

**Bilancio
di Sostenibilità
2021**



**Angelini
Industries**

Bilancio di Sostenibilità 2021

Indice

Lettera agli stakeholder	8
Nota metodologica	11
Highlight 2021	18
Fatti rilevanti avvenuti nel periodo	20
Una nuova brand identity	22
1. Identità	26
Angelini Industries: Industry of Care	28
Struttura societaria	30
Settori di business e Società Operative	32
Valori, vision e purpose	38
Oltre 100 anni di storia	42
Angelini Industries nel mondo: presenza diretta e Stabilimenti produttivi	46
Casa Angelini	48
Settori di business e brand	49
Strategia e modelli di business	50
2. Governance	54
Organi societari	57
Leadership team	61
Sistemi di controllo interni e compliance	62
Certificazioni e sistemi qualificanti della gestione	67
Orientamento alla sostenibilità	70
Le tematiche che contano	74
Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	81
3. Capitale economico	82
Performance economiche	84
Valore economico generato e distribuito	87
Gestione della supply chain	89
Profilo della catena di fornitura delle industries	95
4. Capitale umano	132
Approccio strategico alla gestione del capitale umano	134
Politiche per il personale	137
Organico e pari opportunità	141
Formazione e sviluppo	155
<i>Angelini Academy</i>	155
<i>Formazione erogata dalle Società Operative</i>	160

Salute e sicurezza	175
Welfare	203
5. Capitale sociale e relazionale	212
Settore Farmaceutico	215
Largo Consumo	242
Tecnologia Industriale	248
Profumeria e Dermocosmesi	255
Settore Vitivinicolo	267
Rapporto con la comunità	279
6. Capitale naturale	288
La tutela dell'ambiente	290
Performance ambientali	302
<i>Consumi</i>	302
<i>Emissioni</i>	306
<i>Consumi idrici</i>	310
<i>Gestione responsabile dei rifiuti</i>	313
Indicatori di performance GRI	316

Lettera agli stakeholder

Questo secondo Bilancio di Sostenibilità testimonia il nostro impegno nel rendicontare agli stakeholder tutti gli elementi insiti nei business del nostro Gruppo, che, pure intangibili, producono effetti positivi nel modo di fare impresa e contribuiscono a creare valore nel tempo.

L'obiettivo di riposizionamento che oggi Angelini Industries si prefigge, quello di dare vita a un Gruppo industriale diversificato che sappia affermarsi a livello internazionale grazie alla qualità dei propri prodotti e alla capacità di prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni, non può che essere perseguito tenendo in debita considerazione gli impatti del proprio operato sull'ambiente, le persone e la comunità.

Il 2021, anno di esercizio cui si riferisce questo Bilancio, è stato caratterizzato da un contesto globale che, alla crisi climatica e a quella pandemica, ha nel frattempo aggiunto anche quella energetica e più in generale quella legata all'approvvigionamento delle materie prime, complicando ulteriormente la strada della

ripresa economica, italiana e globale, cui le imprese sono chiamate a contribuire.

Tali eventi, assieme alla diffusione delle tematiche ESG e all'evoluzione rapida delle normative europee in ambito sostenibilità, hanno invitato a rimettere ancor più in discussione le priorità globali ed evidenziato la necessità di perseguire con sempre maggiore impegno e responsabilità uno sviluppo sostenibile, in grado di assicurare alle generazioni future opportunità e crescita. Nello scorso esercizio, nonostante le incertezze del contesto e le criticità degli eventi, Angelini Industries ha proseguito nel proprio percorso di crescita, puntando sui fattori che da sempre costituiscono una priorità per il Gruppo: investimento nell'innovazione, sviluppo del capitale intellettuale, tutela e protezione del capitale naturale, qualità dei processi e dei prodotti, costruzione di rapporti positivi con tutti gli stakeholder, diversificazione del business ed espansione internazionale. Le performance ESG illustrate in questa seconda edizione del Bilancio, arricchito

Lettera agli stakeholder

estendendone il perimetro di rendicontazione alle Società estere, restituiscono meglio l'immagine di un Gruppo a vocazione industriale, con forte presenza sia nel mercato domestico sia in quello internazionale.

Nel 2021, il Gruppo Angelini Industries, grazie alla sua diversificazione di business e internazionalizzazione, ha consolidato ricavi per 1.725 milioni di Euro, registrando un lieve incremento rispetto al risultato consuntivato nell'esercizio precedente, chiuso con ricavi pari a 1.699 milioni di Euro, e un EBITDA pari a 193 milioni di Euro. Il valore aggiunto distribuito agli stakeholder è stato pari a 1.630,5 milioni di Euro. Anche quest'anno, in continuità con il 2020, si è scelto di coinvolgere nuovamente gli stakeholder interni, inclusi quelli che operano nelle sedi estere, con l'intento di consolidare il processo di rendicontazione, perfezionare la materialità e migliorare la qualità dei contenuti. Ciò ha consentito, tra le altre cose, di mettere maggiormente a fuoco il contributo di Angelini Industries agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.

Tale contributo si è concretizzato nel 2021 con diverse iniziative intraprese dalle Società Operative e dalla Capogruppo in tema di sostenibilità, quali per esempio l'adozione di un Codice Etico di Gruppo, gli interventi di formazione e sviluppo organizzativo, il presidio della value chain, e la verifica dei requisiti sociali e ambientali e il rispetto dei diritti umani nella supply chain, le numerose collaborazioni e gli interventi di supporto ad associazioni ed enti che operano sul territorio. Ricordiamo in particolare: la realizzazione a opera della Fondazione Angelini del Casale Angelini, prima Care House in Italia, in collaborazione con gli Ospedali Riuniti di Ancona, dedicata all'accoglienza di persone in cura presso la clinica oncologica dell'ospedale; il conseguimento della certificazione LEED Platinum da parte di Angelini Real Estate per Casa Angelini, headquarters di Angelini Industries; l'iniziativa di carbon footprint in ambito Largo Consumo; l'iniziativa di community empowerment di Angelini Academy.

Lettera agli stakeholder

Infine, nel 2021 è stato avviato un importante progetto di rebranding, conclusosi nei primi mesi del 2022. Abbiamo adottato un nuovo nome per il Gruppo, Angelini Industries, che racconta la nostra diversificazione e vocazione industriale, e un nuovo marchio 'accogliente' e 'avvolgente' che, superando la storica A triangolare, stabilisce un nuovo codice espressivo nel segno del nostro purpose e dei nostri valori.

Il progetto di rebranding esprime e rappresenta non solo la nuova identità visiva del Gruppo, ma il modo Angelini di fare impresa, un'Angelini Way che ci auguriamo possa contribuire a porre sempre più la nostra Azienda, nel suo rinnovato posizionamento multi-industry e multinazionale, al servizio delle persone e a riaffermare l'impegno verso la creazione di valore per tutti i soggetti e per le comunità nelle quali operiamo.

Sergio Marullo di Condojanni
Amministratore Delegato

Thea Paola Angelini
Vice Presidente Esecutivo

Nota metodologica

Il presente Bilancio di Sostenibilità rappresenta la seconda rendicontazione non finanziaria di Angelini Industries, con riferimento all'esercizio 2021 (dal 1° gennaio 2021 al 31 dicembre 2021). Il documento viene ampiamente diffuso a tutti gli stakeholder di Angelini Industries e delle Società Operative, attraverso la pubblicazione sul sito web istituzionale di Angelini Industries stessa, e la distribuzione e presentazione a tutte le persone del Gruppo. Oltre ai risultati e agli obiettivi raggiunti in ambito ESG, il Bilancio di Sostenibilità riporta i principi alla base dell'azione del Gruppo, gli obiettivi futuri e le iniziative in essere. Particolare rilevanza è stata conferita alle iniziative già avviate da tempo e ai nuovi progetti in cantiere nei diversi settori di business, a testimonianza dell'impegno e del contributo delle Società Operative nella sostenibilità e nella creazione di valore.

IL PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Proseguendo e migliorando il percorso iniziato lo scorso anno, Angelini Industries ha deciso di redigere un documento maggiormente rappresentativo della realtà di business del Gruppo, includendo nel perimetro di reporting di quest'anno le sedi estere delle Società Operative. Rispetto al perimetro preso in esame nel 2020, costituito dalle Società che operano in Italia, per il 2021 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%¹, 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. A tale proposito, per quel che riguarda il capitale economico (dati economici e finanziari) e il capitale umano (organico e composizione delle risorse umane), i dati e le informazioni qualitative si riferiscono all'intero

¹ A eccezione di Fater S.p.A., controllata al 50% da Angelini Holding S.p.A. e Fameccanica Data S.p.A. controllata al 100% da Fater S.p.A. fino al 1° giugno 2022.

Nota metodologica

perimetro di Angelini Industries.

Rispetto a tale perimetro complessivo è stato in seguito definito un perimetro di rendicontazione per le informazioni qualitative e quantitative del presente Bilancio.

Di seguito sono elencate le 27 Società italiane ed estere incluse nel perimetro di rendicontazione:

- **Holding**

1. Angelini Holding S.p.A. (Headquarters Casa Angelini)(Italia)
2. Angelini Real Estate S.p.A. (Italia)

- **Farmaceutico**

3. Angelini Pharma S.p.A. (Italia)
4. Angelini ILAC SAN. VE TIC. A.S. (Turchia)
5. Angelini Pharma Polska SP. Z.O.O. (Polonia)
6. Angelini Pharma Česká republika s.r.o. (Repubblica Ceca)
7. S.C. Angelini Pharmaceuticals Romania S.r.l. (Romania)
8. Angelini Pharma España S.L.U. (Spagna)
9. Angelini Pharma Bulgaria E.O.O.D. (Bulgaria)

10. Angelini Pharma RUS L.L.C. (Russia)
11. Angelini Pharma Österreich G.m.b.H. (Austria)
12. Angelmed S.A. (Portogallo)
13. Angelini Pharma Hellas S.A. (Grecia)
14. Angelini Pharma Inc. (Stati Uniti)
15. Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H. (Germania)

- **Largo Consumo**

16. Fater S.p.A. (Italia)
17. Fater Portugal Unipessoal Lda. (Portogallo)
18. Fater Central Europe S.r.l. (Romania)
19. Fater Eastern Europe o.o.o. (Russia)
20. Fater Temizlik Urunleri Limited Sirketi (Turchia)

- **Tecnologia Industriale**

21. Fameccanica.Data S.p.A. (Italia)
22. Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd.
23. Fameccanica North America Inc. (Stati Uniti)

- **Profumeria e Dermocosmesi**

24. Angelini Beauty S.p.A. (Italia)

Nota metodologica

25. Angelini Beauty S.A. (Spagna)
26. Angelini Beauty G.m.b.H. (Germania)

- **Vitivinicolo**

27. Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l. (ex Bertani Domains Soc. Agr. a r.l.)(Italia)

Si segnala che per alcune informazioni quantitative valgono le seguenti eccezioni, e in particolare:

- per il settore Farmaceutico, i consumi energetici e idrici e i dati sui rifiuti si riferiscono agli stabilimenti produttivi Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc.;
- per il settore Largo Consumo, i dati sulla formazione, i consumi energetici e idrici, i dati sui materiali e sui rifiuti si riferiscono agli stabilimenti produttivi Fater S.p.A., Fater Portugal Unipessoal Lda., Fater Temizlik Urunleri Limited Sirketi;
- per Angelini Real Estate S.p.A., annoverata in ambito Holding, i dati disponibili riguardano la formazione, gli infortuni, i consumi energetici e idrici e i rifiuti.

Altre eccezioni di perimetro sono segnalate in alcune tabelle di dettaglio contenute nel presente Bilancio.

Analogamente, per quel che riguarda il capitale naturale (materiali e consumi di combustibile), i dati e le informazioni qualitative si riferiscono all'intero perimetro di Angelini Industries, a eccezione delle Società Fater S.p.A. e Angelini Pharma S.p.A. per le quali i dati si riferiscono alle sedi italiane ed estere che ospitano gli stabilimenti produttivi, ove si rilevano gli impatti maggiori rispetto alle sedi commerciali.

Nota metodologica

GLI STANDARD DI RENDICONTAZIONE

Per il presente Bilancio di Sostenibilità, Angelini Industries 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 to 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 la predisposizione del prospetto di determinazione e distribuzione del valore aggiunto.

LA STRUTTURA DEL BILANCIO

Il Bilancio è suddiviso nei seguenti sei capitoli principali: 1. Identità, 2. Governance, 3. Capitale economico, 4. Capitale umano, 5. Capitale sociale e relazionale, 6. Capitale naturale.

Tali capitoli sono preceduti nella parte iniziale dalla Lettera agli stakeholder, dalla presente Nota metodologica e dalle seguenti sezioni: Highlight, Fatti rilevanti avvenuti nel periodo, Una nuova brand identity.

In Appendice è riportato l'Indice dei contenuti GRI.

IL PROCESSO DI RENDICONTAZIONE

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'anno

Nota metodologica

2021 ha coinvolto i referenti delle Società Operative italiane del Gruppo, i quali a loro volta hanno provveduto a coordinare la raccolta dei dati anche per le rispettive Società estere. Gli obiettivi di sostenibilità sociale e ambientale riportati nei rispettivi ambiti sono stati definiti con riferimento agli strumenti di pianificazione e controllo utilizzati da Angelini Industries e dalle Società Operative del Gruppo. L'impostazione e la supervisione dei lavori, l'approvazione degli obiettivi di miglioramento e del documento sono stati svolti da Angelini Industries.

GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO E L'ANALISI DI MATERIALITÀ

La mappa degli stakeholder, riportata nel paragrafo "Mappa degli stakeholder e modalità di coinvolgimento" è stata rivista a partire dal Codice Etico di Gruppo, riportando i soggetti che interagiscono con Angelini Industries. Ciascuna categoria individuata presenta particolari interessi e aspettative, e viene ascoltata attraverso specifiche iniziative di dialogo e coinvolgimento poste in atto da Angelini Industries e dalle Società Operative del Gruppo.

La rendicontazione extra finanziaria è stata preceduta dall'analisi e dall'identificazione delle tematiche materiali per gli stakeholder e per Angelini Industries, che ha condotto all'individuazione delle tematiche in funzione degli impatti (positivi e negativi) generati e della ricaduta che essi stessi possono avere sulle decisioni degli stakeholder. Rispetto allo scorso anno, l'analisi di materialità è stata ulteriormente perfezionata e ampliata a

Nota metodologica

seguito del coinvolgimento, avvenuto nel primo trimestre del 2022, di 45 stakeholder interni, appartenenti a tutte le Società del Gruppo, italiane ed estere.

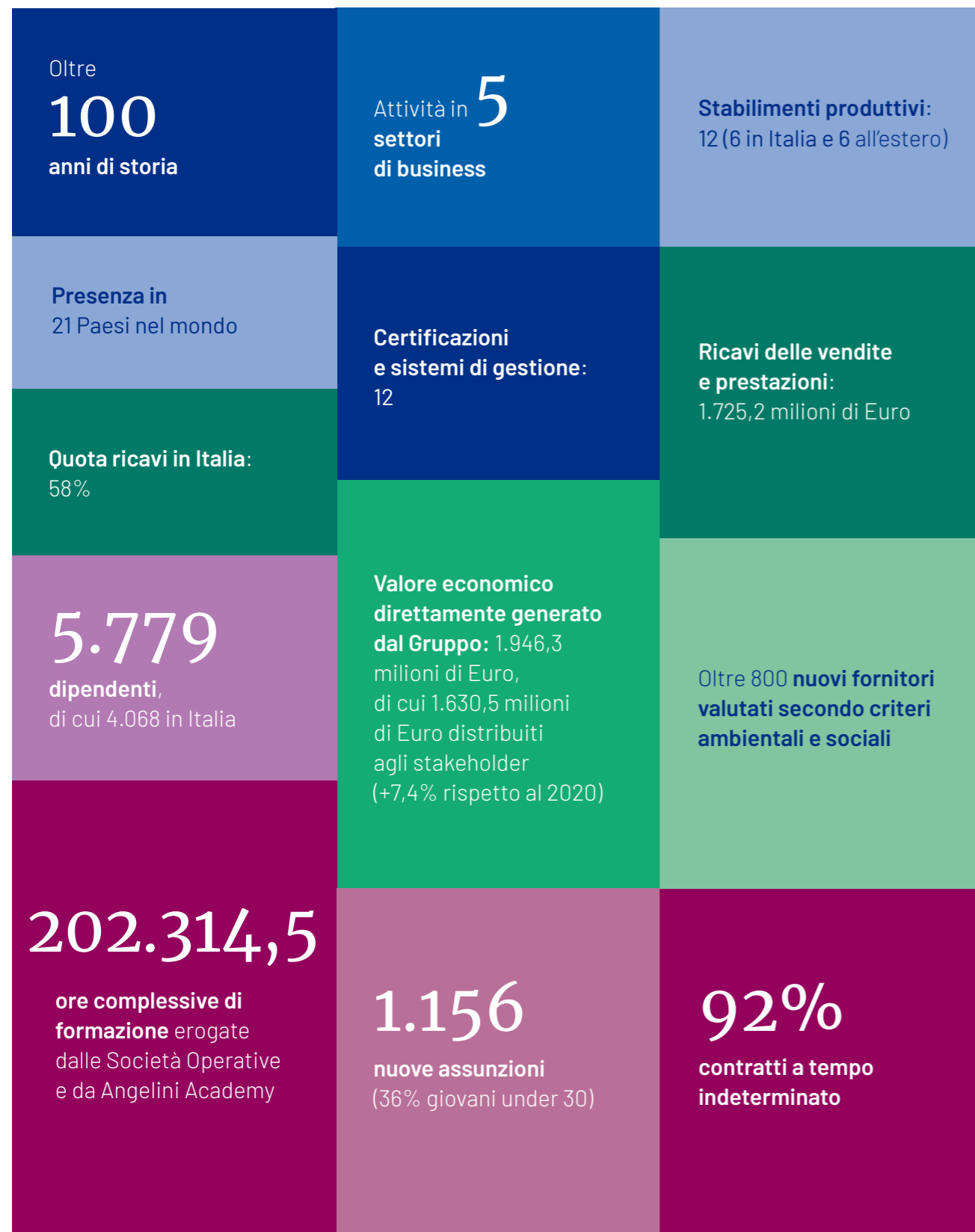
Gli eventi di coinvolgimento hanno stimolato una riflessione sulle tematiche che contano per Angelini Industries e sul contributo concreto delle Società Operative del Gruppo rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs - Sustainable Development Goals).

È stata quindi definita una materiality map di Angelini Industries, in cui sono rappresentate le tematiche ritenute materiali, suddivise per i seguenti cinque ambiti: governance, persone, prodotto, ambiente e comunità. La materiality map è riportata nel paragrafo "Le tematiche che contano" all'interno del capitolo "Orientamento alla sostenibilità".

Per approfondimenti, visitare il sito aziendale www.angeliniindustries.com.



Highlight 2021

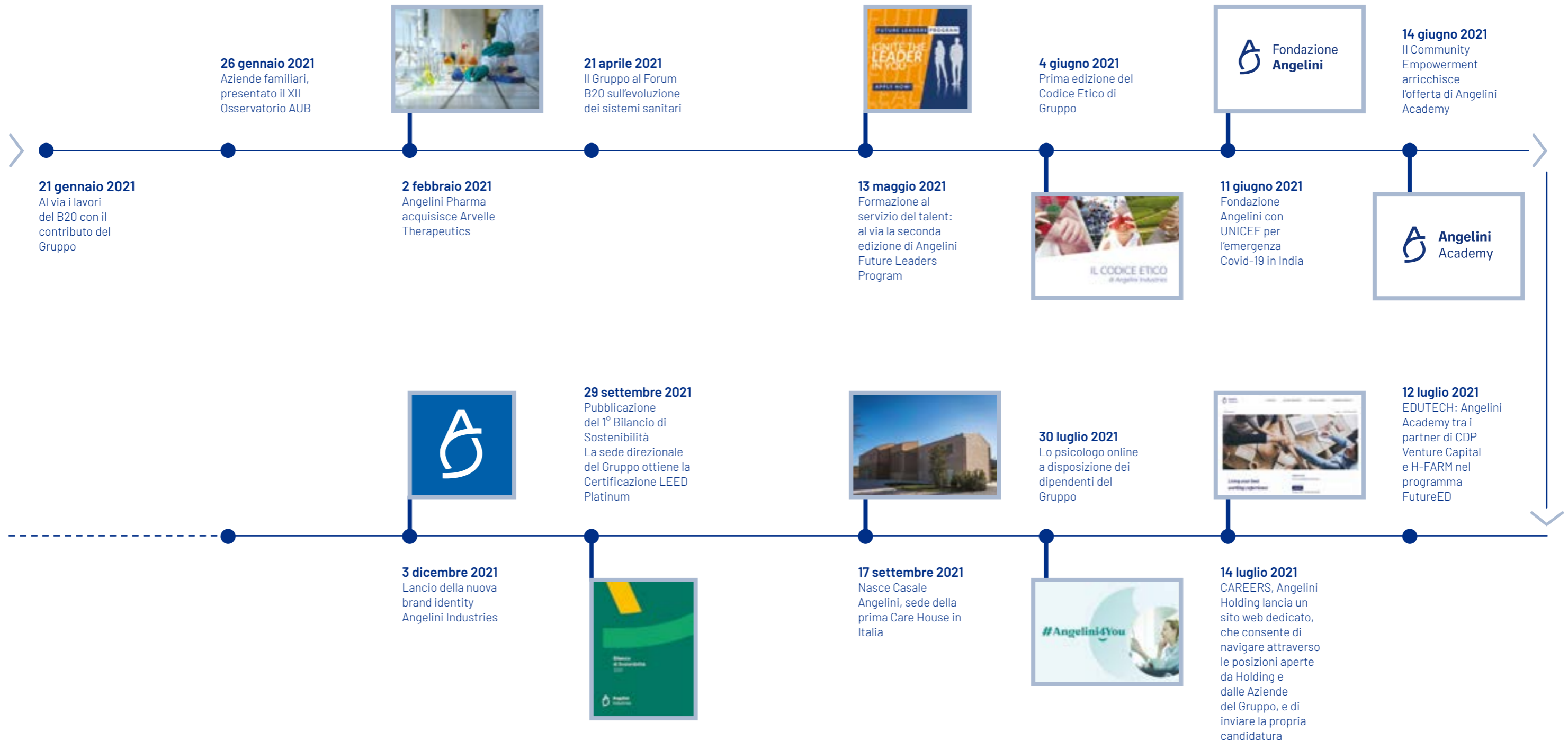


Highlight 2021



Fatti rilevanti avvenuti nel periodo

Sono di seguito riportati i fatti più significativi avvenuti nel 2021, che riflettono l'impegno di Angelini Industries sulle tematiche della sostenibilità.



Una nuova brand identity



Per adeguare i codici espressivi del Gruppo al suo posizionamento multi-settoriale e multinazionale e rappresentarne l'universo valoriale, nel corso del 2021 è stato sviluppato un progetto di rebranding, che ha interessato sia la Capogruppo sia le Società Operative. Alla base del progetto i valori e lo scopo che ispirano l'agire quotidiano di Angelini: prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni, guardando al futuro e alla costruzione di un mondo migliore.

È stato, quindi, adottato un nuovo iconico marchio, aperto e inclusivo, che ha sostituito la storica A triangolare, ed è stato scelto un nuovo nome, Angelini Industries, identificativo sia della Capogruppo sia del Gruppo nel suo insieme, a sintetizzarne la lunga storia di capitalismo familiare, la natura industriale, la diversificazione e l'internazionalizzazione.

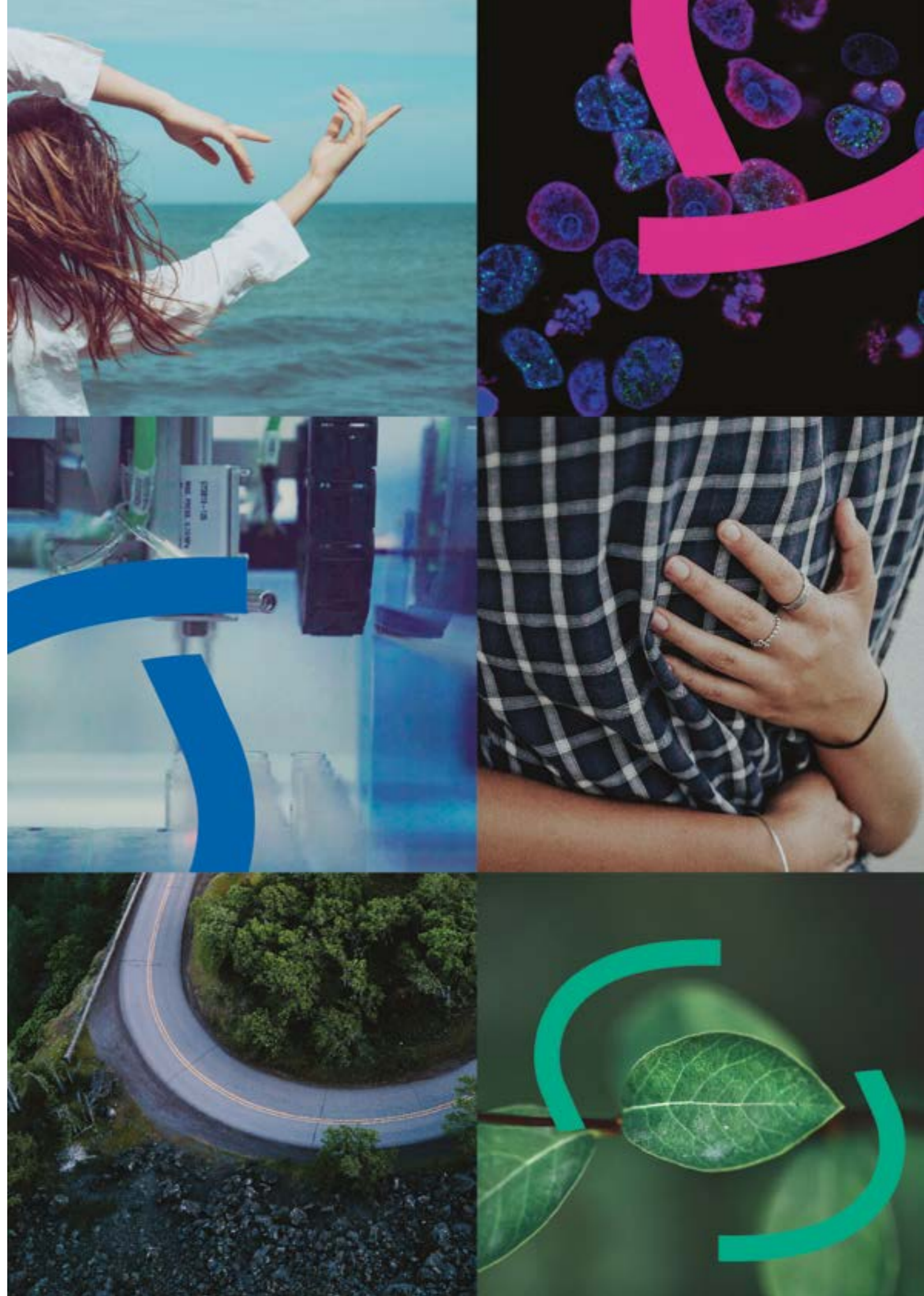
IL MARCHIO

Il segno è composto dalla lettera A, che riprende l'iniziale del brand name Angelini, unita a una circonferenza aperta in alto e in basso. Le linee diagonali, che conferiscono slancio alla figura, rimandano a parentesi-abbraccio, a significare un mondo – quello di Angelini – che è sempre aperto, inclusivo, accogliente.

IL PAYOFF: INDUSTRY OF CARE

Industry of Care è il payoff scelto per accompagnare il logo, sintetizzando il purpose di Gruppo.

Una frase che ha la forza di connotare subito la mission di Angelini Industries, trasferendo un aspetto emozionale a una parola semanticamente fredda come Industry.



Una nuova brand identity



L'ARCHITETTURA DI BRAND

Riconoscersi nella stessa visione, negli stessi valori e nello stesso purpose vuol dire anche presentarsi al mondo in modo coeso e coerente, rappresentare tutte le Aziende del Gruppo industriale come parte di un unico mondo. L'architettura dell'identità rispecchia questo principio e prevede che ogni realtà si firmi utilizzando il marchio, il brand name Angelini e un descriptor relativo al proprio ambito di attività. Ciò, a partire dal master brand, Angelini Industries, che rappresenta sia la capogruppo, Angelini Holding, sia il Gruppo industriale nella sua interezza.

- | | |
|--|--|
|  Angelini
Pharma |  Angelini
Real Estate |
|  Angelini
Consumer |  Angelini
Investments |
|  Angelini
Technologies |  Angelini
Academy |
|  Angelini
Beauty |  Fondazione
Angelini |
|  Angelini
Wines & Estates |  Casa
Angelini |

Sempre accanto a te. La prima campagna corporate di Angelini Industries



“Sempre accanto a te, con la forza di un abbraccio” è lo slogan della prima campagna corporate di Angelini Industries, con cui è stata presentata al grande pubblico la nuova identità visiva del Gruppo. On air nei mesi di marzo e aprile 2022, la campagna ha avuto come protagonisti alcuni prodotti iconici di Angelini Industries, che ne hanno decretato il successo negli oltre 100 anni di storia. Da Tachipirina a Lines, da Amuchina a Pampers, passando per ACE, ThermaCare, i profumi, i grandi vini Bertani e la tecnologia industriale di Fameccanica, il filo che lega l’universo diversificato di Angelini è **la volontà di prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni**. Nella campagna, questo *fil rouge* ha trovato spazio in scene di vita domestiche, in cui il prendersi cura è spesso un gesto semplice: una carezza, uno sguardo d’intesa, un sorriso, un bacio, un abbraccio.

Identità

01

100

Oltre **100 anni di storia**

5

Attività in **5 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 nel mondo

Identità

Angelini Industries: Industry of Care

Guidato da Angelini Holding, Angelini Industries è un Gruppo multinazionale fondato ad Ancona nel 1919 da Francesco Angelini.

Oggi Angelini Industries rappresenta una realtà industriale solida e articolata che impiega circa 5.800 dipendenti ed è presente direttamente in 21 Paesi del mondo con ricavi per circa 1,7 miliardi di Euro. Angelini Industries opera nei settori di business illustrati in figura.

Da oltre 100 anni la famiglia Angelini guida l'evoluzione del Gruppo con uno stile imprenditoriale tipico del capitalismo familiare italiano.

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.

Identità

ANGELINI INDUSTRIES**Farmaceutico**

Ricerca, sviluppo e commercializzazione di soluzioni terapeutiche nelle aree salute del cervello, malattie rare e consumer healthcare, in oltre 70 Paesi.

**Largo Consumo**

Prodotti e servizi per il benessere della famiglia dall'infanzia all'età matura anche tramite partnership con P&G (Fater) ed Hero (MadreNatura).

**Tecnologia Industriale**

Tecnologie, robotica e servizi per la produzione industriale di prodotti FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), packaging sostenibili, movimentazione e riconoscimento automatizzato per la logistica e servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi.

**Profumeria e Dermocosmesi**

Profumeria selettiva e dermocosmesi (skincare & suncare), sia attraverso contratti di licenza che con marchi di proprietà.

**Vitivinicolo**

Produzione e commercializzazione di vini di pregio nel rispetto dei territori e della tradizione.

**Real Estate e Investments**

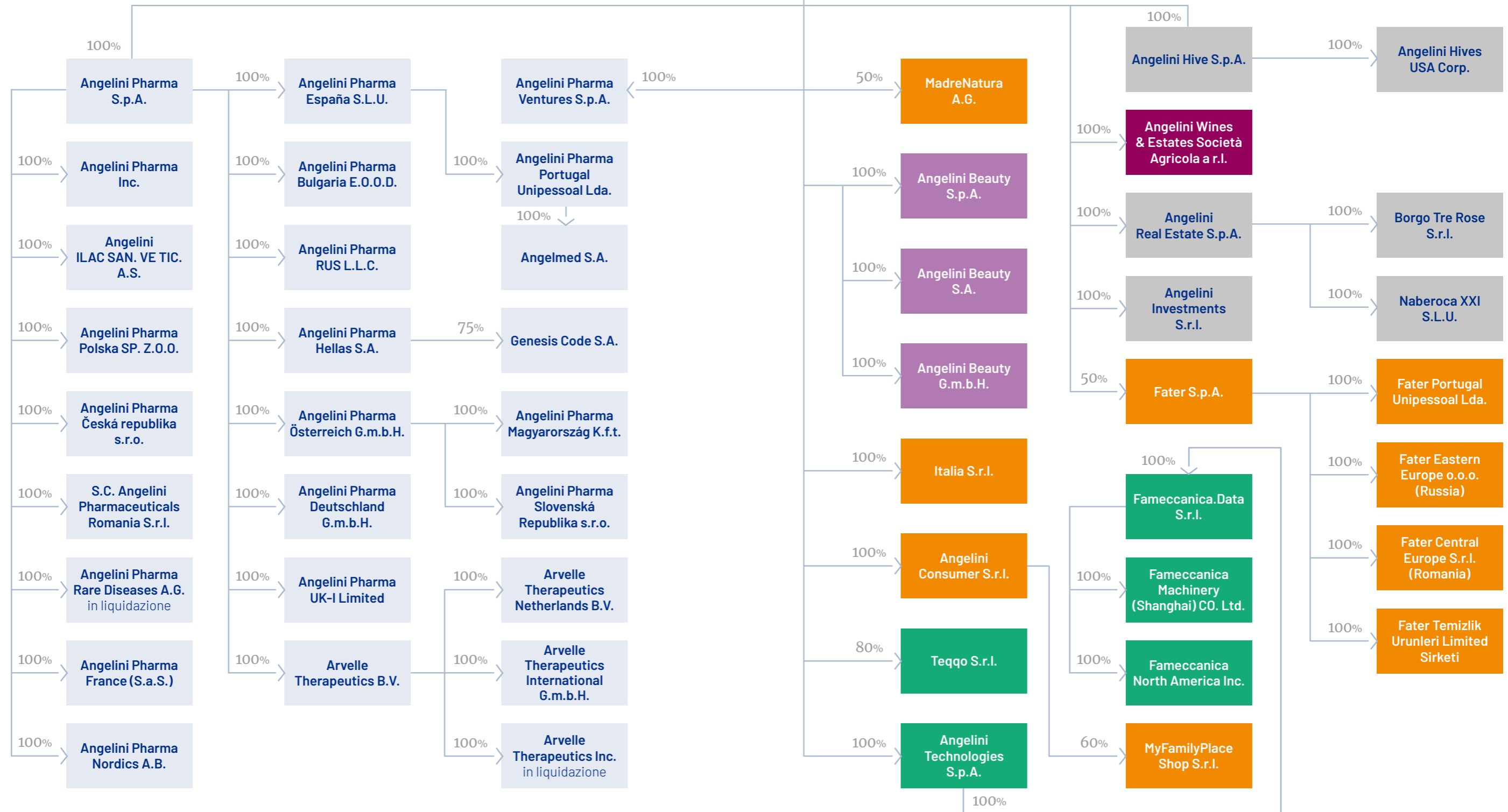
Gestione di immobili non strumentali appartenenti ad Angelini Industries (Angelini Real Estate) e valorizzazione del patrimonio in un'ottica di medio e lungo periodo (Angelini Investments).

Struttura societaria

Lo schema di seguito riportato mostra la struttura del Gruppo aggiornata al **10 giugno 2022**. La struttura articolata di Angelini Industries evidenzia due aspetti rilevanti: il trend di espansione internazionale in tutti gli ambiti, in particolar modo nel Pharma e nel Consumer, e la diversificazione del business.

Angelini Holding S.p.A.

- Corporate e Servizi
- Profumeria e Dermocosmesi
- Farmaceutico
- Vitivinicolo
- Largo Consumo
- Altre attività (immobiliare, investimenti ecc.)
- Tecnologia Industriale



Identità

Settori di business e Società Operative

FARMACEUTICO

 **Angelini Pharma** Angelini Industries opera nel settore Farmaceutico attraverso **Angelini Pharma**, un 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, delle **Malattie Rare** 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; attualmente sono attivi programmi per lo sviluppo di nuovi trattamenti per adattare al meglio la terapia alle esigenze specifiche dei vari pazienti. 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),

Identità

Latuda (lurasidone cloridrato, antipsicotico), Tantum (benzidamina, antinfiammatorio), Aulin (nimesulide, analgesico antinfiammatorio), Vellofent (fentanil, analgesico), e Xydalba (dalbavancina, antibiotico).

LARGO CONSUMO

Il Largo Consumo è il secondo settore per contributo ai ricavi del Gruppo Angelini Industries. Il presidio in questo campo è assicurato da tre Società: Fater, Angelini Consumer 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

Identità

innovazione e conta 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 Consumer** è la Società di Angelini Industries **dedicata alla creazione e allo sviluppo di nuovi business orientati al mondo dei consumatori**. Un vero e proprio laboratorio che opera nel segno della sostenibilità economica, sociale, ambientale, con l'obiettivo di portare prodotti e servizi di qualità alle comunità e alle famiglie, prendendosi cura di loro **dal momento dell'infanzia fino alle necessità legate all'età matura**.

 **MadreNatura**, fondata nel 2019, con sede a Lenzburg (Svizzera), 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**.

MadreNatura vuole essere vicina alle famiglie con bambini piccoli, grazie al know-how di entrambi i gruppi industriali. Con la missione **"Giving children the best start in life"**, MadreNatura ha come obiettivo portare in tutte le case dove c'è un bambino una crescita sana, attraverso un'alimentazione naturale, a base di frutta e verdura.

La linea di prodotti HERO Solo comprende omogeneizzati, frutta frullata, cereali, pastine e snack. Sono tutti alimenti per l'infanzia 100% biologici e naturali, preparati con ingredienti semplici e niente più.

TECNOLOGIA INDUSTRIALE

Fameccanica è la Società del Gruppo Angelini Industries che **progetta e sviluppa**

Identità



Tecnologie, Robotica e Servizi per la produzione industriale di prodotti FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), packaging sostenibili, movimentazione e riconoscimento automatizzato per la logistica 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 produttive 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 richieste di brevetti realizzate**. Oggi, con **oltre 1.200 macchine consegnate in tutto il mondo, più di 750 brevetti all'attivo e circa 700 dipendenti nelle**

tre sedi produttive in Italia (San Giovanni Teatino, in provincia di Chieti), Cina (Shanghai) e Stati Uniti (West Chester), 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, pod e detergenti in monodose, dispositivi e prodotti di primo soccorso monouso (per esempio, cerotti), imbottigliamento di liquidi, packaging sostenibili e robotica per la movimentazione e il riconoscimento automatico di pacchi (logistica e-commerce).

 **Angelini Technologies** Società di **Angelini Technologies**, 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,**

Identità

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.

PROFUMERIA E DERMOCOSMESI

 **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 Schlessler, Blumarine, Mandarina Duck, Armand Basi e di skincare & suncare di Anne Möller. Angelini Beauty è presente in mercati strategici quali Italia, Germania, Austria, Svizzera, Spagna e Portogallo, con un'equipe formata da 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 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.

VITIVINICOLO

 **Angelini Wines & Estates** In campo vitivinicolo, **Angelini Wines & Estates**, già Bertani Domains,

opera coniugando tradizione e innovazione. Oggi è costituita da 6 cantine, per un totale di 1.700 ettari di terreni, di cui 460 vitati, e una produzione complessiva di circa 4 milioni di bottiglie l'anno. Nelle tre storiche cantine toscane produce vini di pregio in tre diverse denominazioni

Identità

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 a Romans d'Isonzo (GO) è dedita alla produzione dei grandi vini bianchi del Friuli, mentre Bertani è nota per la produzione dei suoi Amarone della Valpolicella Classico e Valpantena.

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: questa vocazione le ha consentito di ottenere la certificazione biologica per Tenuta Trerose a Montepulciano.

ALTRE ATTIVITÀ DI HOLDING

 **Angelini Real Estate** **Angelini Real Estate** è la Società che 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.

Identità

Valori, vision e purpose

VALORI

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. Etica, innovazione, risultati e coinvolgimento 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.



Identità

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.

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.

Identità

VISION

La vision rappresenta il 'sogno' dell'imprenditore 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: puntiamo a realizzare una crescita sostenibile per tutti, con l'obiettivo di creare valore per le nuove generazioni.



Identità

PURPOSE

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 sono gli altri e l'impegno preso dal Gruppo nei loro confronti. Siamo un gruppo imprenditoriale che dall'Italia guarda al mondo. 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 alla ricerca di nuove soluzioni e opportunità sostenibili a vantaggio delle comunità, dei nostri collaboratori e degli azionisti.

Identità

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.



1950

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 perniciosa 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.

1960

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-glucoma). 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.



1970

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.

1980

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.



1990

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.

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. Nel settore vitivinicolo vengono acquisite le cantine Puiatti in Friuli e, in Valpolicella, Bertani, nota come uno dei più prestigiosi produttori di Amarone.



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. Le attività vitivinicole vengono riorganizzate in Bertani Domains, che si completa con l'acquisizione di Fazi Battaglia, storica realtà enologica marchigiana produttrice del Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico.



Identità

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



UNA NUOVA ERA: Il 2020 si apre con 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 del prendersi cura viene identificato come filo conduttore delle attività di Angelini in tutti i settori in cui opera. Dall'attenzione alle esigenze dei consumatori - tra i pilastri dello sviluppo futuro del Gruppo - nasce Angelini Consumer, divisione dedicata allo sviluppo di nuove opportunità nel settore consumer; nel baby food viene creata MadreNatura, in joint venture con Hero Group. Nel farmaceutico, la crescita va nella direzione dell'internazionalizzazione e dell'innovazione: ne sono testimonianza l'acquisizione del marchio ThermaCare e della biotech Arvelle Therapeutics (2021), che proiettano Angelini verso una dimensione sempre più multinazionale.

2021

UN NUOVO BRAND PER IL GRUPPO: Il 2021 è foriero di una nuova brand identity, coerente con il percorso intrapreso: il Gruppo Angelini diventa Angelini Industries, con un nuovo marchio e un nuovo nome a rappresentare la natura di gruppo multinazionale, orgogliosamente industriale, che costruisce valore e cresce in molteplici settori di business.



2022

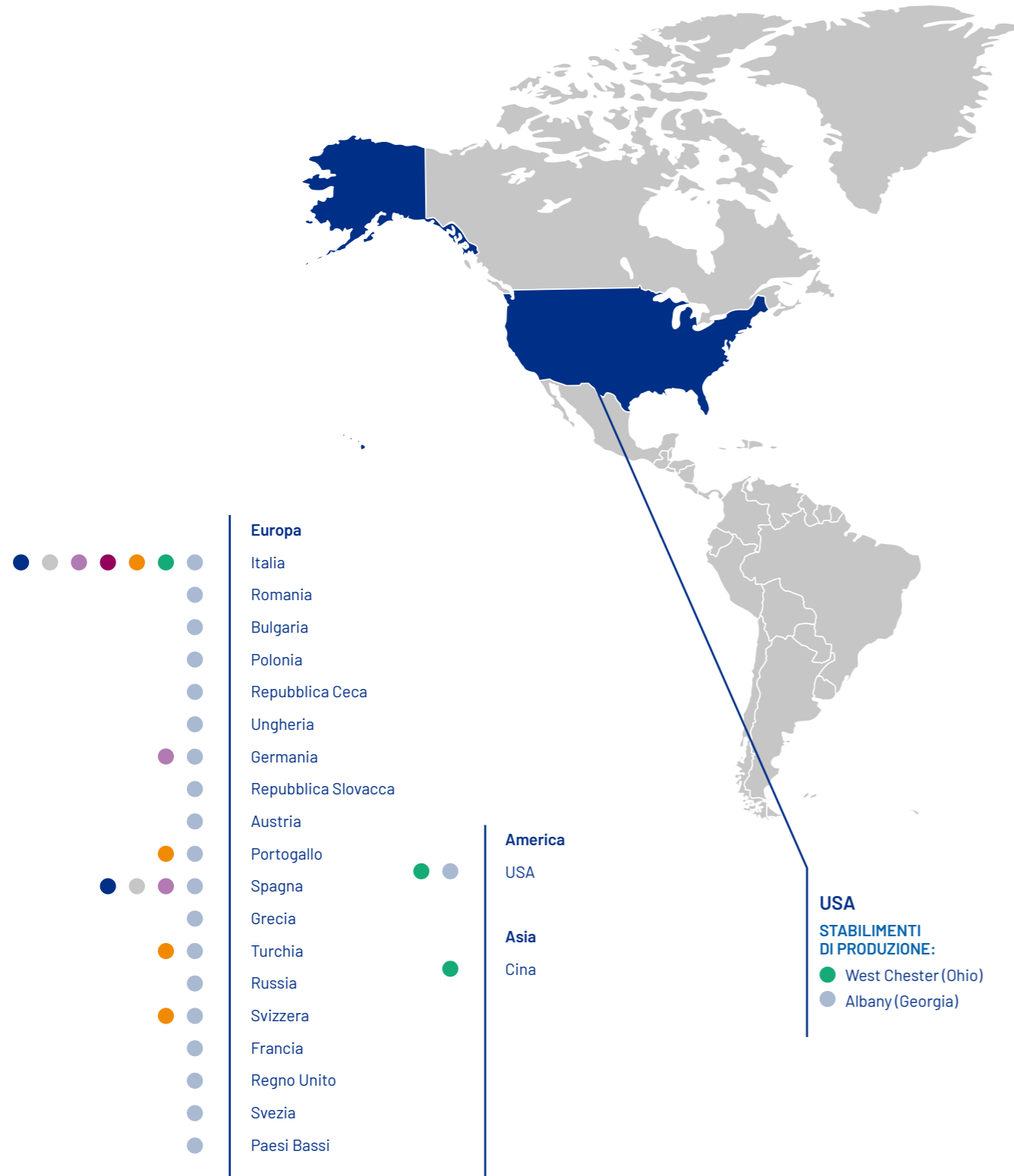


Nel 2022, Angelini Industries acquisisce il restante 50% di Fameccanica, fino ad allora joint venture paritetica con P&G, salendo così al 100% della Società internazionale specializzata in automazione e robotica per l'industria dei beni di consumo.

Identità



ANGELINI INDUSTRIES NEL MONDO:
PRESENZA DIRETTA E STABILIMENTI PRODUTTIVI



Identità

Il Gruppo Angelini Industries opera con 12 stabilimenti produttivi, 6 dei quali localizzati in Italia.



Identità

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 di Angelini Holding, Angelini Pharma, Angelini Consumer, Angelini Real Estate.

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, dell'Azienda 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 funzionamento dei sistemi sanitari, impiego di energia certificata 100% green).

Identità

Settori di business e brand

Angelini Industries è un Gruppo multi-industry e multinazionale. Come già analizzato sopra, opera nei seguenti settori di business: Farmaceutico, Largo Consumo, Tecnologia Industriale, Profumeria e Dermocosmesi, Vitivinicolo. La figura riassume i principali brand associati a ciascun settore di business.

SETTORI DI BUSINESS E BRAND



FARMACEUTICO
Acutil, Amuchina, Aulin, Daparox, Dobetin, Infasil, Latuda, Momendol, Moment, Moment Act, Ontozry, Tachidol, Tachipirina, Tantum, Tantum Natura, ThermaCare, Trittico, Vellofent, Xydalba.



