo Angelini Industries, il livello di gradimento e la fattibilità delle varie iniziative identificate.

¹⁶ I dati riportati in questo Capitolo si basano sulle seguenti limitazioni di perimetro: tutte le sedi di Fater sono escluse dal consolidamento delle informazioni sulla salute e sicurezza sul lavoro e sulla formazione extra-Angelini Academy; Angelini Pharma Österreich G.m.b.H. non è inclusa nei dati relativi alla salute e sicurezza sul lavoro; Angelini Ventures S.p.A. e Angelini Consumer S.r.l. sono incluse nel consolidamento delle ore di formazione non erogate tramite l'Angelini Academy e nel conteggio di infortuni e malattie professionali.

Politiche e modello di gestione del personale

Il modello di gestione del personale di Angelini Industries è tradizionalmente basato sui tre elementi chiave di seguito descritti.



POSIZIONE

Ogni posizione organizzativa è valutata secondo una metodologia internazionale di job evaluation che ne misura la complessità e ne determina il peso relativo. Tale modello consente un approccio meritocratico ai principali processi HR in aree quali **Talent Management, Performance e Reward**. Proprio in ambito reward, per esempio, a seconda della valutazione definita, ciascuna posizione viene associata a una banda cui corrispondono riferimenti retributivi minimi e massimi, che vengono aggiornati ogni anno sulla base dei dati di mercato e, dunque, suddivisi in fasce retributive. Mentre l'attribuzione della banda è determinata dal peso della posizione, l'assegnazione della fascia è invece stabilita dalla performance. In questo modo è possibile garantire posizionamenti retributivi in linea con il mercato e differenziati in base al contributo delle persone, assicurando il giusto livello di meritocrazia.



POTENZIALE

Il processo di valutazione del potenziale ha come obiettivo misurare e supportare l'identificazione delle aree di forza e di miglioramento e orientare le scelte formative, di crescita e sviluppo delle persone di Angelini Industries. Il potenziale è inteso come l'insieme di attitudini, conoscenze e competenze, fattori motivazionali, anche non del tutto espressi, ma che, se valutati e misurati, possono essere predittivi di futuri comportamenti di successo.

La gestione del personale di Angelini Industries si fonda sulla consapevolezza che nutrire il talento e coltivare le potenzialità dei propri dipendenti, attraverso lo sviluppo e il reskilling delle competenze, favorisca la crescita del business, permettendo al Gruppo di mostrarsi competitivo in un mondo in cui i cambiamenti avvengono con estrema rapidità. A oggi, questo intento è realizzabile grazie all'Angelini Academy, che si occupa di promuovere ed erogare programmi di sviluppo della leadership, formazione mana-



PERFORMANCE

La performance dei dipendenti viene misurata attraverso la valutazione di due elementi: obiettivi individuali (assegnati a inizio anno); i behaviour (comportamenti organizzativi), derivanti dai valori di Gruppo. Il processo prevede anche una fase di auto-valutazione, che potenzia il coinvolgimento del dipendente nel processo sia sul raggiungimento degli obiettivi sia sui behaviour, e la valutazione del potenziale di crescita.

In particolare, nel corso del 2022, l'approccio al performance management di Gruppo è stato ulteriormente migliorato garantendo il massimo grado di allineamento cross-company, attraverso la semplificazione delle declaratorie dei behaviour e delle schede di performance, al fine di rendere sempre più chiare le possibili aree di miglioramento o i punti di eccellenza sia per i manager sia per i dipendenti.

Grazie ai continui feedback raccolti nel corso degli ultimi cicli di valutazione e al fine di allineare maggiormente il sistema con le best practice di mercato, il Gruppo prevede, per il 2024, la possibilità di una fase di revisione complessiva del sistema.

geriale e valorizzazione dei talenti, attraverso il continuo sviluppo di un network e di partnership con le più influenti e consolidate università, istituti e centri di ricerca italiani e internazionali. Allo stesso modo, Angelini Industries dedica profonda attenzione alla cura dei propri dipendenti. In tal senso ha promosso e attivato negli ultimi anni percorsi e iniziative volti a salvaguardare e promuovere il benessere e la salute delle proprie persone: un esempio concreto è l'iniziativa **#Angelini4you**, attraverso la quale il Gruppo offre supporto psicologico alla popolazione aziendale (a livello nazionale e internazionale) e sicurezza sul luogo di lavoro. In tale ottica vanno lette anche le molteplici iniziative intraprese in ambito agile working: il Gruppo ha infatti attivato una serie di attività volte a favorire l'adozione di modalità di lavoro agili con pratiche condivise per il Gruppo, ma declinate secondo le specificità delle country estere o di popolazioni con specifiche condizioni personali (maternità/disabilità/caregiver).



Stabilimento Fine Chemicals, Angelini Pharma, Aprilia (LT), Italia

Organico e pari opportunità

Al 31 dicembre 2022, l'organico del Gruppo è composto complessivamente da **5.613 dipendenti**¹⁷ (3.896 dei quali sul territorio italiano, pari al 69,4% della popolazione totale, sostanzialmente stabile rispetto al 2021¹⁸), in lieve crescita rispetto al 2021 (+2% sul totale).

In linea con i propri valori aziendali e con il Codice Etico di Gruppo, Angelini Industries si impegna a diffondere una cultura del merito, a promuovere collaborazione e inclusione, a valorizzare e rinnovare le proprie competenze. In tale prospettiva, per esempio, l'inserimento dei giovani nel contesto aziendale costituisce una delle leve più efficaci e rilevanti. Si rileva, infatti, come, su 709 nuovi ingressi su scala globale, il 25% sia costituito da giovani under 30. Analogamente, la parità di trattamento e la valorizzazione della diversity costituiscono valori fondanti di Angelini Industries, che si adopera concretamente per assicurare pari opportunità a tutto il personale e garantire la massima inclusione presso le singole realtà aziendali. Di fatto, tutti i progetti di valorizzazione del capitale umano intrapresi rispettano e promuovono le diversità e le pari opportunità all'interno del Gruppo. I percorsi di mobilità interni, così come lo sviluppo di progettualità infragruppo, sfruttano le opportunità derivanti da una workforce composita, facendo leva su criteri di diversità in termini di industry, aree geografiche, genere, seniority e funzione professionale. In tale ottica vanno letti i trend seguenti:

1. Considerando la popolazione degli impiegati, quadri e

dirigenti, **la popolazione di genere femminile rappresenta il 46% del totale – in crescita rispetto al ciclo precedente**. In particolare, all'estero, tale popolazione costituisce il 58% del totale, mentre in Italia rappresenta il 39%, in lieve crescita rispetto agli ultimi 12 mesi. **Con riferimento al perimetro italiano, la popolazione manageriale di Gruppo conta 52 Dirigenti e 308 Quadri di genere femminile, valori in crescita rispetto al 2021.**

2. L'impegno del Gruppo alla parità di trattamento viene confermato anche per quanto concerne i lavoratori appartenenti a una delle categorie protette definite dalle norme vigenti, ai quali il Gruppo offre in Italia concrete opportunità di un impiego stabile (173 in Italia nel 2022).
3. **Garantire la continuità dell'occupazione ai propri dipendenti costituisce un aspetto fondamentale della gestione del personale del Gruppo Angelini Industries.** In crescita rispetto allo scorso anno, **il 94,2% dei lavoratori risulta, infatti, assunto con contratto a tempo indeterminato, mentre circa il 96% (stabile rispetto al 2021) ha un contratto full time.**

Con riferimento al tipo di qualifica dei dipendenti del Gruppo, **in Italia gli impiegati sono la categoria professionale prevalente: sono in totale 1.876 e corrispondono a oltre il 48% della popolazione aziendale presente nel territorio italiano.**

Relativamente alle società estere, si contano in totale 1.717

dipendenti, dei quali circa il 90% appartiene alla categoria dei "white collar"¹⁹.

Quasi il 52% dei dipendenti del Gruppo opera per conto di Angelini Pharma, circa il 27% per Fater e poco più dell'11% per Fameccanica. Fra le altre Società del Gruppo, Angelini Holding, Angelini Beauty e Angelini Wines & Estates contano tutte più di 100 dipendenti.

Per quanto attiene invece alla provenienza geografica, **il Gruppo presenta legal entity in 21 Paesi diversi:** Italia, Austria, Bulgaria, Cina, Francia, Germania, Grecia, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Romania, Russia, Slovacchia, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, Ungheria e USA.

Le persone e il business di Angelini Industries vengono coadiuvati anche da risorse esterne di valore che – per quanto riguarda il solo perimetro italiano – annoverano, per il 2022, **646 collaboratori tra job on call, agenti rappresentanti, interinali/somministrati e stagisti/tirocinanti (12% del totale).**

Nel corso dell'ultima annualità Angelini Industries ha implementato le proprie procedure di raccolta dati sul personale, disponendo ora anche dei dati consolidati relativi ai collaboratori non dipendenti delle Società estere: **nel 2022 si contano in totale 137 collaboratori esterni, di cui**

91 donne, corrispondenti a oltre il 66% del totale.

Si segnala che, rispetto al 2021, la componente femminile dei collaboratori esterni è cresciuta significativamente, passando da 75 unità a 196²⁰ (+161%).

In termini di turnover, nel corso dell'ultimo esercizio Angelini Industries ha assunto 709 nuovi dipendenti, di cui il 46% donne, garantendo un +1% sulla percentuale di popolazione femminile a livello di Gruppo rispetto al 2021. Questo dato è infatti cresciuto significativamente rispetto al 2021, anno nel quale il dato sulle assunzioni di dipendenti donne era pari a circa il 33% del totale.

Il turnover ha portato inoltre un effetto di ringiovanimento della popolazione con un tasso di cessazione maggiore degli ingressi presso la popolazione over 50, bilanciato da un maggior numero d'ingressi presso la popolazione under 30 (25% del totale assunzioni 2022 con un'età inferiore ai 30 anni).

Il turnover negativo del Gruppo, relativamente al 2022, si attesta all'11%, dato in calo dell'8% rispetto allo scorso anno²¹.

SELEZIONE DEI DIPENDENTI

Le persone rappresentano il motore della crescita del Gruppo Angelini Industries, che da sempre investe sul pro-

¹⁷ Il dato riflette il conteggio del numero delle persone (headcount).

¹⁸ Rispetto ai dati delle due annate precedenti, sono esclusi dal totale i job on call, per un totale di 265 unità in Italia, di cui 225 uomini e 40 donne.

¹⁹ Secondo la classificazione utilizzata dalle Società estere, con il termine "white collar" si intendono gli appartenenti alle categorie degli Impiegati, Quadri e Dirigenti.

²⁰ Non vengono inclusi nel conteggio i job on call.

²¹ Il mancato conteggio dei job on call influisce in parte sulla riduzione di tale dato. L'anno scorso i dipendenti a tale categoria erano infatti 253 e sono inclusi nel totale del personale 2021 riportato nel presente documento. Nel 2022 si è ritenuto opportuno non conteggiare i job on call nel totale, in quanto si tratta di contratti attivati a chiamata in più occasioni e relativamente alle stesse teste nel corso di un anno. Date tali considerazioni, si ritiene che il dato riportato in questa forma fornisca informazioni più oggettive sui tassi di turnover del Gruppo.

cesso di recruiting. Diversi sono i canali per la selezione di nuovi talenti, come: collaborazioni con università e scuole, partecipazione a open day di orientamento, ricerca diretta o partnership con i migliori head hunter sul mercato. Il progetto di punta del Gruppo, nell'ambito della strategia di talent acquisition, è rappresentato dal **Future Leaders Program, un piano integrato di formazione e sviluppo professionale finalizzato a rinforzare alcuni dei ruoli manageriali** indicati dalle Società come rilevanti per la crescita di Angelini Industries. La seconda edizione è stata lanciata nel novembre 2021 da Angelini Academy e si è conclusa a maggio 2023, in vista di una nuova in partenza a cavallo tra il 2023 e il 2024. Il programma rappresenta un **metodo innovativo di selezione e inserimento all'interno del Gruppo di nuovi talenti**, ai quali viene fornita la stimolante opportunità di un percorso di apprendimento accelerato, mirato e funzionale.

