fater | Angelini Industries P&G

Every Day Matters

Report di Sostenibilità **2024/25**

fater | Angelini Industries P&G

Every Day Matters

Report di Sostenibilità **2024/25**

Questo documento di sintesi nasce per essere accessibile e quindi percepito, operato e compreso dal maggior numero possibile di persone.
Abbiamo scelto di realizzare un **Report accessibile** perché crediamo che la sostenibilità debba essere non solo raccontata, ma anche condivisa attraverso un percorso di **trasparenza**, **inclusione** e **fiducia**, valori che ispirano l'impegno quotidiano di Fater.

Lettera agli Stakeholder

Cari Stakeholder,

vi presentiamo il nostro Report di Sostenibilità per l'anno fiscale 2024/25, il quarto del nostro percorso. Per noi che lavoriamo in Fater, questo documento rappresenta molto più di una semplice rendicontazione: è un'occasione preziosa per riflettere sul cammino compiuto insieme, sulla responsabilità che ci assumiamo per contribuire a un futuro più sostenibile.

Il Report che leggerete è infatti il frutto dell'impegno di tante persone, dentro e fuori Fater, che ogni giorno lavorano con entusiasmo e responsabilità. Grazie a questo percorso, negli ultimi sei anni siamo cresciuti sia in termini di fatturato che di profitto, dimostrando che la sostenibilità non solo può, ma deve andare di pari passo con la crescita del business.
Quest'anno abbiamo cercato di rendere il nostro Report più focalizzato e semplice da consultare, organizzandolo in 5 sezioni fondamentali.

Every Day Together. La cultura di Fater, che abbiamo chiamato "People First", si fonda su un **dialogo aperto e costante con i nostri stakeholder**. Il nostro punto di partenza è sempre l'ascolto, perché ci consente di focalizzare l'attenzione e sintonizzarci con i bisogni delle persone all'interno e all'esterno del Gruppo. Siamo convinti che questo sia il modo migliore per costruire un percorso che garantisca coerenza tra il nostro intento, ciò che diciamo, e il nostro programma di lavoro, ciò che facciamo ogni giorno. Nel Report di quest'anno abbiamo raccolto i commenti di alcuni degli stakeholder che ci accompagnano nel nostro viaggio di trasformazione.

Every Day Fater. In questa sezione troverete come i valori di sostenibilità permeano ogni aspetto della nostra cultura aziendale e delle nostre scelte strategiche. Questo perché in Fater la sostenibilità non è un capitolo a sé stante, ma **coincide con la nostra identità**.

Every Day a Better Society. Prosegue l'impegno nella riduzione del gender pay gap, con piani concreti per raggiungere l'azzeramento nel rispetto della meritocrazia. Nel corso dell'anno Fater ha ottenuto la **Certificazione di Parità di Genere**, confermando la volontà di superare stereotipi e disuguaglianze. È inoltre in fase di completamento, con il supporto di un partner esterno, il percorso di **analisi delle iniziative di Brand Purpose** avviato lo scorso anno, che consentirà di misurare con maggiore precisione l'impatto sulle comunità e definire obiettivi più mirati.

Every Day Climate Protection. Osservando il quinquennio, rispetto all'anno base 2020/2021, abbiamo ridotto del 15% il nostro impatto carbonico complessivo: un risultato che conferma l'attenzione costante di Fater nella **diminuzione delle emissioni di CO_2**. Tuttavia, sappiamo che la sostenibilità è un obiettivo che si costruisce insieme. Per questo sentiamo la responsabilità di promuovere buone pratiche lungo tutta la catena di approvvigionamento, consapevoli che la vera

trasformazione passa attraverso l'interconnessione e la collaborazione con tutti i nostri partner. Abbiamo consolidato un modello di procurement in cui la valutazione degli impatti ambientali è parte integrante delle nostre decisioni. Il tema della riduzione delle emissioni di CO_2 con i nostri fornitori sta diventando sempre più centrale. Il nostro obiettivo è quello di continuare a rafforzare questo dialogo lungo tutta la filiera, favorendo collaborazioni virtuose e contribuendo insieme a raggiungere i nostri ambiziosi obiettivi di sostenibilità.

Every Day Responsibility. Fater ha ottenuto la **medaglia d'oro nell'assessment EcoVadis**, la piattaforma di riferimento globale per la valutazione delle performance ESG. Questo risultato ci colloca tra le aziende più virtuose del settore e testimonia il valore dell'impegno che dedichiamo ogni giorno alla sostenibilità. Allo stesso tempo, però, sappiamo che ogni riconoscimento è solo una tappa del nostro percorso: continuiamo a metterci in gioco con la stessa voglia di imparare e migliorare, certi che la crescita passa dall'ascolto, dal dialogo costante e dalla spinta verso l'innovazione.

In Fater crediamo che ogni giorno faccia la differenza: "Every Day Matters". Questa frase ci ricorda che Fater è quello che quotidianamente facciamo per costruire un futuro più sostenibile, lavorando per mettere sempre le persone al centro.

Infine, un invito ad ogni persona che avrà l'interesse e la pazienza di leggere il nostro Report di Sostenibilità. Vorremmo che anche la pubblicazione di questo documento si trasformi in un'occasione di ascolto. Vi invitiamo quindi a condividere i vostri spunti e suggerimenti; li useremo per continuare a migliorarci insieme.