LARGO CONSUMO
Pampers, Lines, Lines Specialist, Tampax, ACE, Neoblanc, Comet, HERO Solo.



TECNOLOGIA INDUSTRIALE
Progettazione e sviluppo di tecnologie, robotica e servizi per la produzione industriale di prodotti FMCG, packaging sostenibili, movimentazione e riconoscimento automatizzato per la logistica e servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi.



PROFUMERIA E DERMOCOSMESI
Creazione, sviluppo e distribuzione internazionale delle linee di profumo Trussardi, Laura Biagiotti, Chiara Ferragni, Blumarine, Mandarina Duck, Angel Schlessler, Armand Basi e di skincare & suncare di Anne Möller.



VITIVINICOLO
Cantine Bertani (Veneto), Puiatti (Friuli Venezia Giulia), Val di Suga, Trerose, San Leonino (Toscana), Fazi Battaglia (Marche).

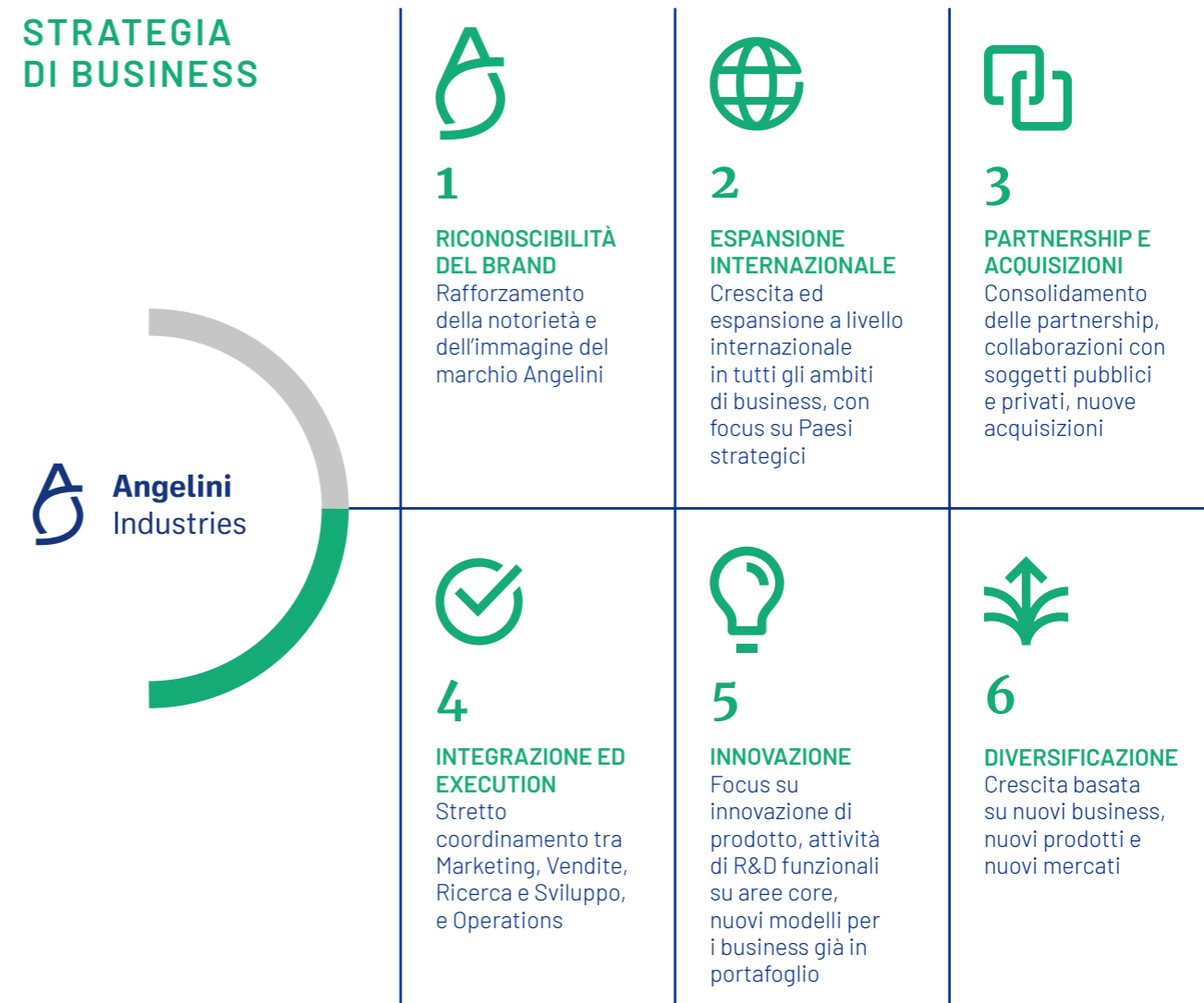
Identità

Strategia e modelli di business

L'obiettivo strategico del Gruppo Angelini Industries nel lungo termine è quello di **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, riportati nelle figure di cui sotto, rappresentano i fattori chiave di successo sui quali le Società Operative sono costantemente impegnate.

Identità



Identità

FATTORI ABILITANTI



1 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



2 Persone

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



3 Nuova 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"

Governance

02

5

5 membri indipendenti su 7 nel Consiglio di Amministrazione di Angelini Holding

Codice Etico

Adozione del Codice Etico del Gruppo Angelini Industries (1ª edizione)

Modello 231

Modello 231 approvato dai Consigli di Amministrazione di tutte le Società Operative

0

Zero episodi di corruzione

Privacy

Adozione di un Privacy Governance Model e di una Privacy Policy validi a livello di Gruppo

LEED Platinum

Certificazione LEED livello Platinum per Casa Angelini

Governance

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. Il Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, ispirandosi alle best practice del mercato, è composto da **7 membri di cui 5 indipendenti**.

Il modello di governance e di organizzazione di Angelini Industries si fonda sull'accountability dei manager, che si traduce nel senso di responsabilità nell'esercitare il proprio ruolo di gestione e indirizzo, e nella capacità di rendere conto dei propri risultati.

"Crediamo che un governo societario efficace sia uno strumento essenziale per raggiungere i nostri obiettivi. Le nostre scelte di Corporate Governance, da un lato, riflettono la prospettiva di lungo periodo tipica di un'azienda familiare, dall'altro, si ispirano alle migliori pratiche internazionali adottate dalle Società quotate."
(Sergio Marullo di Condojanni - Amministratore Delegato di Angelini Industries).

Tale sistema di governo societario, oltre

a costituire uno strumento essenziale per assicurare l'efficace gestione e il controllo delle attività in ambito aziendale, è orientato alla creazione di valore per gli azionisti, alla qualità del servizio ai clienti, al controllo dei rischi d'impresa e alla trasparenza nei confronti del mercato.

Governance

Organi societari

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 varie tipologie di servizi quali IT, finanziari, amministrativi, gestionali, assicurativi, legali e societari.

La Società è amministrata da un Consiglio di Amministrazione, composto come riportato nella tabella che segue.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE²

PRESIDENTE	Franco Masera
VICE PRESIDENTE	Thea Paola Angelini
VICE PRESIDENTE ESECUTIVO ³	Thea Paola Angelini
VICE PRESIDENTE	Sergio Marullo di Condojanni
AMMINISTRATORE DELEGATO/LR ⁴	Sergio Marullo di Condojanni
CONSIGLIERI	Giovanni Ciserani Stefano Proverbio Lorenzo Tallarigo Attilio Zimatore

² Nominato in data 28.06.2021, in carica sino all'assemblea di approvazione del Bilancio al 31.12.2023.

³ Delega poteri al V/P Esecutivo (Thea Paola Angelini), nominata in data 07.07.2021, in carica sino all'assemblea di approvazione del Bilancio al 31.12.2023.

⁴ Amministratore Delegato/LR (Sergio Marullo di Condojanni), nominato in data 07.07.2021, in carica sino all'assemblea di approvazione del Bilancio al 31.12.2023.

Governance

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.

COLLEGIO SINDACALE⁵

PRESIDENTE	Fabrizio Marchetti
SINDACI EFFETTIVI	Riccardo Tiscini Lorenzo Barbone
SINDACI SUPPLEMENTI	Gianluca Leone Giuseppe Marciano

⁵ Nominato in data 29.06.2021, in carica sino all'approvazione del Bilancio al 31.12.2023.

Governance

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

ORGANISMO DI VIGILANZA⁶

PRESIDENTE	Fulvia Astolfi
MEMBRI EFFETTIVI	Antonio Miani Daniele Del Monaco

SOCIETÀ DI REVISIONE

E&Y S.p.A.

⁶ Nominato in data 07.07.2021, in carica sino all'approvazione del Bilancio al 31.12.2023.

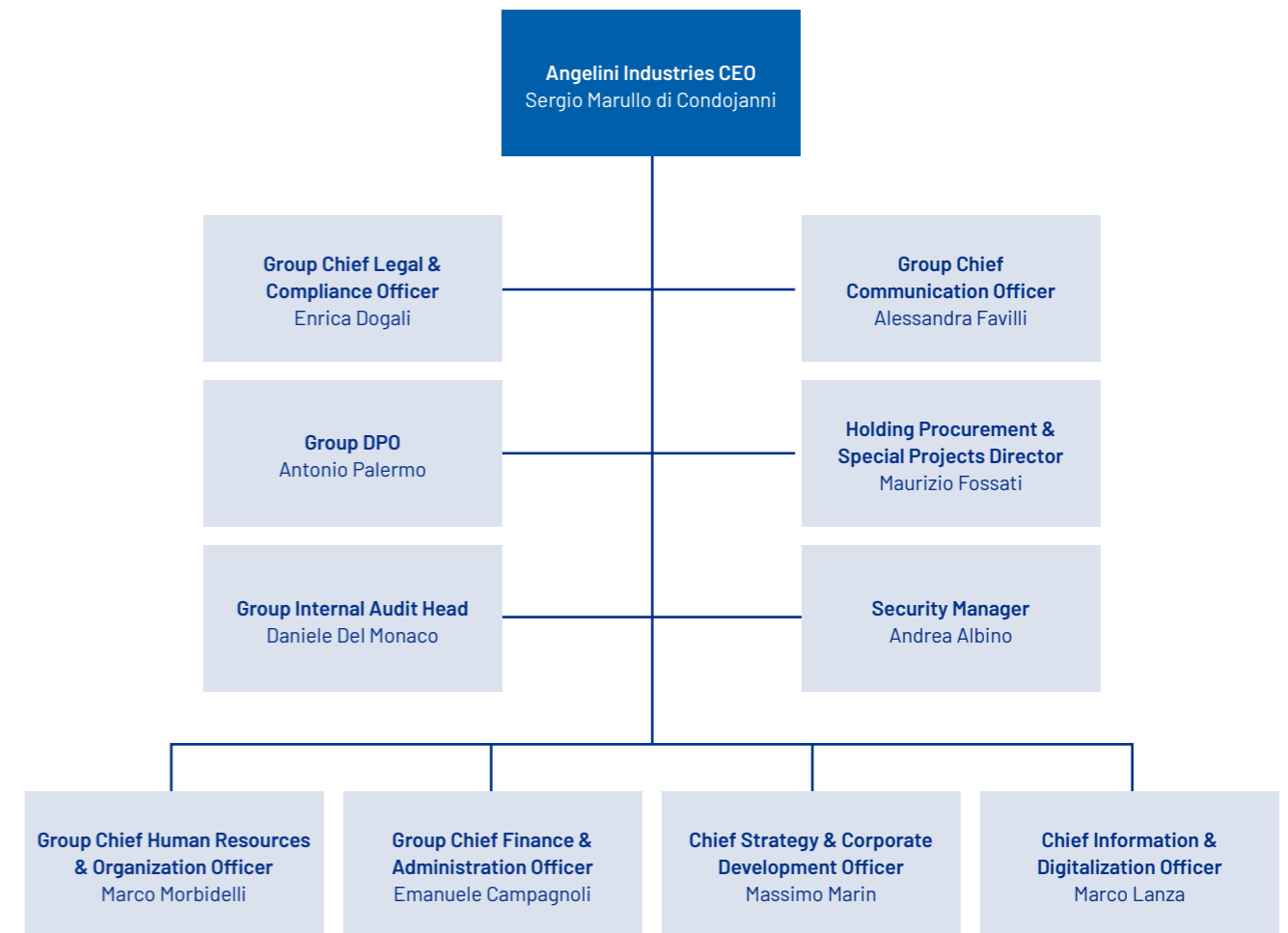
Governance

Nella tabella che segue è riportata, per gli anni 2020 e 2021, la ripartizione per genere delle persone appartenenti agli organi societari precedentemente descritti.

COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI SOCIETARI PER TIPO DI QUALIFICA	2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	1	6	7	1	6	7
COLLEGIO SINDACALE		5	5		5	5
ORGANISMO DI VIGILANZA		3	3	1	2	3

Governance

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 della Capogruppo 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 anche 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.

Governance

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 ha recentemente adottato la **prima edizione del Codice Etico del Gruppo Angelini Industries** che rappresenta la naturale prosecuzione del percorso di consolidamento della propria

Governance

identità. 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 e 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,

Governance

inclusa la Holding, ha implementato un **Processo di Gestione delle segnalazioni interne**. L'adozione dei documenti Codice Etico⁷, Modello 231 e relativi Protocolli e Procedure ambito 231 sono comunicate 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 Legal & 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;
- coinvolgere diverse funzioni nella gestione della segnalazione definendo ruoli e responsabilità chiari e condivisi.

⁷ Si fa presente che il Codice Etico si applica al 100% nelle Società Operative, a eccezione delle joint venture, le quali ne recepiranno i contenuti nei rispettivi Codici Etici.

Governance

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 2021 non si sono rilevati episodi di corruzione accertata.

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.

Governance

BUSINESS CONTINUITY

Nell'ambito del modello di gestione integrata del rischio a livello di Gruppo per il presidio dei rischi aziendali, nel 2021 è stata realizzata un'iniziativa di specifico approfondimento sul rischio di **continuità operativa** che ha condotto alle due seguenti iniziative:

- **Business Continuity Maturity Assessment**, consistita nel valutare il livello di maturità della gestione della continuità operativa di ogni Società del Gruppo rispetto agli standard di riferimento (ISO 22301) e fornire azioni di rimedio/raccomandazioni sulla base degli eventuali gap riscontrati;
- **valutazione preliminare del rischio di continuità operativa**, attraverso una ricognizione e valutazione preliminare dei principali rischi che potrebbero comportare un'interruzione della continuità operativa dei processi critici.

Il Risk Assessment dei rischi di continuità operativa è stato effettuato con l'obiettivo di ottenere una valutazione di alto livello

dell'esposizione della Società al rischio di business continuity e individuare utili elementi di mitigazione dei rischi associati alla continuità operativa.

Governance

Certificazioni e sistemi qualificanti della gestione

Allo stato attuale, le Società Operative dei settori Farmaceutico (Angelini Pharma), Tecnologia Industriale (Fameccanica) e Largo Consumo (Fater) dispongono di un Sistema di Gestione Qualità (**ISO 9001:2015**) e un Sistema per la Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro (**ISO 45001** e **OHSAS 18001**).

Le stesse Società dispongono anche di una politica di gestione ambientale (**ISO 14001**). Per il Farmaceutico, la **ISO 45001:2018** è applicata in tutti e tre gli stabilimenti produttivi italiani (Ancona, Aprilia, Casella). Per il settore Tecnologia Industriale (Fameccanica), la **ISO 14001** e la **ISO 50001** sono applicabili nello stabilimento produttivo di Chieti; infine, per il settore Largo Consumo (Fater), la **ISO 50001** è applicabile nello stabilimento produttivo di Pescara.

Angelini Pharma e Fater si sono dotate della **ISO 13485:2016**, il Sistema di Gestione della Qualità per dispositivi medici, integratori alimentari, cosmetici e presidi medico-chirurgici. Fameccanica e Fater si sono inoltre dotate di un Sistema per la Gestione dell'Energia (**ISO**

50001). Angelini Holding e Fater hanno, infine, conseguito anche la **ISO 27001:2013**, il Sistema di Gestione per la Sicurezza delle Informazioni.

Governance



ALTRE CERTIFICAZIONI

Angelini Real Estate ha concluso il percorso di Certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) ottenendo il Livello Platinum per la progettazione e realizzazione di Casa Angelini da parte dello U.S. Green Building Council. 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 risorse, qualità ambientale interna e innovazione nella progettazione.

Governance

	ISO 9001	OHSAS 18001	ISO 45001	ISO 14001	ISO 50001	ISO 13485	ISO 27001
Holding							X
Farmaceutico	X	X	X	X		X	
Tecnologia Industriale	X	X	X	X	X		
Largo Consumo	X	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 Europe. 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.



Governance

Orientamento alla sostenibilità

Per Angelini Industries, **la sostenibilità rappresenta innanzitutto la capacità dell'organizzazione di raccontarsi, condividere tale percorso con i propri stakeholder e comunicare il modo in cui l'organizzazione persegue i propri obiettivi di business in modo sostenibile e inclusivo, in contesti competitivi sempre più incerti e complessi.**

Tutto ciò, in coerenza con il purpose del Gruppo, "prendersi cura delle persone e delle famiglie", che individua nella creazione di valore di lungo periodo l'obiettivo chiave di riferimento per la definizione della visione aziendale e l'esecuzione di strategie sostenibili.

Sostenibilità vuol dire anche assumersi la responsabilità degli impatti delle proprie attività sul contesto in cui si opera e, per questo, Angelini Industries ha avviato un percorso che, a partire dalla pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità di Gruppo, ha l'obiettivo di diffondere la cultura all'interno delle Industries e mettere a fattor comune le esperienze e i progetti intrapresi dalle Società Operative.

È necessario però adottare un approccio integrato che tenga in considerazione le priorità condivise a livello di Gruppo e la molteplicità dei diversi contesti di business sviluppati nelle Industries.

L'attenzione verso le tematiche di sostenibilità deve anche tradursi nella realizzazione di iniziative concrete che producano effetti positivi sulle persone, sull'ambiente e la comunità. Non solo, la sostenibilità è anche strettamente connessa alle esigenze di innovazione del Gruppo, in quanto arricchisce di contenuti le strategie di business e ne alimenta la crescita. Infine, rappresenta anche l'opportunità di migliorare costantemente la qualità dei prodotti e dei servizi, garantire l'approvvigionamento responsabile delle materie prime lungo tutta la filiera, assicurare il rispetto dei diritti umani e le condizioni di vita delle persone coinvolte e promuovere infine pratiche sostenibili per proteggere le risorse naturali. Le sfide con cui Angelini Industries si confronta e quelle nelle quali può esercitare un ruolo sono tante. Per questo, è fondamentale

Governance

mettere a fuoco le priorità e concentrare le energie per realizzare la propria ambizione in modo efficace. E questo secondo Bilancio di Sostenibilità rappresenta un ulteriore stimolo per farlo.

Governance

STAKEHOLDER E MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO

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 si traduce in primo luogo nell'**identificazione e coinvolgimento di tutti gli attori con cui Angelini Industries interagisce** e, successivamente, nella comprensione degli interessi e delle tematiche rilevanti per ciascuno di essi.

Lo schema illustrato in figura riporta la **mappa delle macrocategorie di stakeholder di Angelini Industries**. All'interno di ciascuna macrocategoria, 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.

Governance

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

Governance

Le tematiche che contano

Gli eventi degli ultimi due anni, la diffusione delle questioni ESG e l'evoluzione rapida delle normative europee in ambito sostenibilità hanno invitato a rimettere in discussione le priorità globali. Angelini Industries ha pertanto deciso di riflettere sulle tematiche di sostenibilità che più contano per il presente e per il futuro e, come già avvenuto lo scorso anno, lo ha fatto insieme alle proprie persone. Ad aprile 2022 sono stati organizzati due eventi di **stakeholder engagement** ai quali hanno partecipato **45 collaboratori**, 35 dei quali dalle sedi italiane, e 10 dalle altre sedi europee, appartenenti a tutte le Società del Gruppo. La scelta di coinvolgere nuovamente gli stakeholder interni deriva dalla necessità di consolidare il processo di redazione del Bilancio di Sostenibilità, nonché perfezionare la materialità e migliorare la qualità dei contenuti, ma anche dall'opportunità di estendere il coinvolgimento ai colleghi delle Società estere. I due workshop, realizzati in continuità con il primo evento di stakeholder engagement dell'anno precedente, hanno stimolato una






riflessione sulle tematiche che contano per Angelini Industries e sul contributo concreto delle Società Operative del Gruppo rispetto agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs - Sustainable Development Goals). Traendo ispirazione dagli standard di rendicontazione non finanziaria più diffusi a livello globale e aggregando i risultati dei workshop, è stata quindi ridefinita la mappa delle tematiche materiali per l'intero Gruppo, nonché la connessione di queste con gli SDGs. A partire, quindi, da una più ampia riflessione sul contributo che il Gruppo può dare al raggiungimento degli Obiettivi dell'Agenda 2030, Angelini Industries ha identificato complessivamente **26 tematiche potenzialmente rilevanti**. In particolare, alle 20 tematiche già individuate nel 2021, sono state **aggiunte le seguenti altre 6: 1. attrazione dei talenti, 2. patient advocacy, 3. work-life balance, 4. innovazione, ricerca e sviluppo, 5. brand identity e 6. digital transformation**. Il **coinvolgimento partecipativo degli stakeholder interni, italiani ed esteri**, ha

Governance

permesso, attraverso una comunicazione proattiva e diretta, di accrescere la loro conoscenza sui temi della sostenibilità e acquisire maggiore consapevolezza su quanto può essere realizzato, in coerenza con le istanze che ci pongono le problematiche sociali e ambientali. Lo schema riportato in figura costituisce la **materiality map di Angelini Industries**, in cui sono rappresentate le 26 tematiche ritenute materiali, suddivise per i seguenti **5 ambiti: governance, persone, prodotto, ambiente e comunità**. In azzurro sono evidenziati i 6 nuovi temi ritenuti anch'essi fattori determinanti per il successo di Angelini Industries.

Governance

**MAPPA DI MATERIALITÀ
ANGELINI INDUSTRIES**

<p>1</p> 	<p>2</p> 	<p>3</p> 	<p>4</p> 	<p>5</p> 
<p>GOVERNANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Governance responsabile • Integrità ed etica del business • Crescita economica e solidità finanziaria • Brand identity 	<p>PERSONE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sviluppo e valorizzazione del capitale umano • Gender equality e diversity • Salute e sicurezza sul lavoro • Welfare • Attrazione dei talenti • Work-life balance • Patient advocacy 	<p>PRODOTTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Value chain • Green procurement e vendor rating • Qualità e affidabilità dei prodotti • Eco-design • Relazione con i consumatori • Salute e sicurezza dei pazienti • Innovazione, ricerca e sviluppo • Digital transformation 	<p>AMBIENTE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Efficienza energetica e sviluppo fonti rinnovabili • Carbon footprint • Circular economy • Gestione dei rifiuti • Utilizzo di risorse naturali 	<p>COMUNITÀ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico • Investimenti a favore della comunità

Governance

L'ampia partecipazione ha permesso di **focalizzare l'attenzione anche sulle iniziative concrete e i progetti realizzati**, i quali sono stati associati alle tematiche materiali e agli SDGs, stimolando in tal modo la consapevolezza su quante e quali siano le azioni concrete realizzate all'interno dei diversi settori di business del Gruppo.

La tabella alle pagine seguenti, per ciascuno dei 12 SDGs⁸ considerati significativi per Angelini Industries, le tematiche materiali e le azioni intraprese, in termini di iniziative e progetti realizzati nel corso del biennio 2020-2021, alcuni dei quali sono attualmente in corso nel 2022.

⁸ I 12 SDGs erano stati già individuati come significativi per il Gruppo nel corso dell'evento di stakeholder engagement realizzato nel 2021.

Governance

TABELLA SDGs, TEMATICHE MATERIALI E AZIONI INTRAPRESE






SDGs	DESCRIZIONE	TEMATICHE MATERIALI	AZIONI INTRAPRESE
	SALUTE E BENESSERE	<ul style="list-style-type: none"> Salute e sicurezza sul lavoro Welfare Salute e sicurezza dei pazienti Patient advocacy Work-life balance 	<ul style="list-style-type: none"> Sistemi di gestione per la Salute e Sicurezza sul lavoro ISO 45001 (Pharma, Fameccanica, Fater) Patient advocacy e Support Program (Angelini Pharma) Clinical studies and Consumer Health Projects (Angelini Pharma) Consulti psicologici gratuiti, in italiano, inglese e spagnolo, per tutti i dipendenti (Angelini4You) Welfare (Angelini Holding) Erogazioni liberali agli ospedali Bambino Gesù e Gemelli di Roma (Fondazione Angelini) "Casale Angelini", prima Care House ad Ancona in Italia⁹
	ISTRUZIONE DI QUALITÀ	<ul style="list-style-type: none"> Sviluppo e valorizzazione del capitale umano Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico Attrazione di talenti 	<ul style="list-style-type: none"> Programmi Angelini Academy (Holding) Attività di formazione continua (Industries) Educazione allo smart working per favorire la conciliazione vita-lavoro Seconda edizione Angelini Future Leaders Program, per la formazione e lo sviluppo dei futuri leader di Angelini Industries (Angelini Academy-Holding) Sviluppo delle soft management skills (Angelini Academy) Programmi Ahead e DNA (Angelini Pharma) Hack4Change (Industries, Academy, Fameccanica) Realtà aumentata per attività produttive e formative Partnership con il MIT (Massachusetts Institute of Technology)
	PARITÀ DI GENERE	<ul style="list-style-type: none"> Valorizzazione del capitale umano Gender equality e diversity 	<ul style="list-style-type: none"> Helping Hands (Angelini Pharma) Programma educativo nelle scuole per la parità di genere (Fater Lines) Revisione salariale nel 2022 per affrontare la riduzione del divario di genere (Angelini Pharma, in corso) Nuova politica di Gruppo contro la violenza domestica (Angelini Holding, in corso)
	ACQUA PULITA E IGIENE	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzo delle risorse naturali 	<ul style="list-style-type: none"> Avvio fattibilità per ottimizzazione dei consumi di acqua (Angelini Pharma) Produzione di acqua potabile con acqua di pozzo (Fater) Certificazione LEED Platinum Casa Angelini (Angelini Real Estate)
	ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzo delle risorse naturali Efficienza energetica e sviluppo delle fonti rinnovabili 	<ul style="list-style-type: none"> Sistema di Gestione Energia ISO 5001 (Fameccanica, Fater) LEED Platinum (Casa Angelini) Impianti fotovoltaici (Pharma, Fameccanica, Fater) Nuovi prodotti green (ACE Green e Linea Natura) (Fater) Efficienza illuminazione uffici (Fater, Angelini Beauty, Angelini Wines & Estates)
	LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none"> Crescita economica e solidità finanziaria Value chain Governance responsabile 	<ul style="list-style-type: none"> Determinazione del valore aggiunto generato e distribuito agli stakeholder Tasso di turnover occupazionale positivo Certificazione Top Employer Italia/Europa (Pharma) Sito CAREERS per le offerte di lavoro (Holding) Supporto al Rapporto dell'Osservatorio AUB per la rilevazione sulle aziende italiane a conduzione familiare (Fondazione Angelini) Certificazione SA 8000 (Fater)

SDGs	DESCRIZIONE	TEMATICHE MATERIALI	AZIONI INTRAPRESE
	IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	<ul style="list-style-type: none"> Innovazione, ricerca e sviluppo Brand identity Digital transformation Value chain Utilizzo delle risorse naturali Economia circolare Eco-design 	<ul style="list-style-type: none"> Ulteriori sviluppi per Casa Angelini Lancio della nuova brand identity di Angelini Industries Innovation engine per raccolta nuove idee (Fater/Fameccanica) Linee Natura di Fater/ACE Green FaterSMART Certificazione dei dispositivi medici Progetto Mask (Fameccanica)¹⁰ Competizione per la digital transformation (Hack4Change) rivolta a 400 studenti di Politecnici e facoltà ingegneristiche Nuovi brevetti innovativi (Fameccanica)
	RENDERE LE CITTÀ E GLI INSEDIAMENTI UMANI INCLUSIVI, SICURI, DURATURI E SOSTENIBILI	<ul style="list-style-type: none"> Gestione dei rifiuti Eco-design 	<ul style="list-style-type: none"> Certificazione LEED Platinum per Casa Angelini (Headquarters di Angelini Industries) Ulteriori sviluppi per Casa Angelini Iniziative di riqualificazione urbana
	GARANTIRE MODELLI SOSTENIBILI DI PRODUZIONE E DI CONSUMO	<ul style="list-style-type: none"> Qualità e affidabilità del prodotto Green procurement e vendor rating Economia circolare Carbon footprint Gestione dei rifiuti Relazioni con i consumatori Utilizzo delle risorse naturali 	<ul style="list-style-type: none"> Progetto GLUELESS e LIFE ALL IN (Fameccanica)¹¹ Riduzione dimensioni imballaggi e ottimizzazione logistica (Angelini Pharma) Iniziative per la gestione dei farmaci scaduti (Angelini Pharma) Riduzione plastica vergine sugli imballaggi (Fater) FaterSMART Certificazione PEFC (Fater)
	LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	<ul style="list-style-type: none"> Economia circolare Gestione dei rifiuti Carbon footprint 	<ul style="list-style-type: none"> Sistema di Gestione Ambiente ISO 14001 (Pharma, Fameccanica, Fater) Carbon footprint (Fater) Certificazione LEED Platinum Casa Angelini (Angelini Real Estate) LCA (Angelini Beauty) Processo Plastic Free (Angelini Industries) Riciclaggio di vetro/carta/plastica (Angelini Beauty, Fater, Angelini Wines & Estates)
	VITA SULLA TERRA	<ul style="list-style-type: none"> Utilizzo delle risorse naturali Gestione dei rifiuti Economia circolare Carbon footprint 	<ul style="list-style-type: none"> Progetto Treedom (Fameccanica) Carbon footprint (Fater) Certificazione Equalitas (Angelini Wines & Estates)¹² Certificazione Custodia Forestale PEFC-ST (Fater)
	PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI	<ul style="list-style-type: none"> Investimenti a favore della comunità Green procurement e vendor rating Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico 	<ul style="list-style-type: none"> Partecipazione ad attività di ricerca e dissemination a supporto della diffusione di buone pratiche a livello nazionale e internazionale EDUTECH: Partnership Academy con CDP Venture Capital e H-FARM nel Programma FutureED Partecipazione di Angelini Holding al Forum B20 sull'evoluzione dei sistemi sanitari¹³ Community Empowerment (Angelini Academy) Progetto Restart per il sostegno finanziario alle micro-imprese (Fondazione Angelini)¹⁴ Campagna sociale (tour) in Italia per migliorare la gestione dei rifiuti nelle città

9 In collaborazione con gli Ospedali Riuniti di Ancona, Casale Angelini si occupa dell'accoglienza di persone in cura presso la Clinica Oncologica di Ancona.
 10 Realizzazione di una macchina modello FPM-E Fameccanica Protective Mask, per la produzione di mascherine chirurgiche con elastici che si estendono dietro le orecchie.
 11 Progetto GLUELESS: soluzione innovativa di saldatura termo-meccanica e a ultrasuoni applicata al prodotto pannolino che consiste nella sostituzione della colla sui prodotti igienici; Progetto LIFE ALL IN: processo integrato eco-compatibile che, per la prima volta, combina sulla stessa macchina il processo produttivo dei prodotti igienici assorbenti con processi per la lavorazione in linea di materie prime normalmente prodotte offline, oltre ai processi di trasformazione dei materiali grezzi.
 12 Standard di sostenibilità del vino italiano, basato su considerazioni relative alla biodiversità, alla carbon footprint e alla water footprint, e sui seguenti indicatori: buone pratiche di lavorazione, buone pratiche economiche, buone pratiche sociali e buone pratiche di comunicazione.
 13 Evento organizzato dalla Task Force Health & Life Science del B20.
 14 Avvio nel 2022 dell'iniziativa della Fondazione Angelini a sostegno delle PMI marchigiane.

Governance

Nel corso dei due workshop di stakeholder engagement la riflessione è stata estesa anche agli altri 5 SDGs: SDG 1 (Povertà zero), SDG 2 (Fame zero), SDG 10 (Ridurre le disuguaglianze), SDG 14 (Vita sott'acqua), SDG 16 (Pace, giustizia e istituzioni forti). Ciò ha consentito di individuare ulteriori iniziative intraprese dalle Società Operative e dalla Holding, che rendono ancor più significativo il contributo di valore che Angelini Industries apporta agli obiettivi dell'Agenda 2030. Il contributo di Angelini Industries per gli altri 5 SDGs sopracitati è rappresentato nella tabella di seguito riportata.

SDGs	DESCRIZIONE	TEMATICHE MATERIALI	AZIONI INTRAPRESE
	POVERTÀ ZERO	<ul style="list-style-type: none"> Investimenti a favore della comunità 	<ul style="list-style-type: none"> Banca farmaceutica (Angelini Pharma Spagna) Donazioni (Angelini Beauty, Angelini Pharma, Fater) Attività della Fondazione Angelini UnHCR Crowdfunding (Industries) Progetto Restart per il sostegno finanziario alle micro-imprese (Fondazione Angelini)
	FAME ZERO	<ul style="list-style-type: none"> Investimenti a favore della comunità 	<ul style="list-style-type: none"> Donazioni (Angelini Beauty, Angelini Pharma, Fater) Mercatino di Natale (Fater) Attività della Fondazione Angelini Collaborazione di MadreNatura con Banco Alimentare
	RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	<ul style="list-style-type: none"> Crescita economica e solidità finanziaria 	<ul style="list-style-type: none"> Collaborazione con ONG (Fater, Beauty) Community Empowerment (Angelini Academy)
	VITA SOTT'ACQUA	<ul style="list-style-type: none"> Economia circolare Gestione dei rifiuti Carbon footprint 	<ul style="list-style-type: none"> Carbon footprint (Fater) Nuovi prodotti green (ACE Green e Linea Natura)(Fater)
	PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI FORTI	<ul style="list-style-type: none"> Integrità ed etica aziendale Governance responsabile 	<ul style="list-style-type: none"> Raccolta fondi e donazioni per l'Ucraina (Angelini Industries) Nuovo Codice Etico del Gruppo Angelini Industries Modello 231

Governance

Modalità di coinvolgimento degli stakeholder

In generale, Angelini Industries mantiene regolari rapporti di dialogo e confronto con i propri stakeholder. Tali contatti avvengono in vario modo e con frequenza diversa a seconda delle categorie interessate. Le modalità di coinvolgimento degli stakeholder possono essere di tre tipi:

- iniziative organizzate specificamente in vista della redazione del Bilancio di Sostenibilità;
- occasioni di incontro riconducibili alle prassi abituali di confronto e collaborazione indipendentemente dall'attività di rendicontazione;
- iniziative previste all'interno di un processo strutturato di ascolto, che prevede un coinvolgimento diretto degli stakeholder nella costruzione di scenari e soluzioni.

Ogni occasione di coinvolgimento dei propri stakeholder interni ed esterni consente ad Angelini Industries di aggiungere un tassello importante alla propria strategia di sostenibilità, trarre spunti interessanti e contenuti di valore e ricevere un forte stimolo nel raggiungere obiettivi sempre più ambiziosi per il business,

permettendo alle proprie persone e, più in generale, a tutti gli stakeholder del Gruppo di contribuire a un mondo più sostenibile.

Capitale economico

03

1.725,2

58%

1.946,3

800

Ricavi delle vendite e prestazioni:
1.725,2 milioni di Euro

Quota ricavi in Italia: 58%

Valore economico direttamente generato dal Gruppo: 1.946,3 milioni di Euro, di cui 1.630,5 milioni di Euro distribuiti agli stakeholder (+7,4% rispetto al 2020)

Oltre 800 nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali e sociali

Capitale economico

Performance economiche

Nel 2021 Angelini Industries ha registrato ricavi totali, come da conto economico consolidato, pari a 1.725.224 migliaia di Euro, dei quali 996.911 migliaia di Euro in Italia, corrispondenti a circa il 58%. Nelle tabelle che seguono sono riportate le distribuzioni dei ricavi per area di business e per area geografica:

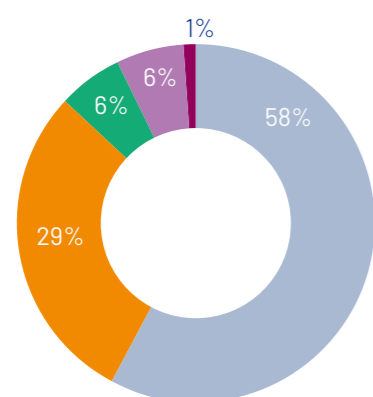
RICAVI PER AREA DI BUSINESS <i>(Migliaia di Euro)</i>	31.12.2021	31.12.2020	VARIAZIONE 2021-2020
Farmaceutico	998.749	1.005.637	(6.888)
Largo Consumo	498.885	498.289	596
Tecnologia Industriale	100.950	94.786	6.164
Profumi e Dermocosmesi	94.867	74.207	20.660
Vitivinicolo	25.100	19.046	6.054
Attività di Holding	6.673	7.506	(833)
TOTALE	1.725.224	1.699.471	25.753

Capitale economico

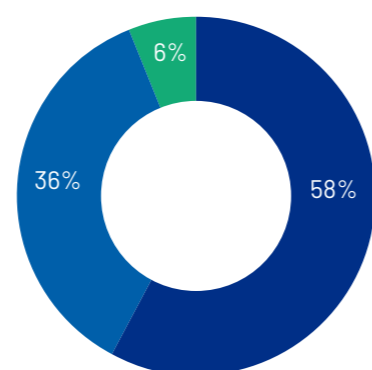
RICAVI PER AREA GEOGRAFICA <i>(Migliaia di Euro)</i>	31.12.2021	31.12.2020	VARIAZIONE 2021-2020
Italia	996.911	1.139.678	(142.767)
Europa	619.809	490.206	129.603
Resto del mondo	108.504	69.587	38.917
TOTALE	1.725.224	1.699.471	25.753

Capitale economico

I grafici di seguito riportati illustrano i valori % dei ricavi 2021 per settore di business e per area geografica:



■ Farmaceutico
 ■ Largo Consumo
 ■ Tecnologia Industriale
 ■ Profumeria e Dermocosmesi
 ■ Vitivinicolo



■ Italia
 ■ Europa
 ■ Resto del mondo

Capitale economico

Valore economico generato e distribuito

La distribuzione del valore aggiunto 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 ¹⁵ (Migliaia di Euro)	2021	2020
Ricavi	1.721.337	1.710.410
Altri proventi	64.969	49.024
Proventi finanziari	159.992	69.743
Totale valore economico generato	1.946.298	1.829.177
Costi operativi	1.215.923	1.154.646
Remunerazione dipendenti	377.086	345.506
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	30.570	14.079
Remunerazione degli azionisti	-	-
Remunerazione dei finanziatori	6.915	3.315
Investimenti nella comunità ^{15bis}	-	-
Totale valore economico distribuito	1.630.494	1.517.546
Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche	179.148	134.578
Accantonamenti per rischi e altri accantonamenti	12.695	13.356
Rettifica di valore di attività e passività finanziarie	35.277	11.372
Risultato d'esercizio destinato a riserve	95.062	145.827
Utili e perdite sui cambi	(6.378)	6.498
Valore economico trattenuto	315.804	311.631

¹⁵ La tabella del valore economico generato e distribuito è stata elaborata riclassificando il conto economico civilistico secondo lo standard GRI 201-1.
^{15bis} Gli investimenti nella comunità sono gestiti dalla Fondazione Angelini.

Capitale economico

Il valore economico distribuito, pari a 1.630.494 migliaia di Euro, rappresenta circa l'83,8% 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 collaboratori: 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 perdite su cambi;
- remunerazione degli investitori: voce comprensiva dei dividendi distribuiti;
- remunerazione della Pubblica Amministrazione: voce comprensiva della totalità delle imposte pagate, incluse le imposte differite;
- 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.

Capitale economico

Gestione della supply chain

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 prevalentemente 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 rispetto 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.

Capitale economico

In fase di gara 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 alle 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 utilizzati ecc.), sia per l'acquisto di servizi (per esempio, l'attenzione agli sprechi nei servizi di ristorazione aziendale, il livello di emissioni di 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.

Capitale economico

I RISCHI LEGATI ALLA SUPPLY CHAIN

- 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

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.

In figura sono rappresentate e descritte sinteticamente le aree di rischio identificate da Angelini Industries.

Capitale economico



I RISCHI LEGATI ALLA SUPPLY CHAIN: FARMACEUTICO E PROFUMERIA E DERMOCOSMESI

Di seguito viene riportata una descrizione sintetica dei Sistemi di Risk Management adottati nel settore Farmaceutico e Profumeria e Dermocosmesi.

Angelini Pharma, in relazione ai rischi potenzialmente 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 etico¹⁶, 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.

Un recente **screening condotto su 195 referenze di produzione** all'interno del cluster Prescription Medicine, che è parte integrante del portafoglio prodotti di Angelini Pharma, ha rilevato che l'85% di esse è all'interno dei cluster di rischio sotto controllo, l'11% sotto rischio

Capitale economico

critico e il 4% sotto rischio inaccettabile.

La fase di valutazione del rischio viene seguita da una seconda fase esecutiva di trattamento del rischio stesso, nella quale vengono poste in atto alcune azioni, per esempio la qualifica di fornitori alternativi su specifici materiali, il ridimensionamento degli stock su materiali critici ecc. Al termine delle suddette azioni, il coefficiente viene rivalutato con l'obiettivo di ricondurlo ai cluster di rischio gestibile e sotto controllo.

Per quel che riguarda il settore Profumeria e Dermocosmesi (Angelini Beauty), i rischi derivano principalmente dalla possibilità di incorrere nella **carenza di alcune materie prime** (shortage). L'aumento eccezionale dei prezzi delle materie prime dovuto alle conseguenze geopolitiche della pandemia ha reso più realistico il rischio di un servizio inadeguato da parte dei fornitori e ha comportato di conseguenza un significativo impatto sui prezzi al consumo.

In relazione alla gestione dell'allungamento dei tempi di approvvigionamento, sono state riviste le tempistiche di lancio del MRP (Material

Requirements Planning) e la conseguente emissione degli ordini, mentre le coperture sulle referenze alto-rotanti sono state aumentate garantendo un servizio efficiente alla distribuzione.

In fase di sviluppo di prodotto, salvo vincoli tecnici di progettazione che obblighino a ricorrere a un fornitore specifico, le funzioni R&D e Purchase definiscono una strategia di acquisto che tenga conto delle proprietà del prodotto, dei quantitativi previsti di acquisto e delle caratteristiche del fornitore. Successivamente, viene emesso un briefing tecnico a fronte del quale i fornitori coinvolti (almeno 2) eseguono la fattibilità tecnica e provvedono all'emissione di un'offerta iniziale. Per quel che riguarda le fragranze, il brief olfattivo viene trasmesso direttamente dalla Funzione Marketing a varie case essenziere, e lo stesso Marketing assegna il progetto alla fragrance house che meglio interpreta il brief e che presenta la migliore creatività. Sulla base dei risultati, l'ufficio acquisti comunica l'assegnazione del progetto e avvia la fase negoziale.

¹⁶ Il farmaco etico è un medicinale che può essere acquistato (o venduto) solo in presenza di una ricetta medica. Non a caso, sulle confezioni di questi farmaci è stampata obbligatoriamente una scritta del tipo "Da vendersi solo dietro presentazione di ricetta medica". All'interno dell'universo dei farmaci etici esistono sia farmaci di Classe A, medicinali essenziali e per le malattie croniche parzialmente o totalmente gratuiti, sia farmaci di classe C, il cui acquisto è invece totalmente a carico del cittadino.



Capitale economico

Profilo della catena di fornitura delle industries

SETTORE FARMACEUTICO

La catena di fornitura di Angelini Pharma, particolarmente complessa per la natura variegata di materiali e servizi acquistati e per l'afferenza a un mercato fortemente normato che fa della qualità e del rispetto della compliance i suoi cardini principali, si fonda su valori e principi che tendono a garantire la rispondenza ai requisiti di mercato, la competitività economica e la sostenibilità futura a supporto della strategia aziendale, in ottemperanza alla mission del Gruppo. La base di fornitura opera su scala globale con un numero di fornitori che si attesta sulle 6.818 unità. I cluster di acquisto si dividono principalmente in:

- **Materiali Diretti:** tutti i materiali acquistati per i plant e propedeutici al processo di trasformazione;
- **Prodotti Finiti:** tutti i prodotti acquistati da terzi e successivamente commercializzati sul mercato (brand proprio o in licensing);
- **Servizi Indiretti:** tutti i servizi a corredo del

normale svolgimento delle attività produttive e di commercializzazione, sia di carattere industriale (Logistica, Capex, Ricambi, Manutenzioni ecc.), sia a corredo (Marketing, IT, R&D, Consulenze ecc.).

Nell'espletare la propria funzione, il Corporate Procurement si è dotato di **procedure, regole e tool atti a garantire lo svolgimento della propria operatività** in maniera funzionale, efficace ed etica. In particolare, il processo di selezione e di qualifica dei vari fornitori obbedisce a logiche definite e standardizzate che riconducono al rispetto della massima compliance. Per tutti i fornitori la **selezione e qualifica** avviene in base a uno scouting iniziale nel quale è possibile raccogliere informazioni di carattere tecnico, economico e finanziario, che si chiude con la potenziale assegnazione di business solo ed esclusivamente dopo il normale flusso di analisi, messa in concorrenza e validazione (RFI, RFP, RFQ) in compliance con i flussi approvativi di riferimento. Per i **Materiali Diretti** la qualifica assume una connotazione maggiormente stringente e di carattere

Capitale economico

tecnico (sia di prodotto sia di processo), poiché i fornitori e i relativi prodotti subiscono un processo di qualifica finalizzato ad **attestare, verificare e validare la rispondenza a normative di riferimento** (GMP/GMD – Good Manufacturing Practices & Distribution) in base alle vigenti policy in ambito qualitativo e regolatorio.

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. Attraverso questo portale i fornitori hanno la possibilità di presentarsi compilando alcuni questionari con le principali informazioni anagrafiche, finanziarie e di carattere generale. Successivamente, e in relazione alla categoria merceologica per la quale ci si propone come fonte, il fornitore compila un questionario specifico di categoria rispondendo a domande di carattere tecnico, normativo e di salute, sicurezza e ambiente. Completata la fase di qualifica, il sistema Procunity permette la

gestione di tutti i processi di negoziazione, gara, assegnazione del business e relativa gestionale contrattuale.

In aggiunta, oltre al processo di qualifica, i fornitori vengono sistematicamente valutati durante la loro gestione corrente; uno degli asset fondamentali a garanzia del controllo sistematico della catena del valore è

l'implementazione di piani sistematici di audit e monitoraggio, in particolare sui materiali diretti. In rispondenza alle procedure vigenti tutti i fornitori, in particolare quelli di materie prime, materiali di confezionamento e prodotti finiti, vengono sottoposti a regolari controlli secondo una valutazione del rischio in relazione al particolare materiale/componente/servizio fornito.

Nel 2021, per l'intero perimetro del settore Farmaceutico, il **numero complessivo di fornitori** è pari a **4.494**¹⁷, di cui 1.494 gestiti in Italia. Nello stesso anno, il **valore complessivo delle forniture** gestite è pari a **736.095.411,62** Euro.