Future Leaders Program prevede 5 moduli formativi in lingua inglese, 4 dei quali svolti in SDA Bocconi a Milano, e 2 project work nelle diverse geografie delle aziende del Gruppo, che favoriscono l'applicazione pratica delle competenze e conoscenze sviluppate durante la formazione manageriale, per un totale di 18 mesi di formazione. Il programma si rivolge a giovani di diverse nazionalità e con una pregressa esperienza professionale. L'accesso è subordinato al superamento di una serie di prove di ammissione ed è gestito da una Società internazionale di recruiting, mentre la permanenza nel programma è determinata dal superamento degli esami in SDA Bocconi e dal raggiungimento degli indicatori di performance concordati con le Società Operative di Angelini. È prevista la possibilità di partecipazione al programma anche per giovani già assunti da Angelini Industries, selezionati dagli HR manager in condivisione con i direttori di linea dei business, che saranno comunque sottoposti al processo di selezione del recruiter esterno.

La seconda edizione del programma in particolare, ancora attiva nel 2022, ha coinvolto 12 persone provenienti da diverse aziende del Gruppo (Angelini Holding, Angelini Pharma, Angelini Consumer, Fater e Fameccanica), 6 donne e 6 uomini, di cui 3 partecipanti di nazionalità estera.

La strategia di talent acquisition di Angelini Industries viene supportata da un'attività di Employer Branding strutturata e completa. L'approccio dell'Employer Branding si fonda sul far conoscere alla comunità, in generale, e ai potenziali candidati, in particolare, i valori del Gruppo attraverso storie di successo, testimoniate direttamen-

te dai protagonisti, e la condivisione delle iniziative di sviluppo a disposizione dei dipendenti, come per esempio i programmi di Angelini Academy.

Per raggiungere questo obiettivo, Angelini Industries è presente con canali dedicati su Instagram e Facebook e sviluppa contenuti *ad hoc* per il piano editoriale del profilo istituzionale su LinkedIn. Come per le altre aree chiave per la people strategy di Angelini Industries, anche **il processo di recruiting è supportato per tutte le Società Operative da sistemi HR, sviluppati in linea con gli obiettivi di Gruppo** (l'80% dei sourcing need di Gruppo è coperto da una piattaforma condivisa; tale copertura è in via di ulteriore estensione).

La valorizzazione delle risorse di Gruppo è rilevante quanto la ricerca di talenti all'esterno dell'Organizzazione: per questo motivo Angelini Industries ha sviluppato un processo di job posting interno, che prevede la pubblicazione del profilo ricercato sulla intranet aziendale, in modo tale da dare l'opportunità a tutti i dipendenti del Gruppo di candidarsi ed essere valutati per le job opening.



Stabilimento di Produzione Fater, prodotti assorbenti per la persona, Pescara, Italia



Casa Angelini, l'headquarters di Angelini Industries, Roma, Italia

Formazione, cultura manageriale e leadership: Angelini Academy

Un esempio virtuoso che produce benefici alle persone, bisognose di continui stimoli di crescita e sviluppo, è il ruolo, in Angelini Industries, di **Angelini Academy**, che integra e completa le attività di training implementate dalle Società Operative, in un'ottica di medio-lungo periodo.

Nel 2022, per rendere ancora più vicino alle persone il contributo di Angelini Academy allo sviluppo del capitale umano di Angelini Industries, è stato individuato il purpose **"Growing Together; Crescere insieme"** che si declina in: **"La nostra Academy esiste per immaginare, progettare e costruire la crescita del mondo Angelini e delle comunità con cui collaboriamo, insieme alle persone che ne fanno parte"**.

Con questo scopo che anima le sue azioni, Angelini Academy promuove il consolidamento di una cultura manageriale moderna e competente e di uno stile di leadership coerente con i valori di Angelini Industries. Particolare attenzione viene rivolta al desiderio di apprendimento delle giovani generazioni, così come alle iniziative di formazione per le comunità esterne, attraverso la condivisione di conoscenze e competenze.

Il palinsesto formativo è costituito da strumenti di apprendimento, programmi e attività di qualità, grazie alla collaborazione con partner di rilievo internazionale e con lo sguardo rivolto alle competenze del futuro. Il metodo didattico, ricco e diversificato, è ideato per coinvolgere e raggiungere, con i suoi programmi, il maggior numero di persone.

Angelini Academy è impegnata su **4 principali aree di lavoro**:

1. **lo scouting e l'identificazione delle competenze del futuro**, attraverso il coinvolgimento di centri di ricerca internazionali come università e business school; questo spostamento in avanti del baricentro, per la funzione che si occupa di training a livello centrale, viene vissuto come un efficace supporto alle Società Operative, poiché contribuisce a introdurre, nelle linee di business, nuove competenze che spingono le persone a uscire dalla propria zona di comfort e a sperimentare modi diversi di fare le cose;
2. **l'erogazione di percorsi di formazione di alta qualità** per i dipendenti di Angelini Industries, con l'obiettivo di allargare sempre di più coinvolgimento e inclusività;
3. **la realizzazione di iniziative di formazione rivolte alle famiglie dei dipendenti e alle comunità esterne (iniziative di Community Empowerment)**;
4. **l'attivazione di progetti di ricerca e sperimentazione con business school internazionali e università**.

L'offerta formativa, erogata centralmente e in continua evoluzione, consta di programmi di sviluppo della leadership, formazione manageriale avanzata e valorizzazione dei talenti. L'accademia interna è sostenuta da Angelini Holding e include nei suoi percorsi educativi tutte le aziende di Angelini Industries. La formazione tecnica e la formazione manageriale che risponde a

specifiche esigenze del business sono invece di competenza delle aziende operative.

Questa modalità di lavoro consente ad Angelini Academy di rispondere all'obiettivo numero 4 "educazione di qualità" di sviluppo sostenibile (SDGs).

Tra le varie iniziative offerte dall'Academy è possibile menzionare:

- **Leadership talk:** eventi in cui ragionare con esperti interni ed esterni all'Azienda per stimolare una riflessione, fuori dagli schemi, sugli scenari che attendono i leader del futuro;
- **Programmi di leadership interaziendali** presso le business school, a sostegno della leadership di top e senior manager;
- **Mastery Program:** programmi formativi *ad hoc* per supportare cambi di ruolo e talenti del Gruppo;
- **Bootcamp in design thinking:** tecnica di visualizzazione e collaborazione per gestire la complessità e trovare soluzioni in condizioni di incertezza;
- **Mentoring interaziendale:** trasferimento di esperienze e conoscenze da Manager senior a Manager più giovani, a supporto dei loro percorsi di carriera, cambi di ruolo o piani di successione;
- **Future Leaders Program:** acceleratore di carriera per giovani ad alto potenziale, interni ed esterni all'Organizzazione, che decidono di abbandonare la loro zona di comfort e investire in un percorso di crescita fatto di studio e di esperienza sul campo, che li porterà ad atterrare, dopo 18 mesi, su una posizione manageriale in una delle aziende del Gruppo;
- **Corsi asincroni** sui temi: **Lean Thinking and Agile Approach** e **Personal Branding**.

Nel 2022 Angelini Academy ha erogato oltre 10.000 ore di formazione ai dipendenti del Gruppo, in crescita rispetto al 2021, a dimostrazione dell'impegno dell'Azienda nel fornire una costante attività di formazione professionale, leva indispensabile per la realizzazione delle strategie di business. Il focus di Angelini Academy è sull'intera popolazione aziendale, con criteri di accesso ben delineati che garantiscono la partecipazione ai programmi di sviluppo a risorse afferenti a tutti i livelli dell'organizzazione di Gruppo. Rispetto al 2021, si riscontra un **aumento considerevole delle iniziative di formazione dedicate ai giovani dipendenti del Gruppo Angelini Industries (+15 punti % rispetto al 2021)**, in linea con il loro desiderio di crescita e apprendimento. Si segnala inoltre come, sul totale di ore erogate nel

2022, il 43% abbia coinvolto la popolazione di genere femminile (un aumento di 2 punti % rispetto al 2021) così come aumentano le ore di formazione erogate alla popolazione aziendale estera, che raggiungono il 20% del totale (+5 punti % rispetto al 2021).

In termini di ore medie di formazione, alle dipendenti donne sono state erogate più ore, circa 4, dato in aumento di oltre il 10% rispetto al 2021. Le dirigenti donne sono la categoria professionale che nel 2022 ha ricevuto più formazione, partecipando in media a circa 31 ore ciascuna dei corsi di Angelini Academy.

Il dettaglio dei corsi di formazione erogati da Angelini Academy nel corso del 2022 è riportato in Appendice. Nel corso del 2022, Angelini Academy ha erogato percorsi di formazione di eccellenza, basati sulle capacità da formare. I corsi sono suddivisi in **tre aree**, rivolte a target differenti, e con caratteristiche e finalità specifiche:

1. **Leadership Model:** competenze di leadership del futuro strettamente collegate alla cultura e ai valori aziendali (Change, Accelerator, Leading Networks, Managing Complexity, Mastering Data&Insights, Emotional Intelligence, Leading Business with Ethics);
2. **Advanced Managerial Skills:** Managing People, Managing Technologies, Managing Business;
3. **Community Empowerment:** una serie di attività formative pensate per le famiglie dei dipendenti Angelini e le comunità in cui opera Angelini Industries.

A conferma del grande impegno a sostegno delle nuove generazioni, si segnalano 3 diverse iniziative rivolte a giovani particolarmente meritevoli:

- **Il 2022 ha visto la partecipazione di Angelini Industries al Capstone Program dell'Università MIT:** due studenti in data science del MIT sono stati coinvolti in un progetto di ricerca presso una delle aziende di Angelini Industries. L'accordo di membership tra Angelini Industries e MIT, attivato da Angelini Academy, della durata di 2 anni, prevede inoltre la possibilità per Angelini Industries di entrare in contatto con i ricercatori e con le circa 2.000 start-up legate al MIT in diverse aree (biotecnologia, ICT, nanotecnologia, salute ecc.). A cura di Angelini Academy saranno, infine, identificati programmi di formazione e di ricerca dell'università americana da destinare a tutta la popolazione aziendale, in un'ottica di crescita delle competenze professionali in ambito tecnologico.



- Angelini Academy ha co-finanziato insieme all'Università Mercatorum una borsa di studio di dottorato industriale in ambito Big Data e Artificial Intelligence.
- Nel 2022 Angelini Academy ha lanciato l'iniziativa **Hack4Change:** un hackathon digitale che ha coinvolto 350 studenti di talento provenienti dai principali Politecnici italiani. Questi ragazzi e ragazze, con il sostegno e la mentorship di Fameccanica, l'azienda tecnologica del Gruppo Angelini Industries, hanno lavorato all'ideazione di applicazioni tecnologiche che portassero innovazione nei processi aziendali.

Infine, relativamente alla formazione tecnica extra-Academy, **in tutto il Gruppo Angelini Industries sono state erogate in totale oltre 177.000 ore di formazione, di cui circa il 47% a donne e il 53% a uomini.**

Tutela della salute e sicurezza

In virtù delle attività che lo caratterizzano, il Gruppo Angelini Industries considera da sempre le tematiche della salute e sicurezza sul lavoro, della prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali temi fondanti del proprio operare. Di fatto, la visione del Gruppo in materia di benessere e sicurezza del lavoratore include:

- il rispetto della legislazione e degli accordi applicabili alla sicurezza;
- l'affermazione che la responsabilità nella gestione della sicurezza sui luoghi di lavoro riguarda l'intera organizzazione aziendale;
- l'impegno costante al miglioramento e alla prevenzione dei casi di infortunio e incidente;
- la formazione e l'aggiornamento dei dipendenti sui temi della salute e sicurezza, in modo tale che i lavoratori siano sensibilizzati e formati per svolgere i loro compiti in sicurezza e per assumere le loro responsabilità;
- l'impegno a riesaminare periodicamente la politica stessa e il sistema di gestione attuato;
- la definizione e la diffusione, all'interno del Gruppo, degli obiettivi di sicurezza sui luoghi di lavoro e dei relativi programmi di attuazione.

Lo scopo finale resta quello di **migliorare le condizioni di sicurezza all'interno dell'ambiente di lavoro, attraverso un'analisi capillare dei processi e delle attività**, con la finalità ultima di ridurre gli infortuni sui luoghi di lavoro e tutelare i dipendenti.

Per questo motivo, il rafforzamento della cultura interna aziendale in materia di salute e sicurezza a tutti i livelli organizzativi e la costante propensione al miglioramento continuo dei sistemi posti in essere rappresentano obiettivi imprescindibili per il Gruppo. Questa visione si riflette nell'azione delle singole Società Operative, che pongono grande attenzione al tema della salute e sicurezza dei propri lavoratori. Operando in settori differenti, ciascuna Società Operativa adotta uno specifico sistema di gestione idoneo all'ambito di business.

