



**Industry of Care**

**Piacere,  
Angelini Industries.**  
E QUESTO È IL  
**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023.**



**Industry of Care**

**Piacere,  
Angelini Industries.**  
E QUESTO È IL  
**BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2023.**

IN COPERTINA: Beatrice, Angelini Wines & Estates; Irene, Priscilla, Paolo, Angelini Holding; Cesar, Angelini Ventures; Rosita, Angelini Pharma; Matteo, Angelini Real Estate; Francesca, Angelini Holding; Greta, Fater; Oscar, Fondazione Angelini; Maria Teresa, Angelini Holding; Edoardo, Angelini Technologies - Fameccanica.





# Indice

|                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lettera agli Stakeholder                                                             | 4   |
| Nota metodologica                                                                    | 6   |
| Highlights                                                                           | 8   |
| Fatti rilevanti del periodo                                                          | 10  |
| 1. Identity & Purpose                                                                | 13  |
| “Piacere, Siamo Angelini Industries”                                                 | 13  |
| Purpose: Unwavering care                                                             | 28  |
| Vision: Building a better future                                                     | 28  |
| The Angelini Way: i nostri valori                                                    | 29  |
| Casa Angelini: un progetto innovativo ed ecosostenibile                              | 32  |
| 2. Sustainability                                                                    | 35  |
| La governance della sostenibilità                                                    | 35  |
| I nostri Stakeholder e il valore generato e distribuito                              | 41  |
| La materialità di Angelini Industries                                                | 44  |
| 3. Governance                                                                        | 49  |
| Il Modello di Corporate Governance                                                   | 49  |
| Il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi                                | 52  |
| Etica e compliance                                                                   | 58  |
| 4. Innovation & Digitalization                                                       | 65  |
| L’approccio all’innovazione di Angelini Industries                                   | 65  |
| La transizione digitale in Angelini                                                  | 76  |
| 5. People                                                                            | 79  |
| Modello di gestione e politiche del personale                                        | 79  |
| Salute e sicurezza                                                                   | 93  |
| L’attenzione di Angelini Industries per le proprie persone e famiglie                | 96  |
| 6. Patients, Clients & Community                                                     | 105 |
| Pazienti                                                                             | 105 |
| Clienti                                                                              | 110 |
| Comunità                                                                             | 111 |
| 7. Ecosystems                                                                        | 119 |
| La nostra catena di fornitura                                                        | 119 |
| Un concetto allargato di ecosistema                                                  | 126 |
| 8. Planet                                                                            | 133 |
| Contrasto al cambiamento climatico                                                   | 133 |
| Gestione responsabile delle risorse naturali                                         | 138 |
| Appendice                                                                            | 149 |
| Processo di analisi di materialità                                                   | 149 |
| Indicatori relativi al personale                                                     | 158 |
| Indicatori relativi agli organi societari                                            | 172 |
| Indicatori ambientali                                                                | 174 |
| Confronto tra il perimetro del Bilancio di Sostenibilità e quello dell’Annual Report | 181 |
| Content Index                                                                        | 183 |
| Relazione della Società di revisione indipendente                                    | 192 |





## Piacere, Thea Paola Angelini e Sergio Marullo di Condojanni

**VICE PRESIDENTE ESECUTIVO E CEO  
DI ANGELINI INDUSTRIES**

Cari Stakeholder,

con il nuovo Bilancio di Sostenibilità di Angelini Industries vogliamo raccontare, in un anno di grande sviluppo e crescita del business, il nostro impegno ad avere impatti positivi su persone, comunità, ecosistemi di cui siamo parte e pianeta che abitiamo.

Negli ultimi anni grandi cambiamenti hanno portato a un superamento della cosiddetta “triple bottom line” della sostenibilità (Persone, Pianeta, Profitto) integrandola con: Prosperità, nella sua accezione di attenzione al bene comune; Purpose, inteso come ragion d’essere e ruolo positivo dell’impresa nel macrosistema di cui è parte; Processi, attraverso il governo e l’integrazione della sostenibilità “dentro” l’impresa e non come accessoria.

Questi aspetti devono necessariamente essere gestiti in chiave olistica, perché non si può generare valore economico duraturo senza tener conto della sostenibilità ambientale e di quella sociale quali driver di business. Allo stesso tempo, garantire crescita e sostenibilità economica è un pre-requisito per consentire alle aziende di effettuare investimenti significativi, che possano generare impatto “largo” nel lungo periodo, in un’ottica di sviluppo sostenibile.

Nel 2023 abbiamo accelerato sul tema: costituito una nuova Direzione Sostenibilità con un mandato di coordinamento su tutto il Gruppo; creato un team trasversale e rafforzato la rete di Ambassador interni; potenziato il rigore del reporting di sostenibilità con una piattaforma di raccolta dati ESG, accanto a innovazioni nella narrazione per renderla autentica e fruibile ai diversi Stakeholder.

Soprattutto, abbiamo lanciato un nostro primo ambizioso Piano di Sostenibilità di Gruppo, che parte dal purpose di Angelini Industries di “Unwavering care”, il prendersi sempre cura di persone e famiglie nella vita di tutti i giorni. Il Piano propone in modo molto concreto target specifici, KPI e iniziative da implementare da qui al 2026, con orizzonte al 2030, lungo 4 aree di impatto positivo su: le nostre persone (People); le persone intorno a noi (Patients, Clients & Community); gli indotti e le reti di cui siamo motore o parte integrante (Ecosystems); il mondo che lasceremo alle prossime generazioni (Planet). Con due enabler trasversali: Good governance e Innovation.

La sostenibilità si dimostra sul campo quotidianamente e nei bilanci di Angelini Industries, Angelini Pharma e Angelini Technologies – Fameccanica, in quello di Fater, joint venture con P&G, nei profili di Angelini Wines & Estates e Angelini Ventures troverete fatti ed esempi tangibili, raccontati dalle nostre persone, che ogni giorno vivono e rendono vivo il nostro Gruppo.

Andiamo su casi concreti. Angelini Pharma, leader in ricerca, sviluppo e commercializzazione in area Brain Health (con opzioni terapeutiche di avanguardia per la salute dei disturbi del sistema nervoso centrale), è impegnata anche nella lotta allo stigma stesso che accompagna chi convive con malattie neurologiche e mentali, un problema rilevante e causa di isolamento, discriminazione e riduzione della qualità della vita.

Abbiamo investito in modo deciso sull’innovazione nella salute, costituendo Angelini Ventures, fondo con una dotazione di 300 milioni di Euro, tra le più cospicue a livello globale in proporzione al fatturato del Gruppo di riferimento, di cui 100 milioni già impegnati in startup e biotech fortemente inclusive, con il 40% a guida femminile.

Angelini Technologies è leader nei brevetti, con oltre 1.100 all’attivo, e impegnata nello sviluppo della nuova area di business robotica e automazione, con attrazione di talenti STEM e una forte attenzione a mettere in produzione macchinari che abbiano livelli di sicurezza sul lavoro di nuova generazione.

Crediamo che le imprese siano fatte di persone e ce ne prendiamo cura, con circa 100 giorni all’anno di smart working e pacchetti a 360° di welfare, che non a caso chiamiamo “We Care”. L’“engagement rate” dei nostri dipendenti si conferma elevato, oltre 75 su 100, e nella fase di selezione siamo attenti a essere inclusivi tra generi e generazioni, con oltre 400 nuove persone assunte nel 2023, di cui circa il 50% donne e 25% Gen Z.

Anche gli impatti sulle comunità di riferimento sono per noi importanti: per esempio, oltre 220.000 persone sono state coinvolte a oggi nei progetti di “brand purpose” di Fater, da quello di Lines con WeWorld, con l’apertura di due Spazi Donna contro la violenza di genere, a quello di ACE con Retake, per la pulizia e rigenerazione degli spazi urbani, e vari altri. Nel nostro Piano di Sostenibilità attiveremo ancora di più il volontariato aziendale, potendo anche beneficiare del radicamento nel settore sociale della Fondazione Angelini.

Vogliamo giocare un ruolo di disseminazione di buone pratiche di sostenibilità dei nostri ecosistemi, che partono dalle catene del valore, per abbracciare altre reti e attori cui siamo collegati (associazioni, startup, università). Nel 2023 i due terzi dei nostri acquisti sono stati soddisfatti da fornitori locali e abbiamo avviato lo screening ESG. La nostra Angelini Academy ha attivato circa 40 iniziative formative, con 20 primarie business school italiane e internazionali.

Proseguono importanti iniziative finalizzate a ridurre la nostra impronta ambientale. Abbiamo avviato una misurazione rigorosa della carbon footprint, che ci consentirà di accelerare la nostra traiettoria di decarbonizzazione, rafforzando ulteriormente l’autoproduzione e l’acquisto di energia rinnovabile, e intervenendo sul ciclo di vita dei principali prodotti. La stessa Casa Angelini, sede direzionale del Gruppo e tra i pochi edifici Platinum LEED a Roma, vuole essere un simbolo del nostro impegno di rigenerazione urbana e ambientale.

**Sentiamo la grande responsabilità di accompagnare in queste sfide epocali e in queste transizioni un Gruppo che è da oltre 100 anni “nativamente sostenibile”, che guarda al futuro con l’ambizione di rafforzare il proprio posizionamento di mercato, avendo ben chiara l’importanza di promuovere al contempo il bene comune.**

Buona lettura!



# Nota metodologica

Per il quarto anno consecutivo, Angelini Industries (da qui in avanti “Angelini Industries” od “Organizzazione” o “Gruppo”) pubblica in **forma volontaria**, con cadenza annuale, il proprio Bilancio di Sostenibilità di Gruppo, secondo gli Standard GRI (2021), scegliendo l’opzione “with reference to the GRI Standards”. Questo report si riferisce all’esercizio 2023 (1° gennaio–31 dicembre) e coincide con il periodo di rendicontazione dell’Annual Report.

La narrazione di questo Report è incentrata sulle **persone di Angelini Industries** che, anche attraverso **foto e 10 videointerviste**, raccontano valori, progetti e ambiente di lavoro del Gruppo.

Per la prima volta, a partire dal 2023, la raccolta dati è stata ulteriormente rafforzata, attraverso l’utilizzo di una **piattaforma ESG** che ha garantito un processo ancora più strutturato e un workflow tracciabile per il consolidamento dei KPI GRI quali-quantitativi delle 25 Società incluse nel perimetro di rendicontazione.

## PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

Con l’obiettivo di fornire dati e informazioni rappresentativi degli impatti ambientali e sociali più rilevanti del Gruppo, Angelini Industries ha progressivamente ampliato il perimetro di rendicontazione.

Di seguito le Società incluse nel Bilancio di Sostenibilità 2023<sup>(1)</sup>:

- Angelini Holding S.p.A.
- Angelini Pharma S.p.A.
- Angelini Pharma Bulgaria E.O.O.D.
- Angelini Pharma Česká republika s.r.o.
- Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H.
- Angelini Pharma España S.L.U.
- Angelini Pharma Hellas S.A.
- Angelini Pharma Inc.
- Angelini Pharma Magyarország K.f.t.
- Angelini Pharma Österreich G.m.b.H.
- Angelini Pharma Polska Sp. z o.o.
- Angelini Pharma Portugal Unipessoal Lda.
- Angelini Pharma RUS L.L.C.
- Angelini Pharma Slovenská republika s.r.o.
- S.C. Angelini Pharmaceuticals Romania S.r.l.
- Angelini İlaç San. ve Tic. A.Ş.
- Fameccanica.Data S.p.A.
- Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd.
- Fameccanica North America Inc.
- Angelini Beauty G.m.b.H.
- Angelini Beauty S.p.A.
- Angelini Beauty S.A.
- Angelini Real Estate S.p.A.
- Angelini Ventures S.p.A.
- Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l.

Per il confronto puntuale delle Società incluse rispetto all’Annual Report 2023, si rimanda all’Appendice. Si segnala che, con l’intento di fornire una rappresentazione della governance societaria quanto più aggiornata possibile, rispetto alla data di pubblicazione di questo Bilancio di Sostenibilità la composizione degli organi societari è al 30.06.2024<sup>(2)</sup>. Eventuali modifiche intervenute rispetto al 31.12.2023 sono state opportunamente segnalate.

Rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2022, si precisa quanto segue:

- esce dal perimetro di rendicontazione Angelini Consumer S.r.l.;
- entrano nel perimetro di rendicontazione Angelini Pharma Magyarország K.f.t., Angelini Pharma Slovenská republika s.r.o. e Angelini Ventures S.p.A.;
- Fater S.p.A, in quanto JV paritetica fra Angelini Industries e Procter & Gamble, non è stata inclusa nel perimetro di consolidamento del Bilancio di Sostenibilità a partire dal 2023. Tuttavia, non essendo stato sempre possibile estrapolare i dati di Fater relativi agli anni 2022 e 2021, per garantire la comparabilità delle informazioni dell’esercizio rispetto ai due precedenti, sono state riportate specifiche tabelle<sup>(3)</sup> in Appendice che mostrano separatamente i dati di Fater per il 2023, relativamente ai seguenti indicatori GRI: 2-7; 2-8; 401-1; 405-1; 205-2b; 403-9; 305-1; 305-2.

Per altre specifiche limitazioni di perimetro, si rimanda al Content Index e/o a note puntuali all’interno del documento. Per la data di pubblicazione del presente Bilancio di Sostenibilità si faccia riferimento al sito [www.angeliniindustries.com](http://www.angeliniindustries.com).

Per ulteriori approfondimenti:

- e-mail: [sustainability@angeliniholding.com](mailto:sustainability@angeliniholding.com)
- Sito web: [www.angeliniindustries.com](http://www.angeliniindustries.com)
- Profili social: [LinkedIn](#) e [Instagram](#)

## ASSURANCE ESTERNA

Il presente Bilancio di Sostenibilità è assoggettato a “limited assurance”, secondo quanto previsto dai criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised, da parte della Società di revisione EY S.p.A.

(1) In particolare, si segnalano le seguenti variazioni di perimetro relativamente al triennio 2021-2023. Limitatamente al 2021 erano incluse anche le Società Angelmed S.A. (Portogallo), Fater S.p.A. e sue controllate: Fater Portugal Unipessoal Lda., Fater Central Europe S.r.l. (Romania), Fater Eastern Europe o.o.o. (Russia), Fater Temizlik Ürünleri Limited Şirketi (Turchia).

(2) Nelle tabelle in Appendice viene data disclosure sulla governance al 31.12.2023.

(3) Elenco KPI GRI del Bilancio di Sostenibilità 2022 che includono Fater: GRI 201, GRI 2-7, GRI 2-8, GRI 401-1, GRI 405-1. In aggiunta, nel 2023 vengono inserite alcune tabelle sui KPI ambientali più rilevanti, opportunamente segnalate in Appendice.



## Highlights

OLTRE **100 anni** DI STORIA

GRUPPO  
INDUSTRIALE  
ATTIVO IN

**3**

SETTORI  
DI BUSINESS

PRESENZA IN

**21**

PAESI  
NEL MONDO

**12**

STABILIMENTI  
PRODUTTIVI

di cui

**6**

IN ITALIA

RICAVI  
COMPLESSIVI  
oltre

**2,1**

MILIARDI DI EURO

di cui circa il

**55%**

IN ITALIA

CIRCA **5.800**  
DIPENDENTI A LIVELLO DI GRUPPO<sup>(4)</sup>  
di cui circa il 70% IN ITALIA

OLTRE IL **90%**  
DI CONTRATTI A TEMPO  
INDETERMINATO

OLTRE **400**  
NUOVE ASSUNZIONI  
NEL 2023

**50%** DONNE  
di cui il **25%** GIOVANI NELLA  
FASCIA UNDER 30

(4) Il dato considera Fater al 100% e i dipendenti di alcune Società estere non incluse nel perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità, in linea con le logiche di consolidamento dell'Annual Report.  
Si rimanda a "Confronto tra il perimetro del Bilancio di Sostenibilità e quello dell'Annual Report" in Appendice.

"ENGAGEMENT RATE" DEI  
DIPENDENTI SUPERIORE A **75**<sup>(5)</sup>

**156.649**

ORE COMPLESSIVE DI  
FORMAZIONE EROGATE  
NEL GRUPPO

**0**

INFORTUNI GRAVI  
IN TUTTE LE SOCIETÀ  
DEL GRUPPO

ANGELINI  
PHARMA È  
TOP EMPLOYER  
PER IL  
QUARTO ANNO  
CONSECUTIVO

OTTENIMENTO  
DELLA  
CERTIFICAZIONE  
UNI/PdR  
125:2022  
PER ANGELINI  
PHARMA

OLTRE  
**1.100**  
BREVETTI  
IN AMBITO  
TECNOLOGIA  
INDUSTRIALE

SILVER MEDAL  
ECOVADIS  
PER ANGELINI  
TECHNOLOGIES  
- FAMECCANICA

**18.618,9** tCO<sub>2</sub>eq SCOPE 1  
**8.657,8**<sup>(6)</sup> tCO<sub>2</sub>eq SCOPE 2  
**1.306** GJ DI ENERGIA RINNOVABILE  
AUTOPRODOTTA

**48%** DEI RIFIUTI PRODOTTI  
DESTINATI A RECUPERO O RICICLO

CERTIFICAZIONE  
LEED PLATINUM  
IN NEW  
CONSTRUCTION  
PER CASA  
ANGELINI

**63%**  
INCIDENZA FORNITORI LOCALI

(5) Range 0-100.

(6) Location based.



# Fatti rilevanti del periodo



# Piacere, Angelini Industries.

SCOPRI IL NOSTRO  
GRUPPO INDUSTRIALE.



Greta, Fater; Edoardo, Angelini Pharma; Ludovica, Angelini Holding;  
Sofia, Angelini Technologies - Fameccanica.

## 1. Identity & Purpose

Angelini Industries è un Gruppo industriale multinazionale, fondato ad Ancona nel 1919 da Francesco Angelini. Oggi rappresenta una realtà solida e articolata che impiega circa 5.800<sup>(7)</sup> dipendenti e opera in 21 Paesi con ricavi per oltre 2,1 miliardi di Euro, generati nei settori Salute, Tecnologia Industriale e Largo Consumo. L'headquarter del Gruppo ha sede a Roma, in Casa Angelini.

### "PIACERE, SIAMO ANGELINI INDUSTRIES"

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

#### Salute



Angelini Industries è presente nel **farmaceutico** con **Angelini Pharma**, che ricerca, sviluppa e commercializza soluzioni terapeutiche con attenzione prevalente alle aree della Brain Health, Specialty e Primary Care e Consumer Healthcare, e nel **venture capital**, dove **Angelini Ventures** immagina i modelli di cura del futuro creando piattaforme di healthcare integrate e digitali, costruite attorno alle persone.

#### Tecnologia Industriale



Angelini Industries riunisce, attraverso **Angelini Technologies** e la sua principale Società **Fameccanica**, un ecosistema di eccellenze dedicate alla progettazione, allo sviluppo e alla realizzazione di tecnologie, prodotti e servizi volti a migliorare i processi e la produzione industriale.

#### Largo Consumo



Angelini Industries si prende cura delle persone e delle famiglie in ogni fase della vita, grazie a un'ampia gamma di prodotti di largo consumo, con **Fater** (in JV con Procter & Gamble), **Angelini Beauty**, **Angelini Wines & Estates** e **MadreNatura** (in JV con Hero Group).

(7) Il dato considera Fater al 100% e i dipendenti di alcune Società estere non incluse nel perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità, in linea con le logiche di consolidamento dell'Annual Report.  
Si rimanda a "Confronto tra il perimetro del Bilancio di Sostenibilità e quello dell'Annual Report" in Appendice.



Oltre ai principali settori di business in cui il Gruppo rappresenta una delle realtà italiane di eccellenza, si distinguono le attività di **Angelini Real Estate** e **Angelini Investments**, rispettivamente impegnate nella gestione di immobili non strumentali appartenenti ad Angelini Industries e nella valorizzazione del patrimonio in un'ottica di medio e lungo periodo.

## SALUTE

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



**Angelini Pharma** è il Gruppo internazionale che ricerca, sviluppa e commercializza soluzioni di salute con attenzione prevalente alle aree della Brain Health, Specialty e Primary Care e 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 Angelini Pharma ha scoperto e sviluppato negli anni principi attivi di grande importanza, tra cui trazodone e benzidamina. Angelini Pharma collabora 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, Regno Unito, Svezia, Olanda, Svizzera, Russia e Stati Uniti. Alleanze strategiche con gruppi farmaceutici leader globali permettono oggi la distribuzione dei farmaci Angelini Pharma in oltre 70 Paesi. Tra questi, Trittico (trazodone, antidepressivo), Latuda (lurasidone cloridrato, antipsicotico), Tantum (benzidamina, antinfiammatorio), Aulin (nimesulide, analgesico antinfiammatorio), Vellofent (fentanil, analgesico), Xydalba (dalbavancina, antibiotico), Ontozry (cenobamato).



**Angelini Ventures** è la Società di corporate venture capital del Gruppo, con sede a Roma. Si avvale di un team globale di esperti in innovazione, che impiegano il know-how del Gruppo per creare, supportare e investire in startup e aziende innovative, contribuendo alla trasformazione degli attuali paradigmi di cura e alla creazione di piattaforme di healthcare integrate.

Angelini Ventures dispone di un capitale per investimenti di 300 milioni di Euro, di cui oltre 80 già pianificati in investimenti in Europa e Nord America. L'attuale portafoglio include Argobio, "startup studio" del settore biotech con sede a Parigi; Angelini Lumira Biosciences Fund, fondo nordamericano che investe in startup biotech; Pretzel Therapeutics, Società di Boston che sviluppa terapie mitocondriali; il polo di trasferimento tecnologico Extend, realizzato da CDP Venture Capital in partnership con Angelini Ventures ed Evotec; Serenis, piattaforma digitale per il benessere mentale, e CeMM, Center for Molecular Medicine dell'Austrian Academy of Sciences.

Nel 2023 Angelini Ventures ha investito in Cadence Neuroscience, che sviluppa neuro-stimolazione continua per il trattamento dell'epilessia; Freya Biosciences, che opera tra Europa e Stati Uniti nel

settore delle biotecnologie con attività di ricerca clinica sulla salute femminile e riproduttiva; Cour Pharmaceuticals, che lavora sulle nanotecnologie per trattare malattie autoimmuni come diabete di tipo 1 e celiachia; Noctrix Health, che ha sviluppato il primo dispositivo tecnologico indossabile, approvato dalla Food and Drug Administration (FDA), per trattare la "sindrome delle gambe senza riposo", e Avation Medical, sistema di neuro-modulazione indossabile e non invasivo per il trattamento dell'incontinenza urinaria causata dalla sindrome della vescica iperattiva. Il 2024 si è aperto con l'annuncio dell'investimento in Nouscom, startup italo-svizzera che lavora allo sviluppo di vaccini anti-tumoral.

## TECNOLOGIA INDUSTRIALE



**Angelini Technologies** è la divisione di Angelini Industries nel campo della tecnologia industriale. Il suo obiettivo è riunire sotto di sé un ecosistema di eccellenze dedicate alla progettazione, allo sviluppo e alla realizzazione di tecnologie, prodotti e servizi volti a migliorare i processi industriali e la produzione attraverso una costante attività di ricerca e innovazione. Converting e Automazione & Robotica

sono le due principali aree in cui opera Angelini Technologies. Fin dall'inizio l'Azienda, con Angelini Technologies - Fameccanica, nata nel 1975 e principale Società di Angelini Technologies, ha acquisito competenze nella progettazione e realizzazione di linee produttive per i beni di largo consumo. Ha investito con continuità in tecnologia realizzando per i propri clienti soluzioni di frontiera sia nel mondo del Converting sia in quello dei servizi digitali, diventando così un player di riferimento per il settore dei beni di largo consumo e per la Smart Factory Automation. Progetta e sviluppa tecnologie e servizi per la produzione industriale di prodotti per la casa e per la persona, packaging sostenibili, applicazioni innovative nella logistica e servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi. 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.

Nel 2023 Angelini Technologies - Fameccanica è risultata tra le aziende più innovative d'Italia secondo il report EPO (European Patent Office), con più di 190 brevetti concessi al mondo, oltre 1.300 macchine consegnate in tutto il mondo, più di 1.100 privative brevettuali all'attivo e più di 600 dipendenti nelle tre sedi produttive in Italia, Cina e Stati Uniti.

## LARGO CONSUMO

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



**Fater**, azienda fondata nel 1958 dalla famiglia Angelini, è dal 1992 joint venture paritetica fra Angelini Industries e Procter & Gamble. È leader nel mercato italiano dei prodotti assorbenti per la persona, con i brand Lines, Lines Specialist e Pampers, e key player nel mercato europeo dei prodotti per la cura della casa con i brand ACE e Neoblanc, che commercializza in 37 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 e Neoblanc, l'intera gamma, per tutte le esigenze di pulizia della casa e dei tessuti. Fater investe circa il 3% del fatturato annuo in innovazione e conta circa 1.600 dipendenti (Italia ed estero). Ha sede a Spoltore (PE) e stabilimenti di produzione dislocati in Italia, a Pescara e a Campochiaro (CB), in Portogallo, a Porto, e in Turchia, a Gebze.

Fater considera il rispetto per l'ambiente un fattore importante nelle scelte, nella pianificazione e nei processi aziendali, e 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.



**Angelini Beauty** è la business unit di Angelini Industries, con sede a Milano, operativa nei settori della profumeria selettiva e dello skincare & suncare. Si occupa della creazione, dello sviluppo e della distribuzione internazionale delle linee di profumo di Trussardi, Laura Biagiotti, Angel Schlesser, Mandarin Duck, Armand Basì, e di skincare & suncare di Anne Möller.



**Angelini Wines & Estates** opera in campo vitivinicolo, nel rispetto del territorio, con l'obiettivo di valorizzarlo. È costituita da 6 cantine, per un totale di oltre 1.500 ettari di terreni, di cui 430 vitati. Nelle tre cantine toscane produce vini di pregio in tre diverse denominazioni d'origine: Brunello di Montalcino a Val di Suga, Vino Nobile di Montepulciano a Tenuta Trerose e Chianti Classico a San Leonino. Nelle Marche, la cantina Fazi Battaglia, marchio storico del vino italiano, è rinomata per la produzione del Verdicchio dei Castelli di Jesi Classico. Cantina Puiatti è dedicata alla produzione identitaria del Friuli-Venezia Giulia, mentre la storica Bertani è nota per la produzione dell'Amarone della Valpolicella Classico. Dal 2018 Angelini Wines & Estates 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.



**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. Alimenti per l'infanzia 100% biologici e naturali, preparati con ingredienti semplici e niente più.



## ALTRE ATTIVITÀ DEL GRUPPO



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



**Angelini Investments** 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.

## BRAND DEL GRUPPO ANGELINI INDUSTRIES



### Salute

#### Angelini Pharma

Acutil, Amuchina, Aulin, Daparox, Erdomed, Infasil, Latuda, Momendol, Moment, Moment Act, Ontozry, Resilient, Tachidol, Tachifludex, Tachipirina, Tantum Verde, ThermaCare, Trittico, Vellofent, Xydalba

### Largo Consumo

#### Fater

Pampers, Lines, Lines Specialist, Tampax, ACE, Neoblanc

#### Angelini Beauty

Creazione, sviluppo e distribuzione internazionale delle linee di profumo di Trussardi, Laura Biagiotti, Angel Schlesser, Mandarina Duck, Armand Basi, e di skincare & suncare di Anne Möller

#### Angelini Wines & Estates

Bertani (Veneto)

Cantina Puiatti (Friuli-Venezia Giulia)

Val di Suga, Tenuta Trerose, San Leonino (Toscana)

Fazi Battaglia, Tenute San Sisto (Marche)

#### MadreNatura

Hero SOLO



### Tecnologia Industriale



Progettazione e realizzazione di linee di produzione automatizzate nel settore dei prodotti igienici assorbenti e dei beni di largo consumo per la cura della casa e della persona, sviluppo di tecnologie e applicazioni innovative per il settore della logistica, del packaging sostenibile e dei servizi digitali dedicati all'ottimizzazione dei processi

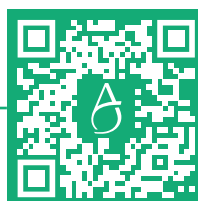
## "PIACERE, SIAMO ANGELINI INDUSTRIES", LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE CORPORATE

Lanciata nel 2023 con perimetro italiano, la campagna di comunicazione corporate nasce per far conoscere e valorizzare la **natura multi-business** che contraddistingue Angelini Industries, con un approccio multi-soggetto.

Oltre al mondo della Salute, in cui il Gruppo è ampiamente conosciuto come protagonista dello scenario farmaceutico, la campagna vuole dare spazio e voce anche agli altri due settori in cui il Gruppo opera: Tecnologia Industriale e Largo Consumo.

"Conosciamoci per tutto quello che siamo, non solo una parte" è il messaggio espresso dal body copy della campagna, che sottolinea l'obiettivo comune e il filo che lega l'universo diversificato di Angelini Industries: la volontà di prendersi cura delle persone e delle famiglie in ogni momento della loro vita.

### LA NOSTRA CAMPAGNA CORPORATE



A gennaio 2023 è stato lanciato il nuovo sito corporate Home | Angelini Industries, che rappresenta l'ultimo touchpoint, in ordine di tempo, destinato a completare il processo di rebranding intrapreso nel 2021 con l'introduzione del nome (Angelini Industries) e del nuovo logo.



Si caratterizza per l'approccio innovativo rispetto al passato, evolvendo a hub editoriale: "**Quante storie può contenere un abbraccio?**" è la domanda con cui si apre la home page del nuovo sito. E sono proprio le storie a rappresentare la grande novità, attraverso la **sezione "Stories behind the change"**, un luogo di racconti, persone e iniziative che narrano l'impegno di Angelini Industries verso il mondo e chi lo abita. Le Stories propongono focus verticali su aree tematiche coerenti col posizionamento e l'expertise del Gruppo. A partire da progetti e punti di vista aziendali, la trattazione si allarga ad approfondire tematiche correlate al mondo Angelini Industries.

Completa l'ecosistema digitale di Gruppo, composto dal sito corporate e dal profilo LinkedIn, il nuovo **canale Instagram** di Angelini Industries, lanciato a maggio 2023. Uno spazio in cui vivere la storia e l'identità del Gruppo.



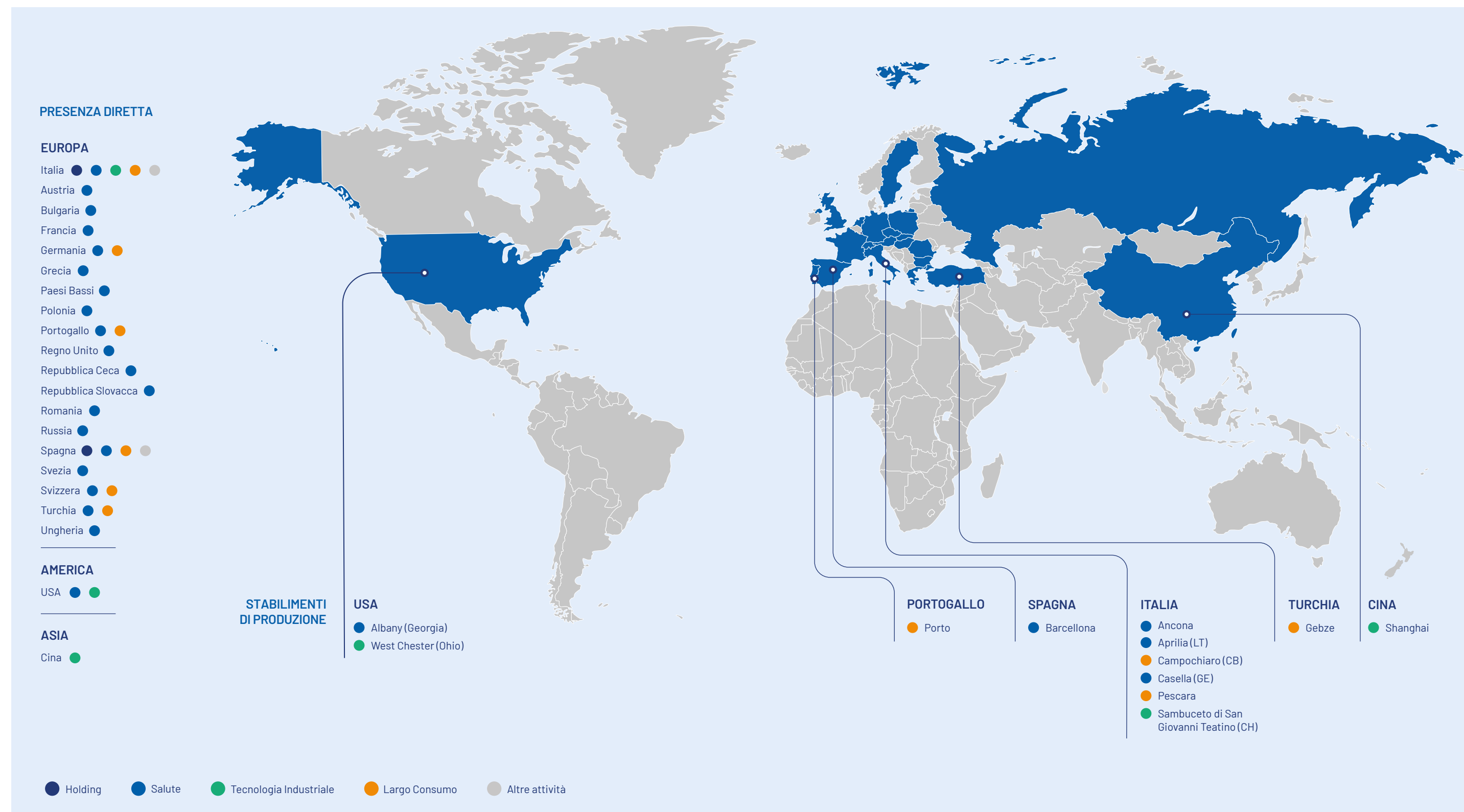
[VISITA IL SITO CORPORATE](#)



## ANGELINI INDUSTRIES NEL MONDO

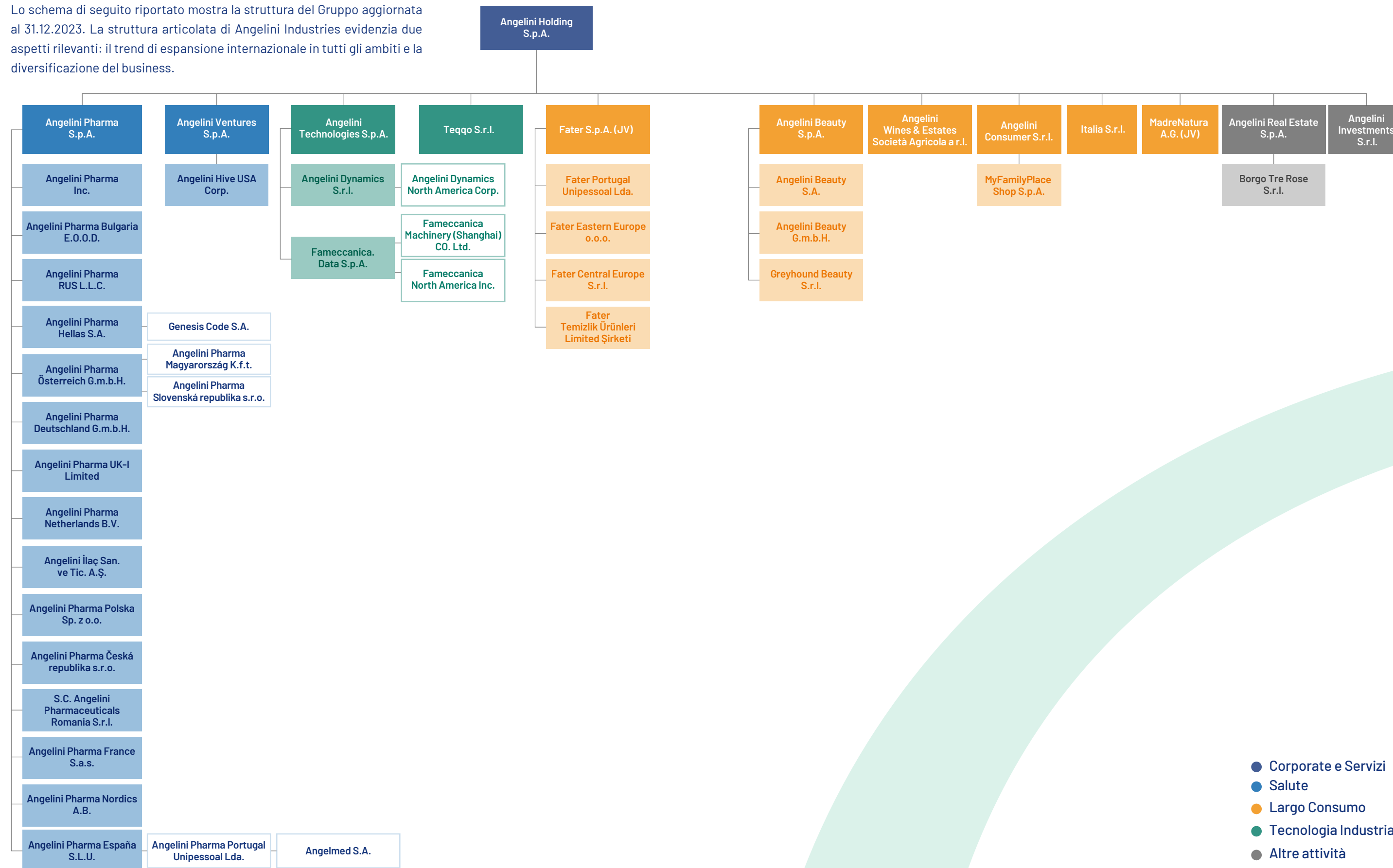
Angelini Industries è oggi presente in tre continenti (Europa, America e Asia) e opera con 12 stabilimenti produttivi, 6 dei quali localizzati in Italia.

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



# STRUTTURA SOCIETARIA

Lo schema di seguito riportato mostra la struttura del Gruppo aggiornata al 31.12.2023. La struttura articolata di Angelini Industries evidenzia due aspetti rilevanti: il trend di espansione internazionale in tutti gli ambiti e la diversificazione del business.





## VISIONI DI LUNGO PERIODO: 105 ANNI DI STORIA

### 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.



1919-1940

## Anni Cinquanta

### LO SVILUPPO INDUSTRIALE

Gli anni del dopoguerra sono caratterizzati dallo sviluppo industriale dell'Azienda guidata da Angelini. Il farmaco Dobetin è il suo primo successo commerciale, risposta a una grave esigenza sanitaria come il diffondersi dell'anemia 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 la scelta di fondare Fater, azienda di produzione di beni di largo consumo.



### RICERCA, SVILUPPO E INNOVAZIONE

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

## Anni Sessanta



### NUOVI MERCATI E NUOVI TERRITORI

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

## Anni Settanta

### IN PRIMA LINEA IN COMUNICAZIONE CON I MOMENTI

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

## Anni Ottanta



### UN GRUPPO INDUSTRIALE ARTICOLATO

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

## Anni Novanta



### 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".

2019

### SEMPRE PIÙ GLOBALI

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



## Anni 2000

### UN GRUPPO LEADER

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



## Anni 2010

## 2020-oggi



### UNA NUOVA ERA

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

Nel mondo del Largo Consumo, nasce MadreNatura, joint venture con Hero Group. Nel campo della Salute, Angelini Pharma acquisisce il marchio ThermaCare (2021); il 2021 è inoltre l'anno della più grande acquisizione della storia del Gruppo Angelini Industries, quella della biotech Arvelle Therapeutics (2021).

L'impegno nel campo della Tecnologia Industriale diviene sempre più strategico: nel 2022 viene acquisita la totalità delle quote della Società e nasce la divisione Angelini Technologies, dedicata alla progettazione e allo sviluppo di tecnologie, prodotti e servizi per migliorare i processi industriali.

Nel 2022 Angelini Industries fa il suo ingresso nel venture capital applicato alla digital health e al biotech con la creazione di Angelini Ventures, che consolida e amplia l'impegno del Gruppo nel campo della Salute. Record per i ricavi complessivi di Gruppo, che per la prima volta superano i 2 miliardi di Euro.

Il 2023 significa investimenti: nel campo della Salute, con Angelini Pharma che annuncia una collaborazione internazionale con JCR Pharmaceuticals per lo sviluppo e la commercializzazione di nuove terapie biologiche per l'epilessia; e con Angelini Ventures nei campi dell'epilessia e della salute al femminile. Tecnologia Industriale: Angelini investe per consolidare il business del Converting e sviluppare la nuova unit Automation & Robotics.

## PURPOSE: UNWAVERING CARE

“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 di noi nella ricerca di nuove soluzioni e opportunità sostenibili, a vantaggio delle comunità, dei nostri collaboratori e degli azionisti”:

questo è il nostro **purpose**.

Il purpose è la ragion 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 nostro punto focale è rappresentato 'dagli altri' e dall'impegno preso dal Gruppo nei loro confronti.

Una strategia di investimenti mirata alla crescita, l'impegno costante in ricerca e sviluppo, la profonda conoscenza dei mercati e dei settori di business rendono Angelini Industries una delle realtà italiane di eccellenza nei comparti in cui opera. Il Gruppo è impegnato nel prendersi cura delle **persone**, intese come dipendenti, comunità, ecosistemi, e a **ridurre il proprio impatto ambientale**, studiando soluzioni sempre più all'avanguardia in ottica di sostenibilità ambientale e sociale.

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



## VISION: BUILDING A BETTER FUTURE

La vision guida lo sviluppo e, insieme ai valori, fonda la cultura aziendale.

Rappresenta il 'sogno' dell'impresa e degli azionisti, ciò che si vorrebbe far accadere in una prospettiva futura: costruire un futuro migliore e puntare a realizzare una crescita sostenibile per tutti, con l'obiettivo di creare valore per le nuove generazioni, è il 'sogno' e la **vision** del Gruppo Angelini Industries.