¹⁷ Estrapolazione fornitori effettuata dal sistema Control Tower.

Nel 2021, il numero totale di fornitori gestiti da Angelini Pharma S.p.A. (Italia) è pari a 1.494. L'incidenza dei fornitori italiani (1.228) è pari all'82%.

NUMERO DI FORNITORI DI ANGELINI PHARMA S.P.A. PER AREA GEOGRAFICA	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Italia	2.544	82%	1.482	82%	1.228	82%
Europa	434	14%	253	14%	207	14%
America	93	3%	54	3%	55	3,7%
Asia	16	0,5%	9	0,5%	4	0,3%
Resto del mondo	16	0,5%	9	0,5%	-	-
TOTALE	3.103	100%	1.807	100%	1.494	100%

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture è pari a 332.966.702 Euro, valore riferito agli acquisti diretti globali e agli acquisti indiretti.

VALORE DELLE FORNITURE DI ANGELINI PHARMA ITALIA PER AREA GEOGRAFICA (Unità di Euro)	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Italia	373.696.645	96%	388.844.334	96%	273.683.474	82,2%
Europa	11.678.020	3%	12.151.385	3%	46.133.941	13,9%
America	1.946.337	0,5%	2.025.231	0,5%	12.257.810	3,7%
Asia	1.946.337	0,5%	2.025.231	0,5%	891.477	0,3%
Resto del mondo						
TOTALE	389.267.338	100%	405.046.182	100%	332.966.702	100%

Capitale economico

Nel 2021, il numero complessivo di nuovi fornitori sottoposti a criteri di valutazione ESG è pari a 225, valore che rappresenta il 3,3% del numero totale di fornitori. Inoltre, dei 225 fornitori, 86(1,3%) sono stati sottoposti a criteri di valutazione ambientale, mentre i rimanenti 139(2%) sono stati valutati secondo criteri sociali.

NUMERO E % DI NUOVI FORNITORI DI ANGELINI PHARMA ITALIA VALUTATI SECONDO CRITERI AMBIENTALI E SOCIALI	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
N. totale fornitori	3.103		1.807		1.494	
Fornitori valutati secondo criteri ambientali			86	1,1%	86	1,3%
Fornitori valutati secondo criteri sociali			139	1,8%	139	2,0%
TOTALE FORNITORI			225	3%	225	3,3%

Capitale economico

Nella tabella di seguito riportata si fornisce la spesa complessiva di acquisto di Angelini Pharma S.p.A. per tipologie di materiali. Le prime tre voci (prodotti finiti, materie prime e materiali) si riferiscono agli acquisti diretti globali, mentre nella voce "Altro" sono inclusi gli acquisti indiretti.

TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/ COMPONENTI ACQUISTI <i>(Unità di Euro)</i>			
	2019	2020	2021
Prodotti finiti	117.228.089	161.139.052	108.649.192
Materie prime	45.107.803	46.967.027	56.099.376
Materiali	25.302.802	25.166.177	23.461.383
Equipment/Office			
Servizi			
Altro (indirect)	201.628.644	171.773.926	144.756.749,96
TOTALE	389.267.338	405.046.182	332.966.702

Capitale economico

Per quel che riguarda il perimetro globale del settore Pharma¹⁸, nel 2021 il numero di fornitori italiani è pari al 27% del totale.

NUMERO DI FORNITORI PHARMA GLOBAL ¹⁹	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Italia	5.216	97,6%	5.684	75%	1.211	27%
Europa	128	2,4%	1.098	14%	2.722	61%
America			360	5%	173	4%
Asia			150	2%	122	3%
Resto del mondo			302	4%	266	6%
TOTALE	5.344	100%	7.592	100%	1.271	100%

¹⁸ I dati si riferiscono alla quota parte residua di acquisti gestiti localmente dalle subsidiary e attualmente confluita su piattaforma Procunity.

¹⁹ A differenza del biennio 2019-2020, i dati relativi al 2021 sono stati estrapolati dal nuovo sistema Control Tower.

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture del settore Pharma ammonta a 736.095.411,62 Euro.

VALORE DELLE FORNITURE DELLE SOCIETÀ ESTERE DEL PHARMA (2019-2020) E GLOBALI (2021) PER AREA GEOGRAFICA (Unità di Euro)	2019		2020		2021 ²⁰	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Forniture locali	39.993.959	22,6%	36.702.615	22,4%		
Italia	60.075.943	34,0%	55.757.884	34,0%	340.190.141,96	46%
Europa	76.489.031	43,2%	71.049.358	43,3%	328.430.391,83	45%
America	289.767	0,2%	479.627	0,3%	46.287.411,66	6%
Asia	9.390	0,0%	9.331	0,0%	5.639.418,87	1%
Resto del mondo	-	0,0%	-	0,0%	15.548.047,30	2%
TOTALE	176.858.090	100%	163.998.816	100%	736.095.411,62	100%

²⁰ Nel 2021 è stato integrato un nuovo sistema gestionale che ha permesso di ricavare un dato globale. Per tale motivo i dati riportati nel 2021 subiscono una significativa variazione.

Capitale economico

La tabella che segue riporta il valore delle forniture per tipologia:

TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/COMPONENTI ACQUISTI DELLE SOCIETÀ ESTERE DEL PHARMA (2019-2020) E GLOBALI (2021) PER AREA GEOGRAFICA ²¹ (Unità di Euro)	2019	2020	2021 ²²
Finished products	135.878.205	126.125.170	509.624.474,07
Raw materials	3.835.096	3.055.919	12.748.247,74
Materials	409.517	397.189	1.350.423,66
Equipment/Office	11.249.742	11.602.271	50.026.226,70
Services	2.914.504	2.715.618	10.078.110,83
Other	22.571.025	20.102.651	152.267.933,03
TOTALE	176.858.090	163.998.818	736.095.412

²¹ Non sono inclusi i valori relativi alle subsidiary Polonia, Turchia, Romania, USA, Germania e Austria.

²² Nel 2021 è stato integrato un nuovo sistema gestionale che ha permesso di ricavare un dato globale. Per tale motivo i dati riportati nel 2021 subiscono una significativa variazione.

Capitale economico

Nel 2021, i nuovi fornitori sottoposti a valutazione secondo criteri ESG sono pari a 51. Quest'ultimo dato si riferisce alle subsidiary Grecia e Russia, che gestiscono 356 fornitori locali.

Per quanto riguarda i processi di logistica a valle, Angelini Pharma Italia possiede e utilizza il magazzino prodotti finiti (distribuzione) di Ancona per stoccare, allestire e distribuire i prodotti farmaceutici verso i canali distributivi farmaceutici nazionali (grossisti, farmacie, parafarmacie e ospedali) e internazionali (consociate e clienti esteri). La superficie del magazzino di Ancona è di 24.745 metri quadrati e la sua capacità di stoccaggio è di circa 18.000 pallet, metà dei quali immagazzinata a temperatura inferiore ai 25°C.

Il magazzino è conforme alle normative specifiche di settore, quali:

- Wholesale Distributor Authorisation (WDA) secondo la normativa nazionale;
- Good Distribution Practices (GDP) Certificate come da Guidelines 2013/C 343/01;
- Wholesale Distribution Authorisations

(WDA) per prodotti stupefacenti secondo la normativa nazionale;

- Health Authorization per la distribuzione degli integratori alimentari secondo il Regolamento CE 852/2004.

Il magazzino è quotidianamente connesso con tutti i principali trasportatori autorizzati al trasporto dei prodotti farmaceutici.

Angelini Pharma si avvale anche di magazzini dell'Outsourcing Logistico 3PL nazionali per distribuire prodotti non farmaceutici e per incrementare la capacità di stoccaggio e di distribuzione nel caso, per esempio, di picchi stagionali di distribuzione e vendita. A livello internazionale l'Azienda si serve di numerosi magazzini e Distribution Center gestiti direttamente dalle aziende consociate (Spagna, Portogallo, Grecia, Turchia, Bulgaria, Romania, Austria, Repubblica Ceca, Germania, Polonia, Russia e USA) e di un hub logistico in Austria, tutti riforniti dal magazzino HQ di Ancona o dai fornitori di Prodotti Finiti.

Capitale economico

LARGO CONSUMO

Da oltre 10 anni, Fater intraprende scelte consapevoli nella selezione dei fornitori provenienti da Paesi terzi, privilegiando **l'intermodalità, la scelta di vettori a forte vocazione ambientale e l'utilizzo di flotte con combustibili alternativi** e a ridotto impatto ambientale.

La strategia ormai diffusa a livello globale della green logistics vede Fater attiva nella ricerca e nel conseguimento delle certificazioni ambientali, riconosciute a livello nazionale e internazionale, atte a garantire un miglioramento dei processi di approvvigionamento delle materie prime al fine di ridurre le emissioni nocive per l'ambiente. Il processo di fornitura delle componentistiche essenziali per l'organizzazione Fater inizia con le attività di selezione, valutazione e qualifica dei nuovi fornitori. L'impegno dedicato alla selezione e alla valutazione dipende dall'importanza degli stessi espressa in termini di volume di affari e beni o servizi acquistati.

I principali criteri di selezione rispondono a esigenze di business in termini di innovazione prodotto, qualità, costi e servizio. Oltre a tali aspetti, Fater considera anche alcuni indicatori ambientali, nel rispetto del Codice Etico e delle procedure del sistema qualità. A tale proposito, si possono citare un paio di esempi significativi: il primo riguarda l'approvvigionamento della cellulosa (materiale caratterizzante per il core business dell'Azienda), per il quale Fater ha scelto di approvvigionarsi solo da fornitori certificati PEFC²³; l'altro riguarda l'acquisto di plastica riciclata da post-consumo di elevata qualità, che Fater utilizza per i propri prodotti. Nel 2021, per l'intero perimetro del settore Largo Consumo (Fater), il numero complessivo di fornitori è pari a 212, di cui 160 gestiti in Italia e 52 gestiti dalle Società estere. Nello stesso anno, il valore complessivo delle forniture è pari a 235.290.569 Euro, di cui 218.211.398,4 Euro si riferiscono al perimetro italiano e 17.079.171 al perimetro estero.

23 Il "Programme for the Endorsement of Forest Certification schemes" (Programma di valutazione degli schemi di certificazione forestale) è un'organizzazione di certificazione per la gestione sostenibile delle foreste.

Capitale economico

Nel 2021, il numero totale di fornitori gestiti da Fater S.p.A. è pari a 160, l'incidenza dei fornitori italiani (96) è pari al 60%, mentre la rimanente quota del 40,4% si riferisce a fornitori di altra provenienza geografica.

NUMERO DI FORNITORI DI FATER S.P.A. PER AREA GEOGRAFICA (ITALIA)	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
	Italia	88	55,0%	104	59,4%	96
Europa	57	35,6%	53	30,3%	42	26,1%
America	1	0,6%	3	1,7%	3	1,9%
Asia	11	6,9%	14	8,0%	10	6,2%
Resto del mondo	3	1,9%	1	0,6%	9	6,2%
TOTALE FORNITORI	160	100%	175	100%	160	100%

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture di Fater S.p.A. è pari a **218.211.398,4** Euro, di cui il 43,2% ha una ricaduta in Italia.

VALORE DELLE FORNITURE DI FATER S.P.A. PER AREA GEOGRAFICA (ITALIA) <i>(Unità di Euro)</i>	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Italia	72.673.245	35,7%	78.011.323	43,2%	94.224.838	43,2%
Europa	99.224.123	48,8%	74.161.359	41,0%	93.481.509,18	42,8%
America	12.130.167	6,0%	9.075.409	5,0%	5.779.755	2,6%
Asia	18.577.768	9,1%	19.465.848	10,8%	11.452.802	5,3%
Resto del mondo	847.196	0,4%	35.738	0,0%	225.701	6,1%
TOTALE VALORE DELLE FORNITURE	203.452.499	100%	180.749.677	100%	218.211.398,4	100%

Capitale economico

Di seguito è riportata la ripartizione della spesa complessiva per tipologia di materiali:

TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/COMPONENTI ACQUISTI (ITALIA) ²⁴ (Unità di Euro)	2021
Prodotti chimici	43.816.602
Plastica/Fluff	155.972.902
Etichette/Coupon	4.666.759
Cartoni/Astucci	13.730.435
Prodotto finito	24.700
TOTALE ACQUISTI	218.211.398

²⁴ I dati relativi al biennio 2019-2020 non sono disponibili.

Capitale economico

Nel 2021, il numero complessivo di nuovi fornitori sottoposti a criteri di valutazione ESG è pari a 103, corrispondente al 54,5% del numero totale di fornitori.

NUMERO DI NUOVI FORNITORI DI FATER PER CRITERI DI VALUTAZIONE ²⁵	2021	
	N.	% SUL TOTALE
N. totale fornitori	189	
Fornitori valutati secondo criteri ambientali		
Fornitori valutati secondo criteri sociali	103	54,5%
TOTALE FORNITORI	103	

²⁵ I dati relativi al biennio 2019-2020 non sono disponibili.

Capitale economico

La tabella che segue riporta il numero di fornitori gestiti localmente dalle Società estere controllate da Fater, suddivisi per area geografica. Nel 2021, il **numero di fornitori locali è pari complessivamente a 52**, in linea con il valore di 59 del 2020.

NUMERO DI FORNITORI GESTITI LOCALMENTE DALLE SOCIETÀ ESTERE DI FATER, PER AREA GEOGRAFICA	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Italia	13	24,5%	19	32,2%	15	28,8%
Europa	25	47,2%	21	35,6%	20	38,5%
America	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Asia	15	28,3%	18	30,5%	16	30,8%
Resto del mondo	-	0,0%	1	1,7%	1	1,9%
TOTALE FORNITORI	53	100%	59	100%	52	100%

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture sostenute dalle Società estere di Fater è pari a 17.079.171 Euro, in linea con il valore di spesa sostenuta nel 2020 (16.621.618 Euro). Una quota rilevante della spesa complessiva (63,8%) è sostenuta nel continente Asia.

VALORE DELLE FORNITURE DELLE SOCIETÀ ESTERE PER AREA GEOGRAFICA <i>(Unità di Euro)</i>	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Italia	479.521	3,0%	853.685	5,1%	804.723	4,7%
Europa	5.111.692	32,2%	4.168.532	25,1%	3.469.940	20,3%
America	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Asia	10.306.781	64,8%	10.509.638	63,2%	10.894.094	63,8%
Resto del mondo	-	0,0%	1.089.763	6,6%	1.910.414	11,2%
TOTALE VALORE DELLE FORNITURE	15.897.994	100%	16.621.618	100%	17.079.171	100%

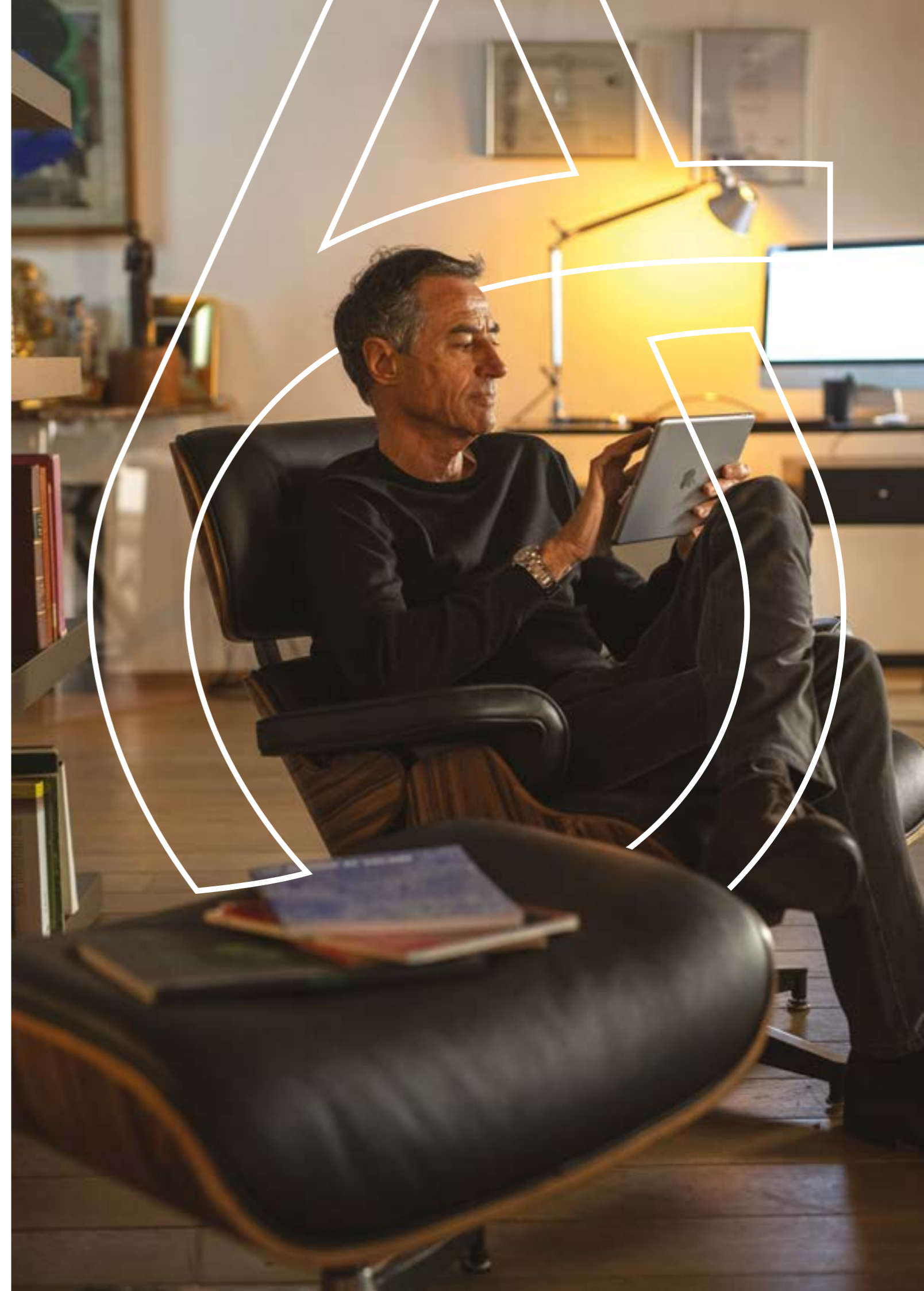
Capitale economico

Di seguito è riportata la ripartizione della spesa complessiva per tipologia di materiali:

**TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/COMPONENTI
ACQUISTI (SOCIETÀ ESTERE)**
(Unità di Euro)

	2019	2020	2021
Prodotti chimici	5.386.712	6.360.167	5.163.308
Plastica/Fluff	7.374.303	7.154.436	8.205.042
Etichette/Coupon	866.884	864.554	903.800
Cartoni/Astucci	2.270.095	2.223.212	2.807.022
Prodotto finito	-	19.249	-
TOTALE ACQUISTI	15.897.994	16.621.618	17.079.172

A oggi, non vengono applicati criteri di valutazione ambientale e sociale ai fornitori gestiti localmente dalle Società estere del settore Cura della persona e della casa.



Capitale economico

TECNOLOGIA INDUSTRIALE

Fameccanica progetta, installa e collauda i propri prodotti, impianti e tecnologie ad alta produttività e servizi digitali ad alto valore aggiunto, anche attraverso il supporto della catena di fornitura sviluppata nel corso degli anni e in grado di soddisfare i bisogni aziendali nelle varie aree.

Fameccanica e i suoi fornitori hanno da sempre a cuore la sostenibilità, adottando pratiche in grado di coniugare crescita e performance economica, sostenibilità sociale e ambientale. Per Fameccanica, infatti, un buon fornitore è in grado di soddisfare le richieste in modo efficiente, operando nel rispetto di specifici standard, mantenendo le informazioni aggiornate, cercando sempre di migliorare imparando dai risultati degli audit e infine dimostrando che l'innovazione è l'obiettivo principale. Disponibilità, affidabilità, tempestività e servizio al cliente, insieme a un atteggiamento proattivo, sono tutti fattori chiave per soddisfare le esigenze di fornitura al

fine di aumentare la competitività aziendale. La catena di fornitura è definita secondo la distinta base (lista codici) disegnata per le macchine, che definisce la lista dei pezzi di cui la macchina è composta. All'acquisto delle materie prime seguono le fasi di ricezione, immagazzinamento, approntamento per la produzione, assemblaggio delle parti e collaudo finale della macchina, prima della consegna al cliente finale.

Il processo che coinvolge la catena di fornitura di Fameccanica ha inizio con il rilascio, da parte della progettazione, della distinta base della macchina da realizzare. Eseguito il make or buy, il sistema gestionale, a valle della verifica sulle disponibilità di magazzino, rilascia le richieste di acquisto dei materiali necessari al montaggio della linea. Le richieste d'acquisto rilasciate vengono tramutate in ordini d'acquisto. In accordo con i criteri di costi, tempi e qualità, solo una parte della catena di fornitura viene coinvolta per la realizzazione delle parti in acquisto. Terminato il processo produttivo, i fornitori, in accordo con le condizioni di resa

Capitale economico

definite nell'ordine di acquisto, provvedono alla spedizione della merce o ad avvisare l'Azienda del completamento delle proprie attività. Tutti i materiali acquistati transitano presso il magazzino Fameccanica, che svolge le seguenti attività:

- accettare e riscontrare la merce in accordo con gli ordini di acquisto emessi;
- stoccare i materiali riscontrati;
- allestire gli ordini di produzione;
- consegnare gli ordini di produzione nelle aree produttive.

L'unità organizzativa che gestisce la catena di fornitura è il Purchasing. In base alle distinte base macchina rilasciate dalla Funzione Progettazione, le parti macchina sono acquisite tramite gare tra i fornitori qualificati sia commercialmente sia tecnicamente e per qualità. Oltre alla fornitura delle parti relative alla produzione delle macchine, l'Azienda acquisisce anche servizi ancillari alle varie funzioni aziendali (consulenze tecniche, commerciali oltre a servizi accessori tipo mensa, pulizie, manutenzioni). Inoltre, per la catena di fornitura tecnica relativa

alla costruzione delle macchine, considerata la natura prettamente specifica al disegno delle macchine e della relativa distinta base che ha restrizioni a volte legate a scelte del cliente e/o necessità tecniche, i criteri sono legati principalmente a dettami tecnici e di costo/qualità. Per i fornitori di materiali fabbricati, invece, si riconosce una tendenza di praticità selezionando possibili fornitori territorialmente prossimi per necessità di gestione di cambiamenti ingegneristici e di controllo qualità.

Nel corso del 2021, la gestione del magazzino di Fameccanica, ubicato in prossimità del sito produttivo, è stata internalizzata al fine di migliorarne il relativo processo.

La maggiore concentrazione, in termini di numerosità di fornitori e fatturato, è in Italia, in particolare nelle vicinanze della sede operativa di Fameccanica, sita in Abruzzo a San Giovanni Teatino (CH). I fornitori locali, con sede in Abruzzo, costituiscono il 25% del totale e corrispondono a una spesa pari al 41% della spesa annua.

Capitale economico

I fornitori sono valutati in funzione della loro classificazione (montaggio, progettazione, trasporti, packaging e magazzino). Le principali tecniche di valutazione sono legate alla **misurazione delle loro performance in termini di qualità, delivery on time e competitività economica**. Per i fornitori principali la frequenza di valutazione è mensile.

L'obiettivo a medio e lungo termine è mantenere, attraverso il continuo scouting di nuovi fornitori, una catena di fornitura professionalmente e tecnologicamente aggiornata e in grado di soddisfare le esigenze sempre più sfidanti dell'Azienda. Costo, tempi e qualità costituiscono driver di selezione imprescindibili, ma a questi si aggiungono **criteri di valutazione legati alla digitalizzazione, alla capacità di integrazione gestionale, a know-how peculiari del fornitore, a servizi offerti e alla flessibilità nell'adattarsi alle continue mutazioni del mercato**. Nel lungo periodo, la catena di fornitura si evolverà in accordo ai piani strategici aziendali sempre più orientati a esplorare nuove aree di business.

Nel 2021, per l'intero perimetro del settore Tecnologia Industriale (Fameccanica), il **numero complessivo di fornitori** è pari a **1.425**, di cui 860 gestiti in Italia (di cui 214 fornitori locali) e 565 gestiti dalle Società estere (234 in Cina e 331 negli USA). Nello stesso anno, il **valore complessivo delle forniture** è pari a **150.203.530 Euro**, di cui 119.163.973 Euro si riferiscono al perimetro italiano e 31.039.558 Euro al perimetro estero (8.392.434 Euro in Cina e 22.647.123 Euro negli USA).

Capitale economico

Nel 2021, il numero totale di fornitori gestiti da Fameccanica Data S.p.A. è pari a 860, in linea con il valore del 2020 (871). L'incidenza dei fornitori italiani è pari al 79,8%.

NUMERO DI FORNITORI DI FAMECCANICA DATA S.P.A. (ITALIA) PER AREA GEOGRAFICA	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Italia	608	79,5%	679	78,0%	686	79,8%
Europa	90	11,8%	116	13,3%	114	13,3%
America	45	5,9%	52	6,0%	51	5,9%
Asia	6	0,8%	6	0,7%	5	0,6%
Resto del mondo	3	0,4%	3	0,3%	4	0,5%
TOTALE FORNITORI	765	100%	871	100%	860	100%

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture di Fameccanica è pari a 119.163.973 Euro (di cui 41,5% riferito a forniture locali), di cui l'86% si riferisce a forniture effettuate in Italia.

VALORE DELLE FORNITURE DI FAMECCANICA DATA S.P.A. (ITALIA) PER AREA GEOGRAFICA <i>(Unità di Euro)</i>	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Italia	112.555.255	85,1%	101.251.400	83,9%	102.436.922	86,0%
Europa	13.636.783	10,3%	14.456.708	12,0%	10.249.555	8,6%
America	4.118.778	3,1%	2.800.066	2,3%	4.582.029	3,8%
Asia	1.569.536	1,2%	1.312.123	1,1%	1.756.594	1,5%
Resto del mondo	19.992	0,0%	16.400	0,0%	138.874	0,1%
TOTALE VALORE DELLE FORNITURE	132.202.816	100%	120.730.772	100%	119.163.973	100%

Capitale economico

Per quel che riguarda l'applicazione dei criteri ESG nella valutazione dei fornitori, Fameccanica richiede a tutti i suoi fornitori il rispetto dei principi di carattere normativo nonché il rispetto del Codice Etico. Per i fornitori con contratto d'appalto (circa 100 contractor), in particolare per quelli che hanno accesso al plant, il processo di qualificazione prevede la verifica del rispetto di requisiti di carattere sociale, con particolare attenzione agli aspetti di salute e sicurezza sul lavoro.

Capitale economico

Per quel che riguarda il perimetro estero, costituito dalle due subsidiary Fameccanica Machinery Shanghai (Cina) e Fameccanica North America (USA), nel 2021 il numero totale di fornitori gestiti è pari a 565 (di cui il 77,7% è rappresentato da fornitori locali), 234 dei quali si riferiscono alla Società che opera in Cina, mentre 331 sono i fornitori gestiti dalla Società statunitense.

NUMERO DI FORNITORI DELLE SOCIETÀ ESTERE DI FAMECCANICA, PER AREA GEOGRAFICA ²⁶	2021	
	N.	% SUL TOTALE
Italia	68	12,0%
Europa	36	6,4%
America	295	52,2%
Asia	166	29,4%
Resto del mondo	-	-
TOTALE FORNITORI²⁷	565	100%

²⁶ I dati relativi al biennio 2019-2020 non sono disponibili.

²⁷ Il totale fornitori non include il numero di fornitori locali.

Capitale economico

Il valore complessivo delle forniture gestite nel 2021 dalle Società estere è pari a 31.039.558 Euro, di cui il 60,8% rappresenta l'incidenza delle forniture locali.

VALORE DELLE FORNITURE DELLE SOCIETÀ ESTERE DI FAMECCANICA, PER AREA GEOGRAFICA ²⁸ (Unità di Euro)	2021	
	EURO	% SUL TOTALE
Italia	9.748.204	31,4%
Europa	739.331	2,4%
America	13.202.308	42,5%
Asia	7.349.714	23,7%
Resto del mondo	-	0%
TOTALE VALORE DELLE FORNITURE²⁹	31.039.558	100%

²⁸ I dati relativi al biennio 2019-2020 non sono disponibili.

²⁹ Il totale non include il valore delle forniture locali.

Capitale economico

PROFUMERIA E DERMOCOSMESI

Nel 2021, I fornitori attivi di Angelini Beauty S.p.A. sono 116, suddivisi per le seguenti categorie: packaging primario, secondario, materie prime e fragranze, terzisti per il prodotto finito, fornitori di POP (point of purchase). Il processo di selezione dei fornitori si basa sui seguenti specifici KPI: prezzo, livello di qualità, OTIF (On Time In Full), flessibilità e problem solving, livello di innovazione relativo anche alla tipologia di prodotto e infine sensibilità del fornitore rispetto agli aspetti ESG. L'Azienda ha costruito un **registro per la compliance dei fornitori**, al fine di misurare le anomalie che si sono verificate nel corso dell'anno. Al momento si tratta di una valutazione non codificata, ma è in corso l'analisi del flusso di attività e delle caratteristiche di accesso (supplier gate) necessarie. Al termine di questa analisi sarà possibile disporre di una schematizzazione del processo di selezione, qualifica e valutazione periodica attraverso un sistema standardizzato di scoring.

Nel corso del 2021, nonostante la crisi pandemica, si è consolidato il **processo di razionalizzazione della catena di approvvigionamento**, attraverso il trasferimento delle produzioni da fornitori esteri a fornitori italiani (per esempio la linea Stimulage di Anne Möller da Barcellona a Parma, e il flacone di MD Donna, dalla Francia/Spagna all'Italia). Riguardo al trasferimento di quest'ultimo, sono in fase di quantificazione i benefici in termini di riduzione delle emissioni di CO₂ correlate alla riduzione delle distanze tra plant di produzione del componente e sito produttivo del terzista. Nel 2021, per l'intero perimetro del settore Profumeria e Dermocosmesi (Angelini Beauty), il **numero complessivo di fornitori** è pari a **219**, di cui 116 gestiti in Italia e 103 gestiti dalle Società estere (17 in Spagna e 86 in Germania). Nello stesso anno, il **valore complessivo delle forniture** è pari a **55.286.388 Euro**, di cui 28.437.181 Euro si riferiscono al perimetro italiano e 26.849.207 Euro al perimetro estero (12.489.207 Euro in Spagna e 14.360.000 Euro in Germania).

Capitale economico

NUMERO DI FORNITORI DI ANGELINI BEAUTY S.P.A. (ITALIA) PER AREA GEOGRAFICA	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Italia	84	60,4%	70	60,9%	71	61,2%
Europa	55	39,6%	45	39,1%	45	38,8%
America						
Asia						
Resto del mondo						
TOTALE FORNITORI	139	100%	115	100%	116	100%

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture gestite in Italia da Angelini Beauty S.p.A. è pari a 28.437.181 Euro, di cui il 54,9% si riferisce a forniture da fornitori italiani, mentre il restante 45,1% si riferisce a forniture da fornitori europei. Si sottolinea il fatto che il valore delle forniture si riferisce alle forniture dai componenti ai prodotti finiti, forniture gestite centralmente dall'Italia.

VALORE DELLE FORNITURE DI ANGELINI BEAUTY S.P.A. (ITALIA) PER AREA GEOGRAFICA (Unità di Euro)	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Italia	32.857.057	70,6%	12.402.694	72,2%	15.604.678	54,9%
Europa	13.679.610	29,4%	4.772.521	27,8%	12.832.503	45,1%
America						
Asia						
Resto del mondo						
TOTALE VALORE DELLE FORNITURE	46.536.667	100%	17.175.215	100%	28.437.181	100%

Capitale economico

Nella tabella che segue è riportata la ripartizione della spesa complessiva per tipologia di materiali.

TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/COMPONENTI ACQUISTI (ITALIA) <i>(Unità di Euro)</i>	2019	2020	2021
Carta	7.204.045,15	2.719.341,74	3.421.390
Vetro	11.726.423,29	4.426.423,17	5.569.186
Plastica	13.926.588,15	5.256.928,81	6.614.102
Servizi riempimento	8.528.101	2.975.271	8.000.000
Metallo tappi, ghiera ecc.	2.238.627	781.009	2.100.000
Altro	2.912.883	1.016.242	2.732.503
TOTALE ACQUISTI	46.536.667	17.175.215	28.437.181

Al momento, non sono applicati criteri sociali e ambientali nel processo di valutazione dei fornitori.

Capitale economico

Per quel che riguarda le Società estere, nel 2021 il numero totale di fornitori è pari a 103, di cui 17 si riferiscono ad Angelini Beauty S.A. (Spagna) e 86 ad Angelini Beauty G.m.b.H. (Germania). L'incidenza di forniture locali è pari al 90,3%.

NUMERO DI FORNITORI DELLE SOCIETÀ ESTERE PER AREA GEOGRAFICA	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Numero di fornitori locali	134	91,8%	106	91,4%	93	90,3%
Italia	2	1,4%	2	1,7%	1	1,0%
Europa	10	6,8%	8	6,9%	9	8,7%
America	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Asia	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Resto del mondo	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
TOTALE FORNITORI	146	100%	116	100%	103	100%

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture delle Società estere, riferito ai prodotti finiti, è pari a 26.849.207 Euro, dei quali 12.489.207 Euro si riferiscono ad Angelini Beauty S.A. (Spagna) e 14.360.000 Euro ad Angelini Beauty G.m.b.H. (Germania).

VALORE DELLE FORNITURE DELLE SOCIETÀ ESTERE PER AREA GEOGRAFICA <i>(Unità di Euro)</i>	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Numero di fornitori locali						
Italia	16.560.243,00	41,5%	7.237.112	30,9%	7.544.719	28,1%
Europa	23.321.034,00	58,5%	16.162.219	69,1%	19.304.488	71,9%
America	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Asia	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Resto del mondo	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
TOTALE SPESA PER FORNITORI	39.881.277	100%	23.399.331	100%	26.849.207	100%

Capitale economico

Per il 2022, Angelini Beauty si prefigge i seguenti obiettivi:

- implementare la procedura di valutazione e qualifica dei fornitori che permetta di garantire una qualità sempre più alta e la sostenibilità dei prodotti, a testimonianza del senso di responsabilità nei confronti dei consumatori e nel rispetto delle generazioni future;
- implementare un metodo di calcolo degli impatti relativi alla riduzione delle distanze tra le fabbriche e i magazzini coinvolti nella catena di approvvigionamento, al fine di ridurre l'impatto in termini di gas serra (GHG);
- eseguire un'azione di sorveglianza delle caratteristiche di business continuity plan presso i fornitori e, in caso di non compliance, ricevere informazioni sulle azioni di mitigazione dei rischi correlati.

Capitale economico

SETTORE VITIVINICOLO

La selezione dei fornitori per Angelini Wines & Estates è guidata dalle esigenze dirette delle aree funzionali coinvolte. La parte di acquisti relativa ai servizi indiretti viene invece gestita centralmente da Angelini Holding.

L'approvvigionamento dei prodotti e dei servizi legati ai capitoli di spesa per gli investimenti immobiliari (inclusa la manutenzione) e per i contratti d'appalto rispetta il Codice Etico del Gruppo Angelini Industries.

Nel 2021, Angelini Wines & Estates ha gestito 1.226 fornitori, dei quali 455 (37,1%) italiani.

NUMERO DI FORNITORI DI ANGELINI WINES & ESTATES PER AREA GEOGRAFICA	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
Numero di fornitori locali	842	61,5%	713	59,0%	702	57,3%
Italia	435	31,8%	426	35,3%	455	37,1%
Europa	61	4,5%	44	3,6%	43	3,5%
America	14	1,0%	12	1,0%	15	1,2%
Asia	5	0,4%	3	0,2%	10	0,8%
Resto del mondo	13	0,9%	10	0,8%	1	0,1%
TOTALE FORNITORI	1.370	100%	1.208	100%	1.226	100%

Capitale economico

Nel 2021, il valore complessivo delle forniture è pari a 18.753.671 Euro, dei quali 17.600.251 Euro (93,9%) rappresentano la ricaduta in Italia e sul territorio.

VALORE DELLE FORNITURE DI ANGELINI WINES & ESTATES PER AREA GEOGRAFICA <i>(Unità di Euro)</i>	2019		2020		2021	
	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE	EURO	% SUL TOTALE
Valore forniture locali	9.903.202	55,7%	8.599.314	55,1%	9.825.452	52,4%
Italia	7.021.733	39,5%	6.174.742	39,5%	7.775.069	41,5%
Europa	452.945	2,5%	307.940	2,0%	464.982	2,5%
America	311.743	1,8%	471.789	3,0%	439.434	2,3%
Asia	23.912	0,1%	24.129	0,2%	238.796	1,3%
Resto del mondo	56.785	0,3%	37.991	0,2%	9.938	0,1%
TOTALE VALORE DELLE FORNITURE	17.770.321	100%	15.615.906	100%	18.753.671	100%

Capitale economico

La tabella che segue mostra la ripartizione del valore delle forniture per tipologia. Il valore di acquisto delle materie prime e dei servizi e oneri di gestione costituiscono rispettivamente quote pari al 41,2% e al 40%, mentre l'11,2% rappresenta spese per investimenti.

TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/ COMPONENTI ACQUISTI <i>(Unità di Euro)</i>			
	2019	2020	2021
Acquisto materie prime	6.977.171	5.611.299	7.727.533
Spese per servizi/oneri di gestione	7.350.798	6.553.277	7.499.385
Acquisto materiali (manutenzioni, pubblicitari ecc.)	845.826	590.652	999.200
Costi per godimento beni di terzi	348.570	352.272	433.396
Spese per investimenti	2.247.957	2.508.405	2.094.157
TOTALE ACQUISTI	17.770.321	15.615.906	18.753.671

Capitale economico

Per quel che riguarda l'applicazione dei criteri di valutazione ambientale e sociale, nel 2021 sono 267 i fornitori sottoposti a tale verifica, corrispondenti a un'incidenza pari al 21,8%.

NUMERO DI NUOVI FORNITORI DI ANGELINI WINES & ESTATES PER CRITERI DI VALUTAZIONE	2019		2020		2021	
	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE	N.	% SUL TOTALE
N. totale fornitori	1.370		1.208		1.226	
Fornitori valutati secondo criteri ambientali	307	22,4%	239	19,8%	267	21,8%
Fornitori valutati secondo criteri sociali	307	22,4%	239	19,8%	267	21,8%

Capitale umano

04

5.779

5.779 dipendenti,
di cui 4.068 in
Italia

1.156

**1.156 nuove
assunzioni** (36%
giovani under 30)

92%

**92% contratti
a tempo
indeterminato**

0

Zero infortuni
gravi in tutte
le Società del
Gruppo

202.314,5

**Iniziative di
Community
Empowerment** di
Angelini Academy

**Sistema di
benefit e welfare
di Gruppo**

**202.314,5 ore
complessive
di formazione**
erogate dalle
Società Operative
e da Angelini
Academy

Approccio strategico alla gestione del capitale umano

Il capitale umano rappresenta per il Gruppo Angelini Industries un asset strategico, in grado di produrre impatti decisivi su tutta la catena del valore, facendo leva su persone e competenze che consentono all'Azienda, con la loro passione, di affrontare mercati sempre più competitivi.

Le persone che operano all'interno dell'organizzazione rappresentano uno stakeholder chiave che Angelini Industries si impegna a tutelare, coinvolgere e sviluppare in una prospettiva che favorisca in modo dinamico l'operatività, lo scambio costante di informazioni e know-how, oltre allo sviluppo di relazioni all'interno del Gruppo.

Nel corso degli ultimi tre anni, in particolare, Angelini Industries ha confermato il focus sulla crescita e l'empowerment delle proprie risorse, attraverso lo sviluppo di iniziative e processi finalizzati al coinvolgimento, al well-being e allo sviluppo delle persone, con un focus su merito, welfare e inclusività. Questo approccio ha orientato il percorso di Gruppo verso la ridefinizione della propria "Cultura" e nella sua traduzione in una employee value

proposition (EVP) che descrive l'esperienza lavorativa percepita dai dipendenti all'interno del Gruppo e si traduce nei principi "A change to drive. A purpose to embrace. A place to belong", rappresentativi di ogni Società di Angelini Industries.

L'ultimo triennio è stato caratterizzato da un significativo processo di trasformazione ed evoluzione organizzativa, che ha coinvolto sia Angelini Holding sia le Società Operative e che è culminato:

- in un modello di governance moderno e ispirato ai più elevati standard di trasparenza e correttezza nella gestione dell'impresa e nei confronti degli stakeholder;
- nel consolidamento dell'assetto organizzativo di Gruppo varato nel 2020, 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;
- una riformulazione dei rapporti tra la Holding e le Società Operative, finalizzata a facilitare

Capitale umano

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 2021, Angelini Industries ha concentrato i suoi sforzi in particolare:

- sul talent management, attraverso il lancio di iniziative e programmi specifici volti ad attrarre nuovi **talenti** dal mercato e a valorizzare e trattenere quelli già presenti nel Gruppo (Future Leaders Program, Talent Management, Succession e career planning ecc.);
- sulla misurazione e lo sviluppo dei livelli di **engagement** di Gruppo, a partire dalla realizzazione di una engagement survey per l'intero perimetro di Angelini Industries, attraverso un accurato percorso di analisi delle risultanze e follow-up sulle esigenze comuni al Gruppo emerse dalla rilevazione. In particolare, la survey ha raggiunto un ottimo risultato di partecipazione, fornendo preziose indicazioni su ben delineate aree di approfondimento;

- sulla crescita e il miglioramento della employee experience, attraverso lo sviluppo di un'offerta dedicata negli ambiti **agile working, welfare e well-being** (sportello psicologico, policy di sostegno contro la violenza domestica ecc.), col supporto di soluzioni digitali in ambito HR Information System appositamente selezionate o disegnate allo scopo (digital onboarding, nuova piattaforma travel ecc.).

L'impegno di Angelini Industries e 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:

- sviluppo del processo e di linee guida applicabili a tutte le aziende del Gruppo in ambito talent management, allo scopo di pianificare e realizzare percorsi di mobilità infragruppo e di cross-fertilization;
- ulteriore estensione del perimetro e dell'offerta della Group Academy, attraverso la definizione di nuove partnership e collaborazioni con le principali università e

Capitale umano

- centri di ricerca nazionali e internazionali;
- sviluppo dei livelli di engagement attraverso iniziative mirate ai principali need di Gruppo emersi dall'engagement survey, in grado di cogliere – però – le peculiarità delle popolazioni interessate presso le diverse realtà (e geografie) aziendali.

Capitale umano

Politiche per il personale

Il Gruppo Angelini Industries adotta un modello di gestione del personale basato su tre elementi chiave:



POSIZIONE

Ogni posizione organizzativa è valutata secondo una metodologia internazionale di job evaluation che ne misura la complessità e ne determina il peso relativo. A seconda del peso, la posizione viene associata quindi 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.



PERFORMANCE

La performance dei dipendenti viene misurata attraverso la valutazione di due elementi: obiettivi individuali (assegnati a inizio anno); i behavior (comportamenti organizzativi), derivanti dai valori di Gruppo. Nel 2020 questo processo è stato oggetto di una revisione che ha visto l'introduzione di importanti novità:

- la valutazione degli obiettivi per tutta la popolazione aziendale;
- maggiore attenzione sull'analisi dei comportamenti organizzativi (behavior) che determinano le modalità con cui gli obiettivi vengono raggiunti;
- maggior coinvolgimento dei dipendenti attraverso lo strumento dell'autovalutazione

Capitale umano

di entrambi gli elementi (obiettivi e behavior). A ogni dipendente è inoltre data l'opportunità di formalizzare nella scheda le proprie aree di interesse e la disponibilità alla mobilità;

- maggiore responsabilizzazione dei manager i quali, oltre a valutare le performance, sono chiamati a delineare in maniera chiara i piani di sviluppo e formazione e a esprimere un giudizio sul potenziale di crescita dei propri collaboratori.

In particolare, nel corso del 2021, l'approccio al performance management di Gruppo è stato perfezionato garantendo un ancor maggiore rigore nell'applicazione dei criteri valutativi meritocratici definiti, assicurando il massimo grado di allineamento cross-company possibile. Tra le principali novità figurano l'affinamento delle linee guida di valutazione e l'introduzione di un meccanismo di calibration qualitativa per le posizioni manageriali.

Su questa base e grazie ai feedback raccolti nel corso dell'ultimo ciclo di valutazione, si prevede un ulteriore affinamento nel 2022 delle modalità di lavoro e una revisione delle declaratorie dei Group behavior, in linea con le best practice di mercato su sistemi analoghi.

Tale review rappresenta per il Gruppo un ultimo step fondativo in vista di una revisione complessiva dell'approccio in fase di pianificazione per il 2023.

Capitale umano



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 manageriale 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 due anni percorsi e iniziative volti a salvaguardare e promuovere il **benessere e la salute delle proprie persone** (basti pensare all'iniziativa #Angelini4you, attraverso la quale il Gruppo offre supporto psicologico alla popolazione aziendale a livello nazionale e internazionale) e la **sicurezza sul luogo di lavoro** (anche con iniziative specificamente focalizzate sulla gestione dei rischi connessi alla pandemia da Covid-19).

Capitale umano

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).

A dimostrazione del fatto che la cura del Gruppo per le proprie risorse è costante, è già in fase di definizione e di prossima emanazione una **policy di Gruppo su temi di violenza domestica**, a supporto di quelle risorse direttamente o indirettamente coinvolte (dipendenti e loro figli e genitori) da simili episodi, siano essi di carattere fisico o psicologico. In tal senso, è stato attivato un canale specifico e preferenziale all'interno dei servizi di supporto psicologico già attivi.

Capitale umano

Organico e pari opportunità

Al 31 dicembre 2021, l'organico del Gruppo è composto complessivamente da **5.779 dipendenti**, 4.068 dei quali sul territorio italiano (70,4% della popolazione totale, stabile rispetto al 2019). La popolazione di Gruppo, infatti, ha registrato una **crescita di circa il 4,3% rispetto al 2019, rimanendo nel complesso sostanzialmente stabile rispetto al 2020**, nonostante gli impatti negativi della pandemia sul contesto macroeconomico internazionale. Tale crescita, per il triennio considerato, risulta leggermente più marcata in Italia (+4,5% rispetto al 2019 contro il +3,5% sul perimetro internazionale).

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, **l'inserimento dei giovani** nel contesto aziendale costituisce una delle leve più efficaci e rilevanti. Si rileva, infatti, come **su 1.156 nuovi ingressi su scala globale, il 36% sia costituito da giovani under 30**.