Le Società del Gruppo Angelini Industries svolgono un'**analisi sistematica dei pericoli che si possono presentare nella vita professionale dei soggetti in relazione all'attività svolta**, procedendo di conseguenza all'**individuazione delle misure di prevenzione e di protezione tecniche, organizzative e procedurali da mettere in atto** per eliminare, se possibile, o perlomeno ridurre i rischi, a partire da un elenco dei fattori di rischio.

I pericoli e i rischi a essi correlati sono determinati sulla

base delle mansioni lavorative e delle attività a esse associate. Eventuali rischi residui sono gestiti tramite misure tecnico-organizzative, procedure aziendali, piani di formazione, informazione e addestramento, utilizzo di Dispositivi di Protezione Individuale (DPI).

I principali rischi identificati all'interno delle diverse Società del Gruppo sono soprattutto:

- **Meccanici:** schiacciamento, taglio, urto, abrasione, perdita di stabilità, scivolamento ecc.;
- **Ustioni:** contatto con superfici troppo calde e contatto con fiamme;
- **Elettrici:** fenomeni elettrostatici.

In generale, la valutazione dei rischi, svolta per tutti i siti/organizzazioni del Gruppo, permette di valutare il livello di tutti i pericoli identificati e implementare le opportune misure di prevenzione e protezione, al fine di ridurre i rischi conseguenti fino a un livello accettabile. Le implementazioni di tali misure, ormai consolidate nel tempo, rispettano la gerarchia dei controlli, poiché si favoriscono le misure tecniche e organizzative. I sistemi di gestione implementati fanno sì che il fattore umano sia quasi sempre l'unica discriminante che entra in gioco in caso di eventi infortunistici; tuttavia, tramite la continua formazione del personale in materia di salute e sicurezza, il Gruppo ha l'obiettivo di rendere minimale anche questo aspetto.

Di seguito vengono elencate alcune delle **best practice delle Società Operative del Gruppo Angelini Industries in tema di salute e sicurezza**:

- Angelini Pharma, Fameccanica e Fater dispongono del Sistema certificato di Gestione Salute e Sicurezza secondo la norma volontaria **UNI ISO 45001:2018**;
- Fater organizza mensilmente un **Safety Meeting**: il gruppo HS&E si riunisce con la leadership di sito per visionare le misure di salute e sicurezza dello stabilimento;
- Fameccanica dispone di una Politica che descrive l'impegno concreto dell'Alta Direzione sui temi della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro, tenendo in considerazione la natura e la dimensione aziendale, il contesto in cui opera, i fattori impattanti sulla salute, la sicurezza dei lavoratori, l'ambiente con i relativi rischi, la tipologia dei contratti di lavoro. È previsto, inoltre, un programma annuale di audit che viene effettuato dall'area HS&E dal quale possono scaturire miglioramenti condivisi e assegnati ai vari responsabili dei reparti di riferimento per opportuno trattamento.

La tabella a seguire riporta i dati aggregati sugli infortuni registrati dal Gruppo Angelini Industries nel corso dell'ultimo triennio.

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI SUL LAVORO ²²	2020	2021	2022
Numero decessi a seguito di infortuni sul lavoro	0	0	0
Numero infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi)	1	0	1
Numero infortuni sul lavoro non gravi	12	24	13
Numero infortuni <i>in itinere</i>	0	0	0
Numero decessi derivanti da malattie professionali	0	0	0
Numero casi di malattie professionali registrabili	0	0	1
Numero ore lavorate	5.077.054	5.354.437	6.615.376

Nel corso del 2022, il Gruppo Angelini Industries ha registrato un totale di 14 infortuni sul lavoro, di cui 1 grave e 13 senza gravi conseguenze. Il dato è in calo di quasi il 42% rispetto allo scorso anno. Gli infortuni sono relativi all'utilizzo di macchinari e attrezzature, a contusioni, contatti

con sostanze chimiche e incidenti con veicoli. Nel 2022 e nel corso di tutto l'ultimo triennio, il Gruppo non ha registrato alcun caso di decesso in seguito a infortuni sul lavoro.

TASSI DI INFORTUNI ²³	2020	2021	2022
Tasso di decessi ²⁴	0	0	0
Tasso di infortuni con gravi conseguenze ²⁵	0,20	0	0,15
Tasso di infortuni non gravi ²⁶	2,36	4,48	1,97

²² Sono esclusi dal perimetro i dati relativi alla Società Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H. (Germania), in quanto non è stato possibile ricavare evidenze solide sulla correttezza del dato fornito. L'Azienda si sta tuttavia impegnando per colmare questa lacuna nei futuri periodi di rendicontazione. I dati relativi al numero totale di ore lavorate, con riferimento agli anni 2020 e 2021, sono stati aggiornati al fine di allineare le informazioni riportate con il nuovo perimetro di rendicontazione del 2022, rispettando così il principio di comparabilità dello standard GRI.

²³ I dati relativi ai tassi di infortuni degli anni 2020 e 2021 sono stati ricalcolati in seguito all'aggiornamento del dato relativo al totale di ore lavorate.

²⁴ (Numero di decessi risultanti da infortuni sul lavoro/Numero di ore lavorate) x 1.000.000.

²⁵ (Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi)/Numero di ore lavorate) x 1.000.000.

²⁶ (Numero di infortuni sul lavoro non gravi/Numero di ore lavorate) x 1.000.000.

Welfare e benessere socio-organizzativo

Prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni si conferma una priorità di Angelini Industries: in tal senso il welfare aziendale rappresenta una dimensione fondamentale per il Gruppo, volta a rafforzare il legame esistente tra il datore di lavoro e i propri dipendenti, per consentire a questi ultimi di svolgere le loro attività professionali garantendo la massima produttività. A testimonianza di questo, tra le altre numerose iniziative il Gruppo Angelini Industries, sfruttando il Decreto Aiuti-*quater*, è riuscito a offrire interventi straordinari nel 2022 per rispondere al difficile scenario economico; **la Società ha infatti erogato un contributo *una tantum* di 500 Euro per contenere l'impatto dell'inflazione sui bilanci familiari. A beneficiarne sono stati tutti i dipendenti non dirigenti italiani delle Società Controllate al 100% da Angelini Industries, per un totale di circa 2.700 persone, con uno stanziamento complessivo di oltre 1 milione e 250 mila Euro.**

Il welfare si conferma da anni tra le priorità della people strategy di Gruppo attraverso un insieme variegato di servizi, iniziative e strumenti rivolti a migliorare il benessere dei collaboratori. L'offerta, che ogni Società del Gruppo declina in base alle sue specificità, ha valorizzato 3 ambiti in particolare: **family care** e **people care**, in cui sono stati raggiunti importanti risultati sul fronte della flessibilità, con lo smart working rafforzato sia per mamme sia per papà; il terzo pilastro invece è e continua a essere la salute delle persone, **healthcare**, sia dal punto di vista fisico sia psico-fisico.

Tra i servizi promossi in questi tre ambiti figurano:

- **assistenza sanitaria integrativa per i quadri:** l'assistenza prevede la diaria da ricovero, l'indennizzo anticipato sui ricoveri con intervento, odontoiatria, visite specialistiche, spese per alta diagnostica, lenti, prestazioni private per gravi malattie, prevenzione;
- **previdenza integrativa e fondi sanitari di categoria,** come per esempio la polizza vita garantita per tutti i dipendenti;
- **borse di studio per merito per i figli dei dipendenti** che sono studenti universitari o delle scuole superiori, che rappresentano da anni un importante progetto di welfare che racconta alcuni dei valori in cui crede Angelini Industries, come crescita, merito e innovazione. Nel 2022 il progetto è entrato a far parte dell'offerta formativa di Angelini Academy ed è stato profondamente rinnovato e arricchito. Hanno aderito **più di 200 giovani, appartenenti a 5 diverse categorie tra studenti universitari e delle scuole superiori di secondo grado. Sono state erogate più di 70 borse di studio e oltre 120 buoni libri** riconosciuti agli studenti meritevoli che non sono rientrati nella classifica finale dei vincitori. Per la prima volta, è stato realizzato un evento in presenza, che ha visto la partecipazione di genitori e figli. Angelini Academy, in linea con il proprio purpose, ha colto l'occasione per premiare il merito dei vincitori e fornire strumenti concreti a supporto del percorso formativo e professionale, organizzando laboratori di orientamento per i ragazzi e un talk dedicato ai genitori su sfide,

contesti e competenze del futuro. Il progetto borse di studio verrà ulteriormente valorizzato nel 2023 con l'estensione alle Società estere di Angelini Industries;

- **piattaforma di flexible benefit** su cui è possibile spendere uno specifico importo per usufruire di servizi quali il pagamento di rette scolastiche, asili, centri estivi, badanti, babysitter e altri servizi per la famiglia e la persona;
- **acquisto di prodotti del Gruppo a prezzi agevolati;**
- **pacco natalizio e un dono per i figli di dipendenti fino a 8 anni.**

Anche le iniziative intraprese in ambito agile working costituiscono un'importante leva di sviluppo dell'employee well-being, contribuendo inoltre ad accrescere i livelli di engagement misurati presso la popolazione aziendale. Oltre alla previsione di modalità diversificate di lavoro da remoto per i dipendenti delle Società estere, diversificate sulla base di normative ed esigenze locali, e l'**adozione di modalità di lavoro agile per tutte le Società Operative italiane**, Angelini Industries è costantemente tesa allo sviluppo del proprio modello di lavoro in ottica agile. Tale impegno è stato testimoniato negli anni da una serie di iniziative e progettualità atte a promuovere e semplificare le modalità di lavoro, che includono per esempio lo sviluppo di un **ecosistema di collaboration e co-sharing digitale**, inclusivo di una **piattaforma di digital onboarding a sostegno dei processi di assunzione e coinvolgimento dei nuovi dipendenti**, attiva dai 15 giorni precedenti alla data d'ingresso in Azienda e fino ai 6 mesi successivi, per consentire un efficace onboarding e semplificare i processi relativi anche da remoto tramite una completa digitalizzazione dei flussi informativi e amministrativi, ma anche l'estensione del panel di strumenti di lavoro da remoto resi disponibili ai dipendenti.

I dipendenti di Casa Angelini sono, inoltre, annualmente coinvolti su base volontaria su due specifiche iniziative di valore in ambito welfare e social responsibility:

- **donazione del sangue:** due volte all'anno, l'autoemoteca di AVIS Roma viene ospitata presso Casa Angelini per raccogliere donazioni di sangue da parte dei dipendenti aderenti (adesione in crescita del 100% rispetto al 2021);
- **vaccini antinfluenzali:** in partnership con un'istituzione sanitaria di primo piano, viene annualmente offerta ai dipendenti l'opportunità di effettuare la vaccinazione anti-influenzale presso le strutture aziendali. Il tasso di

adesione dell'ultima campagna si è attestato al 45% dei dipendenti di Casa Angelini (circa 270 persone).

Consapevole dell'importanza del tema della salute sia fisica sia mentale, Angelini Industries ha avviato un programma di **Mind & Body health** rivolto a tutti i dipendenti del Gruppo ed esteso anche a parenti e amici, che prevede 6 webinar teorici e 6 pratici sulla mindfulness e che proseguirà nel 2023 con sessioni giornaliere di mindfulness. Angelini Industries ha confermato anche per il 2022 il **programma di supporto psicologico** che prevede i seguenti servizi:

- la possibilità per tutti i dipendenti di avere fino a 5 sessioni di counseling con psicologi di primo livello;
- l'opportunità di porre domande in anonimato su un forum, alle quali uno psicologo darà risposta;
- l'occasione di aggiornarsi su tematiche relative alla salute mentale attraverso newsletter, articoli e webinar.

Come ricordato, tale servizio vede un canale dedicato e preferenziale per le vittime di violenza domestica, nel quadro di un più vasto piano di sviluppo di una policy di Gruppo in tale ambito.

Nel corso del 2022, i partecipanti alla piattaforma #Angelini4you ammontano a circa 1.700 e, in percentuale diversa, proporzionale al numero dei dipendenti, coinvolgono tutte le aziende di Angelini Industries.

In particolare, si riscontra un utilizzo pari al 48% per il settore Salute, il 35% per Largo Consumo, l'11% per Tecnologia Industriale, infine la rimanente quota del 6% è attribuita alla Holding.