## THE ANGELINI WAY: I NOSTRI VALORI

The Angelini Way è il modo in cui Angelini Industries conduce le proprie attività: un **sistema valoriale comune a tutto il Gruppo**, una ragion d'essere e una vision chiara che guidano tutte le decisioni di business e l'organizzazione.

Alla base dell'identità e della cultura del Gruppo Angelini Industries ci sono **quattro valori fondanti**,

che ispirano e guidano le nostre scelte, azioni e interazioni, sia attraverso l'operato dei dipendenti, sia con la fiducia creata e rinnovata da parte dei nostri Stakeholder (fornitori, pazienti, clienti, collettività).

**Ethics and Responsibility, Innovation, Performance ed Engagement** sono i fondamenti sui quali il Gruppo è nato, agisce quotidianamente e si proietta nel futuro.



### 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.



### 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 continuo 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.



### 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.



### 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.



## PROMUOVIAMO L'IDENTITÀ DI GRUPPO CON I VALUE GAMES

Con l'obiettivo di far conoscere i valori del Gruppo, migliorare le interazioni tra i dipendenti e creare un ambiente di lavoro collaborativo, basato su valori e comportamenti condivisi, nel corso del 2023 sono nati i "Value Games".

L'iniziativa, progettata interamente da Angelini Holding con la collaborazione di una giovane startup specializzata nel gaming, ha coinvolto oltre **3.000 dipendenti**. Questa iniziativa nasce in risposta all'indagine di clima, e mira a stimolare elementi ad alto impatto di engagement per le persone, come il senso di appartenenza al Gruppo, le connessioni tra le persone, al di là dei confini geografici e delle Società Operative di appartenenza, e l'innovazione tecnologica applicata al gioco.

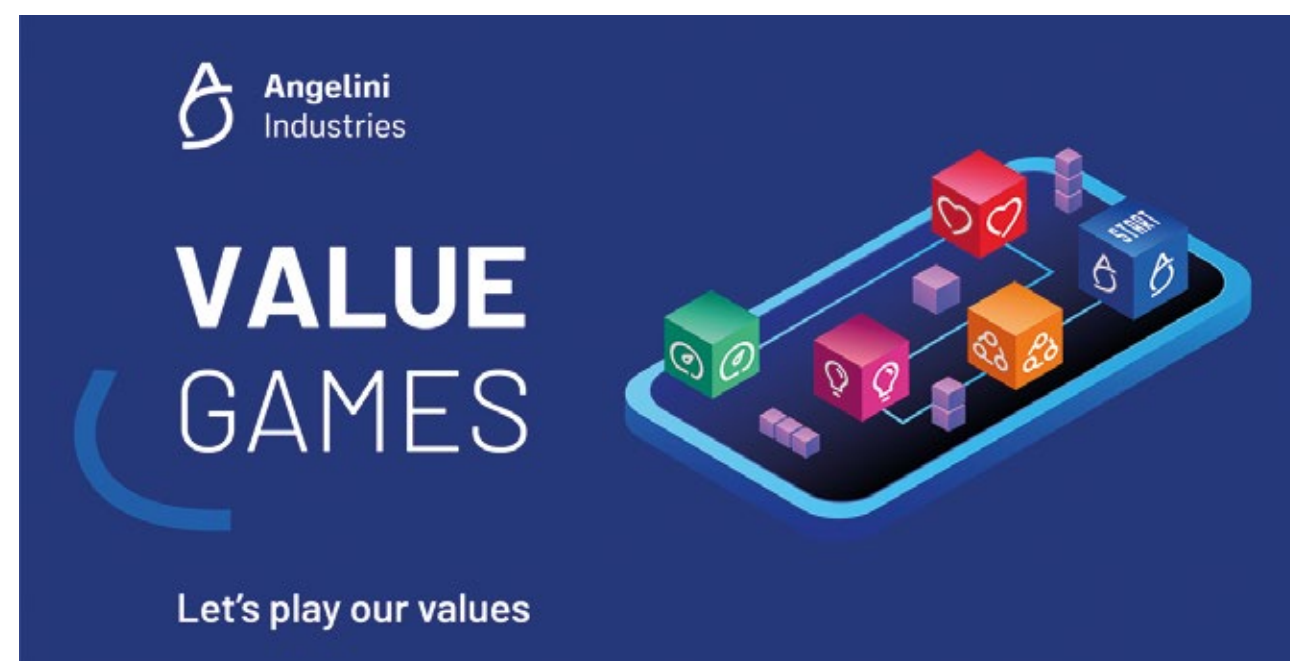
[GUARDA IL VIDEO DI PRESENTAZIONE DEI VALUE GAMES](#)



I giochi sono durati 4 settimane. Ogni gioco è collegato a uno specifico valore di Angelini Industries:

- **Human Bingo**, ispirato al valore dell'**Engagement**, con il quale scoprire interessi comuni con i colleghi;
- **Escape Odyssey**, ispirato al valore dell'**Innovation**, una escape room da risolvere nel più breve tempo possibile;
- **Sustainability Quest**, ispirato al valore dell'**Ethics and Responsibility**, gioco ibrido dove cimentarsi in abitudini sostenibili da condividere anche con i colleghi;
- **Retro Game**, ispirato al valore della **Performance**, gioco salta e corri attraverso le diverse realtà del mondo Angelini Industries.

Come ogni competizione, anche i Value Games di Angelini Industries hanno avuto i loro vincitori: un vincitore assoluto, un vincitore per gioco e alcune menzioni speciali. I vincitori, che meglio di altri hanno interpretato i valori aziendali, avranno la possibilità di visitare una delle sedi in cui opera il Gruppo Angelini Industries, insieme alla loro famiglia, ed esserne così ambasciatori e testimoni.



Greta, Fater; Edoardo, Angelini Technologies - Fameccanica.



## CASA ANGELINI: UN PROGETTO INNOVATIVO ED ECOSOSTENIBILE

Casa Angelini è l'headquarter del Gruppo Angelini Industries, situato nel cuore del quartiere Appio-Tuscolano di Roma, in viale Amelia 70. Ospita le sedi direzionali della Capogruppo Angelini Holding, di Angelini Pharma, Angelini Ventures, Angelini Real Estate e Angelini Investments.

Rappresenta un esempio simbolico di come il Gruppo agisce concretamente, in linea con i propri valori aziendali. Infatti, è il risultato di un'importante opera di rigenerazione urbanistica in chiave sostenibile e costituisce una soluzione architettonica tecnologicamente innovativa ed eco-sostenibile, a vantaggio dei dipendenti, del Gruppo e della collettività, che beneficiano della riduzione delle emissioni inquinanti e del rinnovamento dell'immagine del quartiere grazie all'aumento delle aree verdi.

Il complesso polifunzionale si estende su un'area di 25.000 m<sup>2</sup> e contiene spazi diversificati: uffici, auditorium, ristorante aziendale, sale formazione, garage interrati. 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. È in corso il processo per l'ottenimento della certificazione LEED EBOM (Existing Building Operation and Maintenance) che si rinnova ogni anno in base all'adozione di criteri specifici.

Il progetto di Casa Angelini ha seguito durante tutto il suo iter, dalla progettazione alla costruzione, precisi e rigorosi criteri ambientali e di sostenibilità: 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.

Sono in corso i lavori di ampliamento dell'edificio per la creazione di un asilo aziendale.

### CASA ANGELINI: UN EDIFICIO ECOSOSTENIBILE

Il progetto di architettura sostenibile Casa Angelini conferma l'impegno costante del Gruppo per l'integrazione di tecnologie avanzate e pratiche di sostenibilità all'interno dei propri spazi.

Gli elementi chiave che caratterizzano la gestione a basso impatto ambientale dell'edificio sono:

- **fonti di energia rinnovabile:** presenza di un impianto fotovoltaico dotato di una potenza totale di 90 kW;
- **efficienza energetica:** utilizzo di soluzioni che favoriscono il risparmio energetico come, per esempio, l'utilizzo di lampade a LED, l'installazione di sensori di presenza e di luminosità, la temporizzazione notturna dell'illuminazione dei corridoi e delle aree comuni;

- **risorse idriche:** gestione efficiente delle risorse idriche attraverso l'implementazione di sistemi di recupero delle acque piovane e delle acque grigie, che vengono riutilizzate per l'irrigazione e i sistemi di protezione antincendio;
- **climatizzazione sostenibile:** utilizzo di schedulazioni software che regolano la climatizzazione in base alle fasce orarie e ai periodi dell'anno; presenza di un sistema di free cooling per la climatizzazione naturale degli spazi interni;
- **comfort termico e salubrità dell'aria:** presenza di Unità di Trattamento dell'Aria (UTA) e utilizzo di pannelli radianti a soffitto che garantiscono consumi ridotti di energia;
- **monitoraggio e controllo:** utilizzo di un Building Management System (BMS) per il controllo e la gestione integrata di tutte le funzioni tecnologiche dell'edificio.

L'impegno verso la sostenibilità è ulteriormente attestato dall'ottenimento delle certificazioni di edilizia sostenibile **LEED Platinum**, che evidenzia il rispetto delle direttive di costruzione e progettazione dell'edificio secondo i protocolli GBC.



# Piacere, Angelini Industries.

QUESTO È IL NOSTRO  
APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ.



Manuela, Silvia, Angelini Holding; Jacopo, Angelini Pharma.

## 2. Sustainability

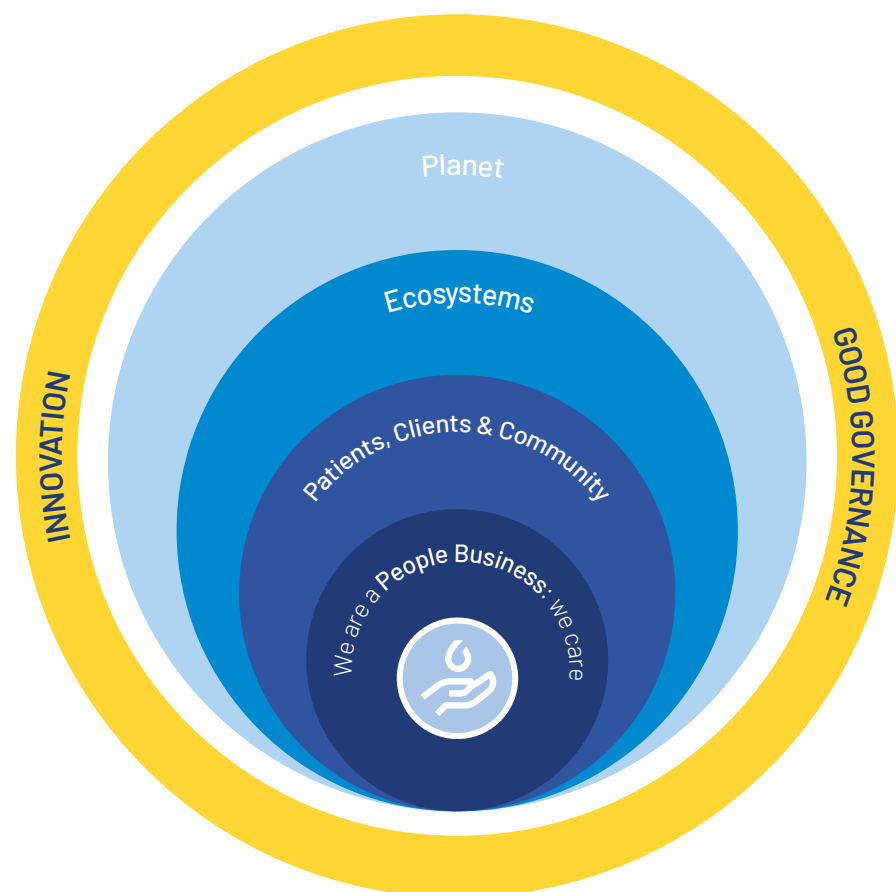
### LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

Per Angelini Industries, la sostenibilità è un concetto trasversale, in continua evoluzione e trasformazione, che ha ispirato molteplici iniziative avviate nel 2023-2024.

- Potenziamento della governance ESG:** nella consapevolezza dell'importanza di prevenire e gestire i propri impatti connessi a uno sviluppo sostenibile, Angelini Industries è da tempo impegnata nel rivedere e aggiornare la propria strategia di sostenibilità. In particolare, nel corso del 2023, si è costituita una nuova Direzione di Sostenibilità all'interno della Holding guidata dal **Group Chief Sustainability Officer**, a diretto riporto del CEO.  
 Al fine di favorire l'implementazione di una strategia ESG comune a livello di Gruppo, supportata da target e metodologie condivise, sono stati inoltre definiti team centrali e team trasversali.  
 La Direzione Sostenibilità ha, inoltre, l'obiettivo di tenere costantemente informato il più alto organo di governo su trend, impegni, rischi e opportunità da considerare.  
 Il CEO e il Leadership Team sono stati attivamente coinvolti nell'identificazione degli impatti ESG durante il processo di aggiornamento dell'analisi di materialità, nell'ambito del quale hanno effettuato un'analisi e una valutazione degli impatti correlati ai temi potenzialmente materiali (per approfondimenti si rimanda al paragrafo dedicato "La materialità di Angelini Industries").
- Affinamento del processo di analisi di materialità,** allargando notevolmente la platea di **Stakeholder coinvolti:** nello specifico, sono stati coinvolti 126 Stakeholder, appartenenti alle seguenti cinque categorie: 1. Vice Presidente e Amministratore Delegato della Capogruppo Angelini Holding (CEO), 2. membri del Leadership Team, 3. ESG Community (costituita dai Sustainability Manager e dai referenti dei Sustainability Team delle Società Operative), 4. Dipendenti della Capogruppo Angelini Holding, 5. Soggetti esterni esperti e informati (external expert) che rappresentano il mondo accademico, associazioni di categoria, opinion leader e media.



- Disegno del primo piano ESG di Gruppo** che, tenendo presenti e valorizzando gli impegni ESG già assunti dalle Società del Gruppo, identifica quattro pilastri su cui Angelini Industries intende agire nei prossimi anni: **“People”** – creare un ambiente di lavoro inclusivo e sicuro in cui i dipendenti abbiano tutti gli strumenti necessari per lavorare e avere una continua crescita; **“Patients, Clients & Community”** – promuovere l’accesso alle cure e responsabilizzare le comunità in cui Angelini Industries opera, combattendo lo stigma, generando conoscenza e innovando; **“Ecosystems”** – collaborare con i fornitori e con l’intero ecosistema per promuovere un cambiamento virtuoso; **“Planet”** – ridurre l’impronta ambientale, attraverso un minore impatto su emissioni, acqua e rifiuti, e collaborando con i fornitori per generare catene di valore sostenibili. Fattori abilitanti per la realizzazione del piano ESG saranno la **Governance** e l’**Innovation**. Il piano ESG ha un orizzonte temporale al 2026 e prevede 14 obiettivi, alcuni dei quali raggiungibili al 2030.



## ESG PLAN 24-26 | 14 FLAGSHIP TARGETS

|                                              | 2024 ----->                                                                                                                                                                                                                 | 2025 ----->                                                                                                                                                        | 2026 ----->                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2030 ----->                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>(OUR) PEOPLE</b><br>                      | <b>Wellbeing:</b><br>Engagement rate ≥75 <sup>(1)</sup><br><br><b>H&amp;S:</b> Zero serious injuries ambition for own employees <sup>(2)</sup><br><br><b>Development:</b> Training hours/employee > European sector average | <b>Inclusion:</b><br>Achieve certification UNI/PdR 125:2022 on gender equality<br><br><b>Incentives (cross):</b><br>100% N-1 and N-2 MBOs linked to ESG indicators | <b>Local Communities and Ecosystem:</b><br>Be a recognized partner to promote transition to future skills and contribute to closing the knowledge gap in the Italian system<br><br><b>Health awareness and access to care:</b><br>Be an accelerator of awareness & de-stigmatization to unlock access to care |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>PATIENTS, CLIENTS &amp; COMMUNITY</b><br> |                                                                                                                                                                                                                             | <b>Local Communities:</b><br>+20% each year of employees volunteering for local communities                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>ECOSYSTEMS</b><br>                        |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                    | <b>Partner with value chain:</b><br>>90% strategic suppliers covered by Code of Conduct<br><br><b>Embed responsible procurement:</b><br>>90% strategic suppliers assessed on ESG criteria (by 2027)                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>PLANET</b><br>                            |                                                                                                                                                                                                                             | <b>Climate:</b><br>100% renewable purchased electricity (Italy)                                                                                                    | <b>Climate:</b><br>100% renewable purchased electricity (Group)                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Climate:</b><br>Reduce GHG emissions in line with Paris Agreement (Group carbon footprint baseline finalized in 2024)<br><br><b>Waste &amp; circularity:</b><br>-90% industrial waste to landfill<br><br><b>Waste &amp; circularity:</b><br>100% new products rolled out with EcoDesign considerations |

(1) Range 0-100.

(2) Come definiti dall'INAIL.

- **Rafforzamento del processo di reporting**, in termini di raccolta dati, mediante lo sviluppo e l'implementazione di una piattaforma per la rendicontazione delle performance ESG del Gruppo Angelini Industries nel 2023. Questo ha permesso di raccogliere, in maniera strutturata e secondo un workflow tracciabile, KPI quali-quantitativi di 25 Società, in linea con gli standard di rendicontazione GRI. Ciò ha consentito maggiore robustezza al processo di reporting, con impatti positivi in termini di affidabilità e omogeneizzazione dei dati. Con l'introduzione nel 2023 della Direzione di Sostenibilità, il Bilancio è approvato in ultimo dal Group Chief Sustainability Officer e i contenuti sono stati oggetto di informativa al Leadership Team e al CdA.
- **Estensione del perimetro di disclosure del Gruppo Angelini Industries**: in aggiunta ai Bilanci di Sostenibilità di Holding, Pharma, Angelini Technologies - Fameccanica e Fater (ormai da tempo pubblicati in forma volontaria, in linea con gli standard di rendicontazione GRI e oggetto di assurance esterna) e al Sustainability Profile di Angelini Wines & Estates, da quest'anno sarà disponibile anche il Sustainability Profile di Angelini Ventures.
- **Diffusione della cultura ESG**: iniziative pensate per agire sempre più sulla consapevolezza della centralità degli aspetti di sostenibilità. In particolare, nel corso del 2023 sono state organizzate:
  - A. **3 sessioni di Sustainability Induction** rivolte ai Leadership Team di tutte le Società del Gruppo. L'iniziativa, che ha coinvolto oltre 50 persone, è stata sviluppata per raggiungere diversi obiettivi, tra i quali: ragionare congiuntamente sulle sfide legate alla governance/integrazione della sostenibilità nei processi aziendali e stimolare riflessioni sui rischi/opportunità ESG connessi anche alle importanti modifiche regolatorie a livello europeo (CSRD, Tassonomia ecc.);
  - B. **gamification di 4 settimane ("Value Games") rivolta a tutti i dipendenti**, per creare awareness interna sui valori del Gruppo Angelini Industries: Ethics and Responsibility, Innovation, Performance ed Engagement;
  - C. sessione "Recognized methodologies to assess the environmental footprint of a production process: **LCA (Life Cycle Assessment)**", formazione sulla metodologia LCA rivolta a tutto il Sustainability Operational Team di Angelini Pharma.

# Piacere, Isabella.

## QUI TI PARLO DEL PERCORSO DI SOSTENIBILITÀ DI ANGELINI INDUSTRIES.



GUARDA IL VIDEO



Isabella Falautano - Group Chief Sustainability Officer, Angelini Industries.



Inoltre, consapevole dell'importanza della sostenibilità per le nuove generazioni e l'attenzione a questi temi, Angelini Industries ha promosso un'indagine, realizzata da Quorum/YouTrend e CSA Research, sul rapporto tra la Generazione Z e la sostenibilità. L'indagine, che ha coinvolto un campione rappresentativo della popolazione italiana tra 14 e 29 anni (Generazione Z), ha raccolto idee, opinioni e punti di vista dei giovani su alcuni temi chiave.

Queste le sei aree che hanno interessato la ricerca e alcuni highlights:

- I GIOVANI E IL FUTURO: la sostenibilità per i giovani è una tema decisivo per stare bene (78% Gen Z vs 69% della popolazione generale);
- I GIOVANI E L'ATTIVISMO: 1 giovane su 2 si definisce ambientalista e 3 su 4 si ritengono informati sui temi ambientali. Il 43% dei giovani ha boicottato una marca o un prodotto ritenuto socialmente iniquo o pericoloso;
- I GIOVANI E I COMPORTAMENTI: la Gen Z dichiara di essere disposta a spendere di più per prodotti sostenibili, e sceglie auto elettriche e vestiti di seconda mano (60% vs 54% della popolazione generale);
- I GIOVANI E LE RINNOVABILI: i giovani vedono nelle rinnovabili il mestiere del futuro (64% tecnico delle energie rinnovabili) e vedono nell'energia uno degli ambiti primari in cui intervenire;
- I GIOVANI E IL LAVORO: la Gen Z vuole sentirsi realizzata in quello che fa (40% vs 38% della popolazione generale), avere prospettive di crescita professionale e personale (19% vs 16% della popolazione generale) e avere obiettivi condivisi con il gruppo di lavoro e con l'azienda (15% vs 10% della popolazione generale);
- I GIOVANI E LE RESPONSABILITÀ: il 61% della Gen Z individua negli stili di vita delle generazioni precedenti la principale colpa della crisi ambientale attuale e il 64% ritiene che dovrebbe essere lo Stato a farsi carico dei costi della sostenibilità con politiche di incentivi, con un ruolo importante delle aziende.

Dalla ricerca emerge quindi che la Generazione Z si distingue per una maggiore consapevolezza e sensibilità su questi temi rispetto al resto della popolazione.

I NOSTRI STAKEHOLDER E IL VALORE GENERATO E DISTRIBUITO

Angelini Industries promuove il dialogo trasparente e frequente con i propri Stakeholder, nella consapevolezza del fatto che ciò sia particolarmente importante per rafforzare la fiducia dei propri interlocutori e migliorare i processi decisionali.

| Categoria                     | Dettaglio                                                                                                                                                                                                                                                                             | Principali attività di coinvolgimento nel 2023                                                                                                                                                         |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| People                        |  <ul style="list-style-type: none"><li>• Dipendenti</li><li>• Executive Leadership Team (ELT)</li></ul>                                                                                            | Percorsi formativi e workshop<br>Iniziative di sensibilizzazione<br>Survey<br>Intranet aziendale<br>Town Hall ed eventi aziendali<br>Piattaforma di welfare                                            |
| Patients, Clients & Community |  <ul style="list-style-type: none"><li>• Pazienti</li><li>• Associazioni di consumatori</li><li>• Clienti, GDO e consumatori</li><li>• Organizzazioni no-profit</li></ul>                        | Survey<br>Customer meeting e canali di customer service<br>Call periodiche e progetti dedicati<br>Eventi e iniziative<br>Iniziative della Fondazione Angelini                                          |
| Ecosystems                    |  <ul style="list-style-type: none"><li>• Fornitori</li><li>• Altri partner commerciali</li><li>• Università e mondo della ricerca</li><li>• Sistema sanitario</li><li>• Opinion leader</li></ul> | Suppliers Day<br>Iniziative in partnership<br>Portale Fornitori Procunity<br>Progetti di ricerca - Angelini Academy<br>Tavoli di lavoro<br>PCTO - Percorsi per le Competenze Trasversali<br>Conferenze |
| Planet                        |  <p>-</p>                                                                                                                                                                                        | Iniziative a tutela dell'impatto ambientale, per esempio:<br>- Casa Angelini - LEED Platinum con occasioni di apertura ai non dipendenti<br>- collaborazioni con Retake                                |



IL VALORE GENERATO E DISTRIBUITO

Il valore economico generato e distribuito (VEG&D) da Angelini Industries costituisce un’utile indicazione di come il Gruppo abbia creato ricchezza a favore dei propri Stakeholder nel corso dell’anno. Nel 2023 il valore economico generato da Angelini Industries è pari a circa **2,3 miliardi di Euro**, il 7,5% in più rispetto all’esercizio precedente.

L’**86% della ricchezza aziendale è stata distribuita ai propri Stakeholder**, tra i quali dipendenti e fornitori rappresentano le categorie che beneficiano maggiormente del valore economico generato dal Gruppo, rispettivamente per il 22% e il 74% del valore distribuito totale. Il VEG&D è stato calcolato riclassificando il Conto Economico del bilancio consolidato di Angelini Holding S.p.A., del quale ricalca il perimetro in continuità con i Bilanci di Sostenibilità relativi agli anni precedenti.

| VALORE ECONOMICO DIRETTO GENERATO E DISTRIBUITO <sup>(8)</sup><br>(Migliaia di Euro) | 2023      | 2022      |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Ricavi                                                                               | 2.149.594 | 1.998.039 |
| Altri proventi                                                                       | 48.188    | 58.594    |
| Proventi finanziari                                                                  | 96.967    | 78.682    |
| Totale valore economico generato                                                     | 2.294.749 | 2.135.315 |
| Costi operativi                                                                      | 1.454.629 | 1.391.234 |
| Salari e benefit dei dipendenti                                                      | 439.477   | 410.660   |
| Pagamenti a fornitori di capitale                                                    | 45.947    | 16.238    |
| Remunerazione degli investitori                                                      | -         | -         |
| Pagamenti ai governi                                                                 | 37.810    | 11.670    |
| Totale valore economico distribuito                                                  | 1.977.863 | 1.829.802 |
| Svalutazione crediti                                                                 | 3.136     | 1.442     |
| Differenze di cambio non realizzate                                                  | 4.282     | 965       |
| Rettifiche di valore di attività materiali e immateriali                             | 3.458     | 12.520    |
| Rettifiche di valore di attività finanziarie                                         | 1.775     | 9.034     |
| Ammortamenti                                                                         | 184.761   | 188.145   |
| Accantonamenti                                                                       | 21.158    | 13.361    |
| Riserve                                                                              | 98.316    | 80.046    |
| Valore economico trattenuto                                                          | 316.886   | 305.513   |

(8) Rispetto al valore economico generato e distribuito rendicontato nel Bilancio di Sostenibilità 2022, sono stati effettuati i seguenti ricalcoli:

- la voce “Pagamenti ai governi” include, per il 2023, tutte le imposte, mentre nella rendicontazione 2022 erano presenti le sole “imposte correnti” con le restanti eliminate anche dalla voce riserve;
- per il 2023 è stata effettuata una riclassifica sulla variazione delle rimanenze, le quali sono state inserite nella voce “Costi operativi”, mentre, nella rendicontazione 2022, erano state considerate in diminuzione dei ricavi. Pertanto, i dati relativi al 2022 sono stati rielaborati mediante riclassifica della variazione delle rimanenze e contestuale loro inserimento nei costi operativi.

Si precisa che gli investimenti nella comunità sono gestiti attraverso la Fondazione Angelini, non ricompresa nel consolidato finanziario di Gruppo. Per approfondimenti sui progetti, si rimanda al paragrafo “Comunità” del capitolo 6 “Patients, Clients & Community” del presente Bilancio.





LA MATERIALITÀ DI ANGELINI INDUSTRIES

L'analisi di materialità è alla base della strategia di sostenibilità del Gruppo Angelini Industries: aiuta a indirizzare gli sforzi sulle aree a maggior impatto e favorisce relazioni costruttive con gli Stakeholder. I risultati di tale analisi supportano la definizione degli obiettivi da includere nel Piano di Sostenibilità - al cui raggiungimento contribuiscono le diverse Funzioni aziendali e Linee di Business del Gruppo (Salute, Largo Consumo e Tecnologia Industriale) - e consentono di individuare in modo efficace i contenuti rilevanti e significativi per il Gruppo e per i suoi Stakeholder, anche ai fini di una corretta disclosure.

RIFERIMENTI METODOLOGICI E GOVERNANCE DEL PROCESSO DI ANALISI DI MATERIALITÀ

L'aggiornamento 'evolutivo' dell'analisi di materialità, in una fase di progressiva transizione verso i nuovi standard previsti dalla **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, è stato sviluppato in linea con il **GRI 2021**, ispirandosi allo standard **AccountAbility AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES)**, tenendo in considerazione anche l'**Implementation Guideline (IG 1)** dello standard **ESRS (European Sustainability Reporting Standard)** predisposto dall'EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group). La nuova Direzione che fa capo al **Group Chief Sustainability Officer**, a riporto dell'Amministratore Delegato della Capogruppo, è responsabile dell'analisi di materialità a livello di Gruppo e svolge un ruolo di indirizzo strategico e coordinamento, fornendo il supporto metodologico per l'analisi a livello delle Società Operative. L'analisi di materialità è stata costruita in un'ottica di apertura e allargamento del pool degli Stakeholder coinvolti (con oltre 120 soggetti ascoltati), i cui risultati sono stati presentati e validati dal Leadership Team e dal Vice Presidente e CEO della Capogruppo Angelini Holding. Le attività di raccolta, aggregazione ed elaborazione dei dati e delle informazioni relative alle iniziative di ascolto e analisi degli Stakeholder coinvolti sono state condivise con i Sustainability Manager delle Società Operative attraverso confronti dedicati, che hanno permesso di condividere all'interno del Gruppo anche le migliori pratiche di coinvolgimento e dialogo.



L'aggiornamento dell'analisi di materialità ha fatto emergere **15 temi potenzialmente materiali** e **5 pre-requisiti**, tematiche, queste ultime, imprescindibili, ovvero già ampiamente presidiate all'interno del Gruppo o regolate da normative.

| 15 TEMATICHE POTENZIALMENTE MATERIALI <sup>(9)</sup> |                                                      |                                                                  | 5 PRE-REQUISITI                                |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Environmental                                        | Social                                               | Governance                                                       |                                                |
| Efficienza energetica e fonti alternative            | Sviluppo e valorizzazione del capitale umano         | Governance, rischi e opportunità ESG                             | Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti |
| Cambiamento climatico                                | Cura e benessere delle persone                       | Creazione e distribuzione del valore economico                   | Salute e sicurezza                             |
| Gestione sostenibile delle risorse naturali          | Diversità, equità e inclusione                       | Responsible Sourcing                                             | Etica del business                             |
| Circolarità                                          | Relazione con partner, clienti e pazienti            | Diritti umani                                                    | Comunicazione trasparente                      |
| Innovazione di prodotto                              | Impegno verso il territorio e supporto alla comunità | Artificial Intelligence, digitalizzazione e Information Security | Compliance                                     |

Successivamente è stata effettuata una **valutazione degli impatti ESG** che le attività aziendali del Gruppo Angelini Industries generano o potrebbero generare, tenendo in considerazione la **probabilità<sup>(10)</sup>** e la **gravità** degli stessi, per le 20 tematiche.

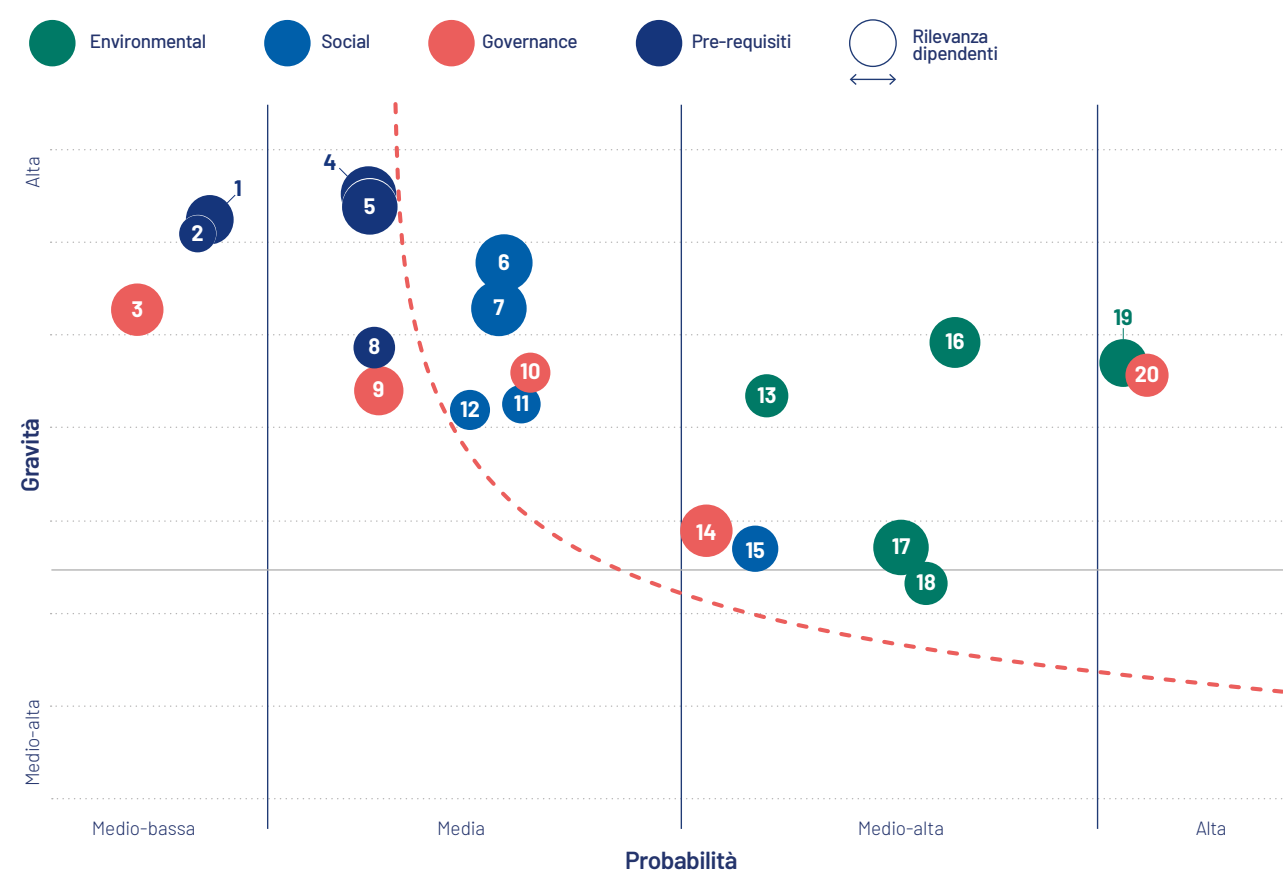
(9) Di seguito sono riportate in dettaglio le principali variazioni e gli accorpamenti apportati alle tematiche alla luce di quanto emerso durante il workshop in fase di brainstorming: le tematiche "Sostanze chimiche", "Natura e acqua" e "Rifiuti" sono confluite nella tematica "Gestione sostenibile delle risorse naturali"; "Packaging e utilizzo della plastica" è confluito nella tematica "Circolarità"; "Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico" e "Innovazione (R&D-IP)" sono confluite nella tematica "Innovazione di prodotto"; "Genitorialità" è confluito nella tematica "Cura e benessere delle persone"; "Centralità del paziente" è confluito nella tematica "Relazione con partner, clienti e pazienti"; "Continuità e resilienza" e "Rischi e opportunità ESG" sono confluiti nella tematica "Governance, rischi e opportunità ESG"; "Stabilità occupazionale" e "Internazionalizzazione" sono confluiti nella tematica "Creazione e distribuzione del valore economico"; "Information Security" è confluito nella tematica "Artificial Intelligence, digitalizzazione e Information Security"; "Sicurezza delle informazioni" è confluito nel pre-requisito "Compliance"; "Accessibilità dei farmaci e assistenza sanitaria" è infine stato escluso in quanto considerato un tema peculiare della Società Operativa Angelini Pharma.

(10) La valutazione della probabilità di accadimento dei temi, così come rappresentata nella matrice di materialità, è stata effettuata considerando nel loro insieme gli impatti associati a ogni tema potenzialmente materiale.

## RISULTATI DELL'ANALISI DI MATERIALITÀ: MATRICE DI MATERIALITÀ (PROSPETTIVA INSIDE-OUT)<sup>(11)</sup>

Si riporta di seguito la matrice di materialità, secondo la prospettiva inside-out che rappresenta:

- **probabilità degli impatti generati associati a ciascuna tematica** (asse x);
- **gravità degli impatti generati per ciascuna tematica** (asse y);
- **rilevanza delle tematiche dal punto di vista dei dipendenti** (dimensione bolla).



- |                                                  |                                                                     |                                                         |                                                |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| 1 Etica del business                             | 7 Cura e benessere delle persone                                    | 11 Relazione con partner, clienti e pazienti            | 16 Cambiamento climatico                       |
| 2 Compliance                                     | 8 Comunicazione trasparente                                         | 12 Impegno verso il territorio e supporto alla comunità | 17 Efficienza energetica e fonti alternative   |
| 3 Diritti umani                                  | 9 Creazione e distribuzione del valore economico                    | 13 Innovazione di prodotto                              | 18 Circolarità                                 |
| 4 Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti | 10 Artificial Intelligence, digitalizzazione e Information Security | 14 Governance, rischi e opportunità ESG                 | 19 Gestione sostenibile delle risorse naturali |
| 5 Salute e sicurezza                             |                                                                     | 15 Diversità, equità e inclusione                       | 20 Responsible Sourcing                        |
| 6 Sviluppo e valorizzazione del capitale umano   |                                                                     |                                                         |                                                |

I 20 temi valutati (15 tematiche potenzialmente materiali e 5 pre-requisiti) secondo la prospettiva "inside-out", derivanti dalle precedenti attività di analisi di settore e coinvolgimento degli Stakeholder, **si concentrano nelle aree di gravità medio-alta e alta**.

Tuttavia, è possibile classificare come **temi materiali in senso stretto soltanto i 13 temi presenti a destra della linea rossa all'interno della matrice "probabilità-gravità"**, in quanto questi temi sono **caratterizzati da alta gravità e probabilità medio-alta o alta**, emergendo quindi come più urgenti per Angelini Industries.

Le restanti tematiche, pur avendo una gravità elevata, presentano una probabilità medio-bassa o media e sono quindi considerate meno urgenti, in quanto già adeguatamente presidiate all'interno del Gruppo attraverso iniziative e progetti attuati negli ultimi anni dalla Holding e dalle Società Operative (per esempio, i 5 pre-requisiti).

Per approfondimenti e dettagli sul processo di analisi di materialità condotto, si rimanda alla specifica sezione in [Appendice](#).

(11) Le tematiche emerse come materiali per il 2023 sono sostanzialmente in linea con le tematiche risultate materiali nel precedente esercizio: - Governance: si confermano materiali per il 2023 le tematiche della continuità e della resilienza del Gruppo confluite nel tema "Governance, rischi e opportunità ESG" e il tema "Artificial Intelligence, digitalizzazione e Information Security", ai quali si aggiunge per il 2023 il tema "Responsible Sourcing". Non emerge invece tra i temi materiali "Internazionalizzazione", inclusa quest'ultima nella tematica "Creazione e distribuzione del valore economico";

- Social: ai temi "Sviluppo e valorizzazione del capitale umano", "Diversità, equità e inclusione", "Relazione con partner, clienti e pazienti" e "Impegno verso il territorio e supporto alla comunità", già considerati materiali nel 2022, si aggiunge il tema "Cura e benessere delle persone";

- Environmental: tutti i temi materiali per il 2022 ("Efficienza energetica e fonti alternative", "Cambiamento climatico", "Circolarità" e "Innovazione di prodotto") sono confermati come tali anche per il 2023, con l'aggiunta del tema "Gestione sostenibile delle risorse naturali".

Pre-requisiti: i temi della "Salute e sicurezza" e della "Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti", rappresentando pilastri dell'agire quotidiano dell'intero Gruppo ed essendo presidati con rigore, sono da considerarsi, appunto, come "pre-requisiti".



# Piacere, Angelini Industries.

## E QUESTO È IL NOSTRO SISTEMA DI GOVERNO SOCIETARIO.



Chiara, Angelini Technologies – Fameccanica; Annalisa, Angelini Holding;  
Nils, Angelini Pharma; Artem, Angelini Holding.

### 3. Governance

#### IL MODELLO DI CORPORATE GOVERNANCE

##### ORGANI SOCIETARI

Angelini Industries ha adottato un sistema di corporate governance moderno e ispirato ai più elevati standard di trasparenza e correttezza nella gestione dell’impresa e nei confronti degli Stakeholder.

Angelini Holding S.p.A., nella sua funzione di Holding industriale del Gruppo Angelini Industries, ha come scopo la gestione delle partecipazioni industriali nei business in cui il Gruppo opera. La Holding svolge, in particolare, attività di indirizzo strategico e di coordinamento delle Società Controllate e fornisce inoltre alcuni servizi trasversali quali IT, finanziari, amministrativi, gestionali, assicurativi, legali e societari.

Di seguito viene rappresentata la composizione degli organi societari di Angelini Holding S.p.A.

| CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE <sup>(12)</sup> | Carica                                   |
|----------------------------------------------|------------------------------------------|
| Presidente Onorario                          | Francesco Angelini                       |
| Presidente del Consiglio di Amministrazione  | Franco Masera – indipendente             |
| Vice Presidente Esecutivo                    | Thea Paola Angelini – esecutivo          |
| Vice Presidente e Amministratore Delegato    | Sergio Marullo di Condojanni – esecutivo |
| Consigliere                                  | Giovanni Ciserani – indipendente         |
| Consigliere                                  | Stefano Proverbio – indipendente         |
| Consigliere                                  | Lorenzo Tallarigo – indipendente         |
| Consigliere                                  | Attilio Zimatore – indipendente          |

(12) Nominato in data 28.06.2024, in carica sino alla data dell’Assemblea di approvazione del Bilancio al 31.12.2024. La composizione del CdA riportata in tabella non ha subito variazioni rispetto al 31.12.2023. Sono previsti criteri oggettivi per la nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione, che vengono selezionati da una Società esterna. La nomina viene attuata attraverso l’adozione di una delibera assembleare, ai sensi del c.c. Per membro indipendente si intende il soggetto terzo rispetto al Gruppo. Per membro esecutivo del Consiglio di Amministrazione si intende il soggetto che ha ricevuto una delega di potere da parte del CdA.