Capitale umano

NUMERO DI DIPENDENTI SUDDIVISI PER BUSINESS UNIT	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
TOTALE GRUPPO	1.989	3.554	5.543	2.039	3.727	5.766	2.097	3.682	5.779
Angelini Beauty	136	45	181	139	46	185	133	41	174
Angelini Consumer	-	-	-	7	12	19	16	20	36
Angelini Holding	64	78	142	53	65	118	62	80	142
Angelini Real Estate	4	10	14	5	14	19	6	14	20
Angelini Pharma	1.351	1.385	2.736	1.407	1.518	2.925	1.419	1.450	2.869
Angelini Wines & Estates	52	76	128	45	68	113	38	67	105
Fameccanica	74	688	762	43	593	636	52	601	653
Fater	308	1.272	1.580	340	1.411	1.751	371	1.409	1.780

Capitale umano

NUMERO DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA (ITALIA)	2019		2020		2021	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
Italia	1.112	2.778	1.139	2.866	1.181	2.887
	3.890		4.005		4.068	

NUMERO DIPENDENTI PER AREA GEOGRAFICA (SOCIETÀ ESTERE)	2019		2020		2021	
	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI
Estero	877	776	900	861	916	795
	1.653		1.716		1.711	

Capitale umano

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.

Considerando la popolazione impiegatizia e dirigente, **la popolazione di genere femminile appare in crescita sia in termini assoluti** (45,4% della popolazione totale di Gruppo, +0,6% rispetto al 2020), **sia in termini comparativi** (+4,5% rispetto al 2019 e +3,1% rispetto al 2020) attestandosi a **1.954 unità** (2.097, considerando anche la popolazione operaia). All'estero, tale popolazione costituisce il 58% del totale (+1,9% rispetto al 2020), mentre in Italia rappresenta il 38,7% della popolazione aziendale, in lieve crescita rispetto agli ultimi 12 mesi.

In particolare, sul perimetro italiano, la popolazione manageriale di Gruppo conta 48 Dirigenti e 286 Quadri di genere femminile, valori in crescita sia rispetto al 2020 (+16% nel complesso) sia rispetto al 2019 (+22%).

Capitale umano

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPO DI QUALIFICA (ITALIA)	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	32	167	199	35	172	207	48	179	227
Quadri	241	365	606	253	383	636	286	393	679
Impiegati	726	1.087	1.813	726	1.084	1.810	723	1.122	1.845
Operatori di vendita	4	-	4	4	-	4	4	-	4
Operai	109	1.159	1.268	121	1.227	1.348	120	1.193	1.313
TOTALE	1.112	2.778	3.890	1.139	2.866	4.005	1.181	2.887	4.068

Capitale umano

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPO DI QUALIFICA (SOCIETÀ ESTERE) ³⁰	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
White collar	867	669	1.536	877	688	1.565	893	648	1.541
Blue collar	10	107	117	25	171	196	23	147	170
TOTALE	877	776	1.653	902	859	1.761	916	795	1.711

Tale impegno 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 (183 in Italia nel 2021, stabili rispetto al 2020).

³⁰ Il termine "blue collar" si riferisce ai lavoratori che svolgono un impiego manuale (operai), mentre il termine "white collar" identifica Impiegati, Quadri e Dirigenti.

Capitale umano

NUMERO DI DIPENDENTI APPARTENENTI A CATEGORIE PROTETTE (ITALIA)	2019			2020 ³¹			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	-	1	1	-	1	1	-	-	-
Direttivi	12	18	30	11	15	26	10	14	24
Impiegati	20	62	82	19	55	74	21	57	78
Operai	7	68	75	7	63	70	6	61	67
Operatori di vendita	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Quadri	6	6	12	6	7	13	8	6	14
TOTALE	45	155	200	43	141	184	45	138	183

Garantire la continuità dell'occupazione ai propri dipendenti costituisce un aspetto fondamentale della gestione del personale del Gruppo Angelini Industries. In continuità con lo scorso anno, il **92% dei lavoratori risulta, infatti, assunto con contratto a tempo indeterminato, mentre circa il 96,3% (+1,3% rispetto al 2020) ha un contratto full time.**

³¹ A seguito di un approfondito controllo sui dati, nella tabella viene riportato il dato corretto relativo al numero di dipendenti appartenenti a categorie protette nel 2020 che differisce da quanto inserito nel Bilancio di Sostenibilità 2020.

Capitale umano

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E CONTRATTO	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Tempo determinato	142	264	406	139	329	468	146	307	453
Tempo indeterminato	1.847	3.290	5.137	1.900	3.398	5.298	1.951	3.375	5.326
TOTALE	1.989	3.554	5.543	2.039	3.727	5.766	2.097	3.682	5.779
Full time	1.884	3.438	5.322	1.941	3.592	5.533	2.002	3.562	5.564
Part time	105	116	221	98	135	233	95	120	215
TOTALE	1.989	3.554	5.543	2.039	3.727	5.766	2.097	3.682	5.779

Capitale umano

NUMERO DI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E CONTRATTO SUDDIVISI PER PAESE NEL 2021	TEMPO DETERMINATO	TEMPO INDETERMINATO	TOTALE	FULL TIME	PART TIME	TOTALE
Italia	333	3.735	4.068	3.886	182	4.068
Turchia	14	173	187	187	-	187
Bulgaria	-	59	59	59	-	59
Repubblica Ceca	8	80	88	88	-	88
Ungheria	1	22	23	23	-	23
Austria	1	44	45	44	1	45
Polonia	36	166	202	201	1	202
Romania	9	81	90	90	-	90
Slovacchia	14	26	40	40	-	40
Germania	3	103	106	98	8	106
Spagna	7	244	251	234	17	251
Francia	-	8	8	8	-	8
Grecia	-	35	35	35	-	35
USA	-	200	200	196	4	200
Svezia	-	12	12	12	-	12
Portogallo	19	115	134	134	-	134
Russia	6	142	148	148	-	148
UK	-	21	21	19	2	21
Svizzera	-	5	5	5	-	5
Olanda	1	4	5	5	-	5
Cina	-	53	53	53	-	53

Capitale umano

Per quanto riguarda il solo perimetro italiano, nell'ultimo anno le attività di business di Angelini Industries sono state supportate dall'impiego di **335 collaboratori esterni** di cui il **36% agenti rappresentanti**, il **34% interinali/somministrati** e il **27% stagisti/tirocinanti**.

Si evidenzia che a fronte di una maggiore strutturazione del processo di reporting e delle attività di gestione e controllo dei dati, i dati dell'esercizio 2021 differiscono notevolmente dal biennio precedente.

NUMERO DI COLLABORATORI ESTERNI (ITALIA) ³²	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Agenti rappresentanti		41	41	2	43	45	10	112	122
Interinali/Somministrati	68	69	194	85	125	246	24	91	115
Stagisti/Tirocinanti	9	28	118	17	62	201	39	50	89
Area manager internazionali	-	-	-	2	2	4	2	4	6
Altro (consulenti contratti vari)			92			90		3	3
TOTALE	77	138	445	106	232	586	75	260	335

³² A fronte di una maggiore strutturazione del processo di reporting e delle attività di gestione e controllo dei dati, i dati dell'esercizio 2021 differiscono dal biennio precedente. Inoltre, il dato sui collaboratori esterni per l'estero non è al momento consolidabile e sarà disponibile verso il 2023.

Capitale umano

In termini di **turnover**, nel corso dell'ultimo esercizio il Gruppo Angelini Industries ha assunto **1.156 nuovi dipendenti**, di cui il 33% donne e il 36% con un'età inferiore ai 30 anni. Il tasso di cessazione al 2021 si attesta al 19,8%, mentre il tasso di assunzioni al 20%.

ENTRATI E USCITI AL 31.12.2019 ³³	DONNE	UOMINI	TOTALE	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI
Personale dipendente al 31.12.2019	1.989	3.554	5.543	487	3.556	1.500
Nuove assunzioni	343	681	1.024	402	538	91
Dimessi	363	514	877	196	500	183
Tasso di nuove assunzioni	17,2%	19,2%	18,5%	82,5%	15,1%	6,1%
Tasso di cessazione	18,3%	14,5%	15,8%	40,2%	14,1%	12,2%

ENTRATI E USCITI AL 31.12.2020 ³⁴	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 ³⁵	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 ³⁶	388	768	1.156	420	629	107
Dimessi ³⁷	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%

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.

³⁴ Vedi nota 33.

³⁵ Vedi nota 33.

³⁶ Il dato delle nuove assunzioni risente del numero di collaboratori esterni/stagionali impiegati in alcune Società Operative.

³⁷ Vedi nota 36.

Capitale umano

SELEZIONE DEI DIPENDENTI

Le persone rappresentano il motore della crescita del Gruppo Angelini Industries, che da sempre investe sul processo 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 lanciato nel novembre 2021 da Angelini Academy, in collaborazione con la Funzione Recruitment di Angelini Holding. Il programma rappresenta un modo 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.

Capitale umano

La seconda edizione del programma è stata avviata con 13 posizioni (rispetto alle 9 della prima edizione) aperte nelle diverse Aziende del Gruppo (Angelini Holding, Angelini Pharma, Angelini Consumer, Fater e Fameccanica). Queste posizioni sono ricoperte al 46% da donne e al 54% da uomini; il 23% dei partecipanti non è di nazionalità italiana. La strategia di talent acquisition 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 direttamente 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). Ricercare talenti all'esterno dell'organizzazione è rilevante quanto valorizzare le risorse interne: per questo motivo Angelini 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.

Capitale umano

Formazione e sviluppo



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.

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.

Angelini Academy collabora con business school e innovation hub di rilievo internazionale e ha lo sguardo rivolto alle competenze del futuro. 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. Il metodo didattico, ricco e diversificato, è ideato per coinvolgere, oltre ai dipendenti, anche le loro famiglie e le comunità territoriali in cui il Gruppo opera, per allargare gli orizzonti di partecipazione e dialogo e rafforzare il legame con il territorio.

Angelini Academy opera in conformità a 4 principi essenziali:

- Innovazione;
- Offerta accademica d'eccellenza;
- Partnership internazionali;
- Miglioramento continuo attraverso la misurazione dell'apprendimento.

Dopo 18 mesi dall'inizio della sua attività, è stato possibile misurare due importanti correlazioni emerse dall'analisi dei dati HR.

Capitale umano

1. Esiste un 25% di ricorrenza tra le persone che partecipano ai percorsi di Academy. Più della metà della popolazione di Angelini Industries ha partecipato, almeno una volta, alle attività di formazione proposte da Angelini Academy. Tra queste, una persona su quattro ha partecipato a tutte le opportunità formative proposte.

2. Esiste una correlazione tra la performance e l'attitudine all'apprendimento. L'89% delle persone che partecipano ai percorsi formativi proposti da Academy ha performance da good a outstanding.

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

- **Leadership talk:** ragionare con esperti internazionali 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.

Come riportato nelle tabelle seguenti, nel 2021 Angelini Academy **ha erogato oltre 10.000 ore di formazione ai dipendenti del Gruppo**, raddoppiando le ore totali erogate nel 2020, a dimostrazione dell'impegno dell'Azienda nel fornire una costante attività di formazione

Capitale umano

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: in tal senso, è riscontrabile un buon livello di bilanciamento sulle ore erogate ai diversi livelli (26% sui livelli di Senior/Top Management, 35% Middle Management, il rimanente 39% si distribuisce tra junior manager, white e blue collar). Si segnala inoltre come, sul totale di ore erogate nel 2021, il 41% abbia coinvolto la popolazione di genere femminile e le ore erogate alla popolazione aziendale estera ammontano invece al 15% del totale (+4% rispetto al 2020).

ORE DI FORMAZIONE EROGATA (ANGELINI ACADEMY) ³⁸	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	-	-	-	94,7	341,5	436,2	1.095,3	1.506,5	2.601,8
Quadri	392	1.000	1.392	445,0	993,5	1.438,5	1.563,2	2.021,7	3.584,9
Impiegati	640	320	960	1.568,0	909,8	2.477,8	1.448,3	2.376,2	3.824,5
TOTALE	1.032	1.320	2.352	2.107,7	2.244,7	4.352,4	4.106,7	5.904,4	10.011,1

³⁸ A fronte di una maggiore strutturazione del processo di reporting, le ore di formazione erogate da Angelini Academy sono state ricalcolate considerando soltanto i programmi effettivamente svolti nel periodo di rendicontazione.

Capitale umano

Oltre all'attività di sostegno alla crescita e all'apprendimento del personale, Angelini Academy offre **opportunità di formazione anche per le famiglie e per i figli dei dipendenti.**

Nel 2021 sono state erogate **20 sessioni di orientamento per oltre 200 neodiplomati e/o neolaureati, figli dei dipendenti**, durante le quali i ragazzi e le ragazze hanno imparato a scrivere un CV, una lettera di presentazione e a simulare un colloquio di lavoro.

È proseguita inoltre l'attività di allenamento delle competenze digitali dedicata ai bambini con i laboratori di robotica e coding.

Di seguito vengono riportati i corsi di formazione erogati da Angelini Academy durante l'ultimo anno fiscale.

ORE DI FORMAZIONE EROGATA PER TIPOLOGIA DI CORSO DI FORMAZIONE (ANGELINI ACADEMY)	2021
Leading Change and Organizational Renewal - HBS	40,0
Master in Leadership and Business Transformation	58,0
Financial Analysis for Non-Financial Managers	30,0
Progettazione Organizzativa	36,0
People Management	48,0
Leading Change: Strategie di Change Management	84,0
Decision Making Strategies for Leaders	40,0
Essentials of Leadership	40,0
Leading Change	40,0
Leading Organizations in Disruptive Times	30,0
MBA Bocconi	591,0
The Business of AI	40,0
Steering Complex Projects	40,0
Real estate finance & investment	84,0
Programma di sviluppo manageriale edition 77	45,0
Sustainability Leadership and Corporate Responsibility	30,0
Leading with Psychological Intelligence	32,0
Omnichannel Marketing	32,0
Formazione one2one	15,0

Capitale umano

Digital strategies Roundtable	24,0
Programma di sviluppo manageriale edition 74	105,0
Webinar Cambiamento organizzativo come necessità e responsabilità LIUCC	155,3
Webinar making change happen in your organization Columbia Business School	69,5
Webinar agile decision making IMD	120,4
Leadership Talk: Leading Networks and Simplify Complexity	259,5
Angelini Mentoring program	336,0
Angelini Mastery Program 2020-2021 Module 2	264,0
Angelini Mastery Program 2020-2021 Module 3	264,0
Angelini Mastery Program 2020-2021 Module 4	264,0
Managing measuring reporting for social impact	192,0
#Angelinnextgeneration 2021 Module 1	390,0
#Angelinnextgeneration 2021 Module 2	390,0
#Angelinnextgeneration 2021 Module 3	390,0
#Angelinnextgeneration 2021 Module 4	390,0
Leading Networks and Simplifying Complexity Pillole	78,0
Including Diversity Recorded webinar	64,5
Personal Branding: costruire e gestire il tuo brand personale	960,0
Leadership talk: D&I	330,0
Leading Networks and Simplifying Complexity Live webinar Employee	424,5
Leading Networks and Simplifying Complexity Recorded webinar Employee	67,5
Personal Branding: building and managing your personal branding	510,0
Future Leaders Program 2019 -2021 Module 5	560,0
Future Leaders Program 2021 -2023 Module 1	880,0
Future Leaders Program 2021 -2023 Module 2	880,0
Angelini Mastery program 2021-2022 Module 1	288,0
TOTALE	10.011,1

Capitale umano

Guardando al futuro, Angelini Academy garantisce un'offerta formativa sempre nuova, modificata in genere ogni 2-3 anni per stare al passo con l'evoluzione dei mercati, dei profili richiesti e delle modalità di apprendimento. Nel 2021 i programmi sono stati ripensati in modalità multimediale, assegnando a ciascun momento, in presenza od online sincrona e asincrona, elementi specifici e differenziati e tenendo conto dei diversi stili di fruizione. Per esempio, sulle piattaforme i giovani amano molto lavorare "live" (modalità sincrona) in piccoli gruppi, con la gamification finale quale rinforzo dell'apprendimento, ma apprezzano anche l'apprendimento "asincrono", in autonomia. Amano gli hackathon (gare su sfide progettuali), che Academy organizza sia a scopo di employer branding e attrazione di talenti, sia per coinvolgere la popolazione aziendale su progetti speciali sperimentali. I colleghi senior, invece, si avvicinano alla formazione online soprattutto se ci sono testimonianze autorevoli da cui trarre ispirazione e con cui poter interagire in chat in diretta.

FORMAZIONE EROGATA DALLE SOCIETÀ OPERATIVE

La formazione professionalizzante offerta da Angelini Academy si integra con attività di training condotte in autonomia dalle varie Società Operative, che mirano a potenziare e migliorare le competenze tecniche e manageriali dei propri dipendenti che operano in settori distinti e specifici.

Tutte le Società Operative adottano le linee guida definite da Angelini Industries relative alle politiche di reclutamento, selezione, formazione e analisi del potenziale dei dipendenti. Queste politiche vengono successivamente tradotte in piani volti ad accrescere le competenze e lo sviluppo professionale del personale e, allo stesso tempo, a soddisfare le esigenze del business. I punti di forza di queste politiche sono rappresentati dai seguenti pilastri:

Capitale umano



Identificazione delle posizioni critiche e gestione dei relativi piani di crescita



Individuazione delle risorse ad alto potenziale e configurazione dei percorsi di crescita



Ricerca di percorsi formativi offerti da Business School e società di formazione al fine di attrarre nuovi talenti e attuare processi di sviluppo del personale



Collaborazione con Angelini Academy per la progettazione dei programmi di formazione manageriale



Realizzazione di corsi e attività di formazione tecnico-specialistica del personale necessari per il corretto e più efficiente svolgimento delle mansioni affidate

Capitale umano

Si riporta di seguito il dettaglio delle ore di formazione erogate dalle Società Operative, incluse le sedi estere, per il triennio di riferimento.

TOTALE ORE DI FORMAZIONE EROGATA ³⁹	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	4.064,00	7.574,22	11.638,22	1.135,68	4.069,59	5.205,27	2.750,23	6.599,66	9.349,90
Quadri	8.270,65	14.777,13	23.047,78	6.686,59	10.742,45	17.429,04	14.530,72	17.511,46	32.042,18
Impiegati	13.118,89	32.131,59	45.250,48	16.320,05	39.672,75	55.992,80	53.543,51	61.536,32	115.079,83
Operai	7.186,56	32.462,66	39.649,22	2.637,39	32.020,24	34.657,63	4.181,54	31.520,66	35.702,20
TOTALE	32.640,10	86.945,60	119.585,70	26.779,71	86.505,03	113.284,74	75.006,00	117.168,10	192.174,10

³⁹ Di seguito vengono riportate le principali omissioni ed eccezioni che riguardano i dati rappresentati in tabella:

- Angelini Beauty: non sono incluse le ore di formazione erogate dalla sede in Italia per il 2019 e le ore di formazione erogate dalla sede in Spagna nel 2021 poiché non è stato svolto alcun tipo di attività formativa nei periodi indicati;
- Angelini Pharma: con riguardo alle country estere, per il biennio 2019-2020 sono riportati solo i dati concernenti la formazione in salute e sicurezza. In merito a questi, la sede in Portogallo ha riportato solo i dati di formazione per il 2021.

Capitale umano

Per completezza dei dati si è ritenuto inoltre opportuno riportare anche le ore di formazione su salute e sicurezza erogate dallo stabilimento di Pescara di Fater per il biennio 2019-2020 e da Angelini Pharma Österreich G.m.b.H. (Austria) per il triennio di riferimento, per i quali sono disponibili solo i valori totali.

VALORI TOTALI DI FORMAZIONE EROGATA ⁴⁰	2019	2020	2021
Angelini Pharma Österreich G.m.b.H. (Austria)	85,75	69,75	129,25
Fater - stabilimento Pescara (formazione su salute e sicurezza)	10.088	10.982	-

Nel 2021 le ore di formazione erogate dalle Società Operative ammontano a **192.303,4** di cui il **59%** erogate in Italia e il **41%** all'estero.

DETTAGLIO FORMAZIONE EROGATA NEL 2021

ITALIA	ESTERO	TOTALE
112.889,3	79.414,1	192.303,4
59%	41%	100%

⁴⁰ Per mancanza di reperibilità dei dati vengono presentati i valori totali delle ore di formazione su salute e sicurezza erogate dallo stabilimento di Pescara di Fater per il biennio 2019-2020 e da Angelini Pharma Österreich G.m.b.H. (Austria) per il triennio di riferimento.

Capitale umano

Per quanto riguarda il perimetro italiano, le ore medie di formazione a persona, calcolate come rapporto tra il totale delle ore erogate sul totale dei dipendenti, sono **27,75** nell'ultimo anno fiscale. Quelle erogate alle **donne sono pari a 31,34 ore**, mentre le ore medie di formazione erogate agli **uomini sono pari a 26,28**.

Di fatto, a causa dell'impossibilità di classificare i dipendenti delle sedi estere delle Società Operative secondo la tipologia di contratto, al momento non è stato possibile calcolare le ore medie *pro capite* per il perimetro estero.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE (ITALIA) ⁴¹	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	36,44	22,12	24,42	26,05	21,47	22,24	45,47	30,04	33,30
Quadri	30,41	38,88	35,51	24,37	26,73	25,79	39,45	27,77	32,69
Impiegati	15,53	26,18	21,90	20,51	27,00	24,39	27,97	27,14	27,47
Operai	58,95	23,79	26,82	15,78	18,95	18,67	26,79	24,42	24,64
TOTALE	23,61	26,61	28,34	21,03	23,19	25,32	31,34	26,28	27,75

⁴¹ Per impossibilità di classificare i dipendenti delle sedi estere delle Società Operative secondo la tipologia di contratto, si è proceduto a calcolare le ore medie di formazione *pro capite* solo per il perimetro italiano. Nel calcolare le ore medie di formazione la categoria degli "operatori di vendita" è stata inclusa negli "impiegati".



Capitale umano

ANGELINI HOLDING E REAL ESTATE

Nel corso del 2021 sono proseguite le attività di formazione tecnico-professionale e linguistica offerta da Angelini Holding ai suoi dipendenti. Di fatto, sono state erogate **1.729,5 ore**, circa il **46%** in più rispetto al 2020. La Holding gestisce anche la formazione di Angelini Real Estate che, nello stesso periodo, ha effettuato **23 ore di formazione di inglese**.

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021 (ANGELINI HOLDING)

Corsi di inglese

Formazione tecnico-professionale

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021 (ANGELINI REAL ESTATE)

Corsi di inglese

Capitale umano

SETTORE FARMACEUTICO

Nell'ultimo anno fiscale, Angelini Pharma ha erogato **136.941,5⁴² ore di formazione** ai propri dipendenti. Nel dettaglio:

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021 (ANGELINI PHARMA)

Corsi tecnico-specialistici (per esempio, sicurezza, compliance normativa, R&D, lanci di prodotto, formazione su prodotto, onboarding rete IMS)

Attività formative a tematica addestramento professionalizzante

Formazione manageriale

I corsi tecnico-specialistici, comprensivi dei corsi sulla salute e sicurezza, ammontano al 72% delle ore totali erogate, sia dalle società italiane sia dalle società estere (quasi 99.000 ore), circa la metà delle quali ha interessato la formazione tecnica degli informatori scientifici volta a migliorare le loro tecniche negoziali e rafforzare le loro competenze scientifiche di prodotto. Accanto alle consolidate attività formative tecnico-specialistiche, manageriali, di qualità e compliance, l'Azienda ha sviluppato nel corso del 2021 due iniziative che hanno coinvolto tutte le realtà geografiche:

- una piattaforma con contenuti formativi liberamente disponibili per tutti i dipendenti ("Of course me");
- una piattaforma per lo sviluppo della conoscenza della lingua inglese ("Speex").

⁴² Il dato include le ore di formazione su salute e sicurezza svolte dalle sedi estere di Angelini Pharma.

Capitale umano

Nel 2021 è stato inoltre progettato il percorso **"My development Garden"**, che vedrà numerose iniziative, nel corso del 2022 e 2023, volte a supportare lo sviluppo di competenze e abilità manageriali chiave, in linea con il percorso di cambiamento che l'Azienda sta affrontando.

LARGO CONSUMO

Fater si pone l'obiettivo di creare un clima di lavoro in cui i dipendenti possano esprimere il proprio potenziale e crescere professionalmente grazie al lavoro di squadra, alla valorizzazione della diversità e all'ascolto reciproco. Per tale motivo nel 2020 nasce l'iniziativa **People First**. Partendo dall'ascolto delle esigenze dei dipendenti, l'Azienda ha potuto creare progetti e servizi volti alla realizzazione di un ambiente di lavoro in cui è possibile stabilire rapporti e momenti di mentoring e condivisione. Ciò ha determinato un investimento nello sviluppo di diverse competenze orientate a migliorare sia le skill di people management sia le capacità di team

working. Tra le principali attività che rientrano in questa iniziativa figurano:

- **Listening coffees:** si tratta di brevi incontri informali con il Leadership Team per parlare di clima interno e di come migliorarlo costantemente;
- **Survey periodiche e focus group;**
- **Talent review:** ogni dipendente può instaurare una conversazione con il proprio capo riguardo al suo potenziale e le possibili opportunità future di carriera;
- **Uxel Academy:** incontri online con opinion leader in cui vengono trattati temi come leadership femminile, sostenibilità e innovazione.

A fianco di questa iniziativa, l'Azienda ha inoltre istituito la **People Manager Academy**, un'accademia progettata per supportare tutti i people manager nello sviluppo delle loro competenze attraverso l'erogazione di un percorso formativo di oltre 40 ore.

Capitale umano

Nel 2021, Fater ha erogato **31.709 ore di formazione** ai propri dipendenti, che hanno riguardato i seguenti corsi formativi:

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021

7 Habits

Agile Working

Business Model Canvas

Design Thinking

Discover the Power of Coaching and Mentoring

Performance Review

Sa 8000

Self Situational Leadership

Situational Leadership II

Workshop for People Manager

Salute e Sicurezza

Capitale umano

TECNOLOGIA INDUSTRIALE

La politica di gestione delle Risorse Umane in Fameccanica si pone l'obiettivo di promuovere esperienze formative e pratiche che, da un lato, favoriscano la crescita e la realizzazione personale dei dipendenti, e dall'altro, contribuiscano al raggiungimento dei risultati aziendali. Il processo di formazione offerto viene definito **Lifelong-Continuous Learning** poiché punta a realizzare un percorso di apprendimento permanente e continuo. I corsi formativi erogati mirano a sviluppare competenze tecniche (per esempio, programmazione PLC, motori in asse, CAD ecc.) e digitali (digital tool e digital skill), capacità linguistiche (per esempio, inglese, tedesco ecc.) e formare i dipendenti su tematiche fondamentali come qualità, sicurezza, ambiente, energia e sostenibilità. A tal proposito, nel corso del 2021 è stata avviata per tutta la popolazione del Gruppo Fameccanica (consociate comprese) l'erogazione di un corso *ad hoc*, anche in lingua inglese e cinese,

sulle tematiche di sviluppo sostenibile, con riferimento altresì all'Agenda 2030, con l'obiettivo di aumentare e diffondere la relativa consapevolezza aziendale. Allo stesso tempo è stata avviata l'iniziativa per la progettazione e pianificazione di **training di Sostenibilità Avanzata** per il Team di Sostenibilità con la partecipazione di personale trasversale a più funzioni aziendali, per poter meglio gestire le tematiche ESG (Environmental, Social, Governance) ed essere in grado di affrontare i rischi cogliendo le relative opportunità.

Capitale umano

Nel 2021, Fameccanica ha erogato **20.418 ore di formazione** ai propri dipendenti in tutti i propri plant.

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021

PPE Course

Teamcenter Course

Onboard Training

Corsi di lingue (inglese, tedesco)

Corsi tecnici (robotica, automazione, sistemi di visione, unità taglio ecc.)

Lean Six Sigma (Green belt, Yellow belt, da Leader a Coach, Executive training ecc.)

Tool Informatica e Sicurezza Informatica (MS tools, procunity ecc.)

Leggi, Regolamenti, Procedure (231, GDPR, Incoterms, Export procedure ecc.)

Ambiente, Sicurezza, Energia (ambiente ed efficienza energetica, attrezzature di sicurezza ecc.)

Capitale umano

PROFUMERIA E DERMOCOSMESI

Angelini Beauty ha importanti sfide per l'immediato futuro, che richiedono di ottimizzare e aumentare le competenze dell'organizzazione per raggiungere gli obiettivi prefissati. L'Azienda ritiene indispensabile la formazione come strumento per abilitare la crescita organizzativa, il raggiungimento degli obiettivi prefissati e lo sviluppo delle competenze dei propri lavoratori.

All'interno della Società vengono adottate le linee guida definite da Angelini Industries, relative alle politiche di reclutamento, selezione, formazione, sistemi di sviluppo delle competenze e di analisi del potenziale tali da attrarre e trattenere le risorse idonee alle esigenze del business, garantendone un elevato livello motivazionale. Queste politiche vengono tradotte in piani operativi. In particolare:

- **Gestione dei Talenti:** assessment, analisi del potenziale e definizione dei percorsi di crescita e sviluppo;
- **Piani formativi:** a seconda della necessità

formativa, in partnership con Angelini Academy, vengono organizzati:

- corsi presso Business School per rafforzare i percorsi di sviluppo professionale;
- corsi di formazione manageriale in cui le tematiche in oggetto spaziano dalle competenze tecniche e di ruolo alle competenze manageriali e di leadership;
- corsi su technical skill.

Nello specifico, per il 2021, è stato identificato un corso sulla tematica della **Corporate Social Responsibility**, ancora in corso nel 2022. A causa dell'emergenza Covid-19, le lezioni sono tutte erogate in modalità digitale. La piattaforma e-learning "Of course me" si è rivelata uno strumento efficace per la formazione aziendale.

Capitale umano

Nell'ultimo anno fiscale, le **156 ore di formazione erogate** da Angelini Beauty hanno riguardato:

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021

Corporate Social Responsibility

Sviluppo organizzativo e team working per team leader

La comunicazione positiva

Negoziazione

Analisi di bilancio

Guidare per motivare

Vendite internazionali

Capitale umano

SETTORE VITIVINICOLO

In linea con la filosofia di business di Angelini Wines & Estates, la formazione si pone al centro dello sviluppo aziendale, favorendo la crescita personale e professionale delle risorse e, allo stesso tempo, il raggiungimento degli obiettivi di business. Nel 2021, l'Azienda ha erogato **1.360 ore di formazione** incentrate sulla salute e sicurezza.

TIPOLOGIA DI CORSI DI FORMAZIONE EROGATI NEL 2021

Salute e sicurezza

Capitale umano

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.

Con riferimento alla **pandemia da Covid-19**, Angelini Industries si è adoperata sin dall'inizio dell'emergenza per promuovere comportamenti idonei a garantire il massimo livello di sicurezza per le proprie persone. La Funzione HR&O, in

Capitale umano

particolare, ha aperto un **canale costante di comunicazione** definendo e aggiornando le modalità con cui svolgere la propria attività lavorativa e i comportamenti da osservare durante l'eventuale presenza presso le sedi. Il lavoro prosegue senza interruzione, ormai, da più di due anni e ha previsto (con modalità e declinazioni eventualmente diversificate in base alle esigenze specifiche di aziende operative e categorie di dipendenti) tra le varie iniziative: un effort costante in termini di aggiornamento sull'evoluzione normativa correlata alla gestione dell'emergenza sanitaria (anche attraverso la partecipazione a tavoli dedicati a livello nazionale); la costituzione di comitati per company/sede per la definizione delle attività di prevenzione, sicurezza e monitoraggio (di concerto con le altre funzioni competenti); la definizione di idonei protocolli di sicurezza; la gestione dello smart working in deroga e delle relative attività correlate (comunicazione, formazione, gestione amministrativa, strumentazione tecnica ecc.).

SETTORE FARMACEUTICO

Ponendo al centro delle proprie politiche di gestione la sicurezza e il benessere dei dipendenti, Angelini Pharma si è dotata di un **Sistema certificato di Gestione Salute e Sicurezza secondo la norma volontaria UNI ISO 45001:2018**. Il sistema permette di monitorare:

- l'Indice di frequenza calcolato sulla base del numero degli infortuni rispetto alle ore lavorate;
- l'Indice di gravità calcolato sulla base del numero di giorni persi per infortunio rispetto alle ore lavorate;
- il numero di infortuni;
- il numero di incidenti/mancati incidenti/anomalie;
- il numero di segnalazioni dei lavoratori;
- il BOS (Behavioral Observation System), % di conformità;
- il BOS, n. di osservazioni effettuate rispetto a quelle pianificate nel mese.

Sistemi di controllo, corsi formativi e valutazione dell'operato vengono inoltre

Capitale umano

costantemente aggiornati e migliorati al fine di non sottovalutare mai i potenziali rischi che possono verificarsi. Ne è un esempio la formazione su salute e sicurezza che viene erogata nelle sedi estere di Angelini Pharma, in ottemperanza con le leggi nazionali. I corsi di formazione sulla sicurezza dei lavoratori hanno l'obiettivo di fornire gli elementi essenziali in materia di prevenzione e protezione sul lavoro, al fine di limitare e prevenire l'occorrenza di incidenti. Nell'ultimo anno, le country estere hanno erogato **9.467,75** ore di formazione, circa il triplo rispetto al 2020, a testimonianza dell'impegno di Angelini Pharma nel presidiare diligentemente questo tema.

ORE DI FORMAZIONE SULLA SALUTE E SICUREZZA EROGATA DALLE SEDI ESTERE ⁴³	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Dirigenti	2.777	3.692,5	6.469,5	144	198	342	347,5	481,5	829
Quadri	414	309,50	723,5	360	304	664	1.546	1.191,5	2.737,5
Impiegati	863	1.941	2.804	1.072,5	617,5	1.690	3.969	1.429,5	5.398,5
Operai	-	31	31	-	8	8	215,5	158	373,5
TOTALE	4.054	5.974	10.114	1.576,5	1.127,5	2.773,75	6.078	3.260,5	9.467,75

⁴³ La sede in Austria ha fornito solo il totale delle ore erogate per le tre annualità, mentre la sede in Portogallo ha fornito i dati sulla formazione sulla salute e sicurezza solo per il 2021.

Capitale umano

Nel 2021 la Società ha registrato **18 infortuni**, di cui 12 non gravi e 6 infortuni *in itinere* su un totale di **3.159.568,18** ore lavorate.

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI ⁴⁴	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Incidenti mortali sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-	1	-	1	-	-	-
Infortuni sul lavoro non gravi	3	7	10	-	6	6	7	5	12
Infortuni <i>in itinere</i>	1	1	2	-	1	1	2	4	6
Casi di malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi per malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di ore lavorate	1.029.282,77	1.698.972,90	3.003.151,67	1.388.961,76	1.743.512,14	3.416.729,90	1.331.725,69	1.626.650,49	3.159.568,18

⁴⁴ Si segnalano le seguenti omissioni/eccezioni nella tabella sugli infortuni:

- non è presente il numero di ore lavorate per le tre annualità per la sede in Austria, Repubblica Ceca, Portogallo, Grecia e Bulgaria;
- per la sede in Russia sono solo riportate le ore lavorate per le donne nel 2020;
- per la sede in Turchia è solo riportato il totale delle ore lavorate senza la distinzione di genere per le tre annualità;
- per la sede in Germania sono presenti i dati solo per il 2021.

Capitale umano

TASSI DI INFORTUNI ⁴⁵	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Tasso di decessi ⁴⁶	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni con gravi conseguenze ⁴⁷	-	-	-	0,72	-	0,29	-	-	-
Tasso di infortuni non gravi ⁴⁸	2,91	4,12	3,33	-	3,44	1,76	5,26	3,07	3,80

Tutti i pericoli che possono costituire fonte di rischio per la salute e sicurezza dei lavoratori vengono definiti e valutati attraverso i **documenti di valutazione del rischio (DVR)** i quali sono costantemente aggiornati. Tra i principali rischi lavorativi vengono segnalati:

- rischi legati agli ambienti e luoghi di lavoro;
- esposizione ad agenti chimici, biologici, fisici;
- radiazioni e agenti cancerogeni e mutageni;
- movimentazione manuale dei carichi;
- rischio termico, elettrico e meccanico;
- rischio incendio.

⁴⁵ Il calcolo dei tassi di infortuni tiene in considerazione le limitazioni di perimetro evidenziate in nota 44.

⁴⁶ (Numero di decessi risultanti da infortuni sul lavoro/Numero di ore lavorate)*1.000.000.

⁴⁷ (Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi)/Numero di ore lavorate)*1.000.000.

⁴⁸ (Numero di infortuni sul lavoro non gravi/Numero di ore lavorate)*1.000.000.

Capitale umano

A tutti i dipendenti è data inoltre la possibilità di effettuare segnalazioni in merito ad atti insicuri e/o a condizioni pericolose che vengono prontamente gestiti dall'Azienda.

Al fine di contenere tali pericoli e di garantire costantemente la sicurezza dei propri dipendenti, Angelini Pharma si impegna a:

- **promuovere** comportamenti sicuri e segnalare i comportamenti pericolosi al fine di migliorare continuamente l'andamento degli indici infortunistici e della prevenzione degli accadimenti incidentali;
- **mantenere** un dialogo aperto con appaltatori e fornitori, impegnandoli a mettere in atto o a mantenere comportamenti coerenti con la politica adottata;
- **garantire** un adeguato livello di salubrità degli ambienti di lavoro assicurando che i livelli di esposizione professionale dei lavoratori siano sempre idonei in riferimento al livello di rischio delle sostanze manipolate.

LARGO CONSUMO

L'obiettivo di Fater è assicurare un'efficace tutela della salute e sicurezza dei propri lavoratori sui luoghi di lavoro e, allo stesso tempo, migliorare l'attività di vigilanza e il coordinamento dei soggetti competenti a presidiare il rispetto delle norme prevenzionistiche. A tale fine, l'Azienda si impegna a mettere in atto una serie di misure e politiche al fine di raggiungere i seguenti obiettivi:

- adottare e sostenere tutte le azioni necessarie al fine di prevenire l'inquinamento dell'ambiente e proteggere la salute e sicurezza dei propri dipendenti;
- identificare, valutare e classificare i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori, per l'ambiente e per la qualità dei prodotti;
- ridurre al minimo la possibilità di accadimento di incidenti, infortuni e di malattie professionali;
- formare e informare il personale interno per renderlo consapevole e idoneo a mantenere

Capitale umano

un comportamento corretto nel campo della tutela della salute e sicurezza, dell'ambiente e della qualità;

- informare le ditte esterne e i visitatori sui corretti comportamenti da tenere all'interno dello stabilimento;
- stabilire annualmente obiettivi per il miglioramento continuo della salute, sicurezza, ambiente e qualità.

Per gli stabilimenti a Campochiaro (CB) e Pescara, Fater adotta una specifica politica HSE certificata rispetto agli standard ISO 45001-14001-9001, di cui gli stabilimenti sono in possesso e, su base annuale, vengono effettuate verifiche sui sistemi di sicurezza attraverso audit interni ed esterni. Per quanto riguarda le sedi produttive estere, al momento solo la sede di Porto risulta essere certificata ISO 45001-14001.

I principali pericoli e rischi in cui i lavoratori possono incorrere durante lo svolgimento delle loro attività possono essere generalmente riassunti in tre categorie:

- rischi per la salute dovuti all'esposizione agli

- agenti chimici oppure ad agenti fisici;
- rischi per la sicurezza derivanti da un contatto traumatico con uno strumento o con una struttura mobile presente in Azienda (rischi meccanici, superfici calde ecc.);
- rischi trasversali od organizzativi (rischio di stress da lavoro correlato).

Capitale umano

Nel 2021, Fater ha registrato un totale di **24 infortuni** (il 36% in meno rispetto al 2020), di cui 20 non gravi e 4 incidenti *in itinere*.

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI ⁴⁹	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Incidenti mortali sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul lavoro non gravi	1	29	30	1	35	36	1	19	20
Infortuni <i>in itinere</i>	1	4	5	-	2	2	-	4	4
Casi di malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi per malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di ore lavorate	203.259,27	1.071.964,07	1.275.223,34	237.500,71	1.270.577,05	1.508.077,76	286.080	2.113.483	2.399.563

49 Nella tabella non sono riportate il numero di ore lavorate per i dipendenti di genere femminile per le sedi estere di Porto e Gezbe.

Capitale umano

TASSI DI INFORTUNI ⁵⁰	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Tasso di decessi ⁵¹	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni con gravi conseguenze ⁵²	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni non gravi ⁵³	4,92	27,05	23,53	4,21	27,55	23,87	3,50	8,99	8,33

50 Il calcolo dei tassi di infortuni tiene in considerazione le limitazioni di perimetro evidenziate in nota 49.

51 Vedi nota 46.

52 Vedi nota 47.

53 Vedi nota 48.

Capitale umano

TECNOLOGIA INDUSTRIALE

Fameccanica è particolarmente attenta alle tematiche di salute e sicurezza sul lavoro affinché i rischi possano essere ridotti o eliminati, a tutela delle persone che lavorano in Azienda e gravitano intorno all'organizzazione. Ispirandosi alla propria Politica di Salute, Sicurezza e Ambiente, Fameccanica ritiene fondamentale il proprio impegno a:

- operare in sicurezza in ogni parte del mondo;
- intervenire nel contesto di riferimento per l'individuazione e mitigazione dei rischi ambientali correlati all'attività;
- analizzare periodicamente gli aspetti ambientali connessi alle attività svolte;
- prevenire gli infortuni, le malattie professionali e l'inquinamento al fine di migliorare e accrescere continuamente il proprio Sistema di Gestione e le relative prestazioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro e protezione dell'ambiente;
- identificare e attuare la normativa applicabile, i regolamenti e le prescrizioni autorizzative

in materia di salute, sicurezza sul lavoro e ambiente rispettando, ove previsti, gli standard di Gruppo;

- assicurare adeguati livelli di informazione, formazione e addestramento del personale;
 - elaborare procedure mirate relative a salute, sicurezza e ambiente al fine di definire delle adeguate e corrette misure di prevenzione/protezione per garantire un ambiente lavorativo sicuro;
 - progettare, costruire e installare impianti e attrezzature in accordo alle normative vigenti in materia;
 - utilizzare e mantenere le attrezzature di lavoro alle condizioni di progetto;
 - rendere disponibili le risorse adeguate.
- L'Azienda ha implementato nel proprio plant in Italia **un Sistema di Gestione di Salute e Sicurezza sul Lavoro conforme allo standard ISO 45001**. Il sistema è oggetto di auditing annuale di terza parte ed è connesso al Modello Organizzativo di Gestione e Controllo MOGC 231 che prevede la creazione di un flusso informativo periodico e formalizzato sugli

Capitale umano

aspetti HS&E più rilevanti.

A supporto del Sistema di Gestione, Fameccanica si è dotata di una specifica **Politica che descrive l'impegno concreto dell'Alta Direzione sui temi della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro**. Con riferimento all'attività svolta, ai prodotti fabbricati e ai servizi offerti, il Comitato Esecutivo ha stabilito e autorizzato tale Politica 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.

Nell'ambito del Sistema di Gestione per la Salute, Sicurezza e Ambiente è previsto, inoltre, un **programma annuale di audit** che viene effettuato dall'area HS&E.

Nel corso del 2021 si è provveduto all'aggiornamento e al miglioramento di alcuni fattori riferiti all'osservazione e alla misurazione dei comportamenti dei lavoratori tramite l'impiego del **Sistema BOS – Behavioral Observation System** – affiancato e supportato

dai processi di vigilanza preposti e monitoraggio contractors. Tra i principali obiettivi di tali sistemi e processi rientrano:

- individuare i comportamenti insicuri e determinare le azioni di prevenzione;
- disporre di indici di misura delle prestazioni;
- assolvere puntualmente alle indicazioni della normativa e degli standard in materia di salute e sicurezza.

Relativamente alle sedi estere negli Stati Uniti e in Cina, è stato avviato un processo di miglioramento per la gestione degli aspetti di salute e sicurezza sul lavoro. La prima iniziativa sviluppata riguarda il **coinvolgimento diretto delle sedi estere sulle tematiche di Health and Safety** attraverso alcune funzioni dedicate che si occupano di un coordinamento generale e di implementare specifici sistemi di gestione dedicati alla salute e sicurezza. L'obiettivo è aumentare la consapevolezza attraverso percorsi di risk management e compliance, oltre al rispetto della normativa vigente locale, come, per esempio, l'introduzione di guidelines gestionali e reporting in modo da uniformare

Capitale umano

l'approccio a livello di corporate e sfruttare le relative sinergie.

Al fine di garantire luoghi di lavoro più sicuri e un adeguato benessere alle persone, Fameccanica investe costantemente nell'implementazione di nuovi progetti relativi alla salute e sicurezza dei propri dipendenti.

Ne è un esempio l'attivazione di un apposito **portale informatico**, Vittoria Risk Management System⁵⁴, sviluppato con l'obiettivo di garantire una gestione sempre più strutturata degli aspetti di salute e sicurezza, oltre alle tematiche ambientali, energetiche e di qualità per svolgere analisi puntuali sui dati monitorati.

Un ulteriore investimento importante, oggetto di continua implementazione, riguarda gli **interventi di adeguamento e di miglioramento sismico delle strutture esistenti** al fine di garantire la massima sicurezza al personale aziendale e al relativo capitale umano, anche in ottica di avere strutture più resilienti in caso di eventi avversi. Contemporaneamente alla realizzazione di tali interventi strutturali, Fameccanica ha avviato i lavori per la

progettazione del **nuovo headquarters e il nuovo plant in Italia**. Tale progetto, che si sviluppa in due fasi, prevede nella prima l'allocatione degli uffici in una singola struttura e la conversione del parcheggio da destinare ai TIR esterni incluso un ufficio di hospitality, servizi igienici e di ristoro per gli autisti. La seconda fase, ancora in progettazione, prevede l'installazione di pannelli fotovoltaici nel parcheggio e la costruzione di nuovi edifici in sostituzione di strutture ormai obsolete, inclusa la creazione di asilo nido, palestra, Angelini Academy (Training), aree verdi interne e specchio d'acqua esterno. Nel corso del 2021 nel plant italiano e cinese non si sono registrati infortuni sul luogo di lavoro con riferimento al personale interno, mentre nello stabilimento presente negli Stati Uniti d'America si sono registrati **4 infortuni non gravi**.

⁵⁴ <https://www.vittoriarms.com/en/management-control-software.html>.

Capitale umano

	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI⁵⁵									
Incidenti mortali sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotuni sul lavoro non gravi	-	3	3	-	2	2	-	4	4
Infotuni <i>in itinere</i>	-	1	1	-	2	2	-	-	-
Casi di malattie professionali	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Decessi per malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di ore lavorate	60.200	1.056.759	1.257.654	52.618	968.429	1.094.229	50.612	903.159	1.097.291

55 Per gli Stati Uniti d'America sono presenti solo i dati totali relativi al numero di ore lavorate.

Capitale umano

	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
TASSI DI INFORTUNI⁵⁶									
Tasso di decessi ⁵⁷	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infotuni con gravi conseguenze ⁵⁸	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infotuni non gravi ⁵⁹	-	2,84	2,39	-	2,07	1,83	-	4,43	3,65

56 Il calcolo dei tassi di infotuni tiene in considerazione le limitazioni di perimetro evidenziate in nota 55.

57 Vedi nota 46.

58 Vedi nota 47.

59 Vedi nota 48.

Capitale umano

I maggiori pericoli che fanno riferimento al settore in cui opera l'Azienda riguardano principalmente:

- rischio da agenti biologici, chimici, ustionanti;
- fumi, vapori e polveri;
- apparecchi di sollevamento e rischi da caduta di materiali; rischio di incendio ed esplosione;
- rischi legati all'uso e alla gestione di impianti e attrezzature;
- rischi da agenti fisici comuni (rumore, vibrazioni, radiazioni ottiche artificiali, campi elettromagnetici).