Rapporto con la comunità: L'impegno di Fondazione Angelini

Interamente finanziata dagli utili di impresa, Fondazione Angelini conduce le proprie attività secondo il principio guida del Gruppo Angelini Industries: prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni. La Fondazione sostiene progetti e interventi di natura solidale nel campo del sociale, della salute e della cultura, con una particolare attenzione ai territori in cui è presente il Gruppo Angelini Industries.

Fondazione Angelini si ispira a valori fondamentali ed ecumenici: l'attenzione verso le persone, la presa in carico dei più deboli, l'educazione, il rispetto per tutto quello che ci circonda e per l'ambiente in cui viviamo. Valori senza tempo e al contempo di straordinaria modernità che ne ispirano lo sguardo rivolto al futuro.

Fondata nel 2010, ha al suo attivo numerosi progetti. Tra i più recenti, si segnala, nel 2022, la realizzazione del progetto ReStart.

ReStart, realizzato da Fondazione Angelini con il supporto scientifico dell'Università Politecnica delle Marche e in collaborazione con Confartigianato, Confcommercio, Confesercenti, CNA e con i Confidi UNI.CO. e FI.M.CO.S.T., nasce per dare un sostegno alle piccole e piccolissime realtà imprenditoriali colpite dalla crisi economica, generata dalla pandemia da Covid-19, attraverso linee di intervento mirate ad alleggerire posizioni debitorie e a sostenere la liquidità e l'accesso al credito. Il progetto ha preso il via nella regione Marche con uno stanziamento complessivo di 2 milioni di Euro a favore di oltre 2.000 micro-imprese. I fondi sono stati erogati attraverso le associazioni di

categoria presenti sul territorio regionale e il sistema dei Confidi, che hanno individuato le aziende beneficiarie, sulla base di criteri elaborati dall'Università Politecnica delle Marche.

Alla firma della lettera d'intenti tra Fondazione Angelini, le associazioni di categoria e i Confidi, avvenuta presso la Facoltà di Economia dell'Università Politecnica delle Marche il 13 aprile 2022, è seguita la firma della convenzione, tramite cui è stato avviato ufficialmente il processo di erogazione dei fondi.

Nel 2022, inoltre, Fondazione Angelini ha portato avanti attività di supporto a realtà del terzo settore. In particolare, ha contribuito alla creazione del più grande **centro di cure palliative pediatriche** in Italia, unico dell'Italia centrale, realizzato dall'**Ospedale Pediatrico Bambino Gesù** a Fiumicino e inaugurato a marzo 2022. Ha supportato organizzazioni impegnate nell'**emergenza umanitaria in corso in Ucraina**: Unicef, Croce Rossa Italiana, Centro Astalli, Comunità di Sant'Egidio. Fondazione Angelini ha inoltre preso parte alla seconda edizione degli **Stati Generali della Natalità**, l'evento promosso da Fondazione per la Natalità che si pone l'obiettivo di promuovere una riflessione sul tema della natalità che coinvolga l'intero Sistema Paese, provare a fare proposte per invertire il trend demografico e immaginare una nuova narrazione della natalità.

Sempre nel 2022, Fondazione Angelini ha sostenuto un progetto rivolto a 50 scuole primarie di Roma per l'anno scolastico 2022-2023, promosso da **Mus-e**, onlus che organizza laboratori di arte per educare al valore della

bellezza e dell'empatia e promuovere il superamento di barriere culturali e di emarginazione in ambienti sociali problematici. Ha rinnovato il sostegno a **Fondazione Istituto Nazionale del Dramma Antico** per supportare lo svolgimento della stagione estiva di spettacoli nel Teatro Greco di Siracusa; supportato **"Educare con lo sport"**, iniziativa di inclusione per bambini tenutasi l'11 maggio 2022 in provincia di Caserta, nonché il restauro del Foedus Christianum, trattato del XVI secolo dedicato al tema della pace universale, conservato presso la **Biblioteca delle Nazioni Unite di Ginevra**.

A fianco dell'operato svolto dalla Fondazione, Angelini Industries restituisce valore alle comunità nelle quali opera anche attraverso la formazione erogata dalla sua Corporate Academy.

Angelini Academy ha un purpose, che si sintetizza nelle parole "crescere insieme; growing together", coerente con il purpose del Gruppo Angelini Industries in quanto immagina, progetta e costruisce la crescita del mondo Angelini e delle comunità con cui collabora, insieme alle persone che ne fanno parte.

Tre sono i contributi formativi che Angelini Academy dedica alle comunità:

- **area salute e prevenzione**: ne è un esempio l'organizzazione del seminario dal titolo "Prevenzione e stile di vita: consigli utili e supporto per prevenire il tumore al seno", un incontro organizzato in occasione della Giornata Nazionale per la Salute della Donna da Angelini Academy, con il contributo di Angelini Pharma ed Europa Donna Italia. Aperto a tutti e trasmesso sui canali LinkedIn e Facebook di Angelini Industries, si è concentrato sull'importanza della prevenzione e sul superamento della paura, anche attraverso il supporto psicologico, l'autodiagnosi e la sensibilizzazione. Con la stessa finalità e con il desiderio di condivisione che la anima, nel 2022 Angelini Industries ha sperimentato l'estensione a parenti e amici dei dipendenti del programma Mind & Body health, un percorso finalizzato al benessere fisico e mentale delle persone che dà la possibilità di accedere a webinar teorici e pratici incentrati sulla mindfulness.
- **Supporto alle giovani generazioni**: ne è un esempio l'iniziativa **Hack4Change, un hackathon digitale che ha visto la partecipazione di oltre 350 studenti provenienti da diversi politecnici italiani**. Le challenge affrontate

dai giovani universitari, prevalentemente ingegneri, hanno visto l'applicazione della tecnologia sia al miglioramento dell'esperienza lavorativa delle persone sia all'utilizzo dei dati come supporto a un processo decisionale robusto e sistemico. Hack4Change è stato sviluppato in collaborazione con Fameccanica, l'azienda tecnologica del Gruppo Angelini Industries, che ha messo a disposizione dei giovani studenti competenza tecnologica e mentoring e ha ottenuto ricadute positive in termini sia di attrattività di talenti sia di employer branding.

Allo stesso modo, Angelini Academy ha dedicato per la prima volta nel 2022 un'esperienza formativa sulle competenze del futuro ai vincitori delle borse di studio Angelini, 73 figli dei dipendenti del Gruppo. Questi ragazzi, universitari e liceali, oltre ad aver ricevuto un riconoscimento economico da investire sul loro percorso scolastico, hanno avuto l'occasione di allenarsi sulle competenze che dovranno mettere in campo quando termineranno la carriera scolastica ed entreranno nella società adulta.

- **Allenamento manageriale**: Angelini Academy, collaborando con le migliori Business School internazionali, offre occasioni di ispirazione e riflessione utili ad approfondire tematiche legate alla comprensione del contesto attuale, l'innovazione e la gestione del cambiamento, sia all'interno sia all'esterno dell'Azienda. Ne sono un esempio due webinar realizzati nel 2022 in collaborazione con Harvard Business Review Italia, dedicati a:
 - interpretare l'impatto sulla società dell'accelerazione del cambiamento in epoca post-Covid;
 - sviluppare la capacità di cogliere i segnali di un contesto economico in rapida evoluzione attraverso la lettura e la comprensione dei dati.

05. Capitale naturale

Carbon Footprint e Progetto LCA

Iniziative di **Carbon Footprint** in ambito Largo Consumo (Fater) e **Progetto LCA** in ambito Profumeria e Dermocosmesi (Angelini Beauty)

LEED Platinum in New Construction

Certificazione **LEED Platinum in New Construction** per **Casa Angelini**

57.487 GJ

Autoprodotti **57.487 GJ** di energia elettrica grazie a impianti fotovoltaici e di cogenerazione

40%

Incidenza dei rifiuti prodotti destinati a processi di recupero e riciclo: 40%

Capitale naturale²⁷ Tutela dell'ambiente

La tutela, la salvaguardia e la preservazione della sfera ambientale sono parte integrante della storia di Angelini Industries e vanno oltre la semplice conformità normativa. Il Gruppo riconosce infatti l'importanza della **protezione e della salvaguardia dell'ambiente all'interno delle decisioni strategiche del business** e si impegna nella tutela e difesa dell'ecosistema e nella conservazione delle sue risorse naturali, al fine di creare valore sostenibile a vantaggio dell'Organizzazione, dei suoi stakeholder e delle generazioni future.

Angelini Industries è consapevole del ruolo determinante che le aziende ricoprono nella **lotta al cambiamento climatico**, così drammaticamente messo in luce dagli eventi che hanno caratterizzato questi ultimi anni e, a tal riguardo, si impegna attivamente a minimizzare ogni eventuale impatto derivante dai propri processi produttivi e a promuovere **comportamenti responsabili lungo la filiera del valore**, al fine di contribuire al raggiungimento dell'obiettivo della riduzione delle emissioni di CO₂, come stabilito dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, attraverso:

- il **consumo razionale di risorse energetiche**, privilegiando l'approvvigionamento da fonti rinnovabili a basso impatto ambientale;
- la **conservazione di risorse naturali limitate e l'utilizzo di materie prime e prodotti con ridotto impatto ambientale**, favorendone il riciclo o il riutilizzo;
- la **gestione attenta degli scarti e dei rifiuti** generati dalle attività produttive.

Per questo motivo, l'intero Gruppo si pone l'obiettivo non solo di **applicare i più elevati standard nel campo della tutela ambientale**, ma anche di **perseguire il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali attraverso l'applicazione delle migliori tecnologie disponibili per prevenire e ridurre i propri impatti**. In questo contesto è possibile menzionare alcune delle attività avviate in ambito ambientale, tra cui:

- l'adozione, da parte delle principali Società Operative (Angelini Pharma, Fameccanica, Fater), di un **Sistema di Gestione Ambientale** conforme alle linee guida dello standard **ISO 14001:2015** e, da parte di Fameccanica e Fater, di un **Sistema di Gestione dell'Energia** conforme alle linee guida dello standard **ISO 50001:2011**, certificati da un ente terzo indipendente;
- lo sviluppo da parte della Società Angelini Pharma di alcuni **impianti di cogenerazione; pannelli fotovoltaici; sistemi di riduzione dei consumi idrici quali torri di raffreddamento ad alta efficienza; impianti per il recupero di solventi organici da riutilizzare all'interno del ciclo produttivo; invio preferenziale dei rifiuti a impianti per il recupero del materiale;**
- lo sviluppo di iniziative volte a ridurre l'impatto ambientale attraverso l'implementazione di progetti che concorrono alla **riduzione delle emissioni di CO₂**;
- l'**utilizzo di materiali facilmente riutilizzabili e/o riciclabili** - per esempio, carta di tipo EFC, plastica PET - all'interno dei prodotti e del packaging.

²⁷ I dati riportati in questo Capitolo si basano sulle seguenti limitazioni di perimetro: per Angelini Pharma S.p.A. sono state considerate le performance ambientali delle sedi produttive (Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc. (USA)); per Angelini Beauty G.m.b.H. sono stati considerati solo i consumi di gasolio a causa della mancata comunicazione dei dati da parte del locatario.

Best practice ambientali

Casa Angelini ha recentemente ottenuto la **certificazione LEED Platinum in New Construction** e sta concorrendo per ottenere la **certificazione LEED EBOM 4.1**



Angelini Pharma si è dotata di una **Politica Ambientale** a testimonianza dell'impegno dell'Alta Direzione a realizzare, adottare e mantenere un **Sistema di Gestione Ambientale** efficiente, individuando gli obiettivi che l'Organizzazione intende perseguire nel campo della tutela e salvaguardia dell'ambiente, ai sensi della **UNI EN ISO 14001:2015**. In particolare, tale Politica è volta a ridurre gli impatti ambientali diretti e indiretti, adottando le migliori tecnologie disponibili e i comportamenti virtuosi, con particolare attenzione al contenimento:

- dei rifiuti prodotti, favorendo il riciclo o il recupero, anche attraverso una sempre più attenta e incisiva differenziazione all'origine;
- dei consumi specifici energetici e delle risorse idriche a disposizione.

Al fine di perseguire gli obiettivi riportati nella Politica, l'Azienda si è dotata di **impianti di cogenerazione; pannelli fotovoltaici; sistemi di riduzione dei consumi idrici quali torri di raffreddamento ad alta efficienza; impianti per il recupero di solventi organici da riutilizzare all'interno del ciclo produttivo; oltre a misure riguardanti l'invio preferenziale dei rifiuti a impianti per il recupero di materia o allo smaltimento**.