Il Consiglio di Amministrazione, nominato attraverso l'adozione di una delibera assembleare ai sensi del c.c., 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 SINDACALE <sup>(13)</sup> |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| Presidente                         | Marco Mignani                        |
| Sindaci effettivi                  | Riccardo Tiscini<br>Lorenzo Barbone  |
| Sindaci supplenti                  | Giuseppe Marciano<br>Vittorio Belato |

L'Organismo di Vigilanza ha il compito di sorvegliare e di verificare regolarmente l'efficacia del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo della Società, nonché di aggiornare il Modello stesso in seguito a modifiche normative od organizzative.

| ORGANISMO DI VIGILANZA <sup>(14)</sup>                    |                                     |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Presidente                                                | Fulvia Astolfi                      |
| Membri effettivi                                          | Antonio Miani<br>Daniele Del Monaco |
| Società di revisione                                      | EY S.p.A.                           |
| Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili | Emanuele Campagnoli                 |

(13) Nominato in data 28.06.2024, in carica per tre esercizi, fino alla data dell'Assemblea di approvazione del Bilancio al 31.12.2026. La composizione al 31.12.2023 era la seguente: Presidente Fabrizio Marchetti; Sindaci effettivi: Riccardo Tiscini e Lorenzo Barbone; Sindaci supplenti: Gianluca Leone e Giuseppe Marciano.  
(14) Nominato in data 17.07.2024, in carica fino all'approvazione del Bilancio al 31.12.2024. La presente composizione non ha subito variazioni rispetto alla precedente (in carica al 31.12.2023).

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

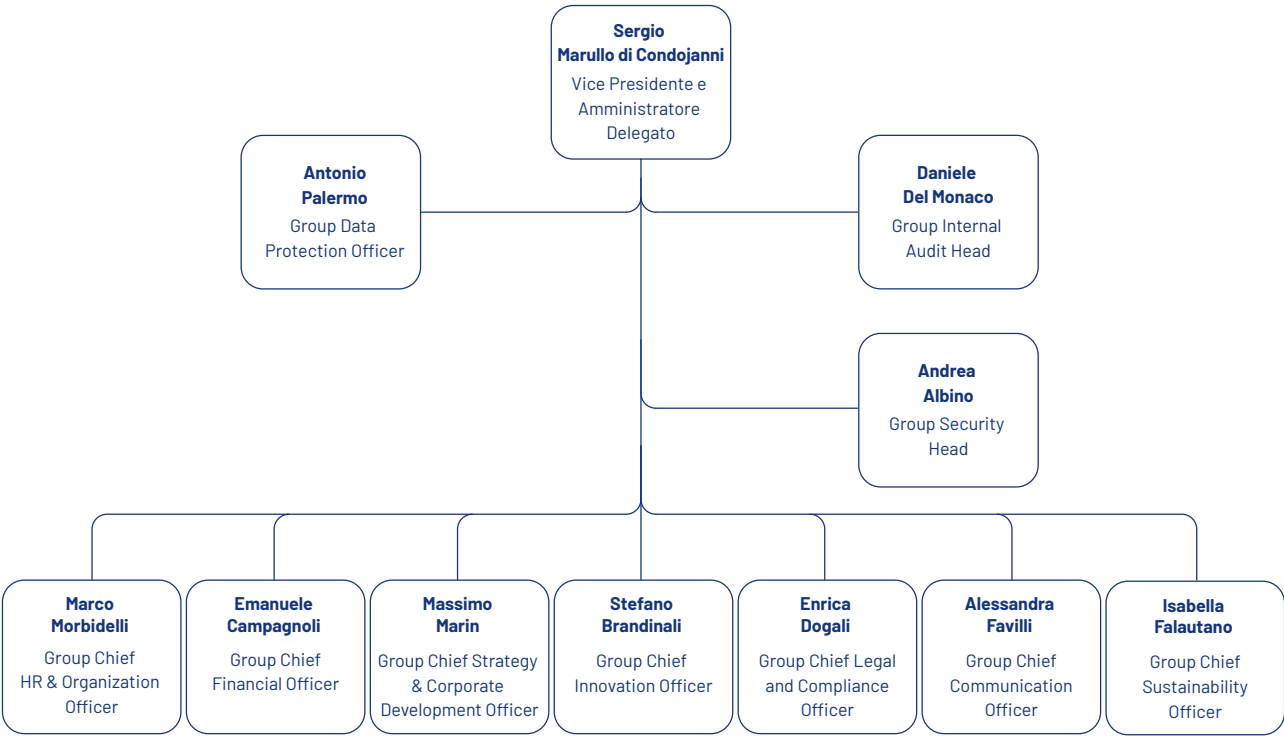
- Comitato Pharma;
- Comitato Consumer;
- Comitato Technology;
- Comitato Remunerazione e Nomine;
- Comitato Investimenti.

LEADERSHIP TEAM

A integrazione dei Comitati endoconsiliari, all'interno del Gruppo è previsto un altro organismo di vertice, l'Angelini Industries Leadership Team. Composto da tutti i riporti diretti dell'AD di Angelini Holding, l'organismo ha funzione propositiva, organizzativa e istruttoria.

MEMBRI DEL LEADERSHIP TEAM<sup>(15)</sup>

La governance di Angelini Industries coniuga la presenza di una holding industriale di indirizzo strategico - Angelini Holding - con l'autonomia e l'accountability delle Società Operative.  
Il Leadership Team è costituito dai manager incaricati di gestire le attività della Capogruppo, guidati dal CEO.



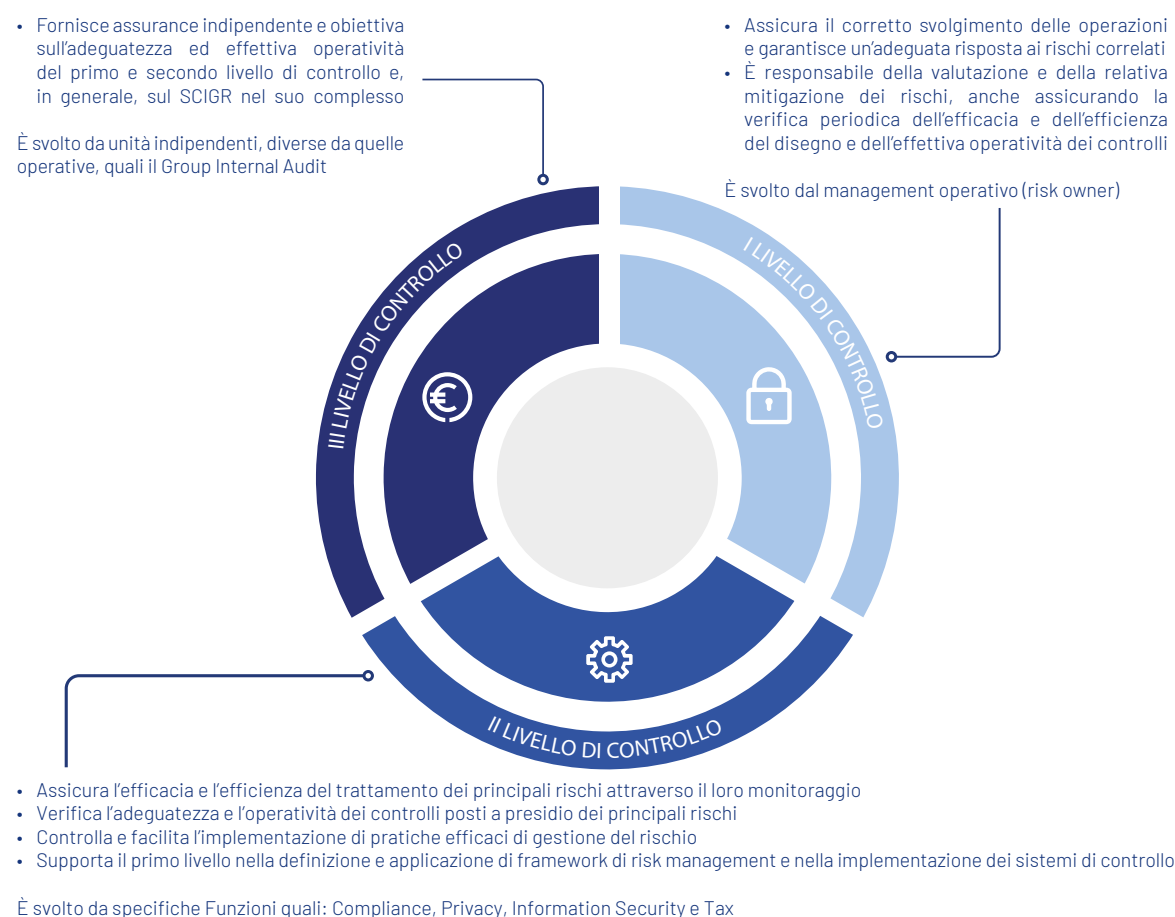
(15) La presente composizione del Leadership Team è aggiornata al 30.06.2024. Si segnala che al 31.12.2023 risultava presente anche Maurizio Fossati, in qualità di Holding Procurement & Special Projects Director, uscito nei primi mesi del 2024 per pensionamento.



## IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E GESTIONE DEI RISCHI

Il Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi (SCIGR), parte integrante del Modello di corporate governance di Angelini Industries, è costituito dall'insieme delle persone, degli strumenti, delle strutture organizzative, delle norme e regole aziendali, volti a consentire una gestione del Gruppo coerente con il purpose e con gli obiettivi aziendali.

Adeguati processi di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, così come la strutturazione di idonei flussi informativi volti a garantire la circolazione delle informazioni e il coordinamento dei vari attori del SCIGR, sono elementi fondamentali alla base del sistema di controllo interno del Gruppo. Il governo e l'attuazione del SCIGR nel suo complesso, che prevede il coinvolgimento di soggetti aziendali diversi (organi di governo e controllo, strutture aziendali, management, dipendenti), si articola lungo i 3 livelli di controllo rappresentati in figura.



## GESTIONE DEI RISCHI

Consapevole dell'importanza di prevenire e gestire in modo efficace i rischi connessi alle proprie attività, il Gruppo attua una serie di misure per monitorare e presidiare i fattori che potrebbero comportare impatti negativi a livello di rischio potenziale. In particolare, in considerazione della natura delle attività del business, i principali rischi cui il Gruppo è esposto sono riportati di seguito.

## RISCHIO CORRUZIONE

Il rischio di corruzione rappresenta una delle principali sfide per molte aziende in tutto il mondo.

In particolare, in un contesto economico sempre più globalizzato e competitivo, le imprese devono fare i conti con normative sempre più stringenti a tutela della trasparenza e della legalità.

In questo scenario, Angelini Industries ha implementato un sistema di gestione del rischio di corruzione, che prevede l'individuazione e la valutazione dei potenziali rischi di corruzione all'interno dell'Azienda, nonché la definizione di misure preventive e correttive per mitigare tali rischi. Nel corso del 2023, con l'adozione della **Global Policy Anticorruption**, Angelini Industries ha ulteriormente rafforzato e dato concretezza a questo aspetto, prevedendo una serie di indicazioni puntuali per il contrasto alla corruzione, quali, per esempio:

- prevenire il rischio di corruzione, sulla scorta del principio della "tolleranza zero";
- assicurare il rispetto di tutte le leggi e dei regolamenti applicabili;
- individuare, descrivere e attuare i controlli anticorruzione, declinati nelle specifiche

procedure a livello di singola Società Operativa, volti a regolare i processi che prevedono rapporti con funzionari pubblici;

- individuare, descrivere e attuare i presidi di controllo per la corretta e trasparente gestione dei rapporti con funzionari pubblici;
- preparare e svolgere corsi di formazione specifici in merito a quanto stabilito dalla Policy, nonché dalle procedure aziendali rilevanti;
- provvedere al continuo aggiornamento e miglioramento del sistema di controllo attuato.

I contenuti della Global Policy Anticorruption sono stati oggetto di formazione, erogata a tutti i membri dell'organo di governance e a tutti dipendenti delle Società del Gruppo, somministrata in 13 lingue diverse, con un alto livello di partecipazione.

Angelini Industries si è, infine, dotata di altre specifiche procedure, applicabili a tutto il Gruppo, che regolamentano i seguenti ambiti: conflitti di interessi, donazioni e sponsorizzazioni, doni e omaggi; ciò al fine di rafforzare ulteriormente i presidi di controllo che possono essere oggetto di fenomeni corruttivi nell'ambito del proprio Anticorruption Program.

## RISCHIO PRIVACY

Angelini Industries considera la diffusione al proprio interno della cultura in materia di protezione dei dati il primo passo per garantire la piena conformità alla normativa. Per questo motivo, il Gruppo investe quotidianamente sulla “responsabilizzazione” (accountability) di tutti gli Stakeholder che concorrono, ognuno in ragione delle specifiche competenze, al funzionamento di un efficace modello di governance della privacy.

Al fine di garantire la conformità alla normativa di riferimento, nonché l’armonizzazione delle politiche e delle prassi adottate dalle singole Società del Gruppo, Angelini Industries ha emesso apposite linee guida, valide a livello di Gruppo, che definiscono – *inter alia* – i ruoli e le responsabilità degli attori coinvolti nel trattamento dei dati personali, i principi generali e di

gestione da osservare nell’esecuzione delle attività di trattamento, i sistemi e processi implementati al fine di garantire l’effettività ed efficacia del sistema di gestione privacy.

Il Responsabile della Protezione dei Dati (“RPD”)<sup>(16)</sup>, in ottemperanza al GDPR, informa e fornisce consulenza in merito agli obblighi derivanti dalla normativa in materia, sorvegliandone l’osservanza e fornendo, ove richiesto, un parere in merito alla valutazione d’impatto sulla protezione dei dati.

Coopera, inoltre, con l’Autorità di controllo, fungendo, altresì, da punto di contatto per quest’ultima e i soggetti interessati. Il coinvolgimento del RPD e del relativo team di lavoro nei vari processi aziendali sin dalla fase di disegno e progettazione delle attività è costante e svolto in maniera organica e strutturata.

### RAFFORZAMENTO DEL SISTEMA DI GESTIONE DELLA PRIVACY

Al fine di rafforzare il proprio sistema di gestione della privacy, Angelini Industries è intervenuta sia sulla struttura e organizzazione sia sul *corpus* procedurale e documentale, così da avere un modello scalabile e dinamico in grado di adattarsi a complessità sempre crescenti di business e attività e, al contempo, garantire accountability e un efficace monitoraggio interno e delle terze parti coinvolte nei trattamenti dei dati personali, secondo un approccio risk-based.

Sono stati inoltre realizzati investimenti per dotare la struttura di strumenti – anche di carattere digitale – per la valutazione e gestione del rischio privacy, nonché per lo svolgimento dei principali adempimenti in materia di protezione dei dati personali, con lo scopo precipuo di ottimizzare i processi interni rilevanti ai sensi della normativa in materia.

Infine, sono stati realizzati piani formativi annuali finalizzati a diffondere la cultura in materia di protezione dei dati personali.

(16) Nominato ai sensi dell’art. 37 del Regolamento (UE) 2016/679 (“GDPR”).

## RISCHIO INFORMATION SECURITY

La crescente digitalizzazione e la diffusione dei dispositivi connessi hanno aumentato in modo esponenziale le minacce cibernetiche per le organizzazioni di tutte le dimensioni e di tutti i settori. Per questo motivo, la sicurezza delle informazioni è una priorità assoluta per il Gruppo, che si impegna costantemente nella gestione attenta dei rischi associati attraverso l’implementazione di un **Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni**, gestito da una Funzione dedicata, e lo sviluppo di una strategia di Information Security. Gli obiettivi del Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni sono molteplici e includono, tra gli altri, il rispetto dei

diritti degli interessati, la tutela e il mantenimento della riservatezza delle informazioni, la protezione del brand.

A testimonianza dell’efficacia e del costante impegno dell’Organizzazione nel miglioramento continuo dei propri processi e strumenti per la sicurezza delle informazioni, ormai da diversi anni Angelini Industries ha ottenuto la certificazione dello standard **ISO/IEC 27001**.

Angelini Industries si è dotata anche di una **strategia di Information Security, “Cyber Guards”** che si compone di 6 pilastri.

**Sostenibilità** per lo sviluppo delle competenze necessarie e nel diffondere una cultura aziendale improntata a responsabilità chiare e condivise e basata sulla fiducia.

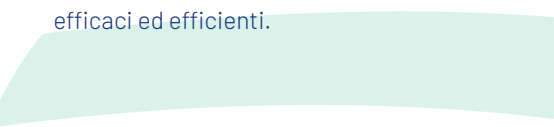
**Governance** del modello operativo di Information Security quale supporto al business e in ottemperanza alle normative e ai più alti standard di protezione degli asset.

**Difesa** dell’ecosistema digitale del Gruppo attraverso l’adozione di misure di sicurezza e protezione, il monitoraggio delle minacce e la capacità di risposta.

**Unificazione** della gestione delle problematiche di Information Security, basata su stringenti requisiti di sicurezza e sull’attuazione di controlli efficaci ed efficienti.

**Resilienza** delle capacità di Information Security del Gruppo Angelini, al fine di anticipare gli impatti e facilitare un rapido ripristino dagli incidenti di sicurezza che possono compromettere il business.

**Assurance** nei confronti dei clienti, sia interni sia esterni, degli Stakeholder e dei dipendenti dell’organizzazione per quanto riguarda l’Information Security e la Cyber Resilience dell’ecosistema digitale di Angelini Industries.





## RISCHIO REPUTAZIONALE

Angelini Industries conduce un'attività di crisis management, volta a consentire una pronta ed efficace gestione di criticità potenziali e/o effettive che interessino il Gruppo e le sue Società Operative e che costituiscano una minaccia per la reputazione. Il sistema di procedure, realizzato per affrontare le criticità con impatto reputazionale, è oggetto di

formazione periodica a tutto il personale dipendente<sup>(17)</sup>. Ogni Società del Gruppo si è dotata di un comitato di crisi composto da membri fissi e membri a chiamata. Le procedure e i comitati di crisi vengono aggiornati periodicamente, anche attraverso specifici momenti di training e attività di stress test.

### LE CARATTERISTICHE DEL SISTEMA DI CRISIS MANAGEMENT DI ANGELINI INDUSTRIES

Il sistema di crisis management di Angelini Industries consente di:

- favorire l'individuazione di eventuali criticità e la corretta segnalazione della comunicazione di crisi ai referenti di area e ai rispettivi responsabili;
- assicurare che le persone preposte alla definizione e alla gestione della comunicazione di crisi siano allertate con tempistiche e modalità adeguate al livello di criticità;
- garantire l'efficacia della comunicazione esterna e interna;
- limitare, per quanto possibile, le ricadute negative di un evento critico sulla reputazione del Gruppo, delle Società Operative e dei brand, del Management, dei dipendenti, del livello di servizio offerto;
- far emergere correttamente la posizione di Angelini Industries e dei brand connessi.

(17) In aggiunta alle procedure specifiche di ogni singola Società del Gruppo, *in primis* della Holding, è stata prevista una procedura che norma il rapporto tra la Holding stessa e le Società Operative, nella gestione delle situazioni comuni.





## ETICA E COMPLIANCE

L'etica e la compliance rappresentano aspetti cruciali della **cultura aziendale di Angelini Industries, basata sull'integrità, la trasparenza e la responsabilità**, orientata a proteggere l'organizzazione da conseguenze negative e, allo stesso tempo, a contribuire alla costruzione di rapporti fiduciari con i propri clienti, gli azionisti e la società nel suo insieme<sup>(18)</sup>.

Al fine di promuovere un'adeguata cultura della responsabilità, al di là della mera conformità, il Gruppo pone particolare attenzione alla formazione e all'educazione del personale, attraverso corsi dedicati alle principali normative applicabili (anticorruzione e responsabilità amministrativa dell'ente ex D.Lgs. 231/2001), nonché iniziative specifiche formative volte a favorire la diffusione efficace dei principi e delle best practice che devono essere alla base dei comportamenti aziendali, anche del Top Management.

Il programma di formazione sui temi dell'etica, della compliance e dell'anticorruzione mira a coinvolgere il 100% dei dipendenti. Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati episodi di corruzione.

### FRAMEWORK DI "GESTIONE DELLA REGOLAMENTAZIONE INTERNA"

Nel corso del 2023, con l'obiettivo di rafforzare il sistema procedurale del SCIGR, è stato avviato un progetto che si è concluso nei primi mesi del 2024 con l'emanazione di un framework di "Gestione della Regolamentazione Interna", in cui sono stati definiti i principi e le regole di comportamento relative al processo di redazione, approvazione, archiviazione, comunicazione e revisione dei documenti di regolamentazione interna, nonché della relativa formazione.

Tra gli obiettivi principali del framework adottato rientra: garantire l'aderenza delle Società Operative al sistema unico di Gruppo per la regolamentazione dei processi rilevanti; assicurare una gestione efficace ed efficiente dei processi, con responsabilità definite; promuovere una cultura di legalità ed eticità trasversale a tutto il Gruppo, attraverso l'adozione di una metodologia condivisa.

(18) L'etica si concentra sull'adozione di comportamenti e decisioni responsabili, considerando gli impatti delle azioni aziendali non solo sulle parti interessate dirette ma anche sulla società nel suo complesso; la compliance comprende le politiche, le procedure e il monitoraggio delle attività aziendali, per garantire il rispetto delle normative e la gestione dei rischi associati a violazioni legali o etiche.

## CODICE ETICO

Angelini Industries adotta un Codice Etico di Gruppo che affianca il "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" per prevenire la commissione dei reati previsti dal D.Lgs. 231/2001 (Modello 231) e del quale costituisce parte integrante.

L'insieme dei principi etici e dei valori espressi nel Codice Etico ispirano l'attività di tutti coloro che operano in Angelini Industries, tenendo conto

dell'importanza dei ruoli, della complessità delle Funzioni e delle responsabilità affidate per il perseguimento degli scopi del Gruppo stesso. Tutti i dipendenti sono formati e informati sul contenuto del Codice Etico, sono chiamati a operare con integrità in tutti gli aspetti del loro lavoro e a pretendere altrettanto dai loro interlocutori interni ed esterni all'organizzazione, in linea con i valori del Gruppo.



### CONSULTA IL CODICE ETICO DI ANGELINI INDUSTRIES



### LE REGOLE ETICHE DI CONDOTTA DI ANGELINI INDUSTRIES

- **Come lavoriamo:** ognuno di noi contribuisce personalmente a promuovere e mantenere un clima di reciproco rispetto nell'ambiente di lavoro.
- **Come comunichiamo:** comunicare eticamente significa gestire in modo veritiero, corretto e in linea con le normative vigenti le informazioni riservate, i contenuti che riguardano Angelini Industries e i dati personali che trattiamo nell'ambito dello svolgimento delle nostre attività.
- **Come agiamo:** conosciuti e compresi i principi etici cui il Gruppo si ispira nei rapporti con i propri Stakeholder, siamo tenuti a sapere come questi si applichino nel concreto a noi, come comportarci nelle attività quotidiane qualora si presentino situazioni ambigue o comportamenti illeciti ed, eventualmente, come agire di conseguenza.



## MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO

Angelini Holding, in coerenza con le migliori prassi del mercato, si è dotata di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, che nel tempo ha proceduto ad aggiornare in linea con le modifiche normative e organizzative, nonché con le best practice in materia.

Il Consiglio di Amministrazione, al momento dell'approvazione del Modello, ha anche designato l'Organismo di Vigilanza (OdV), che si riunisce regolarmente per monitorare l'adeguatezza e l'effettiva implementazione del Modello e riporta al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale della Società sulle attività svolte, sia in relazione all'aggiornamento del Modello sia per quanto riguarda le attività di monitoraggio.

Analoghi sistemi di controllo interno in ambito D.Lgs. 231/2001 sono stati adottati dalle Società Controllate con sede in Italia, mentre le Società estere hanno adottato modelli di controllo coerenti con le normative applicabili. Nel corso del 2023 sono stati aggiornati i risk assessment dei Modelli 231 delle principali Società italiane e, per quelli portati in approvazione al CdA, sono state conseguentemente effettuate le periodiche attività formative a tutti i dipendenti della Società di riferimento.



## SISTEMA DI GESTIONE DELLE SEGNALAZIONI (WHISTLEBLOWING)

Angelini Industries ha implementato un processo di raccolta e gestione delle segnalazioni (c.d. "Whistleblowing"), che garantisce la massima tutela e riservatezza sia delle persone segnalanti (che possono inviare una segnalazione anche in forma anonima) sia di quelle oggetto delle segnalazioni.

Le segnalazioni, inviate e gestite in ottemperanza del processo condiviso, definito all'interno della specifica Policy di Gruppo, possono riguardare tutte le violazioni di disposizioni normative nazionali o dell'Unione europea che ledono l'interesse pubblico o l'integrità di Angelini Industries, nonché violazioni di policy e/o procedure interne.

Al fine di garantire un ampio e indiscriminato accesso a tutti coloro che vogliano effettuare una segnalazione che riguardi Angelini Industries, è stata erogata specifica formazione per consentire ai dipendenti di conoscere la pluralità di canali disponibili, quale, per esempio, la piattaforma informatica accessibile da parte di tutti i segnalanti.

Per Angelini Industries è fondamentale tutelare i segnalanti. Pertanto, sono vietati e sanzionati atti di ritorsione o discriminatori, diretti o indiretti, nei confronti del segnalante, per motivi collegati, direttamente o indirettamente, alla segnalazione.

Nel corso del 2023 sono pervenute 8 segnalazioni, 6 delle quali hanno richiesto l'intervento del "Team di segnalazione", che ha condotto approfondimenti specifici per verificare la fondatezza dei fatti e individuare eventuali anomalie. Al termine delle indagini, sono stati elaborati specifici piani correttivi volti a rafforzare i presidi di controllo interno dei processi esaminati e sono state avviate le relative attività di monitoraggio.

CERTIFICAZIONI

A dimostrazione dell’impegno del Gruppo Angelini Industries nel rispetto delle più stringenti normative, sono molteplici le certificazioni acquisite e rinnovate periodicamente.

|                                     | ISO 9001 | ISO 45001 | ISO 14001 | ISO 50001 | ISO 13485 | ISO 27001 | SA 8000 | UNI/PdR 125:2022 | Certificazione LEED <sup>(19)</sup> | Top Employer | ISO PEFC ST | EMAS | EPD |
|-------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|---------|------------------|-------------------------------------|--------------|-------------|------|-----|
| Casa Angelini                       |          |           |           |           |           |           |         |                  | X                                   |              |             |      |     |
| Angelini Holding                    |          |           |           |           |           | X         |         |                  |                                     |              |             |      |     |
| Angelini Pharma                     | X        | X         | X         |           | X         | X         |         | X                |                                     | X            |             |      |     |
| Angelini Technologies - Fameccanica | X        | X         | X         | X         |           | X         |         |                  |                                     |              |             |      |     |
| Fater                               | X        | X         | X         | X         | X         | X         | X       |                  |                                     |              | X           | X    | X   |



**RICONOSCIMENTO DELLO STATUS DI AEO PER ANGELINI TECHNOLOGIES – FAMECCANICA**  
Ad Angelini Technologies – Fameccanica, è stato riconosciuto lo status di **AEO (Authorized Economic Operator)** sia per le **semplificazioni doganali (AEOC)** sia per la **sicurezza (AEOS)**. Il concetto di AEO si basa su standard riconosciuti a livello internazionale, ed è un programma di partnership tra le autorità doganali, l’organizzazione europea e le aziende di commercio. Lo status viene riconosciuto nei 27 Paesi membri dell’Unione europea.  
Lo status di operatore economico autorizzato certifica una situazione di affidabilità specifica di un particolare soggetto nei confronti delle autorità doganali e fa parte delle nuove procedure di informatizzazione nei rapporti tra soggetti privati e autorità incaricate delle attività di controllo nel commercio internazionale.



**ANGELINI TECHNOLOGIES – FAMECCANICA HA RICEVUTO LA SILVER MEDAL SECONDO IL SUSTAINABILITY RATING ECOVADIS**  
Da sempre impegnata nelle tematiche ESG, Angelini Technologies – Fameccanica ha ottenuto, per il perimetro italiano, un esito di assoluto rilievo dell’esame EcoVadis sulla sostenibilità aziendale, ricevendo la Medaglia d’Argento, classificandosi nel 15% delle aziende valutate<sup>(20)</sup> a livello globale che hanno ottenuto i punteggi migliori e **rientrando nel 4% delle aziende più performanti nel settore oggetto di valutazione.**

(19) Livello Platinum. È in corso il processo per l’ottenimento della certificazione LEED EBOM (Existing Building Operation and Maintenance).  
(20) Valutazione ottenuta nel 2024 sulla base della chiusura del questionario effettuato nel 2023.



Edoardo, Angelini Pharma; Marco, Angelini Holding.



**Piacere,  
Angelini Industries.**  
È COSÌ CHE **INNOVIAMO.**



Irene, Angelini Holding; Chiara, Angelini Pharma.

## 4. Innovation & Digitalization

### L'APPROCCIO ALL'INNOVAZIONE DI ANGELINI INDUSTRIES

L'innovazione è uno dei **valori** fondanti di Angelini Industries<sup>(21)</sup>, un elemento che guida da sempre le attività di business. Nel corso del 2023, il Gruppo Angelini Industries ha avviato una riorganizzazione interna che ha condotto alla creazione, a livello di Holding, della Funzione centralizzata di **"Innovation"**, guidata dal **Chief Innovation Officer (CINO)**, con l'intento di accelerare l'innovazione attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie, realizzare trasformazioni in linea con le priorità strategiche aziendali e promuovere alleanze per contribuire allo sviluppo di ecosistemi dell'innovazione.

La missione della Funzione Innovation è realizzare la trasformazione digitale e favorire un'innovazione più ampia, supportando l'adozione di una cultura dell'innovazione, promuovere la posizione di partner strategico e sfruttare le capacità avanzate digitali e tecnologiche per identificare e implementare soluzioni trasformative. Angelini Industries si impegna per promuovere la creazione di relazioni con ecosistemi esterni in ottica di **Open Innovation**<sup>(22)</sup> che, in affiancamento all'innovazione già presente nelle Industries, intende "fare sistema" stabilendo collaborazioni con università, centri di ricerca, startup e altre realtà innovative, per favorire la sinergia tra la ricerca accademica e lo sviluppo aziendale.

L'innovazione porta con sé anche la **gestione strategica dei dati** e l'utilizzo delle **tecnologie di intelligenza artificiale (Data-Driven Company)** all'interno dei processi decisionali aziendali. In questo senso, Angelini Industries ha sviluppato una **CoP (Community of Practices)** tra Holding e Società Operative per condividere metodologie e best practice.

(21) Per approfondimenti si rimanda al capitolo 1 "Identity & Purpose", paragrafo "The Angelini Way: i nostri valori".

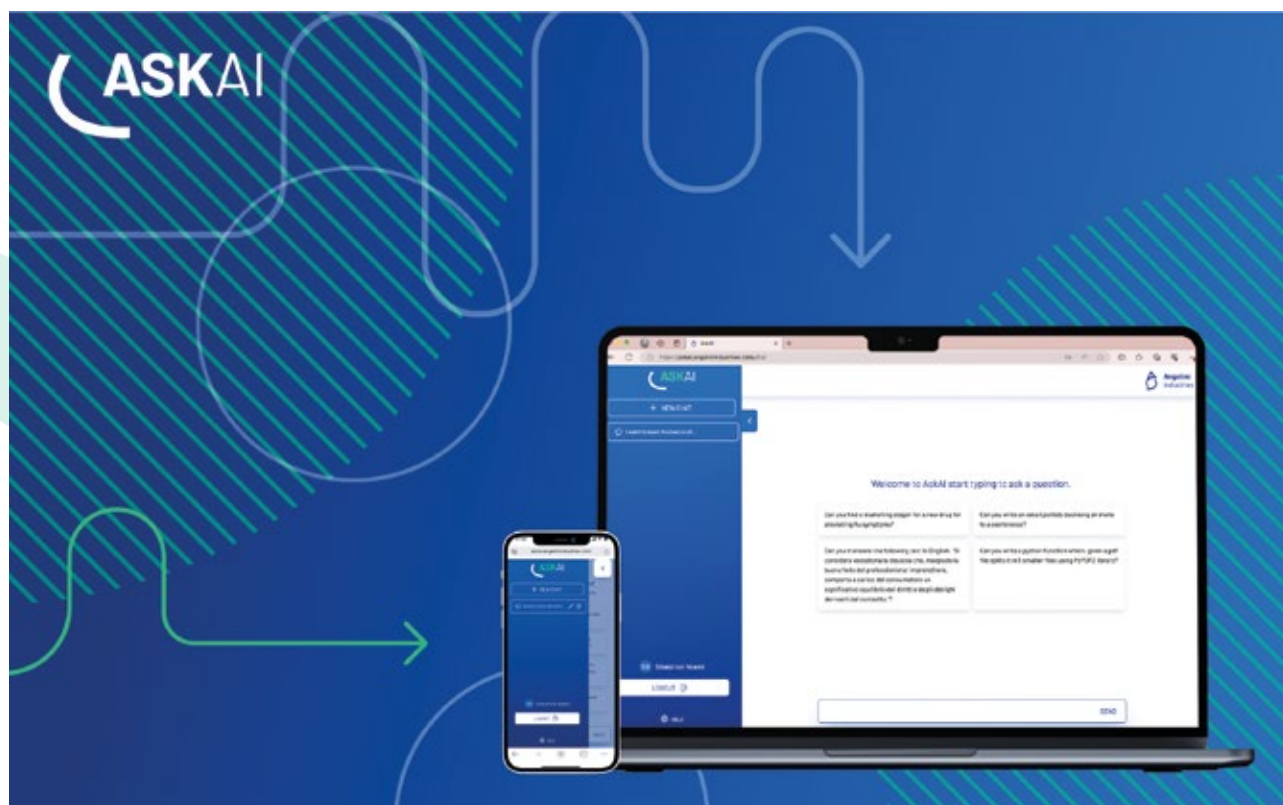
(22) L'Open Innovation è un approccio all'innovazione in base al quale le imprese si basano anche su idee, persone, risorse e competenze tecnologiche che arrivano dall'esterno, in particolare da startup, università, enti di ricerca, fornitori e consulenti.



In un'epoca in cui la tecnologia sta rapidamente trasformando i luoghi di lavoro, Angelini Industries ha abbracciato il mondo dell'intelligenza artificiale rilasciando **AskAI**, l'istanza interna di ChatGPT, in partnership con Microsoft Italia, su cloud "Azure" per garantire la riservatezza dei dati. Si tratta di uno strumento di lavoro innovativo e accessibile, che supporta i dipendenti attraverso l'uso dell'intelligenza artificiale e che si traduce concretamente in una web app, utilizzabile sia da desktop sia da dispositivi mobili.

Nel corso del 2023, 25 persone di Angelini Industries hanno partecipato all'edizione di **SMAU Milano**, la principale fiera della tecnologia e dell'innovazione in Italia, tenutasi dal 18 al 19 ottobre. In tale occasione, per la prima volta, Angelini Industries è stata nominata **"Top Innovation Ambassador"**, per la diffusione della cultura dell'innovazione in azienda e per la disponibilità a condividere le buone pratiche con l'ecosistema dell'innovazione nazionale e internazionale. Durante questa edizione Angelini Industries ha vinto il **Premio Innovazione SMAU 2023**, assegnato al progetto di Angelini Pharma dedicato all'innovazione dei processi nelle linee produttive.

In aggiunta, sempre nel 2023, si è svolta la prima edizione abruzzese del Roadshow SMAU, che ha inaugurato un nuovo punto di incontro fra aziende, Stakeholder e startup del territorio che si stanno distinguendo sui temi dell'Open Innovation, con un focus particolare su Industria 4.0 e transizione ecologica. Tale edizione ha visto Angelini Technologies – Fameccanica aggiudicarsi il **Premio Innovazione**. Oltre alle tappe italiane (Milano e Pescara), Angelini Industries ha partecipato attivamente anche alle edizioni estere di SMAU, tra cui **Londra e Parigi**.





## L'INNOVAZIONE ALL'INTERNO DEL GRUPPO ANGELINI INDUSTRIES<sup>(23)</sup>

L'innovazione, quale elemento fondamentale per il successo del Gruppo, si sviluppa trasversalmente a livello sia di Holding sia di Società Operative, con connotati e contenuti molto diversi in ogni singolo business.

### ANGELINI HOLDING

A livello di **Holding**, la Direzione Innovazione fornisce ai team R&D e Business Development delle Società Operative supporto per favorire l'innovazione di prodotto e in generale l'evoluzione del business, per esempio attraverso:

- **nuovi strumenti:** software di prototipazione rapida, software di analisi dei dati e modelli di intelligenza artificiale possono essere applicati per aumentare le capacità dei team in modo efficace ed efficiente;
- **veicoli:** acceleratori di innovazione quali, per esempio, "Innovation Factories" o "Hub d'Innovazione", possono supportare lo sviluppo di prodotti innovativi;
- **metodologie:** agile e design thinking possono supportare in modo ottimale la fase di ideazione e sviluppo prototipale dei nuovi prodotti;
- **competenze digitali:** intelligenza artificiale, Data Analytics e Information Security possono supportare la creazione di nuovi modelli di business anche basati su prodotti innovativi.

### ANGELINI PHARMA

Per Angelini Pharma fare innovazione significa impegnarsi, da oltre 70 anni, nella **ricerca e nello sviluppo di prodotti e soluzioni di cura per migliorare la vita delle persone**, con l'obiettivo di diventare un leader globale nell'area della **Brain Health** e di mantenere il suo forte posizionamento nella **Specialty e Primary Care** e **Consumer Health**.

Il **team di Ricerca e Sviluppo** è costituito da **oltre 160 persone** con un background tecnico e culturale eterogeneo, dotate delle competenze necessarie per le diverse fasi di sviluppo dei prodotti farmaceutici, dall'identificazione di nuovi farmaci fino alla loro commercializzazione.

In particolare, negli anni, Angelini Pharma ha **identificato principi attivi** di grande importanza, tra cui **trazodone e benzidamina**, sviluppato importanti iniziative nell'ottica dell'Open Innovation e in coerenza con la propria **strategia di internazionalizzazione**, realizzato acquisizioni mirate, ricorrendo ad accordi di licensing e di esportazione per assicurare la **distribuzione globale** dei propri farmaci in mercati quali l'Europa, il Medio Oriente e l'Estremo Oriente. Esempi recenti includono l'acquisizione del marchio **ThermaCare** da GSK nel marzo 2020 e l'immissione in commercio di **Ontozry** (cenobamato), un nuovo principio attivo per contrastare le crisi epilettiche.

<sup>(23)</sup> Per maggiori dettagli, si rimanda ai Bilanci di Sostenibilità di Angelini Pharma, Angelini Technologies - Fameccanica, e ai Sustainability Profile di Angelini Ventures e Angelini Wines & Estates.



Matteo, Angelini Real Estate; Paolo, Angelini Holding.

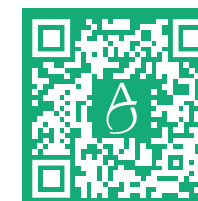


## ANGELINI TECHNOLOGIES - FAMECCANICA

La forte spinta all'innovazione, nei settori del Converting e dell'Automazione & Robotica, è uno dei principi fondanti di Angelini Technologies - Fameccanica, principale Società della Divisione Angelini Technologies, che nel **2023 è stata nominata tra le aziende più innovative d'Italia per il numero di brevetti depositati** (EPO) e a oggi presenta più di 1.100 privative brevettuali all'attivo, che si riferiscono a più di 240 invenzioni distinte.

Il fattore distintivo risiede nell'investire con continuità in tecnologie avanzate, realizzando per i propri clienti soluzioni di frontiera veloci, precise, integrate e modulari sia nel Converting sia nell'Automation, che hanno fatto di Angelini Technologies - Fameccanica un player di riferimento per il settore dei beni di largo consumo e per la Smart Factory Automation. Concependo la robotica come un sistema aperto, potenziato dalle conoscenze di un network di partner tecnologici e scientifici tra i più autorevoli, Angelini Technologies - Fameccanica partecipa attivamente al programma **Forward Factory Program**, acceleratore nazionale dedicato alle startup operanti nell'ambito dell'innovazione digitale nel settore manifatturiero.

Nel corso degli ultimi anni, grazie ai continui investimenti mirati **all'introduzione di nuove tecnologie** e al potenziamento delle competenze e delle conoscenze dell'area Ricerca e Sviluppo, Angelini Technologies - Fameccanica ha potuto finanziare e realizzare diversi progetti di carattere nazionale e internazionale. In questo contesto si colloca il progetto **LIFE ALL-IN**, parte del programma europeo LIFE<sup>(24)</sup>, che ha l'obiettivo di lanciare un innovativo processo integrato eco-compatibile che, per la prima volta, combina sulla stessa macchina il processo di produzione degli AHP<sup>(25)</sup> con processi per la lavorazione in linea di materie prime normalmente prodotte offline<sup>(26)</sup>.



**APPROFONDISCI IL PROGETTO  
LIFE-ALL IN**



**ASCOLTA L'INTERVISTA A FRANCESCO D'APONTE  
GLOBAL ENGINEERING DIRECTOR  
- ANGELINI TECHNOLOGIES - FAMECCANICA**

(24) Il programma LIFE è lo strumento finanziario dell'UE per l'ambiente e l'azione per il clima. È attivo dal 1992 e ha cofinanziato più di 5.500 progetti in tutta l'UE.

(25) Absorbent Hygiene Products (AHP).

(26) Per altri interessanti progetti innovativi, si rimanda al capitolo 8 "Planet".



## ANGELINI VENTURES

In Angelini Industries l'innovazione non si sviluppa solo in termini tecnologici o di R&D, ma abbraccia anche il campo degli **investimenti**. Infatti, attraverso Angelini Ventures, il Gruppo investe in **startup altamente innovative** che sviluppano soluzioni e idee d'avanguardia nel **settore del Biotech** e della **Digital Health**.