Ogni società opera nel rispetto della normativa prevista in ogni Paese in base al principio di territorialità e delle relative misure preventive, protettive e organizzative.

Il plant cinese, per esempio, osserva lo standard previsto **GB/T33000-2016 Guideline of China Occupational Safety and Health Management System** e ha ottenuto durante l'ultimo audit il Livello II di Certificazione.

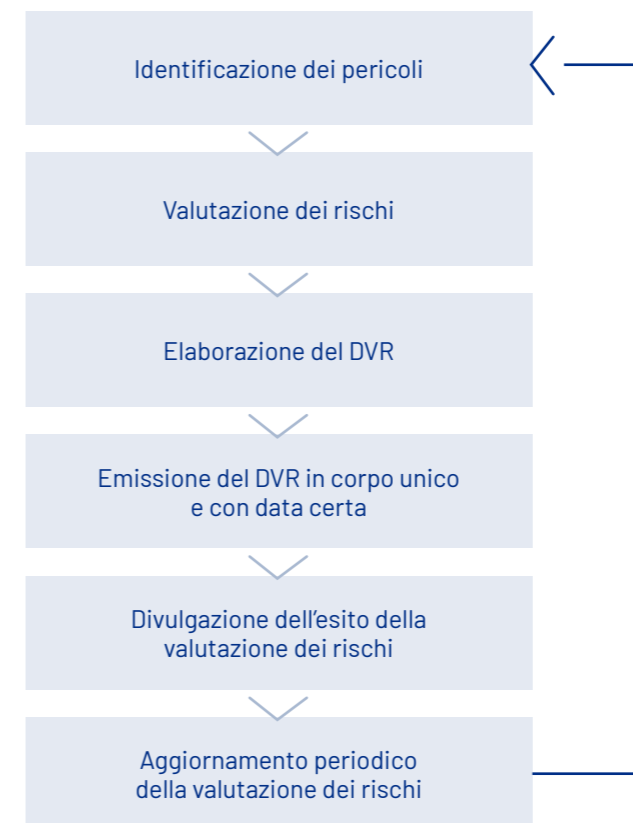
Per quanto riguarda il plant italiano, al fine di limitare e prevenire l'occorrenza di tali rischi, la Società si avvale del documento sulla

"Valutazione del Rischio" (DVR) che stabilisce le **modalità per l'identificazione dei pericoli e la valutazione di tutti i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori**. Il DVR viene emesso in corpo unico e con data certa, adottando le modalità previste dal D.Lgs. 81/08.

La metodologia utilizzata per il processo di valutazione dei rischi prevede uno specifico iter da seguire:

- **identificazione dei pericoli:** viene svolta un'attenta revisione di ciascuna fase del processo lavorativo aziendale, comprese tutte le attrezzature, macchine e impianti usati in ogni reparto, ampliata da interviste ai Dirigenti, Preposti e ai Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza;
- **valutazione dei rischi:** vengono identificati tutti i rischi per la salute e sicurezza da valutare e le verifiche da effettuare per luoghi di lavoro, attrezzature, macchine e impianti;
- **elaborazione del DVR** – Documento di Valutazione dei Rischi – contenente l'esito della valutazione di tutti i rischi per la salute e la sicurezza del personale; le misure

Capitale umano



di prevenzione e protezione (tecniche, organizzative e procedurali) al fine di eliminare o ridurre i relativi rischi; il piano di formazione, informazione e addestramento dei lavoratori; il programma di miglioramento dei livelli di sicurezza; emissione del DVR in corpo unico e con data certa, adottando le modalità previste dal Testo Unico della Salute e Sicurezza;

- **divulgazione dell'esito della valutazione dei rischi:** il DVR viene pubblicato sul sito intranet aziendale accessibile a tutte le funzioni e i lavoratori vengono informati sulla valutazione dei rischi e formati in materia di salute e sicurezza sul lavoro;
- **aggiornamento periodico della valutazione dei rischi:** il DVR e la valutazione dei rischi sono sottoposti ad aggiornamenti periodici per adattarsi alle eventuali modifiche infrastrutturali, di politica aziendale per la salute e sicurezza, del processo produttivo o dell'organizzazione del lavoro significative ai fini della salute e sicurezza dei lavoratori; a seguito di infortuni significativi; in relazione al grado di evoluzione della tecnica, della

Capitale umano

prevenzione e della protezione e quando i risultati della sorveglianza ne evidenzino la necessità.

L'Azienda agisce, inoltre, in ottica preventiva, analizzando gli eventi critici passati, le cause e gli effetti in modo tale da anticipare e limitare il presentarsi di pericoli sul luogo di lavoro. Allo stesso tempo, con riferimento all'utilizzo in sicurezza dell'attrezzatura, viene assicurato il rispetto dei RES (Requisiti Essenziali di Sicurezza). In generale è previsto il processo di certificazione per la marcatura CE della macchina con riferimento al D.Lgs. 17/2010 che recepisce la Direttiva di prodotto 2006/42/CE, definita "di nuovo approccio" e con un duplice scopo:

- garantire la libera circolazione dei beni nell'ambito degli Stati Membri dell'Unione europea basandosi sul riconoscimento reciproco e sull'armonizzazione tecnica;
- salvaguardare la sicurezza e tutelare la salute delle persone nei confronti dei rischi derivanti dall'uso delle macchine.

Le direttive di questo nuovo approccio

stabiliscono i **requisiti essenziali che i prodotti devono rispettare e soddisfare nel loro campo di applicazione per poter essere commercializzati** in tutto il territorio comunitario senza ulteriori vincoli.

Nel proprio plant in Italia, Fameccanica offre servizi sanitari ai dipendenti tramite il **Centro Medico** presente all'interno del plant attraverso la collaborazione di:

- Medico Competente;
- un servizio di infermeria professionale con presenza giornaliera, tramite un contractor;
- risorsa HS&E dedicata (per supporto organizzativo aziendale).

Inoltre, gestisce le attività attraverso report e comunica, attraverso il report stesso, medicazioni ed eventi significativi accaduti.

L'Azienda dispone, inoltre, di una **Squadra di Primo Soccorso** i cui componenti hanno ricevuto adeguati training e aggiornamenti monitorati quali la Formazione (Classe di Rischio Alto) e il Training certificato per l'uso del defibrillatore con il Servizio del 118. La Società contribuisce, anche, per conto dei rispettivi

Capitale umano

dipendenti, a un **Fondo di assistenza sanitaria integrativa** per i lavoratori dell'industria metalmeccanica che offre prestazioni sanitarie integrative al Servizio Sanitario Nazionale, come:

- prestazioni ospedaliere a seguito di intervento chirurgico;
- prestazioni extraospedaliere;
- odontoiatria;
- prevenzione;
- fisioterapia;
- prestazioni sociali;
- sostegno all'invalidità permanente.

L'Azienda offre al personale che se ne vuole avvalere, altresì, alcuni benefit sanitari come analisi periodiche del sangue e delle urine anche in relazione all'età anagrafica.

Le esigenze formative del personale in relazione agli aspetti di sicurezza e ambiente sono definite sulla base dei rischi cui il lavoratore è esposto in connessione con la mansione e le attività che svolge.

A tale proposito l'Azienda organizza periodicamente incontri e riunioni con i

dipendenti al fine di sensibilizzare ed educare la forza lavoro sui possibili rischi sul lavoro, condividere aggiornamenti sui sistemi di sicurezza implementati con l'obiettivo di promuovere un corretto sviluppo e la divulgazione della Politica di Stabilimento.

PROFUMERIA E DERMOCOSMESI

Nel caso di Angelini Beauty, poiché la produzione è svolta in outsourcing, i dipendenti lavorano principalmente in ufficio recandosi occasionalmente dai clienti per lo svolgimento delle attività commerciali. In questo contesto, i rischi identificati per il lavoro d'ufficio riguardano fondamentalmente quelli legati all'uso del videoterminale, mentre, per quanto concerne la mansione di addetti alle vendite che svolgono la loro funzione presso i clienti, la sicurezza e valutazione dei rischi viene garantita dall'osservanza dei protocolli specifici presso di essi.

L'Azienda si assicura che ogni lavoratore venga

Capitale umano

formato secondo le norme dettate dalle leggi nazionali e si preoccupa di organizzare visite mediche per tutti i collaboratori.

Vista la tipologia di attività svolta, nel 2021 si sono registrati solo **due incidenti in itinere** (su un totale di 168.720 ore lavorate) presso le sedi in Spagna e in Germania.

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Incidenti mortali sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotuni sul lavoro non gravi	1	-	1	1	-	1	-	-	-
Infotuni in itinere	-	-	-	-	-	-	2	-	2
Casi di malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi per malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di ore lavorate	133.324,2	55.847,5	189.172	105.044,3	49.540,75	154.585	118.221,3	50.498,5	168.720

Capitale umano

TASSI DI INFORTUNI ⁶⁰	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Tasso di decessi ⁶¹	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infotuni con gravi conseguenze ⁶²	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infotuni non gravi ⁶³	2	-	1	2	-	1	-	-	-

Riguardo alla legal entity in Italia, vengono svolti periodicamente sopralluoghi da parte del RSPP e, presso la sede di Milano, viene eseguito annualmente un audit da parte della proprietà dell'immobile, che si occupa delle verifiche periodiche e delle manutenzioni degli impianti. L'Azienda che ospita Angelini Beauty a Lodi è inoltre certificata **ISO 45001** e si occupa anche di verificare gli impianti delle aziende esterne.

Nel 2022, Angelini Beauty ha deciso di trasferire tutti i suoi lavoratori in Italia presso la sede di Milano, stimolando il dialogo tra le varie funzioni e favorendo l'istituzione di un modello life-work balance con l'introduzione dello smart working per 2 giorni a settimana. Considerando questi cambiamenti, sono stati rivisti i piani di sicurezza al fine di garantire l'incolumità di tutti i dipendenti.

⁶⁰ Essendo Angelini Beauty una realtà con meno di 250 dipendenti (piccola/media impresa), si ritiene più opportuno calcolare i tassi di infortunio utilizzando come valore 200.000 ore lavorate.

⁶¹ (Numero di decessi risultanti da infotuni sul lavoro/Numero di ore lavorate)*200.000.

⁶² (Numero di infotuni sul lavoro con gravi conseguenze (a esclusione dei decessi)/Numero di ore lavorate)*200.000.

⁶³ (Numero di infotuni sul lavoro non gravi/Numero di ore lavorate)*200.000.

Capitale umano

SETTORE VITIVINICOLO

In Angelini Wines & Estates è attualmente operativo un **Sistema di Gestione in linea con il D.Lgs. 81/08** che prevede sia l'adozione di misure per la manutenzione periodica degli impianti, sia l'implementazione di procedure per la prevenzione e il monitoraggio delle attività.

Nel 2021 si è completato per tutte le cantine delle aree Toscana, Veneto e Marche un progetto di formazione e informazione, non obbligatoria, denominato **"Virtual Tour"**. Il progetto ha riguardato la mappatura, attraverso foto digitali a 360° di tutte le aree aziendali al chiuso e all'aperto, censendo le aree oggetto di sicurezza e salute sul lavoro attraverso verifiche periodiche a cura di personale appositamente formato. Il Virtual Tour consente, quindi, un intervento immediato in caso di difformità, guasti e/o altro.

Capitale umano

Come riportato nella tabella successiva, nel 2021 Angelini Wines & Estates ha registrato **8 infortuni non gravi sul lavoro**:

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Incidenti mortali sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infotuni sul lavoro non gravi	3	8	11	1	2	3	1	7	8
Infotuni <i>in itinere</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Casi di malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi per malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di ore lavorate	50.000	150.000	200.000	45.000	145.000	190.000	43.000	147.000	190.000

Capitale umano

TASSI DI INFORTUNI ⁶⁴	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Tasso di decessi ⁶⁵	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni con gravi conseguenze ⁶⁶	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni non gravi ⁶⁷	12	11	11	4	3	3	5	10	8

⁶⁴ Essendo Angelini Wines & Estates una realtà con meno di 250 dipendenti (piccola/media impresa), si ritiene più opportuno calcolare i tassi di infortunio utilizzando come valore 200.000 ore lavorate.

⁶⁵ Vedi nota 61.

⁶⁶ Vedi nota 62.

⁶⁷ Vedi nota 63.

Capitale umano

I principali pericoli sul lavoro nel settore vitivinicolo fanno riferimento essenzialmente all'utilizzo di mezzi, attrezzature, macchine agricole e industriali. In questo senso, le modalità per mitigare e ridurre il rischio di infortuni e malattie professionali adottate riguardano:

- il costante aggiornamento del documento Valutazione Rischi;
- la formazione obbligatoria in materia di sicurezza e salute del lavoro che si delinea in formazione generale e specifica per tutti i dipendenti;
- la composizione di squadre di emergenza e primo soccorso;
- audit di verifica attraverso strumenti e sistemi di gestione.

L'Azienda si impegna costantemente e periodicamente a monitorare e analizzare gli indicatori reattivi, che esaminano la frequenza degli infortuni (in rapporto alle ore lavorate) e la loro incidenza (in rapporto ai dipendenti), e gli indicatori proattivi, che invece tengono conto delle ore di formazione sulla sicurezza realizzate

e del numero di ispezioni effettuate.

La Società si prefigge l'obiettivo di coinvolgere sempre più le risorse aziendali a tutti i livelli in maniera attiva e sostenibile, al fine di perseguire un elevato standard formativo e informativo in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

Capitale umano

SETTORE IMMOBILIARE

I dipendenti di Angelini Real Estate svolgono primariamente attività di tipo impiegatizio con l'ausilio di attrezzature munite di videoterminale che corrispondono al principale rischio cui i lavoratori sono esposti. Di fatto, **la Società non ha registrato casi di infortuni o malattie professionali nell'ultimo triennio**, grazie anche all'impiego di diverse misure di tutela come:

- l'impegno per una corretta ergonomia della postazione di lavoro (tavolo, videoterminale, posizione della postazione, sedia, postura);
- l'attuazione della sorveglianza sanitaria preventiva e periodica;
- la programmazione ed erogazione della formazione specifica.

INFORTUNI E MALATTIE PROFESSIONALI	2019			2020			2021		
	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE	DONNE	UOMINI	TOTALE
Incidenti mortali sul lavoro	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul lavoro con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul lavoro non gravi	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Infortuni <i>in itinere</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Casi di malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decessi per malattie professionali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Numero di ore lavorate	4.495,75	17.155,67	21.651,42	5.076,25	17.075,75	22.152,00	5.583,87	18.783,32	24.367,19

Capitale umano

La modalità di gestione adottata da Angelini Real Estate per il sistema di salute e sicurezza sul lavoro opera sulla base della **sequenza ciclica delle fasi di pianificazione, attuazione, monitoraggio e riesame del sistema, per mezzo di un processo dinamico nel tempo**. Tale processo tiene conto degli adeguamenti normativi ed è progettato sulla base dei seguenti criteri:

- analisi della struttura organizzativa interna;
- definizione dei macro-processi riguardanti la sicurezza e l'individuazione dei compiti e delle responsabilità;
- definizione delle procedure di lavoro, di regole interne, di modalità di trasmissione delle informazioni relative alla sicurezza;
- individuazione di procedure di verifica periodica per il controllo dell'attuazione dei criteri stabiliti dalla normativa cogente;
- predisposizione di un sistema di registrazione delle attività di verifica e conseguente piano d'azione per le azioni correttive e/o misure di miglioramento da intraprendere.

Questo macro-processo coinvolge anche tutti

gli appaltatori che operano all'interno del luogo di lavoro ai quali è affidata, in particolare, la gestione di tutti gli impianti, della mensa e del cleaning service. I fornitori provvedono a effettuare il servizio richiesto con i tempi e le modalità stabilite nel contratto d'appalto, contestualmente monitorati sia per i criteri qualitativi sia per la conformità legislativa. Casa Angelini ha recentemente ottenuto la certificazione LEED Platinum in New Construction e sta concorrendo per ottenere la certificazione **LEED EBOM 4.1**.

Tra gli obiettivi futuri, Angelini Real Estate vorrebbe implementare un appropriato Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza secondo gli standard internazionali UNI EN ISO 45001:2018.



Capitale umano

Welfare

In coerenza con la propria vision, il welfare aziendale rappresenta una dimensione importante per il Gruppo Angelini Industries che si impegna costantemente nella promozione della cura delle proprie persone nell'ottica di 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.

Tale dimensione nel tempo si è concretizzata in un **sistema di benefit e welfare aziendale** che comprende un insieme di servizi, iniziative e strumenti rivolti a migliorare il benessere dei collaboratori. L'offerta spazia dalla tutela della salute alla copertura previdenziale, dai servizi ricreativi ed educativi a quelli finanziari e assicurativi, dal sostegno alla famiglia alla ristorazione.

Lo sviluppo dell'**offerta welfare di Angelini Industries** parte da un ascolto attivo e costante delle esigenze della popolazione aziendale - anche attraverso la pianificazione di focus group dedicati - e dal confronto con i dati di

mercato più rilevanti, con approfondimenti specifici sul posizionamento relativo rispetto a competitor e realtà multi-industry leader di mercato. Tra i prodotti/servizi promossi figurano:

- 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;
- 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

Capitale umano

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 e need 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 testimoniato – tra le altre cose – da una serie di iniziative e progettualità atte a promuovere e semplificare le modalità di lavoro, quali: lo sviluppo 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 sei mesi successivi, per consentire un efficace onboarding e semplificare i processi relativi anche da remoto, tramite una completa digitalizzazione dei flussi informativi e amministrativi); lo sviluppo di un **ecosistema di collaboration e co-sharing digitale**; 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 (25 risorse hanno aderito all'ultimo evento);
- vaccini anti-influenzali: 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 200 persone).

Consapevole dell'importanza del tema della salute mentale, Angelini Industries ha riattivato anche per il 2021, il **programma di supporto psicologico** che prevede i seguenti servizi:

- la possibilità per tutti i dipendenti di avere

Capitale umano

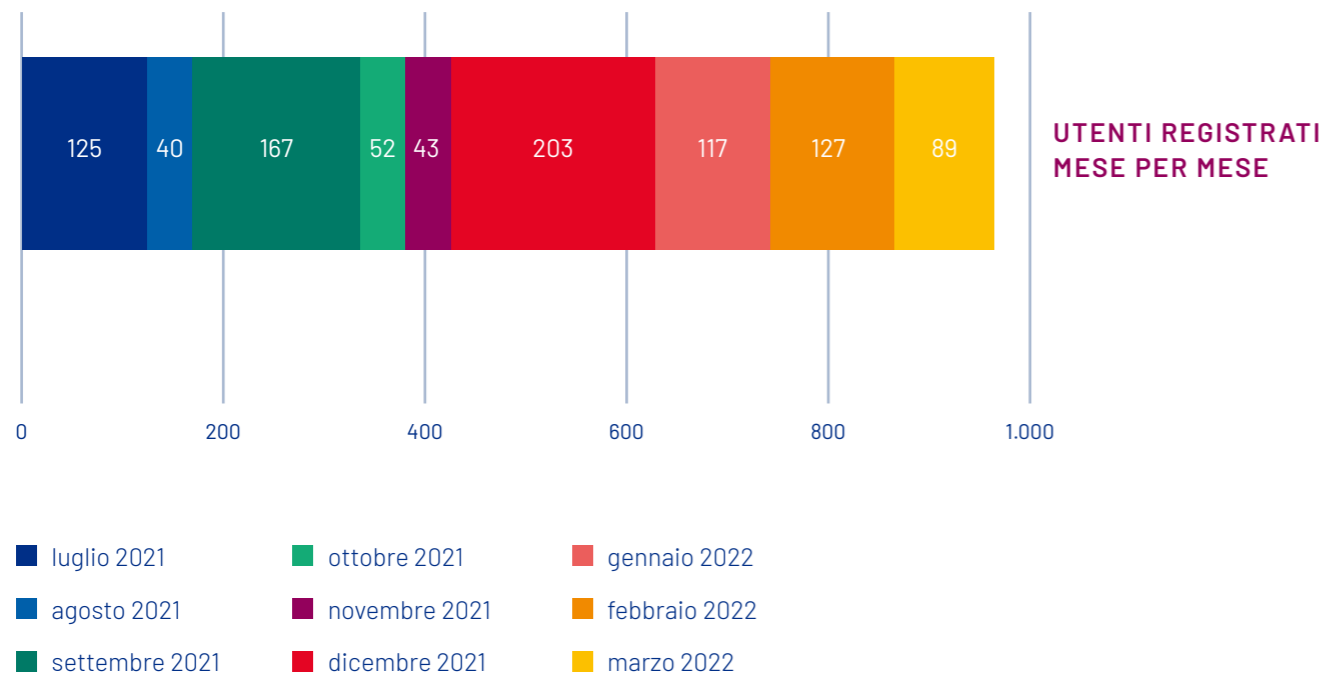


nel corso del 2021 ammontano a circa 1.000 e, in percentuale diversa, proporzionale al numero dei dipendenti, coinvolgono tutte le Aziende di Angelini Industries.

- 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.
- I partecipanti alla piattaforma **#Angelini4you**

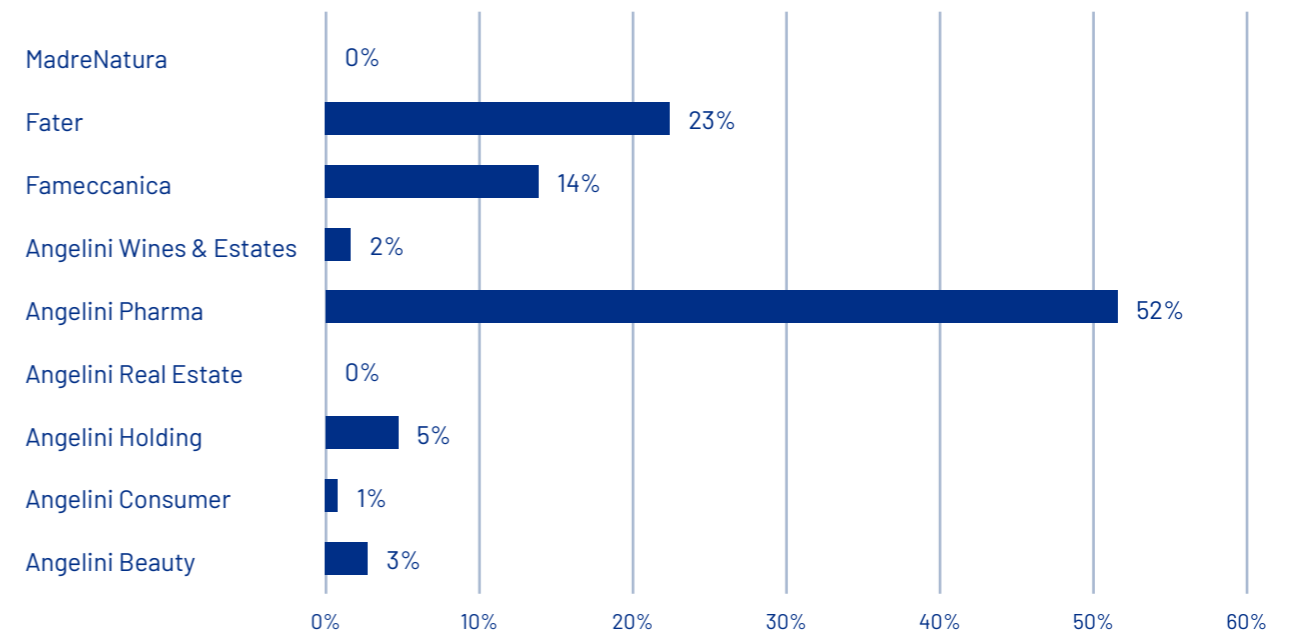
Capitale umano

TOTALE UTENTI REGISTRATI
(progressivo mensile)



Capitale umano

USAGE PIATTAFORMA PER AZIENDA



Oltre alle iniziative implementate dal Gruppo, tutte le Società Operative hanno la possibilità di definire e attuare in maniera indipendente specifici programmi in materia di welfare aziendale.

Ne è un esempio Fameccanica, che ha sviluppato un piano welfare per i propri dipendenti che prevede l'erogazione di una somma di denaro (200 Euro) da poter utilizzare per l'acquisto di servizi di utilità sociale

Capitale umano

all'interno della piattaforma "Fameccanica Welfare". I servizi presenti nel portale interessano le principali categorie sociali come:

- **famiglia:** rimborso delle spese di istruzione e assistenza sostenute in favore dei propri familiari; acquisto ingressi a parchi tematici, musei, cinema, concerti ed eventi in generale;
- **cassa sanitaria:** rimborso delle spese sanitarie sostenute per il dipendente e per i propri familiari;
- **mutui:** rimborso di una quota parte degli interessi passivi di mutuo;
- **sport e benessere:** acquisto di servizi relativi al benessere fisico scegliendo tra abbonamenti in palestra e trattamenti presso strutture specializzate;
- **corsi di formazione:** soluzioni formative per la crescita personale e professionale del dipendente;
- **salute e supporto alla persona:** servizi di assistenza medica, psicologia, babysitting e supporto agli anziani, a seconda delle necessità del lavoratore;
- **trasporti e mobilità:** rimborso delle spese

sostenute, dal dipendente e dai propri familiari, per l'acquisto di abbonamenti per il trasporto pubblico;

- **voucher welfare:** voucher per servizi erogati da partner convenzionati, aventi a oggetto sport, educazione personale, benessere, tempo libero e controllo medico.

Allo stesso modo, Angelini Pharma adotta una **HR Strategy** centrata sulle persone con l'ambizione di essere un **Employer of Choice**. Questo si traduce in iniziative mirate a generare e mantenere engagement tra i propri dipendenti attraverso i seguenti pillar:

- engagement;
- leadership & development;
- attraction;
- compensation & benefit.

L'approccio è sempre più **"people centric"**, per cui l'Azienda è costantemente impegnata nell'ascolto dei desideri e bisogni delle persone. A tale scopo, Angelini Pharma svolge regolarmente opinion survey e pulse survey per avere insight, misurare l'engagement e definire le iniziative da implementare. Partecipa

Capitale umano

anche a certificazioni internazionali sulle best practice HR come Top Employers, certificazione ottenuta in Italia, Spagna, Portogallo, Polonia, Turchia, Russia, Germania e Romania. Da tutti questi spunti sono stati definiti e sono in corso di implementazione un **Engagement Action Plan** e un **People Care Action Plan**.

Capitale umano

Con riferimento al People Care Action Plan, le iniziative promosse da **Angelini Pharma** mirano a migliorare il work-life balance delle persone con l'obiettivo di creare un ambiente di lavoro sempre più stimolante e si focalizzano principalmente sulle aree di seguito analizzate:

AMBITO	BENEFIT
FLESSIBILITÀ DELL'ORARIO DI LAVORO	Smart working Orario ridotto il venerdì pomeriggio (in estate)
ASSICURAZIONI	Copertura sanitaria integrativa, con assorbimento completo dei costi associativi per il nucleo familiare Copertura vita/invalidità permanente
PREVIDENZA	Previdenza integrativa, con versamento addizionale aziendale al fondo
FAMIGLIA	Estensione permesso paternità Permesso accudimento figli coppie unite civilmente e non tutelate Permesso inserimento figli in asilo nido Permesso assistenza genitori anziani ricoverati Maternità facoltativa addizionale Webinar di orientamento per i figli dei dipendenti
WELL-BEING (FISICO E MENTALE)	Virtual Gym: le persone possono allenarsi settimanalmente seguendo 3 diversi training (GAG, Total Body e Yoga) attraverso lezioni live e on-line guidate da trainer certificati Healthy Hour: webinar condotti da un medico specialista in Dietetica e Nutrizione che affronta tematiche legate a tale ambito con l'obiettivo di implementare una cultura sulla sana alimentazione Life Coaching: per chi desidera intraprendere un percorso di crescita personale è offerta l'opportunità di avviare un iter di life coaching con tariffe agevolate
DISCOUNT	Portale discount per sfruttare sconti su alcuni brand Convezioni con negozi locali

Capitale umano

Nel corso del 2021 è stata cambiata la piattaforma di gestione del Flexible Benefit Aziendale, in ottica di incremento e miglioramento dei servizi forniti rispetto alla precedente e, al fine di supportare in termini di efficacia e benessere il lavoro da remoto, è stata data la possibilità ai dipendenti in smart working di ricevere al proprio domicilio dotazioni di lavoro aggiuntive (monitor, sedia ergonomica ecc.).

Per motivi di opportunità legate alla crisi pandemica, sono state rimandate al 2022 le nuove iniziative emerse dalle opinion survey: medical concierge, car sharing, car pooling, fornitura di snack e frutta fresca nei vari siti.

Capitale sociale e relazionale

05

100%

Linea **ACE Green** realizzata con confezioni in **cartone o plastica 100% riciclata** (Fater)

35

35 milioni di Dollari investiti da Angelini Pharma nell'**Open Innovation**

85

85 nuove domande di brevetto europeo in ambito Tecnologia Industriale (Fameccanica - prima in Italia nel 2021), con un totale di oltre 750 titoli brevettuali attivi

1°

Primo studio LCA effettuato in Italia su un flacone di profumo (Angelini Beauty)

100%

Prima vendemmia 100% bio (Tenuta Trerose - Angelini Wines & Estates)

15

Oltre **15 iniziative di supporto e collaborazione con associazioni, enti e fondazioni**

Capitale sociale e relazionale

Fin dalla sua fondazione nel 1919, Angelini Industries ha sempre operato nell'ottica di migliorare e innovare i propri sistemi e processi produttivi al fine di poter offrire ai propri clienti soluzioni pratiche, sicure e incentrate sul consumatore, in grado di soddisfare le esigenze e le sfide derivanti da una realtà in rapido cambiamento.

Grazie allo sviluppo di un importante processo di diversificazione, che l'ha portata ad affermarsi come una delle realtà italiane di eccellenza nei comparti in cui opera, Angelini Industries è oggi un **Gruppo industriale diversificato, innovativo e dinamico che conta circa 5.800 dipendenti e oltre 40 Società Operative nel mondo.**

I principali settori in cui opera sono:

- Farmaceutico;
- Largo Consumo;
- Tecnologia Industriale;
- Profumeria e Dermocosmesi;
- Vitivinicolo.

Capitale sociale e relazionale

Settore Farmaceutico

QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

Angelini Pharma garantisce il rispetto della qualità e sicurezza dei prodotti in tutte le attività, coprendo le fasi di ricerca e sviluppo, industrializzazione, approvvigionamento materie prime e materiali di confezionamento, produzione, distribuzione e sorveglianza post-vendita. Tale garanzia viene perseguita attraverso l'adozione di una Politica di Qualità aziendale, che testimonia l'impegno dell'Azienda nel rispettare i requisiti regolatori applicabili e soddisfare i bisogni del paziente, con la conseguente adozione di un Sistema di Gestione Qualità (Quality Management System), che ne permetta il mantenimento.

Il **Quality Management System** è un Sistema di Gestione che garantisce la sicurezza, qualità ed efficacia di tutte le categorie di prodotto sviluppate, prodotte e distribuite da Angelini Pharma, in accordo con standard normativi e tecnici. Il sistema è composto da misure e procedure attentamente codificate, implementato da personale addestrato e qualificato, e monitorato attraverso appositi record di qualità. La struttura del Quality Management System è organizzata e basata sui 16 elementi elencati nel grafico di fianco, che garantiscono la copertura a 360° dei processi di Angelini Pharma, assicurando la corretta performance dei prodotti sviluppati.

Quality Management System

Responsabilità del Management
Gestione della documentazione e delle registrazioni del sistema
Gestione del rischio di qualità
Organizzazione, personale e addestramento
Sorveglianza post marketing
Azioni correttive e preventive
Qualifica e convalida
Change control
Sviluppo, industrializzazione e ciclo di vita del prodotto
Gestione qualità fornitori
Audit di qualità
Operations control
Distribuzione
Studi non clinici
Studi clinici

Capitale sociale e relazionale

L'efficacia e la sicurezza dei prodotti di Angelini Pharma sono garantite sin dalla fase di Ricerca e Sviluppo, dove vengono definite le specifiche chimico-fisiche e microbiologiche che il prodotto deve rispettare. Il processo produttivo può, però, incidere su tali specifiche; pertanto, al fine di mitigare il rischio di difettosità, il Quality Management System aziendale prevede l'implementazione di un sistema di controllo in diversi punti del processo, di seguito elencati:

- controlli di qualifica attrezzature/ambienti/ impianti/sistemi computerizzati;
- controlli di convalida processi produttivi;
- controlli di convalida processi di pulizia;
- controlli di convalida metodi analitici;
- controlli sulle materie prime/materiali di confezionamento in accettazione;
- controlli ambientali;
- controlli su utility di processo;
- controlli intermedi sul processo di fabbricazione (in process control);
- controllo finale sul prodotto finito;
- controlli di stabilità ongoing su lotti a campione di prodotto rilasciato.

I controlli sono eseguiti da personale qualificato, addestrato e costantemente aggiornato mediante l'impiego di strumentazione e attrezzature idonee allo scopo. Le attività di verifica di conformità a leggi e regolamenti sono condotte in linea con le best practice internazionali e sono costantemente oggetto di ispezioni da parte di partner commerciali, autorità o enti di certificazione in aggiunta agli audit interni svolti dalla sezione Global Quality dell'Azienda.

Durante il 2021, si segnalano **quattro casi di non conformità con le specifiche di prodotto:**

- il primo caso è relativo al medicinale Tachinotte Sciroppo 6%, con il ritiro volontario, in assenza di problematiche di sicurezza per il paziente finale, di alcuni lotti distribuiti sul mercato italiano in seguito ad anomalie relative al contenuto di principio attivo e impurezze note registrate durante routinari studi di stabilità. Successivamente, l'Azienda ha stabilito di procedere volontariamente al ritiro dell'autorizzazione all'immissione in commercio del medicinale,

Capitale sociale e relazionale

- data la marginale rilevanza del prodotto;
- il secondo caso riguarda il prodotto medicinale Meriofert/Prolutex, destinato al mercato russo, con tre lotti ritirati per una problematica di confezionamento determinata dal partner e licensor, nonché produttore del medicinale;
- il terzo caso riguarda il prodotto medicinale Amukine France, a titolarità del cliente francese Gifrer. Cinque lotti di prodotto sono stati ritirati su decisione del titolare in seguito all'ottenimento di risultati anomali di titolo durante routinari studi di stabilità. Tali risultati sono stati giudicati afferenti alla peculiare tipologia di materiale di confezionamento usata per il mercato francese, e successivamente standardizzata con quanto sviluppato e già attuato per il mercato italiano;
- l'ultimo caso è relativo a un integratore, Acutil Donna. Nell'ambito del processo di Regulatory Intelligence aziendale è stata rilevata una potenziale crisi sistemica del settore food, food supplements, legata a possibili contaminazioni di materie prime con

ossido di etilene, agente chimico utilizzato per migliorarne la conservabilità. L'attività di monitoraggio messa a punto come azione preventiva ha determinato il richiamo volontario e a puro titolo precauzionale dal mercato italiano di cinque lotti di una particolare referenza. Le azioni di sistema successivamente attuate hanno permesso di escludere a priori nuovi rischi per il portafoglio aziendale food supplement, consentendo la distribuzione continuativa di prodotti assolutamente conformi.

Tutti i casi sono stati gestiti mediante i processi pertinenti del Quality Management System prevedendo adeguata **valutazione/validazione delle azioni di correzione sul mercato** da parte delle funzioni preposte e rappresentate da figure organizzative apicali. Tali azioni sono state stabilite tenendo in considerazione gli aspetti di qualità, sicurezza ed efficacia dei prodotti coinvolti, nonché, ovviamente, le tematiche di compliance. Per ogni casistica sono state individuate e attuate anche le opportune **misure CAPA**

Capitale sociale e relazionale

(Corrective Action – Preventive Action) al fine di rimuovere le cause base e prevenire il ripresentarsi delle non conformità.

Si precisa, inoltre, che **non sono state ricevute** nel periodo di riferimento **sanctions relativamente alle attività di stoccaggio e distribuzione** prodotti.

SELEZIONE RESPONSABILE DEI MATERIALI

Nello svolgere le proprie attività di produzione e commercializzazione Angelini Pharma compra da fornitori selezionati un'ingente e variegata quantità di materiali afferenti a tre principali classi di prodotto:

1. **materie prime per la produzione di API** (Application Programming Interface);
2. **prodotti finiti;**
3. **materiali per il packaging e confezionamento.**

Per quanto riguarda le materie prime, come riportato nelle tabelle successive che si riferiscono al solo perimetro italiano, nel 2021 si

registra un sensibile incremento dell'acquisto di materiali certificati dall'Azienda a testimonianza della crescente attenzione di Angelini Pharma verso le tematiche ESG e di qualità e sicurezza di prodotto. Nell'ultimo anno sono stati acquistati **80.213.712 Euro** di materiali e materie prime, circa il 9% in più rispetto al 2020. Le materie principalmente consumate riguardano i principi attivi (13%), gli intermedi chimici (13%) e gli eccipienti (7%). A questi si somma il totale di tutti i semilavorati, intesi come bulk di prodotto prima del confezionamento, che impatta sul totale per il 32%.

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/MATERIALI/COMPONENTI/SEMILAVORATI ⁶⁸	2019		
	FATTURATO (Unità di Euro)	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
Aromas/Fragrances	1.132.781		
Coloranti	256.576		
Eccipienti	5.550.148		
Intermedi chimici	6.083.950		
Materie prime Aprilia	3.608.337		
Principi attivi	12.340.580	80,4%	ISO 14001
Reagenti	574.074		
Semilavorati terzi	14.833.232		
Solventi	1.860.486		
Vitamine	420		
Contenitori in plastica	5.110.448	49%	14001
Astucci	4.194.872	100%	FSC
Chiusure in plastica	3.576.425	75%	14001
Erogatori spray	2.749.510	32%	14001
Film in plastica e poliaccoppiati	1.851.091	18%	14001 - FSC
Bollino filigranato	1.838.647	100%	14001 - FSC
Fogli illustrativi	1.345.850	38%	14001 - FSC
Cartoni ondulati	1.132.003	25%	FSC
Etichette	872.812	25%	14001 - FSC
Flaconi in vetro	633.605	100%	14001
Pallet	483.847		
Film in alluminio	473.883		
Contenitori in vetro plastificato	452.174		
Campionature confezioni	240.584		
Contenitori in metallo	214.581		
Sacchi in polietilene	112.019		
Chiusure in metallo	20.451		

⁶⁸ I dati delle tabelle sulla tipologia di materiali impiegati da Angelini Pharma fanno riferimento al solo perimetro italiano.

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/MATERIALI/ COMPONENTI/SEMILAVORATI	2020		
	FATTURATO (Unità di Euro)	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
Aromas/Fragrances	804.102		
Coloranti	283.642		
Eccipienti	6.354.650		
Intermedi chimici	10.164.972		
Materie prime Aprilia	51.249		
Principi attivi	12.072.569	80,4%	ISO 14001
Reagenti	514.198		
Semilavorati terzisti	15.403.778		
Solventi	2.121.969		
Contenitori in plastica	5.761.831	49%	14001
Chiusure in plastica	3.774.613	75%	14001
Astucci	3.226.122	100%	FSC
Erogatori spray	3.054.818	32%	14001
Bollino filigranato	2.084.187	100%	14001 - FSC
Film in plastica e poliaccoppiati	1.599.588	18%	14001 - FSC
Fogli illustrativi	1.222.827	38%	14001 - FSC
Cartoni ondulati	1.088.182	25%	FSC
Etichette	900.194	25%	14001 - FSC
Flaconi in vetro	608.965	100%	14001
Pallet	563.394		
Film in alluminio	487.667		
Contenitori in vetro plastificato	456.092		
Contenitori in metallo	173.479		
Sacchi in polietene	103.317		
Campionature confezioni	53.916		
Chiusure in metallo	6.985		

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/ MATERIALI/COMPONENTI/ SEMILAVORATI	2021		
	FATTURATO (Unità di Euro)	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
Aromas/Fragrances	512.081		
Coloranti	160.262		
Eccipienti	5.706.505		
Intermedi chimici	10.086.288		
Materie prime Aprilia	91.126		
Principi attivi	10.314.976	80,40%	ISO 14001
Reagenti	432.109		
Semilavorati terzisti	25.540.539		
Solventi	3.254.861		
Contenitori in plastica	4.812.602	58%	9001/15378/14001/(93/42/CEE)/OHSAS 18001/45001
Chiusure in plastica	3.475.306	75%	FSSC22000/9001/15378/14001/(93/42/CEE)/OHSAS 18001/45001
Astucci	2.703.774	100%	FSC/EcoVadis2022/9001/15593/PEFC/45001/13485/14064
Erogatori spray	2.123.279	25%	9001/15378/13485/50001/14001/14064/ISCC/ SA 8000
Bollino filigranato	1.690.995	100%	9001/14001/45001/FSC
Film in plastica e poliaccoppiati	1.372.737	39%	9001/15378/ISO 14001/OHSAS 18001/FSC/EMAS/45001/BRC
Fogli illustrativi	1.174.247	42%	9001/14001/EcoVadis/FSC/13485/PEFC/45001
Cartoni ondulati	912.717	29%	9001/FSC/EPD (Environmental Product Declaration)/ BIOSAFETY TRUST/14001/45001/SA8000/BEST4
Etichette	679.621	23%	9001/FSC/BRC/14001/45001/FSC/EcoVadis2022
Flaconi in vetro	584.616	100%	14001
Pallet	473.837		
Film in alluminio	444.069	12%	9001/14001/50001/FSSC 22000/ASI CERTIFICATE/15378
Contenitori in vetro plastificato	44.961		
Contenitori in metallo	228.736	100%	9001
Sacchi in polietene	81.937		
Campionature confezioni	3.311.534		
Chiusure in metallo	-		

Capitale sociale e relazionale

Nella produzione chimico-farmaceutica molto spesso lo scarto diventa rifiuto in quanto la materia prima, a causa delle sue peculiarità intrinseche, spesso non è riutilizzabile nel processo stesso. Ciononostante, numerosi materiali di imballaggio primario di utilizzo da parte di Angelini Pharma sono stati (e saranno) oggetto di riprogettazione ecologica ogniqualvolta l'evoluzione della tecnica e i miglioramenti grazie a essa ottenuti consentano una loro riduzione in peso e/o volume senza pregiudicare la necessaria protezione del prodotto e la sua stabilità nel tempo. Tra i progetti in questo ambito, è possibile menzionare:

- la sostituzione della plastica PVC con quella PET, che garantisce un migliore e maggiore riciclaggio del materiale;
- l'utilizzo di plastica riciclata (PET);
- la riduzione alla fonte del peso dei materiali impiegati in tutti i componenti di packaging;
- il recupero liner etichette (carta siliconata) post consumo;
- la semplificazione del packaging primario

Infasil per ridurre l'utilizzo di materiale;

- l'utilizzo di resina riciclata (75/100%) per i flaconi.

Una progettazione mirata dei materiali degli imballi di spedizione permette la sovrapposibilità dei pallet riducendo così il numero di trasporti necessari alla movimentazione e ottenendo una riduzione delle emissioni di CO₂.

Capitale sociale e relazionale

INNOVAZIONE DI PROCESSO E PRODOTTO

L'approccio strategico attuato da Angelini Pharma, in merito al processo di ricerca e innovazione, si pone come obiettivo l'individuazione di nuovi prodotti e soluzioni in grado di soddisfare i bisogni dei pazienti migliorandone la qualità di vita. Le attività di ricerca sono focalizzate su **tre aree terapeutiche principali**: malattie del sistema nervoso centrale, malattie rare e prodotti OTC. Il settore R&D di Angelini Pharma è suddiviso in tre unità:

- 1. Global External Innovation:** ricerca di soluzioni efficienti per malattie rare e malattie del SNC. Utilizza strutture esterne (CRO) per condurre programmi di ricerca che partono dalla progettazione, fino allo svolgimento delle attività precliniche farmaco-tossicologiche;
- 2. Global Medical Department:** ricerca e sperimentazione clinica sia su new chemical entity, sia su nuove formulazioni contenenti

molecole già note. Svolge il lavoro in networking con centri clinici di eccellenza;

3. Global R&D Product lifecycle management: progettazione di nuove formulazioni che entreranno nel ciclo produttivo. L'unità gestisce il lifecycle management del portafoglio prodotti globali mantenendolo aggiornato alle normative vigenti per la parte di propria competenza.

Le attività di Ricerca e Sviluppo condotte negli ultimi due anni dall'unità di **External Innovation** sono state rivolte prevalentemente all'esecuzione di due progetti di ricerca aventi come obiettivo l'identificazione e caratterizzazione farmaco-tossicologica di nuove entità chimiche con un potenziale di utilizzo terapeutico, rispettivamente, in una malattia rara del sistema nervoso centrale (sindrome da X-Fragile - FXS) e come analgesici in condizioni di dolore di origine neuropatica. I risultati ottenuti sinora sono in linea con quanto previsto e permettono di prevedere la disponibilità di un composto da avviare allo sviluppo clinico per FXS nel 2023.

Capitale sociale e relazionale

Parallelamente, nell'ultimo biennio, i progetti implementati dal **Global Medical Department** si sono concentrati su due macroaree. La prima è il Medical Affairs, che si focalizza sulla generazione di consapevolezza, comprensione e confidenza dei dati, mentre la seconda riguarda la Ricerca Clinica, con l'obiettivo di elaborare dati relativi al portfolio farmacologico e alla pipeline in fase di development clinico. Nel corso del 2021, l'Azienda ha supportato il progetto **Angelini for Future**, un bando di ricerca che ha avuto l'obiettivo di raccogliere proposte di ricerca clinica e preclinica in ambito di malattie rare in età pediatrica. La valutazione dei progetti, condotta da una commissione scientifica indipendente, ha portato alla selezione di due studi attualmente in corso e che permetteranno un avanzamento delle conoscenze in patologie caratterizzate da un elevato unmet need per i pazienti. Con l'acquisizione di Arvelle da parte dell'Azienda, nel 2021 Angelini Pharma ha iniziato l'elaborazione della **strategia di modifica del Piano Pediatrico Europeo per l'autorizzazione**

di cenobamato in pazienti affetti da epilessia di tipo FOS (Focal Onset Seizure), in collaborazione con la funzione aziendale di Regolatorio. Le potenziali modifiche del piano avranno l'obiettivo di rendere il development in pediatria più sostenibile per i pazienti ottimizzando il programma approvato da FDA e attualmente in corso.

Nell'ambito del development clinico, negli ultimi due anni le risorse sono state concentrate sulla conduzione di diversi studi:

- due studi clinici di Phase II per analizzare l'utilizzo di trazodone per il trattamento dell'insonnia in pazienti pediatrici affetti da disturbi del neurosviluppo, e trazodone/gabapentina per il trattamento della polineuropatia dolorosa diabetica. Sulla base dei dati ottenuti dai due studi e di alcune considerazioni di opportunità per i pazienti, nel corso del 2021 si è deciso di non procedere con le successive fasi di development clinico nelle due condizioni terapeutiche;
- numerosi studi di Phase IV e Real World Evidence (RWE) con lo scopo di confermare

Capitale sociale e relazionale

specifici aspetti di effectiveness, patients reported outcomes (PROMs) e utilizzo del farmaco su trazodone, lurasidone, benzidamina e fentanyl.