Uno dei pilastri fondamentali della Politica Ambientale implementata da Angelini Pharma riguarda l'attuazione di iniziative e misure volte all'efficientamento energetico e all'utilizzo responsabile delle risorse.

L'Azienda si avvale da anni di un **Team Energy**, un gruppo di lavoro interfunzionale che coinvolge energy manager, maintenance operations, engineering e procurement e che opera in modo trasversale sul processo di consumo

dell'energia secondo lo **schema PDCA ISO 50001**, con l'obiettivo di ridurre gli sprechi e massimizzare l'efficienza energetica.

Gli interventi sull'efficientamento energetico realizzati da Angelini Pharma si fondano anche sull'**applicazione di Intelligenza Artificiale**. Il Plant di Ancona si è dotato dalla fine del 2020 di una **piattaforma informatica Smart Energy, basata su AI**, che permette di gestire l'efficienza energetica della singola macchina/impianto, basandosi su un algoritmo di anomaly detection, utilizzato per identificare anomalie di rendimento e consumo.

Negli stabilimenti produttivi, inoltre, sono state adottate misure che vanno dall'introduzione di frigoriferi con curve climatiche ottimizzate all'installazione di sistemi di trattamento dell'aria (riscaldamento, ventilazione e condizionamento), che minimizzano l'energia utilizzata per il riscaldamento degli ambienti e massimizzano il recupero termico tramite cogenerazione. Ciò ha permesso di **ridurre le emissioni di CO₂** dei siti produttivi di oltre **4.000 tonnellate l'anno**.

Nel corso di quest'anno, l'Azienda ha avviato un'iniziativa di **Carbon Footprint Analysis** estesa a tutta la catena di fornitura.

L'Azienda ha inoltre realizzato, nel corso degli anni, numerosi investimenti significativi volti alla sostituzione delle macchine dedicate ai cicli produttivi primari, con una conseguente riduzione dei consumi energetici.

Per il 2022, **l'energia risparmiata**, in tonnellate equivalenti di petrolio, è stata pari a **1.627 tep** (rif. comunicazione risparmi art. 7, comma 8, D.Lgs. 102/14).

Inoltre, continuano a essere mantenute in esercizio le tecnologie precedentemente installate, quali:

- impianti fotovoltaici;
- sistemi di cogenerazione;
- impianti di illuminazione a basso consumo energetico.

Grazie ai propri impianti di **cogenerazione ad Ancona e cogenerazione e fotovoltaico ad Aprilia**, l'Azienda ha **auto-prodotto 15.854.365 kWh** di energia elettrica nel 2022.



Fater considera il rispetto per l'ambiente un fattore strategico nelle scelte e nella pianificazione aziendale. La Società segue infatti le norme internazionali **ISO 14001:2015** e **ISO 50001:2008**, oltre allo strumento europeo **EMAS (Eco-Management and Audit Scheme)**. Fater, pertanto, si impegna a controllare e a ridurre gli impatti ambientali derivanti dalle attività svolte, coniugando l'attenzione all'ambiente con lo sviluppo di prodotti e servizi innovativi, sicuri e adeguati alle nuove esigenze di mercato. Dotatasi di un Net Zero Team, con l'obiettivo di guidare la decarbonizzazione della Compagnia, a marzo 2022, il Gruppo **Fater ha aderito alla Science Based Target initiative** con l'obiettivo di stabilire target di decarbonizzazione, scientificamente individuati e in linea con quanto ratificato dall'Accordo di Parigi, in modo tale da contrastare il cambiamento climatico e il conseguente innalzamento della temperatura terrestre. I quattro stabilimenti produttivi sono attualmente oggetto di un'analisi di **Carbon Footprint**, avviata dall'Azienda seguendo i parametri del Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol) al fine di quantificare gli impatti emissivi totali generati dall'Organizzazione. La Carbon Footprint permette di stimare le emissioni di gas serra in atmosfera determinate da un'organizzazione, considerando le principali categorie di attività a monte e a valle della value chain.

FAMECCANICA



Fameccanica si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale conforme alla norma internazionale **ISO EN UNI 14001** e di un Sistema di Gestione dell'Energia conforme alla **ISO EN UNI 50001** per gli stabilimenti italiani di San Giovanni Teatino (CH). Entrambi i sistemi di gestione sono oggetto di auditing annuale di terza parte. A supporto della ISO 50001, l'Azienda ha adottato una specifica politica sulle tematiche energetiche, provvedendo a effettuare, periodicamente, analisi energetiche e diagnosi energetiche previste dalla normativa D.Lgs. 102/14. Fameccanica inoltre è titolare dell'**Autorizzazione Unica Ambientale (AUA)**. A riprova della costante attenzione agli aspetti ambientali, Fameccanica provvede ad aggiornare ogni anno, per prassi, l'**Analisi Ambientale** e la **Valutazione del Contesto e delle Parti Interessate**, prevista dagli standard internazionali, effettuando una valutazione degli impatti ambientali che presentano un elevato livello di significatività e identificando specifici obiettivi da inserire all'interno del Piano di Miglioramento Ambientale. Si inquadra in questo contesto anche la libera iniziativa volontaria di **carbon offsetting** che, di recente, ha visto la **collaborazione aziendale con Treedom**, piattaforma di piantumazione che supporta comunità rurali in tutto il mondo. Grazie a questa iniziativa, è stato possibile piantare un totale di **12.000 alberi nei seguenti Paesi: Camerun, Colombia, Guatemala, Haiti, Kenya, Madagascar, Nepal, Tanzania**.



Angelini Beauty ripone molta attenzione nel monitoraggio del proprio impatto in termini di emissioni di carbonio. A partire dal 2021 l'Azienda, in **partnership con ERGO, spin-off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa**, misura e controlla la **Carbon Footprint di prodotto** mediante un approccio di Life Cycle Assessment (LCA). Tale metodo standardizzato permette di valutare quantitativamente gli impatti ambientali di un prodotto, in termini di materie prime ed energia utilizzate per la sua realizzazione, durante il suo utilizzo e alla fine del suo ciclo di vita, post consumo. Angelini Beauty ha analizzato l'effetto di modifiche sostanziali della catena di approvvigionamento e del restyling di Mandarin Duck Woman con la riduzione del peso del flacone, da 208 grammi a 162 grammi, la diminuzione del 10% della carta necessaria per la realizzazione dell'astuccio e l'eliminazione del suo rivestimento in plastica. L'impiego di minori quantitativi di materiali ha permesso all'Azienda di **ridurre le proprie emissioni di CO₂ di 98.000 kg**, pari alla quantità di anidride carbonica assorbita in un anno da 13.000 alberi. Nel prossimo futuro, la stessa metodologia sarà inoltre applicata anche ad altri brand e prodotti del portafoglio di Angelini Beauty grazie a uno strumento che sarà utilizzabile già in fase di progettazione del packaging per scegliere le opportune strategie di sviluppo mantenendo un focus continuo sulla sostenibilità. Infine, è necessario menzionare l'ottenimento della certificazione **LEED Platinum** per la **sede degli uffici di Angelini Beauty a Milano**.



Angelini Wines & Estates ha accresciuto negli anni la propria sensibilità alle tematiche di sostenibilità, con particolare riguardo a:

- la **creazione di un sistema di risparmio dell'acqua nella gestione agronomica**;
- la **valorizzazione della naturalità del prodotto finale**, promuovendo una maggiore trasparenza sugli ingredienti utilizzati durante la produzione.

L'Azienda si è infatti dotata di un sistema di risparmio dell'acqua nella gestione agronomica. In particolare, un intervento di questo tipo ha permesso, per esempio, alla Tenuta Trerose di riuscire a raccogliere annualmente oltre 50.000 metri cubi di acqua meteorica, la quale viene impiegata nell'irrigazione dei vigneti. A maggio 2022 **Tenuta Trerose** ha ottenuto la **Certificazione Equalitas**, lo standard che affronta la sostenibilità secondo tre pilastri: sociale, ambientale ed economico. La certificazione include l'impegno a misurare carbon e water footprint entro il 2023 e l'indice di biodiversità entro il 2024. La tenuta, inoltre, sta sviluppando da circa un decennio un percorso di **viticoltura biologica**, che le ha permesso di ottenere, nel settembre 2021, il titolo di prima vendemmia interamente certificata come biologica. Nel settembre 2022 **Fazi Battaglia** ha confermato la **Certificazione IFS**, ottenuta per la prima volta nel 2020, mentre Bertani e Cantina Puiatti hanno iniziato il percorso per l'ottenimento della stessa certificazione, che si concluderà orientativamente nel 2023.

Performance ambientali

Di seguito la rendicontazione degli impatti ambientali più significativi in termini di responsabilità verso i propri dipendenti, le comunità locali e come fattore di competitività e valore per il Gruppo. Gli aspetti considerati sono:

- **consumi di energia** ottenuti come somma di tutte le fonti energetiche utilizzate per la gestione delle proprie attività produttive e dei servizi;
- **emissioni in atmosfera di gas a effetto serra** la cui significatività è legata all'utilizzo delle fonti energetiche, oltre che a quello di gas e combustibili in alcune fasi del processo produttivo;
- **consumi d'acqua** collegati all'elevato fabbisogno nei vari cicli produttivi;
- **rifiuti pericolosi e non pericolosi** che comportano potenziali impatti sulle varie matrici ambientali.

Nell'esercizio 2022, **i consumi complessivi di combustibile della Capogruppo e delle singole Società Operative (incluse le sedi estere) rientranti nel perimetro di rendicontazione sono stati pari a 524.534 GJ**. Questi consumi sono riconducibili quasi esclusivamente a quelli di **gas naturale (97%)**, impiegato per il riscaldamento e per alimentare gli impianti di cogenerazione, mentre una minima parte di questa energia è impiegata dalla flotta aziendale. Angelini Industries, per assicurare il funzionamento delle proprie sedi, produttive e operative, ha inoltre acquista-

to **energia elettrica** per un totale di **125.864 GJ**. Grazie a consistenti investimenti in **impianti fotovoltaici e di cogenerazione**, presenti nei siti di Angelini Pharma e Angelini Real Estate, le Società del Gruppo hanno **autoprodotta** nel 2022 un totale di **57.487 GJ**, di cui solo 187,44 GJ vengono venduti. In particolare, l'**autoproduzione tramite fotovoltaico**, pari a **854 GJ**, permette di evitare l'acquisto di energia che comporterebbe l'immissione in atmosfera di circa **80 tonnellate di CO₂e**²⁸.

Le emissioni di gas serra collegate alle attività di Angelini Industries possono essere suddivise in emissioni dirette e indirette. Le prime, rientranti nel cosiddetto Scope 1, derivano dalla combustione diretta di combustibili fossili, acquistati per il riscaldamento, per la produzione di energia elettrica e termica o per il rifornimento di veicoli di trasporto. Le seconde, definite di tipo Scope 2, fanno invece riferimento alla produzione di energia elettrica acquistata e consumata dall'Organizzazione per le apparecchiature elettriche, il riscaldamento e l'illuminazione all'interno degli edifici. Il Gruppo ha prodotto **emissioni di gas a effetto serra** pari a **30.860 tCO₂e** e **12.226 tCO₂e** in termini di **emissioni Scope 1 e Scope 2**²⁹.

Nel corso del 2022, l'**approvvigionamento idrico del Gruppo** si attesta a **1.052 megalitri**. L'acqua rappresenta infatti una risorsa preziosa per Angelini Industries, in quanto



viene impiegata sia nei processi produttivi sia per i servizi igienici delle proprie sedi. Le principali fonti di prelievo sono rappresentate da acque sotterranee e da risorse idriche di fornitori di servizi idrici municipali (rispettivamente circa il 73% e il 20%), cui si aggiungono, in misura minore, le acque superficiali.

Le acque reflue provenienti dalle attività dei processi produttivi sono soggette a un periodico monitoraggio in quanto, in linea con le leggi nazionali, tutti gli **scarichi** devono essere preventivamente autorizzati dal legislatore, che impone un controllo di carattere generale e preventivo su qualsiasi scarico idrico. Nel 2022 questi sono stati pari a **857 megalitri**.

I cicli produttivi delle Società Operative del Gruppo implicano la generazione di importanti quantità di materiale di scarto. Angelini Industries è pertanto consapevole della responsabilità che ha nei confronti delle comunità

e dei territori in cui opera, e si impegna per una gestione efficiente dei rifiuti.