Angelini Ventures ha già pianificato investimenti per oltre 80 milioni di Euro, su una dotazione complessiva di 300 milioni di Euro. L'attuale portafoglio include 16 investimenti articolati in: a) investimenti diretti in aziende innovative, di cui cinque in associazione con il fondo Angelini Lumira Biosciences Fund; b) creazione di due Venture Studio che favoriscono il trasferimento tecnologico; c) sostegno a progetti di ricerca scientifica. Nella selezione dei propri investimenti, Angelini Ventures applica criteri di alta selettività mirati a investire prioritariamente nelle idee a maggior potenziale e innovative. Nel 2023, Angelini Ventures ha effettuato investimenti significativi per migliorare la salute futura delle persone. Tra questi: Cadence Neuroscience, che sviluppa una terapia di neuromodulazione per l'epilessia resistente ai farmaci; Freya Biosciences, che conduce ricerche sulla salute femminile e riproduttiva; Cour Pharmaceuticals, che utilizza nanotecnologie per trattare malattie autoimmuni come diabete di tipo 1 e celiachia; Avation Medical, che ha creato un sistema di neuromodulazione indossabile per l'incontinenza urinaria; e Noctrix Health, che ha sviluppato un dispositivo approvato dalla FDA per trattare la sindrome delle gambe senza riposo.

ARGOBIO  
STUDIO

DAMONA  
PHARMACEUTICALS

COUR

PRETZEL  
THERAPEUTICS

serenis

AVATION  
MEDICAL

GenEp

EXTEND

NOCTRIX  
HEALTH

CoMind

congruence<sup>TX</sup>

Cadence  
neuroscience

nouscom

ARCLIGHT  
Therapeutics

FREYA<sup>TM</sup>

CeMM  
SCIENCE IS OUR MEDICINE



Fabrizio, Maya, Angelini Ventures.



## ANGELINI WINES & ESTATES

Nell'ambito delle aziende del Gruppo che operano nel settore del Largo Consumo, l'innovazione è sicuramente in termini di prodotto. Per esempio, Angelini Wines & Estates, in collaborazione con il team di Open Innovation di Angelini Holding e con BioSensing (startup universitaria affiliata alla Sapienza Università di Roma) ha realizzato il progetto **"Wine Quality Monitoring"**, frutto di un percorso sfidante che ha l'obiettivo di sviluppare, industrializzare e commercializzare un dispositivo analitico di dimensioni tascabili per la determinazione semplice, accurata e on-site dei livelli di lieviti nel vino<sup>(27)</sup>.

Il dispositivo collega alcuni sensori con una piattaforma digitale che renderà possibile il trasferimento dei risultati via Bluetooth, sia su smartphone sia su PC, per una lettura e gestione dei dati veloce ed efficiente. Tale sistema si distingue per l'economicità e la praticità di utilizzo, promettendo di apportare vantaggi significativi in termini di costi ed efficienza se confrontato con le metodologie di analisi attualmente in uso. Nello specifico, il progetto potrebbe rappresentare un primo step verso lo sviluppo di sensori e biosensori radicalmente innovativi per i controlli di qualità e sicurezza alimentare nel comparto vitivinicolo. L'iniziativa ha ricevuto una **menzione speciale** nell'ambito del **"Premio Innovazione ImpreSapiens"**, promosso da ImpreSapiens - Centro di Ricerca<sup>(28)</sup>.



**ASCOLTA L'INTERVISTA A MARCO VARANESE**  
**DIGITAL INNOVATION MANAGER - ANGELINI INDUSTRIES**  
**E PIETRO RICCOBONO**  
**OPERATIONS MANAGER - ANGELINI WINES & ESTATES**

(27) Attualmente, tale monitoraggio poggia su metodologie d'analisi chimico-fisiche e microbiologiche di laboratorio: per i lieviti, si adottano real time PCR (Polymerase Chain Reaction) o citometria a flusso, caratterizzate da elevata sensibilità e complessità, oltre a costi non contenuti. In alternativa, si ricorre a colture *in vitro* su terreno agarizzato selettivo (un terreno di coltura che permette una descrizione delle colonie e, quindi, ne facilita l'identificazione), i cui risultati sono resi però disponibili nell'arco di 10 giorni, o strumentazione professionale o semiprofessionale allestita in sede per analisi rapide, con impiego di kit e reagenti.

(28) Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo 6 "Patients, Clients & Community".

## ANGELINI BEAUTY

Anche in Angelini Beauty l'innovazione principale è in termini di prodotto, con l'obiettivo di migliorare il processo produttivo e proporre prodotti sempre più innovativi, ricercati e sostenibili.

Infatti, per esempio, la componente di materiali riciclati utilizzati nel packaging è sempre crescente: la prima linea basata su pack realizzato da materiali riciclati, prodotta nel 2022 è "Clean Up" di Anne Möller. Tutta la linea è confezionata in speciali flaconi in plastica riciclabile e 100% riciclata, a eccezione del tubo Scrub che è composto per il 40% da plastica riciclata ed è riciclabile.

## ANGELINI REAL ESTATE

Nell'ambito degli immobili del Gruppo gestiti da Angelini Real Estate, risalta in termini di innovazione ed eccellenza **"Casa Angelini"**, che rappresenta una soluzione architettonica tecnologicamente innovativa ed eco-sostenibile, di cui possono godere i dipendenti del Gruppo e la collettività<sup>(29)</sup>.

**fater**

L'innovazione è uno dei driver di sviluppo dell'Azienda, attraverso innovazioni di prodotto che nascono e vengono sviluppate nel Business Campus di Spoltore, inaugurato nel 2020, che ospita 2.500 m<sup>2</sup> di laboratori, aree attrezzate e impianti pilota, con certificazioni ISO 9001 e 45001.

Nei laboratori interni viene svolta attività di Ricerca e Sviluppo sui prodotti ACE e Lines Specialist, con particolare riferimento all'incontinenza severa. Nell'anno fiscale 2022-2023, nei laboratori hanno lavorato circa 70 ricercatori, affiancati da una ventina di studenti universitari che hanno svolto la tesi di laurea o il dottorato di ricerca su iniziative e progettualità di Fater.

L'innovazione tecnologica, che abbraccia tutti i prodotti Fater, persegue tre obiettivi principali:

- migliorare l'esperienza d'uso dei consumatori e dei clienti;
- ridurre l'impronta ambientale, in particolare le emissioni di CO<sub>2</sub>;
- ottimizzare la struttura dei costi di produzione.

(29) Per maggiori informazioni si rimanda al capitolo 1 "Identity & Purpose", paragrafo "Casa Angelini: un progetto innovativo ed ecosostenibile".



## LA TRANSIZIONE DIGITALE IN ANGELINI

Angelini Industries partecipa attivamente alle iniziative della **Fondazione per la Sostenibilità Digitale**, prima fondazione di ricerca in Italia che analizza la correlazione tra la trasformazione digitale e la sostenibilità. In virtù di questa collaborazione, Angelini Industries promuove i principi della prassi UNI/PdR 147:2023 “Sostenibilità digitale”.

### PRASSI UNI/PdR 147:2023

Sviluppata congiuntamente dalla Fondazione per la Sostenibilità Digitale e dall’Ente Italiano di Normazione (UNI), la UNI/PdR 147:2023 definisce una metodologia di analisi della sostenibilità digitale di un progetto, proponendo 58 indicatori di performance basati sui Sustainable Development Goals (SDGs), applicabili a tutte le fasi del progetto: dall’avvio alla chiusura e valutando al contempo gli impatti di sostenibilità.

Al pari dell’innovazione, anche la transizione digitale si declina diversamente tra le varie Società del Gruppo. Per esempio, **Angelini Pharma**, per migliorare le performance aziendali e rispondere al graduale spostamento dell’esperienza d’acquisto dai canali fisici verso l’online, ha rivisto la propria strategia digitale mettendo in atto diverse progettualità volte a trasformare e ottimizzare le modalità di interazione con medici, farmacisti, pazienti, consumatori e altri Stakeholder chiave.

Un esempio di rilievo è “**Angelini Pharma PLUS+**”, una piattaforma phygital che offre una vasta gamma di servizi online ai farmacisti, tra cui una formazione continua sui prodotti e le aree terapeutiche dell’Azienda, oltre al monitoraggio in tempo reale degli ordini e delle spedizioni. Inoltre, è stato lanciato un **tool di realtà aumentata** con il quale i farmacisti possono scegliere il tipo di espositore e la posizione migliore all’interno del punto vendita, visualizzando l’ingombro e l’impatto.

Nel campo del **customer engagement**, Angelini Pharma ha introdotto il programma **D.A.M.A. – Digital Angelini Pharma Marketing Automation**, che consente di veicolare comunicazioni personalizzate basate sulle mutevoli esigenze dei clienti. Infine, sono in corso studi per applicare la **tecnologia blockchain** ai prodotti farmaceutici, al fine di garantirne la tracciabilità dal produttore al cliente finale, dimostrandone l’autenticità e supportando le autorità nella lotta alla contraffazione.

Altre iniziative di successo sono quelle realizzate da Angelini Technologies – Fameccanica, che, nell’ambito del **Digital Service Program**, ha sviluppato un ambiente interconnesso che semplifica il lavoro, elimina le distanze e offre servizi a supporto dei propri clienti a livello internazionale.

Il portafoglio di servizi digitali è stato costruito attorno alle diverse esigenze e sulla base del livello di maturità digitale dello specifico cliente, dopo una mappatura del **customer journey** e dei diversi Stakeholder con i rispettivi bisogni. I nuovi servizi digitali sono fruibili dal **portale MyFameccanica** e includono **assistenza remota**, **IoT control room**, **chatbot** alimentati da AI Generativa, **e-commerce** e **modelli 3D e digital twin** di ogni macchina. A livello di Capogruppo si sta puntando sull’attivazione di **meccanismi virtuosi** anche a livello di **supply chain**, inserendo vari indicatori nel processo di valutazione dei fornitori, che consentano di premiare i soggetti che adottano pratiche digitali, quali, per esempio, la “security by design”. Inoltre, al fine di ridurre l’impatto della propria tecnologia digitale sull’ambiente, Angelini Industries adotta pratiche di Green IT che promuovono:

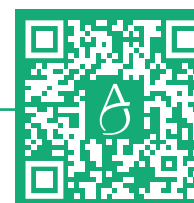
- la **riduzione delle emissioni di carbonio** generate dall’intera infrastruttura e dai dispositivi personali dell’Azienda;
- il **riciclo e il riuso dei device**, attraverso un servizio di noleggio che consente di estendere il ciclo di vita del prodotto.

Nel corso del 2023 è stato completato il **Journey to Cloud**, ovvero il processo informatico che ha permesso di spostare su cloud l’80% della potenza di calcolo, precedentemente allocata nello stabilimento di Ancona, e di ridurre l’inquinamento ambientale locale.

### STRUMENTI PER MISURARE LA SOSTENIBILITÀ DEI PROGETTI ICT (DIGITAL CORE)

È in corso lo sviluppo di un nuovo modello di valutazione del portafoglio progetti per misurare e comunicare il valore generato dalle varie iniziative ICT in relazione ai temi di sostenibilità. Prendendo le mosse da un’attenta analisi dei valori aziendali e dei 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile dell’Agenda 2030 dell’ONU, è stato implementato un primo questionario di valutazione che consentirà ad Angelini Holding di validare l’aderenza dei progetti ICT agli obiettivi di sostenibilità del Gruppo.

CONOSCI I FALSI MITI SULL’INNOVAZIONE?



# Piacere, Angelini Industries.

SCOPRI COME METTIAMO  
LE PERSONE AL **CENTRO**  
DEL NOSTRO IMPEGNO.



Edoardo, Angelini Pharma; Ludovica, Angelini Holding; Nils, Jacopo, Angelini Pharma; Maria Ludovica, Angelini Holding; Chiara, Angelini Technologies – Fameccanica; Annalisa, Angelini Holding; Fabrizio, Angelini Ventures.

## 5. People

### MODELLO DI GESTIONE E POLITICHE DEL PERSONALE

Il successo del Gruppo Angelini Industries si fonda sulle proprie persone, da sempre asset fondamentale della crescita dell'intero Gruppo.

Con riferimento al perimetro di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità 2023, il Gruppo presenta un organico di **4.057 persone**, di cui **1.767 donne (44%)** e **2.290 uomini (56%)**.

Il **93% dei dipendenti possiede un contratto di lavoro a tempo indeterminato** e il **98% lavora full time**. Il **60%** dei dipendenti ha un'età compresa tra i **30 e i 50 anni**. La categoria professionale più rappresentata è quella degli **impiegati**, che costituiscono il **56%**. Circa il **64%** dei dipendenti è in **Italia**.

La gestione e lo sviluppo dei dipendenti sono dunque fondamentali per il Gruppo, che presidia questi aspetti attraverso un **framework strutturato** (i cui pillar sono: "posizione", "performance", "potenziale") che **coniuga l'Employee Value Proposition con processi strutturati e innovativi** di gestione delle persone.



## EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

L'**Employee Value Proposition** del Gruppo Angelini Industries si fonda sui tre seguenti concetti chiave che, integrati, rendono distintiva l'esperienza lavorativa che il Gruppo vuole offrire alle proprie Persone.

### A change to drive.

Make a difference through your work, across the Group. Nel Gruppo Angelini c'è l'opportunità di imparare, crescere e creare valore attraverso la mobilità e la contaminazione inter-aziendale.

### A CHANGE TO DRIVE. A PURPOSE TO EMBRACE. A PLACE TO BELONG.

### A purpose to embrace.

Innovation with purpose. Lavoriamo in un'azienda che si fonda su 100 anni di storia e su valori forti, chiari e condivisi. Il successo si basa sull'innovazione, nel costante rispetto dei più alti standard etici nei confronti delle persone, siano esse colleghi, consumatori o le comunità nelle quali operiamo.

### A place to belong.

People-centered, business-oriented; the Angelini Way. Ci contraddistingue il modo in cui lavoriamo: combinando un forte orientamento al business e ai risultati con un condiviso senso di appartenenza, di cura e rispetto, in un ambiente accogliente e aperto.

## FRAMEWORK DI GESTIONE E SVILUPPO DEL PERSONALE



### POSIZIONE

Ogni posizione organizzativa è valutata secondo una metodologia internazionale di job evaluation che ne misura la complessità e ne determina il peso relativo. Tale modello consente un approccio meritocratico ai principali processi di Human Resources in aree quali **Talent Management, Performance e Reward**. Proprio in ambito Reward, per esempio, a seconda della valutazione definita, ciascuna posizione viene associata a una banda, cui corrispondono riferimenti retributivi minimi e massimi, 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.



### PERFORMANCE

La performance dei dipendenti viene misurata attraverso la valutazione di due elementi: obiettivi individuali (assegnati a inizio anno) e behaviour (comportamenti organizzativi) derivanti dai valori di Gruppo. Il processo prevede anche una fase di autovalutazione, potenziando il coinvolgimento del dipendente nella valutazione del raggiungimento degli obiettivi, dei behaviour e del potenziale di crescita.

In particolare, nel corso del 2023 l'approccio al performance management di Gruppo è stato ulteriormente migliorato, garantendo il massimo grado di allineamento cross-company, attraverso la semplificazione delle declaratorie dei behaviour e delle schede di performance, al fine di rendere sempre più chiare le possibili aree di miglioramento o i punti di eccellenza sia per i manager sia per i dipendenti.

**Il sistema di Performance Management è unico a livello di Gruppo.** Questo consente di individuare e valorizzare giovani, talenti e key people cross-business e cross-country. Il Gruppo raccoglie attivamente feedback durante i cicli di valutazione, al fine di favorire un miglioramento continuo e un allineamento del sistema alle migliori pratiche di mercato.



### 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 del fatto 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.

## I NOSTRI PRINCIPALI PROCESSI DI GESTIONE E SVILUPPO DELLE PERSONE

### RECRUITING

Selezionare accuratamente le persone e attrarre i giusti profili è il primo step per portare nel Gruppo le competenze necessarie.

I processi di **recruiting** sono **basati sull'oggettività, l'equità e la trasparenza, nel rispetto dei principi promossi dal Codice Etico del Gruppo**. Durante il processo di selezione, vengono infatti valorizzati il merito, le capacità individuali e l'idoneità al ruolo, garantendo un trattamento equo a tutti i candidati. Viene altresì dedicata particolare attenzione alla verifica dei requisiti normativi e di onorabilità dei candidati.

Come per le altre aree chiave della People Strategy, anche **il processo di recruiting prevede il supporto a tutte le Società Operative**.

Le procedure di selezione si basano, inoltre, su una **strategia di talent acquisition, supportata da un'attività di employer branding strutturata**, che promuove i valori del Gruppo attraverso storie di successo e testimonianze dirette dei protagonisti e diffonde le iniziative di sviluppo a disposizione dei dipendenti.

Il progetto di punta di Angelini Industries, nell'ambito della strategia di talent acquisition, è rappresentato da Angelini Industries **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, promosso attraverso Angelini Academy e SDA Bocconi, con la partecipazione delle Società Operative del Gruppo.

Il programma rappresenta un **metodo innovativo di selezione e inserimento all'interno del Gruppo di nuovi talenti**, ai quali viene fornita la stimolante opportunità di un percorso di apprendimento accelerato, mirato e funzionale.

La terza edizione (gennaio-dicembre 2023) ha coinvolto 19 persone provenienti da diverse Aziende del Gruppo Angelini Industries, 9 donne e 10 uomini, tra cui 2 partecipanti di nazionalità estera.

Inoltre, al fine di valorizzare le persone interne al Gruppo e con l'obiettivo di favorire la crescita professionale e la cross-fertilization, Angelini Industries ha sviluppato un processo di **job posting interno** che prevede la pubblicazione del profilo ricercato sulla intranet aziendale, dando così l'opportunità a tutti i dipendenti del Gruppo di candidarsi ed essere valutati per le posizioni aperte (job opening).

### ANGELINI INDUSTRIES FUTURE LEADERS PROGRAM

**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 Industries.

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 sono comunque sottoposti al processo di selezione del recruiter esterno.



**VISITA IL SITO DEDICATO AD ANGELINI INDUSTRIES FUTURE LEADERS PROGRAM**



**NEL 2023  
ANGELINI INDUSTRIES  
HA ASSUNTO**

**413  
PERSONE**

di cui

**208  
DONNE (50%)**

**Circa il 25%  
DEI NUOVI ASSUNTI È  
UNDER 30**

**TRA GLI ASSUNTI  
UNDER 30 ANNI,  
IL 46% SONO DONNE**

### TALENT MANAGEMENT

Il processo di **talent management, leva fondamentale di business per Angelini Industries**, è caratterizzato da un sistema integrato di attività mirate ad attrarre, sviluppare, motivare e trattenere i talenti, ossia i collaboratori capaci di eccellenti prestazioni in ruoli chiave.

Nel corso del 2023 il processo di talent management è stato armonizzato e reso uniforme per tutte le Società Operative di Angelini Industries. La finalità di questa evoluzione del processo è duplice: dotarsi di criteri condivisi di identificazione del talento per favorire la mobilità intercompany delle migliori persone del Gruppo, che sappiamo essere una leva di grande attrazione per le giovani generazioni, e dare all'organizzazione un segnale di modernità, dinamismo e inclusività.





Beatrice, Angelini Wines & Estates; Sofia, Angelini Technologies - Fameccanica.

Il nuovo processo di talent management, composto di cinque fasi, è stato testato su un campione selezionato di dipendenti e validato nel corso del 2023.



Il 2024 sarà l'anno in cui, fatto tesoro degli insegnamenti ottenuti dalla fase test del 2023, tutta l'organizzazione di Angelini Industries sarà coinvolta nel processo di talent management.

Questo grande investimento è sostenuto dal contributo che le persone possono offrire all'Azienda in futuro, attraverso la loro crescita professionale, che genera una forza lavoro coesa, motivata, competente e, quindi, altamente produttiva.



# Piacere, Tiziana

E QUI TI PARLO  
DI **ANGELINI  
ACADEMY.**



GUARDA IL VIDEO



Tiziana Carnicelli - Group Education, HR Communication & Engagement Head, Angelini Industries.

## PEOPLE DEVELOPMENT

La gestione del potenziale si fonda sulla consapevolezza del fatto 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.

La formazione, il rafforzamento delle competenze e lo sviluppo professionale delle persone rappresentano per Angelini Industries un pilastro fondamentale. L'offerta formativa del Gruppo si compone di due livelli. Da un lato, le **singole Società Operative** realizzano **attività di training specifiche** per i propri dipendenti, includendo la formazione tecnica e quella manageriale, che rispondono a specifiche esigenze del business. Dall'altro la Corporate Academy di **Angelini Industries (Angelini Academy)** eroga percorsi di formazione mirati allo sviluppo di competenze di leadership e manageriali indirizzate allo sviluppo del capitale umano dell'intero Gruppo. L'obiettivo di Angelini Academy è rappresentato dal purpose **"Growing Together; Crescere insieme"** declinato come segue: **"La nostra Academy esiste per immaginare, progettare e costruire la crescita del mondo Angelini e delle comunità con cui collaboriamo, insieme alle persone che ne fanno parte"**.

Con questo scopo che anima le sue azioni, Angelini Academy svolge un ruolo trasformativo nell'accompagnare il cambiamento, guardando costantemente al futuro della formazione, concentrandosi sulle competenze manageriali e di leadership di frontiera, ridefinendo periodicamente il proprio palinsesto e portando in Azienda la cultura dell'innovazione.

La realizzazione di questo impegno ambizioso è resa possibile dalla **creazione di una solida rete di partner**, tra i quali **business school, ricercatori, docenti ed esperti**, in grado di alimentare costantemente l'offerta formativa, mantenendola sempre all'avanguardia. Grazie a questo approccio, oggi Angelini Academy avvia e coordina **circa 40 iniziative formative all'anno**, coinvolge nei propri programmi formativi **più di 1.200 persone** dell'ecosistema di Angelini Industries e mantiene una relazione di valore **con 20 business school italiane e internazionali**.

La spinta innovativa di Angelini Academy è confermata anche dalla nascita dell'ecosistema digitale della Corporate University, che ha visto gli albori a cavallo tra il 2023 e il 2024 e che verrà ulteriormente sviluppato ed esteso nel corso dei prossimi anni. [angelini.academy - Link in Bio & Creator Tools | Beacons](#)

Nel 2023 Angelini Academy ha pubblicato un **white paper**, come allegato alla rivista **Harvard Business Review Italia**.





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

1. **lo scouting e l'identificazione delle competenze del futuro**, attraverso il coinvolgimento di centri di ricerca internazionali, come università e business school; questo spostamento in avanti del baricentro, per la Funzione che si occupa di training a livello centrale, viene vissuto come un efficace supporto alle Società

Operative, poiché contribuisce a introdurre nelle linee di business nuove competenze che spingono le persone a uscire dalla propria zona di comfort e a sperimentare modi diversi di fare le cose;

2. **l'erogazione di percorsi di formazione di alta qualità per i dipendenti** di Angelini Industries, con l'obiettivo di allargare sempre di più coinvolgimento e inclusività;

3. **la realizzazione di iniziative di formazione rivolte alle famiglie dei dipendenti e alle comunità esterne** (iniziative di Community Empowerment);

4. **l'attivazione di progetti di ricerca e sperimentazione con business school** internazionali e università.

La formazione di Angelini Academy viene erogata attraverso **diverse modalità**, tra le quali:

#### Leadership talk

Eventi in cui ragionare con esperti interni ed esterni all'Azienda per stimolare una riflessione, fuori dagli schemi, sugli scenari che attendono i leader del futuro

#### 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

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

#### Angelini Industries 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

#### Bootcamp in design thinking

Tecnica di visualizzazione e collaborazione per gestire la complessità e trovare soluzioni in condizioni di incertezza

Corsi asincroni sui temi Lean Thinking and Agile Approach e Personal Branding

Il palinsesto formativo è costituito da strumenti di apprendimento, programmi e attività di qualità. Angelini Academy infatti dal 2006 è **socio ASFOR** (Associazione Italiana per la Formazione del Personale) e a partire dal 2022 ha ottenuto l'accreditamento ASFOR dedicato al corporate learning, a garanzia dell'eccellenza dei percorsi post-laurea ed executive di contenuto gestionale aziendale erogati.

Nel 2023 il Gruppo Angelini Industries ha erogato oltre  
**156.649** ORE DI FORMAZIONE AI DIPENDENTI,  
 PARI A UNA MEDIA ANNUA  
 PER PARTECIPANTE DI **38,6** ORE

## ENGAGEMENT

Il Gruppo si impegna non solo nella misurazione strutturale dei livelli di engagement attraverso survey di clima di Gruppo o specifiche a livello di Società, ma anche attraverso un accurato percorso di analisi delle risultanze e follow-up sulle esigenze comuni al Gruppo che emergono dalle rilevazioni.

L'ultima survey, condotta nel 2021, ha permesso di evidenziare ambiti ad alto impatto di engagement come **"senso di appartenenza"**, **"purpose"**, **"Communication"**, **"Reward"**, **"Decision speed"**, oltre che **"Engagement"**, in senso lato. Fra i molti temi emersi dalla survey uno dei più interessanti è quello **intergenerazionale**. Temi come il bisogno di apprendimento e di condivisione o approccio al cambiamento sono presenti in ogni fascia d'età. I più giovani ricercano la crescita, nuove conoscenze e opportunità sfidanti.

Le generazioni più adulte, invece, apprezzano la possibilità dello sharing knowledge, hanno un maggiore senso di consapevolezza e la necessità di avere una prospettiva chiara in situazioni mutevoli. Le due visioni sono complementari e offrono interessanti spazi di sinergia e contaminazione che possono derivare da momenti di contatto. D'altro canto, è emersa chiaramente l'evidenza del fatto che diverse classi generazionali hanno diverse

**CONSULTA IL WHITE PAPER HBR DEDICATO  
AD ANGELINI ACADEMY**



sensibilità su che cosa motiva il loro engagement e richiedono quindi strategie diversificate. In questo senso, Angelini Industries ha costituito un team di lavoro, rappresentativo delle differenti generazioni al lavoro, che ha ideato un sistema di identificazione, selezione e prioritizzazione delle iniziative di engagement. Tale metodo di lavoro è stato ritenuto **originale e innovativo**, ed è stato **pubblicato nella rivista Harvard Business Review Italia** a maggio del 2023. Angelini Industries ha lavorato in maniera strutturata su tutti gli ambiti ad alto impatto di engagement, con la regia di Angelini Holding e la partecipazione di tutte le Società Operative, che hanno portato alla definizione di un **piano di engagement triennale di Gruppo**.

| INITIATIVES             |                            | LEAD                                    | 2023 | 2025 |
|-------------------------|----------------------------|-----------------------------------------|------|------|
| Engagement              | Value Games                | Angelini Industries                     | ●    | ●    |
| Education               | Scholarship extension      | Angelini Industries + Società Operative | ●    | ●    |
| Education & Development | Individual devolpment path | Angelini Industries                     | ●    | ●    |
| Engagement              | Giving back projects       | Angelini Industries                     | ●    | ●    |
| Engagement              | Cross-company workshops    | Angelini Industries                     | ●    | ●    |

Tale approccio consente al Gruppo di monitorare i miglioramenti nelle attività di engagement e di sviluppare proposte che rispondano prontamente all'evoluzione delle esigenze della popolazione aziendale. Nei primi mesi del 2024 è stata replicata la survey, i cui risultati hanno confermato un alto tasso di partecipazione e un engagement rate superiore a 75, in linea con il target del Piano ESG. Tale tasso di engagement risulta superiore rispetto alla media di mercato. Il senso di appartenenza al Gruppo Angelini Industries si conferma come un punto di forza e si è registrato un aumento significativo dell'apprezzamento per il work-life balance. Maggiori dettagli su tale survey saranno oggetto di disclosure del prossimo Bilancio di Sostenibilità.

#### CERTIFICAZIONE TOP EMPLOYER

Nel 2023, per il quarto anno consecutivo, Angelini Pharma ha ottenuto il titolo di **Top Employer Italia** e **Top Employer Europe**. La costante attenzione alle esigenze e alle tendenze di mercato, lo studio delle best practice e il costante adeguamento dei propri processi interni hanno portato Angelini Pharma alla conferma della certificazione con punteggi sempre crescenti. I Paesi certificati per Angelini Pharma a oggi sono Italia, Spagna, Portogallo, Polonia, Turchia, Germania e Romania.





## POLITICHE PER LA DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE (DEI)

La parità di trattamento e la valorizzazione della diversity costituiscono valori fondanti di Angelini Industries, che si adopera concretamente per assicurare pari opportunità a tutte le persone e garantire la massima inclusione presso le singole realtà aziendali.

Il Gruppo ha intrapreso un **percorso per l'ottenimento della certificazione sulla parità di genere in base alla prassi di riferimento UNI/PdR 125:2022**. Il primo step in tal senso è rappresentato dal conseguimento di questo riconoscimento da parte di una delle Società Operative del Gruppo, Angelini Pharma, avvenuto nel 2023. L'obiettivo per il prossimo biennio è estendere la certificazione a tutte le Società del Gruppo. Tale certificazione non solo rappresenta un riconoscimento delle pratiche inclusive implementate da Angelini Industries, ma riflette anche l'impegno collettivo del Gruppo nel promuovere un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso delle diversità.

In tale ottica vanno letti anche i percorsi di mobilità interni, così come lo sviluppo di progettualità infragruppo, che sfruttano le opportunità e le sinergie derivanti da una workforce eterogenea, facendo leva su criteri di diversità in termini di Industry, aree geografiche, genere, seniority e funzione professionale.

Inoltre, sempre all'insegna dell'impegno del Gruppo nella tutela della DEI, è possibile citare l'associazione **Valore D**, partner ampiamente riconosciuto a livello nazionale nella promozione dell'equilibrio di genere all'interno delle organizzazioni. In particolare, la partnership con Valore D ha consentito ad Angelini Pharma di costruire un network di confronto e crescita con le altre aziende, condividendo best practice e opportunità formative e di mentorship, con l'obiettivo di rafforzare l'equità e l'empowerment femminile all'interno dell'Azienda.

Al fine di favorire una maggiore inclusione e valorizzare la diversità all'interno dell'organizzazione, nel 2022 è stato presentato il **Manifesto globale della diversità e dell'inclusione** di Angelini Pharma. L'idea di fondo, sintetizzata nel concept **"Apprezzati, per ciò che siamo"**, esprime l'impegno nel contrastare qualsiasi forma di discriminazione e nel promuovere un ambiente inclusivo in cui tutti si sentano accolti, coinvolti, accettati e valorizzati per ciò che sono.



### "PEOPLE FIRST: LA STRATEGIA DI FATER"

L'attenzione al benessere delle persone è il primo pilastro di Fater, la joint venture paritetica tra Angelini Industries e Procter & Gamble.

**"People First"** è la principale strategia dell'Azienda, che punta alla felicità delle persone che ne fanno parte.

Per felicità si intende la possibilità di vivere la migliore esperienza lavorativa possibile in un ambiente di lavoro inclusivo, basato sulla fiducia e capace di liberare e valorizzare i talenti di ognuno.

People First si compone di 6 pilastri: **Listen, Growth & Impact, Wellbeing, Inspire, Include** e **Do the Right Thing**. Ogni anno Fater definisce un calendario People First, con l'obiettivo di sviluppare i diversi pilastri seguendo temi strategici per l'Azienda.

Il programma è stato sviluppato a partire da un piano di ascolto strutturato e sempre attivo, tramite survey e focus group, per dare voce alle idee e aspettative dei dipendenti e costruire un ambiente di lavoro che possa concorrere sempre più al benessere delle persone.

## SALUTE E SICUREZZA

Uno dei pilastri su cui da sempre Angelini Industries fonda il proprio modo di fare impresa è l'importanza di assicurare la salute e la sicurezza in tutti gli ambienti di lavoro del Gruppo, nella convinzione che sia fondamentale il rispetto della legislazione e degli accordi applicabili, ma anche e soprattutto sensibilizzare e formare in maniera adeguata tutti i dipendenti, in modo che possano agire responsabilmente al fine di prevenire infortuni e malattie professionali. In questo senso, il Gruppo: garantisce la formazione e l'aggiornamento dei dipendenti sui temi della salute e sicurezza; definisce e diffonde all'interno del Gruppo gli obiettivi di sicurezza sui luoghi di lavoro e dei relativi programmi

di attuazione, si impegna costantemente nel miglioramento e nella prevenzione dei casi di infortunio e incidente; riesamina periodicamente la politica stessa e il sistema di gestione. Inoltre, il Gruppo si impegna a garantire la partecipazione dei lavoratori e la loro consultazione anche attraverso l'individuazione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza, i quali vengono tipicamente coinvolti durante le valutazioni dei rischi, le riunioni periodiche oppure nei colloqui con auditor degli enti certificatori. Angelini Industries divulga informazioni in materia di salute e sicurezza ai propri dipendenti, attraverso gli strumenti di comunicazione interna aziendale (per esempio, Portale MyA, e-mail, app game dedicate e altre iniziative di Gruppo). 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, anche, nell'azione delle singole Società Operative, che pongono grande attenzione al tema della salute e sicurezza dei propri lavoratori. Operando in settori di business differenti, ciascuna Società Operativa adotta uno specifico sistema di gestione idoneo all'ambito di business. Le Società del Gruppo Angelini Industries adottano un approccio sistematico per l'identificazione e la valutazione dei rischi legati alle attività lavorative con **un'analisi approfondita volta a individuare i potenziali pericoli legati al ciclo operativo, alle attrezzature e alle modalità di lavoro**. Sulla base di questa valutazione, **vengono implementate misure tecniche, organizzative e procedurali mirate a eliminare o ridurre i rischi a livelli accettabili**. Al fine di assicurare il rispetto della normativa vigente e degli elevati standard aziendali,

vengono effettuati frequenti audit e un periodico e regolare aggiornamento dei Documenti di Valutazione dei Rischi (DVR). Inoltre, le Società definiscono procedure chiare per la verifica dell'idoneità tecnico-professionale dei fornitori. Questo approccio consente **l'adozione di misure preventive e protettive adeguate**, garantendo il rispetto degli standard adottati da ogni Società e la sicurezza durante le attività di appalto. L'adozione di misure di sicurezza segue una gerarchia che privilegia soluzioni collettive e tecniche, integrando l'uso appropriato di dispositivi di protezione individuale quando necessario. I dipendenti di Angelini Industries sono coinvolti attivamente nella gestione delle tematiche EHS anche attraverso la nomina dei rappresentanti per la sicurezza e in occasione delle riunioni periodiche. La comunicazione è costante attraverso il portale aziendale e con e-mail dedicate, garantendo la partecipazione e il feedback continuo per migliorare gli standard di sicurezza.

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

- Angelini Pharma, Angelini Technologies - Fameccanica dispongono del Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza sul Lavoro secondo la norma volontaria **UNI ISO 45001:2018**;
- **Angelini Pharma attua il Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro anche attraverso l'adozione della Politica in materia di Salute, Sicurezza e Ambiente (EHS)**, mentre lo stabilimento Fine Chemicals di Aprilia è sottoposto alla normativa per gli stabilimenti a rischio di incidente rilevante (D.Lgs. 105/2015). Inoltre, al fine di sensibilizzare e coinvolgere tutto il personale in un approccio proattivo alla salute e sicurezza, l'Azienda ha avviato un piano di formazione pluriennale dal nome **"Culture R'Evolution"**. Nelle procedure di emergenza di Angelini Pharma USA, sono presenti anche i **Safety Champions**, volontari motivati provenienti da tutti i settori del sito, impegnati settimanalmente nel promuovere e mantenere un ambiente di lavoro senza incidenti, collaborando strettamente con i Primi Interventisti per identificare e mitigare rischi attraverso indagini approfondite e sviluppo di piani preventivi;
- **Angelini Technologies - Fameccanica** ha definito una **Politica HS&E**, approvata dall'Alta Direzione, che considera i seguenti aspetti: natura e dimensione aziendale, il contesto operativo, i fattori impattanti sulla salute, la sicurezza dei lavoratori, i relativi rischi, i diversi tipi di contratti di lavoro. È previsto, inoltre, un programma annuale di audit dall'area HS&E, che facilita il miglioramento continuo e assegna le relative azioni ai responsabili dei reparti interessati.

#### SERVIZI PER LA SALUTE PROFESSIONALE E MISURE SANITARIE INTEGRATIVE

L'impegno del Gruppo nel promuovere la salute dei dipendenti si manifesta sia nell'assicurare servizi per la salute professionale completi sia in misure sanitarie integrative.

I servizi per la salute professionale comprendono una sorveglianza sanitaria personalizzata ai rischi specifici del lavoro, coordinata dal medico competente che sviluppa protocolli basati sulle valutazioni dei rischi. In alcune Società, la presenza giornaliera di servizi infermieristici e una squadra addestrata per il pronto soccorso garantiscono un intervento medico immediato durante l'orario di lavoro.

Valutazioni regolari e sessioni di feedback assicurano il rispetto dei protocolli sanitari e favoriscono il miglioramento continuo degli standard di salute e sicurezza sul lavoro. Oltre a questi, il Gruppo rende disponibili altri servizi sanitari integrativi come la possibilità di prenotare le visite specialistiche attraverso il tool dedicato nel portale aziendale. Per alcune Società sono previsti, inoltre, assicurazione vita e invalidità permanente gratuita, assistenza integrativa, check-up periodici gratuiti e servizi di supporto psicologico dedicati.

fater

Le tematiche legate alla salute e la sicurezza sono molto più di un semplice adempimento per Fater e rappresentano un principio fondamentale, coerentemente con la strategia People First.

Per gli stabilimenti di Campochiaro (CB), Pescara (PE) e nell'headquarter di Spoltore (PE) è stato implementato un **Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza sul Lavoro** conforme allo standard ISO 45001:2018.

Fater ha erogato nell'anno fiscale 2022-2023 un totale di **77.277 ore di formazione in materia di Salute e Sicurezza** ai propri lavoratori, dato in aumento nel triennio e in crescita del 9% rispetto all'anno fiscale precedente. Fater ha anche proseguito il **programma Safe Start**, per promuovere l'attitudine alla sicurezza e far sì che questa sia una priorità, anche al di fuori dell'ambiente di lavoro e nella vita personale.

**Nel corso dell'anno fiscale 2022-2023 non si è registrato alcun infortunio sul lavoro con gravi conseguenze.**



## L'ATTENZIONE DI ANGELINI INDUSTRIES PER LE PROPRIE PERSONE E FAMIGLIE

Angelini Industries dedica profonda **attenzione alla cura delle proprie persone**.

In tal senso ha promosso e attivato negli ultimi anni percorsi e iniziative volti a salvaguardarne e promuoverne il benessere e la salute.

Prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni si conferma una priorità per Angelini Industries; il **welfare aziendale** rappresenta una dimensione fondamentale per il Gruppo, per consentire lo svolgimento delle attività professionali nelle migliori condizioni.

In quest'ottica, nel 2023 è stato avviato il progetto **We Care** finalizzato ad **ampliare e valorizzare l'offerta welfare**, rendendo tutti i servizi sempre più accessibili, fruibili e personalizzati, così da migliorare l'esperienza di ogni persona, anche grazie al supporto della tecnologia. Il Gruppo ha scelto di tracciare e intraprendere una strada che incoraggi i propri dipendenti a esprimere appieno il loro potenziale e a cogliere tutte le opportunità offerte, attraverso:

- l'integrazione dei servizi offerti;
- il monitoraggio e la comprensione delle diverse esigenze;
- lo sviluppo di una piattaforma centralizzata dedicata, **We Care**.

Nello specifico, la piattaforma We Care è stata attentamente studiata per permettere alle persone di **accedere e fruire facilmente dell'ampio ventaglio di servizi a loro disposizione**. All'interno della piattaforma si trovano tutti i servizi di cui si può beneficiare, suddivisi per aree tematiche e per pillar; per ogni servizio sono presenti, inoltre, tutte le informazioni pratiche e i materiali di approfondimento ed è possibile recensire e consigliare i servizi, in modo rapido ed efficace.

L'offerta messa a disposizione dei dipendenti, che ogni Società del Gruppo declina in base alle proprie specificità, ha valorizzato in particolare 3 ambiti: **Healthcare**, che raccoglie tutte le altre iniziative a supporto della salute delle persone, sia dal punto di vista fisico sia da quello psico-fisico; **People care e Family care**, incentrati su strumenti per agevolare e coniugare esigenze lavorative e personali.

L'offerta welfare è dedicata a tutta la popolazione aziendale a tempo indeterminato con nessuna differenza tra contratti di tipo full time e part time. Inoltre, parte dell'offerta welfare viene estesa anche alla popolazione a tempo determinato.



Health | People | Family

# Piacere, Valentina.

## ECCO LA NOSTRA POLITICA DI WELFARE.



GUARDA IL VIDEO



Valentina Valentini - Group Compensation & Performance Head, Angelini Industries.

## PRINCIPALI INIZIATIVE WELFARE



### HEALTH | SUPPORTO PSICOLOGICO

Anche per il 2023, Angelini Industries ha confermato il programma di supporto psicologico che prevede i seguenti servizi:

- la possibilità per tutti i dipendenti di avere fino a 8 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.

È stato realizzato un canale dedicato e preferenziale per le vittime di violenza domestica, inquadrato in un più vasto piano di sviluppo di una policy di Gruppo in tale ambito.

Nel corso del 2023, i beneficiari del programma di supporto psicologico sono stati circa 1.700 e, in percentuale diversa, proporzionale al numero dei dipendenti, questa attività ha coinvolto tutte le aziende di Angelini Industries.

In ambito salute, Angelini Technologies - Fameccanica ha introdotto nel 2023 la Banca Ore Solidale, tramite la quale i dipendenti possono donare quote di ferie e PAR, utilizzabili da parte di colleghi che, per necessità di assistenza di familiari o in caso di donne vittime di violenza di genere, hanno terminato il monte ore individuale previsto dalla contrattazione collettiva.