All'interno dell'unità **R&D Product Lifecycle Management**, le attività principali sono state rivolte allo sviluppo di nuove formulazioni come line extension di marchi già esistenti (Moment, Boxagrippal, Tachifludex, Tantum Verde) e al potenziamento degli studi microbiologici di presidi medico-chirurgici come per esempio Amuchina. Inoltre, Angelini Pharma sta partecipando a un progetto finanziato dalla Regione Marche destinato alla medicina personalizzata, in particolare alle forme farmaceutiche pediatriche, con un focus specifico sulla tecnologia della stampa 3D. Nel corso del 2021 Angelini Pharma ha anche avviato un ampio ventaglio di iniziative legate all'**Open Innovation** che hanno permesso all'Azienda di generare valore tramite la creazione di collaborazioni dinamiche e pionieristiche. Tra queste figurano la partecipazione nell'incubatore di start-up

Argobio e la costituzione del **Fondo Angelini Lumira Biosciences (ALBF)** per un valore di 35 milioni di Dollari, confermando l'interesse dell'Azienda a diventare un interlocutore importante per le start-up, partecipare attivamente alla crescita del settore e puntare, a lungo termine, a individuare nuove soluzioni di salute al servizio dei pazienti, dei loro familiari e degli attori coinvolti nel percorso di cura. Il percorso di Open Innovation avviato si articola su tre fronti:

- 1. competenze tecniche** promosse tramite l'interazione costante con un team di esperti esterni che è parte integrante della direzione medica;
- 2. progettualità interne** gestite tramite società di ricerca esterne e centri accademici di eccellenza che, con il coordinamento della direzione medica, svolgono il lavoro sperimentale;
- 3. pipeline di nuove progettualità** provenienti dall'esterno tramite un team dedicato che si occupa di scouting di start-up in tutto il mondo.

Capitale sociale e relazionale



Tutte le nuove idee e i nuovi progetti tengono in considerazione, oltre all'innovazione di prodotto, anche i temi della sostenibilità e riciclabilità. Di fatto, per ognuna delle fasi principali di sviluppo e progettazione di un nuovo prodotto vengono presi in considerazione i **principi di eco-design**:

- nella selezione del principio attivo vengono eseguiti studi di Environmental Risk Assessment volti a valutare l'impatto del principio attivo (API) nell'ambiente;
- la scelta degli eccipienti è svolta sulla base dell'innocuità degli stessi rispetto alla popolazione target e fin dalle prime fasi viene

- definito il loro ciclo di smaltimento;
 - nella selezione dei materiali di packaging vengono applicati i concetti di riduzione del peso dei materiali di confezionamento, consumo e riutilizzo di materiale riciclato (ove la regolamentazione lo permetta) e ottimizzazione dei trasporti;
 - lo sviluppo del metodo di fabbricazione viene effettuato privilegiando metodi di lavorazione semplici, con ridotto consumo energetico (per esempio, compressione diretta) ed evitando l'uso di solventi non acquosi;
 - lo sviluppo dei metodi di analisi e controllo è condotto seguendo rigidi criteri di qualità.
- Il miglioramento delle performance aziendali si materializza anche nella strategia digitale messa in atto da Angelini Pharma. Nell'ambito produttivo è stato confermato e portato avanti il piano di digitalizzazione con l'integrazione dei dati degli impianti e delle macchine con il **sistema MES** (Manufacturing Execution System), un software per la pianificazione e produzione industriale. Si tratta di un progetto che ha lo scopo principale di

Capitale sociale e relazionale

garantire l'integrità per i dati di produzione, centralizzandoli in un'infrastruttura digitale validata, eliminando così l'impiego eccessivo di carta e incrementando l'efficienza del processo produttivo. Questo progetto, avviato nel 2020 negli stabilimenti di Ancona e Aprilia, nel 2021 è stato esteso anche al plant di Casella, dove verrà completato nel 2022. Sempre presso lo stabilimento di Casella è stato avviato nel 2021 un secondo progetto, in ambito logistico. Si tratta dell'implementazione del **Warehouse Management System (WMS)**, con utilizzo di terminali radiofrequenza per il supporto all'esecuzione delle attività. Al termine del progetto, che verrà implementato entro la fine del 2022, tutte le ubicazioni di magazzino saranno mappate digitalmente, e tutta la movimentazione della merce sarà tracciata sul sistema ERP SAP, dall'entrata allo stoccaggio, all'asservimento dei materiali per la produzione, alle spedizioni del prodotto finito. L'obiettivo è la creazione di processo più efficiente e maggiormente gestibile per gli operatori, che potranno dimenticare liste di stoccaggio e

prelievo su carta. Nel 2021 sono stati avviati anche altri importanti progetti che rientrano nel piano di digitalizzazione degli stabilimenti produttivi, primi fra tutti il **progetto EBRS** e il **Proof of Concept** sull'utilizzo della Realtà Aumentata. Nel primo caso si tratta del progetto di sostituzione del sistema di Electronic Batch Record utilizzato nel sito di Ancona, ormai obsoleto. Si tratta di un sistema fondamentale per tracciare tutte le operazioni legate alla produzione farmaceutica secondo le normative di settore. Il nuovo EBRS verrà implementato nei plant di Ancona e Aprilia e tra i suoi obiettivi prevede l'eliminazione completa della componente cartacea del Batch Record (documento che dettaglia tutte le fasi di produzione di un lotto farmaceutico) e una maggiore integrazione con gli impianti produttivi e gli altri sistemi di gestione della produzione. Questa nuova implementazione include anche la gestione elettronica dello stato delle attrezzature utilizzate per la produzione, in modo da mettere in sicurezza anche questo

Capitale sociale e relazionale

processo, eliminando tutti gli strumenti non digitali (logbook cartacei, cartellini del pulito ecc.). Nel 2021 è stato avviato il processo di user requirement e selezione software per la scelta del fornitore. Nel nuovo anno è stato avviato il progetto, con lo sviluppo del prototipo per entrambi gli stabilimenti. Il Proof of Concept (PoC) sulla Realtà Aumentata è un progetto pilota, implementato su una linea di confezionamento del plant di Ancona, che prevede l'utilizzo di questa tecnologia innovativa per supportare gli operatori nel processo di setup/cambio prodotto/cambio lotto tra due produzioni. L'operatore potrà utilizzare tablet o visori tipo HoloLens2 per essere guidato nelle attività da svolgere per la preparazione della linea al prossimo ciclo produttivo. Il PoC, avviato nel 2021, si concluderà nel 2022 e, una volta valutati i risultati, verrà potenzialmente esteso a tutta l'area di packaging. Anche questo progetto contribuisce agli obiettivi di sostenibilità, non solo perché rende il processo più efficiente, ma anche perché riduce, se non annulla, i potenziali

scarti dovuti a errori nelle procedure di change over. Anche nell'area Quality Assurance i progetti di digitalizzazione, con conseguente eliminazione di supporti cartacei e adozione di un processo di gestione comune a tutta Angelini Pharma, sono continuati secondo i piani. In particolare:

- nel 2021 è stato implementato il progetto DocuSOP, il **sistema documentale per la gestione delle procedure e dei documenti di qualità**, presso le consociate estere. Alle Società già previste nella pianificazione originale sono state aggiunte le nuove company Angelini nate a seguito dell'acquisizione della Società Arvelle (Svizzera, Francia, Olanda, Gran Bretagna, Paesi Nordici);
- è stata completata anche l'implementazione del sistema eQMS Trackwise Digital per la **gestione dei processi del sistema qualità**, con l'avvio di tutti i processi in ambito e l'estensione a tutte le consociate.

In ambito farmaceutico l'imponenza degli investimenti connessi con l'innovazione

Capitale sociale e relazionale

non può essere disgiunta da una altrettanto solida **strategia brevettuale**. Per questo motivo per ogni innovazione viene effettuata preventivamente e a posteriori un'analisi di brevettabilità sulla base della quale si definisce l'opportunità di proteggere la proprietà intellettuale dell'innovazione stessa. Poiché anche il mantenimento dei brevetti ha un costo, periodicamente vengono effettuate review decisionali per definire quali brevetti mantenere attivi e quali dismettere. La decisione sulla dismissione viene presa soprattutto in base a criteri strategici di medio e lungo termine, tenendo in considerazione l'effetto sulla competizione. La numerosità e la robustezza del portafoglio brevettuale rappresentano un asset che qualifica l'innovatività dell'Azienda ed è indicativo della sua reputazione scientifica.

Capitale sociale e relazionale

FOCUS: COMMERCIALIZZAZIONE DI PRODOTTI LOCALI E GLOBALI

In linea con le proprie strategie internazionali, Angelini Pharma ha promosso percorsi di sviluppo in Paesi ad alto potenziale di crescita, sia con acquisizioni mirate sia con il potenziamento delle strutture esistenti. Ciò ha favorito la creazione di importanti alleanze strategiche con primari Gruppi farmaceutici a impronta globale che tutt'oggi consentono la distribuzione dei prodotti Angelini Pharma nel mondo. Per citarne alcuni, questi includono Trittico (trazodone, antidepressivo), Latuda (lurasidone cloridrato, antipsicotico), Tantum (benzidamina, antinfiammatorio), Aulin (nimesulide, analgesico antinfiammatorio), Vellofent (fentanil, analgesico) e Xydalba (dalbavancina).

Allo stesso modo, l'Azienda ha sviluppato una **mirata strategia di local brand**, promuovendo e indirizzando i propri prodotti e servizi a un numero limitato di consumatori in base alla loro posizione geografica. Di fatto, al posto

di ipotetici target di riferimento costituiti da dati demografici statistici, il local branding facilita non solo la fidelizzazione del cliente, ma anche la leadership sui competitor locali, incrementando allo stesso tempo la reputazione e l'immagine aziendale nella comunità di riferimento.

Di seguito vengono riassunti i prodotti farmaceutici commercializzati e gestiti da Angelini Pharma nei principali Paesi in cui opera.

NAZIONE	BRAND	DESCRIZIONE
Bulgaria	29	In Bulgaria Angelini è presente nelle aree: della Consumer Healthcare, con Tantum Verde; del Sistema Nervoso Centrale, con Trittico (per il trattamento della depressione) e Latuda (schizofrenia). Importante è anche la presenza di Angelini nel trattamento di epatite (Eplusa, Vosevi) e HIV (Biktarvy).
Repubblica Ceca	33	Le aree terapeutiche di interesse sono il Sistema Nervoso Centrale, che rappresenta il 22% del fatturato, dove Angelini opera con Trittico nella cura di depressioni e ansia, e con Latuda nel trattamento della schizofrenia. Nella Consumer Healthcare Angelini è presente con Tantum Verde, coadiuvato, nella cura delle malattie respiratorie, da Erdomed, mucolitico indicato nel trattamento della malattia polmonare ostruttiva cronica (COPD).
Grecia	23	La presenza di Angelini in Grecia è concentrata nell'area del Sistema Nervoso Centrale (Trittico contro la depressione e Latuda per il trattamento della schizofrenia), della Consumer Healthcare (con Tantum Verde, per il mal di gola) e ospedaliera, dove Angelini è presente nelle malattie infettive con Xydalba, e nel dolore oncologico con Vellofent.
Polonia	27	In Polonia vengono principalmente commercializzati Trittico, Erdomed, Levopront, Latuda, Glimbax in ambito Prescription Medicines e Tantum verde in ambito Consumer Healthcare. Entro fine anno è inoltre previsto il lancio di ThermaCare.
Portogallo	61	In Portogallo Angelini è presente nelle aree di Consumer Healthcare, con i brand Tantum Verde (principalmente nel trattamento del mal di gola) e con i marchi Magvit e Visolvit (integratori vitaminici per adulti e pediatrici); nell'area del Sistema Nervoso Centrale, con Trittico (per il trattamento della depressione) e nel trattamento di raffreddori e influenza con Erdomed e Levopront (adulti e bambini). Importante è anche la presenza di Angelini nell'area oncologica.
Romania	19	Angelini Romania è focalizzata principalmente su 4 aree terapeutiche: il Sistema Nervoso Centrale, che rappresenta il 19% del fatturato, con Trittico che occupa un ruolo di primo piano nel trattamento delle depressioni; la Consumer Healthcare (29% del fatturato), dove Tantum Verde è il leader della propria categoria; l'area delle malattie polmonari, dove è presente con Erdomed; e infine l'ematologia, rappresentata da Iclusig, utilizzato in alcuni tipi di leucemia.
Spagna	57	In Spagna Angelini è presente nelle aree di Consumer Healthcare, con i brand Juanola (pastiglie balsamiche presenti da oltre 100 anni nel mercato), Leotron (integratori vitaminici) e ThermaCare (fasce autoriscaldanti per il trattamento del dolore); nell'area del Sistema Nervoso Centrale, con Trittico (presente con il marchio Deprax e leader di mercato per il trattamento della depressione) e Latuda (schizofrenia). Importante è anche la presenza di Angelini nel settore oftalmico (Lubristil ed Estila) e osteoartrosi (Condrosulf).
Turchia	19	In Turchia Angelini è presente nelle aree di Consumer Healthcare, con i brand Tantum Verde (dolore e infiammazione della bocca e della gola) e Perebron (trattamento della tosse adulti e bambini); nell'area del Sistema Nervoso Centrale, con Trittico (presente con il marchio Desyrel) e Anzyl, entrambi per il trattamento della depressione e dei disturbi dell'umore.
USA	N.A.	Angelini Pharma US ha due divisioni. Una è focalizzata sulla commercializzazione di prodotti per il controllo delle infezioni e l'altra è rappresentata dalla produzione di ThermaCare per la gestione del dolore . L'attività commerciale di controllo delle infezioni comprende 5 linee di prodotti chiave: Alcavis 50, ExSept Plus, Alcavis Bleach Wipes, Aniosgel e Peracidin. Alcavis 50 ed ExSept Plus sono i principali marchi che contribuiscono al 75% dei ricavi, costituendo marchi leader nel mercato della dialisi peritoneale domiciliare per la disinfezione.
Russia	12	In Russia l'80% del fatturato fa capo all'area Consumer Healthcare, all'interno della quale Tantum Verde è il marchio principale nel trattamento del mal di gola del paziente pediatrico e dell'adulto. Il restante 20% è rappresentato dal settore del Sistema Nervoso Centrale, dove Angelini è presente con Trittico, per il trattamento di depressione e ansia, e Latuda, indicato nella schizofrenia.
Germania	11	In Germania Angelini è presente nelle aree di Consumer Healthcare, con i brand ThermaCare (fasce autoriscaldanti, numero 2 del mercato per il trattamento del dolore) e Tantum Verde (principalmente nel trattamento del mal di gola); nell'area del Sistema Nervoso Centrale è presente con il recente lancio del brand Ontozry (farmaco antiepilettico).
Slovacchia	25	Il Sistema Nervoso Centrale, con Trittico nel trattamento delle depressioni e Latuda (schizofrenia) è l'area di principale interesse per Angelini Slovacchia, insieme alla Consumer Health, dove Angelini è presente con Tantum Verde, e alle malattie respiratorie (COPD), con Erdomed.

Capitale sociale e relazionale

Angelini Pharma desidera continuare il percorso di sostenibilità che ha intrapreso per integrarlo maggiormente nelle sue attività future. Con questo obiettivo, l'Azienda intende avviare una serie di progetti nel medio e lungo termine per limitare gli impatti ambientali e sociali che le proprie attività hanno sul territorio e la comunità. Gli obiettivi futuri che Angelini Pharma intende implementare sono:

- attività di progettazione con criteri sempre più stringenti correlati all'ecosostenibilità. Nel 2021 è stata effettuata l'application per il progetto europeo "Eternal" in collaborazione con 16 partner con lo scopo di ottimizzare il riciclo/riuso dei solventi presso il plant Fine Chemicals di Aprilia, e la razionalizzazione dell'uso dell'energia nel plant di Ancona attraverso lo studio di metodi di lavorazione innovativi applicati a Ibuprofen (Moment) e Trazodone (Trittico);
- ingresso come stakeholder in filiere di ricerca volte a minimizzare l'impatto ambientale dei principi attivi e degli eccipienti farmaceutici, attraverso studi e ottimizzazioni dell'intero

ciclo di vita dei prodotti; nel 2021 Angelini Pharma è entrata a far parte come stakeholder del progetto europeo "Pharmasea", volto a valutare l'impatto ambientale di alcuni principi attivi sulle acque;

- introduzione prioritaria dell'analisi di fattibilità per l'utilizzo di materiali riciclati/riciclabili/compostabili/riusabili per ogni nuovo progetto.

RAPPORTO CON LA CLIENTELA

Al centro del processo di ricerca e sviluppo di nuovi farmaci vi è sempre un'attenzione particolare al benessere del paziente, che rappresenta il cliente più importante per l'Azienda.

Angelini Pharma Italia è strutturata in tre Business Unit, differenziate per tipologia di prodotti trattati e clienti.

- **BU Consumer Healthcare:** sviluppa il suo business principalmente all'interno di farmacie, parafarmacie, cooperative e grossisti del farmaco.

Capitale sociale e relazionale

- **BU Home & Personal Care:** i prodotti della BU Home & Personal Care sono presenti, oltre che nelle farmacie e parafarmacie, anche nei mercati del Mass Market Home e Personal Care. In tale contesto, tutte le più importanti insegne di Grande Distribuzione Organizzata trovano spazio all'interno del portfolio clienti. Un business residuo della BU, concentrato sul brand Amuchina, è sviluppato con clienti del cosiddetto canale Professional; per lo più grossisti che servono hotel, imprese di pulizia, strutture sanitarie pubbliche e private.
- **BU Prescription Medicine:** per quanto riguarda i clienti della BU Prescription Medicine, oltre alle farmacie sopra citate, vanno aggiunti due importanti stakeholder: i medici, sia quelli impiegati in strutture ospedaliere pubbliche e private sia quelli che operano in regime di convenzione (medici di medicina generale e pediatri di libera scelta), che prescrivono i medicinali ai pazienti. Mentre, nel caso dei farmaci rimborsati dal SSN sono clienti Angelini Pharma anche il Servizio Sanitario Nazionale e le 21 Regioni/Province

autonome, che, in un mercato definito del "terzo pagante", sono i gestori, ciascuno per la propria competenza, del budget della spesa farmaceutica, e che attuano le procedure di acquisto generalmente attraverso centrali di acquisto a livello regionale o di area vasta. Parallelamente, i principali servizi post-vendita di Angelini Pharma sono erogati dal **Customer Service Aziendale** (CS per i clienti farmacia/parafarmacia/grossisti, CS per i clienti Mass Market/Professional, CS per i clienti Hospital) che gestisce:

- informazioni sullo stato dell'ordine e della consegna merci;
- risoluzioni di disservizi logistici (ritardi, giacenze, merce danneggiata, consegna difforme dall'ordine di acquisto);
- resi e note di credito;
- informazioni amministrative e relative al credito;
- invio di varia documentazione richiesta dai clienti;
- informazioni relative ad attività promozionali da organizzare nel punto vendita;

Capitale sociale e relazionale

- comunicazione di eventuali carenze/ripristino delle scorte merci.
- Inoltre, ogni anno vengono implementate survey esterne e definiti KPI interni per monitorare il livello di soddisfazione dei principali clienti. Accanto al Customer Service, Angelini Pharma ha sviluppato un servizio di supporto per migliorare l'accesso e l'aderenza alla terapia per i pazienti affetti da patologie mentali che risultano essere particolarmente fragili. Nel corso del 2021, Angelini Pharma ha intrapreso una serie di iniziative al fine di **sensibilizzare i propri clienti sul tema del consumo responsabile e della sostenibilità**. Il processo di educazione si è articolato in tre principali direzioni:
- formazione dei medici per sensibilizzare sull'attenzione verso l'appropriatezza prescrittiva e l'aderenza terapeutica relativamente ai farmaci prodotti dall'Azienda attraverso la sponsorizzazione di eventi formativi;
 - formazione del farmacista attraverso pillole educative digitali nell'ambito delle

- principali aree sintomatologiche nelle quali l'Azienda opera, con l'obiettivo d'indirizzare il consumatore verso un uso corretto e appropriato delle nostre soluzioni terapeutiche;
- promozione dei temi ambientali tramite l'utilizzo di materiali riciclati e riciclabili, la riduzione dell'uso di materiale cartaceo (per ordini, per procedure regolatorie e per l'informazione medico-scientifica attraverso l'implementazione del QR-Code in sostituzione delle schede tecniche di prodotto), l'utilizzo di gadget ecosostenibili e il miglioramento del packaging di alcuni prodotti che permette una maggior durata e miglior conservazione riducendo lo spreco del prodotto stesso.
- A sostegno di questi progetti, l'Azienda ha realizzato diverse campagne educazionali e di supporto al paziente come:
- iniziativa **"I Mal di testa non sono tutti uguali"** (Moment): volta a promuovere cultura, salute e benessere relativamente al sintomo del mal di testa. Avviata nel 2016, evolve ulteriormente nel 2021 con il lancio del sito www.imalditesta.com,

Capitale sociale e relazionale

- com, che coniuga in un unico hub la funzione educativa con la funzione informativa di prodotto;
- **piano digitale di formazione ai farmacisti sulla termoterapia**: finalizzato ad accrescere conoscenza e consapevolezza del farmacista sull'uso della termoterapia con fasce autoriscaldanti nella gestione dei dolori muscolo-scheletrici, nell'ottica di un consiglio appropriato e personalizzato alle varie tipologie di pazienti;
 - **"Mind's Ride" e "Trovarsi"**: due iniziative educazionali e di supporto rivolte a pazienti con psicopatologie mentali che hanno permesso il miglioramento della qualità di vita e la riduzione del rischio di peggioramento dell'andamento della malattia e del ricorso a ospedalizzazioni;
 - **IQVIA Cancer Pain Tracker**: un programma di supporto per il paziente oncologico finalizzato al monitoraggio degli episodi di dolore intensi nel corso della giornata e all'aderenza alla terapia con Vellofent;

- **Campagne "Disinfezione Mani"** con diversi target:
 - medici di base: distribuiti 25.000 flaconi di Amuchina gel Xgerm 250 ml e collocate altrettante locandine "Educational" nelle sale d'aspetto;
 - bambini: in continuità con il 2020, è proseguita la distribuzione del mini-book e locandina "PRONTI, DISINFETTATI, VIA!" nelle farmacie, per ripartire in sicurezza post-pandemia;
 - farmacisti e medici: progetto DEM con obiettivo di informare i professionisti sugli studi attinenti alla disinfezione;

Capitale sociale e relazionale

- **progetto Harmoniamentis.it**: editoriale online volto a divulgare tematiche di disease awareness nell'ambito "Brain Health" per ridurre l'impatto dello stigma sui pazienti e migliorare la percezione del pubblico sulle malattie mentali;
- **progetto nientemale.it**: nasce con l'obiettivo di sensibilizzare, informare i pazienti e renderli più consapevoli delle condizioni che causano dolore e dei possibili percorsi terapeutici a loro disposizione;
- **app gratuita "YouTreat"**: nasce con l'obiettivo di sostenere i clinici con soluzioni innovative per migliorare la patient experience nel percorso di cura del paziente oncologico. Uno strumento di semplice consultazione e di rapido utilizzo per la valutazione e il trattamento dei sintomi più frequenti nel paziente oncologico;
- **progetto "Ortho Pain School"**: supportato da SIOT, AUOT e AISOT, offre alle scuole di specializzazione in ortopedia la possibilità di garantire ai giovani specializzandi (a partire dal primo anno di scuola) un corso di

formazione specifico sulla gestione del dolore nel setting ortopedico. Un progetto ibrido, con sessioni residenziali e digitali, partito nel 2021 e che coinvolgerà le scuole di specializzazione in varie regioni d'Italia anche nel 2022;

- **iniziative "Campus Angelini"**: le iniziative educazionali "Campus", attive in psichiatria, ortopedia e pediatria, sono rivolte a giovani medici specializzandi e hanno permesso di agevolare il confronto su temi clinici e professionali utili per il loro futuro di specialisti. Attraverso il progetto formativo Campus, Angelini sostiene con un format unico i giovani medici a trovare le condizioni per crescere e affermarsi professionalmente. In aggiunta alle attività sopracitate, Angelini Pharma si pone come obiettivo quello di essere un **attore fondamentale in Europa nel campo della salute mentale, dei disturbi del sistema nervoso centrale e delle malattie rare**, sviluppando e offrendo alle persone con patologie e ai loro cari farmaci innovativi e soluzioni di salute per migliorare la loro qualità della vita. In tale contesto, Angelini Pharma si

Capitale sociale e relazionale

impegna ad ascoltare e accogliere le esperienze dei pazienti nella gestione delle patologie da cui sono affetti, per identificare e recepire i bisogni insoddisfatti sui quali concentrare i propri sforzi. Infatti, è attraverso un dialogo aperto e trasparente tra i pazienti e l'industria che è possibile migliorare e personalizzare alternative terapeutiche e soluzioni di salute. Nel 2021, le principali attività promosse da Angelini Pharma in ambito **Patient Advocacy** sono state volte a favorire una posizione di ascolto nel campo dell'epilessia, area terapeutica nella quale l'Azienda è entrata in apertura d'anno con l'acquisizione di Arvelle Therapeutics, Società biofarmaceutica svizzera, focalizzata nel portare la molecola cenobamato alle persone con epilessia non controllata in Europa. Angelini Pharma ha inoltre ideato e promosso **Nodi**, un podcast in tre episodi per dare voce alle storie dei pazienti affetti da disturbi psichici e da patologie neurologiche, e a quelle spesso nascoste o poco raccontate di chi se ne prende cura. Nodi ha portato alla luce

le storie di Stefania Buoni – caregiver di due genitori affetti da disturbi mentali e fondatrice di COMIP, associazione per figli di genitori con disturbi mentali; di Marta, la mamma di Mattia, un bimbo di sei anni affetto da epilessia; di Donato, giovane uomo affetto da schizofrenia e assistente sociale. Infine, Angelini Pharma ha riattivato il progetto **Headway 2023**, un'iniziativa annuale avviata nell'ottobre 2017 in collaborazione con The European House – Ambrosetti. Headway è una piattaforma multidisciplinare per la riflessione strategica, l'analisi, il dialogo e il confronto tra le diverse esperienze europee nella gestione degli individui con disturbi mentali. L'obiettivo del progetto nel 2021 è stato continuare il lavoro iniziato, per condividere conoscenze e know-how per trovare soluzioni che riducano il burden dei disturbi mentali non solo nei settori sanitari, ma anche nei luoghi di lavoro, nelle scuole e nella società in generale. In occasione della Giornata mondiale della salute mentale, che si celebra ogni anno il 10 ottobre, nel 2021 The European House Ambrosetti e Angelini



Capitale sociale e relazionale

Pharma hanno quindi presentato i dati della ricerca "Headway 2023 - Mental Health Index", una fotografia multidimensionale che contiene i dati disponibili sulla salute mentale nei 27 Paesi UE e nel Regno Unito, e le risposte dei sistemi sanitari e sociali, tra cui scuola e lavoro. La finalità dell'agire condiviso, racchiuso nell'indice, è ridurre il burden dei disordini mentali e progettare una nuova tabella di marcia per la salute mentale in Europa. Questa sfida si affronta e si vince attraverso iniziative che implementino dinamiche di intervento per individuare e gestire i fattori di rischio e consentire il riconoscimento di situazioni critiche prima che diventino patologiche. Nuove soluzioni, quindi, un adeguato sostegno organizzato e la promozione di stili di vita che consentano di far ritrovare a tutti il benessere mentale.

Il portafoglio dei prodotti di Angelini Pharma è composto da brand che comunicano in maniera costante e continuativa, come Moment, Tachipirina e Amuchina, e brand che invece concentrano le loro attività nel periodo

di maggiore stagionalità del bisogno, come Tantum Verde, ThermaCare, Tachifludec e Acutil. Tra le principali attività di comunicazione segnaliamo:

- **Moment:** campagna di linea "Laboratorio", volta a sostenere in modo continuativo il concept strategico ed educativo "Il mal di testa non sono tutti uguali", attraverso i mezzi TV, digital e social. In rotazione nell'anno anche un piano di supporto al lancio di Moment e Momentact in sospensione orale, primo ibuprofene liquido nel doppio dosaggio da 200 e 400 mg, attraverso l'attivazione sinergica di TV, DOOH, digital e social media;
- **progetto "Ecosistema Tachipirina":** creazione di un canale diretto con i pazienti e con i caregiver, al fine di offrire un supporto autorevole e rassicurazioni nel trattamento degli stati febbrili, contrastando contemporaneamente la disinformazione online. Questo progetto è dedicato in modo particolare al mondo pediatrico ed è strutturato in diversi digital touchpoint:
 - app Dosaggi Tachipirina;

Capitale sociale e relazionale

- QR-code sui pack con possibilità di accesso al foglio illustrativo in 12 lingue;
- sito brand tachipirina.it;
- pagina Facebook di Tachipirina;
- sito editoriale di abbassolafebbre.it;
- sito editoriale di nonfartiinfluenzare.it;
- canale YouTube di Tachipirina;
- **Amuchina:** ampliamento della partnership tra Amuchina e Trenitalia con il segmento "Freccia Rossa e Intercity". Obiettivo della collaborazione è sensibilizzare i viaggiatori sulla disinfezione e garantire maggiore sicurezza durante il viaggio. L'attività è stata sostenuta con una campagna media sui monitor a bordo treno e sui canali social e digital di Trenitalia, la distribuzione di campioni nelle principali stazioni delle città italiane e il collocamento di dispenser su tutti i treni.
Il brand Amuchina sta inoltre lavorando all'ampliamento della propria gamma dei prodotti (per esempio, disinfettante spray ambienti) in modo da poter fornire più soluzioni ai propri consumatori e,

parallelamente, sta portando avanti un progetto di trasformazione dei flaconi con l'obiettivo di impiegare plastica 100% riciclata;

- **Tantum Verde:** lancio del nuovo soggetto tv "Clouds" dedicato al range con Flurbiprofene, con l'obiettivo di migliorare la notorietà del brand nel territorio stagionale del mal di gola, ambito nel quale la proposta di Tantum Verde si articola con una nuova linea tutta naturale, a base di propoli e vitamina C, dedicata al mal di gola dei bambini. A sostegno del brand anche un nuovo sito, innovativo nel design e completamente responsive;
- **ThermaCare:** campagna multimediale tv e digital, volta a diffondere la conoscenza della termoterapia e delle fasce autoriscaldanti di ThermaCare quale soluzione alternativa al farmaco nella cura del dolore osteo-muscolare. Per potenziarne ricordo e acquisto, è stata attivata una campagna inedita di "mobile proximity", in grado di comunicare il brand attraverso smartphone o app in prossimità di un panel di farmacie

Capitale sociale e relazionale

selezionate. Un modo nuovo per sviluppare vicinanza con i consumatori e con i farmacisti;

- **Tachifludec:** campagna remind dell'efficacia terapeutica del calore e dell'unicità di una soluzione farmaceutica "hot drink" nella cura dei sintomi da raffreddamento, supportata dal media mix: tv, digital e social.
Importante sottolineare l'effort dell'Azienda nell'ambito digitale, per sostenere notorietà e visibilità dei brand su un pubblico più giovane, utilizzando campagne "in addressability" ovvero con messaggi differenziati e mirati alle diverse tipologie di pubblico. Anche l'informazione e l'educazione in ambito salute passano attraverso il digital, per contrastare il fenomeno dilagante delle fake news, migliorare gli standard di servizio e trasferire un approccio sostenibile nella relazione con il cliente. Con uno sguardo al futuro, Angelini Pharma desidera porre sempre di più il paziente al centro delle progettualità in modo da supportarne le scelte autonome per quanto riguarda l'automedicazione e il ruolo attivo nella

definizione di percorsi diagnostico-terapeutici assistenziali, attraverso il sempre maggior coinvolgimento e ascolto delle associazioni di pazienti attive nelle aree terapeutiche di riferimento.

Capitale sociale e relazionale

Largo Consumo

QUALITÀ E SICUREZZA
DEL PRODOTTO

La filosofia di business di Fater si basa sull'ideazione, produzione e commercializzazione di prodotti che rispettino i più elevati standard di qualità e sicurezza in tutti i mercati in cui l'Azienda opera. A tale scopo, Fater si impegna a:

- soddisfare le aspettative di clienti e consumatori, adeguando costantemente i propri livelli di qualità e di sicurezza;
- assicurare la conformità dei propri processi e prodotti a norme e regolamenti applicabili, sia cogenti sia volontari;
- sostenere l'impegno delle proprie persone e dei partner esterni verso il raggiungimento degli obiettivi di qualità e sicurezza, fornendo sempre procedure e formazione, garantendo costantemente la conformità alle norme durante tutte le fasi della catena del valore;
- adottare un approccio risk based nell'assunzione di decisioni strategiche per la sicurezza e la qualità;
- supportare i consumatori e i clienti attraverso

un'attenta e puntuale analisi di reclami e suggerimenti.

Negli stabilimenti produttivi in Italia (Campochiaro e Pescara) e all'estero (Portogallo e Turchia), l'Azienda adotta un **approccio produttivo responsabile** volto a garantire la **qualità dei prodotti**, il **rispetto per l'ambiente** e la **sicurezza dei consumatori**. La produzione segue le specifiche tecniche fornite dal dipartimento di Ricerca e Sviluppo che descrivono sia le proprietà del prodotto finito, sia le condizioni di processo per ottenerle, sia i metodi analitici per controllarli. **Tutti i prodotti Fater sono sottoposti a controlli di qualità diretti ad assicurare il corretto svolgimento delle operazioni e la sicurezza dei lotti produttivi che vengono successivamente immessi nel mercato.** L'obiettivo di tali verifiche concerne:

- l'identificazione dei parametri critici per il monitoraggio e controllo della performance dei Sistemi di Gestione, con cadenza mensile, trimestrale o annuale, e confronto con i lavoratori sui risultati e le aree di miglioramento;

Capitale sociale e relazionale

- il controllo dei rischi legati alle attività svolte presso lo stabilimento di Campochiaro, con relativo piano correttivo e preventivo e relativa verifica dell'efficacia degli impianti;
- la riduzione dell'uso di sostanze pericolose per ambiente, salute e sicurezza del personale e delle ditte terze;
- la manutenzione specifica degli impianti, e l'informazione, la formazione e l'addestramento delle persone per prevenire eventuali incidenti che possano provocare conseguenze su cose e persone;
- l'analisi degli incidenti e degli infortuni, l'identificazione delle cause base, l'implementazione delle contromisure, la verifica dell'efficacia delle stesse.

Dei quattro stabilimenti produttivi di Fater, al momento, gli stabilimenti di Campochiaro e Pescara sono in possesso delle certificazioni **ISO 45001:2018-14001:2015-9001:2015**.

Per quanto riguarda le sedi estere, solo lo stabilimento produttivo a Porto è certificato **ISO 45001-14001**.

La tipologia dei prodotti Fater ricade sotto tre principali categorie disciplinate dai seguenti

regolamenti:

- 1. cosmetici**, in riferimento alla produzione di salviette: Regolamento (CE) n. 1223/2009 del Parlamento europeo e del Consiglio del 30 novembre 2009 sui prodotti cosmetici;
- 2. dispositivi medici**, per quanto riguarda i prodotti per l'incontinenza e le mascherine chirurgiche: Regolamento (UE) 2017/745 del Parlamento europeo e del Consiglio del 5 aprile 2017, relativo ai dispositivi medici;
- 3. detersivi** (linea Home Care).

Ogni regolamento indica le informazioni obbligatorie da riportare sull'etichettatura dei prodotti in termini di tipologia di prodotto, utilizzo, numero di lotto, istruzioni d'uso, lista ingredienti (ove applicabile), indicazione delle condizioni specifiche di conservazione e/o manipolazione, avvertenze o precauzioni da prendere che vanno portate all'attenzione immediata dell'utilizzatore e di ogni altra persona ecc. Ai regolamenti si aggiunge il D.Lgs. 3 aprile 2006, n. 152 "Norme in materia ambientale", che impone di indicare la natura dei materiali di imballaggio utilizzati a prescindere dalla tipologia di prodotto.

Capitale sociale e relazionale

SELEZIONE RESPONSABILE DEI MATERIALI

Nello svolgere le proprie attività di produzione e commercializzazione, Fater compra da fornitori selezionati una variegata quantità di materiali per la realizzazione delle proprie attività produttive. Nel 2021, gli acquisti per materie prime e materiali si sono attestati su una somma pari a **235.302.375 Euro**, di cui il 92% è stato acquistato dagli stabilimenti in Italia. Il materiale maggiormente impiegato dall'Azienda risulta essere la **plastica/fluff** che nell'ultimo anno ha costituito il **69,77%** del totale delle materie acquistate. A seguire, vi sono i **prodotti chimici** (20,82%), i **cartoni/astucci** (7,03%), le **etichette/coupon** (2,37%) e il **prodotto finito** (0,01%).

TIPOLOGIA DI BENI/MATERIALI/MP/SEMILAVORATI/ COMPONENTI ACQUISTI⁶⁹ (Unità di Euro)

	2019	2020	2021
Prodotti chimici	5.386.712	6.360.167	48.991.715
Plastica/Fluff	7.374.303	7.154.436	164.177.944
Etichette/Coupon	866.884	864.554	5.570.559
Cartoni/Astucci	2.270.095	2.223.212	16.537.457
Prodotto finito	-	19.249	24.700
TOTALE ACQUISTI	15.897.994	16.621.618	235.302.375

⁶⁹ Per il 2019 e 2020 non sono presenti dati relativi agli acquisti effettuati dagli stabilimenti in Italia.

Capitale sociale e relazionale

INNOVAZIONE DI PROCESSO E PRODOTTO

La filosofia di business di Fater si fonda sulla coniugazione tra **prodotto e innovazione** che garantisce all'Azienda un posizionamento di rilievo nel mercato e la capacità di soddisfare bisogni complessi dei clienti, in termini sia di prodotto sia di servizi, in un mondo in continua evoluzione e in cui le sfide sociali e ambientali sono diventate sempre più urgenti.

Negli ultimi anni, grazie allo sviluppo di nuovi processi e tecnologie produttive, l'Azienda ha definito una pipeline di **progetti "green"** per i brand che gestisce, al fine di limitare l'impatto ambientale generato dai processi produttivi e favorire un corretto smaltimento dei prodotti finiti. Tra i progetti già sviluppati è necessario menzionare:

- **ACE:** la linea **ACE Green**, lanciata nell'anno fiscale 2020-2021, ha visto la creazione di prodotti detergenti con confezioni realizzate in **cartone o plastica 100% riciclata**. Le tipologie di prodotto lanciate nel mercato

sono principalmente due:

- una linea di flaconi in plastica riciclata ed etichette in carta che contiene una formulazione di prodotto maggiormente ecosostenibile;
- una linea 100% virgin plastic free con pack in cartone riciclato e prodotto venduto in formula monodose o ricarica.

A fianco di questa iniziativa, ACE ha inoltre lanciato le **eco-ricariche** per la linea ACE Spray Sgrassatori. Si tratta di un prodotto sviluppato per rispondere a tre esigenze principali:

1. minor utilizzo di plastica nel packaging (78% di plastica in meno rispetto alla referenza spray regolare);
 2. maggiore risparmio economico;
 3. minor ingombro nella conservazione del prodotto;
- **Lines Natura:** Lines Natura è una gamma di assorbenti e proteggislip realizzati con materie prime 100% **biodegradabili e compostabili** che coniuga tutta la qualità e l'assorbenza Lines con il rispetto per l'ambiente. La linea è stata realizzata secondo

Capitale sociale e relazionale

la normativa **UNI EN 13432** che definisce i requisiti che gli imballaggi devono possedere per poter essere recuperabili mediante compostaggio e biodegradazione. Di fatto, lo smaltimento dei prodotti Lines Natura presso un impianto di compostaggio garantisce una riduzione dell'impatto ambientale del 90% rispetto a un assorbente tradizionale in termini di CO₂ biogenica. L'impatto sarebbe comunque inferiore del 50% in caso di smaltimento tradizionale. Da gennaio 2022 Lines Natura è presente nei punti vendita.

RAPPORTO CON LA CLIENTELA

Il Consumer Service di Fater svolge un **ruolo fondamentale nel coordinamento delle attività di relazione con i clienti**, soprattutto in ambito commerciale. In particolare, gestisce il servizio di informazione e assistenza attraverso numeri di telefono e indirizzi e-mail dedicati. Nel dettaglio:

- un numero + indirizzo e-mail per l'Italia per la categoria Paper (Pampers, Lines, Tampax, Lines Specialist);
- 2 numeri neri per l'Italia per la categoria Mask - mascherine chirurgiche;
- un numero nero + indirizzo e-mail per l'Italia per le categorie F&HC (ACE, Neoblanc, Comet);
- numeri neri multilingua + indirizzi e-mail dedicati per ogni Paese estero in cui sono commercializzati i prodotti a marchio ACE, Neoblanc, Comet.

Il Consumer Service accoglie le segnalazioni, restituisce al consumatore tutte le informazioni e le indicazioni necessarie a soddisfare

Capitale sociale e relazionale

le sue esigenze e registra il contatto a sistema, aprendo un "case" dedicato. Tutte le segnalazioni sono registrate su una piattaforma digitale che ne consente la tracciabilità e consultabilità nel tempo. Attraverso l'uso di questa piattaforma, il Consumer Service esternalizzato può interagire in tempo reale con le funzioni aziendali competenti, per verificare il corretto feedback da restituire ai consumatori. In caso di difettosità significativa di prodotto, può essere concordato il ritiro dei campioni difettosi presso il domicilio del consumatore a mezzo corriere, cui vengono di prassi inviati prodotti omaggio e/o buoni spesa. I campioni ritirati vengono inviati al dipartimento di Quality Assurance per consentire di effettuare le opportune analisi. Lo stabilimento di produzione di Pescara accoglie e analizza i prodotti difettosi afferenti alle categorie Paper (Pampers, Lines, Tampax, Lines Specialist), mentre lo stabilimento di produzione di Campochiaro o gli altri stabilimenti esteri si occupano dei prodotti F&HC (ACE, Neoblanc, Comet).

In casi particolari, a seguito di danni relativi all'uso dei prodotti, l'Azienda si riserva la possibilità di rimborsare economicamente i propri consumatori. Nell'ottica di migliorare continuamente le proprie prestazioni per soddisfare le esigenze dei clienti e dei mercati internazionali in cui opera, Fater ha implementato **un sistema di misurazione e di monitoraggio del livello di soddisfazione dei consumatori finali**. La valutazione avviene attraverso un sondaggio somministrato ai consumatori su base volontaria e anonima, alla fine del contatto avuto con il Consumer Service. I dati vengono analizzati mensilmente per consentire di definire le strategie più opportune per offrire sempre un servizio migliore.

Capitale sociale e relazionale

Tecnologia Industriale

Fameccanica progetta e sviluppa tecnologie, robotica e servizi per la produzione industriale di prodotti FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), packaging sostenibili, movimentazione e riconoscimento automatizzato per la logistica e servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi. In particolare:

- impianti e/o tecnologie per la produzione di prodotti per l'igiene personale, di prodotti igienico-sanitari e di prodotti per la pulizia della casa e della persona;
- soluzioni di isole robotiche per il riconoscimento, il prelievo e la manipolazione di prodotti e pacchi e l'alimentazione di materie prime per impianti produttivi;
- impianti automatici per "assembled product";
- soluzioni digitali per monitorare e migliorare la produttività e il consumo energetico degli impianti produttivi.

Fameccanica inoltre produce, in collaborazione con l'Azienda tedesca Optima Packaging Group, **linee di produzione per packaging di prodotti igienici monouso con marchio registrato PAKSIS.**

QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

La sede italiana di Fameccanica è in possesso della **certificazione ISO 9001 del proprio Sistema di Gestione della Qualità**, che copre l'intero ciclo di vita del prodotto: dalla Ricerca & Sviluppo alla fase di vendita, dalla consegna e installazione all'assistenza post-vendita. Particolare attenzione nel Sistema di Gestione della Qualità viene data al **processo di gestione della commessa** in quanto il modello di business di Fameccanica si basa sull'attivazione del processo produttivo una volta ricevuto l'ordine dal cliente. In questo modo, il sistema garantisce il massimo livello di trasparenza nell'esecuzione delle varie fasi dei progetti che portano alla fornitura di soluzioni molto complesse nei tempi previsti.

Nel fornire gli impianti ai propri clienti, Fameccanica si assicura di garantire le migliori condizioni di sicurezza nell'utilizzo delle macchine da parte degli end user durante tutta la vita del macchinario. Di fatto, nel corso

Capitale sociale e relazionale

della fase di progettazione, **per il 100% delle macchine immesse sul mercato Fameccanica Group rispetta rigorosamente la Direttiva Macchine 2006/42/CE**, che prevede la redazione di un fascicolo tecnico contenente la valutazione dei rischi e le misure adottate per eliminarli o minimizzarli, e la stesura della documentazione tecnica obbligatoria, ossia il "Manuale ricambi" e il "Manuale istruzioni per l'uso e la manutenzione delle macchine". Tutti gli impianti che Fameccanica immette sul mercato rispondono pienamente ai requisiti legislativi previsti e possiedono la certificazione CE che comporta la stesura di un fascicolo tecnico contenente tutte le istruzioni per l'utilizzo sicuro del prodotto durante la sua vita fino allo smaltimento dell'impianto. L'Azienda, oltre a certificare i propri impianti in accordo alla normativa CE, è anche autorizzata ad apporre la **Targa UL 508A** (Underwriters Laboratories Inc.) in tutti i suoi plant per i quadri elettrici, che **attesta che il processo di progettazione e costruzione degli impianti è conforme alle normative di riferimento e ai**

requisiti essenziali di sicurezza.

Fameccanica, a dimostrazione del rispetto dei principi etici, garantisce che tutti i suoi prodotti non siano dual use, ovvero che i beni e le tecnologie vendute non possano essere adoperati nella fabbricazione e nello sviluppo di diverse tipologie di armamenti.

SELEZIONE RESPONSABILE DEI MATERIALI

Gli impianti realizzati da Fameccanica sono costituiti da due principali famiglie di componenti: i **componenti commerciali** e i **componenti realizzati a fronte di un disegno tecnico.**

I componenti commerciali possono essere normalizzati oppure possono essere gruppi più o meno complessi costituiti anche da migliaia di sottocomponenti; in termini di volume economico rappresentano il 50% del costo delle materie prime degli impianti. Per quanto riguarda i componenti realizzati a fronte di

Capitale sociale e relazionale

un disegno (il 50% complementare in termini di volume) i **materiali utilizzati con maggiore frequenza sono gli acciai**. Viene **utilizzato anche l'alluminio**, ma con una percentuale molto più bassa. In ultimo, si fa ricorso a materie prime derivate da **polimeri plastici**. Per quello che concerne il packaging per gli impianti o i suoi componenti, l'Azienda utilizza principalmente il legno e il cartone, il cui riciclo è demandato al cliente finale, mentre l'impiego di plastiche è limitato principalmente alla protezione delle parti e/o degli impianti che si trovano all'interno del packaging primario.