Tutti i **rifiuti** vengono infatti **correttamente classificati per tipologia e livello di pericolosità** anche attraverso lo svolgimento di analisi chimiche. Gli operatori si assicurano che i rifiuti siano prima raccolti in maniera differenziata all'interno delle aree di lavoro e poi collocati in appositi contenitori per il deposito temporaneo, prima del trasporto per il recupero o smaltimento che avviene al di fuori dell'Organizzazione.

Nel 2022, Angelini Industries ha prodotto **12.763 tonnellate di rifiuti, di cui oltre il 40% è stato destinato a processi di recupero e riciclo**. Sia le modalità di recupero sia quelle di smaltimento dei rifiuti sono condotte offsite.

²⁸ Il dato è calcolato utilizzando l'approccio Location-based e i fattori di emissione forniti da Terna, "Confronti internazionali", 2019.

²⁹ Le emissioni Scope 2 qui riportate sono ottenute con l'approccio Location-based. Per ulteriori informazioni sulle emissioni complessive del Gruppo si rimanda all'Appendice.

Appendice

Capitale economico e produttivo

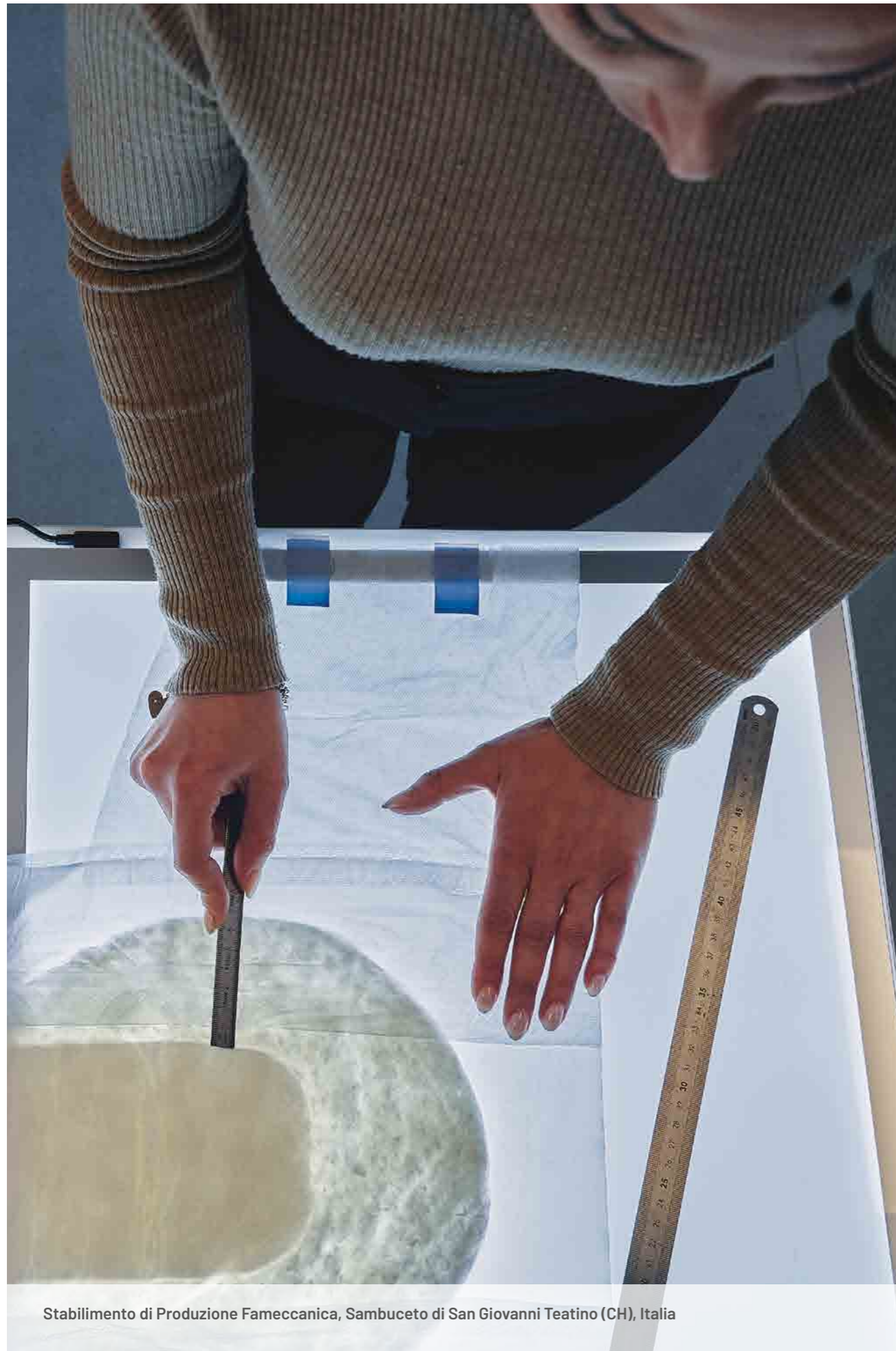
GRI 204-1

TIPOLOGIA DI ACQUISTI IN % ANGELINI BEAUTY	2020	2021	2022
Prodotti finiti	37,7%	30,8%	33,2%
Materie prime/componenti	0,0%	0,0%	48,6%
Semilavorati	0,0%	0,0%	0,0%
Servizi	0,0%	0,0%	18,2%
Altro	62,3%	69,2%	0,0%
TOTALE ACQUISTI	100%	100%	100%

TIPOLOGIA DI ACQUISTI IN % ANGELINI WINES & ESTATES	2020	2021	2022
Materie prime	35,9%	41,2%	52,9%
Spese servizi/oneri gestione	42,0%	40,0%	26,8%
Acquisto materiali (manutenzioni, pubblicitari ecc.)	3,8%	5,3%	6,4%
Costi per godimento beni di terzi	2,3%	2,3%	2,2%
Spese per investimenti	16,1%	11,2%	11,7%
TOTALE ACQUISTI	100%	100%	100%

TIPOLOGIA DI ACQUISTI IN % FAMECCANICA	2020	2021	2022
Prodotti finiti	0,0%	0,0%	0,0%
Materie prime	76,4%	72,8%	75,0%
Semilavorati	0,7%	0,4%	0,6%
Servizi	22,8%	26,6%	24,4%
Altro	0,1%	0,2%	0,0%
TOTALE ACQUISTI	100%	100%	100%

TIPOLOGIA DI ACQUISTI IN % ANGELINI PHARMA	2020	2021	2022
Prodotti finiti	68,0%	52,5%	49,6%
Materie prime	16,9%	21,4%	25,9%
Materiali da imballaggio	8,7%	8,5%	11,6%
Logistica	6,4%	7,1%	7,4%
Altro	0,0%	10,6%	5,5%
TOTALE ACQUISTI	100%	100%	100%



Stabilimento di Produzione Fameccanica, Sambuceto di San Giovanni Teatino (CH), Italia

Capitale umano

GRI 2-7, GRI 2-8

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E CONTRATTO	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Tempo determinato	139	329	468	146	307	453	143	185	328
Tempo indeterminato	1.900	3.398	5.298	1.951	3.375	5.326	1.965	3.320	5.285
TOTALE	2.039	3.727	5.766	2.097	3.682	5.779	2.108	3.505	5.613
Full time	1.941	3.592	5.533	2.002	3.562	5.564	2.015	3.375	5.390
Part time	98	135	233	95	120	215	93	130	223

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E CONTRATTO SUDDIVISI PER PAESE NEL 2022	TEMPO DETERMINATO	TEMPO INDETERMINATO	TOTALE	FULL TIME	PART TIME	TOTALE
Turchia	7	177	184	182	2	184
Bulgaria	1	56	57	57	0	57
Repubblica Ceca	13	64	77	76	1	77
Ungheria	0	18	18	18	0	18
Austria	0	52	52	48	4	52
Polonia	54	153	207	203	4	207
Romania	7	85	92	91	1	92
Slovacchia	15	23	38	38	0	38
Germania	5	116	121	114	7	121
Spagna	5	245	250	239	11	250
Francia	1	33	34	34	0	34
Grecia	0	33	33	33	0	33
USA	0	195	195	195	0	195
Svezia	1	14	15	15	0	15
Portogallo	17	108	125	125	0	125
Russia	8	126	134	1	133	134
UK	0	23	23	23	0	23
Svizzera	1	8	9	8	1	9
Cina	5	48	53	53	0	53

NUMERO DI COLLABORATORI (ITALIA)	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Agenti rappresentanti	2	43	45	10	112	122	68	4	72
Interinali/somministrati	85	125	246	24	91	115	82	126	208
Stagisti/tirocinanti	17	62	201	39	50	89	43	54	97
Area manager internazionali	2	2	4	2	4	6	1	1	2
Altro (consulenti contratti vari)	-	-	90	-	3	3	2	-	2
TOTALE	106	232	586	75	260	335	196	185	381³⁰

NUMERO DI COLLABORATORI (SOCIETÀ ESTERE)	2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE
Agenti rappresentanti	3	-	3
Interinali/somministrati	27	15	42
Stagisti/tirocinanti	13	10	23
Area manager internazionali	-	-	-
Altro (consulenti contratti vari)	48	21	69
TOTALE	91	46	137

³⁰ Il totale esclude i job on call, esclusi dal conteggio complessivo dell'organico per il 2022.

NUMERO DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER BUSINESS UNIT	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
TOTALE GRUPPO	2.039	3.727	5.766	2.097	3.682	5.779	2.108	3.505	5.613
Angelini Beauty	139	46	185	133	41	174	134	41	175
Angelini Consumer	7	12	19	16	20	36	20	24	44
Angelini Holding	53	65	118	62	80	142	64	109	173
Angelini Real Estate	5	14	19	6	14	20	6	17	23
Angelini Pharma	1.407	1.518	2.925	1.419	1.450	2.869	1.450	1.457	2.907
Angelini Wines & Estates	45	68	113	38	67	105	39	69	108
Fameccanica	43	589	632	52	600	652	57	580	637
Fater ³¹	340	1.411	1.751	371	1.409	1.780	332	1.203	1.535
Angelini Ventures	-	-	-	-	-	-	2	2	4
MyFamilyPlace Shop	-	-	-	-	-	-	4	1	5

NUMERO DI DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA (ITALIA)	2020		2021		2022	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
Italia	1.139	2.866	1.181	2.887	1.183	2.713
	4.005		4.068		3.896	

NUMERO DI DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA (SOCIETÀ ESTERE)	2020		2021		2022	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
Estero	900	861	916	795	925	792
	1.761		1.711		1.717	

³¹ I dati di Fater qui riportati si basano sul conteggio del numero di persone, mentre quelli presentati nel Report di Sostenibilità 2022 della stessa Società sono stati calcolati come full-time equivalent (FTE).

GRI 405-1

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPO DI QUALIFICA (ITALIA)	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	35	172	207	48	179	227	52	175	227
Quadri	253	383	636	286	393	679	308	403	711
Impiegati	730	1.084	1.814	727	1.122	1.849	744	1.132	1.876
Operai	121	1.227	1.348	120	1.193	1.313	79	1.003	1.082
TOTALE	1.139	2.866	4.005	1.181	2.887	4.068	1.183	2.713	3.896

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPO DI QUALIFICA (SOCIETÀ ESTERE) ³²	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
White collar	877	688	1.565	893	648	1.541	903	645	1.548
Blue collar	25	171	196	23	147	170	22	147	169
TOTALE	902	859	1.761	916	795	1.711	925	792	1.717

NUMERO DI DIPENDENTI APPARTENENTI A CATEGORIE PRO- TETTE (ITALIA)	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Direttivi	11	15	26	10	14	24	-	-	-
Impiegati	19	55	74	21	57	78	32	68	100
Operai	7	63	70	6	61	67	3	57	60
Quadri	6	7	13	8	6	14	7	6	13
TOTALE	43	141	184	45	138	183	42	131	173

³² Il termine "blue collar" si riferisce ai lavoratori che svolgono un impiego manuale (operai), mentre il termine "white collar" identifica Impiegati, Quadri e Dirigenti.