### HEALTH | ASSISTENZA SANITARIA E PIANI INTEGRATIVI

Il Gruppo mette a disposizione dei propri dipendenti un'importante copertura sanitaria per supportarli nella prevenzione e nelle cure mediche, prevedendo anche piani sanitari integrativi pensati per offrire ulteriore sostegno. Inoltre, i dipendenti hanno la possibilità di usufruire del servizio di assistenza sanitaria giornaliera presso l'infermeria di Casa Angelini. Infermieri qualificati del Policlinico Gemelli sono presenti per fornire servizi come primo soccorso, somministrazione di terapie, controlli ed educazione sanitaria, ma anche come presidio ambulatoriale in supporto al medico competente.



### HEALTH | LA SALUTE IN CASA ANGELINI

Presso Casa Angelini, i dipendenti hanno la possibilità di usufruire del servizio di:

- assistenza sanitaria giornaliera (come descritto nel box precedente);
- donazione del sangue direttamente in azienda, grazie alla presenza dell'autoemoteca di AVIS Roma ospitata presso Casa Angelini, due volte all'anno, per raccogliere donazioni di sangue da parte dei dipendenti che aderiscono all'iniziativa;
- vaccinazione antinfluenzale per proteggere sé stessi e gli altri e consentire la riduzione delle complicanze nei soggetti a rischio.





Cesar, Angelini Ventures; Roberto, Angelini Holding.



People

### PEOPLE | FLESSIBILITÀ LAVORATIVA E SMART WORKING

Angelini Industries, consapevole dell'importanza di garantire una flessibilità sul lavoro, ha intrapreso molteplici iniziative in ambito agile working, che costituiscono un'importante leva di sviluppo dell'employee wellbeing, contribuendo inoltre ad accrescere i livelli di engagement misurati presso la popolazione aziendale.

Tra queste iniziative rientrano lo sviluppo di un **ecosistema di collaboration e co-sharing digitale**, la creazione di una **piattaforma di digital onboarding** a sostegno dei processi di assunzione e coinvolgimento dei nuovi dipendenti e l'estensione del panel di strumenti di lavoro da remoto a disposizione dei dipendenti.

Il Gruppo ha inoltre previsto **modalità di lavoro da remoto per i dipendenti delle Società estere**, diversificate sulla base di normative ed esigenze locali, e l'**adozione di modalità di lavoro agile per tutte le Società Operative italiane**, che possono usufruire di circa **100 giorni all'anno di smart working**, fruibili anche in **maniera continuativa** fino a un massimo di 8 giorni lavorativi, da pianificare con il proprio responsabile e da alternare a giornate di lavoro in presenza per favorire l'attività di gruppo e il coinvolgimento delle persone.



People

### PEOPLE | PIANO VITA FACOLTATIVO

Il Piano Vita Facoltativo di Angelini Industries è un elemento chiave dell'impegno per la salute e la sicurezza verso i nostri dipendenti. Questo piano assicurativo è progettato per offrire una tranquillità supplementare, garantendo il pagamento del capitale scelto dal dipendente in caso di eventi critici come morte o invalidità permanente grave pari al 50% o più.





Family

### FAMILY | INIZIATIVE A SUPPORTO DELLA GENITORIALITÀ

Al fine di sostenere i propri dipendenti in ogni fase della loro vita, compresa quella legata alla genitorialità, Angelini Industries ha implementato iniziative volte a fornire un sostegno pratico e una maggiore flessibilità ai genitori dipendenti, offrendo loro congedi aggiuntivi e un programma di **smart working rafforzato**. Consapevole dell'importanza di conciliare la vita professionale e familiare, Angelini Industries offre ai genitori la possibilità di usufruire di un **congedo parentale esteso**. Questo beneficio è pensato per offrire il supporto necessario ai genitori una volta esauriti i 6 mesi di congedo parentale previsti per legge. Durante i primi 14 mesi di vita del bambino, anche dopo la ripresa dell'attività lavorativa al termine dei 6 mesi di astensione facoltativa, Angelini Industries riconosce un'ulteriore aspettativa di massimo 2 mesi, durante i quali corrisponde il 30% della retribuzione spettante.

Sempre con l'intento di migliorare e integrare la normativa in materia di permessi, Angelini Industries riconosce ai papà, in occasione della nascita di uno o più figli, una giornata ulteriore di **permesso retribuito**, oltre a quelle previste per legge, da fruirsi entro un mese dall'evento. Allo stesso tempo, vengono offerti permessi retribuiti, fino a un massimo di 8 giorni complessivi, da utilizzare continuativamente entro il primo mese di vita del neonato o entro un mese dall'ingresso dell'adottato in famiglia. Infine, per soddisfare l'esigenza di flessibilità nei momenti cruciali della vita, sono previste 8 ore di permesso retribuito nell'arco dell'anno, onde agevolare l'inserimento del bambino o della bambina all'asilo nido o alla scuola materna, oppure per fornire assistenza a un genitore over 70 anni a causa di ricovero.



Family

### FAMILY | FAMILY DAY E MISURE PER I PICCOLI

Tra le iniziative per i più piccoli, Fater organizza presso le varie sedi aziendali i Family Day, eventi che offrono ai dipendenti l'opportunità di invitare i propri familiari in azienda, consentendo loro di conoscere l'ambiente lavorativo e le attività quotidiane svolte dai dipendenti. Oltre alla dimensione informativa, i Family Day promuovono l'incontro informale tra colleghi e familiari, favorendo la socializzazione e l'impegno reciproco. Attraverso varie attività e giochi, l'evento permette quindi di creare un'atmosfera piacevole e inclusiva, rinforzando i legami tra le persone all'interno dell'azienda.

Nella stessa ottica di condivisione, durante le festività natalizie Angelini Industries organizza l'evento Befana Angelini. Ai figli dei dipendenti con un'età compresa tra 0 e 8 anni viene donato il regalo della Befana, un gioco personalizzato in base alla loro fascia d'età.



Family

### FAMILY | BORSE DI STUDIO

Nel 2023, Angelini Academy ha ulteriormente sviluppato il progetto dedicato ai figli dei dipendenti di tutte le Società Operative del Gruppo e della Holding che per merito accedono alla borsa di studio Angelini Industries. L'estensione di questa iniziativa anche alle sedi estere del Gruppo ha permesso nel 2023 a 150 ragazzi, il doppio rispetto al 2022, di ottenere una borsa di studio. Il successo del progetto è stato possibile grazie alla convergenza di elevate competenze di data science, legali e di compliance che hanno permesso un'armonizzazione meritocratica di tutti i sistemi scolastici in cui operano le unità di business del Gruppo. Sforzi questi ultimi che hanno dato però modo ai ragazzi di accedere a un'importante opportunità di investimento per il proprio futuro.

Completano il panel di iniziative tanti altri servizi a supporto dei dipendenti, quali, per esempio, piani previdenziali e piani sanitari integrativi, corporate benefit e convenzioni.



# Piacere, Angelini Industries.

APPROFONDIAMO IL **NOSTRO IMPEGNO**  
NEI **CONFRONTI DELLE COMUNITÀ.**



Edoardo, Angelini Pharma; Federica, Angelini Technologies - Fameccanica;  
Piergiorgio, Angelini Holding; Concita, Fondazione Angelini.

## 6. Patients, Clients & Community

Prendersi cura delle persone e delle famiglie nella vita di tutti i giorni è lo scopo che da sempre guida Angelini Industries nel garantire la qualità dei propri prodotti e l'attenzione verso pazienti, clienti e comunità di riferimento. Il concetto di "Unwavering care" è trasversale a tutto il Gruppo e guarda sia all'interno sia all'esterno del business.

### PAZIENTI

Per il Gruppo, attraverso Angelini Pharma, la centralità del paziente è molto più di un semplice principio. L'Azienda, infatti, adotta un approccio "**patient-centered**" che pone l'individuo destinatario delle cure al centro del sistema sanitario e dei processi di valutazione dei farmaci commercializzati, nella convinzione che l'accesso a cure di qualità e la ricerca di nuove soluzioni efficaci e sostenibili sia fondamentale per migliorare la qualità di vita delle persone e la salute a livello globale.

Con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone, il Gruppo si impegna nella **concreta lotta allo stigma** che accompagna chi convive con malattie neurologiche e mentali, e che spesso causa isolamento e discriminazione. Angelini Pharma si distingue per l'impegno nella patient advocacy, combinando innovazione nei trattamenti e sensibilizzazione, e collaborando con associazioni e organizzazioni no profit, per contrastare lo stigma e migliorare la qualità della vita e l'inclusione sociale.

In questo senso, è stato sviluppato un **Patient Access Framework** fondato sull'impegno a sviluppare una

comprensione approfondita del patient access journey, migliorare l'accesso dei pazienti alle cure, e promuovere la generazione di evidenze incentrate sul paziente. Inoltre, l'Azienda tiene conto della **Patient Experience** all'interno della valutazione delle tecnologie sanitarie. L'attenzione nei confronti di pazienti, consumatori, clienti e Stakeholder si traduce anche e soprattutto in prestazioni e standard di condotta che soddisfino le aspettative. Da tempo è stata adottata una **Politica della Qualità** e un **Quality Management System**, costituito da una serie di misure e procedure scrupolosamente codificate, implementato da personale adeguatamente addestrato e qualificato. L'efficacia del sistema di gestione adottato è testimoniata dall'**assenza di episodi di non conformità a regolamenti o a codici volontari** riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti. In Angelini Pharma vengono effettuati controlli di qualità sul 100% dei prodotti (non-local) per i quali l'Azienda possiede il MAH<sup>(30)</sup> o equivalente e controlli in tema salute e sicurezza sul 100% dei prodotti per i quali l'Azienda è responsabile dell'immissione in commercio<sup>(31)</sup>.

(30) Marketing Authorisation Holder.

(31) Per maggiori dettagli si rimanda al Bilancio di Sostenibilità di Angelini Pharma.



Il Gruppo si impegna non solo a offrire farmaci sicuri e di qualità, ma anche a costruire un dialogo aperto e trasparente con i pazienti e i professionisti della salute, ascoltandone le esigenze e adattando misure appropriate. Angelini Pharma promuove una **modalità di dialogo aperta e trasparente con i pazienti**, con l'obiettivo di migliorare e personalizzare alternative terapeutiche e soluzioni di salute, prendendo spunto anche dalle osservazioni proposte dai pazienti stessi. Supportando le associazioni di pazienti, l'Azienda favorisce la realizzazione di iniziative dirette a diffondere la cultura della sensibilizzazione e prevenzione, perseguendo in tal modo anche finalità educative e promuovendo il benessere sociale.

Nel 2023 Angelini Pharma ha ottenuto la certificazione **Best in Media Communication** (per il secondo anno consecutivo) e il secondo posto nella categoria **Best Social Company**, in occasione degli AboutPharma Digital Awards, come ulteriore riconoscimento dell'efficacia del percorso intrapreso sui social network a partire dal 2020, ai fini di una **corretta comunicazione scientifica e del contrasto alle fake news**.

Consapevole dell'importanza della comunicazione e della condivisione di informazioni accurate e aggiornate in campo medico, l'Azienda promuove la formazione continua dei professionisti della salute per assicurare il costante aggiornamento sulle migliori pratiche e sulle innovazioni terapeutiche.

Tra le iniziative messe in campo rientrano, per esempio: **Campus Angelini**, eventi formativi destinati a giovani medici specializzandi nei campi della psichiatria, ortopedia, terapia del dolore e pediatria; **Epihub**, iniziativa destinata a giovani neurologi, che integra l'offerta di aggiornamenti scientifici e la sensibilizzazione dei clinici verso un approccio olistico alla persona con epilessia.



**ASCOLTA L'INTERVISTA A TANJA DOWE  
MANAGING DIRECTOR - ANGELINI VENTURES**





Angelini Pharma ha, inoltre, creato **Medical Lounge**, una piattaforma dedicata alla comunicazione scientifica, volta a favorire lo scambio di conoscenze tra la Direzione Medica di Angelini Pharma e tutti gli operatori sanitari. La piattaforma permette ai medici di entrare in contatto con l'Azienda per l'approfondimento di aree di interesse, lo scambio di informazioni approfondite sui farmaci e sugli altri prodotti Angelini e l'ottenimento di aggiornamenti sulle novità nel campo medico relative alle aree terapeutiche in cui Angelini Pharma opera. La lotta allo stigma fortemente voluta dal Gruppo si concretizza anche attraverso gli importanti investimenti effettuati da Angelini Ventures in startup innovative nell'ambito della salute mentale.



**ASCOLTA L'INTERVISTA A BARBARA DE GOL**  
**GLOBAL PATIENT ADVOCACY SPECIALIST - ANGELINI PHARMA**



#### HEADWAY: UN PROGETTO DI ANGELINI PHARMA PER LA SALUTE MENTALE

Con la volontà di far fronte alle crescenti necessità della popolazione in relazione al tema dei disturbi mentali e neurologici, nel 2017 Angelini Pharma, in collaborazione con il think tank The European House – Ambrosetti, ha lanciato il progetto Headway, una **piattaforma multidisciplinare di riflessione, analisi, e confronto tra varie esperienze europee nella gestione delle persone affette da problemi di salute mentale ed epilessia**.

Nell'ambito del progetto, vengono elaborati ogni anno due report di analisi dell'impatto di queste patologie nei Paesi dell'Unione europea e nel Regno Unito, grazie all'utilizzo di uno strumento di analisi multidisciplinare denominato **Headway Mental Health Index**, che utilizza 54 indicatori per analizzare tre macroaree: i determinanti della salute mentale, lo stato di salute mentale della popolazione e la capacità dei sistemi di rispondere ai bisogni sanitari, occupazionali, educativi e sociali dei pazienti. L'edizione 2023 ha introdotto nuovi fattori ambientali come **l'eco-ansia**, una forma di ansia legata al cambiamento climatico, che sta diventando sempre più prevalente, soprattutto tra i giovani.

Nel 2023 il progetto Headway ha favorito il dialogo tra esperti, rappresentanti di associazioni di pazienti, esponenti politici e media a livello europeo, con la realizzazione di 6 eventi istituzionali in 5 Paesi UE. Il report **"Headway, a new roadmap in Brain Health – Focus Epilepsy"** è stato presentato a Roma, mentre l'aggiornamento dell'Headway Mental Health Index è stato illustrato al Parlamento europeo di Bruxelles.

Attraverso la piattaforma Headway e l'analisi dei dati ottenuti, Angelini Pharma mira a sviluppare approcci efficaci e innovativi per **migliorare la gestione dei disturbi mentali e neurologici**, con l'ambizioso obiettivo di traghettare la qualità della vita delle persone che ne sono affette e, allo stesso tempo, contribuire al benessere della società nel suo insieme.

Headway, infatti, fornisce ai decisori politici uno strumento completo e dinamico per il monitoraggio e la pianificazione di politiche sanitarie, assistenziali, educative e ambientali in materia di Brain Health nei Paesi europei, in sinergia con il Piano d'azione globale intersettoriale sull'epilessia e altri disturbi neurologici 2022-2031 (IGAP) dell'OMS.

## CLIENTI

Il Gruppo, si impegna a migliorare la vita quotidiana delle persone, proponendo soluzioni innovative, sostenibili e future-proof, la cui eccellenza è garantita anche attraverso i **Sistemi di Gestione della Qualità**, presenti in alcune Società del Gruppo, come Angelini Pharma e Angelini Technologies – Fameccanica. Angelini Technologies – Fameccanica certifica il 100% dei propri impianti<sup>(32)</sup> in accordo con la legislazione vigente, che ha il duplice scopo, da un lato, di garantire la libera circolazione dei beni nell'ambito degli Stati membri dell'Unione europea, basandosi sul riconoscimento reciproco e sull'armonizzazione tecnica, e, dall'altro, di salvaguardare la sicurezza e tutelare la salute delle persone nei confronti dei rischi derivanti dall'uso delle macchine. I clienti del Gruppo sono diversificati, spaziano dai professionisti della salute (per Angelini Pharma) alle imprese multinazionali o private label di grandi, medie e piccole dimensioni, operanti nel settore manifatturiero o della logistica (per Angelini

Technologies – Fameccanica), nonché piccola e media distribuzione e consumatori finali (per Angelini Wines & Estates e Angelini Beauty). Con l'obiettivo di fornire prodotti e servizi sempre più efficienti e performanti, e al tempo stesso monitorare e misurare il livello di soddisfazione dei propri clienti, il Gruppo conduce indagini di **customer satisfaction**, indagando aspetti che riguardano sia il tipo di prodotto o servizio sia le fasi di post-vendita. Entrambe le valutazioni condotte sulla base di survey portano a un'attenta analisi dell'opinione del cliente e delle aree di miglioramento suggerite, per un processo di perfezionamento continuo della gamma dei prodotti e servizi offerti. Si segnala, infine, che nel 2023 non sono state individuate non conformità a regolamenti e/o codici volontari relativi all'informazione ed etichettatura di prodotti, né casi concernenti le comunicazioni di marketing relative a questi prodotti.

**fater**

Fater è presente con i suoi prodotti in **3 famiglie su 4 in Italia**, segno della fiducia che quotidianamente i consumatori riconoscono ai prodotti offerti ed è resa possibile dall'ampiezza dei mercati di riferimento e dalla solida collaborazione con i clienti della distribuzione.

L'Azienda ha adottato una strategia **"Customer First"**, orientata a un ascolto attivo dei propri clienti, come leva di sviluppo reciproco finalizzata alla soddisfazione del consumatore finale.

Da diversi anni Fater partecipa all'indagine condotta dalla società Advantage, relativa alla percezione della Grande Distribuzione Organizzata, rispetto alle aziende loro fornitrici.

Il panel di aziende valutatrici è composto da 64 distributori, e vengono attenzionate 4 macro-variabili:

- Partnership: modalità di lavoro e capacità di ottenere e dare supporto;
- Esecuzione: efficacia operativa e capacità di ottenere risultati;
- Reputazione: capacità di essere un partner a lungo termine;
- Visione: capacità di identificare le opportunità di crescita in un contesto in evoluzione.

Nel 2023, **Fater** tra le 21 aziende valutate, appartenenti al settore della cura della casa e della persona, si è posizionata al **primo posto per Partnership ed Esecuzione, al secondo posto per Visione e al terzo per Reputazione**.

## COMUNITÀ

Nel restituire valore ai territori e alle comunità nelle quali il Gruppo Angelini Industries opera, assume un ruolo fondamentale la **Fondazione Angelini**, che sostiene progetti e interventi di natura solidale nel campo del sociale, della salute, della cultura e dell'educazione.

Nata nel 2010, interamente finanziata dagli utili di impresa, Fondazione Angelini opera con un approccio che trascende la tradizionale filantropia e incoraggia lo sviluppo di percorsi di co-progettazione e accompagnamento attivo di iniziative che contrastano le varie forme di povertà – materiale, educativa, sociale, sanitaria – in un'ottica sussidiaria, attraverso un impegno generativo che guarda al presente e al futuro.

La Fondazione agisce ispirandosi a valori quali l'attenzione verso le persone e la comunità, la solidarietà, la partecipazione. Nel 2023, **sono stati molteplici i progetti supportati** a conferma dell'impegno della Fondazione nel promuovere la sostenibilità attraverso un approccio olistico e integrato che tiene conto dell'interconnessione tra gli impatti sociali e quelli ambientali.

(32) La percentuale del 100% di impianti certificati è riferita a macchine e/o quasi macchine, così come definite dalla Direttiva Macchine 2006/42/CE e del D.Lgs. 17/2010, immesse nel mercato europeo o da marcare CE da accordi contrattuali.

Sono esclusi kit di modifica "Non Sostanziale" alla macchina esistente, macchine e/o quasi macchine Built to Print (BTP), parti di ricambio, parti sfuse. La sede estera Fameccanica Machinery (Shanghai) produce solo macchine BTP e parti di ricambio, e non è perciò tenuta a produrre alcuna documentazione relativa alla verifica degli aspetti relativi a salute e sicurezza. Al contempo, Fameccanica North America valuta gli impatti sulla salute e sulla sicurezza solo per i progetti che richiedono la certificazione UL nel rispetto dei regolamenti locali.



Di seguito sono riportati alcuni dei progetti sostenuti dalla Fondazione nel 2023.



## EDUCAZIONE

Il progetto **“Costruire il futuro, incontro con il teatro greco”**, in collaborazione con **Fondazione I.N.D.A. (Istituto Nazionale del Dramma Antico)** – fondazione culturale di rilevanza nazionale nel panorama delle istituzioni dedite alla promozione e alla valorizzazione del patrimonio culturale legato al teatro classico – e con il patrocinio dell’Ufficio scolastico regionale del Lazio, mira a conferire agli studenti dei licei classici di Roma un’immersione unica nell’atmosfera delle tragedie greche, offrendo loro la possibilità di partecipare gratuitamente agli spettacoli della cinquantanovesima edizione delle rappresentazioni classiche presso il Teatro Greco di Siracusa (nel 2024). L’iniziativa, cui hanno aderito 7 istituti superiori romani, va oltre la mera fruizione degli spettacoli, coinvolgendo circa 1.000 studenti in un percorso di apprendimento che si sviluppa nel corso di diversi mesi.



## BENE COMUNE

**Sophia – Società Cooperativa Impresa Sociale** ha la missione di dare dignità ai giovani attraverso il lavoro, includendo sia italiani sia rifugiati e richiedenti asilo, formandoli e accompagnandoli nella creazione di una propria identità professionale, per inserirsi stabilmente nel mercato del lavoro. Il progetto **“Scuola Cantiere Sophia”** si rivolge in particolare alla categoria dei cosiddetti **“NEET”<sup>(33)</sup>**, garantendo un primo inserimento lavorativo attraverso un approccio individualizzato di accompagnamento e l’attività di placement.



## SOLIDARIETÀ

**Fondazione Emergenza Sorrisi** è un’organizzazione, operativa dal 2007, impegnata nel campo sanitario ed emergenziale con oltre 300 medici e infermieri italiani volontari. Il progetto **“Missione a Sabou, Burkina Faso”**, della durata di otto mesi, ha come obiettivo la salute materno-infantile e il supporto delle attività del Centre Medicale avec Antenne Chirurgicale Saint Maximilien Kolbe di Sabou (CMAMK) attraverso la formazione dei medici locali, affinché possano trattare anche casi complessi in modo autonomo. Nel contempo, un’équipe di medici e infermieri volontari, provenienti dai principali ospedali italiani, cura bambini affetti da labiopalatoschisi, malformazioni e traumi, con previsione di almeno 50 interventi.

**Ospedale Pediatrico Bambino Gesù**: il contributo della Fondazione Angelini ha consentito di acquistare **12 macchinari AIRVO 2<sup>(34)</sup> per la cura di neonati e bambini con insufficienza respiratoria** e sostenere un **progetto di ricerca pediatrica promosso dall’Istituto della Salute del Bambino e dell’Adolescente (ISBA) dell’Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma**, il più grande Policlinico e Centro di ricerca pediatrico in Europa.

Tra i progetti già in corso nel 2023 si cita **Borgo Ragazzi don Bosco (2022-2025)**, attraverso il quale Fondazione Angelini intende fornire un contributo concreto all’accompagnamento psico-educativo per il contrasto alla dispersione scolastica e alla devianza attraverso percorsi formativi e inserimento lavorativo, nonché fornire un **contributo per aiutare le famiglie affidatarie** nella gestione e nei rapporti con i ragazzi beneficiari. Finora, il progetto ha permesso a **62 beneficiari** di entrare nel mondo lavorativo.

(33) Il termine NEET (Not in Education, Employment or Training) individua la quota di popolazione in età giovanile né occupata né inserita in un percorso di istruzione o formazione.

(34) AIRVO 2 è un umidificatore con un generatore di flusso integrato che eroga gas respiratori ad alto flusso riscaldati e umidificati a pazienti che respirano spontaneamente e che ne traggono beneficio.

# Piacere, Paolo e Luigi.

ASCOLTA LA NOSTRA  
TESTIMONIANZA SUL PROGETTO  
“COSTRUIRE IL FUTURO,  
INCONTRO COL TEATRO GRECO”.



GUARDA IL VIDEO



Paolo Pedullà, preside del Liceo Tasso di Roma, e Luigi Carta, studente del Liceo Tasso di Roma.

## ALTRE INIZIATIVE A LIVELLO DI GRUPPO ANGELINI INDUSTRIES

Oltre ai molteplici progetti realizzati grazie alla Fondazione Angelini, il Gruppo Angelini Industries ha sviluppato nel corso degli anni **collaborazioni di lungo periodo** finalizzate a **contribuire positivamente in favore delle comunità**, insieme ai cittadini e alle istituzioni.

Fater rappresenta un'eccellenza in questo senso: **ogni suo brand** si è dotato di un **social purpose**, con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica su specifici temi di interesse diffuso e incidere positivamente sulla lotta a stigmi di diversa natura. A oggi, sono state coinvolte oltre 220.000 persone grazie a varie progettualità, tra le quali quelle riportate di seguito.

**fater**

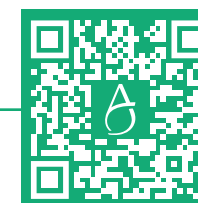


### “IL PULITO CHE UNISCE”

ACE ha avviato, a inizio 2022, una partnership con Retake, che da oltre dieci anni si occupa di sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della cura e il recupero degli spazi urbani. Insieme all'associazione è stato promosso il progetto “Scendiamo in Piazza” che nell'anno fiscale 2022-2023 ha coinvolto 6 città e circa 500 scuole.

Inoltre, partendo dalla consapevolezza dell'urgente necessità di contrastare l'**hate speech**, ossia le espressioni d'intolleranza rivolte contro le minoranze, e promuovere un ambiente di rispetto e comprensione, è nata anche l'iniziativa contro l'odio e le discriminazioni, in partnership con Diversity Lab, organizzazione che promuove la cultura dell'inclusione. La campagna “AntiOdio”, trasmessa su tutti i canali corporate di ACE, mette in luce le storie vere di discriminazione vissute da individui nella società contemporanea, con l'obiettivo di sensibilizzare e incoraggiare una riflessione profonda sulla necessità di un cambiamento culturale.

**ESPLORA LA CAMPAGNA AntiOdio DI ACE**







### "AL FIANCO DELLE FAMIGLIE"

Con il progetto "**Pampers Village**", nel 2021 Pampers ha avviato una partnership con Heart4Children, associazione impegnata nel promuovere e organizzare attività sul territorio che siano di supporto concreto alla crescita dei più giovani. È stata sviluppata una piattaforma digitale, all'interno dell'app **Coccole Pampers**, che offre servizi a supporto dei genitori per affrontare le difficoltà di ogni giorno nella gestione dei bambini. Sull'app sono disponibili **podcast** in cui vengono condivisi **consigli di esperti** ed **esperienze personali** di altri genitori e approfondite diverse tematiche. Inoltre, Pampers e Heart4Children mettono a disposizione delle neo mamme e dei neo papà uno sportello gratuito di ascolto e supporto psicologico.

### VISITA PAMPERS VILLAGE

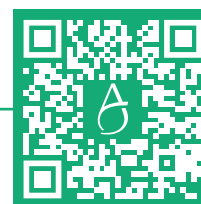


### "-PAUSA +TE"

Lines Specialist, da sempre alla ricerca delle migliori protezioni assorbenti per chi soffre di **incontinenza urinaria**, oggi più che mai **promuove la normalizzazione e l'accettazione** di questo disagio attraverso campagne di comunicazione che raccontano come sia possibile gestire perdite urinarie con prodotti che garantiscono protezione e massima discrezione, ed evitare l'imbarazzo che l'incontinenza potrebbe generare in alcune situazioni. Anche le donne che entrano in menopausa sono **sommerse di stereotipi negativi** che le portano a credere che la propria vita dopo la menopausa sia per forza di cose fatta di rinunce e di privazioni. È proprio questo l'obiettivo della campagna "-PAUSA +TE", attraverso la quale Lines Specialist racconta la menopausa come un momento di maggiore consapevolezza, libertà e sicurezza per tutte le donne.

A tal proposito, Lines Specialist ha deciso di collaborare con Fondazione Onda - Osservatorio nazionale sulla salute della Donna e di Genere e con i suoi specialisti, per la realizzazione di un portale dedicato in grado di offrire alle donne il giusto supporto per vivere la menopausa in maniera positiva.

### VISITA IL SITO



### "UN MONDO LIBERO DA STEREOTIPI E DISCRIMINAZIONI DI GENERE"

Il social purpose di Lines si sviluppa su due pilastri.

#### 1. Sensibilizzazione

Con l'iniziativa **Domande Scomode @School** Lines si impegna a condividere con i più giovani i valori e i modelli di comportamento che contrastano le disuguaglianze di genere. L'iniziativa prevede un programma educativo, realizzato con esperti e professionisti che approfondiscono temi come affettività, stereotipi e discriminazioni. Grazie a Domande Scomode, Lines è stato inserito nella **Top 10 del Diversity Brand Index 2023**, ricerca italiana volta a misurare il livello di inclusione dei brand in una prospettiva customer based, verificando il reale impegno delle aziende su Diversity & Inclusion. Complessivamente, dall'inizio del progetto Lines ha coinvolto 155.000 studenti di 212 scuole medie e superiori, di cui 55.000 studenti di 122 scuole nel solo anno fiscale 2022-2023.

#### 2. Progetti concreti a favore delle donne

Lines collabora con la ONG WeWorld, attiva da oltre 50 anni per garantire i diritti di donne, bambine e bambini in oltre 25 Paesi nel mondo. Nel 2021 Fater ha contribuito all'apertura dello **Spazio Donna WeWorld di Bologna** e a novembre 2022 di quello di **Pescara**. Le attività delle specialiste di WeWorld si incentrano sull'**empowerment femminile**, sulla **prevenzione della violenza di genere** e sul **sostegno alle donne in difficoltà**. Nell'anno fiscale 2022-2023, in particolare, gli spazi di Bologna e Pescara, sostenuti da Lines, hanno accolto e dato supporto a oltre 300 donne in difficoltà.

### APPROFONDISCI LE INIZIATIVE TARGATE LINES



# Piacere, Angelini Industries.

SCOPRI COME INTERAGIAMO  
CON IL NOSTRO **ECOSISTEMA**.



Greta, Fater; Rosita, Angelini Pharma; Edoardo, Angelini Technologies - Fameccanica;  
Cesar, Angelini Ventures; Beatrice, Angelini Wines & Estates.

## 7. Ecosystems

### LA NOSTRA CATENA DI FORNITURA

Il Gruppo Angelini Industries persegue quotidianamente una gestione sostenibile, oltre che efficace ed efficiente, delle proprie catene di fornitura (supply chain), puntando a partnership e collaborazioni che possano favorire l'innovazione, ridurre il time to market e i prezzi dei prodotti/servizi, migliorare la qualità e assicurare una differenziazione, in termini di valore aggiunto, rispetto ai competitor.

Le Industries del Gruppo, operando in settori diversificati con 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 nel breve e nel lungo termine, grazie alle garanzie di applicazione dei più alti standard di qualità, affidabilità e attenzione alle tematiche relative a rispetto dei diritti umani, salute e sicurezza, lotta alla corruzione e tutela dell'ambiente.

#### IL PROCESSO DI SELEZIONE DEI FORNITORI

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

In fase di onboarding del fornitore nei sistemi di e-procurement di Angelini Industries, viene effettuata una rigorosa attività di verifica dei pre-requisiti, 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 ISO, quali, per esempio, la ISO 9001 in materia di sistemi di gestione della qualità o la ISO 14001 in materia di sistemi di gestione ambientale.

Nelle gare d'appalto, un questionario tecnico-qualitativo sottoposto a compilazione da parte del fornitore permette di accrescere la profondità di analisi e verifica rispetto al punto precedente, ampliando, sulla base della natura del bene o servizio da acquistare, la raccolta di ulteriori informazioni circa le modalità di erogazione della prestazione e gli aspetti tecnici e qualitativi connessi.



Nel 2023 il Gruppo ha stipulato un contratto con un primario provider di valutazioni ESG, individuato come partner di riferimento nella **valutazione dell'ESG score nella propria supply chain**. Ciò ha permesso di avviare un progetto di sviluppo attivo della catena di fornitura secondo i criteri ESG, coinvolgendo *in primis* i fornitori di beni diretti dei settori di business in cui operano Angelini Pharma e Angelini Technologies - Fameccanica, con l'obiettivo di estendere tale valutazione anche ai fornitori di beni indiretti e servizi degli altri settori di business del Gruppo. Il Gruppo, nelle valutazioni dei fornitori, su specifiche categorie, tiene conto degli aspetti ESG (per esempio, Certificazione EcoVadis del fornitore, altre certificazioni dell'azienda in materia di sostenibilità quali ISO 14001, FSC/PEFC e altre). Inoltre, a partire dall'ultimo trimestre del 2023, il Gruppo ha attivato un progetto pilota per inserire nelle principali gare d'appalto (di valore superiore a 1 milione di Euro) anche parametri di valutazione ESG, considerati in particolare nel caso di valutazioni paritetiche, consentendo alla commissione di valutazione di attribuire un ulteriore punteggio. 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 CO<sub>2</sub> 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. Nell'ottica di rafforzare ulteriormente le logiche di **sustainable procurement**, sono state già avviate le attività per definire un **Group Supplier Code of Conduct**, cui sarà assoggettato più del 90% dei fornitori strategici entro il 2026, in linea con i target del Piano ESG.

## I RISCHI LEGATI ALLA SUPPLY CHAIN

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



### 1 Rischio fisico

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



### 2 Rischio di approvvigionamento

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



### 3 Rischio aziendale

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



### 4 Rischio ambientale

Dovuto a fattori esogeni di carattere geografico e climatico

### ENTITÀ E VALORE DELLE FORNITURE

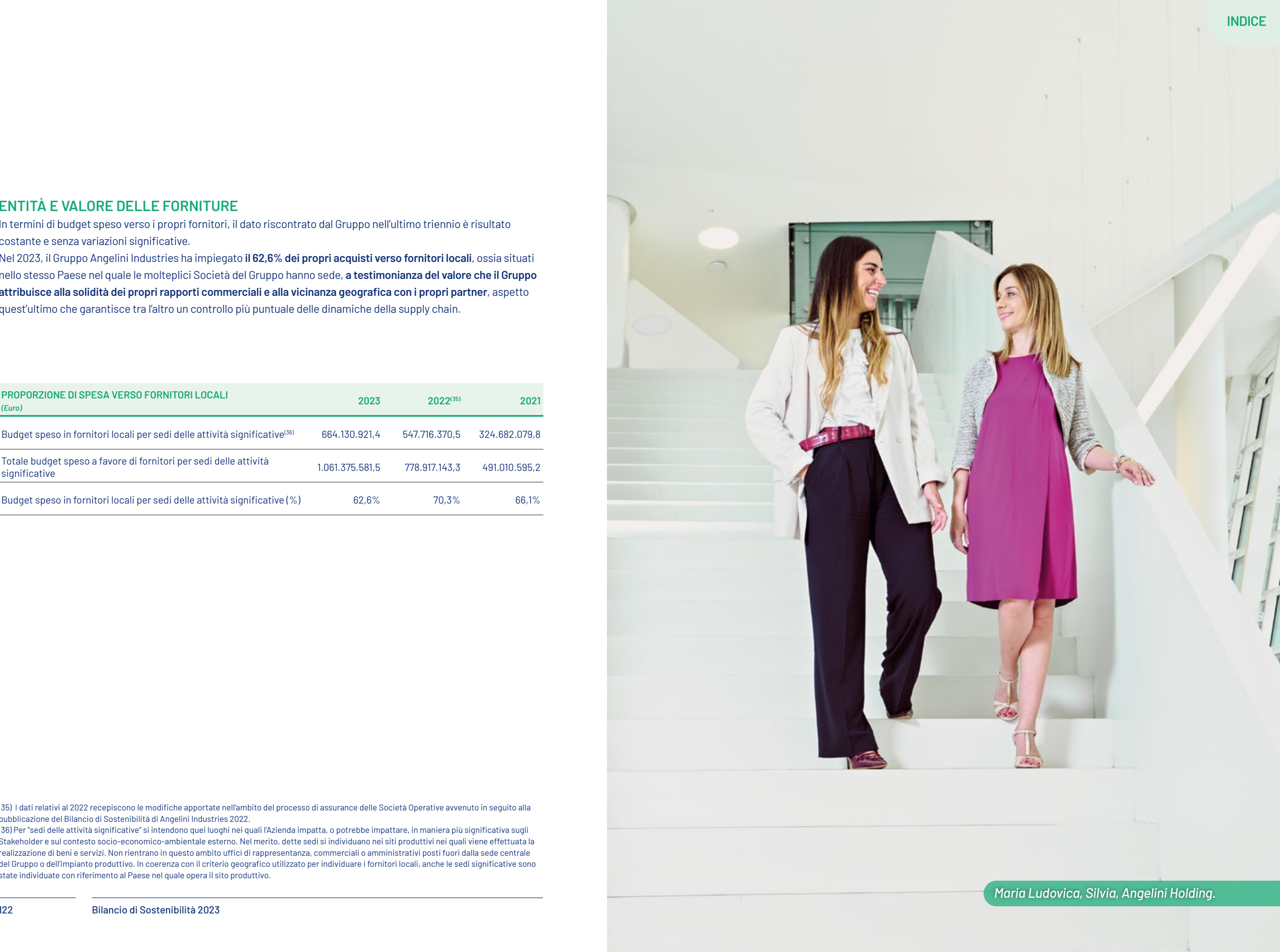
In termini di budget speso verso i propri fornitori, il dato riscontrato dal Gruppo nell’ultimo triennio è risultato costante e senza variazioni significative.

Nel 2023, il Gruppo Angelini Industries ha impiegato **il 62,6% dei propri acquisti verso fornitori locali**, ossia situati nello stesso Paese nel quale le molteplici Società del Gruppo hanno sede, **a testimonianza del valore che il Gruppo attribuisce alla solidità dei propri rapporti commerciali e alla vicinanza geografica con i propri partner**, aspetto quest’ultimo che garantisce tra l’altro un controllo più puntuale delle dinamiche della supply chain.

| PROPORZIONE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI<br>(Euro)                                  | 2023            | 2022 <sup>(35)</sup> | 2021          |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------------|---------------|
| Budget speso in fornitori locali per sedi delle attività significative <sup>(36)</sup> | 664.130.921,4   | 547.716.370,5        | 324.682.079,8 |
| Totale budget speso a favore di fornitori per sedi delle attività significative        | 1.061.375.581,5 | 778.917.143,3        | 491.010.595,2 |
| Budget speso in fornitori locali per sedi delle attività significative (%)             | 62,6%           | 70,3%                | 66,1%         |

(35) I dati relativi al 2022 recepiscono le modifiche apportate nell’ambito del processo di assurance delle Società Operative avvenuto in seguito alla pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità di Angelini Industries 2022.

(36) Per “sedi delle attività significative” si intendono quei luoghi nei quali l’Azienda impatta, o potrebbe impattare, in maniera più significativa sugli Stakeholder e sul contesto socio-economico-ambientale esterno. Nel merito, dette sedi si individuano nei siti produttivi nei quali viene effettuata la realizzazione di beni e servizi. Non rientrano in questo ambito uffici di rappresentanza, commerciali o amministrativi posti fuori dalla sede centrale del Gruppo o dell’impianto produttivo. In coerenza con il criterio geografico utilizzato per individuare i fornitori locali, anche le sedi significative sono state individuate con riferimento al Paese nel quale opera il sito produttivo.



Maria Ludovica, Silvia, Angelini Holding.



## LE BEST PRACTICE DEL GRUPPO

**Angelini Pharma** si è dotata di un **Sistema di Risk Management** atto a prevenire il verificarsi di rischi potenzialmente impattanti sulla propria catena di fornitura o per attenuarne, ove possibile, la probabilità di accadimento. Il framework considera specifici indici di valutazione quali, per esempio, l'appartenenza del prodotto a classi di farmaco etico, la presenza di siti produttivi alternativi per il prodotto in questione, il tempo di reazione medio per specifica classe di materiale o componente all'interno della distinta base del prodotto ecc.

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.

Nel 2023, inoltre, Angelini Pharma ha aggiornato il **sistema di valutazione dei fornitori** per materiali e servizi, includendo nuovi parametri di performance (KPI) per procurement, supply, quality, manufacturing e technology. È stato infine aggiunto anche **un KPI specifico per la sostenibilità**, integrando in tal modo i fattori ESG nella gestione della propria catena di fornitura.

**Angelini Technologies – Fameccanica** nel 2023 ha avviato un **training di tutti i buyer su temi legati all'approvvigionamento sostenibile**, con l'obiettivo di allinearli agli aggiornamenti normativi, integrando criteri ESG all'interno delle procedure acquisti. L'Azienda ha inoltre organizzato nuovamente il **Suppliers' Day**, un evento dedicato alla catena di fornitura che, oltre a rafforzare i rapporti commerciali con i fornitori, offre anche una preziosa opportunità di confronto su temi strategici come quello di costruire una catena di fornitura efficace e sostenibile nel medio e lungo termine.

**fater**

Fater pone una forte attenzione al rispetto dei diritti umani, alla salute e sicurezza e alla lotta alla corruzione, anche in coerenza con valori e principi espressi **nel Codice Etico, al quale tutti i fornitori di materiali devono attenersi**. Inoltre, in fase di selezione, verifica il possesso della certificazione **SA 8000**, nel rispetto dei requisiti in esso elencati che si basano su documenti ILO (International Labour Organization) e Dichiarazione Universale dei Diritti Umani. Per i fornitori che non sono in possesso della certificazione, all'avvio della relazione con il Gruppo è richiesta la sottoscrizione della dichiarazione di conformità ai requisiti SA 8000 di Fater.

La Società ha inoltre intrapreso un cammino virtuoso per utilizzare anche alcuni indicatori ambientali nella selezione dei suoi fornitori. Il primo esempio significativo riguarda l'approvvigionamento della cellulosa, materiale che assume particolare rilievo nel core business del Gruppo. Fater ha scelto infatti di approvvigionarsi solo da **fornitori certificati PEFC** (Programme for Endorsement of Forest Certification schemes).



Andrea, Rosalia Francesca, Angelini Pharma.