INNOVAZIONE DI PROCESSO E PRODOTTO

Le aree di crescita interessanti su cui Fameccanica si focalizza sono:

- **Hygiene.** Area in cui progetta e sviluppa tecnologie e linee produttive per la produzione di prodotti igienici monouso in accordo con le esigenze del mercato, sempre più orientate a prodotti sostenibili, di qualità superiore e sicuri per l'utilizzatore finale.
- **Personal & Home Care.** Area in cui Fameccanica sviluppa soluzioni tecnologiche per la produzione e l'assemblaggio di prodotti di Home and Personal Care.
- **Robotica e Automazione.** Fameccanica sviluppa innovative soluzioni robotiche per la movimentazione, l'organizzazione e il riconoscimento automatizzato sia di pacchi sia di oggetti sia di contenitori e – più in generale – per l'automazione dei processi industriali.

Capitale sociale e relazionale

Le aree di crescita hanno sempre come sfondo l'ottica di offrire al cliente un prodotto in linea con le sue esigenze. L'innovazione ha come driver sempre la sostenibilità.

Fameccanica crede nell'innovazione e supporta i progetti di sviluppo. Un progetto fondamentale realizzato con il programma europeo LIFE è il progetto All-in.

- **Progetto All-in.** Parte del programma europeo LIFE, ha come obiettivo quello di lanciare un innovativo processo integrato eco-compatibile che, per la prima volta, combina, sulla stessa macchina, il processo di produzione degli AHP con processi per la lavorazione in linea di materie prime normalmente prodotte offline. I risultati attesi sono una riduzione del 23% di materie prime, una riduzione del 10% di CO₂ e una riduzione dei costi del 10%. Rientrano in questo progetto i processi sviluppati per la trasformazione in linea del materiale come il Topsheet 3D e la perforazione in linea del non-woven.

Nell'ambito dell'innovazione, Fameccanica attribuisce un'importanza strategica ai brevetti. Fameccanica attualmente detiene un portfolio di **oltre 750 titoli brevettuali attivi** che fanno capo a più di 200 famiglie brevettuali. Nel 2021 ha depositato **85 nuove domande di brevetto presso l'European Patent Office (EPO), primato italiano**.

Capitale sociale e relazionale

RAPPORTO CON LA CLIENTELA

I clienti che si avvalgono delle tecnologie e dei servizi Fameccanica sono multinazionali o private label di grandi, medie e piccole dimensioni, che operano nel settore manifatturiero o della logistica, il cui business attiene ai mercati della cura e igiene della persona, della casa e alla logistica di beni di largo consumo.

Tali clienti operano sia sul mercato italiano sia sul mercato internazionale. La maggior parte di essi è concentrata in Europa, Stati Uniti e America Latina, sebbene il parco clienti Fameccanica raggiunga aree geografiche ubicate in tutti gli altri continenti quali Africa, Asia e Oceania.

Fameccanica classifica i propri clienti, più di 90, in cluster che le permettono di pianificare strategie orientate al cliente sia per le sue tecnologie sia per i servizi di post-vendita da fornire. Tra questi ultimi si annoverano:

- **Vendita ricambi:** fornitura di componenti dell'impianto Fameccanica originali che

assicurino qualità e continuità del processo produttivo;

- **Servizi di assistenza tecnica:** per interventi successivi all'installazione della macchina relativi, per esempio, a cambi del formato del prodotto originario o a una modifica della tecnologia adottata sull'impianto per l'aggiornamento allo stato dell'arte;
- **Riparazioni/Manutenzioni;**
- **Remote Assistance:** servizio di assistenza da remoto 24/24 ai clienti per assicurare una produzione costante ed efficiente;
- **Training:** formazione dedicata in cui vengono condivisi con il cliente metodi di lavoro e caratteristiche tecniche delle soluzioni di Fameccanica, così da assicurare uno start-up verticale dell'impianto e ridurre il tempo di apprendimento necessario agli operatori, che rappresentano gli utilizzatori finali delle tecnologie;
- **Digital service:** app e servizi digitali basati su tecnologia IoT. Grazie a tali servizi il cliente può accedere ai dati di performance e di processo delle proprie linee di produzione.

Capitale sociale e relazionale

In ambito digital, grande importanza ricopre la gestione sicura delle informazioni; per questo motivo, nel 2021 Fameccanica ha avviato il **progetto di Certificazione del Sistema di Gestione secondo lo standard ISO 27001 "Information Security Management delle Informazioni"** presso il plant italiano, al fine di garantire la sicurezza dei propri dati. La norma ISO 27001 permette infatti la creazione di un **Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni** in linea con le "best practice" in materia di protezione delle risorse informative. Fameccanica gestisce la protezione delle risorse informative attraverso:

- un'attenta politica di formazione e coinvolgimento dei dipendenti (tutti i dipendenti seguono corsi di cyber security, attraverso una piattaforma di security education online; invio di newsletter con esempi pratici);
- il costante monitoraggio del livello di sicurezza con assessment esterni;
- investimenti in tecnologie dedicate alla protezione dell'identità digitale, protezione

fisica e protezione logica.

Con l'obiettivo di fornire un servizio e un prodotto sempre più efficienti e performanti, Fameccanica conduce indagini di **customer satisfaction**. Per raccogliere e gestire opportunamente le informazioni relative al livello di soddisfazione per il prodotto o il servizio fornito, l'Azienda adotta un sistema di valutazione basato su una survey. Il questionario si compone di domande che dipendono dal tipo di prodotto venduto e analizzato dal dipartimento Marketing. Per i servizi di post-vendita l'invio dei questionari è gestito dal reparto Customer Care. Entrambe le valutazioni condotte sulla base di survey portano a un'attenta analisi dell'opinione del cliente e delle aree di miglioramento suggerite, al fine di migliorare la gamma dei prodotti e servizi offerti.

Parallelamente, le iniziative intraprese da Fameccanica per sensibilizzare il cliente al rispetto dell'ambiente sono connesse allo sviluppo di due approcci: uno operativo, legato allo sviluppo di prodotti e soluzioni sempre più

Capitale sociale e relazionale

sostenibili; l'altro proteso alla divulgazione dei vantaggi delle proprie soluzioni in termini di sostenibilità. In quest'ultimo caso, nel 2021 sono continuate anche le attività di **divulgazione dei risultati del progetto LIFE-GLUELESS**, finanziato dalla Comunità europea, che mira alla diminuzione dell'utilizzo di colle nei pannolini monouso per bambini, così come sono stati divulgati i primi risultati del **progetto LIFE All-in relativi alla trasformazione in linea dei materiali**. Il contatto diretto con il cliente e la costante divulgazione degli aspetti di sostenibilità di questi progetti hanno contribuito a sensibilizzare il portfolio clienti verso l'adozione di soluzioni e tecnologie sempre più sostenibili.

Capitale sociale e relazionale

Profumeria e Dermocosmesi

Angelini Beauty è la business unit di Angelini Industries, con sede a Milano, operativa nei settori della **profumeria selettiva e dello skincare & suncare**, sia attraverso contratti di licenza con aziende del settore Moda, che con marchi di proprietà.

Angelini Beauty si occupa della creazione, sviluppo e distribuzione internazionale delle linee di profumo di Trussardi, Laura Biagiotti, Blumarine, Mandarina Duck, Angel Schlessler, Armand Basi, Chiara Ferragni e di skincare & suncare di Anne Möller. Distribuisce inoltre in Spagna i brand Versace, Moschino, Dsquared2, Atkinsons e Missoni, e in Germania, Filorga, Le Couvent des Minimes, Courrèges, Elle e Comodynes.

QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

Poiché l'intero processo di produzione è svolto in outsourcing, Angelini Beauty si preoccupa di concordare con i propri fornitori gli standard di

prodotto finito e dei componenti, il prospetto per le gestioni delle deviazioni dei lotti produttivi, i metodi di controllo in ingresso dei componenti e dei formulati e i criteri di rilascio dei lotti produttivi. A supporto del processo in essere, basato sulle **azioni preventive (CAPA)**, a partire dalla seconda metà del 2021, l'Azienda ha iniziato a sviluppare un Sistema di Gestione fondato sui **capitolati di fornitura dei terzi**, documenti formali attraverso i quali Angelini Beauty gestisce la conformità di prodotto finito e dei materiali utilizzati per realizzarlo in conto lavorazione. Il capitolato, comprensivo dei suoi allegati tecnici, contiene informazioni circa:

- principi generali di attribuzione delle reciproche **responsabilità**;
- **sistemi di misurazione del livello di qualità** secondo normative standard (ISO 2859);
- **criteri di identificazione univoca (lotto), tracciabilità, conservazione** di campioni e informazioni;
- **caratteristiche tecniche dei componenti**, le verifiche da svolgere per garantirne la qualità e sicurezza e i criteri di accettazione.

Capitale sociale e relazionale

Per ciascun prodotto, sulla base di quanto emerso durante il processo produttivo, vengono definiti i possibili difetti di produzione, ne viene pesata e comunicata la gravità all'interno dell'allegato tecnico, viene richiesto un campionamento statistico secondo un piano definito dall'Azienda e viene comunicato il criterio di rilascio del lotto.

Al fine di garantire e tutelare la salute del consumatore finale, **Angelini Beauty sottopone i propri formulati cosmetici a molteplici test e protocolli**, volti a garantire la sicurezza dei prodotti e l'assenza di gravi rischi per il cliente. I test svolti riguardano:

- **challenge test:** garantisce la sicurezza microbiologica e previene il rischio di contaminazioni batteriche;
- **patch test:** verifica se il formulato ha un potenziale irritante una volta applicato sulla pelle;
- **test di stabilità in condizioni radicali di temperatura ed esposizione ai raggi solari:** accelera l'invecchiamento del prodotto e assicura che il formulato non modifichi le

proprie caratteristiche diventando pericoloso durante lunghi periodi di stoccaggio o uso;

- **transport test:** verifica che il packaging sia stato adeguatamente progettato per garantire sia la sicurezza del prodotto sia il trasporto;
- **test di efficacia,** presso laboratori indipendenti, che supportino e dimostrino le proprietà vantate dal prodotto.

L'Azienda presta inoltre grande attenzione all'evoluzione del quadro normativo europeo in materia di sicurezza di prodotto e, per tale motivo, nel 2021 ha realizzato un repository in cui sono disponibili le informazioni tecniche e regolatorie relative a ogni singolo prodotto commercializzato. Il repository alimenta un **sistema informativo Eucostar di raccolta dei documenti e calcolo dei fattori di rischio del prodotto volto a effettuare un safety assessment dei prodotti e a garantirne la tracciabilità delle modifiche subite nel tempo.**

A supporto di questo sistema, è stato creato un account e-mail, regulatory@angelinibeauty.it, per canalizzare tutte le segnalazioni dei consumatori riguardo a reazioni avverse

Capitale sociale e relazionale

scaturite dall'utilizzo dei prodotti e gestire responsabilmente la cosmetovigilanza attraverso Eucostar. Nel corso del 2021 non sono state rilevate problematiche relative alla sicurezza di prodotti, né durante le attività di testing presso laboratori esterni, né una volta immessi nel mercato. Parallelamente a questa attività, Angelini Beauty ha provveduto a conformare i prodotti venduti in Gran Bretagna ai nuovi criteri enunciati dalla Brexit. In conformità al Regolamento Europeo CE 1223/2009, Angelini Beauty garantisce la rintracciabilità dei propri prodotti riportando in etichetta:

- il nome o la ragione sociale della persona responsabile;
- il contenuto nominale del prodotto;
- la data di scadenza o il periodo di durata del prodotto dopo la prima apertura;
- la funzione del prodotto;
- le precauzioni di impiego;
- la lista degli ingredienti secondo INCI, che includa gli allergeni indicati nell'allegato III del Regolamento 1223/09;

- la traduzione della funzione del prodotto nelle lingue dei Paesi in cui verrà distribuito.
- Nel prossimo futuro, Angelini Beauty si pone l'obiettivo di completare l'implementazione del sistema dei capitoli di fornitura, gestendo in maniera codificata l'iter di validazione del prodotto in fase di industrializzazione e riportando in un unico file tutte le informazioni relative agli standard e alle panoplie in termini di stato di approvazione, distribuzione e scadenza con l'obiettivo di rinforzare il processo di controllo di qualità.

Capitale sociale e relazionale

SELEZIONE RESPONSABILE DEI MATERIALI

I principali materiali impiegati da Angelini Beauty sono relativi al processo di packaging che viene svolto direttamente dall'Azienda, come rappresentato nella tabella alla pagina seguente.

Nel 2021, Angelini Beauty ha impiegato **828,21 tonnellate di materiale**, di cui il maggior quantitativo, 56%, è rappresentato dal vetro, seguito da carta e cartone certificati FSC (20%) e plastica (11%). Il riciclo dei materiali viene svolto presso gli impianti produttivi dei fornitori di packaging dove, per esempio, vengono recuperati gli sfridi e gli scarti derivanti dalla produzione di vetro.

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/MATERIALI/COMPONENTI/SEMILAVORATI ⁷⁰	2019		2020		2021		
	PESO (t) TOTALE	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	PESO (t) TOTALE	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	PESO (t) TOTALE	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE CERTIFICAZIONE
Legno	1,09	n.d.	-	n.d.	-		
Acciaio	3,46	n.d.	2,50	n.d.	4,64		
Alluminio	7,71	n.d.	4,63	n.d.	20,04		
Altri metalli	5,68	n.d.	5,60	n.d.	11,18		
Plastica	105,70	n.d.	40,41	n.d.	87,13		
di cui plastica HDPE	37,35	n.d.	22,80	n.d.	14,20		
di cui plastica LDPE	-	n.d.	-	n.d.	1,47		
di cui plastica PET	2,65	n.d.	2,20	n.d.	5,32		
di cui plastica PVC	0,30	n.d.	0,70	n.d.			
di cui altre plastiche PE	30,58	n.d.	7,00	n.d.	15,31		
Vetro	307,12	n.d.	118,47	n.d.	466,47		
Carta/Cartone	212,53	n.d.	57,33	n.d.	163,52	70%	FSC
Pelle	0,11	n.d.	-	n.d.	0,04		
Ferro	0,15	n.d.	-	n.d.	0,09		
Tessuti	0,40	n.d.	-	n.d.	0,31		
Altri materiali	9,58	n.d.	1,74	n.d.	68,21		
Misto	14,26	n.d.	-	n.d.	6,59		

⁷⁰ Non sono reperibili i dati relativi ai materiali acquistati dalla sede in Italia di Angelini Beauty per il biennio 2019-2020.

Capitale sociale e relazionale



INNOVAZIONE DI PROCESSO E PRODOTTO

In un periodo storico caratterizzato da importanti sfide ecologiche e ambientali, Angelini Beauty valuta l'innovazione come un elemento indispensabile per favorire una crescita sostenibile nel lungo periodo. Nonostante ciò, a oggi, la componente di materiali riciclati risulta essere trascurabile; nel corso del 2021 l'Azienda ha posto grande attenzione sul tema della **riciclabilità delle materie**, avviando un **processo di revisione e aggiornamento delle linee guida per la realizzazione di nuove proposte olfattive e skincare maggiormente ecosostenibili** e, allo stesso tempo, valutando l'**impiego di packaging contenenti percentuali variabili di plastica da riciclo post consumo (PCR)**, tra cui poliolefine e derivati. La prima linea basata su pack realizzato da materiali riciclati, progettata nel 2021 per il prodotto "Clean Up" di Anne Möller, sarà prodotta nel 2022. Parallelamente a questa attività, Angelini

Beauty ha condotto uno **studio di LCA (Life Cycle Assessment)** su flacone e astuccio del bestseller di Mandarin Duck Donna, per rilevare la modifica dell'impronta ambientale derivante dalla riduzione di peso sia del vetro sia della carta impiegata. LCA è un metodo standardizzato che permette di valutare quantitativamente gli impatti ambientali, si basa sull'analisi del consumo di risorse ambientali, in termini di materie prime ed energia utilizzate per realizzare un prodotto, e analizza l'impatto che questo può avere durante il suo utilizzo e alla fine del suo ciclo di vita, post consumo.

Con la collaborazione di ERGO, Angelini Beauty ha analizzato l'effetto di modifiche sostanziali nella catena di approvvigionamento e del restyling di Mandarin Duck Donna, con la riduzione del peso del flacone da 208 a 162 grammi, la diminuzione di un 10% della carta necessaria per la realizzazione dell'astuccio e l'eliminazione del suo rivestimento in plastica. L'analisi dei consumi verificati direttamente presso i siti produttivi ha permesso di rilevare:

Capitale sociale e relazionale

- la **riduzione dell'83% di emissioni di CO₂**;
- la **diminuzione del rischio di eutrofizzazione marina del 72%**. L'eutrofizzazione è la crescita incontrollata di alghe che comporta un grande consumo di ossigeno nell'acqua, compromettendo la vita delle specie animali che popolano i mari e riducendone la biodiversità;
- la **riduzione dell'89% dell'utilizzo di risorse minerali**.

Sulla produzione annuale del flacone di Mandarin Duck Woman, le emissioni vengono così ridotte di circa **98.000 kg-CO₂eq**, pari alla quantità di CO₂ assorbita in un anno da 13.000 alberi. È stato inoltre ridotto il consumo di energia per una quantità pari a quella necessaria a illuminare completamente uno stadio durante circa 70 partite di calcio. Nell'ultimo anno fiscale, l'Azienda ha inoltre messo a punto una serie di attività di ricerca e sviluppo volte a migliorare il processo produttivo e a proporre prodotti sempre più innovativi e ricercati al fine di soddisfare e sorprendere la clientela. Di seguito vengono

riportate le principali iniziative intraprese nell'anno di riferimento:

- proseguimento del **processo di revamping della linea Anne Möller**. Le formule sono state modificate eliminando derivati dell'alluminio, siliconi, PEG, mentre le texture sono state migliorate attraverso l'utilizzo di ingredienti di origine naturale;
- sviluppo dell'estensione di linea del nuovo profumo femminile firmato Trussardi, sempre con l'impiego di materiali provenienti da **scarti industriali e da fonti rinnovabili**;
- continuazione del processo di aggiornamento **del design del flacone e della cartotecnica di Mandarin Duck Donna**, per il quale si è proceduto alla "sgrammatura" del vetro del flacone, che è stato ridotto del 22%, e a una diminuzione del peso dell'astuccio del 10% modificando il finish in poliestere che impediva la completa riciclabilità;
- progetto di **riduzione dei materiali della cartotecnica** impiegata per il merchandising. In questo ambito, l'Azienda ha provveduto a ridurre del 40% l'impiego di carta nell'astuccio

Capitale sociale e relazionale

- del franchise di Laura Biagiotti Roma e Roma Uomo;
- sostituzione della galvanizzazione con lo **sputtering** in una serie di prodotti (per esempio, Trussardi Le Vie di Milano, Levriero e My Name);
 - riduzione del decoro del vetro di Trussardi Sound of Donna al fine di diminuire l'impiego di inchiostri.

Nella visione di Angelini Beauty, l'Azienda intende diventare promotrice di diversi interventi che generino un forte impatto positivo sia sull'ambiente sia sulla società. In questo senso, un elemento di forte sensibilità per la realtà del Beauty riguarda la promozione di un'educazione al consumo, al fine di suscitare una domanda di sostenibilità. L'intento è **creare alcune partnership con diversi retailer per favorire l'identificazione di prodotti sostenibili agli occhi dei consumatori e promuovere un cambiamento dei loro comportamenti.**

Sullo stesso piano si pone l'attenzione dell'Azienda nel monitoraggio del suo impatto in termini di emissioni di carbonio,

che riguarderebbe dunque lo sviluppo di un processo di controllo strutturato sui fornitori per verificarne il rispetto e la promozione di tematiche sostenibili. Con l'obiettivo di creare valore su tutta la catena di fornitura, l'Azienda ha pertanto **sviluppato, divulgato e condiviso il Codice di Condotta fornitori** sul perimetro italiano, che verrà esteso nel 2022 alle Società Operative estere. In quest'ottica si inserisce anche il consolidamento e la standardizzazione delle modalità di gestione sulla conformità del prodotto, e la codificazione, in documenti ufficiali, dei piani di controllo dei componenti e prodotti finiti. Allo stesso tempo, Angelini Beauty desidera avviare un processo di **"paperless company"** per ridurre l'impiego di carta e accelerare il percorso di trasformazione digitale dell'organizzazione.

A partire dal secondo quadrimestre del 2022, Angelini Beauty applicherà l'**ecotool** sviluppato, che permetterà di eseguire un **calcolo preliminare di impatto ambientale dell'unità di vendita** e proporre ottimizzazioni basate su: scelta dei materiali, scelta dei decori,

Capitale sociale e relazionale

ubicazione di fornitori e modalità di trasporto, livello di complessità, sostenibilità e fine vita del prodotto. Tale strumento consentirà inoltre di quantificare gli impatti relativi al fine vita del prodotto. A fianco di questa attività, l'Azienda si propone di iniziare un percorso di **studio e ricerca sui processi industriali di riciclo**. L'obiettivo è di:

- adottare opzioni sostenibili per la realizzazione dei tappi, solitamente realizzati in materiali compositi difficili da riciclare (Surlyn), e di materiali caricati, in modo da ridurre la porzione da indirizzare alla frazione indifferenziata;
- realizzare un criterio di reporting SAP per ottenere agevolmente e automaticamente le informazioni relative ai consumi di materiali.

Capitale sociale e relazionale

LA COLLABORAZIONE CON TRUSSARDI COME ESEMPIO DI SOSTENIBILITÀ

Il tema della sostenibilità è un ambito in cui gli obiettivi che si pone l'Azienda si allineano con gli interessi dei licenzianti. Ne è una dimostrazione lo sviluppo della nuova fragranza femminile di Trussardi, per la quale è stato creato un prodotto innovativo in grado di promuovere un approccio più etico e green alla cosmesi. Di fatto, l'80% della fragranza è composto da alcol prodotto da biotecnologie con processi sostenibili. Per il packaging, seguendo il filone dell'eco-design, è stata utilizzata carta certificata FSC (Forest Stewardship Council), che garantisce che la materia prima usata proviene da foreste dove sono rispettati rigorosi standard ambientali, sociali ed economici. La parte superiore del tappo è decorata con un materiale totalmente vegetale, costituito da fibre derivanti dai torsoli delle mele, mentre la parte restante è realizzata con un materiale di polipropilene (polimerico,

plastica), il 35% del quale deriva da risorse rinnovabili. Inoltre, per questo lancio tutti i materiali di merchandising nei negozi, come espositori da scaffale e da banco, sono stati realizzati con materiali riciclati e riciclabili. Grazie allo sviluppo di tale progetto, è stata infine elaborata per la prima volta una poliolefina di derivazione naturale, il terralene PP, che verrà impiegata in tutto il franchise Trussardi nei prossimi anni.

Capitale sociale e relazionale

RAPPORTO CON LA CLIENTELA

I prodotti creati da Angelini Beauty vengono distribuiti in quasi **80 Paesi tra Europa, Medio Oriente e Asia, Stati Uniti e America Latina**. I principali ricavi (65%) dell'Azienda derivano dai mercati italiani, spagnoli, portoghesi, austriaci, svizzeri e tedeschi.

Lavorando principalmente con licenzianti, Angelini Beauty presenta due tipologie di clienti:

- canale **Business to Business con organizzazioni distributive internazionali** (filiali, distributori);
- canale **Business to Business con organizzazioni Retail**.

Nel 2021 è stato analizzato e codificato in procedura il flusso **order to cash**, oltre al **processo di gestione delle procedure doganali** per l'esportazione dei prodotti, considerando i vincoli collegati alle registrazioni sanitarie richieste in alcuni Paesi. Analogamente, è stata formalizzata la procedura di monitoraggio del livello di servizio, che permette di tracciare

tramite opportuni indicatori, OFR e CFR, il **livello di soddisfazione delle richieste del cliente**. Infine, sono stati codificati i criteri di replenishment delle filiali, ottimizzando sia lo stock management sia l'impatto dei trasporti. In caso di anomalie del prodotto, **il servizio di supporto al cliente viene gestito dal Customer Service in collaborazione con R&D**. Le anomalie vengono regolarmente registrate in un apposito file e Controllo Qualità si occupa del follow-up delle azioni volte a risolvere eventuali problematiche segnalate dai clienti. Regulatory Affair provvede a fornire invece tutte le informazioni supplementari richieste dai clienti per la creazione di propri archivi di prodotto, utili per lo stoccaggio e il monitoraggio dello stato di conformità regolatoria o per l'allestimento della comunicazione tecnica nelle pagine web.

Capitale sociale e relazionale

TRUSSARDI E L'ATTENZIONE ALL'INCLUSIVITÀ NELLA COMUNICAZIONE ESTERNA

In occasione del lancio della nuova fragranza Trussardi Eau de Parfum, è stata realizzata una International Maxi Influencer Activation che ha visto coinvolte 82 influencer da 9 Paesi, inclusi l'Italia, la Spagna e la Germania, scelte per interpretare i codici della nuova femminilità Trussardi.

Accomunate da una forte passione per lo stile, la bellezza, la moda e gli accessori, le talent sono anche impegnate su importanti temi come l'empowerment femminile e le cause sociali e ambientali. Giovani donne "che hanno qualcosa da dire".

Il casting è stato studiato su due cardini portanti: inclusività e rispetto per la diversità. Il risultato è stato il coinvolgimento di donne di diverse nazionalità, etnie, esperienze di vita, tipi di bellezza, culture e orientamenti sessuali, che hanno interpretato la nuova femminilità Trussardi esprimendo la propria personalità.

Capitale sociale e relazionale

Settore Vitivinicolo

Angelini Wines & Estates è una realtà che produce e vende vini di pregio. Nel 2018, l'Azienda è diventata una Società Agricola, permettendo così di legare la produzione vinicola ai vigneti di proprietà. I brand, le tenute e i vini che contraddistinguono la Società sono:

BERTANI
DAL 1857

Bertani
(Verona, Veneto):
Valpolicella

**CANTINA
PUIATTI**

Cantina Puiatti
(Romans D'Isonzo, Friuli):
Collio Isonzo


TENUTA
TRE ROSE

Tenuta Trerose
(Montepulciano, Toscana):
Montepulciano


SAN LEONINO

San Leonino
(Castellina in Chianti, Toscana):
Chianti Classico


VAL DI SUGA

Val di Suga
(Montalcino, Toscana):
Montalcino

FAZI BATTAGLIA

Fazi Battaglia
(Castelplanio, Marche):
Verdicchio dei Castelli di Jesi

Capitale sociale e relazionale

QUALITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO

In Angelini Wines & Estates è attivo un **sistema di autogestione che prende come riferimento il Sistema HACCP**, in conformità con quanto prescritto dal Regolamento CE n. 852/2004 relativo all'igiene dei prodotti alimentari e alla legislazione nazionale in merito alla tutela igienica e sanitaria degli alimenti e delle bevande. Di fatto, **l'Azienda opera nel rispetto dei regolamenti comunitari riguardanti le pratiche enologiche e secondo i relativi decreti, leggi applicabili e disciplinari che si riferiscono alle denominazioni di origine e indicazioni geografiche.**

Per tutti i vini prodotti vengono effettuati controlli analitici per i possibili contaminanti, in linea con la legislazione vigente. In conformità con quanto previsto dal Regolamento CE n. 1169 del 2011 art. 21, relativo all'informazione sugli alimenti ai consumatori, i vini prodotti dalla Società contengono solo ed esclusivamente solfiti, come espressamente indicato in

etichetta. La presenza di altre tipologie di allergeni è oggetto di verifica secondo quanto previsto dal sistema di autogestione che finora ha sempre dato esito negativo. A tal proposito, la qualità e sicurezza dei prodotti viene monitorata attraverso controlli preventivi che prevedono l'analisi di ogni massa su residui di fitofarmaci, metalli pesanti e allergeni e il controllo dei livelli di solfiti in ogni fase di lavorazione, che viene validato mensilmente dagli esami svolti da un laboratorio esterno accreditato. Le caratteristiche chimiche e organolettiche dei prodotti finiti vengono presentate tramite apposite specifiche, oltre che nei disciplinari riguardanti i vini IGP e DOP o eventualmente nei contratti di fornitura. Infine, a ogni produttore e rivenditore viene richiesta la dichiarazione OGM-free e, per ogni materiale, deve essere fornita la dichiarazione di conformità MOCA. Oltre a garantire la sicurezza e la qualità dei propri prodotti, Angelini Wines & Estates si impegna a effettuare uno **screening sistematico sui propri fornitori**. Ai fornitori di impianti, attrezzature e materiali, l'Azienda richiede

Capitale sociale e relazionale

dichiarazioni di conformità al contatto con alimenti, e, nel caso di attrezzature e materiali contenenti parti in plastica, si accerta che la dichiarazione esprima conformità ai requisiti specificati dal Regolamento CE 10/2011. Per quanto riguarda la **gestione della rintracciabilità dei materiali sussidiari**, utilizzati nell'ultima parte delle lavorazioni, in aggiunta alla dichiarazione di idoneità alimentare, per ogni lotto di tappi deve essere fornito il certificato di conformità delle specifiche tecniche stabilite, mentre per la fornitura di bottiglie vengono richieste e aggiornate (solo in presenza di sostanziali cambiamenti nella produzione del materiale) le analisi migratorie del vetro. In questo settore, l'etichettatura esposta sulla bottiglia di vino rappresenta una sorta di "carta d'identità" del prodotto, che ne garantisce la qualità e il pregio. Le informazioni obbligatorie da riportare in etichetta devono essere chiare e leggibili senza necessità di ruotare la bottiglia. I vini con denominazione di origine devono assolutamente indicare:

- il nome del vino, inteso come vitigno, area

- geografica o marchio;
- la classificazione: Denominazione di Origine Protetta (DOC/DOCG/DOP) o Indicazione Geografica Protetta (IGP/IGT); per i vini senza denominazione di origine si può indicare la categoria (vino rosso, vino bianco, vino rosato);
- l'indicazione geografica o la denominazione di origine e le eventuali menzioni del vitigno;
- i dettagli relativi all'imbottigliatore. Per i vini DOP e IGP è ammessa la dicitura "imbottigliato all'origine"; i dettagli relativi ad altri operatori della filiera, quali possono essere il produttore o il distributore;
- il Titolo Alcolometrico Volumico Effettivo (TAVE) espresso in unità o mezza unità percentuali seguite da "% vol.";
- la tolleranza analitica rispetto al valore indicato in etichetta: 0,5% vol. o 0,8% vol. per i vini DOP e IGP imbottigliati da oltre tre anni;
- il volume del recipiente in cl;
- l'eventuale presenza di allergeni (solfiti, uova, latte o altro);
- il numero di lotto della partita.

Capitale sociale e relazionale

SELEZIONE RESPONSABILE DEI MATERIALI

Il processo produttivo industriale di Angelini Wines & Estates si compone di **due fasi principali**. La prima fase fa riferimento alla produzione e trasformazione della materia prima "uva". In questa fase non si utilizzano ulteriori materiali o componenti se non il prodotto agricolo, come riportato nella tabella.

2019

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/ MATERIALI/COMPONENTI/ SEMILAVORATI	PESO (t)	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
	4.018,81	4.018,81	-	-

2020

	PESO (t)	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
	3.832	3.832	514,4	"RRR" per uve zona Valpolicella

UVA

2021

	PESO (t)	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
			541,78	"SQNP" uve tenuta Novare
	3.493,35	3.493,35	453	"BIO" uve Tenuta Trerose



Capitale sociale e relazionale

Dalle **3.493,35 tonnellate** di uva trattate nel 2021, circa il 28,5% di prodotto è certificato. Di fatto, nell'ultimo anno fiscale, la Tenuta Trerose ha realizzato la sua prima vendemmia **100% bio**, producendo vino ottenuto da uve coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica, che esclude tipicamente l'uso di concimi chimici artificiali, pesticidi, fungicidi ed erbicidi. Allo stesso tempo, la tenuta Novare ha ottenuto la **certificazione SQNPI** (Sistema di Qualità Nazionale di Produzione Integrata), una certificazione volontaria destinata a tutti i prodotti agricoli e agroalimentari che provengano da un sistema di produzione integrata, ovvero sia un sistema agricolo sostenibile e con basso impatto ambientale. In questa prima fase di coltivazione e trasformazione dell'uva, i materiali di scarto prodotti vengono riciclati o avviati ad altre industrie di trasformazione. In particolare:

- sarmenti, vengono utilizzati in azienda come materiali di compostaggio e fertilizzazione;
- vinaccia, viene conferita a terzi per la produzione di prodotti alcolici;

- raspi, vengono conferiti a terzi come materiale di compostaggio e fertilizzazione;
- feccia, viene consegnata a terzi per la produzione di alcool.

La seconda fase riguarda invece il processo di trasformazione della materia prima "vino" in prodotto finito "vino in bottiglia". In questa fase Angelini Wines & Estates impiega materiali sussidiari interamente composti da una percentuale di fonte rinnovabile e quasi totalmente certificati. I materiali utilizzati sono riportati nelle tabelle seguenti.

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/ MATERIALI/COMPONENTI/ SEMILAVORATI <i>(Unità di Euro)</i>				2019
	VOLUME	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
Materie prime dirette	623.570,60	623.570,60		
Bottiglie (vetro)	1.067.104,98	693.618,24	693.618,24	ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001
Tappi (sughero)	734.081,61	587.265,29	587.265,29	Certificazione FSC per le foreste
Capsule (multimateriale)	104.708,71	-		
Scatole (cartone)	257.235,31	252.090,60	252.090,60	Certificazione FSC, PEFC, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001
Divisori interni (cartone)	56.508,71	55.378,54	55.378,54	Certificazione FSC, PEFC, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18002
Etichette (carta)	505.187,80	353.631,46	353.631,46	Certificazione FSC per le foreste
Cassette (legno)	444.723,33	435.828,86	435.828,86	Certificazione FSC per le foreste
TOTALE	3.793.121,05	3.001.383,59	2.377.812,99	-

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/ MATERIALI/COMPONENTI/ SEMILAVORATI <i>(Unità di Euro)</i>	2020			
	VOLUME	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
Materie prime dirette	733.305,12	733.305,12		
Bottiglie (vetro)	1.132.329,84	736.014,40	736.014,40	ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001
Tappi (sughero)	694.667,22	555.733,78	555.733,78	Certificazione FSC per le foreste
Capsule (multimateriale)	102.843,21	-		
Scatole (cartone)	263.159,23	257.896,05	257.896,05	Certificazione FSC, PEFC, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001
Divisori interni (cartone)	43.121,56	42.259,13	42.259,13	Certificazione FSC, PEFC, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18002
Etichette (carta)	467.828,14	374.262,51	374.262,51	Certificazione FSC per le foreste
Cassette (legno)	302.112,16	302.112,16	302.112,16	Certificazione FSC per le foreste
TOTALE	3.739.366,48	3.001.583,15	2.268.278,03	-

Capitale sociale e relazionale

TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME/ MATERIALI/COMPONENTI/ SEMILAVORATI <i>(Unità di Euro)</i>	2021			
	VOLUME	DI CUI MATERIALE DA FONTI RINNOVABILI	DI CUI MATERIALE DA FONTI CERTIFICATE	INDICARE LA CERTIFICAZIONE
Materie prime dirette	1.548.519,34	1.548.519,34		
Bottiglie (vetro)	1.382.115,33	898.374,96	898.374,96	ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001
Tappi (sughero)	772.097,28	617.677,82	617.677,82	Certificazione FSC per le foreste
Capsule (multimateriale)	134.492,28	-	-	
Scatole (cartone)	363.593,99	356.322,11	356.322,11	Certificazione FSC, PEFC, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001
Divisori interni (cartone)	49.401,11	48.413,09	48.413,09	Certificazione FSC, PEFC, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001
Etichette (carta)	736.229,23	721.504,65	721.504,65	Certificazione FSC per le foreste
Cassette (legno)	312.300,44	309.177,44	309.177,44	Certificazione FSC per le foreste
TOTALE	5.298.749,00	4.499.989,41	2.951.470,07	-

Capitale sociale e relazionale

Il volume degli acquisti per materie prime, materiali, componenti e semilavorati si attesta a **5.298.749 Euro** nel 2021, circa il **41% in più rispetto all'anno precedente**. Tale incremento è stato principalmente dettato dalla ripresa a pieno regime delle attività produttive, dopo un calo di produzione registrato nel 2020 a causa della pandemia da Covid-19, e dall'implementazione di una politica di acquisti volta a prevenire le difficoltà di approvvigionamento previste per il 2022. I materiali maggiormente impiegati in questa fase di produzione risultano essere le **materie prime dirette**, che rappresentano il 29% del fatturato allocato per i materiali nell'ultimo anno fiscale, seguite dal **vetro**, utilizzato per la realizzazione delle bottiglie (26%) e dal sughero, impiegato per i tappi delle bottiglie (14%). Durante il processo di produzione che porta alla creazione del prodotto finito "vino in bottiglia", gli scarti dei materiali sussidiari come vetro, carta e cartone vengono conferiti a specifiche aziende per il riciclaggio, mentre il sughero viene ritirato direttamente dalle

aziende fornitrici per essere reinserito nel ciclo produttivo.

La percentuale di vetro proveniente da riciclo utilizzato nella produzione di bottiglie varia in base al colore dello stesso e può andare da un minimo del 20% per il vetro "bianco" a un massimo del 75% per il vetro "verde". La percentuale riportata nella tabella alla pagina precedente tiene conto delle diverse tipologie di vetro utilizzate per le bottiglie dei prodotti Angelini Wines & Estates.

INNOVAZIONE DI PROCESSO E PRODOTTO

L'informazione e la formazione continua consentono ad Angelini Wines & Estates e ai suoi dipendenti di essere costantemente aggiornati sull'evoluzione del settore vitivinicolo. La principale attività svolta negli ultimi anni ha riguardato la valutazione dell'impatto ambientale delle attività svolte in vigneto che, come menzionato precedentemente, ha portato

Capitale sociale e relazionale



alla certificazione biologica di Tenuta Trerose, che incide per circa il 25% sulla superficie coltivata a vite della Società Agricola. Nelle aziende agricole non biologiche sono state portate a compimento attività che hanno generato una significativa diminuzione dell'impiego degli agrofarmaci. Di fatto, grazie all'efficientamento della distribuzione e all'utilizzo di una rete di rilevamento di dati meteorologici (DSS) che supportano l'Azienda nelle strategie di difesa delle colture, Angelini Wines & Estates è riuscita ad abbattere in maniera significativa l'utilizzo di mezzi chimici nella produzione. Oltre a questi progetti, particolare attenzione è stata dedicata anche alla fertilità del suolo. In questo ambito l'Azienda sta portando avanti alcuni studi sull'impiego di una biotecnologia green per migliorare e stimolare l'attività microbiologica del suolo, riducendo così l'utilizzo di fertilizzanti e incrementando la resistenza delle piante agli stress abiotici. Infine, Angelini Wines & Estates continua l'implementazione della **viticoltura di**

precisione, pilastro dell'agricoltura 4.0, al fine di migliorare la qualità dei prodotti e di limitare l'utilizzo in eccesso di alcuni mezzi tecnici, con un risparmio economico significativo. In quest'ottica, il processo di digitalizzazione ha permesso negli ultimi anni il controllo da remoto di molti strumenti che sono indispensabili nei processi di lavorazione sia in azienda agricola, sia in cantina. In vinificazione la **digitalizzazione ha consentito di programmare e di controllare le lavorazioni in maniera precisa e puntuale**, con un minor impiego di manodopera e una maggiore qualità nello svolgimento delle attività. Ha inoltre favorito la riduzione di sprechi energetici, permettendo di gestire con maggiore efficienza le temperature e l'umidità delle cantine e di automatizzare e rendere più efficaci i lavaggi durante la filtrazione, riducendo così l'impiego di acqua e generando anche meno reflui. Angelini Wines & Estates intende fare della sostenibilità un pilastro fondamentale delle sue attività future. Di fatto, lo sguardo dell'Azienda si rivolge principalmente alla necessità di

Capitale sociale e relazionale

elaborare un'efficiente gestione del verde e un controllo rigido sull'impatto che la filiera produce sul territorio, ma anche all'incidenza che essa ha sul tessuto sociale. La comunità locale, da decenni, ha fornito un considerevole supporto alla realtà viticola della Società nella cura e nel potenziamento del territorio agricolo, al fine di competere ad alti livelli nel mercato. Per tale motivo, Angelini Wines & Estates vorrebbe valorizzare e promuovere ulteriormente questo rapporto, facendone un proprio punto di forza nella produzione. Un'altra mission di lungo termine che l'Azienda vuole portare avanti riguarda il tema del **wellness del consumatore**, attraverso la valorizzazione della naturalità del prodotto. In questo ambito, Angelini Wines & Estates desidera implementare un sistema di gestione di sicurezza alimentare certificato IFS più mirato, coerente e integrato di quanto normalmente richiesto dalla legge, uniformando così i controlli in tutte le proprie cantine, garantendo maggiore sicurezza al consumatore. Le certificazioni IFS verranno ottenute tra il 2022 e il 2023.

RAPPORTO CON LA CLIENTELA

Angelini Wines & Estates, con le sue sei cantine (Bertani, Cantina Puiatti, Val di Suga, Tenuta Trerose, San Leonino e Fazi Battaglia) situate nelle principali campagne italiane, si rivolge a **tre tipologie di clienti**: canale Horeca (ristorazioni ed enoteche), Grande Distribuzione e consumatori finali.

I clienti vengono assistiti tramite i tradizionali contatti telefonici e di posta elettronica reperibili sul sito internet principale. Dal sito di Angelini Wines & Estates è inoltre possibile accedere ai siti web delle singole cantine, dove i clienti possono consultare i nuovi prodotti e rimanere aggiornati sulle novità e gli eventi organizzati.

Capitale sociale e relazionale

Rapporto con la comunità



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.

Fondazione è aperta al contributo di tutti e, oltre alle iniziative di supporto sociale, si pone l'obiettivo di promuovere la riflessione sui temi più sensibili per l'umanità attraverso iniziative di confronto.

Fondata nel 2010, ha al suo attivo numerosi

progetti. Tra i più recenti, si segnala, nel 2021, la realizzazione di **Casale Angelini**, la prima "Care House" italiana pensata come una casa dove accogliere i pazienti oncologici in cura presso l'Azienda Ospedaliero-Universitaria AOU Ospedali Riuniti di Ancona, la città dove il Gruppo è nato e in cui è presente col suo più grande impianto produttivo farmaceutico. La realizzazione del progetto è stata possibile grazie a un protocollo di intesa siglato da Fondazione Angelini con Regione Marche, Comune di Ancona, Università Politecnica delle Marche e Azienda Ospedaliero-Universitaria AOU Ospedali Riuniti di Ancona, e la Onlus Artis, che ha in gestione il Casale.

Fondazione ha inoltre contribuito al miglioramento della struttura DEA degli Ospedali Riuniti di Ancona, centro hub per tutta la Regione Marche.

Ha supportato iniziative di contrasto dell'emergenza Covid-19, tra cui il finanziamento del progetto di automazione della diagnostica dei laboratori dell'Ospedale Lazzaro Spallanzani di Roma, donazione motivata dalla volontà

Capitale sociale e relazionale



non solo di reagire all'emergenza ma anche di incentivare la ricerca in una prospettiva di lungo termine.

In collaborazione con MadreNatura, la joint venture tra Angelini Industries e Gruppo Hero che opera nel settore del baby food, ha promosso nel 2021 **un progetto di adozione alimentare a favore di bambini in età da svezzamento** assistiti da Banco Alimentare Lombardia e Banco Alimentare Abruzzo. Fondazione Angelini ha a cuore la salvaguardia del patrimonio culturale italiano e dell'ambiente; vanno in questa direzione le azioni di supporto a FAI – Fondo Ambiente Italiano – per il restauro di Villa Gregoriana a Tivoli, e a INDA (Fondazione Istituto Nazionale del Dramma Antico) per la riapertura del Teatro Greco di Siracusa nella scorsa stagione estiva.

Di recente, Fondazione 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.

Attualmente supporta Unicef e Croce Rossa Italiana, nonché altre organizzazioni impegnate nell'emergenza umanitaria in corso in Ucraina.

A fianco dell'operato svolto dalla Fondazione, **Angelini Industries**, attraverso la sua Corporate Academy, ha dato vita a una serie di programmi formativi (Angelini Academy-Community Empowerment) rivolti alle famiglie e ai figli dei dipendenti che hanno contribuito a far sentire la vicinanza dell'Azienda a tutte le sue persone nei difficili periodi di lockdown. Ne è un esempio l'organizzazione di una serie di **seminari di orientamento al mondo del lavoro**, dedicati a oltre 200 figli neodiplomati o neolaureati dei dipendenti di Angelini Industries, di nazionalità italiana o estera, durante i quali esercitarsi a scrivere correttamente un CV, una lettera di motivazione e simulare un colloquio di lavoro. Allo stesso modo Angelini Academy è stata vicina alle famiglie, talvolta in difficoltà nella gestione domestica della didattica a distanza, attraverso l'organizzazione di oltre **20 laboratori digitali di coding e robotica per bambini**,

Capitale sociale e relazionale



gestiti da educatori ed educatrici professionali. Questi laboratori, adatti anche ai più piccoli, hanno avuto il merito di formare i bambini su competenze che saranno utili al loro futuro e al contempo intrattenerli in maniera giocosa per qualche ora alla settimana, restituendo loro socialità, anche se in digitale. Per i ragazzi più grandi, con la stessa formula educativa, sono stati realizzati laboratori di digital storytelling e Minecraft. Grazie a queste attività, **Angelini Industries restituisce valore alla comunità attraverso la formazione su nuove competenze e su ambiti tematici di rilevanza sociale sui quali ha una grande esperienza e autorevolezza.**

Infine, il tradizionale **Mercatino di Natale**, organizzato da Fater, è un'iniziativa di beneficenza promossa dalle Aziende del Gruppo Angelini Industries a sostegno di diverse Fondazioni. Questo evento prende vita nel periodo natalizio e consente ai dipendenti di acquistare a un prezzo di favore i prodotti che le Aziende del Gruppo mettono a disposizione. Per esempio, quelli per l'igiene e la pulizia della

casa ACE, gli assorbenti Lines, i pannolini e le salviette Pampers, i detergenti Infasil, gli integratori Acutil e Body Spring, i vini Bertani o i profumi Angelini Beauty. L'iniziativa è stata negli anni apprezzata e amata dalle persone che vi hanno partecipato e da tutti i dipendenti che collaborano in qualità di volontari alla sua realizzazione. **Nell'anno 2021 l'intero ricavato dell'iniziativa (270.000 Euro) è stato devoluto alle Fondazioni Onlus WeWorld e Hearth4Children.** WeWorld è un'importante Onlus che opera tutti i giorni in Italia e in 29 Paesi nel mondo per difendere i diritti dei bambini e delle donne garantendo istruzione, salute e protezione da violenze e abusi. Hearth4Children si impegna a portare un po' di scienza e poesia nelle vite dei bambini e delle loro famiglie, per educare insieme mente e cuore. Hearth4Children gestisce una casa per ragazzi e una scuola comunitaria vicino a La Ceiba, in Honduras, per educare e responsabilizzare i bambini del posto, dare loro gli strumenti utili per un percorso di vita migliore e incoraggiarli all'autosufficienza.

Capitale sociale e relazionale

L'impegno sociale del Gruppo Angelini Industries è testimoniato anche dalle iniziative e dai progetti promossi dalle singole Società Operative che, tramite le proprie risorse, sostengono e finanziano diverse attività benefiche e iniziative culturali che contribuiscono ad accrescere il benessere del territorio creando valore condiviso per l'intera comunità.