GRI 401-1

ENTRATI E USCITI AL 31.12.2020 ³³	DONNE	UOMINI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI
Personale dipendente al 31.12.2020	2.039	3.727	5.766	644	3.643	1.479
Nuove assunzioni	416	908	1.324	528	698	156
Dimessi	366	735	1.101	335	614	206
Tasso di nuove assunzioni	20,4%	24,4%	23,0%	82,0%	19,2%	10,5%
Tasso di cessazione	17,9%	19,7%	19,1%	52,0%	16,9%	13,9%

ENTRATI E USCITI AL 31.12.2021	DONNE	UOMINI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI
Personale dipendente al 31.12.2021	2.097	3.682	5.779	563	3.524	1.692
Nuove assunzioni	388	768	1.156	420	629	107
Dimessi	330	813	1.143	330	639	174
Tasso di nuove assunzioni	18,5%	20,9%	20,0%	74,6%	17,8%	6,3%
Tasso di cessazione	15,7%	22,1%	19,8%	58,6%	18,1%	10,3%

NUOVI ASSUNTI E TURNOVER	2022				
	ITALIA				
	N. DIPENDENTI	N. NUOVI ASSUNTI	N. CESSATI	TASSO DI TURNOVER POSITIVO	TASSO DI TURNOVER NEGATIVO
Donne	1.183	149	105	12,6%	8,9%
<30 anni	102	44	22	43,1%	21,6%
30-50 anni	778	84	46	10,8%	5,9%
>50 anni	303	21	37	6,9%	12,2%
Uomini	2.713	236	192	8,7%	7,1%
<30 anni	193	81	40	42,0%	20,7%
30-50 anni	1.425	130	82	9,1%	5,8%
>50 anni	1.095	25	70	2,3%	6,4%
TOTALE	3.896	385	297	9,9%	7,6%
Totale <30 anni	295	125	62	42,4%	21,0%
Totale 30-50 anni	2.203	214	128	9,7%	5,8%
Totale >50 anni	1.398	46	107	3,3%	7,7%

³³ Il tasso di cessazione e quello di assunzione dei dipendenti sono stati calcolati come il rapporto tra il numero di dimessi/assunti e il numero di dipendenti. Per esempio: Tasso assunzioni donne = n. donne assunte/n. donne dipendenti al 31.12; Tasso dimissioni totale = n. dimissioni totali/n. dipendenti totali al 31.12.

NUOVI ASSUNTI E TURNOVER	2022				
	SOCIETÀ ESTERE				
	N. DIPENDENTI	N. NUOVI ASSUNTI	N. CESSATI	TASSO DI TURNOVER POSITIVO	TASSO DI TURNOVER NEGATIVO
Donne	925	177	170	19,1%	18,4%
<30 anni	46	19	16	41,3%	34,8%
30-50 anni	668	128	104	19,2%	15,6%
>50 anni	211	30	50	14,2%	23,7%
Uomini	792	147	174	18,6%	22,0%
<30 anni	61	31	25	50,8%	41,0%
30-50 anni	496	90	100	18,1%	20,2%
>50 anni	235	26	49	11,1%	20,9%
TOTALE	1.717	324	344	18,9%	20,0%
Totale <30 anni	107	50	41	46,7%	38,3%
Totale 30-50 anni	1.164	218	204	18,7%	17,5%
Totale >50 anni	446	56	99	12,6%	22,2%

NUOVI ASSUNTI E TURNOVER ³⁴	2022				
	TOTALE				
	N. DIPENDENTI	N. NUOVI ASSUNTI	N. CESSATI	TASSO DI TURNOVER POSITIVO	TASSO DI TURNOVER NEGATIVO
Donne	2.108	326	275	15,5%	13,0%
<30 anni	148	63	38	42,6%	25,7%
30-50 anni	1.446	212	150	14,7%	10,4%
>50 anni	514	51	87	9,9%	16,9%
Uomini	3.505	383	366	10,9%	10,4%
<30 anni	254	112	65	44,1%	25,6%
30-50 anni	1.921	220	182	11,5%	9,5%
>50 anni	1.330	51	119	3,8%	8,9%
TOTALE	5.613	709	641	12,6%	11,4%
Totale <30 anni	402	175	103	43,5%	25,6%
Totale 30-50 anni	3.367	432	332	12,8%	9,9%
Totale >50 anni	1.844	102	206	5,5%	11,2%

GRI 404-1

ORE DI FORMAZIONE EROGATA (ANGELINI ACADEMY)	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	95	341	436	1.095	1.506	2.601	1.635	1.743	3.378
Quadri	445	993	1.438	1.563	2.022	3.585	1.908	2.436	4.344
Impiegati	1.568	910	2.478	1.448	2.376	3.824	1.156	1.471	2.627
TOTALE	2.108	2.244	4.352	4.106	5.904	10.010	4.699	5.650	10.349

³⁴ I dati relativi al turnover del 2022 non tengono conto dei job on call: escludendo dal totale dell'organico 2021 i 253 job on call, il totale dipendenti relativo a quell'annualità sarebbe 5.526, dato che rende coerente il totale dei dipendenti 2022 con il numero di assunzioni e dimissioni registrate nello stesso periodo.



Stabilimento di Produzione Fater, prodotti assorbenti per la persona, Pescara, Italia

ORE DI FORMAZIONE EROGATA PER TIPOLOGIA DI CORSO DI FORMAZIONE (ANGELINI ACADEMY)	2022
Angelini Mastery program asincrono	104
Angelini Mastery program online 2022 3 moduli	828
Angelini Mastery program Blended 2022-2023	300
Big Data, Strategic Decisions: Analysis to Action	48
CFO Custom Program	80
Change Management: gestire efficacemente il cambiamento nell'era digitale	16
Co-creation and stakeholder engagement	24
Communications Skills that Empower Your Leadership	24
Corporate Learning and Development Summit	168
Data: Law, Policy and Regulation	54
Design Thinking Bootcamp	650
Design Thinking Bootcamp - 2° edizione	650
Disruptive Innovation	80
Driving Organizational Agility	40
Essentials of Leadership - Edizione aprile 2022	40
Exec program in procurement and supply chain management	96
Exploiting Disruption in a Digital World	48
Formazione One2One Bocconi	30
High Performance People Skills for Leaders - Edizione marzo 2022	40
High Performance People Skills for Leaders - Edizione giugno 2022	40
High Performance People Skills for Leaders - Edizione ottobre 2022	40
High Potentials Leadership Program	80
HR innovation Forum	16
Including Diversity Recorded Pills	442

ORE DI FORMAZIONE EROGATA PER TIPOLOGIA DI CORSO DI FORMAZIONE (ANGELINI ACADEMY)	2022
Influence and negotiation strategies program - Edizione ottobre 2022	48
International directors program	160
Leading Change - Edizione febbraio 2022	80
Leading Change - Edizione luglio 2022	80
Future Leaders program M3 M4	1.760
Leading Change - RSM	120
Leading Change and Organizational Renewal	528
Leading Networks and Simplifying Complexity Pillole	29
Leading Organizations in Disruptive Times - Edizione ottobre 2022	30
Leading with Psychological Intelligence - Edizione giugno 2022	64
Lean Thinking and Agile approach - 2° wave	1.300
Mentoring Program	336
M&A and Corporate Strategy	36
Next-level Leadership - Edizione novembre 2022	132
Programma di Sviluppo Manageriale - Edizione settembre 2022	105
Personal Branding	450
Sales Excellence	36
Real Estate Finance & Investment	17
Shape program - Leadership gentile	56
Strategic Decision-Making for Leaders - Cambridge	48
Strategy: Building and Sustaining Competitive Advantage - Edizione giugno 2022	40
Teams Reimagined	40
MBA Bocconi	891
Winning sustainability strategies	25
TOTALE	10.349

ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATA (ANGELINI ACADEMY) ³⁵	2020			2021			2022		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	2,7	2,0	2,1	22,8	8,4	11,5	31,4	10,0	14,9
Quadri	1,8	2,6	2,3	5,5	5,1	5,3	6,2	6,0	6,1
Impiegati	2,2	0,8	1,4	2,0	2,1	2,1	1,6	1,3	1,4
TOTALE	2,1	1,4	1,6	3,9	3,5	3,6	4,3	3,3	3,7

ORE DI FORMAZIONE TECNICA TOTALI ³⁶	2022			
	DONNE	UOMINI	NON RIPORTATO	TOTALE
Dirigenti	1.981	4.752	-	6.732
Quadri	20.550	19.292	-	39.842
Impiegati	57.079	49.778	15	106.872
Operai	3.794	20.208	-	24.002
TOTALE	83.403	94.030	15	177.447

³⁵ I dati sulle ore medie sono relativi ai dipendenti del perimetro italiano, in quanto per le Società estere la suddivisione è disponibile solo secondo white collar e blue collar. Non essendo i blue collar inclusi all'interno della formazione della Angelini Academy (cosiddetti operai), ed essendo i white collar delle Società estere che ricevono ore di formazione della Academy in numero ridotto rispetto a quelli del perimetro italiano, la riduzione di perimetro risulta non significativa.

³⁶ Sono esclusi dal perimetro i dati relativi alle Società Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H. (Germania) e Angelini Pharma Inc. (USA), in quanto non è stato possibile ricavare evidenze solide sulla correttezza del dato fornito. L'Azienda si sta tuttavia impegnando per colmare questa lacuna nei futuri periodi di rendicontazione.

Capitale naturale

GRI 302-1

CONSUMI DI COMBUSTIBILE SUDDIVISI PER FONTE NON RINNOVABILE ³⁷	UNITÀ DI MISURA	TOTALE 2022
Gas naturale per riscaldamento ³⁸	GJ	508.739,8
Gasolio per gruppi elettrogeni	GJ	218,2
Carburante per autotrazione e riscaldamento	GJ	15.575,8
<i>di cui Diesel</i>	GJ	7.563,7
<i>di cui Benzina</i>	GJ	583,6
<i>di cui GPL</i>	GJ	1.337,9
<i>di cui Gasolio agricolo</i>	GJ	6.071,6
<i>di cui Propano</i>	GJ	19,0
TOTALE	GJ	524.533,8

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA ³⁹	UNITÀ DI MISURA	TOTALE 2022
Energia elettrica autoprodotta e consumata	GJ	854
Energia elettrica autoprodotta e venduta	GJ	0
TOTALE	GJ	854

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATATA ⁴⁰	UNITÀ DI MISURA	TOTALE 2022
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	GJ	125.864,1
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	GJ	0 ⁴¹
TOTALE	GJ	125.864,1

³⁷ Il calcolo dei consumi di combustibili, espresso in Gigajoule (GJ), è basato sui fattori di conversione pubblicati dal Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA) nel 2022.

³⁸ Il quantitativo di gas naturale riportato include la quota destinata agli impianti di cogenerazione.

³⁹ Il dato qui riportato rappresenta solamente l'energia autoprodotta tramite impianti fotovoltaici al fine di evitare un doppio conteggio dell'energia generata, come richiesto dal GRI 302-1. L'energia complessivamente autoprodotta dal Gruppo, inclusa la quota di cogenerazione, ammonta a 57.486,8 GJ. Il calcolo dei consumi di energia elettrica autoprodotta, espresso in GJ, è basato sui fattori di conversione pubblicati dal Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA) nel 2022.

⁴⁰ Il calcolo dei consumi di energia elettrica acquistata, espresso in GJ, è basato sui fattori di conversione pubblicati dal Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA) nel 2022. I dati di Angelini Beauty Germania non risultano disponibili.

⁴¹ Nel 2022 Angelini Industries non ha acquistato garanzie d'origine e, pertanto, non è possibile indicare come 100% rinnovabile la quota di energia acquistata e consumata dall'Organizzazione.

GRI 305-1

EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) ⁴²	UNITÀ DI MISURA	TOTALE 2022
Gas naturale per riscaldamento e cogenerazione	tCO ₂ e	28.577,2
Gasolio per gruppi elettrogeni	tCO ₂ e	16,7
Carburante per autotrazione e riscaldamento	tCO ₂ e	1.149,5
<i>di cui Diesel</i>	tCO ₂ e	566,0
<i>di cui Benzina</i>	tCO ₂ e	42,0
<i>di cui GPL</i>	tCO ₂ e	86,0
<i>di cui Gasolio agricolo</i>	tCO ₂ e	454,3
<i>di cui Propano</i>	tCO ₂ e	1,2
F-gas	tCO ₂ e	1.116,3
TOTALE	tCO ₂ e	30.859,7

GRI 305-2

EMISSIONI INDIRETTE (SCOPE 2)	UNITÀ DI MISURA	TOTALE 2022
Totale emissioni Market-based ⁴³	tCO ₂ e	15.516,2
Totale emissioni Location-based ⁴⁴	tCO ₂ e	12.225,5

GRI 303-3

PRELIEVI IDRICI PER FONTE E TIPOLOGIA DI ACQUA	UNITÀ DI MISURA	2022		
		ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE ⁴⁵
Acqua superficiale (fiumi, laghi, altro)	megalitri	76,8	0	76,8
Acqua sotterranea (falda)	megalitri	763,3	0	763,3
Risorse idriche di terze parti (fornitori di servizi idrici municipali)	megalitri	199,9	11,5	211,4
TOTALE	megalitri	1.040,0	11,5	1.051,5

⁴² Il calcolo delle emissioni di Scope 1 è basato sui fattori di emissione pubblicati dal Department for Environment Food & Rural Affairs (DEFRA) nel 2022. Questi riflettono i fattori di potenziale riscaldamento globale (GWP) definito nel "Fourth Assessment Report (AR4)" dell'IPCC su un orizzonte temporale di 100 anni.