## UN CONCETTO ALLARGATO DI ECOSISTEMA

Per il Gruppo Angelini Industries, la parola “Ecosystems” rappresenta un concetto allargato, che non racchiude solo la value chain, ma anche tutti gli altri attori chiave (associazioni, network, startup, università ecc.) con cui le Società del Gruppo collaborano con l’obiettivo di creare sinergia, innovazione, sviluppo sostenibile e benessere comune. In questo senso, sono numerose le collaborazioni che il Gruppo ha attivato nel corso degli anni.

### COLLABORAZIONI CON LE UNIVERSITÀ

Angelini Industries ha da anni attivato, anche grazie alla Corporate Academy Angelini Academy, relazioni durature e di valore con business school internazionali e università, con le quali attiva progetti di ricerca e sperimentazione.

Grazie a questo approccio, oggi Angelini Academy attiva e coordina circa 40 iniziative formative all’anno, coinvolge nei suoi programmi formativi più di 1.200 persone dell’ecosistema di Angelini Industries, mantiene una relazione di valore con 20 business school italiane e internazionali.

Tra le altre: SDA Bocconi, Luiss Business School, London Business School, MIT.

In particolare, in collaborazione con la Luiss Guido Carli, Angelini Industries ha lanciato la cattedra in “Strategic Innovation”, con focus sui temi dell’innovazione e sul ruolo che deve avere nello sviluppo del vantaggio competitivo.

Le iniziative non riguardano solo le persone di Angelini Industries, ma anche l’ecosistema di riferimento. Per esempio, a conferma del grande impegno a sostegno delle nuove generazioni, si segnalano tre iniziative rivolte a giovani studenti particolarmente meritevoli:

- **“Hack4Change”**, un hackathon digitale che ha coinvolto oltre 350 studenti di talento provenienti dai principali politecnici italiani. Questi ragazzi e ragazze, con il sostegno e la mentorship di Angelini Technologies, l’Azienda tecnologica del Gruppo, hanno lavorato all’ideazione di applicazioni tecnologiche che portassero innovazione nei processi aziendali;
- **“Capstone Program dell’università MIT”**: due studenti in data science del MIT sono stati coinvolti in un progetto di ricerca presso una delle Aziende di Angelini Industries. L’accordo di membership tra Angelini Industries e MIT, attivato da Angelini Academy, della durata di 2 anni, prevede inoltre la possibilità per Angelini Industries di entrare in contatto con i ricercatori e con le circa 2.000 startup legate al MIT in diverse aree (biotecnologia, ICT, nanotecnologia, salute ecc.). A cura di Angelini Academy saranno, infine, identificati programmi di formazione e di ricerca dell’università americana da destinare a tutta la popolazione aziendale, in un’ottica di crescita delle competenze professionali in ambito tecnologico;
- Angelini Academy ha co-finanziato insieme all’università Mercatorum una borsa di studio di dottorato industriale in ambito Big Data e Artificial Intelligence.

Inoltre, nell’ottica di collaborazione e scambio reciproco di conoscenze e competenze, nel 2023 Angelini Pharma ha guidato diverse iniziative, tra cui progetti finanziati da fondi dell’Unione europea, partnership con centri di eccellenza per alimentare e consolidare la propria pipeline e i prodotti, e collaborazioni con startup per supportare processi di trasformazione digitale.

In particolare, le sfide legate alla **twin transition** (digitale ed ecologica) richiedono una risposta adeguata da parte delle aziende, sempre più connesse con il mondo accademico. Le collaborazioni possono essere, per esempio, attraverso programmi di formazione congiunti o in progetti di ricerca, tra cui:

- **FutureData4EU<sup>(37)</sup>**: Angelini Pharma è un partner associato del progetto FutureData4EU - Training Future Big Data Experts for Europe, coordinato dall’Università di Bologna, che formerà una nuova generazione di esperti qualificati nelle complesse dinamiche culturali, organizzative, ambientali, tecnologiche e politiche legate all’applicazione dei **Big Data**. FutureData4EU intende offrire ai ricercatori e alle ricercatrici nella fase iniziale della loro carriera un programma di formazione innovativo con carattere fortemente internazionale, intersettoriale e interdisciplinare, attraverso la mobilità transnazionale e lo sviluppo di carriera. FutureData4EU è aperto alla partecipazione di ricercatrici e ricercatori provenienti da tutto il mondo e intende contribuire a rafforzare la collaborazione col settore non accademico, permettendo ai giovani dottorandi di sviluppare la propria professionalità negli ecosistemi socio-economici locali, regionali e/o nazionali nell’ambito delle tematiche dei Big Data;
- **PHARMASEA<sup>(38)</sup>**: Angelini Pharma è coinvolta come Stakeholder del progetto PHARMASEA, guidato dal Dipartimento di Scienze della Vita e dell’Ambiente dell’Università Politecnica delle Marche, un progetto di ricerca europeo che integra competenze internazionali per rispondere a domande fondamentali su presenza, distribuzione, destino ed effetti biologici degli ingredienti farmaceutici attivi (API), riconosciuti come contaminanti emergenti di interesse (CEC) per gli ecosistemi marini. Il progetto coinvolge 5 istituti di ricerca di 4 Paesi europei (Italia, Germania, Norvegia e Spagna), con competenze in chimica ambientale, biologia applicata ed ecotossicologia.

**PHARMASEA** 

(37) FutureData4EU è finanziato nell’ambito del bando “Marie Skłodowska-Curie Actions Co-funding of regional, national and international programmes - HORIZON-MSCA-2022-COFUND-01-01” del Programma Quadro di Ricerca e Innovazione dell’Unione europea Horizon Europe.

(38) PHARMASEA è finanziato dal bando congiunto AquaticPollutants 2020 dell’ERA-NET Cofund AquaticPollutants (GA n. 869178). Questo ERA-NET fa parte delle attività sviluppate dalle JPI (Joint Programming Initiatives) per l’acqua, gli oceani e l’AMR (Anti-Microbial Resistance).



## PERCORSI PER LE COMPETENZE TRASVERSALI E L'ORIENTAMENTO - PCTO

Oltre alle collaborazioni con gli ecosistemi universitari, alcune Società del Gruppo, tra cui Angelini Pharma e Angelini Technologies - Fameccanica, coltivano e sviluppano sinergie con scuole superiori del territorio, che favoriscono l'accoglienza di studenti delle scuole superiori per i **progetti PCTO** (Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento), l'offerta di tirocini curriculari e la partecipazione a concorsi per studenti e studentesse. In particolare, nel 2023, Angelini Technologies - Fameccanica ha confermato l'attivazione di **percorsi PCTO**, rivolti a studenti delle classi quarte dei corsi meccanico, mecatronico, informatico ed elettronico. Durante questi percorsi,

alcuni specialisti dell'Azienda hanno tenuto lezioni nelle scuole e supervisionato 19 studenti durante un tirocinio di 3 settimane, offrendo loro formazione pratica e teorica. Sempre nel 2023, Angelini Technologies - Fameccanica ha partecipato a:

- **"Tecnicamente"**, iniziativa promossa da Adecco, prendendo parte alla giuria insieme ad altre aziende del territorio, ascoltando e valutando i progetti migliori degli studenti partecipanti, sui temi dell'Industria 4.0 e della Sostenibilità;
- **progetto Erasmus+** con un liceo locale, focalizzato sulle tematiche di diversità, equità e inclusione in ambito aziendale.

fater

Fater svolge varie attività dirette al coinvolgimento dei giovani neolaureati e laureandi con l'obiettivo di stimolare gli studenti a mettere in pratica le competenze acquisite per creare un ponte fra una grande azienda e l'università. Il Fater Award, per esempio, è un progetto che coinvolge un'ampia platea di studenti universitari provenienti da diversi atenei. Gli studenti vengono suddivisi in gruppi di lavoro che collaborano allo sviluppo di business case elaborati da Fater su temi come la sostenibilità e la digitalizzazione e vengono valutati da una giuria composta da docenti universitari e dal Leadership Team di Fater. La conclusione dell'evento avviene con un hackathon nel campus aziendale, in cui i membri dei team vincitori in ciascuna università si uniscono, combinando esperienze e competenze, per affrontare un nuovo business game. Al termine di quest'ultima fase, viene proclamato il team vincitore della competizione. Il Fater Award, giunto nel 2023 alla terza edizione, ha coinvolto circa 500 studenti provenienti da 15 università.



**ASCOLTA L'INTERVISTA A SIMONE ACETO  
MECHANICAL ASSEMBLY TECHNICIAN,  
ANGELINI TECHNOLOGIES - FAMECCANICA**



Marcello, Fater.



## ALTRE IMPORTANTI COLLABORAZIONI

Con l'obiettivo di favorire lo scambio di idee e il confronto su temi di interesse diffuso e/o specifico dei business del Gruppo, sono molteplici le iniziative e le partecipazioni intraprese nel corso del 2023 su tavoli tecnici accreditati e riconosciuti a livello nazionale.

- **Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia – Partner**

Dal 19 al 23 aprile si è tenuto a Perugia il Festival Internazionale del Giornalismo, cui Angelini Industries ha preso parte organizzando il dibattito **“Andiamo a comandare: giovani che ce la stanno facendo oggi tra media, internet e aziende”**. C'è spazio per i giovani nel panorama attuale dei media, dell'editoria e, più in generale, delle imprese? Come sono raccontati dagli organi di informazione? Che ruolo stanno avendo nel promuovere nuovi modi di comunicare, di fare impresa e di guardare al futuro, anche in ottica di crescita sostenibile? Queste le domande alla base del dibattito, che ha visto coinvolti quattro neo-protagonisti del mondo dell'editoria, della comunicazione e dell'imprenditoria, che hanno raccontato il loro percorso umano e professionale, le sfide superate e quelle da affrontare, con l'obiettivo di generare un dibattito costruttivo sulle opportunità e sul ruolo che i giovani possono rivestire oggi, anche come agenti di cambiamento.

- **Festival dell'Economia di Trento – Top Partner**

Angelini Industries è stata Top Partner del Festival dell'Economia di Trento, l'appuntamento internazionale di riferimento sui temi economici, sociali, di attualità organizzato da “Il Sole 24 Ore” e tenutosi dal 24 al 27 maggio 2023.

Per contribuire al dibattito su come l'industria possa contribuire a raccogliere le sfide del “mondo nuovo”, tema della diciottesima edizione, Angelini Industries è stata tra i protagonisti di quattro interventi all'interno degli incontri in programma, con la presenza del CEO del Gruppo, Sergio Marullo di Condojanni, e dei CEO di alcune Società Operative.

- **Wired Next Fest – Partner**

Appuntamento itinerante promosso da Wired e dedicato al dibattito su tecnologia, scienza e cultura e tenutosi a Milano tra il 7 e l'8 ottobre. Il Gruppo ha partecipato in qualità di partner e con la presenza di Sergio Marullo di Condojanni al talk “Manuale d'istruzione per leader di domani”.





# Piacere, Angelini Industries.

ESPLORA LE NOSTRE INIZIATIVE  
A **TUTELA DELL'AMBIENTE.**



Alessandro, Giuliano, Adriano, Silvia, Veronica, Rocco, Angelini Holding;  
Elisabetta, Angelini Real Estate; Elisabetta, Angelini Wines & Estates;  
Concita, Fondazione Angelini; Matteo, Angelini Pharma; Natasa, Angelini Ventures;  
Andrea, Angelini Technologies - Fameccanica; Fabiana, Fater.

## 8. Planet

### CONTRASTO AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

La tutela e la salvaguardia dell'ambiente rappresentano aspetti integranti della storia di Angelini Industries e vanno oltre la semplice conformità normativa. Angelini Industries è consapevole del ruolo determinante che le aziende ricoprono nel contrasto al cambiamento climatico e intende essere un soggetto attivo nel ricercare soluzioni efficaci ed efficienti di adattamento e mitigazione climatica.

Per questo, il Gruppo sta lavorando alla definizione di una strategia di decarbonizzazione, partendo dal calcolo della carbon footprint e dall'utilizzo dell'analisi LCA (Life Cycle Assessment).

Nel corso degli anni sono state molte le azioni che il Gruppo ha attuato per contribuire a contrastare il cambiamento climatico; ne sono un esempio i diversi impianti fotovoltaici installati nelle sedi, le colonnine per la ricarica delle auto elettriche e le numerose certificazioni ambientali che hanno consentito di monitorare ed efficientare consumi di acqua e rifiuti<sup>(39)</sup>.

#### LA MISURAZIONE DELLA CARBON FOOTPRINT DI ANGELINI PHARMA

Angelini Pharma ha deciso di adottare un approccio scientifico alla misurazione dei propri impatti sul cambiamento climatico, attraverso la misurazione della propria impronta di carbonio (o carbon footprint), secondo quanto definito dal Green House Gas Protocol (GHG Protocol) che fornisce linee guida dettagliate su come misurare le emissioni di gas serra. La finalità è conoscere le proprie emissioni e definire target di decarbonizzazione scientificamente calcolati in linea con le decisioni dell'Accordo di Parigi.

(39) Rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2022, i dati riferiti al 2022 delle tabelle "Consumi di combustibile", "Consumo di energia interno all'organizzazione (in GJ)", "Emissioni dirette (Scope 1) in tCO<sub>2</sub>eq" ed "Emissioni indirette (Scope 2) in tCO<sub>2</sub>eq" sono stati revisionati a seguito di un aggiornamento dei valori rendicontati dalle Società Angelini Technologies - Fameccanica e Angelini Pharma a valle del processo di assurance.

### LIFE-GREENAPI: UN PROGETTO DI ANGELINI PHARMA PER FAVORIRE LA PRODUZIONE SOSTENIBILE DEI PRODOTTI

A giugno 2023 è stato avviato, in collaborazione con l'Università di Leiden nei Paesi Bassi, il progetto LIFE-GREENAPI di Angelini Pharma. Tale iniziativa, della durata di 3 anni, ha l'obiettivo di **produrre principi attivi farmaceutici in modo sempre più efficiente, ecologico e innovativo**, promuovendo la transizione verso pratiche di produzione più sostenibili per un settore, quello farmaceutico, difficile da decarbonizzare, anche in considerazione dei rigorosi vincoli regolatori.

LIFE-GREENAPI prevede il monitoraggio dell'impatto ambientale e climatico associato a tutte le fasi del ciclo di vita di un determinato prodotto, processo o servizio commerciale attraverso un **Life Cycle Assessment** (LCA), promuovendo in tal modo una produzione sostenibile sin dalle sue fasi iniziali (approccio denominato "sustainability by design"), come riportato nel Green Deal dell'Unione europea.



**ASCOLTA L'INTERVISTA A TOMMASO IACOANGELI,  
FINE CHEMICALS BUSINESS PROJECT MANAGER,  
E ANNA CODAZZI, GLOBAL R&D OPEN INNOVATION LEAD  
- ANGELINI PHARMA**

**fater**

Nell'anno fiscale 2020-2021 Fater ha avviato un'analisi di carbon footprint secondo i parametri del **Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol)** per meglio quantificare gli impatti emissivi totali generati dall'organizzazione. In seguito, con lo scopo di fissare target di decarbonizzazione scientificamente calcolati e in linea con le decisioni dell'Accordo di Parigi, ha sottomesso i propri risultati alla Science Based Target initiative (SBTi). Nell'anno fiscale 2022-2023 **i target sono stati validati da SBTi**, con l'ambizione di contribuire a mantenere l'aumento della temperatura globale al di sotto di 1,5 °C.

L'impatto carbonico totale di Fater relativo all'anno fiscale 2022-2023 è pari a circa 600.000 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente, il 3% in meno rispetto all'anno fiscale precedente, nonostante un aumento nella produzione. Tale miglioramento è evidenziato dalla riduzione del 4% nelle emissioni di CO<sub>2</sub> per ogni MSU (unità di misura utilizzata in Fater per normalizzare il numero di prodotti venduti) prodotta.

### EMISSIONI

Le emissioni di gas serra collegate alle attività di Angelini Industries possono essere suddivise in **emissioni dirette e indirette**. Le prime, rientranti nel cosiddetto Scope 1, derivano dalla combustione diretta di combustibili fossili, acquistati per il riscaldamento, per la produzione di energia elettrica e termica o per il rifornimento di veicoli di trasporto. Le seconde, definite di tipo Scope 2, fanno invece riferimento alla produzione di energia elettrica acquistata e consumata dal Gruppo per le apparecchiature elettriche, il riscaldamento e l'illuminazione all'interno degli edifici. Il Gruppo ha prodotto **emissioni di gas a effetto serra pari a 18.618,9 tCO<sub>2</sub>eq e 8.657,8 tCO<sub>2</sub>eq rispettivamente in termini di emissioni Scope 1 e Scope 2<sup>(40)</sup>**.

(40) Le emissioni Scope 2 qui riportate sono ottenute con l'approccio Location based.



## CONSUMI ENERGETICI

Nell'esercizio 2023, 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 309.044,7 GJ. Questi consumi sono riconducibili quasi esclusivamente a quelli di **gas naturale (88%)**, impiegato per il riscaldamento e per alimentare gli impianti di cogenerazione, mentre una minima parte di questa energia è impiegata dalla flotta aziendale o per altri scopi. Risultano in aumento del 12% i consumi di combustibile, in particolare a causa di un maggior consumo di gas naturale per il riavvio del cogeneratore dello stabilimento di Aprilia di Angelini Pharma, che nel 2022 è stato fermato per la maggior parte dell'anno. Il riavvio dell'impianto di cogenerazione ha conseguentemente determinato una maggiore autoproduzione di energia elettrica e una riduzione dell'energia elettrica acquistata da Angelini Pharma.

Angelini Industries, per assicurare il funzionamento delle proprie sedi produttive e operative, ha inoltre acquistato **energia elettrica** per un totale di 94.736,9 GJ, **circa il 25% in meno** rispetto all'anno precedente. In linea con gli obiettivi del Piano ESG 2024-2026, il Gruppo si impegna ad acquistare il 100% di energia rinnovabile con certificati d'origine entro il 2026, ponendo in essere già dal 2024 le azioni per accelerare il raggiungimento di questo target.

Grazie a consistenti investimenti in **impianti fotovoltaici**, nel 2023 le Società del Gruppo hanno inoltre **autoprodotta energia rinnovabile** per un totale di **1.306 GJ**.



## IMPIANTI FOTOVOLTAICI

L'autoproduzione di energia elettrica rappresenta una delle leve strategiche del Gruppo Angelini. **Presso la sede del Gruppo (Casa Angelini a Roma) sono presenti i pannelli fotovoltaici installati sul tetto dell'edificio** al massimo della capienza disponibile per l'autoproduzione di energia verde, con una potenza totale di 90 kW, pari al 3% del fabbisogno totale.

Analogamente, al fine di raggiungere una maggiore efficienza dei consumi energetici e, allo stesso tempo, essere più indipendente per quanto riguarda la produzione di energia elettrica, **Angelini Technologies - Fameccanica ha realizzato nel 2023 un parcheggio fotovoltaico**, installando un impianto da 1,36 MW che garantirà a regime un'autonomia energetica pari a circa un quarto del fabbisogno complessivo. Parallelamente, nel corso del 2023, **sono iniziati i lavori di installazione presso il sito di Ancona del primo lotto su tetto di un impianto fotovoltaico**, per una potenza pari a 350 kWp. L'impianto entrerà in esercizio nel corso del 2024 e a esso seguiranno altri due lotti, per una potenza complessiva di 1,2 MWp. A regime, l'impianto produrrà da fonte solare rinnovabile oltre 1.300.000 kWh/anno, pari a oltre il 7% del fabbisogno elettrico dello stabilimento.

## MOBILITÀ SOSTENIBILE

Il Gruppo Angelini Industries, attraverso le iniziative realizzate dai propri **Mobility Manager**, incentiva la mobilità sostenibile per gli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, avendo elaborato un Piano Spostamenti Casa-Lavoro e intrapreso diverse progettualità. Il Gruppo, inoltre, ha installato molteplici colonnine con postazione di ricarica elettrica fruibili dalla flotta aziendale in Casa Angelini a Roma e nei tre stabilimenti italiani di Angelini Pharma. Anche in Angelini Technologies - Fameccanica sono state installate colonnine di ricarica elettrica, affinché i dipendenti ne possano usufruire, ricaricando le autovetture durante l'orario di lavoro, entro il limite massimo di circa 1.500 kWh/anno, equivalenti alla stima della percorrenza media degli spostamenti casa/lavoro dei dipendenti della Società. Inoltre, la flotta aziendale presenta un +23% di veicoli "environmentally friendly" ordinabili da car list nel 2024 (MHEV, HEV, PHEV, BEV<sup>(41)</sup>).

(41) Veicoli mild hybrid (MHEV), full hybrid (HEV), plug-in hybrid (PHEV) o full electric (BEV).

## GESTIONE RESPONSABILE DELLE RISORSE NATURALI

Angelini Industries pone particolare attenzione all'approvvigionamento responsabile, a tutela e salvaguardia delle risorse naturali, impegnandosi dunque sia per quel che riguarda l'efficienza dei consumi sia adottando modalità di riciclo e riuso in ottica di economia circolare.

Già negli scorsi anni, le Società Operative Angelini Pharma e Angelini Technologies – Fameccanica hanno avviato l'integrazione dei fattori ambientali lungo le proprie supply chain, adottando un Sistema di Gestione Ambientale conforme alle linee guida dello standard ISO 14001:2015. Inoltre, Angelini Technologies – Fameccanica ha implementato un Sistema di Gestione dell'Energia conforme alle linee guida dello standard ISO 50001:2011 applicato allo stabilimento situato a San Giovanni Teatino (CH), certificato da un ente terzo indipendente.

Sono state inoltre conseguite o avviate le seguenti certificazioni:

- **Certificazione Equalitas**, conseguita da Angelini Wines & Estates nel 2022 da **Tenuta Trerose** ed estesa alle tenute Bertani, Val di Suga, Cantina Puiatti (2024). Tale certificazione affronta i tre pilastri della sostenibilità (sociale, ambientale ed economico) e nel 2023 ha previsto la misurazione di carbon e water footprint per Tenuta Trerose;
- **certificazione LEED Platinum** ottenuta dall'**headquarter** del Gruppo, **Casa Angelini a Roma**;
- percorso di **certificazione My Green Lab** intrapreso da **Angelini Pharma** nel corso del 2023 per il laboratorio R&S di Sviluppo Analitico, ricevendo a dicembre dello stesso anno il report del primo step di certificazione (analisi di partenza – baseline) e posizionandosi al livello più elevato della scala di valutazione, con un punteggio di 80/100. Il processo di certificazione My Green Lab si compone di cinque fasi<sup>(42)</sup> e copre 14 argomenti – tra cui energia, acqua, rifiuti, materiali – e valuta l'uso efficiente delle risorse, il comportamento responsabile nei confronti dell'uso delle apparecchiature e diverse altre misure per ridurre efficacemente l'impatto ambientale.



(42) Analisi di partenza (la baseline), implementazione delle modifiche, certificazione, implementazione di ulteriori modifiche e ricertificazione, attraverso un processo di miglioramento continuo.





### IL PROGETTO ETERNAL PER LA RIDUZIONE DELL'IMPATTO AMBIENTALE

Tra i progetti intrapresi da Angelini Pharma volti a ridurre l'impatto ambientale e climatico nel settore farmaceutico, spicca ETERNAL, avviato a settembre 2022 e finanziato dall'Unione europea nell'ambito del programma Horizon Europe. ETERNAL riunisce 16 organizzazioni provenienti da 7 Paesi europei con l'obiettivo di **ridurre l'impatto ambientale** dei prodotti farmaceutici **durante il loro intero ciclo di vita**, dalla fase di produzione fino **all'utilizzo e allo smaltimento dei prodotti**.

In particolare, Angelini Pharma è responsabile di due casi studio, finalizzati ad analizzare, sviluppare, testare e scalare tecnologie innovative in ambito di produzione di principi attivi farmaceutici (presso il sito produttivo di Aprilia) e sviluppo di prodotti farmaceutici (presso i laboratori R&S di Ancona):

**1) ottimizzazione dell'utilizzo dei solventi nella produzione di principi attivi farmaceutici**, con la finalità di migliorare la qualità e aumentare la quantità di solventi riutilizzati nello stesso processo produttivo, diminuendo di conseguenza i solventi destinati allo smaltimento, rinnovando una colonna di distillazione;

**2) valutazione di tecnologie innovative nello sviluppo di prodotti farmaceutici**, con la finalità di testare e scalare potenziali processi di continuous manufacturing alternativi agli esistenti, con una potenziale riduzione dei consumi energetici e ottimizzazione dell'utilizzo di altre risorse (quali acqua e materiali).

### L'IMPEGNO DI ANGELINI WINES & ESTATES PER LA BIODIVERSITÀ E L'ADOZIONE DI FERTILIZZAZIONI NATURALI

Angelini Wines & Estates è impegnata nell'adottare pratiche agronomiche innovative che promuovano la tutela della biodiversità e preservino le risorse naturali. Da diversi anni, nelle tenute di Fazi Battaglia (Tenuta Trerose e Val di Suga) si impiantano a filari alternati mix selezionati di graminacee, crucifere e leguminose, con l'intento di equilibrare in modo del tutto naturale i terreni, stimolando la biodiversità, fissando azoto nel terreno attraverso le radici e trasformandosi infine in fertilizzante dopo la sfalcatura.

A Tenuta Novare, la biodiversità locale è garantita dalla presenza di 98 ettari di bosco che, su un totale di 175, funge da habitat naturale per una vasta gamma di specie vegetali e animali.

**Nel 2021 Tenuta Trerose ha invece realizzato la sua prima vendemmia 100% biologica**, producendo vino ottenuto da uve coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica, che esclude l'uso di concimi chimici artificiali, pesticidi, fungicidi ed erbicidi.

In Bertani e Tenuta Trerose sono stati creati **bacini idrici per il recupero delle acque meteoriche**, raccogliendo ogni anno quasi 100.000 m<sup>3</sup>.

È stato infine avviato un programma per selezionare e impiantare piante ed essenze nei vigneti che attirino le api, favorendo la biodiversità e i processi naturali di impollinazione. Si prevede l'implementazione di tale programma a Tenuta Trerose nel 2024.

## GESTIONE DELLE MATERIE PRIME E DEL PACKAGING

Il Gruppo ha realizzato diverse progettualità per favorire il riciclo e il riuso delle materie prime e del packaging in ottica di economia circolare. Il primo step ha riguardato l'utilizzo di **plastiche riciclabili e con contenuti di plastica riciclata**.

In particolare, nel 2023 Angelini Pharma, al fine di ridurre il proprio impatto ambientale derivante dal packaging dei propri prodotti, ha lanciato le confezioni Pouch Refill (ovvero sacchetti di ricarica) da 400 ml per i detergenti intimi della **linea Infasil Intimi**; ciò ha consentito di ridurre **di circa il 90% il quantitativo di materiale plastico immesso nel mercato**. Inoltre, tutte le famiglie di referenza Amuchina Pavimenti e Bucato Liquido sono state confezionate utilizzando **flaconi composti al 100% di plastica riciclata**.

Un'innovazione importante che contribuisce a favorire la circolarità realizzata in ambito Tecnologia Industriale da **Angelini Technologies - Fameccanica** è **Greenpackt®**, ovvero un **sistema di produzione all-in-one brevettato, sviluppato per rendere l'industria dell'imballaggio sostenibile**. Si tratta di una soluzione rivoluzionaria che fornisce un'alternativa più ecologica nei mercati strategici dei beni di consumo. La tecnologia consente di realizzare un imballaggio in polipropilene che riesce a contenere un numero di monodosi maggiore a un peso più basso, consentendo una riduzione notevole nella plastica utilizzata. Inoltre, il sistema Greenpackt® prevede esclusivamente l'**utilizzo di cartone riciclato o materiali biodegradabili**.

**APPROFONDISCI IL PROGETTO GREENPACKT®  
DI ANGELINI TECHNOLOGIES - FAMECCANICA**



Marilena, Angelini Pharma.





La strategia di Fater è quella di abbattere le emissioni di CO<sub>2</sub>eq su tutte le linee produttive e categorie di prodotti, lavorando continuamente sull'innovazione in ottica sostenibile. Il packaging, per esempio, rappresenta un'area di lavoro strategica. Infatti, il 98% del packaging primario di tutti prodotti è riciclabile. Inoltre, a partire dall'anno fiscale 2021-2022 Fater ha iniziato a commercializzare confezioni di alcuni dei propri prodotti più venduti con percentuali crescenti di plastica riciclata (PCR - Post Consumer Recycled e PIR - Post Industrial Recycled) all'interno del packaging.

Complessivamente, nell'anno fiscale 2022-2023, la riduzione della plastica vergine utilizzata per il packaging primario dei prodotti, calcolata in rapporto ai volumi di produzione rispetto all'anno fiscale 2020-2021, è stata del 5,7%. In particolare, la percentuale di plastica riciclata sul totale all'interno del packaging primario è stata del 30% di PIR per i prodotti per la cura della persona e del 5% di PCR per i prodotti destinati alla cura della casa e dei tessuti.

In aggiunta, Fater è impegnata anche nell'ottimizzazione del packaging secondario e terziario, allo scopo di migliorare l'efficienza logistica, e contribuire a ridurre l'impatto ambientale.

## GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA<sup>(43)</sup>

Nel corso del 2023, l'**approvvigionamento idrico del Gruppo** si attesta a **919,16 megalitri**. Le principali fonti di prelievo sono rappresentate da falda freatica e da risorse idriche di fornitori di servizi idrici municipali o terze parti (rispettivamente circa il 72% e il 22%), cui si aggiungono, in misura minore, le acque superficiali.

L'acqua rappresenta una risorsa preziosa per il Gruppo e l'obiettivo è sviluppare una progettualità che consenta di ridurre i consumi di acqua, oltre a riutilizzarla dove possibile.

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

In **Casa Angelini** viene posta molta attenzione all'utilizzo efficiente delle risorse idriche. L'acqua, destinata principalmente a usi sanitari, irrigazione e servizi antincendio, proviene in gran parte dal recupero delle acque grigie e meteoriche. Le piantumazioni sono a basso fabbisogno idrico e sono stati installati miscelatori con sensore.

**Angelini Pharma** utilizza l'acqua nei processi di produzione e per il raffreddamento delle apparecchiature di servizio. Gli stabilimenti sono dotati di sistemi di affinamento delle acque e di contatori volumetrici per il monitoraggio dei consumi. Sono presenti procedure di gestione idrica che prevedono il monitoraggio attraverso specifici indicatori, in ottica di continuo efficientamento.

**Angelini Technologies - Fameccanica** utilizza l'acqua della rete di bonifica comunale per irrigazione, impianti antincendio e idrofiltri. Gli stabilimenti dispongono di autorizzazioni per lo scarico delle acque assimilate a quelle domestiche, mentre i liquidi industriali sono gestiti come rifiuti speciali. L'Azienda monitora i consumi idrici e sta gradualmente sostituendo gli idrofiltri con filtri a secco, per ridurre l'impatto ambientale.

Per **Angelini Wines & Estates** l'acqua è impiegata per la pulizia, la sanitizzazione e l'irrigazione dei vigneti, in particolar modo durante le stagioni siccitose. L'Azienda preleva acqua da acquedotti e pozzi per le attività produttive, utilizzando anche acque piovane e sorgenti naturali immagazzinate in bacini di raccolta per l'irrigazione dei vigneti. L'Azienda monitora i volumi d'acqua utilizzati e collabora con i fornitori per ottimizzare l'uso della risorsa.

<sup>(43)</sup> Rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2022, i dati riferiti al 2022 delle tabelle "Prelievo idrico per fonte e per tipologia (in megalitri)" e "Scarico idrico per fonte e per tipologia (in megalitri)" sono stati revisionati a seguito di un aggiornamento dei valori rendicontati dalla Società Angelini Technologies - Fameccanica a valle del processo di assurance. La suddivisione per "Aree a stress idrico" non è stata rappresentata nelle tabelle di questo paragrafo per il 2022, in quanto è stata variata la modalità di definizione di tali aree.

## GESTIONE DEI RIFIUTI

Angelini Industries pone particolare attenzione **al contenimento dei rifiuti prodotti, favorendone il recupero e promuovendo un'accurata differenziazione per tipologia e livello di pericolosità.**

Per la sede di Roma (**Casa Angelini**), **il servizio di gestione dei rifiuti è affidato ad Angelini Real Estate, la Società che gestisce gli immobili non strumentali** del Gruppo. Tra le iniziative adottate vi sono l'uso di un archivio documentale digitale per ridurre l'uso della carta, l'installazione di bocconi d'acqua per eliminare il consumo di bottiglie di plastica e l'eliminazione di posate monouso e tovagliette di carta nel ristorante aziendale per ridurre i rifiuti generati. È stata inoltre introdotta una politica di rigenerazione dei dispositivi elettronici per prolungarne la vita utile e ridurre l'impatto ambientale.

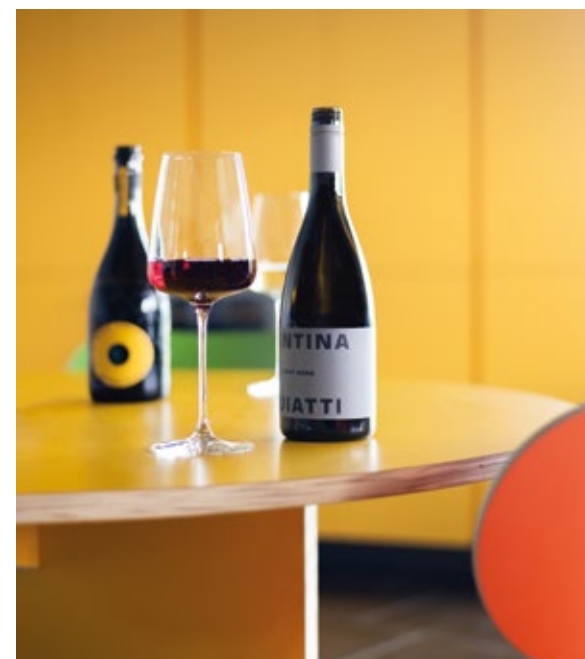
**Angelini Technologies - Fameccanica** genera la maggior parte dei rifiuti nei processi di montaggio e collaudo. L'Azienda si impegna per massimizzare il recupero dei rifiuti e si avvale di gestori ambientali autorizzati. Il flusso è monitorato e tracciato attraverso formulari e registri, tramite l'utilizzo di un tool informatico che traccia i dati e consente sia di adempiere alle normative sia di individuare le aree di miglioramento.

Nei siti produttivi di **Angelini Pharma** si stabiliscono quantitativi precisi di sostanze per ogni processo e si adottano ricette specifiche per ridurre l'uso di materie prime e minimizzare i rifiuti. Tra le azioni adottate dall'Azienda per gestire l'impatto dei rifiuti, si privilegia il recupero interno dei solventi organici, l'invio dei rifiuti a impianti esterni di recupero di materia, e la scelta di impianti vicini ai siti di produzione per limitare le emissioni di CO<sub>2</sub>. Un contratto quadro con un intermediario dei rifiuti assicura il controllo e la mitigazione degli impatti ambientali, attraverso un monitoraggio mensile orientato all'efficacia delle procedure implementate.

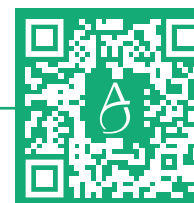
Nel 2023, Angelini Industries ha prodotto **12.963,55 tonnellate di rifiuti**, di cui il **48% è stato destinato a processi di recupero e riciclo** condotti offsite.

### CANTINA PUIATTI: IL PRIMO TAPPO PER SPUMANTI REALIZZATO DA ANGELINI WINES & ESTATES CON RIFIUTI PLASTICI SOSTENIBILI

In occasione della Giornata Mondiale degli Oceani, celebrata, come ogni anno, l'8 giugno, **Cantina Puiatti** ha presentato a Romans d'Isonzo (GO), **insieme a Vinventions, NOMACORC Pops Ocean, il primo vino sparkling al mondo con tappo che aiuta a proteggere gli oceani.** In particolare, Cantina Puiatti ha lanciato un'edizione limitata della sua iconica **Ribolla Gialla Metodo Classico con il tappo NOMACORC Pops Ocean**. Si tratta della prima cantina al mondo a utilizzare questo tappo sostenibile e orientato all'economia circolare. **NOMACORC Pops Ocean è il primo tappo per vini spumanti realizzato utilizzando rifiuti di plastica<sup>(44)</sup>** riciclata destinata a finire negli oceani. Questi rifiuti sono chiamati Ocean Bound Plastic (OBP). Scegliere Pops Ocean significa non solo fare una scelta responsabile per l'ambiente, contribuendo attivamente alla salvaguardia degli oceani, ma anche garantire un'eccellenza qualitativa per i vini spumanti, preservandone il profilo sensoriale. Cantina Puiatti, che da sempre porta avanti una filosofia produttiva che rispetta l'ambiente, ha voluto fortemente questa collaborazione, che rappresenta un ulteriore importante passo verso la tutela dell'ecosistema.



### SCOPRI L'INNOVAZIONE SOSTENIBILE DI CANTINA PUIATTI (ANGELINI WINES & ESTATES)



(44) NOMACORC Pops Ocean offre le stesse prestazioni e affidabilità degli altri tappi della gamma NOMACORC. Questa materia prima, ottenuta tramite un metodo di riciclaggio avanzato, ha esattamente le stesse proprietà di una materia prima vergine, conferisce la stessa idoneità al contatto alimentare e le stesse prestazioni al prodotto finito, però a favore della salvaguardia del pianeta.



# Appendice

## PROCESSO DI ANALISI DI MATERIALITÀ



### 1) ANALISI DEL CONTESTO E BENCHMARK

L'**analisi di benchmark** su un campione di aziende operanti nei settori di interesse di Angelini Industries, unitamente alla **valutazione delle analisi di materialità condotte nel corso degli esercizi precedenti** dal Gruppo e dalle proprie Società Operative, ha permesso di individuare **30 tematiche di partenza**, potenzialmente rilevanti per il Gruppo e per i suoi Stakeholder chiave.

Per ciascuna di queste tematiche, appartenenti alle tre dimensioni ESG (Environmental, Social, Governance), sono stati successivamente **identificati i principali impatti** sia positivi sia negativi.

2) IDENTIFICAZIONE E RILEVANZA DEGLI STAKEHOLDER

La mappatura delle **categorie di Stakeholder interni ed esterni maggiormente rilevanti** per il Gruppo è stata realizzata anche attraverso l’assegnazione di un **valore di dipendenza e influenza**, ispirandosi a quanto previsto dall’AA1000SES Standard<sup>(45)</sup>. In particolare, si è deciso da un lato di ampliare la platea degli Stakeholder coinvolti e dall’altro di coinvolgere Stakeholder informati e preparati, ovvero in grado di valutare in modo adeguato gli impatti associati ai temi potenzialmente materiali.

Nello specifico, sono stati individuati **126 soggetti** appartenenti alle seguenti **cinque categorie di Stakeholder**: 1. Vice Presidente e Amministratore Delegato della Capogruppo Angelini Holding (CEO), 2. Membri del Leadership Team, 3. ESG Community (costituita dai Sustainability Manager e dai referenti dei Sustainability Team delle Società Operative), 4. Dipendenti della Capogruppo Angelini Holding, 5. Soggetti esterni esperti e informati (external expert) che rappresentano il mondo accademico, associazioni di categoria, opinion leader e media.

3) STAKEHOLDER ENGAGEMENT E VALUTAZIONE QUANTITATIVA DEGLI IMPATTI

Al fine di garantire una maggiore rappresentatività dei risultati della valutazione degli impatti “inside-out”, il campione di **126 Stakeholder** è stato coinvolto attraverso **modalità personalizzate**, attribuendo un peso<sup>(46)</sup> specifico a ciascuna categoria di Stakeholder, in funzione dei parametri di “dipendenza” e “influenza”. Il processo di coinvolgimento degli Stakeholder ha previsto una prima fase di **identificazione dei temi potenzialmente materiali e degli impatti**.

Categoria di Stakeholder coinvolta:

- ESG Community, costituita dai Sustainability Manager delle Società Operative, affiancati da alcuni tra i Manager e i collaboratori appartenenti alla Capogruppo Angelini Holding e ai diversi ambiti di business (Salute, Largo Consumo e Tecnologia Industriale).

Modalità di coinvolgimento:

- workshop – strutturato in gruppi di lavoro – e successivo brainstorming di follow-up, propedeutici alla definizione della struttura della materialità di Angelini Industries. In questa occasione, i **30 temi risultanti dall’analisi di benchmark sono stati rivisti, accorpati e integrati aggiungendo ulteriori tematiche ritenute significative** per l’intero Gruppo.

Output:

- **15 temi potenzialmente materiali e 5 pre-requisiti**, tematiche, queste ultime, imprescindibili, ovvero già ampiamente presidiate all’interno del Gruppo o regolate da normative.

| 15 TEMATICHE POTENZIALMENTE MATERIALI <sup>(47)</sup> |                                                      |                                                                  | 5 PRE-REQUISITI                                |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| Environmental                                         | Social                                               | Governance                                                       |                                                |
| Efficienza energetica e fonti alternative             | Sviluppo e valorizzazione del capitale umano         | Governance, rischi e opportunità ESG                             | Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti |
| Cambiamento climatico                                 | Cura e benessere delle persone                       | Creazione e distribuzione del valore economico                   | Salute e sicurezza                             |
| Gestione sostenibile delle risorse naturali           | Diversità, equità e inclusione                       | Responsible Sourcing                                             | Etica del business                             |
| Circolarità                                           | Relazione con partner, clienti e pazienti            | Diritti umani                                                    | Comunicazione trasparente                      |
| Innovazione di prodotto                               | Impegno verso il territorio e supporto alla comunità | Artificial Intelligence, digitalizzazione e Information Security | Compliance                                     |

Successivamente i 15 temi potenzialmente materiali e i 5 pre-requisiti sono stati assoggettati a una **valutazione degli impatti correlati**.

Categoria di Stakeholder coinvolta:

- CEO, Leadership Team, ESG Community, dipendenti ed external expert.

Modalità di coinvolgimento:

- questionario e incontri one-to-one tenuti dalla Group Chief Sustainability Officer dedicati al CEO e al Leadership Team.