ANGELINI PHARMA

In questo ambito è doveroso menzionare le iniziative promosse da **Angelini Pharma** che, in occasione de "La Giornata Mondiale dei Poveri", si è attivata donando a SIMG (Società Italiana di Medicina Generale e delle Cure Primarie) circa 20.000 confezioni totali di prodotti afferenti ai brand Amuchina, Tachipirina, Tachifludec, Moment e Tantum Verde.

Sul territorio italiano è continuato l'impegno all'innovazione e divulgazione scientifica iniziato nel 2020 con Marche Biobank. In particolare, sono stati organizzati webinar a

favore di piccole e medie imprese del territorio dedicati ad argomenti scientifici di interesse comune. Allo stesso tempo è stata avviata una partnership con l'Università Politecnica delle Marche per il progetto europeo Pharmasea, che ha l'obiettivo di studiare la quantità di metaboliti derivanti da farmaci sulle acque e il loro potenziale effetto sulla qualità delle stesse. Infine, Angelini Pharma da sempre sostiene la ricerca e lo sviluppo di nuove soluzioni in campo farmaceutico; per questo motivo la Direzione Ricerca & Sviluppo e la Direzione Medica hanno stabilito rapporti con centri di eccellenza della comunità scientifica nazionale e internazionale e collaborazioni con istituti accademici di prim'ordine, quali Milano e Pisa, per nuovi studi inerenti all'innovazione tecnologica e alla ricerca farmacologica.

FATER

Parallelamente, Fater, da sempre attenta alle esigenze del territorio, ha sostenuto le attività di **Banco Alimentare Abruzzo e Molise (BA)**

Capitale sociale e relazionale

tramite la fornitura continuativa di prodotti assorbenti per la persona e detergenti, che il Banco Alimentare ha provveduto a redistribuire ad associazioni e Onlus operanti sul territorio, oltre che a famiglie in difficoltà; ha anche contribuito attivamente al progetto del Comune di Pescara **Generazione d'aMare**, volto al recupero e alla valorizzazione di una spiaggia a Pescara, con l'obiettivo di sensibilizzare maggiormente i cittadini ai temi del cambiamento climatico e della sostenibilità. Sempre nel 2021, Fater ha preso parte a diverse iniziative sociali attraverso i propri brand:

- **Lines** si impegna per costruire un mondo libero da stereotipi e discriminazioni di genere, in cui ogni donna possa essere sé stessa. A tale fine, il brand ha sostenuto le attività della **Onlus WeWorld**, un'organizzazione italiana indipendente impegnata da 50 anni a garantire i diritti di donne e bambini in 25 Paesi, compresa l'Italia, dove a Bologna ha aperto uno Spazio Donna WeWorld;
- **Pampers** supporta la genitorialità affinché

la famiglia possa essere un luogo in cui ogni bambino sia felice. In collaborazione con **Heart4Children**, Pampers ha dato vita al **Pampers Village**, in cui fornisce supporto e sostegno ai genitori. Tramite il Pampers Village, mamme e papà possono ascoltare storie di altri genitori, ricevere consigli e contattare un pool di esperti;

- **ACE** nell'ultimo anno ha donato circa **600.000 litri di candeggina** a istituzioni e ospedali di molte regioni italiane per igienizzare ambienti e superfici proprio lì dove l'esigenza sanitaria era più pressante, e oltre **140.000 litri** alle strutture ospedaliere dei Paesi esteri in cui sono presenti le sedi del brand.

FAMECCANICA

Allo stesso modo, le attività di **Fameccanica** concorrono in misura notevole allo sviluppo dei sistemi socio-economici dei territori in cui opera e svolgono un ruolo fondamentale non solo nel fornire un concreto supporto alla comunità, ma anche nel salvaguardare

Capitale sociale e relazionale

l'ambiente e l'ecosistema.

Un esempio della capacità innovativa di Fameccanica e della sua visione industriale focalizzata sulla produzione di soluzioni e prodotti che contribuiscano al miglioramento della vita degli utilizzatori finali è il progetto sviluppato in **collaborazione con la Protezione Civile durante la prima ondata del Covid-19**. In un contesto particolarmente difficile e sfidante Fameccanica ha sviluppato, in soli 3 mesi, la tecnologia per produrre impianti in grado di fornire 800 mascherine al minuto, diventando l'impianto con maggior capacità produttiva al mondo. Un record raggiunto grazie alla volontà di tutta Fameccanica di contribuire attivamente in un momento storico di grande difficoltà e riconosciuto da Le Fonti Awards, come "Eccellenza dell'anno - Innovazione & Leadership 2021" nella categoria Automazione e Robotica. Le Fonti Awards (www.lefontiawards.com) sono un riconoscimento realizzato in partnership con la Commissione europea, Sole 24 Ore e Corriere Economia con il fine di individuare le eccellenze italiane nei settori imprenditoriale, finanziario,

assicurativo e legale.

Nell'ambito della responsabilità sociale d'impresa, Fameccanica coltiva e sviluppa **sinergie con scuole e università del territorio** per creare e diffondere competenze tecniche, trasversali, digitali, nonché fornire esperienze e occasioni di apprendimento agli studenti. Le principali iniziative messe in campo dall'Azienda riguardano:

- accoglienza di studenti delle scuole superiori per l'alternanza scuola-lavoro;
- offerta di tirocini curricolari;
- erogazione di assegni di ricerca, borse di studio e dottorati di ricerca.

In questo contesto i principali progetti messi in campo dall'Azienda sono **Tecnicamente**, iniziativa promossa da Adecco dedicata agli studenti delle scuole tecniche e professionali che hanno la possibilità di sviluppare progetti da presentare alle aziende del territorio nell'arco di una giornata dedicata, e **l'Alternanza scuola-lavoro**, una modalità didattica innovativa che, attraverso l'esperienza pratica, aiuta a consolidare le conoscenze acquisite a scuola e

Capitale sociale e relazionale

a testare sul campo le attitudini di studentesse e studenti degli ultimi anni delle scuole superiori, ad arricchirne la formazione e a orientarne il percorso di studio, grazie a progetti in linea con il loro piano di studi. Nel 2021, a causa della pandemia, sono state sospese entrambe le iniziative, che saranno riprese nel corso del 2022.

Fameccanica promuove anche diverse iniziative con il mondo accademico universitario. In particolare:

- **tirocini curricolari**: gli studenti universitari possono concludere il loro percorso di studi con un tirocinio in azienda, nelle diverse aree organizzative di interesse. I tirocini costituiscono un formidabile strumento di orientamento per gli studenti universitari, perché consentono loro di conoscere la realtà aziendale, i diversi reparti e le diverse attività, nonché una grande occasione di formazione, crescita personale e professionale; i tirocini vedono, proprio nell'attività in presenza e nella vita in azienda, la loro essenza. Nel 2021 sono stati attivati due percorsi di

tirocinio curricolare nell'area Manufacturing con l'Università degli Studi dell'Aquila e con l'Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio" di Chieti-Pescara;

- **assegni di ricerca, borse di studio, dottorati di ricerca**: Fameccanica supporta il mondo accademico per realizzare progetti specifici, mettendo a disposizione assegni di ricerca, borse di studio o finanziando dottorati di ricerca. Si rivolge pertanto alle università per l'organizzazione dei concorsi e la selezione dei candidati. I progetti sono attività di ricerca di base o applicata, dall'elevato contenuto tecnico. Nell'ultimo anno Fameccanica ha messo a disposizione un assegno di ricerca in collaborazione con l'Università Politecnica delle Marche e con la Funzione di Progettazione Meccanica con riferimento alla tematica di additive manufacturing. Sempre nel mondo dell'educazione indirizzata ai giovani, Fameccanica promuove, in collaborazione con Angelini Academy, l'iniziativa **Hack4Change** progettata nel corso del 2021 con un kick-off previsto nel 2022 e riferita alla

Capitale sociale e relazionale

digital transformation promossa da Angelini Industries. La digital transformation è il cuore dell'evoluzione delle filiere di produzione di beni e servizi e rappresenta l'insieme di tutti i cambiamenti tecnologici, organizzativi, sociali e ambientali che le Società stanno mettendo in atto. Aumentare la digitalizzazione e l'automazione significa incrementare l'efficienza e la sostenibilità, garantendo un vantaggio competitivo. Hack4Change si comporrà di quattro hackathon suddivisi in due batch: la prima è dedicata al miglioramento dell'esperienza lavorativa delle persone, la seconda all'utilizzo dei dati come asset aziendale.

Tra gli impegni futuri di Fameccanica a sostegno della comunità si sta valutando una possibile collaborazione con Arbolia, una società benefit italiana, nata su iniziativa di Snam S.p.A. e Fondazione CDP, che promuove e realizza azioni di imboscamento e rimboscamento sul territorio nazionale. Attraverso questi interventi e i servizi agli stessi collegati, Fameccanica ha l'obiettivo di

impegnarsi per combattere il riscaldamento globale e locale, migliorare la qualità dell'aria e creare aree verdi a disposizione delle comunità, favorendo lo sviluppo sociale ed economico dei territori. Il progetto del **Bosco Fameccanica** si inserisce all'interno del progetto di Arbolia, che ha l'ambizione di piantare 3 milioni di alberi in Italia entro il 2030, consentendo l'assorbimento di circa 200.000 tonnellate di CO₂ all'anno e supportando la forestazione nazionale. Gli obiettivi specifici dell'iniziativa sono:

- combattere la crisi climatica e il riscaldamento globale, ridurre le emissioni di CO₂;
- migliorare la qualità dell'aria e rendere più resilienti le città;
- creare nuove aree verdi e promuovere la biodiversità;
- coinvolgere le comunità locali (le nuove aree boscate e/o gestite saranno usufruibili dalle comunità locali);
- promuovere lo sviluppo economico e sociale dei territori.

Nel corso del 2021 l'Azienda, particolarmente

Capitale sociale e relazionale

attenta alla comunità in cui opera, ha aderito inoltre al progetto del Comune di Chieti **"Mobilità Garantita"**, effettuato in partnership con la Società Benefit PMG Italia a favore di categorie di persone in difficoltà. L'iniziativa permette la messa su strada di un veicolo attrezzato che svolge un servizio di trasporto gratuito per persone disabili e persone anziane con ridotta capacità motoria, oltre all'erogazione di una serie di servizi quali il trasporto presso studi fisioterapici e presidi ospedalieri e l'accompagnamento dei minori disabili da e presso gli istituti scolastici.

ANGELINI BEAUTY

Angelini Beauty S.A. ha continuato la collaborazione con la Fondazione Stanpa (Associazione Nazionale di Profumeria e Cosmetica Spagnola) sul progetto **"Ponte guapa, te sentirás mejor" a supporto dei pazienti oncologici**. Nei suoi 8 anni di attività, la Fondazione Stanpa ha implementato il suo programma in più di 40 ospedali pubblici del Paese e ha curato più di 8.000 persone malate di cancro. Nel 2021 il perimetro del programma si estende ulteriormente abbracciando l'obiettivo diversità.

Capitale naturale

06

64%

64% dei rifiuti prodotti destinati a processi di recupero e riciclo dei materiali

2,3

2,3 milioni di kWh di consumi di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili

200.000

Oltre 200.000 GJ di energia elettrica autoprodotta

Capitale naturale

La 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 (Pharma, Fameccanica, Fater), di un **Sistema di Gestione Ambientale conforme**

Capitale naturale

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.

LE INIZIATIVE INTRAPRESE – SETTORE FARMACEUTICO

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 ed 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**

Capitale naturale

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 piuttosto che a 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**. Grazie ai propri impianti di cogenerazione ad Aprilia e Ancona, l'Azienda ha risparmiato **296 tep** (tonnellate equivalenti di petrolio⁷¹) di energia nei primi sei mesi del 2021 e **autoprodotto 21.335.612 kWh** di energia elettrica a fine anno. 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 dell'aria), 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 1.000 tonnellate l'anno rispetto alle 16.845,608 tonnellate di CO₂ emesse nel 2020.

Gli interventi sull'efficientamento energetico realizzati da Angelini Pharma si fondano anche sull'applicazione di **Intelligenza Artificiale**. L'Azienda ha infatti realizzato, nel corso degli anni, numerosi investimenti significativi volti alla sostituzione delle macchine dedicate ai cicli produttivi primari e dei principali macchinari a servizio delle utility degli stabilimenti, con una conseguente riduzione dei consumi energetici. Allo stesso modo, il plant di Ancona si è dotato dalla fine del 2020 di una **piattaforma di monitoraggio dei consumi energetici** ad assolvimento degli obblighi di legge, per la gestione delle anomalie relative ai consumi delle singole utenze. Le anomalie sono rilevate automaticamente da un sistema di Intelligenza Artificiale; analogamente, viene monitorata l'efficienza energetica globale e delle utenze più energivore.

⁷¹ Unità di misura energetica usata in tecnica e in economia, pari all'energia termica ottenibile dalla combustione di una tonnellata di petrolio.

Capitale naturale

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

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

Nel futuro, l'Azienda intende proseguire la sua politica di riduzione degli impatti ambientali diretti e indiretti, adottando tecnologie all'avanguardia e comportamenti virtuosi. Nello specifico, Angelini Pharma intende:

- 1. coprire il 100% del proprio fabbisogno energetico in modo sostenibile entro il 2023;**
- 2. ridurre del 10% la quantità di rifiuti prodotti entro il 2025;**
- 3. incrementare del 20% i rifiuti inviati a recupero entro il 2025;**
- 4. ridurre del 10% la quantità di acqua utilizzata entro il 2025;**
- 5. valutare iniziative che valorizzino il flusso circolare dell'utilizzo delle risorse, analizzando l'impatto sulla CO₂ emessa dai cicli produttivi;**

6. valutare iniziative a supporto del packaging sostenibile per i prodotti non farmaceutici.

LE INIZIATIVE INTRAPRESE – LARGO CONSUMO

Fater considera il rispetto per l'ambiente un fattore strategico nelle scelte e nella pianificazione aziendale. La Società, 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. Le principali direttrici su cui l'Azienda si sta focalizzando sono le seguenti:

1. riduzione della plastica nel packaging.

Fater desidera implementare un sistema economico e produttivo che tenga in considerazione i principi dell'economia circolare. A tale fine, l'Azienda promuove un uso responsabile della plastica nel packaging primario dei propri prodotti. Ne è un esempio

Capitale naturale

la linea ACE Green, che è stata sviluppata senza l'impiego di plastica vergine. A partire dal 2022, tale progetto verrà ampliato al settore dei prodotti assorbenti. L'obiettivo che si pone la Società in questo ambito è **ridurre del 50% l'utilizzo di plastica vergine nei propri packaging entro il 2025;**

- 2. product design.** La sostenibilità si pone al centro dei processi di innovazione e sviluppo di Fater con l'obiettivo di coniugare la protezione dell'ambiente con la strategia di business aziendale. Negli ultimi anni l'Azienda ha definito una pipeline di **progetti "green"** volti a limitare l'impatto ambientale generato dai processi produttivi e dai prodotti finiti. A supporto di questa strategia, nel futuro, Fater si impegnerà a condurre analisi LCA (Life Cycle Assessment) sui nuovi prodotti sviluppati per valutarne l'impronta ambientale prima dell'immissione nel mercato;
- 3. carbon strategy.** Fater persegue l'ambizioso obiettivo di ridurre a zero entro il 2040 il proprio impatto ambientale (Net Zero). Per questo motivo, a maggio 2021, è stato

avviato uno studio approfondito degli attuali impatti ambientali dell'Azienda attraverso l'implementazione di una **carbon footprint** condotta secondo i parametri del Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol). Lo studio si è focalizzato sia sulle emissioni di CO₂ equivalente derivanti dal processo di produzione e dai consumi energetici della Società, sia sugli impatti generati dai propri fornitori, valutando anche l'impatto ambientale di investimenti in beni strumentali, il ruolo della logistica e gli spostamenti dei dipendenti verso il lavoro e dei consumatori per gli acquisti. Oltre all'Italia, ove è collocata la sede di Fater e due stabilimenti (a Pescara e Campochiaro), fanno parte dello studio anche gli stabilimenti produttivi in Turchia e Portogallo. Nel corso del 2022 sarà possibile avere un quadro completo degli impatti ambientali dell'Azienda.

Capitale naturale

LE INIZIATIVE INTRAPRESE – TECNOLOGIA INDUSTRIALE

Fameccanica è particolarmente sensibile e attenta alle tematiche di salvaguardia ambientale ed efficienza energetica. Di fatto, l'Azienda si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale conforme allo standard internazionale ISO EN UNI 14001 e un Sistema di Gestione dell'Energia conforme alla ISO EN UNI 50001 per l'headquarters e il plant italiano. Entrambi i Sistemi di Gestione sono oggetto di **auditing annuale di terza parte**. A supporto della ISO 50001, l'Azienda ha inoltre adottato una specifica politica sulle tematiche energetiche, provvedendo a effettuare, su base annuale, una puntuale analisi energetica e diagnosi energetica prevista dalla normativa D.Lgs. 102/14. In questo ambito, nel corso del 2021 sono state effettuati i seguenti interventi tecnici di miglioramento:

- completamento dell'efficientamento dei corpi illuminanti di produzione Fameccanica (fase 1) e inizio della fase 2;

- installazione dei trasformatori di Media Tensione di Classe A.

Con riferimento agli aspetti ambientali, Fameccanica è titolare dell'**Autorizzazione Unica Ambientale (AUA)** cui il relativo Quadro Riassuntivo è stato aggiornato nel mese di marzo 2021. Tale autorizzazione presenta una validità di 15 anni e definisce le attività di controllo da svolgere individuate dall'Autorità competente.

Nel corso del 2021, l'Azienda ha aggiornato l'Analisi Ambientale e Valutazione del Contesto e delle Parti Interessate, prevista dagli standard internazionali, provvedendo a effettuare 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. Come risultato delle analisi svolte, la Società ha provveduto a effettuare operazioni di sostituzione e rimozione dell'amianto da alcune aree e impianti tramite un fornitore autorizzato, rispettando la normativa prevista in materia.

Capitale naturale

Infine, Fameccanica sta seguendo la pratica per la Bonifica di Siti Contaminati da Terzi (art. 242 D.Lgs. 152/06) rispettando l'iter previsto dalle normative di riferimento a seguito dell'acquisizione di un terreno per il progetto di ampliamento del sito produttivo.

La sensibilità aziendale per le tematiche ambientali e di sostenibilità è dimostrata anche dalle recenti iniziative che l'Azienda ha promosso coinvolgendo le risorse umane interne. In particolare:

- consegna ai dipendenti di bottiglie riutilizzabili personali in acciaio con logo Fameccanica, al fine di ridurre il consumo di plastica;
- installazione e sostituzione di erogatori di acqua con eliminazione dei boccioni, al fine di eliminare la plastica e ridurre gli impatti indiretti per la produzione, il riempimento, il lavaggio, la sanificazione e il trasporto degli stessi contenitori;
- uso di bicchieri riutilizzabili, in sostituzione di bottigliette di acqua in PET confezionate e lattine per la distribuzione self-service di bevande sfuse.

Si inserisce in questo contesto anche il progetto che tra il 2020 e il 2021 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.

Rispetto al tema delle emissioni prodotte, Fameccanica ha recentemente installato filtri a secco e a cartucce con l'obiettivo di abbattere le polveri per emissioni discontinue. Tali filtri hanno un minor impatto ambientale ed energetico rispetto ai comuni idrofiltri che, a oggi, l'Azienda impiega ancora in solo quattro unità. Analogamente, la Società ha implementato misure specifiche

Capitale naturale

per contenere la diffusione di emissioni fuggitive (clorofluorocarburi) dagli impianti di condizionamento al fine di limitare l'impatto in termini di GWP (Global Warming Potential). Per tutti i gruppi di condizionamento con carica di fluido refrigerante, a seconda del relativo quantitativo e per quanto previsto dalla normativa, vengono effettuate manutenzioni periodiche registrate, così come un controllo su possibili perdite accidentali. Il fornitore che ha in gestione le manutenzioni degli impianti compila, secondo i termini previsti dalla normativa, il registro elettronico "Banca Dati F-GAS" ogni qualvolta venga operato un intervento.

Infine, diverse sono state le iniziative speciali ideate e sviluppate da Fameccanica nel corso del 2021, come:

- l'iniziativa **Click Sostenibile** che ha visto la sostituzione e distribuzione graduale per la popolazione aziendale di nuovi modelli di PC realizzati con fibra di carbonio recuperata e il 21% di bioplastiche vegetali. Il processo di produzione di tali computer garantisce

un'impronta ridotta in termini di produzione di carbonio, consumo di energia e acqua, comportando una riduzione delle emissioni di CO₂, nonché un risparmio di energia e di acqua;

- nello stesso periodo, Fameccanica ha aderito al progetto di economia circolare **"RiVending"** (progetto italiano voluto da CONFIDA-Associazione Italiana Distribuzione Automatica; COREPLA-Consortio Nazionale per la Raccolta, il Riciclo e il Recupero degli Imballaggi in Plastica; UNIONPLAST-Unione Nazionale Industrie Trasformatrici Materie Plastiche) per il recupero e riciclo di bicchieri e palette in plastica PET. Il progetto ha portato all'installazione di contenitori speciali a fianco dei distributori automatici dove gettare bicchieri e palette in plastica dopo l'utilizzo. Tali contenitori permettono l'impilamento dei bicchieri uno dentro l'altro, riducendo di oltre il 150% il volume di bicchieri raccolti rispetto ai contenitori dei rifiuti tradizionali. Nei distributori aziendali sono presenti, inoltre, bicchieri realizzati con una nuova



Capitale naturale

formulazione ibrida cui è associato un minore impatto ambientale in termini di emissioni di CO₂, rispetto al tradizionale bicchiere vending 165L di pari peso (3,8 g).

Uno degli obiettivi principali di Fameccanica è inoltre raggiungere un **maggiore efficientamento energetico**. A tal fine, l'Azienda installerà pannelli fotovoltaici nel parcheggio del nuovo sito produttivo e l'acquisto di energia elettrica con una percentuale maggiore di energia derivante da fonti rinnovabili, anche tenendo in considerazione lo scenario di prospettiva energetica a livello di sistema Paese. Per quanto riguarda le emissioni di polveri, in considerazione degli elevati impatti economici e ambientali, la Società valuterà, inoltre, l'eventuale dismissione graduale dei rimanenti idrofiltri, a favore dell'impiego di più filtri a secco e la sostituzione delle ultime centrali termiche con pompe di calore, al fine di generare un impatto ambientale ed energetico meno significativo.

Per quanto riguarda i siti produttivi in Cina e USA, è stato avviato un processo di

miglioramento per la gestione degli aspetti ambientali che si basa sul coinvolgimento diretto delle sedi estere sulle tematiche ambientali e di sostenibilità attraverso la definizione di obiettivi, linee guida e politiche che permetteranno di implementare specifici Sistemi di Gestione Ambientali.

LE INIZIATIVE INTRAPRESE – PROFUMERIA E DERMOCOSMESI

Angelini Beauty pone molta attenzione al monitoraggio del proprio impatto in termini di emissioni di carbonio.

Nel 2021 l'Azienda ha sviluppato un progetto che permette di misurare e controllare la **carbon footprint di prodotto**. Tale progetto al momento interessa l'analisi dei nuovi prodotti, ma, in futuro, comprenderà l'intero portfolio.

Come menzionato nel capitolo precedente, Angelini Beauty ha condotto uno **studio di LCA (Life Cycle Assessment)** su flacone e astuccio del bestseller di Mandarin Duck

Capitale naturale

Donna per rilevare la modifica dell'impronta ambientale derivante dalla riduzione di peso sia del vetro sia della carta impiegata. In questo progetto l'Azienda è stata supportata da Ergo S.r.l., Società nata da uno spin-off delle Università Bocconi di Milano e Sant'Anna di Pisa, specializzate nell'esecuzione dei progetti di calcolo di impronta ambientale di aziende e prodotti. I dati sono stati rilevati direttamente presso i siti produttivi dei fornitori coinvolti, Pochet e Bormioli per il vetro e Vimer per la carta, tramite lo sviluppo di un tool mirato a eseguire internamente il calcolo preliminare dell'impronta ambientale in fase di progettazione del prodotto. Grazie al continuo studio e aggiornamento del design del flacone di Mandarina Duck nel corso degli ultimi anni, Angelini Beauty è infatti riuscita a **ridurre di 98.000 kg le proprie emissioni di CO₂**, dato che corrisponde alla quantità (di CO₂) assorbita in un anno da 13.000 alberi.

Le iniziative volte al monitoraggio delle emissioni di carbonio trovano la loro espressione nel Palazzo Gioia 8 di Milano – sede

degli uffici di Angelini Beauty S.p.A. – certificato **LEED Platinum** nel 2014.

LE INIZIATIVE INTRAPRESE – SETTORE VITIVINICOLO

In ambito sostenibilità ambientale, i progetti che Angelini Wines & Estates sta sviluppando riguardano principalmente:

- la **creazione di un sistema di risparmio dell'acqua nella gestione agronomica**. Un esempio è fornito dalla Tenuta Trerose dove annualmente vengono raccolti oltre 50.000 metri cubi di acqua meteorica utilizzata per irrigare i vigneti;
- la **valorizzazione della naturalità del prodotto finale**, promuovendo una maggiore trasparenza sugli ingredienti utilizzati durante la produzione.

Il tema sensibile in quest'ultimo ambito risulta principalmente essere connesso alla presenza di SO₂ nel vino.

A tal proposito, l'Azienda sta sviluppando, da

Capitale naturale



circa un decennio, un percorso di **viticoltura biologica** presso la **Tenuta Trerose**. La vendemmia di settembre 2021 della Tenuta è stata la prima interamente certificata come **biologica**. La sostenibilità è stata declinata attentamente su tutti gli elementi che fanno parte della filiera produttiva: la gestione oculata delle risorse energetiche, la valorizzazione del capitale umano e il rispetto per il territorio e per la denominazione Vino Nobile. Da settembre 2021, Angelini Wines ha avviato una collaborazione con **Equalitas** per ottenere la certificazione della Tenuta.

Capitale naturale

Performance ambientali

Nel presente documento, il Gruppo rendiconta gli impatti ambientali più significativi in termini di responsabilità verso i propri dipendenti e 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 all'utilizzo di gas e combustibili in alcune fasi del processo produttivo;
- **consumi d'acqua** collegati all'elevato fabbisogno di acqua nei vari cicli produttivi;
- **rifiuti pericolosi e non pericolosi** che comportano potenziali impatti sulle varie matrici ambientali.

CONSUMI

Nell'esercizio 2021, 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 **806.542 GJ**.

Come si evince dalla tabella seguente, circa il **64%** di tali consumi risulta legato all'acquisto di **gas naturale** per il riscaldamento di uffici e stabilimenti produttivi e per uso di cogenerazione, mentre la restante percentuale è principalmente afferente ai consumi di **carburante per autotrazione (4%)** e per il **biocombustibile** utilizzato in Fater per il processo di cogenerazione e arresto macchinari (**31%**).

Capitale naturale

CONSUMI DI COMBUSTIBILE SUDDIVISI PER FONTE RINNOVABILE E NON RINNOVABILE ⁷²	UNITÀ DI MISURA	TOTALE 2019	TOTALE 2020	TOTALE 2021	FATTORE DI CONVERSIONE IN GJ ⁷³	TOTALE 2019	TOTALE 2020	TOTALE 2021
Gas naturale per riscaldamento (inclusa quota di cogenerazione)	Smc	10.617.820	12.056.803	14.543.271	GJ/Smc (0,036)	380.541,61	432.114,61	521.229
Gasolio per gruppi elettrogeni	l	3.050,44	3.391,0351	5.408	GJ/l (0,036)	110,89	123,27	197
Carburante per autotrazione per flotta aziendale	l	1.127.204	749.932	885.456	n.d.	40.404	26.879	31.759
Diesel	l	823.570	488.370	623.505	GJ/l (0,036)	29.758,93	17.646,79	22.530
Benzina	l	92.154	58.126	58.933	GJ/l (0,033)	3.003,72	1.894,59	1.921
GPL	l	-	1.136,15	2.298	GJ/l (0,024)	-	27,65	56
Gasolio agricolo	l	211.480	202.300	200.720	GJ/l (0,036)	7.641,63	7.309,92	7.253
Biocombustibile	l	506.773,1413	581.968,3386	7.651.970	GJ/l (0,033)	16.795,35	19.290,47	253.357

⁷² La tabella sui consumi di combustibile del Gruppo riporta le seguenti omissioni/eccezioni:

- Angelini Beauty: i dati forniti dalla sede in Germania risultano essere una stima in quanto verranno finalizzati a ottobre 2022. In riferimento al gas naturale, per il perimetro italiano tale dato è fornito solo dalla sede di Lodi in quanto la sede di Milano presenta un forfait dei consumi;
- Fameccanica: lo stabilimento in Cina ha riportato solo dati sul carburante della flotta aziendale e il dato 2021 sul gas naturale risulta essere stimato;
- Fater: la sede in Portogallo dell'Azienda ha fornito dati solo in relazione al gasolio per gruppi elettrogeni;
- Angelini Pharma: non sono disponibili i dati per lo stabilimento produttivo in Spagna, e lo stabilimento negli Stati Uniti non presenta consumi di carburante;
- Angelini Real Estate: i dati 2021 sul carburante per la flotta aziendale risultano essere stimati.

⁷³ Fonte dei fattori di conversione riportati nella presente colonna: fuel properties - DEFRA, 2021.

Capitale naturale

Allo stesso tempo, i consumi energetici giocano un ruolo molto importante nella valutazione degli impatti complessivi del Gruppo. Nel 2021, Angelini Industries ha consumato un totale di **322.594,94 GJ di energia elettrica**, registrando un incremento del 17% rispetto ai valori del 2020. **Il 6% dell'energia consumata è proveniente da fonti rinnovabili.**

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA (kWh) ⁷⁴	TOTALE 2019	TOTALE 2020	TOTALE 2021	FATTORE DI CONVERSIONE IN GJ	TOTALE 2019	TOTALE 2020	TOTALE 2021
Energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili	60.562.930,98	68.183.087,71	87.257.043,22	GJ/kWh (0,0036)	218.026,55	245.459,12	314.125,36
Energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili	6.498.963,78	7.804.514,50	2.352.663,53	GJ/kWh (0,0036)	23.396,27	28.096,25	8.469,59

⁷⁴ La tabella sui consumi elettrici del Gruppo riporta le seguenti omissioni/eccezioni:

- Fameccanica: a causa di un trasferimento di sede nel 2020, non è possibile recuperare i dati per lo stabilimento in America relativi al 2019;
- Angelini Pharma: non sono disponibili i dati per lo stabilimento produttivo in Spagna per il triennio di riferimento.

Capitale naturale

I dati relativi all'energia elettrica autoprodotta si riferiscono invece alla produzione derivante dagli impianti di cogenerazione e fotovoltaico, installati sul tetto della mensa di Aprilia di Angelini Pharma, e dall'impianto di cogenerazione CHP presente nello stabilimento di Fater. **Nel 2021 sono stati autoconsumati 217.282 GJ di energia**, a fronte dei 241.240 GJ prodotti. Il 10% è stato venduto ad aziende terze.

CONSUMI DI ENERGIA ELETTRICA AUTOPRODOTTA ⁷⁵ (kWh)	TOTALE 2019	TOTALE 2020	TOTALE 2021	FATTORE DI CONVERSIONE IN GJ	TOTALE 2019	TOTALE 2020	TOTALE 2021
Totale energia elettrica autoprodotta	88.419.688	92.955.228	67.011.092	GJ/kWh (0,0036)	318.310,88	334.638,82	241.240
di cui tot. energia elettrica consumata	76.646.502	77.106.279	60.356.048	GJ/kWh (0,0036)	275.927,41	277.582,60	217.282
di cui tot. energia elettrica venduta	11.773.186	15.848.949	6.655.044	GJ/kWh (0,0036)	42.383,47	57.056,22	23.958

⁷⁵ Il dato fornito da Angelini Pharma per il 2021 riguarda gli stabilimenti in Italia e lo stabilimento negli Stati Uniti d'America.

Capitale naturale

EMISSIONI

Le emissioni di gas serra collegate alle attività di Angelini Industries possono essere suddivise in emissioni dirette e indirette.



Le emissioni dirette 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 emissioni indirette fanno invece riferimento alla produzione di energia elettrica importata e consumata dall'Azienda per le apparecchiature elettriche, il riscaldamento e l'illuminazione all'interno degli edifici. In questo caso l'importatore è indirettamente responsabile per le emissioni generate dal fornitore per la produzione dell'energia elettrica richiesta.

Capitale naturale

Come riportato nella tabella sottostante, il **gas naturale** rappresenta la principale fonte diretta di emissioni di gas serra per il Gruppo, costituendo il **92% del totale di emissioni di Scope 1** prodotte, che nel 2021 si attestano a **31.783 tCO₂e**. Il dato è sensibilmente superiore rispetto al 2020 (+20%) in quanto tiene in considerazione sia le limitazioni di perimetro evidenziate in nota sia la totale ripresa delle attività produttive dopo la crisi pandemica che ha caratterizzato il biennio precedente.

EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) ⁷⁶	TOTALE EMISSIONI GHG 2019 (t CO ₂ equivalente)	TOTALE EMISSIONI GHG 2020 (t CO ₂ equivalente)	TOTALE EMISSIONI GHG 2021 (t CO ₂ equivalente)
Gas naturale per riscaldamento (inclusa quota di cogenerazione)	21.462,33	24.371,02	29.397
Gasolio per gruppi elettrogeni	8,41	9,35	15
Carburante per autotrazione per flotta aziendale	3.015,97	2.006,39	2.371
Diesel	2.228,19	1.321,30	1.687
Benzina	215,61	136,00	138
GPL	-	1,77	4
Gasolio agricolo	572,17	547,33	543
TOTALE	24.486,72	26.386,77	31.783

⁷⁶ Il calcolo delle emissioni di Scope 1 tiene in considerazione le limitazioni di perimetro evidenziate in nota 72.

Capitale naturale

In linea con le indicazioni del DEFRA, i dati riguardanti le emissioni dirette di CO₂ dal carbonio biologicamente sequestrato (per esempio, CO₂ dalla combustione di biomasse/biocombustibili), sono riportati separatamente dagli ambiti di applicazione dello Scope 1.

EMISSIONI CO ₂ EQUIVALENTE BIOCOMBUSTIBILE ⁷⁷	2019	2020	2021
Biocombustibile	87,84	100,89	1.325

Il calcolo riportato nella tabella precedente fa riferimento alle emissioni di CO₂ equivalente. Tuttavia, come da indicazioni DEFRA e GHG Protocol, le emissioni nette di CO₂ sono da considerarsi zero.

⁷⁷ Fonte: Fattori DEFRA 2021 - foglio "Bioenergy"; GHG Protocol.

Capitale naturale

Per una piena aderenza con i GRI Standard, le emissioni di Scope 2 legate all'acquisto e al consumo di energia elettrica sono state calcolate sia tramite l'approccio "location-based" sia attraverso l'approccio "market-based". Mentre la metodologia location-based considera l'intensità media delle emissioni di gas serra delle reti sulle quali si verifica il consumo di energia utilizzando principalmente i dati relativi al fattore di emissione medio della rete, la metodologia market-based considera le emissioni da elettricità che l'organizzazione ha intenzionalmente scelto con forma contrattuale. Nel corso dell'ultimo anno fiscale, questi valori si attestano rispettivamente a **45.111,89 tCO₂e** e **40.050,98 tCO₂e**.

EMISSIONI INDIRETTE (SCOPE 2) ⁷⁸	TOTALE EMISSIONI GHG 2019 (t CO ₂ equivalente)	TOTALE EMISSIONI GHG 2020 (t CO ₂ equivalente)	TOTALE EMISSIONI GHG 2021 (t CO ₂ equivalente)
Market-based	29.856,68	33.347,00	40.050,98
Location-based	32.874,28	36.783,63	45.111,89

⁷⁸ Il calcolo delle emissioni di Scope 2 tiene in considerazione le limitazioni di perimetro evidenziate in nota 74.

Capitale naturale

CONSUMI IDRICI

Nel corso del 2021, l'approvvigionamento idrico del Gruppo si attesta a **1.708.294 litri**. 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 terze parti (fornitori di servizi idrici municipali), cui si aggiungono, in misura minore, le acque superficiali, come sintetizzato nella tabella alla pagina seguente.

Capitale naturale

PRELIEVI IDRICI PER FONTE E TIPOLOGIA DI ACQUA (m ³) ⁷⁹	2019			2020			2021		
	ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE	ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE	ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE
Acqua superficiale (fiumi, laghi, altro)	10.200	-	10.200	13.000	-	13.000	24.260	-	24.260
Acqua sotterranea (falda)	914.271	17.595	931.866	983.408	34.750	1.018.159	886.308	12.077	898.385
Risorse idriche di terze parti (fornitori di servizi idrici municipali)	719.684,30	2.344	722.028	753.686,19	1.777	755.463	778.498	7.151	785.649
TOTALE	1.644.155	19.939	1.664.094	1.750.094	36.527	1.786.622	1.689.066	19.228	1.708.294

⁷⁹ La tabella sui prelievi idrici del Gruppo riporta le seguenti omissioni/eccezioni:

- Angelini Beauty: non è reperibile il dato per la sede in Spagna relativo al triennio, e il dato fornito dalla sede in Germania risulta essere una stima in quanto verrà finalizzato a ottobre 2022 (vedi nota 46);
- Fameccanica: a causa di un trasferimento di sede nel 2020, non è possibile recuperare i dati per lo stabilimento in America relativi al 2019.

Capitale naturale

Le acque reflue provenienti dalle attività dai 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.**

SCARICHI IDRICI (m ³) ⁸⁰	2019			2020			2021		
	ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE	ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE	ACQUA DOLCE	ALTRO	TOTALE
Acqua superficiale (fiumi, laghi, altro)	5.907	83.684	89.591	6.200	84.345	90.545	-	763.763	763.763
Risorse idriche di terze parti (fornitori di servizi idrici municipali)	126.365,2	46.560	172.925	111.397	46.180	157.577	177.576	58.868	228.444
Fitodepurazione/Depuratore	15.895	-	15.895	14.381	-	14.381	13.652	-	13.652
TOTALE	148.167,2	130.244	278.411	131.978	130.525	262.503	191.228	814.631	1.005.859

⁸⁰ Non sono reperibili i dati sugli scarichi idrici di Angelini Beauty (comprensivo delle sedi estere) e Angelini Real Estate. Inoltre i dati relativi ad Angelini Pharma sono stime.

Capitale naturale

GESTIONE RESPONSABILE DEI RIFIUTI

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 depositati in appositi contenitori per il deposito temporaneo, prima del trasporto per il recupero o smaltimento che avviene al di fuori dell'organizzazione.

Nel 2021, Angelini Industries ha prodotto **21.701,68 tonnellate** di rifiuti, di cui il **64% è stato destinato a processi di recupero e riciclo**. Sia le modalità di recupero sia quelle di smaltimento dei rifiuti sono condotte offsite.

Capitale naturale

GESTIONE RIFIUTI (t) ⁸¹	2019			2020			2021		
	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	TOTALE	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	TOTALE	RIFIUTI PERICOLOSI	RIFIUTI NON PERICOLOSI	TOTALE
Riciclo	0,79	339	339,46	1,79	354,54	356,32	2.715,67	1.630,97	4.346,63
Recupero	2.295,66	3.427,65	5.723,31	2.464,44	3.020,54	5.484,98	469,52	8.981,38	9.450,90
TOTALE RIFIUTI NON DESTINATI A SMALTIMENTO	2.296,45	3.766,31	6.062,76	2.466,23	3.375,08	5.841,30	3.185,19	10.612,35	13.797,53
Incenerimento (senza recupero di energia)	265,34	422,20	687,54	221,34	320,60	541,94	0,37	-	0,37
Incenerimento (con recupero energia)	544,45	21,03	565,47	64,22	5,00	69,22	74,44	19,69	94,13
Discarica	1.226,90	217,30	1.444,20	1.323,90	224,23	1.548,13	4.505,88	943,29	5.449,17
Smaltimento	3.894,30	1.438,46	5.332,76	3.425,46	1.292,13	4.717,59	1.940,42	420,06	2.360,48
TOTALE RIFIUTI DESTINATI A SMALTIMENTO	5.930,99	2.098,99	8.029,98	5.034,92	1.841,96	6.876,88	6.521,11	1.383,04	7.904,14
TOTALE	8.227,44	5.865,30	14.092,74	7.501,14	5.217,04	12.718,18	9.706,29	11.995,39	21.701,68

⁸¹ La tabella sui rifiuti del Gruppo riporta la seguente omissione/eccezione:

- Fameccanica: a causa di un trasferimento di sede nel 2020, non è possibile recuperare i dati sui rifiuti per lo stabilimento in America relativi al 2019.



Indicatori di performance GRI

Angelini Industries ha rendicontato secondo i GRI Standard per il periodo 1° gennaio 2021-31 dicembre 2021.

GRI STANDARD TITLE	GRI DISCLOSURE NUMBER	GRI DISCLOSURE TITLE	PAGINA	NOTE
UNIVERSAL STANDARDS				
GRI 1: Foundation 2021	Sezione 3: Rendicontazione secondo i GRI Standard	Requisito 1: Applicare i principi di reporting		Nota metodologica
		Requisito 2: Riportare le informative del GRI 2: General Disclosure 2021		Vedi GRI Content Index per un'overview sui GRI 2 rendicontati
		Requisito 3: Determinare i temi materiali	74-80	GRI parzialmente coperto in quanto non sono stati ancora pubblicati i GRI Sector Standard per i settori di mercato in cui opera Angelini Industries
		Requisito 4: Riportare le informative del GRI 3: Temi Materiali 2021		Vedi GRI Content Index per un'overview sui GRI 3 rendicontati
		Requisito 5: Rendicontazione delle informazioni dai GRI Topic Standards per ciascun argomento materiale	-	GRI parzialmente coperto in quanto non sono stati ancora pubblicati i GRI Sector Standard per i settori di mercato in cui opera Angelini Industries
		Requisito 6: Fornire i motivi per l'omissione delle informative e dei requisiti che l'organizzazione non può rispettare		Nota metodologica
		Requisito 7: Pubblicare un GRI Content Index	316-320	
		Requisito 8: Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standard		Nota metodologica
		Requisito 9: Notificare GRI		

Indicatori di performance GRI

GRI 2: General Disclosures 2021 – L'organizzazione e i suoi standard di rendicontazione	2-1	Dettagli organizzativi	28; 46-48; 56-57	
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione		Nota metodologica
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e contatti		Nota metodologica
	2-4	Riformulazioni di informazioni		Nota metodologica
GRI 2: General Disclosures 2021 – Attività e lavoratori	2-5	Assurance esterna	Relazione di revisione (da inserire a fine bilancio)	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 altre relazioni commerciali	32-37; 49; 89-93	
	2-7	Impiegati	142-143; 148-149	
GRI 2: General Disclosures 2021 – Governance	2-8	Lavoratori che non sono impiegati	150	
	2-9	Struttura della governance e composizione	56-61	
	2-12	Ruolo del più alto organo di governo nel presidio della gestione degli impatti	56-57	
GRI 2: General Disclosures 2021 – Strategie, policy e pratiche	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	
	2-23	Impegni politici	38-41; 70-71	GRI parzialmente coperto
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	-	Non sono stati riscontrati casi di non conformità a leggi e regolamenti nel triennio di riferimento
GRI 2: General Disclosures 2021 – Stakeholder engagement	2-29	Approccio allo stakeholder engagement	74-75; 81	

Indicatori di performance GRI

GRI STANDARD TITLE	GRI DISCLOSURE NUMBER	GRI DISCLOSURE TITLE	PAGINA	NOTE
GRI 3: Temi materiali 2021 – Disclosure sui temi materiali	3-1	Processo per determinare i temi materiali	74-77	GRI parzialmente coperto in quanto non sono stati ancora pubblicati i GRI Sector Standard per i settori di mercato in cui opera Angelini Industries
	3-2	Lista dei temi materiali	78-80	GRI parzialmente coperto in quanto non sono stati ancora pubblicati i GRI Sector Standard per i settori di mercato in cui opera Angelini Industries
	3-3	Gestione dei temi materiali	78-80	GRI parzialmente coperto in quanto non sono stati ancora pubblicati i GRI Sector Standard per i settori di mercato in cui opera Angelini Industries
200: ECONOMIC TOPICS				
GRI 201: Performance economiche 2016	201-1	Valore economico diretto generato e distribuito	87	
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	98; 102; 107; 111; 118; 121; 123; 126; 129	
	205-2	Comunicazione e formazione in merito a politiche e procedure anticorruzione	64	
GRI 205: Anticorruzione 2016	205-3	Episodi di corruzione riscontrati e attività correttive implementate		Non sono stati riscontrati episodi di corruzione per il triennio di riferimento
	300: ENVIRONMENTAL TOPICS			
GRI 301: Materiali 2016	301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	219-221; 259; 270; 273-275	
	301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	219-221; 259; 270; 273-275	
GRI 302: Energia 2016	302-1	Consumo dell'energia all'interno dell'organizzazione	302-305	
	302-4	Riduzione del consumo di energia	302-305	

Indicatori di performance GRI

GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018	303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	310-312	
	303-3	Prelievo idrico	311	
	303-4	Scarico di acqua	312	
GRI 305: Emissioni 2016	305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scope 1)	307-308	
	305-2	Emissioni di gas a effetto serra per la produzione di energia (Scope 2)	309	
	305-5	Riduzione delle emissioni di gas a effetto serra	307-309	
GRI 306: Rifiuti 2020	306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	313	
	306-3	Rifiuti prodotti	314	
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	314	
	306-5	Rifiuti destinati a smaltimento	314	
	400: SOCIAL TOPICS			
GRI 401: Occupazione 2016	401-1	Tasso di assunzione e turnover del personale	151	
	401-2	Benefit forniti ai dipendenti a tempo pieno che non sono forniti ai dipendenti temporanei o part time	203-211	
GRI 403: Salute e sicurezza 2018	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	176; 180-181; 185-187; 195-196; 201	
	403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	179-181; 190-193; 199-201	
	403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	162-163; 177	
	403-9	Infortuni sul lavoro	178-179; 182-183; 188-189; 194-195; 197-198; 200	
	403-10	Malattie professionali	178-179; 182-183; 188-189; 194-195; 197-198; 200	

Indicatori di performance GRI

GRI STANDARD TITLE	GRI DISCLOSURE NUMBER	GRI DISCLOSURE TITLE	PAGINA	NOTE
GRI 404: Formazione ed educazione 2016	404-1	Ore di formazione medie annue per dipendente	164	
	404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	155-174	
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1	Diversità dei dipendenti e degli organi di governo	142; 145-147; 151	
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori 2016	414-1	Nuovi fornitori valutati sulla base di criteri sociali	99; 104; 109; 112; 119; 124; 131	
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-2	Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	216-217	
	417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	245; 249; 257; 269	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Non sono stati riscontrati casi di non conformità per il triennio di riferimento
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Non sono stati riscontrati casi di non conformità per il triennio di riferimento
GRI 418: Privacy del consumatore 2016	418-1	Reclami documentati relativi a violazioni della privacy e la perdita dei 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 2021

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

Industry of Care