⁴³ La metodologia Market-based è stata applicata considerando i fattori emissivi relativi al mercato di riferimento. In particolare, per le emissioni prodotte in Italia e Spagna è stata utilizzata come fonte "European Residual Mixes 2021", dell'AIB (v1.0, 2022); mentre per quelle generate negli Stati Uniti e in Cina, in assenza di fattori di emissione relativi ai Residual Mixes e nel rispetto degli standard internazionali di riferimento, sono stati applicati gli stessi fattori del Location-based.

⁴⁴ La metodologia Location-based considera l'intensità media delle emissioni di gas serra delle reti sulle quali si verifica il consumo di energia utilizzando i dati relativi al fattore di emissione medio della rete. I fattori utilizzati ai fini del calcolo sono quelli pubblicati nel 2019 da Terna in "Confronti Internazionali".

⁴⁵ I siti produttivi e operativi inclusi nel perimetro di consolidamento del presente bilancio si collocano in "aree a stress idrico" sebbene il livello di rischio sia molto variabile (da "basso" a "molto alto") sulla base del "Water Risk Atlas" del WRI. Questo indicatore misura il rapporto tra le acque prelevate in una determinata area geografica e quelle rinnovabili disponibili sia in superficie sia in falda.

GRI 303-4

SCARICHI IDRICI	UNITÀ DI MISURA	2022 ⁴⁶		
		ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE ⁴⁷
Acqua superficiale (fiumi, laghi, altro)	megalitri	748,6	0,0	748,6
Risorse idriche di terze parti (fornitori di servizi idrici municipali)	megalitri	54,4	54,4	108,8
TOTALE	megalitri	803,0	54,4	857,4

GRI 306-3, GRI 306-4, GRI 306-5

GESTIONE DEI RIFIUTI ⁴⁸	UNITÀ DI MISURA	2022		
		RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	TOTALE
Riciclo	tonnellate	0,0	140,0	140,0
Recupero	tonnellate	1,3	879,2	880,5
Altre operazioni di recupero	tonnellate	2.855,2	1.334,3	4.189,5
Totale rifiuti non destinati a smaltimento	tonnellate	2.856,5	2.353,5	5.210,0
Incenerimento (senza recupero di energia)	tonnellate	0,1	0,0	0,1
Incenerimento (con recupero energia)	tonnellate	0,0	14,4	14,4
Discarica	tonnellate	18,4	1.253,5	1.271,9
Altre operazioni di smaltimento	tonnellate	4.852,8	1.414,3	6.267,1
Totale rifiuti destinati a smaltimento	tonnellate	4.871,3	2.682,1	7.553,4
TOTALE	tonnellate	7.727,8	5.035,6	12.763,4

⁴⁶ Il dato non tiene conto delle sedi di Fameccanica in Italia e di Angelini Beauty in quanto, nel rispetto delle normative nazionali, le Società non monitorano i propri scarichi. Il dato di Angelini Real Estate, invece, risulta stimato pari a 11.

⁴⁷ I siti produttivi e operativi inclusi nel perimetro di consolidamento del presente bilancio si collocano in "aree a stress idrico" sebbene il livello di rischio sia molto variabile (da "basso" a "molto alto") sulla base del "Water Risk Atlas" del WRI. Questo indicatore misura il rapporto tra le acque prelevate in una determinata area geografica e quelle rinnovabili disponibili sia in superficie sia in falda.

⁴⁸ Il quantitativo di rifiuti prodotti non considera la sede di Angelini Beauty in Germania, in quanto i dati non sono disponibili.

Indicatori di Performance GRI

Statement of use	Il Gruppo Angelini Industries ha rendicontato nella presente informativa non finanziaria le informazioni contenute nel GRI Content Index per il periodo 1° gennaio 2022-31 dicembre 2022 secondo l'opzione "with reference to GRI Standards".
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD	RIFERIMENTO CAPITOLO/PARAGRAFO	PAG.	NOTE APPLICAZIONE STANDARD/ OMISSIONI
GENERAL DISCLOSURES			
2-1	Dettagli organizzativi	1. Identità e governance	34-39
2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'Organizzazione	Nota Metodologica	7
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota Metodologica	6
2-4	Revisione delle informazioni	Nota Metodologica	8
2-5	Assurance esterna	Informativa mancante in quanto il Gruppo, nel definire una serie di obiettivi cadenzati per i prossimi anni, si pone l'obiettivo di effettuare un processo di Assurance nel prossimo futuro.	
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	1. Identità e governance/Settori di business e Società Operative 3. Capitale economico e produttivo/Supply chain	16-20; 22-23; 65; 70-74
2-7	Dipendenti	4. Capitale umano/Organico e pari opportunità - Appendice	82-84; 109-116
2-8	Lavoratori non dipendenti	4. Capitale umano/Organico e pari opportunità - Appendice	82-84; 109-116
2-9	Struttura e composizione della governance	1. Identità e governance/Organi societari	34-35
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	Il processo di selezione del più alto organo di governo societario, ossia il CdA, è avvenuto attraverso una selezione da parte di una Società di consulenza esterna. La nomina viene attuata attraverso l'adozione di una delibera assembleare, ai sensi del c.c. I comitati sono organi endoconsiliari e sono stati nominati dal CdA della Società.	
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Il Presidente del più alto organo di governo non è un alto dirigente dell'Organizzazione.	
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	1. Identità e governance/Organi societari	34
2-16	Comunicazione delle criticità	1. Identità e governance/Leadership Team	36-37
2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	2. Sostenibilità	60
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	4-5
2-23	Impegno in termini di policy	1. Identità e governance 2. Sostenibilità	24-25;46
2-27	Conformità e leggi e regolamenti	L'Organizzazione non ha rilevato casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di riferimento.	
2-28	Appartenenza ad associazioni	Angelini Holding S.p.A. non partecipa direttamente ad altre organizzazioni nazionali o internazionali.	
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	2. Sostenibilità/Coinvolgimento degli stakeholder	48-49

GRI 2: General Disclosures 2021

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD	RIFERIMENTO CAPITOLO/PARAGRAFO	PAG.	NOTE APPLICAZIONE STANDARD/ OMISSIONI
TEMI MATERIALI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	2. Sostenibilità/Materialità 50-57
	3-2	Elenco di temi materiali	2. Sostenibilità/Materialità 52
CRESCITA ECONOMICA E SOLIDITÀ FINANZIARIA CONTINUITÀ AZIENDALE E RESILIENZA			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3. Capitale economico e produttivo 50-57; 72-74
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	3. Capitale economico e produttivo/Valore economico generato e distribuito 68-69
VALUE CHAIN			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3. Capitale economico e produttivo/Supply chain - Appendice 50-57; 72-74
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	3. Capitale economico e produttivo/Supply chain - Appendice 74
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016	308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	3. Capitale economico e produttivo/Supply chain 74
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali	3. Capitale economico e produttivo/Supply chain 74
GOVERNANCE, ETICA E BUSINESS INTEGRITY			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	1. Identità e governance/Sistemi di controllo interni e compliance 50-57
	205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	1. Identità e governance/Sistemi di controllo interni e compliance 38-39
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel periodo di rendicontazione non sono stati segnalati episodi di corruzione accertati.
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel 2022 non si sono verificati episodi di discriminazione.
CLIMATE CHANGE E CARBON FOOTPRINT			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 50-57; 98-101
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 122
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 122
	305-5	Riduzione di emissioni di gas a effetto serra (GHG)	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 99

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD	RIFERIMENTO CAPITOLO/PARAGRAFO	PAG.	NOTE APPLICAZIONE STANDARD/ OMISSIONI
CIRCULAR ECONOMY E UTILIZZO SOSTENIBILE DELLE RISORSE GESTIONE E RICICLO DEI RIFIUTI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 50-57; 98-101
	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 103
	306-3	Rifiuti prodotti	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 103; 123
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 103;123
	306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 103; 123
TALENT ATTRACTION			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale umano/Organico e pari opportunità - Appendice 50-57; 83-84
GRI 401: Occupazione 2016	401-1	Assunzioni e turnover	4. Capitale umano/Organico e pari opportunità - Appendice 83; 114-116
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel 2022 non si sono verificati episodi di discriminazione accertati.
WELFARE E WORK-LIFE BALANCE			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale umano/Welfare e benessere socio-organizzativo 50-57; 92-93
GRI 401: Occupazione 2016	401-2	Benefit per i dipendenti full time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time	4. Capitale umano/Welfare e benessere socio-organizzativo 92-93
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 50-57; 90-91
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 90-91
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 90-91
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 90
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 90
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 90
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza Applicazione del Sistema di Gestione della salute e sicurezza 91
	403-9	Infortuni sul lavoro	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 91
	403-10	Malattie professionali	4. Capitale umano/Tutela della salute e sicurezza 91

GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD	RIFERIMENTO CAPITOLO/PARAGRAFO	PAG.	NOTE APPLICAZIONE STANDARD/ OMISSIONI
SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	4. Capitale umano/Formazione, cultura manageriale e leadership: Angelini Academy 50-57; 87-89
	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	4. Capitale umano/Formazione, cultura manageriale e leadership: Angelini Academy 88; 120
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	4. Capitale umano/Formazione, cultura manageriale e leadership: Angelini Academy 87-89; 118
QUALITÀ E AFFIDABILITÀ DEI PRODOTTI SALUTE E SICUREZZA DEI PAZIENTI			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	I dettagli relativi ai presenti temi materiali sono rendicontati all'interno dei Bilanci di Sostenibilità degli specifici settori di business del Gruppo Angelini Industries (Salute, Largo Consumo e Tecnologia Industriale).
INNOVAZIONE E R&D DI PRODOTTO E PACKAGING			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	I dettagli relativi al presente tema materiale sono rendicontati all'interno dei Bilanci di Sostenibilità degli specifici settori di business del Gruppo Angelini Industries (Salute, Largo Consumo e Tecnologia Industriale).
BRAND IDENTITY			
GRI 3: Temi materiali 2021	3-3	Gestione dei temi materiali	3. Capitale economico e produttivo/Brand 16-20; 24-25; 50-57
ALTRI INDICATORI RENDICONTATI			
EFFICIENZA ENERGETICA E FONTI ALTERNATIVE			
GRI 302: Energia 2016	302-1	Consumo di energia interno all'Organizzazione	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 102; 121
	302-4	Riduzione del consumo di energia	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 99
ACQUA E SCARICHI IDRICI			
GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 102-103
	303-3	Prelievo idrico	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 102; 122
	303-4	Scarico di acqua	5. Capitale ambientale/Performance ambientali - Appendice 103; 123
GENDER EQUALITY & DIVERSITY			
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	4. Capitale umano/Organico e pari opportunità - Appendice 82-84; 112-113
IMPEGNO VERSO IL TERRITORIO E SUPPORTO ALLA COMUNITÀ			
GRI 413: Comunità locali 2016	413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	4. Capitale umano/Rapporto con la comunità: l'impegno di Fondazione Angelini 94-95
PRIVACY E CYBERSECURITY			
GRI 418: Privacy dei clienti 2016	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Non sono stati riscontrati reclami relativi a violazioni di privacy per il triennio di riferimento.

ANGELINI HOLDING S.p.A.

a Socio Unico

Viale Amelia n. 70 - Roma

Capitale sociale Euro 3.000.000 i.v.

C.F./Numero iscrizione al Reg. Imprese di Roma 00459650586

REA di Roma n. 48408

Bilancio di Sostenibilità 2022

Angelini Industries

angeliniindustries.com

relations@angeliniindustries.com

Consulenza metodologica:

BDO Advisory Services S.r.l.

Design e impaginazione:

Inarea Identity and Design Network S.r.l.





Angelini
Industries