Output:

- **valutazione degli impatti ESG che le attività aziendali del Gruppo Angelini Industries generano o potrebbero generare, tenendo in considerazione la probabilità<sup>(48)</sup> e la gravità** degli stessi, per le 20 tematiche.

(45) I parametri “dipendenza” e “influenza” indicano rispettivamente quanto lo Stakeholder è dipendente dall’organizzazione e quanto è influente per l’organizzazione stessa, tanto da influenzarne le attività.  
(46) Pesi assegnati alle categorie di Stakeholder considerate: CEO (40%), Leadership Team (28%), ESG Community (22%), external expert (10%). Il punto di vista dei dipendenti è stato considerato nella rappresentazione finale della matrice “probabilità-gravità” attraverso la dimensione dei puntini sul grafico (si veda la sezione “Validazione e identificazione dei temi materiali”).

(47) Di seguito sono riportate in dettaglio le principali variazioni e gli accorpamenti apportati alle tematiche alla luce di quanto emerso durante il workshop in fase di brainstorming: le tematiche “Sostanze chimiche”, “Natura e acqua” e “Rifiuti” sono confluite nella tematica “Gestione sostenibile delle risorse naturali”; “Packaging e utilizzo della plastica” è confluito nella tematica “Circolarità”; “Partnership con istituti di ricerca e mondo accademico” e “Innovazione (R&D-IP)” sono confluite nella tematica “Innovazione di prodotto”; “Genitorialità” è confluito nella tematica “Cura e benessere delle persone”; “Centralità del paziente” è confluito nella tematica “Relazione con partner, clienti e pazienti”; “Continuità e resilienza” e “Rischi e opportunità ESG” sono confluiti nella tematica “Governance, rischi e opportunità ESG”; “Stabilità occupazionale” e “Internazionalizzazione” sono confluiti nella tematica “Creazione e distribuzione del valore economico”; “Information Security” è confluito nella tematica “Artificial Intelligence, digitalizzazione e Information Security”; “Sicurezza delle informazioni” è confluito nel pre-requisito “Compliance”; “Accessibilità dei farmaci e assistenza sanitaria” è infine stato escluso in quanto considerato un tema peculiare della Società Operativa Angelini Pharma.  
(48) La valutazione della probabilità di accadimento dei temi, così come rappresentata nella matrice di materialità, è stata effettuata considerando nel loro insieme gli impatti associati a ogni tema potenzialmente materiale.



Ai fini della valutazione, è stato richiesto ai partecipanti alla survey di considerare le seguenti definizioni.

- **Rilevanza d’impatto:** una questione di sostenibilità è rilevante dal punto di vista dell’impatto quando riguarda gli impatti rilevanti dell’impresa, negativi (-) o positivi (+), effettivi o potenziali, sulle persone o sull’ambiente nel breve, medio o lungo periodo. Una questione di sostenibilità rilevante dal punto di vista dell’impatto comprende quelli connessi alle attività proprie dell’impresa e alla catena del valore a monte e a valle, anche attraverso i suoi prodotti e servizi e i suoi rapporti commerciali. La rilevanza è valutata in base alla gravità e alla probabilità dell’impatto.
- **Gravità:** la gravità di un impatto dipende dalle sue caratteristiche:
  1. **Entità:** quanti benefici comporta l’impatto positivo e quanto è grave l’impatto negativo per le persone o l’ambiente;
  2. **Portata:** quanto sono diffusi gli impatti positivi o negativi;
  3. **Irrimediabilità:** se e in che misura è possibile porre rimedio agli impatti negativi, vale a dire riportando l’ambiente o le persone interessate allo stato originario.
- **Probabilità:** si riferisce alla possibilità che l’impatto accada.

Nello specifico, ai dipendenti è stato richiesto di assegnare una priorità alle tematiche ESG per ciascuna area (Environmental, Social, Governance, inclusi i pre-requisiti) dopo aver preso visione degli impatti a questi associati<sup>(49)</sup>, mentre i restanti Stakeholder hanno espresso la propria opinione valutando su una scala da 1 (Bassa) a 5 (Alta) le seguenti due variabili: la **probabilità** che gli impatti si verifichino e la **gravità** degli impatti associati a ciascuna tematica ESG.

4) VALIDAZIONE E IDENTIFICAZIONE DEI TEMI MATERIALI

Al fine di individuare i temi materiali, tra quelli potenzialmente rilevanti, si è proceduto a una ponderazione dei risultati emersi dalla valutazione degli impatti correlati alle 20 tematiche, in base alla categoria di appartenenza e ai parametri di dipendenza e influenza di ciascuno Stakeholder coinvolto.

(49) L’elaborazione delle risposte è stata ottenuta assegnando un punteggio numerico a seconda della posizione ottenuta nella prioritizzazione delle tematiche e calcolando per ogni tema la media delle occorrenze di ciascuna posizione, ponderata in base al punteggio numerico a essa associato.

ANALISI DEGLI IMPATTI (PROSPETTIVA INSIDE-OUT)

| TEMI MATERIALI E IMPATTI CORRELATI             |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | SDGs                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. EFFICIENZA ENERGETICA E FONTI ALTERNATIVE   |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ENVIRONMENTAL                                                                                                                                                               |
| Tipo d’impatto                                 | Impatto                                                                                                                                                                                                                                                                              |       |
| Inside-out - Positivo                          | Riduzione delle emissioni grazie all’utilizzo di fonti energetiche rinnovabili.                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                             |
| 2. CAMBIAMENTO CLIMATICO                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ENVIRONMENTAL                                                                                                                                                               |
| Tipo d’impatto                                 | Impatto                                                                                                                                                                                                                                                                              |       |
| Inside-out - Positivo                          | Riduzione delle emissioni grazie a interventi di efficientamento/ammodernamento degli impianti produttivi.                                                                                                                                                                           |                                                                                          |
| 3. GESTIONE SOSTENIBILE DELLE RISORSE NATURALI |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ENVIRONMENTAL                                                                                                                                                               |
| Tipo d’impatto                                 | Impatto                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |
| Inside-out - Positivo                          | Riduzione dell’impronta ecologica aziendale dovuta a un minore impiego di sostanze chimiche e pericolose nei processi produttivi del Gruppo e alla gestione responsabile dei rifiuti generati.                                                                                       |   |
| Inside-out - Negativo                          | Incidenza negativa su alcune risorse naturali (per esempio, acqua) connesse a specifici processi produttivi, non trasformabili significativamente nel breve periodo.                                                                                                                 |                                                                                                                                                                             |
| 4. CIRCULARITÀ                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ENVIRONMENTAL                                                                                                                                                               |
| Tipo d’impatto                                 | Impatto                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |
| Inside-out - Positivo                          | Valorizzazione dei materiali di scarto attraverso l’ottimizzazione dei processi produttivi, la promozione di pratiche di consumo responsabili, il riutilizzo dei materiali e l’offerta di prodotti con elevate performance ambientali, caratterizzati da durabilità e riciclabilità. |                                                                                                                                                                             |
| Inside-out - Negativo                          | Prodotti e servizi frutto di processi industriali principalmente lineari con conseguente riduzione della disponibilità di materie prime a livello locale/globale e generazione eccessiva di rifiuti e packaging scarsamente separabile e riciclabile.                                |                                                                                                                                                                             |
| 5. INNOVAZIONE DI PRODOTTO                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ENVIRONMENTAL                                                                                                                                                               |
| Tipo d’impatto                                 | Impatto                                                                                                                                                                                                                                                                              |   |
| Inside-out - Positivo                          | Soddisfacimento di nuove esigenze di clienti/utenti relative a segmenti di mercato non ancora accessibili, grazie a innovazioni di prodotto/nuovi brevetti.                                                                                                                          |                                                                                        |

| TEMI MATERIALI E IMPATTI CORRELATI                       |                                                                                                                                                       | SDGs                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO          | SOCIAL                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipo d'impatto                                           | Impatto                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Inside-out - Positivo                                    | Efficienza e qualità dei prodotti destinati a clienti/utenti, grazie alla soddisfazione professionale e al "sense of belonging" delle nostre persone. | <div><div>4</div><div>ISTRUZIONE DI QUALITÀ</div></div> <div><div>5</div><div>PARIETÀ DI GENERE</div></div> <div><div>8</div><div>LAVORO DECENTE E CRESCITA ECONOMICA</div></div> <div><div>10</div><div>RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</div></div> |
| 7. CURA E BENESSERE DELLE PERSONE                        | SOCIAL                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipo d'impatto                                           | Impatto                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Inside-out - Positivo                                    | Efficienza e qualità dei prodotti destinati a clienti/utenti, grazie alla soddisfazione professionale e al "sense of belonging" delle nostre persone. | <div><div>3</div><div>SALUTE E BENESSERE</div></div> <div><div>5</div><div>PARIETÀ DI GENERE</div></div> <div><div>10</div><div>RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</div></div>                                                                          |
| 8. DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE                        | SOCIAL                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipo d'impatto                                           | Impatto                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Inside-out - Positivo                                    | Efficienza e qualità dei prodotti destinati a clienti/utenti, grazie alla soddisfazione professionale e al "sense of belonging" delle nostre persone. | <div><div>5</div><div>PARIETÀ DI GENERE</div></div> <div><div>10</div><div>RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</div></div>                                                                                                                               |
| 9. RELAZIONE CON PARTNER, CLIENTI E PAZIENTI             | SOCIAL                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipo d'impatto                                           | Impatto                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Inside-out - Positivo                                    | Rapporti di fiducia duraturi, basati sull'affidabilità dei prodotti offerti                                                                           | <div><div>9</div><div>INDUSTRIE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</div></div> <div><div>17</div><div>PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI</div></div>                                                                                                     |
| 10. IMPEGNO VERSO IL TERRITORIO E SUPPORTO ALLA COMUNITÀ | SOCIAL                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Tipo d'impatto                                           | Impatto                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                |
| Inside-out - Positivo                                    | Importanti ricadute positive per l'indotto, grazie a collaborazioni durature con fornitori locali.                                                    | <div><div>4</div><div>ISTRUZIONE DI QUALITÀ</div></div> <div><div>5</div><div>PARIETÀ DI GENERE</div></div> <div><div>10</div><div>RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE</div></div> <div><div>11</div><div>CITTA' E COMUNITÀ SOSTENIBILI</div></div>      |

| TEMI MATERIALI E IMPATTI CORRELATI                                   |                                                                                                                                                                                                                            | SDGs                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 11. GOVERNANCE, RISCHI E OPPORTUNITÀ ESG                             | GOVERNANCE                                                                                                                                                                                                                 |                                                                           |
| Tipo d'impatto                                                       | Impatto                                                                                                                                                                                                                    |                                                                           |
| Inside-out - Positivo                                                | Effettiva contribuzione verso uno sviluppo sostenibile dell'Azienda e della propria value chain, grazie a politiche e piani di sostenibilità strutturati, monitorati e ben articolati.                                     | Tutti gli SDGs cui Angelini Industries contribuisce                       |
| 12. RESPONSIBLE SOURCING                                             | GOVERNANCE                                                                                                                                                                                                                 |                                                                           |
| Tipo d'impatto                                                       | Impatto                                                                                                                                                                                                                    |                                                                           |
| Inside-out - Positivo                                                | Attivazione di meccanismi virtuosi sull'intera value chain grazie all'integrazione dei fattori ESG nella qualificazione e valutazione di fornitori e partner e all'adozione di strumenti di controllo e verifica adeguati. | <div><div>12</div><div>CONSUMI E PRODUZIONE RESPONSABILI</div></div>      |
| 13. ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DIGITALIZZAZIONE E INFORMATION SECURITY | GOVERNANCE                                                                                                                                                                                                                 |                                                                           |
| Tipo d'impatto                                                       | Impatto                                                                                                                                                                                                                    |                                                                           |
| Inside-out - Positivo                                                | Miglioramento della qualità della vita di partner/clienti/pazienti grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale a supporto di alcuni prodotti/servizi.                                    | <div><div>9</div><div>INDUSTRIE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE</div></div> |



PRIME CONSIDERAZIONI IN OTTICA CSRD

Consapevoli delle importanti modifiche normative in corso in ambito di rendicontazione ESG, pur se vincolanti per il Gruppo a partire dal 2026 sull'esercizio 2025, già da quest'anno la Capogruppo ha iniziato a ragionare in ottica di doppia materialità.

Oltre all'analisi svolta per consolidare la cosiddetta **"impact materiality"** secondo l'approccio "inside-out", nel corso del 2023 è stata effettuata una prima valutazione dei rischi e delle opportunità legate ai fattori ESG che possano influenzare positivamente o negativamente la performance economico-finanziaria del Gruppo (**approccio "outside-in"**).

In questo processo di valutazione sono stati coinvolti: CEO, Leadership Team, ESG Community ed external expert<sup>(50)</sup>.

Di seguito una rappresentazione dei principali rischi e delle opportunità individuate.

| TEMI MATERIALI E IMPATTI CORRELATI              |                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. EFFICIENZA ENERGETICA E FONTI ALTERNATIVE    |                                                                                                                                                                                                                              |
| ENVIRONMENTAL                                   |                                                                                                                                                                                                                              |
| Tipo d'impatto                                  | Impatto                                                                                                                                                                                                                      |
| Outside-in – Rischi                             | Impennata dei costi di approvvigionamento dell'energia, dovuta all'aumento dei prezzi delle commodity energetiche/non sufficiente disponibilità di energia rinnovabile per soddisfare l'intero fabbisogno a livello globale. |
| 2. CIRCOLARITÀ                                  |                                                                                                                                                                                                                              |
| ENVIRONMENTAL                                   |                                                                                                                                                                                                                              |
| Tipo d'impatto                                  | Impatto                                                                                                                                                                                                                      |
| Outside-in – Opportunità                        | Allungamento del ciclo di vita del prodotto/incremento del livello di circolarità associato grazie alla crescente progressiva adozione di logiche di "circularity by design" richieste dal mercato.                          |
| 3. INNOVAZIONE DI PRODOTTO                      |                                                                                                                                                                                                                              |
| ENVIRONMENTAL                                   |                                                                                                                                                                                                                              |
| Tipo d'impatto                                  | Impatto                                                                                                                                                                                                                      |
| Outside-in – Rischi                             | Importanti incrementi di costi dovuti a normative più stringenti e tecnologie particolarmente costose, connesse allo sviluppo di nuovi prodotti.                                                                             |
| 4. SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO |                                                                                                                                                                                                                              |
| SOCIAL                                          |                                                                                                                                                                                                                              |
| Tipo d'impatto                                  | Impatto                                                                                                                                                                                                                      |
| Outside-in – Rischi                             | Perdita di personale altamente qualificato e appetibile dai competitor.                                                                                                                                                      |

(50) I soggetti coinvolti in tale valutazione sono stati ritenuti più informati e, quindi, più adatti a esprimere una valutazione adeguata dei rischi e delle opportunità legate ai fattori ESG.



INDICATORI RELATIVI AL PERSONALE<sup>(51)</sup>

GRI 2-7<sup>(52)</sup>

| NUMERO DI<br>DIPENDENTI PER<br>TIPOLOGIA DI IMPIEGO<br>E CONTRATTO | TOTALE |        |        |       |        |        |       |        |        |
|--------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                                                                    | 2023   |        |        | 2022  |        |        | 2021  |        |        |
|                                                                    | Donne  | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| Tempo determinato                                                  | 137    | 144    | 281    | 143   | 185    | 328    | 146   | 307    | 453    |
| Tempo indeterminato                                                | 1.630  | 2.146  | 3.776  | 1.965 | 3.320  | 5.285  | 1.951 | 3.375  | 5.326  |
| TOTALE                                                             | 1.767  | 2.290  | 4.057  | 2.108 | 3.505  | 5.613  | 2.097 | 3.682  | 5.779  |
| Full time                                                          | 1.699  | 2.276  | 3.975  | 2.015 | 3.375  | 5.390  | 2.002 | 3.562  | 5.564  |
| Part time                                                          | 68     | 14     | 82     | 93    | 130    | 223    | 95    | 120    | 215    |
| TOTALE                                                             | 1.767  | 2.290  | 4.057  | 2.108 | 3.505  | 5.613  | 2.097 | 3.682  | 5.779  |

| NUMERO DI DIPENDENTI<br>PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E<br>CONTRATTO FATER | 2023  |        | Totale |
|-----------------------------------------------------------------------|-------|--------|--------|
|                                                                       | Donne | Uomini |        |
| TOTALE                                                                | 338   | 1.216  | 1.554  |

(51) In riferimento ai dati forniti sul totale dei dipendenti, qualora si riscontri una discrepanza tra il numero complessivo e la somma delle cifre attribuite alle diverse categorie, tale differenza è ascrivibile alle approssimazioni derivanti dall'arrotondamento dei numeri decimali. Queste approssimazioni possono causare minime variazioni che influiscono sul totale. Al fine di fornire una rappresentazione del Gruppo, inclusa la JV Fater, in corrispondenza dei KPI che lo scorso anno includevano anche la società sono state rendicontate alcune tabelle che mostrano i dati di Fater, come da Bilancio di Sostenibilità pubblicato al 30.06.2023. [Sostenibilità | Fater \(fatergroup.com\)](#)

(52) Il numero dei dipendenti è stato determinato considerando la media annuale dei dipendenti calcolata sulla base dell'headcount mensile, ovvero il conteggio diretto del numero di dipendenti indipendentemente dalle ore lavorative o dal loro status a tempo pieno o parziale. Questa metodologia garantisce la continuità con il calcolo utilizzato per la "Relazione sulla gestione" del bilancio consolidato, consentendo di mantenere la coerenza nei dati riportati. La medesima metodologia è stata applicata per il calcolo del numero di lavoratori non dipendenti.

| NUMERO DI DIPENDENTI<br>PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E<br>CONTRATTO | ITALIA |        |        |       |        |        |       |        |        |
|-----------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                                                                 | 2023   |        |        | 2022  |        |        | 2021  |        |        |
|                                                                 | Donne  | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| Tempo determinato                                               | 50     | 97     | 147    | 57    | 131    | 188    | 68    | 265    | 333    |
| Tempo indeterminato                                             | 877    | 1.561  | 2.438  | 1.126 | 2.582  | 3.708  | 1.113 | 2.622  | 3.735  |
| TOTALE                                                          | 927    | 1.658  | 2.585  | 1.183 | 2.713  | 3.896  | 1.181 | 2.887  | 4.068  |
| Full time                                                       | 890    | 1.648  | 2.538  | 1.119 | 2.585  | 3.704  | 1.114 | 2.772  | 3.886  |
| Part time                                                       | 37     | 10     | 47     | 64    | 128    | 192    | 67    | 115    | 182    |
| TOTALE                                                          | 927    | 1.658  | 2.585  | 1.183 | 2.713  | 3.896  | 1.181 | 2.887  | 4.068  |

| NUMERO DI DIPENDENTI<br>PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E<br>CONTRATTO | ESTERO |        |        |       |        |        |       |        |        |
|-----------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                                                                 | 2023   |        |        | 2022  |        |        | 2021  |        |        |
|                                                                 | Donne  | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| Tempo determinato                                               | 86     | 48     | 134    | 86    | 54     | 140    | 78    | 42     | 120    |
| Tempo indeterminato                                             | 754    | 585    | 1.339  | 839   | 738    | 1.577  | 838   | 753    | 1.591  |
| TOTALE                                                          | 840    | 632    | 1.472  | 925   | 792    | 1.717  | 916   | 795    | 1.711  |
| Full time                                                       | 809    | 628    | 1.437  | 896   | 790    | 1.686  | 888   | 790    | 1.678  |
| Part time                                                       | 31     | 4      | 35     | 29    | 2      | 31     | 28    | 5      | 33     |
| TOTALE                                                          | 840    | 632    | 1.472  | 925   | 792    | 1.717  | 916   | 795    | 1.711  |



GRI 2-8<sup>(53)</sup>

| NUMERO DI COLLABORATORI | 2023 | 2022 | 2021 |
|-------------------------|------|------|------|
| TOTALE                  | 299  | 518  | 335  |

| NUMERO DI COLLABORATORI<br>FATER | 2023 |
|----------------------------------|------|
| TOTALE                           | 135  |

GRI 401-1<sup>(54)</sup>

| NUOVI ASSUNTI E TURNOVER |        | TOTALE<br>2023   |        |                        |                      |
|--------------------------|--------|------------------|--------|------------------------|----------------------|
|                          |        | Nuove assunzioni | Uscite | Tasso di<br>assunzione | Tasso di<br>turnover |
| <30 anni                 | Donne  | 50               | 19     | 47%                    | 18%                  |
|                          | Uomini | 57               | 36     | 40%                    | 25%                  |
|                          | Totale | 107              | 55     | 43%                    | 22%                  |
| 30-50 anni               | Donne  | 145              | 123    | 12%                    | 10%                  |
|                          | Uomini | 116              | 115    | 9%                     | 9%                   |
|                          | Totale | 261              | 238    | 11%                    | 10%                  |
| >50 anni                 | Donne  | 13               | 28     | 3%                     | 6%                   |
|                          | Uomini | 32               | 85     | 3%                     | 9%                   |
|                          | Totale | 45               | 113    | 3%                     | 8%                   |
| TOTALE                   | Donne  | 208              | 170    | 12%                    | 10%                  |
|                          | Uomini | 205              | 236    | 9%                     | 10%                  |
|                          | Totale | 413              | 406    | 10%                    | 10%                  |

(53) Il dato 2023 esclude i collaboratori “job-on-call”, in linea con quanto effettuato nel 2022. Sono inclusi tirocinanti e stagisti. Il dato 2023, in linea con il dato 2022, rappresenta i collaboratori su perimetro Italia ed estero, mentre il dato 2021 è relativo al solo perimetro Italia.

(54) Tasso di assunzione calcolato come rapporto tra il numero di nuovi assunti per genere e fascia d’età e il totale dipendenti del relativo genere e fascia d’età. Tasso di turnover calcolato come rapporto tra il numero di cessati per genere e fascia d’età sul totale dipendenti del relativo genere e fascia d’età.

| NUOVI ASSUNTI E USCITE<br>FATER | 2023             |        |
|---------------------------------|------------------|--------|
|                                 | Nuove assunzioni | Uscite |
| TOTALE                          | 85               | 37     |

| NUOVI ASSUNTI E TURNOVER |        | ITALIA<br>2023   |        |                        |                      |
|--------------------------|--------|------------------|--------|------------------------|----------------------|
|                          |        | Nuove assunzioni | Uscite | Tasso di<br>assunzione | Tasso di<br>turnover |
| <30 anni                 | Donne  | 28               | 8      | 43%                    | 12%                  |
|                          | Uomini | 45               | 27     | 39%                    | 23%                  |
|                          | Totale | 73               | 35     | 41%                    | 19%                  |
| 30-50 anni               | Donne  | 52               | 32     | 9%                     | 6%                   |
|                          | Uomini | 61               | 42     | 7%                     | 5%                   |
|                          | Totale | 113              | 74     | 8%                     | 5%                   |
| >50 anni                 | Donne  | 4                | 10     | 1%                     | 4%                   |
|                          | Uomini | 13               | 62     | 2%                     | 9%                   |
|                          | Totale | 17               | 72     | 2%                     | 7%                   |
| TOTALE                   | Donne  | 84               | 50     | 9%                     | 5%                   |
|                          | Uomini | 119              | 131    | 7%                     | 8%                   |
|                          | Totale | 203              | 181    | 8%                     | 7%                   |

| NUOVI ASSUNTI E TURNOVER |        | ESTERO<br>2023   |        |                     |                   |
|--------------------------|--------|------------------|--------|---------------------|-------------------|
|                          |        | Nuove assunzioni | Uscite | Tasso di assunzione | Tasso di turnover |
| <30 anni                 | Donne  | 22               | 11     | 52%                 | 26%               |
|                          | Uomini | 12               | 9      | 46%                 | 34%               |
|                          | Totale | 34               | 20     | 50%                 | 29%               |
| 30-50 anni               | Donne  | 93               | 91     | 15%                 | 15%               |
|                          | Uomini | 55               | 73     | 14%                 | 18%               |
|                          | Totale | 148              | 164    | 15%                 | 16%               |
| >50 anni                 | Donne  | 9                | 18     | 5%                  | 10%               |
|                          | Uomini | 19               | 23     | 9%                  | 11%               |
|                          | Totale | 28               | 41     | 7%                  | 11%               |
| TOTALE                   | Donne  | 124              | 120    | 15%                 | 14%               |
|                          | Uomini | 86               | 105    | 14%                 | 17%               |
|                          | Totale | 210              | 225    | 14%                 | 15%               |

| NUOVI ASSUNTI E TURNOVER |            | TOTALE<br>2022   |        |                     |                   |
|--------------------------|------------|------------------|--------|---------------------|-------------------|
|                          |            | Nuove assunzioni | Uscite | Tasso di assunzione | Tasso di turnover |
| Età                      | <30 anni   | 175              | 103    | 43,5%               | 25,6%             |
|                          | 30-50 anni | 432              | 332    | 12,8%               | 9,9%              |
|                          | >50 anni   | 102              | 206    | 5,5%                | 11,2%             |
| Genere                   | Donne      | 326              | 275    | 15,5%               | 13,0%             |
|                          | Uomini     | 383              | 366    | 10,9%               | 10,4%             |
| TOTALE                   |            | 709              | 641    | 12,6%               | 11,4%             |

| NUOVI ASSUNTI E TURNOVER |            | TOTALE<br>2021   |        |                     |                   |
|--------------------------|------------|------------------|--------|---------------------|-------------------|
|                          |            | Nuove assunzioni | Uscite | Tasso di assunzione | Tasso di turnover |
| Età                      | <30 anni   | 420              | 330    | 74,6%               | 58,6%             |
|                          | 30-50 anni | 629              | 639    | 17,8%               | 18,1%             |
|                          | >50 anni   | 107              | 174    | 6,3%                | 10,3%             |
| Genere                   | Donne      | 388              | 330    | 18,5%               | 15,7%             |
|                          | Uomini     | 768              | 813    | 20,9%               | 22,1%             |
| TOTALE                   |            | 1.156            | 1.143  | 20,0%               | 19,8%             |

GRI 405-1<sup>(55)</sup>

| DIPENDENTI PER QUALIFICA<br>SUDDIVISI PER GENERE E FASCIA<br>D'ETA' |     | TOTALE   |        |        |            |        |        |          |        |        |        |
|---------------------------------------------------------------------|-----|----------|--------|--------|------------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|
|                                                                     |     | 2023     |        |        |            |        |        |          |        |        |        |
|                                                                     |     | <30 anni |        |        | 30-50 anni |        |        | >50 anni |        |        | TOTALE |
|                                                                     |     | Donne    | Uomini | Totale | Donne      | Uomini | Totale | Donne    | Uomini | Totale |        |
| Dirigenti                                                           | -   | -        | -      | 36     | 77         | 113    | 29     | 85       | 114    | 227    |        |
| Quadri                                                              | 1   | 3        | 4      | 243    | 197        | 440    | 119    | 161      | 280    | 724    |        |
| Impiegati                                                           | 89  | 52       | 140    | 818    | 622        | 1.440  | 258    | 453      | 712    | 2.292  |        |
| Operai                                                              | 17  | 87       | 104    | 96     | 337        | 433    | 59     | 218      | 277    | 814    |        |
| TOTALE DIPENDENTI                                                   | 107 | 141      | 248    | 1.193  | 1.233      | 2.426  | 465    | 917      | 1.382  | 4.057  |        |

| DIPENDENTI PER QUALIFICA<br>SUDDIVISI PER GENERE E FASCIA<br>D'ETA' |  | ITALIA<br>2023 |        |        |            |        |        |          |        |        |        |
|---------------------------------------------------------------------|--|----------------|--------|--------|------------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|
|                                                                     |  | <30 anni       |        |        | 30-50 anni |        |        | >50 anni |        |        | TOTALE |
|                                                                     |  | Donne          | Uomini | Totale | Donne      | Uomini | Totale | Donne    | Uomini | Totale |        |
| Dirigenti                                                           |  | -              | -      | -      | 17         | 48     | 65     | 21       | 73     | 95     | 160    |
| Quadri                                                              |  | -              | 3      | 3      | 156        | 125    | 280    | 83       | 123    | 206    | 489    |
| Impiegati                                                           |  | 56             | 40     | 97     | 353        | 367    | 720    | 148      | 344    | 492    | 1.308  |
| Operai                                                              |  | 8              | 72     | 80     | 53         | 290    | 343    | 30       | 176    | 205    | 628    |
| TOTALE DIPENDENTI                                                   |  | 65             | 115    | 180    | 578        | 830    | 1.408  | 281      | 716    | 997    | 2.585  |

(55) Per il 2023 è stata armonizzata la categorizzazione delle tipologie di dipendenti utilizzando il sistema delle bande aziendali.



| DIPENDENTI PER QUALIFICA<br>SUDDIVISI PER GENERE E FASCIA<br>D'ETA' | ESTERO   |        |        |            |        |        |          |        |        | TOTALE |
|---------------------------------------------------------------------|----------|--------|--------|------------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|
|                                                                     | 2023     |        |        |            |        |        |          |        |        |        |
|                                                                     | <30 anni |        |        | 30-50 anni |        |        | >50 anni |        |        |        |
|                                                                     | Donne    | Uomini | Totale | Donne      | Uomini | Totale | Donne    | Uomini | Totale |        |
| Dirigenti                                                           | -        | -      | -      | 19         | 29     | 48     | 8        | 12     | 20     | 67     |
| Quadri                                                              | 1        | -      | 1      | 88         | 72     | 160    | 36       | 38     | 75     | 236    |
| Impiegati                                                           | 33       | 11     | 44     | 465        | 255    | 720    | 110      | 110    | 220    | 984    |
| Operai                                                              | 9        | 15     | 24     | 43         | 47     | 90     | 30       | 42     | 71     | 186    |
| TOTALE DIPENDENTI                                                   | 42       | 26     | 69     | 615        | 403    | 1.018  | 184      | 202    | 385    | 1.472  |

| DIPENDENTI PER<br>QUALIFICA SUDDIVISI<br>PER GENERE E<br>FASCIA D'ETÀ | TOTALE |        |        |             |            |          |        |
|-----------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------------|------------|----------|--------|
|                                                                       | 2023   |        |        |             |            |          |        |
|                                                                       | Genere |        |        | Fasce d'età |            |          |        |
|                                                                       | Donne  | Uomini | Totale | <30 anni    | 30-50 anni | >50 anni | Totale |
| Dirigenti                                                             | 65     | 162    | 235    | -           | 113        | 114      | 227    |
| Quadri                                                                | 363    | 361    | 671    | 4           | 440        | 280      | 724    |
| Impiegati                                                             | 1.165  | 1.127  | 2.105  | 140         | 1.440      | 712      | 2.292  |
| Operai                                                                | 171    | 642    | 1.046  | 104         | 433        | 277      | 814    |
| TOTALE DIPENDENTI<br>(n.)                                             | 1.765  | 2.292  | 4.057  | 248         | 2.426      | 1.382    | 4.057  |
| Dirigenti                                                             | 4%     | 7%     | 6%     | -           | 5%         | 8%       | 6%     |
| Quadri                                                                | 21%    | 16%    | 17%    | 2%          | 18%        | 20%      | 18%    |
| Impiegati                                                             | 66%    | 49%    | 52%    | 56%         | 59%        | 52%      | 56%    |
| Operai                                                                | 7%     | 19%    | 26%    | 3%          | 11%        | 12%      | 20%    |
| TOTALE DIPENDENTI<br>(%)                                              | 43%    | 56%    | 100%   | 6%          | 40%        | 54%      | 100%   |

| DIPENDENTI PER QUALIFICA SUDDIVISI<br>PER GENERE FATER | 2023  |        |
|--------------------------------------------------------|-------|--------|
|                                                        | Donne | Uomini |
| Dirigenti                                              | 1%    | 4%     |
| Quadri                                                 | 6%    | 11%    |
| Impiegati                                              | 14%   | 26%    |
| Operai                                                 | 1%    | 38%    |

| DIPENDENTI<br>PER FIGURA<br>PROFESSIONALE<br>E PER GENERE | ITALIA |        |        |       |        |        |
|-----------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                                                           | 2022   |        |        | 2021  |        |        |
|                                                           | Donne  | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| Dirigenti                                                 | 52     | 175    | 227    | 48    | 179    | 227    |
| Quadri                                                    | 308    | 403    | 711    | 286   | 393    | 679    |
| Impiegati                                                 | 744    | 1.132  | 1.876  | 727   | 1.122  | 1.849  |
| Operai                                                    | 79     | 1.003  | 1.082  | 120   | 1.193  | 1.313  |
| TOTALE                                                    | 1.183  | 2.713  | 3.896  | 1.181 | 2.887  | 4.068  |

| DIPENDENTI<br>PER FIGURA<br>PROFESSIONALE<br>E PER GENERE <sup>(56)</sup> | ESTERO |        |        |       |        |        |
|---------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                                                                           | 2022   |        |        | 2021  |        |        |
|                                                                           | Donne  | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| White collar                                                              | 903    | 645    | 1.548  | 893   | 648    | 1.541  |
| Blue collar                                                               | 22     | 147    | 169    | 23    | 147    | 170    |
| TOTALE                                                                    | 925    | 792    | 1.717  | 916   | 795    | 1.711  |

(56) Per il biennio 2021-2022 il termine “blue collar” si riferisce ai lavoratori che svolgono un impiego manuale (operai), mentre il termine “white collar” identifica Impiegati, Quadri e Dirigenti.

| DIPENDENTI<br>PER FIGURA<br>PROFESSIONALE E<br>PER FASCIA D'ETÀ | ITALIA   |            |          |        |          |            |          |        |
|-----------------------------------------------------------------|----------|------------|----------|--------|----------|------------|----------|--------|
|                                                                 | 2022     |            |          |        | 2021     |            |          |        |
|                                                                 | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | Totale | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | Totale |
| Dirigenti                                                       | -        | 109        | 118      | 227    | -        | 113        | 114      | 227    |
| Quadri                                                          | 5        | 439        | 267      | 711    | 6        | 422        | 251      | 679    |
| Impiegati                                                       | 183      | 1.007      | 686      | 1.876  | 189      | 1.016      | 644      | 1.849  |
| Operai                                                          | 107      | 648        | 327      | 1.082  | 232      | 769        | 312      | 1.313  |
| TOTALE                                                          | 295      | 2.203      | 1.398    | 3.896  | 427      | 2.320      | 1.321    | 4.068  |

| DIPENDENTI<br>PER FIGURA<br>PROFESSIONALE E<br>PER FASCIA D'ETÀ | ESTERO   |            |          |        |          |            |          |        |
|-----------------------------------------------------------------|----------|------------|----------|--------|----------|------------|----------|--------|
|                                                                 | 2022     |            |          |        | 2021     |            |          |        |
|                                                                 | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | Totale | <30 anni | 30-50 anni | >50 anni | Totale |
| White collar                                                    | 72       | 1.081      | 395      | 1.548  | 101      | 1.097      | 343      | 1.541  |
| Blue collar                                                     | 34       | 81         | 54       | 169    | 36       | 86         | 48       | 170    |
| TOTALE                                                          | 106      | 1.162      | 449      | 1.717  | 137      | 1.183      | 391      | 1.711  |

| DIPENDENTI PER QUALIFICA APPARTENENTI A CATEGORIE PROTETTE <sup>(57)</sup> | 2023 | 2022 | 2021 |
|----------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Dirigenti                                                                  | -    | -    | -    |
| Direttivi                                                                  | -    | -    | 24   |
| Quadri                                                                     | 7    | 13   | 14   |
| Impiegati                                                                  | 57   | 100  | 78   |
| Operai                                                                     | 26   | 60   | 67   |
| TOTALE DIPENDENTI                                                          | 90   | 173  | 183  |

GRI 404-1<sup>(58)</sup>

| NUMERO TOTALE DI ORE<br>DI FORMAZIONE EROGATA | TOTALE |        |         |
|-----------------------------------------------|--------|--------|---------|
|                                               | 2023   |        |         |
|                                               | Donne  | Uomini | Totale  |
| Dirigenti                                     | 1.681  | 4.204  | 5.885   |
| Quadri                                        | 16.180 | 13.277 | 29.457  |
| Impiegati                                     | 46.923 | 41.377 | 88.300  |
| Operai                                        | 5.241  | 27.765 | 33.006  |
| TOTALE                                        | 70.025 | 86.624 | 156.649 |

(57) Per il biennio 2021-2022 sono stati riportati i dipendenti appartenenti a categorie protette per il solo perimetro italiano.  
(58) Per il 2022 si riportano separatamente le ore di formazione erogate da Angelini Academy (limitatamente al perimetro italiano) e quelle di formazione tecnica (escludendo dal perimetro di rendicontazione le Società Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H. – Germania e Angelini Pharma Inc. – USA). Per il 2023, Angelini Industries si è impegnata a riportare un dato complessivo che include ore di formazione sia tecnica e manageriale (fruita presso Angelini Academy) sia in ambito salute e sicurezza, per l’intero perimetro di rendicontazione (al netto di Angelini Pharma España S.L.U.).



| ORE MEDIE DI FORMAZIONE EROGATA | TOTALE |        |        |
|---------------------------------|--------|--------|--------|
|                                 | 2023   |        |        |
|                                 | Donne  | Uomini | Totale |
| Dirigenti                       | 25,82  | 25,95  | 25,91  |
| Quadri                          | 44,54  | 36,79  | 40,68  |
| Impiegati                       | 40,27  | 36,72  | 38,53  |
| Operai                          | 30,53  | 43,25  | 40,57  |
| TOTALE                          | 39,67  | 37,80  | 38,61  |

| ORE DI FORMAZIONE TECNICA | TOTALE |                        |         |
|---------------------------|--------|------------------------|---------|
|                           | 2022   |                        |         |
|                           | Donne  | Uomini                 | Totale  |
| Dirigenti                 | 1.981  | 4.752                  | 6.732   |
| Quadri                    | 20.550 | 19.292                 | 39.842  |
| Impiegati                 | 57.079 | 49.793 <sup>(59)</sup> | 106.872 |
| Operai                    | 3.794  | 20.208                 | 24.002  |
| TOTALE                    | 83.403 | 94.030                 | 177.447 |

| ORE DI FORMAZIONE ANGELINI ACADEMY TOTALI | ITALIA |        |        |
|-------------------------------------------|--------|--------|--------|
|                                           | 2022   |        |        |
|                                           | Donne  | Uomini | Totale |
| Dirigenti                                 | 1.635  | 1.743  | 3.378  |
| Quadri                                    | 1.908  | 2.436  | 4.344  |
| Impiegati                                 | 1.156  | 1.471  | 2.627  |
| Operai                                    | -      | -      | -      |
| TOTALE                                    | 4.699  | 5.650  | 10.349 |

(59) Il dato include 15 ore rendicontate come “non specificato” nel 2022.

GRI 205-2b<sup>(60)</sup>

| COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU<br>NORMATIVE E PROCEDURE ANTICORRUZIONE<br>(DIPENDENTI)                             | 2023      |        |           |        |        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|-----------|--------|--------|
|                                                                                                                   | Dirigenti | Quadri | Impiegati | Operai | Totale |
| Numero totale di dipendenti cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione | 227       | 724    | 2.292     | 814    | 4.057  |
| Percentuale di dipendenti cui sono state comunicate le normative e procedure anticorruzione dell'organizzazione   | 100%      | 100%   | 100%      | 100%   | 100%   |
| Numero totale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione                             | 202       | 642    | 1.966     | 814    | 3.827  |
| Percentuale di dipendenti che hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione                               | 89%       | 88%    | 86%       | 100%   | 94%    |
| Totale dei dipendenti per categoria                                                                               | 227       | 724    | 2.292     | 814    | 4.057  |

| NUMERO TOTALE DI ORE DI FORMAZIONE EROGATA FATER |  | 2023    |
|--------------------------------------------------|--|---------|
| Formazione corporate                             |  | 62.604  |
| Formazione HSE                                   |  | 77.277  |
| TOTALE FORMAZIONE                                |  | 139.881 |

(60) Le informazioni del KPI GRI 205-2b non sono disponibili per il biennio 2022-2021 in quanto il KPI è stato rendicontato per la prima volta con riferimento al 31.12.2023. Non sono inclusi i dipendenti di Fameccanica Machinery (Shanghai) e Fameccanica North America.

GRI 404-3

| DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PROPRIE PRESTAZIONI E DELLO SVILUPPO PROFESSIONALE |        | Numero di dipendenti che ricevono valutazioni regolari | TOTALE                |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------------------------------------|-----------------------|------|
|                                                                                                                  |        |                                                        | 2023                  |      |
|                                                                                                                  |        |                                                        | Totale dei dipendenti | %    |
| Dirigenti                                                                                                        | Donne  | 65                                                     | 65                    | 100% |
|                                                                                                                  | Uomini | 148                                                    | 162                   | 91%  |
|                                                                                                                  | Totale | 213                                                    | 227                   | 94%  |
| Quadri                                                                                                           | Donne  | 363                                                    | 363                   | 100% |
|                                                                                                                  | Uomini | 350                                                    | 361                   | 97%  |
|                                                                                                                  | Totale | 713                                                    | 724                   | 98%  |
| Impiegati                                                                                                        | Donne  | 1.054                                                  | 1.165                 | 90%  |
|                                                                                                                  | Uomini | 1.035                                                  | 1.127                 | 92%  |
|                                                                                                                  | Totale | 2.089                                                  | 2.292                 | 91%  |
| Operai                                                                                                           | Donne  | 126                                                    | 172                   | 73%  |
|                                                                                                                  | Uomini | 471                                                    | 642                   | 73%  |
|                                                                                                                  | Totale | 597                                                    | 814                   | 73%  |
| TOTALE                                                                                                           | Donne  | 1.608                                                  | 1.765                 | 91%  |
|                                                                                                                  | Uomini | 2.004                                                  | 2.292                 | 87%  |
|                                                                                                                  | Totale | 3.612                                                  | 4.057                 | 89%  |

GRI 403-8<sup>(61)</sup>

| LAVORATORI COPERTI DA UN SISTEMA DI GESTIONE DELLA SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO         | TOTALE          |                |                                |                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|----------------|--------------------------------|-------------------------------|
|                                                                                          | 2023            |                |                                |                               |
|                                                                                          | Dipendenti (n.) | Dipendenti (%) | Lavoratori non dipendenti (n.) | Lavoratori non dipendenti (%) |
| Coperti da tale sistema                                                                  | 2.558           | 99%            | 207                            | 100%                          |
| Coperti da tale sistema e sottoposti a un audit interno                                  | 2.261           | 88%            | 199                            | 96,14%                        |
| Coperti da tale sistema e sottoposti a un audit o certificati da una terza parte esterna | 2.099           | 82%            | 199                            | 96,14%                        |

GRI 403-9

| INFORTUNI SUL LAVORO (DIPENDENTI) <sup>(62)</sup>                                       | TOTALE    |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
|                                                                                         | 2023      | 2022      | 2021      |
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro                                     | -         | -         | -         |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)                | -         | 1         | -         |
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili                                             | 20        | 13        | 24        |
| Numero di ore lavorative svolte                                                         | 6.758.525 | 6.615.376 | 5.354.437 |
| Tasso di decessi per infortuni sul lavoro <sup>(63)</sup>                               | -         | -         | -         |
| Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) <sup>(64)</sup> | -         | 0,15      | -         |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili <sup>(65)</sup>                              | 2,96      | 1,97      | 4,48      |

(61) Il perimetro di rendicontazione di questa informativa include le Società del Gruppo con sede e stabilimenti produttivi in Italia: Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc., Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l. e Angelini Technologies - Fameccanica. Si precisa che sono esclusi dal perimetro di applicazione della certificazione aziendale ISO 45001 i dipendenti di Angelini Technologies - Fameccanica della sede di Casalecchio di Reno (BO), considerando la natura di tipo meramente impiegatizio delle attività svolte e il basso rischio a esse associato. Presso tale sede vengono tuttavia svolti sopralluoghi periodici per verificare il mantenimento degli standard di adeguatezza aziendali.

(62) Si segnala che i dati concernenti le ore lavorate della sede italiana di Angelini Holding S.p.A. e di Angelini Pharma Inc. sono stati determinati su base di stima. Relativamente al 2022, Angelini Pharma Deutschland G.m.b.H. (Germania) è stata esclusa dal perimetro dei dati relativi alla salute e sicurezza sul lavoro, mentre Angelini Ventures S.p.A. e Angelini Consumer S.r.l. sono state incluse nel conteggio di infortuni e malattie professionali.

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

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

(65) (Numero di infortuni sul lavoro registrabili/Numero di ore lavorate) x 1.000.000.



| INFORTUNI SUL LAVORO (DIPENDENTI) FATER                                  | 2023 |
|--------------------------------------------------------------------------|------|
| Numero di decessi a seguito di infortuni sul lavoro                      | -    |
| Numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) | -    |
| Numero di infortuni sul lavoro registrabili                              | 5    |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili                               | 2,78 |

GRI 403-10

| MALATTIE PROFESSIONALI                                | TOTALE |      |      |
|-------------------------------------------------------|--------|------|------|
|                                                       | 2023   | 2022 | 2021 |
| Numero di decessi dovuti a malattia professionale     | -      | -    | -    |
| Numero di casi di malattia professionale registrabili | -      | 1    | -    |

INDICATORI RELATIVI AGLI ORGANI SOCIETARI

GRI 2-9b<sup>(66)</sup>

| STRUTTURA E<br>COMPOSIZIONE DELLA<br>GOVERNANCE | 2023  |        |        | 2022  |        |        | 2021  |        |        |
|-------------------------------------------------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                                                 | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| Consiglio di Amministrazione                    | 1     | 7      | 8      | 1     | 7      | 8      | 1     | 7      | 8      |
| di cui membri con<br>requisito di indipendenza  | -     | 5      | 5      | -     | 5      | 5      | -     | 5      | 5      |
| Collegio Sindacale <sup>(67)</sup>              | -     | 5      | 5      | -     | 5      | 5      | -     | 5      | 5      |
| Organismo di Vigilanza                          | 1     | 2      | 3      | 1     | 2      | 3      | 1     | 2      | 3      |

(66) I dati si riferiscono agli organi societari di Angelini Holding S.p.A.  
(67) La composizione al 31.12.2023 era la seguente. Presidente: Fabrizio Marchetti. Sindaci effettivi: Riccardo Tiscini e Lorenzo Barbone. Sindaci supplenti: Gianluca Leone e Giuseppe Marciano.

GRI 205-2a<sup>(68)</sup>

| COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU NORMATIVE<br>E PROCEDURE ANTICORRUZIONE (CONSIGLIO DI<br>AMMINISTRAZIONE)                                       | 2023 | 2022 | 2021 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Numero totale di membri dell'organo di governance<br>cui sono state comunicate le normative e procedure<br>anticorruzione dell'organizzazione | 8    | 8    | 8    |
| Percentuale di membri dell'organo di governance cui sono<br>state comunicate le normative e procedure anticorruzione<br>dell'organizzazione   | 100% | 100% | 100% |
| Numero totale di membri dell'organo di governance che<br>hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione                                | 8    | 8    | 8    |
| Percentuale di membri dell'organo di governance che<br>hanno seguito corsi di formazione sull'anticorruzione                                  | 100% | 100% | 100% |
| Totale dei membri dell'organo di governance                                                                                                   | 8    | 8    | 8    |

GRI 405-1a<sup>(69)</sup>

| COMPOSIZIONE<br>DEL CDA | 2023  |        |        | 2022  |        |        | 2021  |        |        |
|-------------------------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                         | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale | Donne | Uomini | Totale |
| <30 anni                | -     | -      | -      | -     | -      | -      | -     | -      | -      |
| 30-50 anni              | 1     | 1      | 2      | 1     | 1      | 2      | 1     | 1      | 2      |
| >50 anni                | -     | 6      | 6      | -     | 6      | 6      | -     | 6      | 6      |
| TOTALE<br>(n.)          | 1     | 7      | 8      | 1     | 7      | 8      | 1     | 7      | 8      |
| <30 anni                | -     | -      | -      | -     | -      | -      | -     | -      | -      |
| 30-50 anni              | 12,5% | 12,5%  | 25%    | 12,5% | 12,5%  | 25%    | 12,5% | 12,5%  | 25%    |
| >50 anni                | -     | 75%    | 75%    | -     | 75%    | 75%    | -     | 75%    | 75%    |
| TOTALE<br>(%)           | 12,5% | 87,5%  | 100%   | 12,5% | 87,5%  | 100%   | 12,5% | 87,5%  | 100%   |

(68) I dati si riferiscono al solo CdA di Angelini Holding S.p.A.  
(69) I dati si riferiscono al solo CdA di Angelini Holding S.p.A.

INDICATORI AMBIENTALI<sup>(70)</sup>

GRI 302-1<sup>(71)</sup>

| CONSUMO DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE<br>(GJ)         | 2023      | 2022      |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Combustibile da fonti non rinnovabili                              | 309.044,7 | 276.091,6 |
| Energia elettrica acquistata                                       | 94.736,1  | 126.184,9 |
| di cui: energia elettrica rinnovabile certificata - da terze parti | -         | -         |
| di cui: energia elettrica non certificata - da terze parti         | 94.736,1  | 126.184,9 |
| Autogenerazione di energia elettrica <sup>(72)</sup>               | 1.305,8   | 854,3     |
| Energia elettrica immessa in rete                                  | 1.778,8   | -         |
| CONSUMO TOTALE DI ENERGIA                                          | 403.307,7 | 403.130,8 |

(70) Ai dati ambientali si applicano le seguenti limitazioni di perimetro:  
- per Angelini Pharma S.p.A. sono state incluse solo le sedi produttive (Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc. - USA) ed escluse le Società estere che non sono sedi di plant produttivi, in quanto i consumi possono essere ritenuti non significativi;  
- è esclusa dal perimetro la Società Angelini Ventures S.p.A., in quanto i consumi possono essere ritenuti non significativi.  
(71) Sono incluse nel perimetro del GRI 302-1 le seguenti Società del Gruppo: Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc. (USA), Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l., Fameccanica.Data S.p.A., Fameccanica North America Inc., Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd., Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A., e Angelini Beauty G.m.b.H.  
Inoltre, i dati relativi alla Società Angelini Real Estate S.p.A. sono stati considerati parzialmente: la quota parte del gasolio da produzione di elettricità di Angelini Real Estate non è stata considerata nel calcolo del totale da fonti non rinnovabili. Tuttavia, sono stati considerati *in toto* i dati relativi ad Angelini Real Estate nel calcolo dell'energia elettrica.  
Infine, sono escluse dal perimetro le Società estere di Angelini Pharma che non sono sedi di plant produttivi, in quanto i consumi possono essere ritenuti non significativi. Il calcolo dei consumi di energia elettrica acquistata, espresso in GJ, è basato sui fattori di conversione pubblicati dal Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA).  
(72) Include unicamente energia autogenerata dai pannelli fotovoltaici.

| DETTAGLIO CONSUMI DI COMBUSTIBILE <sup>(73)</sup><br>(GJ) | 2023      | 2022      |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Benzina                                                   | 3.576,2   | 583,6     |
| per flotta aziendale (mezzi uso aziendale)                | 2.444,1   | 583,6     |
| per flotta aziendale (mezzi uso promiscuo)                | 1.069,4   | -         |
| per altri scopi                                           | 62,7      | -         |
| Gas naturale                                              | 271.539,9 | 260.297,6 |
| per riscaldamento <sup>(74)</sup>                         | 81.410,3  | 260.297,6 |
| per produzione di elettricità                             | 189.849,7 | -         |
| per altri scopi                                           | 279,9     | -         |
| Gasolio                                                   | 32.492,8  | 13.853,5  |
| per produzione di elettricità                             | 89,0      | 218,2     |
| per flotta aziendale (mezzi uso aziendale)                | 30.383,1  | 13.635,3  |
| per flotta aziendale (mezzi uso promiscuo)                | 1.988,7   | -         |
| per altri scopi                                           | 32,0      | -         |
| Propano                                                   | -         | 19,0      |
| GPL per riscaldamento                                     | 1.435,8   | 1.337,9   |
| TOTALE FONTI NON RINNOVABILI                              | 309.044,7 | 276.091,6 |

(73) Il calcolo dei consumi di combustibili, espresso in GJ, è basato sui fattori di conversione pubblicati dal Department for Environment, Food & Rural Affairs (DEFRA). Per il 2022, i dati relativi al carburante per la flotta aziendale sono soggetti a stime per la sede italiana di Angelini Pharma, in quanto il 2022 ha rappresentato un anno di transizione dal vecchio modello di fuel card al modello attuale, e non erano disponibili i dati dei consumi per l'intero anno e per Angelini Technologies - Fameccanica, mentre per il 2023 questo dato non era disponibile per la Società estera Angelini Pharma España.  
Inoltre, il consumo di gasolio per produzione di energia della entity cinese relativo al 2022 è stato stimato.  
(74) Il quantitativo di gas naturale riportato per il 2022 include la quota destinata agli impianti di cogenerazione.



GRI 303-3<sup>(75)</sup>

| PRELIEVO IDRICO PER FONTE E PER TIPOLOGIA <sup>(76)</sup><br>(Megalitri) | 2023                          |               | 2022          |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
|                                                                          | Aree soggette a stress idrico | Tutte le aree | Tutte le aree |
| Acqua di superficie (totale)                                             | 41,8                          | 56,89         | 76,8          |
| Acqua potabile (≤1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)       | -                             | -             | 76,8          |
| Altra acqua (>1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)          | 41,8                          | 56,89         | -             |
| Falda freatica (totale)                                                  | 13,0                          | 663,25        | 763,3         |
| Acqua potabile (≤1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)       | -                             | 650,26        | 763,3         |
| Altra acqua (>1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)          | 13,0                          | 12,99         | -             |
| Acqua di parti terze (totale) <sup>(77)</sup>                            | 7,7                           | 191,64        | 209,1         |
| Acqua potabile (≤1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)       | 7,7                           | 184,52        | 197,4         |
| Altra acqua (>1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)          | -                             | 7,12          | 11,5          |
| TOTALE PRELIEVO IDRICO                                                   | 62,5                          | 911,78        | 1.049,3       |

(75) Con riferimento ai GRI 303-3, 303-4 e 303-5, si segnala che sono escluse dal perimetro la Società Angelini Real Estate S.p.A., le Società estere di Angelini Pharma che non sono sedi di plant produttivi e le Società Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A. e Angelini Beauty G.m.b.H., in quanto i consumi possono essere ritenuti non significativi. Inoltre, rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2022, i dati riferiti al 2022 delle tabelle “Prelievo idrico per fonte e per tipologia (in megalitri)”, “Scarico idrico per fonte e per tipologia (in megalitri)” e “Consumo idrico (in megalitri)” sono stati revisionati a seguito di un aggiornamento dei valori rendicontati dalla Società Angelini Technologies - Fameccanica a seguito del processo di assurance.

(76) Per “aree a stress idrico” si intendono aree geografiche caratterizzate da livelli ridotti di disponibilità, qualità e idoneità delle risorse idriche per l’uso potabile sulla base del “Water Risk Atlas” del WRI. Questo indicatore misura il rapporto tra le acque prelevate in una determinata area geografica e quelle rinnovabili disponibili sia in superficie sia in falda. Si nota inoltre che l’ubicazione del sito di Fameccanica.Data S.p.A. ricade all’interno dello “scenario di severità idrica bassa” secondo la fonte ISPRA-Osservatori distrettuali permanenti per gli utilizzi idrici.

(77) Non è disponibile la specificazione della tipologia di prelievo secondo le tipologie “acqua potabile” e “altra acqua” per Fameccanica North America per il 2022.

GRI 303-4

| SCARICO IDRICO PER FONTE E PER TIPOLOGIA<br>(Megalitri)            | 2023                          |               | 2022          |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
|                                                                    | Aree soggette a stress idrico | Tutte le aree | Tutte le aree |
| Acqua di superficie (totale)                                       | 48,5                          | 732,7         | 748,6         |
| Acqua potabile (≤1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte) | 6,7                           | 682,3         | 748,6         |
| Altra acqua (>1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)    | 41,8                          | 50,4          | -             |
| Falda freatica (totale)                                            | 0,9                           | 0,9           | -             |
| Acqua potabile (≤1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte) | -                             | -             | -             |
| Altra acqua (>1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)    | 0,9                           | 0,9           | -             |
| Acqua di parti terze (totale)                                      | 13,1                          | 102,7         | 123,6         |
| Di cui volume di acqua inviato ad altre organizzazioni             | -                             | -             | -             |
| Acqua potabile (≤1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte) | 1,0                           | 32,5          | 57,7          |
| Altra acqua (>1.000 mg/l di particelle solide totali disciolte)    | 12,1                          | 70,2          | 65,6          |
| TOTALE SCARICO IDRICO                                              | 62,5                          | 836,3         | 872,2         |

GRI 303-5

| CONSUMO IDRICO<br>(Megalitri)         | 2023                          |               | 2022          |
|---------------------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
|                                       | Aree soggette a stress idrico | Tutte le aree | Tutte le aree |
| Totale del consumo idrico             | -                             | 75,48         | 177,0         |
| Modificazioni nello stoccaggio idrico | 2,4                           | 49,2          | -             |

GRI 305-1<sup>(78)</sup>

| EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) <sup>(79)</sup><br>(tCO <sub>2</sub> eq)            | 2023     | 2022     |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|
| Emissioni derivanti da combustibile da fonti non rinnovabili - sedi e uffici    | 15.515,5 | 14.725,1 |
| <i>di cui benzina</i>                                                           | 4,6      | -        |
| <i>di cui GPL</i>                                                               | 91,6     | 85,6     |
| <i>di cui gas naturale</i>                                                      | 15.410,3 | 14.621,6 |
| <i>di cui gasolio</i>                                                           | 9,0      | 16,7     |
| <i>di cui propano</i>                                                           | -        | 1,2      |
| Emissioni derivanti da combustibile da fonti non rinnovabili - flotta aziendale | 2.674,4  | 1.062,4  |
| <i>di cui benzina</i>                                                           | 255,3    | 42,0     |
| <i>di cui gasolio</i>                                                           | 2.419,1  | 1.020,3  |
| Emissioni fuggitive                                                             | 429,0    | 1.127,2  |
| <i>R410A</i>                                                                    | 233,7    | 476,1    |
| <i>R407C</i>                                                                    | -        | 11,8     |
| <i>R32</i>                                                                      | 6,2      | 3,6      |
| <i>R134A</i>                                                                    | 87,21    | 624,9    |
| <i>R22<sup>(80)</sup></i>                                                       | 101,9    | 10,9     |
| TOTALE EMISSIONI DERIVANTI DA FONTI NON RINNOVABILI                             | 18.618,9 | 16.914,7 |

| EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) FATER<br>(tCO <sub>2</sub> eq) | 2023   |
|------------------------------------------------------------|--------|
| TOTALE                                                     | 12.957 |

(78) Sono incluse nel perimetro del GRI 305-1 le seguenti Società del Gruppo: Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc. (USA), Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l., Fameccanica.Data S.p.A., Fameccanica North America Inc., Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd., Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A. e Angelini Beauty G.m.b.H. Inoltre, è esclusa dal perimetro la Società Angelini Real Estate S.p.A., oltre alle Società estere di Angelini Pharma che non sono sedi di plant produttivi, in quanto i consumi di queste ultime possono essere ritenuti non significativi.

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

(80) Il dato relativo alle emissioni fuggitive di F-Gas R22, calcolato con i medesimi fattori di emissione pubblicati dal DEFRA (EF - kg CO<sub>2</sub>eq: 1.960), è relativo alla sola Fameccanica Machinery (Shanghai).

GRI 305-2<sup>(81)</sup>

| EMISSIONI INDIRETTE (SCOPE 2)<br>(tCO <sub>2</sub> eq) | 2023      | 2022     |
|--------------------------------------------------------|-----------|----------|
| Location based <sup>(82)</sup>                         | 8.657,8   | 12.255,4 |
| Market based <sup>(83)</sup>                           | 11.363,27 | 15.556,9 |

| EMISSIONI INDIRETTE (SCOPE 2) FATER<br>(tCO <sub>2</sub> eq) | 2023   |
|--------------------------------------------------------------|--------|
| Location based                                               | 14.295 |
| Market based                                                 | 21.598 |

(81) Sono incluse nel perimetro del GRI 305-2 le seguenti società del Gruppo: Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc. (USA), Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l., Fameccanica.Data S.p.A., Fameccanica North America Inc., Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd., Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A., Angelini Beauty G.m.b.H. e Angelini Real Estate S.p.A. Inoltre, sono escluse dal perimetro le Società estere di Angelini Pharma che non sono sedi di plant produttivi, in quanto i consumi possono essere ritenuti non significativi. Inoltre, rispetto al Bilancio di Sostenibilità 2022, i dati riferiti al 2022 delle tabelle "Consumi di combustibile", "Consumo di energia interno all'organizzazione (in GJ)", "Emissioni dirette (Scope 1) in tCO<sub>2</sub>eq" ed "Emissioni indirette (Scope 2) in tCO<sub>2</sub>eq" sono stati revisionati a seguito di un aggiornamento dei valori rendicontati dalle Società Angelini Technologies - Fameccanica e Angelini Pharma a valle del processo di assurance.

(82) La metodologia Location based considera l'intensità media delle emissioni di gas serra delle reti sulle quali si verifica il consumo di energia utilizzando i dati relativi al fattore di emissione medio della rete. I fattori utilizzati ai fini del calcolo sono i valori dalla fonte "Confronti Internazionali" pubblicata da Terna nel 2019 per il 2022 e per il 2023.

(83) La metodologia Market based è stata applicata considerando i fattori emissivi relativi al mercato di riferimento. I fattori utilizzati ai fini del calcolo sono: i valori dalla fonte "Residual Mix" dell'AIB pubblicati nel 2022 per Italia e Spagna per il biennio 2022-2023; per la Cina, in assenza di fattori di emissione relativi ai Residual Mix, sono stati applicati gli stessi fattori della metodologia Location based; per gli Stati Uniti, in assenza di fattori di emissione relativi ai Residual Mix e nel rispetto degli standard internazionali di riferimento, sono stati applicati gli stessi fattori della metodologia Location based per il 2022 e i fattori provenienti dalla fonte Green-e 2022 (dati 2020) per il 2023.



GRI 306 3-4-5<sup>(84)</sup>

| RIFIUTI GENERATI<br>(t)                           | 2023           |                | 2022           |                |
|---------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                                                   | Presso il sito | Fuori dal sito | Presso il sito | Fuori dal sito |
| RIFIUTI PERICOLOSI                                | 39,3           | 8.161,94       | -              | 7.727,8        |
| Non destinati allo smaltimento                    | -              | 3.733,58       | -              | 2.856,5        |
| di cui: preparazione al riutilizzo                | -              | -              | -              | -              |
| di cui: riciclaggio                               | -              | 3.680,14       | -              | -              |
| di cui: altre operazioni di recupero              | -              | 53,44          | -              | 2.856,5        |
| Destinati allo smaltimento                        | 39,3           | 4.428,36       | -              | 4.871,3        |
| di cui: incenerimento (con recupero energia)      | 33,8           | -              | -              | -              |
| di cui: incenerimento (senza recupero di energia) | -              | -              | -              | 0,1            |
| di cui: discarica                                 | -              | 39,14          | -              | 18,4           |
| di cui: altre operazioni di smaltimento           | 5,5            | 4.389,22       | -              | 4.852,8        |
| RIFIUTI NON PERICOLOSI                            | -              | 4.801,62       | -              | 5.035,6        |
| Non destinati allo smaltimento                    | -              | 2.538,65       | -              | 2.353,5        |
| di cui: preparazione al riutilizzo                | -              | 14,64          | -              | 61,0           |
| di cui: riciclaggio                               | -              | 287,01         | -              | 94,6           |
| di cui: altre operazioni di recupero              | -              | 2.237,00       | -              | 2.198,0        |
| Destinati allo smaltimento                        | -              | 2.262,97       | -              | 2.682,1        |
| di cui: incenerimento (con recupero energia)      | -              | 0,98           | -              | 14,3           |
| di cui: incenerimento (senza recupero di energia) | -              | -              | -              | 0,8            |
| di cui: discarica                                 | -              | 913,64         | -              | 1.255,1        |
| di cui: altre operazioni di smaltimento           | -              | 1.348,35       | -              | 1.411,9        |
| TOTALE RIFIUTI PRODOTTI                           | 39,3           | 12.963,55      | -              | 12.763,4       |

(84) Sono incluse nel perimetro le seguenti Società: Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A., Fameccanica.Data S.p.A., Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd., Fameccanica North America Inc., Angelini Pharma S.p.A., Angelini Pharma España S.L.U., Angelini Pharma Inc. (USA) e Angelini Wines & Estates Società Agricola a r.l. Le Società Angelini Real Estate S.p.A. e Angelini Beauty G.m.b.H. non sono incluse nel perimetro di rendicontazione. In Fameccanica Machinery (Shanghai), come impianto di assemblaggio, i rifiuti prodotti nell'area di produzione e il 43% dei rifiuti prodotti dai dipendenti vengono considerati riciclabili, mentre il 57% dei rifiuti correlati ai dipendenti è considerato come destinato allo smaltimento (secondo le percentuali fornite dalla città). Nel 2023, non sono stati smaltiti rifiuti pericolosi in quanto la Società presenta unicamente pochi contenitori contaminati da olio in magazzino, in attesa di essere smaltiti. I pesi dei rifiuti per tale sede estera sono soggetti a stime.

CONFRONTO TRA IL PERIMETRO DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ E QUELLO DELL'ANNUAL REPORT

Elenco delle Società incluse nell'Annual Report, ma non considerate nel Bilancio di Sostenibilità 2023 di Angelini Industries:

- Greyhound Beauty S.r.l.;
- Angelini Consumer S.r.l. (già MyFamilyPlace S.r.l.);
- Fater Central Europe S.r.l.;
- Fater Eastern Europe o.o.o.;
- Fater Portugal Unipessoal Lda.;
- Fater S.p.A.;
- Fater Temizlik Ürünleri Limited Şirketi;
- Italia S.r.l. (già Amuchina S.r.l.);
- Angelini Investments S.r.l. (già Angelini Partecipazioni Finanziarie S.r.l.).



## Content Index

### Statement of use

Il Gruppo Angelini Industries ha rendicontato nella presente informativa non finanziaria le informazioni contenute nel GRI Content Index per il periodo 1° gennaio 2023-31 dicembre 2023 secondo l'opzione "with reference to GRI Standards".

### GRI 1

GRI 1: Foundation 2021

| GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD |     |                                                                                 | Riferimento<br>Capitolo/paragrafo       | Pag.    | Note applicazione<br>standard/omissioni                                                                                                                 |
|---------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GENERAL DISCLOSURES                   |     |                                                                                 |                                         |         |                                                                                                                                                         |
| GRI 2: General<br>Disclosures 2021    | 2-1 | Dettagli organizzativi                                                          | 1. Identity & Purpose/<br>3. Governance | 13; 49  | -                                                                                                                                                       |
|                                       | 2-2 | Entità incluse nella<br>rendicontazione di sostenibilità<br>dell'organizzazione | Nota metodologica                       | 6       | -                                                                                                                                                       |
|                                       | 2-3 | Periodo di rendicontazione,<br>frequenza e punto<br>di contatto                 | Nota metodologica                       | 6       | Le informazioni si<br>riferiscono all'esercizio<br>2023, con alcuni accenni ai<br>principali eventi del 2024,<br>opportunamente segnalati.              |
|                                       | 2-4 | Revisione delle informazioni                                                    | Nota metodologica                       | 6       | Le revisioni delle<br>informazioni relative agli<br>esercizi precedenti sono<br>state opportunamente<br>segnate in nota alle tabelle<br>di riferimento. |
|                                       | 2-5 | Assurance esterna                                                               | Nota metodologica                       | 6       | Il documento è sottoposto<br>a limited assurance dalla<br>società di revisione EY<br>S.p.A.                                                             |
|                                       | 2-6 | Attività, catena del valore e altri<br>rapporti di business                     | 1. Identity & Purpose/<br>8. Ecosystems | 13; 119 | -                                                                                                                                                       |
|                                       | 2-7 | Dipendenti                                                                      | 5. People/Appendice                     | 79; 158 | -                                                                                                                                                       |
|                                       | 2-8 | Lavoratori non dipendenti                                                       | 5. People/Appendice                     | 79; 158 | -                                                                                                                                                       |



| GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD |      |                                                                                | Riferimento<br>Capitolo/paragrafo                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Pag.              | Note applicazione<br>standard/omissioni          |
|---------------------------------------|------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------------------------------------------|
| GRI 2: General<br>Disclosures 2021    | 2-9  | Struttura e composizione della governance                                      | 3. Governance/Appendice                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 49; 172           | I dati si riferiscono ad Angelini Holding S.p.A. |
|                                       | 2-11 | Presidente del massimo organo di governo                                       | I dati si riferiscono ad Angelini Holding S.p.A.<br>Il Presidente è Franco Masera, esterno all'organizzazione, ossia indipendente.                                                                                                                                                                                   |                   |                                                  |
|                                       | 2-12 | Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti | 2. Sustainability                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 35                | I dati si riferiscono ad Angelini Holding S.p.A. |
|                                       | 2-14 | Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità            | Con l'introduzione nel 2023 della Direzione di Sostenibilità, il Bilancio è approvato in ultimo dal Group Chief Sustainability Officer e i contenuti sono stati oggetto di informativa al Leadership Team e al CdA. In linea con la CSRD, nei prossimi esercizi il Bilancio di Sostenibilità sarà approvato dal CdA. |                   |                                                  |
|                                       | 2-22 | Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile                          | Lettera agli Stakeholder                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 4                 | -                                                |
|                                       | 2-23 | Impegno in termini di policy                                                   | 1. Identity & Purpose/<br>2. Sustainability/<br>3. Governance/<br>5. People                                                                                                                                                                                                                                          | 13; 35;<br>49; 79 | -                                                |
|                                       | 2-26 | Meccanismi di consultazione ed espressione di dubbi                            | Eventuali criticità vengono comunicate al più alto organo di governo, ossia il CdA, dal Leadership Team e dai Comitati endoconsiliari, i quali riportano all'AD che a sua volta riporta in CdA, ovvero direttamente al CdA da parte dell'Organismo di Vigilanza e dal Collegio Sindacale.                            |                   |                                                  |
|                                       | 2-27 | Conformità a leggi e regolamenti                                               | L'organizzazione non ha rilevato casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti durante il periodo di riferimento.                                                                                                                                                                                       |                   |                                                  |
|                                       | 2-29 | Approccio al coinvolgimento degli Stakeholder                                  | 2. Sustainability                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 35                | -                                                |

| GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD           |       |                                                            | Riferimento<br>Capitolo/paragrafo | Pag.     | Note applicazione<br>standard/omissioni                                                   |
|-------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| TEMI MATERIALI                                  |       |                                                            |                                   |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                   | 3-1   | Processo di determinazione dei temi materiali              | 2. Sustainability                 | 35       | -                                                                                         |
|                                                 | 3-2   | Elenco di temi materiali                                   | 2. Sustainability                 | 35       | -                                                                                         |
| RESPONSIBLE SOURCING                            |       |                                                            |                                   |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 7. Ecosystems                     | 119      | -                                                                                         |
| GRI 204: Pratiche di approvvigionamento<br>2016 | 204-1 | Proporzione di spesa verso fornitori locali                | 7. Ecosystems                     | 119      | -                                                                                         |
| GOVERNANCE, RISCHI E OPPORTUNITÀ ESG            |       |                                                            |                                   |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 2. Sustainability                 | 35       | -                                                                                         |
| CAMBIAMENTO CLIMATICO                           |       |                                                            |                                   |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 8. Planet                         | 133      | -                                                                                         |
| GRI 305: Emissioni<br>2016                      | 305-1 | Emissioni dirette di GHG (Scope 1)                         | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                                 | 305-2 | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2) | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
| CIRCULARITÀ                                     |       |                                                            |                                   |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 8. Planet                         | 133      | -                                                                                         |

| GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD        |       |                                                                                                                | Riferimento<br>Capitolo/paragrafo            | Pag.     | Note applicazione<br>standard/omissioni                                                   |
|----------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| SVILUPPO E VALORIZZAZIONE DEL CAPITALE UMANO |       |                                                                                                                |                                              |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali 2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                                    | 5. People                                    | 79       | -                                                                                         |
| GRI 401: Occupazione 2016                    | 401-1 | Assunzioni e turnover                                                                                          | 5. People/Appendice                          | 79; 158  | -                                                                                         |
| GRI 404: Formazione e istruzione 2016        | 404-1 | Ore medie di formazione annua per dipendente                                                                   | 5. People/Appendice                          | 79; 158  | -                                                                                         |
|                                              | 404-3 | Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle prestazioni e dello sviluppo di carriera | 5. People/Appendice                          | 79; 158  | -                                                                                         |
| CURA E BENESSERE DELLE PERSONE               |       |                                                                                                                |                                              |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali 2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                                    | 5. People                                    | 79       | -                                                                                         |
| GRI 401: Occupazione 2016                    | 401-2 | Benefit per i dipendenti full time che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part time   | 5. People                                    | 79       | -                                                                                         |
| INNOVAZIONE DI PRODOTTO                      |       |                                                                                                                |                                              |          |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali 2021                   | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                                    | 4. Innovation & Digitalization/<br>8. Planet | 65; 133  | -                                                                                         |
| EFFICIENZA ENERGETICA E FONTI ALTERNATIVE    |       |                                                                                                                |                                              |          |                                                                                           |
| GRI 302: Energia 2016                        | 302-1 | Consumo di energia interno all'organizzazione                                                                  | 8. Planet/Appendice                          | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |

| GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD       |       |                                                          | Riferimento<br>Capitolo/paragrafo | Pag.     | Note applicazione<br>standard/omissioni                                                   |
|---------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| GESTIONE SOSTENIBILE DELLE RISORSE NATURALI |       |                                                          |                                   |          |                                                                                           |
| GRI 303: Acqua e scarichi idrici 2018       | 303-1 | Interazione con l'acqua come risorsa condivisa           | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | -                                                                                         |
|                                             | 303-3 | Prelievo idrico                                          | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                             | 303-4 | Scarico di acqua                                         | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                             | 303-5 | Consumo di acqua                                         | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                             | 306-2 | Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
| GRI 306: Rifiuti 2020                       | 306-3 | Rifiuti prodotti                                         | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                             | 306-4 | Rifiuti non destinati a smaltimento                      | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                             | 306-5 | Rifiuti destinati allo smaltimento                       | 8. Planet/Appendice               | 133; 174 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |



| GRI SUSTAINABILITY REPORTING STANDARD                            |       |                                                            | Riferimento<br>Capitolo/paragrafo                         | Pag.    | Note applicazione<br>standard/omissioni |
|------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------|-----------------------------------------|
| DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE                                   |       |                                                            |                                                           |         |                                         |
| GRI 405: Diversità e<br>pari opportunità 2016                    | 405-1 | Diversità negli organi di<br>governo e tra i dipendenti    | 5. People/Appendice                                       | 79; 158 | -                                       |
| GRI 406: Non<br>discriminazione 2016                             | 406-1 | Episodi di discriminazione e<br>misure correttive adottate | Nel 2023 non risultano episodi di discriminazione.        |         |                                         |
| IMPEGNO VERSO IL TERRITORIO E SUPPORTO ALLA COMUNITÀ             |       |                                                            |                                                           |         |                                         |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                                    | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 2. Sustainability/<br>6. Patients, Clients &<br>Community | 35; 105 | -                                       |
| RELAZIONE CON PARTNER, CLIENTI E PAZIENTI                        |       |                                                            |                                                           |         |                                         |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                                    | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 6. Patients, Clients &<br>Community                       | 105     | -                                       |
| ARTIFICIAL INTELLIGENCE, DIGITALIZZAZIONE E INFORMATION SECURITY |       |                                                            |                                                           |         |                                         |
| GRI 3: Temi materiali<br>2021                                    | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                | 3. Governance/<br>4. Innovation & Digitalization          | 49; 65  | -                                       |

| PRE-REQUISITI                                  |       |                                                                                                    |                                                       | Pag. |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| QUALITÀ, AFFIDABILITÀ E SICUREZZA DEI PRODOTTI |       |                                                                                                    |                                                       |      |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| GRI 3: Temi materiali 2021                     | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                        | 6. Patients, Clients & Community                      | 105  | -                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti 2016   | 416-1 | Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi       | 6. Patients, Clients & Community                      | 105  | -                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                | 416-2 | Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi | Non sono stati individuati episodi di non conformità. |      |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 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 individuati episodi di non conformità. |      |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                | 417-3 | Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing                                      | Non sono stati individuati episodi di non conformità. |      |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| SALUTE E SICUREZZA                             |       |                                                                                                    |                                                       |      |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| GRI 3: Temi materiali 2021                     | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                        | 5. People                                             | 79   | -                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018    | 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                            | 5. People                                             | 79   | L'informativa non include le Società estere di Angelini Pharma non sedi di plant produttivi e le seguenti Società: Fameccanica North America Inc., Fameccanica Machinery (Shanghai) CO. Ltd., Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A. e Angelini Beauty G.m.b.H. |
|                                                | 403-2 | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti                    | 5. People                                             | 79   | L'informativa non include le Società estere di Angelini Pharma non sedi di plant produttivi e alle seguenti Società: Angelini Beauty S.p.A., Angelini Beauty S.A. e Angelini Beauty G.m.b.H.                                                                          |

| PRE-REQUISITI                                  |        |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                      | Pag.    |                                                                                           |
|------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018    | 403-3  | Servizi di medicina del lavoro                                                                                              | 5. People                                                                                                                                                                                            | 79      | -                                                                                         |
|                                                | 403-4  | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro                   | 5. People                                                                                                                                                                                            | 79      | -                                                                                         |
|                                                | 403-5  | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro                                                       | 5. People/Appendice                                                                                                                                                                                  | 79; 158 | -                                                                                         |
|                                                | 403-6  | Promozione della salute dei lavoratori                                                                                      | 5. People                                                                                                                                                                                            | 79      | -                                                                                         |
|                                                | 403-7  | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | 5. People                                                                                                                                                                                            | 79      | -                                                                                         |
|                                                | 403-8  | Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                            | 5. People/Appendice                                                                                                                                                                                  | 79; 158 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                                | 403-9  | Infortuni sul lavoro                                                                                                        | 5. People/Appendice                                                                                                                                                                                  | 79; 158 | -                                                                                         |
|                                                | 403-10 | Malattie professionali                                                                                                      | 5. People/Appendice                                                                                                                                                                                  | 79; 158 | -                                                                                         |
| ETICA DEL BUSINESS                             |        |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                      |         |                                                                                           |
| GRI 3: Temi materiali 2021                     | 3-3    | Gestione dei temi materiali                                                                                                 | 3. Governance                                                                                                                                                                                        | 49      | -                                                                                         |
| GRI 205: Anticorruzione 2016                   | 205-2  | Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione                                               | 3. Governance/Appendice                                                                                                                                                                              | 49; 172 | Per le limitazioni di perimetro si rimanda alle note inserite nelle tabelle in Appendice. |
|                                                | 205-3  | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese                                                                         | 3. Governance/ Appendice                                                                                                                                                                             | 49; 172 | -                                                                                         |
| GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale 2016 | 206-1  | Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche                                     | Non sono state poste in essere azioni legali nei confronti della Società in materia di comportamento anticoncorrenziale e/o violazioni delle normative antitrust relative a pratiche monopolistiche. |         |                                                                                           |

| PRE-REQUISITI                        |       |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Pag. |   |
|--------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|
| COMUNICAZIONE TRASPARENTE            |       |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |      |   |
| GRI 3: Temi materiali 2021           | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                          | 3. Governance                                                                                                                                                                                                                                                                                | 49   | - |
| GRI 201: Performance economiche 2016 | 201-1 | Valore economico direttamente generato e distribuito                                                 | 2. Sustainability                                                                                                                                                                                                                                                                            | 35   | - |
| COMPLIANCE                           |       |                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                              |      |   |
| GRI 3: Temi materiali 2021           | 3-3   | Gestione dei temi materiali                                                                          | 3. Governance                                                                                                                                                                                                                                                                                | 49   | - |
| GRI 418: Privacy dei clienti 2016    | 418-1 | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti | Non risultano essere stati presentati fondati reclami per violazioni della privacy dei clienti/perdita di dati.<br>Non sono stati identificati episodi di violazione, fuga, furto o perdita di dati con rischio per i diritti e le libertà dei clienti, ai sensi della normativa in materia. |      |   |

Gli indicatori quantitativi non riferiti ad alcuna general o topic-specific disclosure dei GRI Standards, riportati in corrispondenza delle pagine indicate nel Content Index, non sono oggetto di esame limitato da parte di EY S.p.A.



# **Relazione della Società di revisione indipendente**



**EY**  
Building a better  
working world

EY S.p.A.  
Via Lombardia, 31  
00187 Roma

Tel: +39 06 324751  
Fax: +39 06 324755504  
ey.com

Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di  
Sostenibilità 2023



EY S.p.A.  
Via Lombardia, 31  
00187 Roma

Tel: +39 06 324751  
Fax: +39 06 32475504  
ey.com

## Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità 2023

Al Consiglio di Amministrazione di  
Angelini Holding S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio di Sostenibilità 2023 (di seguito anche "Bilancio di Sostenibilità") della Angelini Holding S.p.A. e delle sue controllate (di seguito anche "il Gruppo Angelini Holding") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

### Responsabilità degli amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli amministratori sono responsabili del Bilancio di Sostenibilità redatto in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), come descritto nella sezione "Nota metodologica" e con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nella sezione "Content index" del Bilancio di Sostenibilità.

Gli amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Angelini Holding in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code)* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Management 1 (ISQM Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell'*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la

EY S.p.A.  
Sede Legale: Via Meravigli, 12 – 20123 Milano  
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 – 00187 Roma  
Capitale Sociale Euro 2.975.000 i.v.  
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi  
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434000584 - numero R.E.A. di Milano 606158 - P.IVA 00891231003  
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70945 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998

A member firm of Ernst & Young Global Limited



pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised* ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo; e
2. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità. In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione del Gruppo Angelini Holding e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili; e
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

### Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Angelini Holding relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" e con riferimento alla selezione di GRI Standards indicati nella sezione "Content index" del Bilancio di Sostenibilità.

### Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità, in relazione agli esercizi chiusi il 31 dicembre 2022 e 31 dicembre 2021, non sono stati sottoposti a verifica.

Roma, 15 ottobre 2024

EY S.p.A.

Paolo Pambuffetti  
(Revisore Legale)



# Piacere, Angelini Industries.

*Il concept creativo “Piacere, Angelini Industries”, che caratterizza la linea dei Bilanci 2023 di Angelini Industries, tra cui il Bilancio di Sostenibilità di Angelini Industries, vede al centro le persone che compongono il nostro Gruppo. È grazie all’operato di tutti che Angelini Industries consegue i propri risultati e raggiunge sempre nuovi traguardi. Per questo, abbiamo voluto coinvolgere nel progetto alcuni dei dipendenti della Capogruppo e delle Società Operative, in rappresentanza di tutti. Ogni persona è cruciale per creare quel clima di passione, professionalità, dedizione indispensabile per raggiungere risultati ottimali. Fotografare questa essenza, e mostrarla, è il nostro modo per condividere i valori che ci accompagnano ogni giorno. E avere il piacere di conoscerci un po’ di più.*

**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 2023**

Angelini Industries

[sustainability@angeliniholding.com](mailto:sustainability@angeliniholding.com)[www.angeliniindustries.com](http://www.angeliniindustries.com)**Società di revisione indipendente:**

EY S.p.A.

**Supporto redazionale:**

BDO Advisory Services S.r.l.

**Progetto grafico:**

TBWA – tbwa.it

**Impaginazione:**

The Visual Agency – thevisualagency.com

**Editing:**

postScriptum di Paola Urbani