Buona lettura!

Antonio Fazzari
General Manager e Chief Operating Officer di Fater

Highlights 2024/2025

Every Day a Better Society

Impatti sociali

Crescita e stabilità: 1.632 dipendenti (+2,3%), 92% a tempo indeterminato

Equità di genere: gender pay gap ridotto all'1,6%; 38,5% donne in ruoli manageriali

Clima aziendale: 75% soddisfazione interna, target raggiunto

Attività sociali: 622.000 persone coinvolte in progetti e Brand Purpose

Inclusione: 66 persone categorie protette, +24% under 30

Parità certificata: ottenuta la Certificazione di Parità di Genere

Tutela: congedo esteso per donne vittime di violenza (fino a 6 mesi retribuiti)

Work-life balance: Kids@Campus, "No meeting zone" prima delle 9 e dopo le 18

Sicurezza: zero infortuni gravi

Talenti: 56% under 30 tra i nuovi assunti, turnover positivo 7,1% (9,2% donne)

Every Day Climate Protection

Impatti ambientali

CO_2 ridotta: -15% rispetto all'anno base FY 2020/21

Packaging sostenibile: -26% plastica vergine per unità di prodotto rispetto all'anno base FY 2020/21

Rifiuti: zero conferiti in discarica[1], 70% avviato a riciclo

Consumo energetico: 551.718 GJ (+2% rispetto al FY 2023/24)

Consumo idrico: 398 megalitri (-2% rispetto al FY 2023/24)

Logistica sostenibile: -15% emissioni CO_2 inbound rispetto al FY 2023/24

Every Day Responsibility

Impatti della condotta responsabile

Fornitori sostenibili: 65% con rating ESG, 100% nuovi valutati SA8000

Eccellenza ESG: medaglia d'oro EcoVadis

Valore generato: 1.128 mln €, 95% distribuito agli stakeholder

Fornitura per attività produttiva: 344 mln € su fornitori locali/europei (97%)

Codice di Condotta: avviata condivisione con un panel pilota di fornitori

Zero episodi di corruzione accertati

1 Basato su certificati dei fornitori che gestiscono lo smaltimento dei rifiuti industriali di Fater.

Every Day
Together

Dialogo con gli Stakeholder

A seguire una panoramica di alcuni dei progetti che abbiamo implementato con i nostri stakeholder esterni negli scorsi mesi.

Confindustria Abruzzo Medio Adriatico
Associazione imprenditoriale di categoria

Christian Scutti
Funzionario

Progetto
- Percorso ESG per la Filiera Produttiva di Fater
- Coinvolgimento delle PMI del territorio abruzzese

Con l'appoggio di Confindustria Abruzzo Medio Adriatico, sono state organizzate delle tavole rotonde con fornitori appartenenti a diversi settori, in modo tale da ascoltare le loro necessità e le loro testimonianze circa le principali difficoltà incontrate, con l'intento di fornire un supporto concreto e generare una crescita reale e misurabile su tutta la filiera.

ALTIS Advisory
Partner

Valentina Langella
Responsabile area social impact

Progetto
- Percorso di valutazione e rendicontazione delle iniziative di Brand Purpose

ALTIS Advisory sta accompagnando Fater nella costruzione e implementazione di un percorso strutturato per monitorare e rendicontare le iniziative dei brand rivolte alla comunità. A tal fine, saranno costruiti framework di valutazione che considereranno le dimensioni del cambiamento generato dalle attività di Brand Purpose. Successivamente, saranno definiti pesi e target per la loro misurazione e valutazione negli anni.

Microsoft
Partner

Christoph Pawlowski
Direttore divisione di consulenza strategica dei servizi professionali

Progetto
- Digitalizzazione del calcolo della Carbon Footprint aziendale e metriche ESG

Abbiamo accompagnato Fater nel percorso di digitalizzazione del calcolo della Carbon Footprint aziendale tramite l'implementazione di Microsoft Sustainability Manager. Questa soluzione ha permesso di gestire in modo unificato e conforme le metriche ESG, in linea con i requisiti di rendicontazione (GRI, CSRD), e di introdurre strumenti avanzati per simulare l'impatto ambientale dei prodotti.

Graf Color
Fornitore

Rafael Fidanza
Purchase & Quality Manager

Progetto
- Sviluppo di soluzioni digitali e sostenibili per packaging e cartotecnica

Graf Color ha deciso di investire in un progetto innovativo chiamato Eco Digital Print, un programma di packaging e cartotecnica esclusivamente digitale e sostenibile.

GS1 Italy
Organizzazione non-profit che definisce standard globali (tra i quali i codici a barre) per identificare e tracciare la supply chain

Carolina Gomez
ECR[2] Project Manager - progetti collaborativi in ambito sostenibilità

Progetto
- Partecipazione all'aggiornamento del benchmark sullo stato dell'economia circolare in cui GS1 ha investigato come le aziende coinvolte stanno integrando i principi dell'economia circolare nei propri modelli organizzativi

L'analisi è stata svolta tramite l'utilizzo di Circol-UP, il tool di misurazione della circolarità di GS1 Italy. Grazie a questa analisi, Fater ha potuto contribuire alla raccolta di buone pratiche di economia circolare nel Largo Consumo, valorizzando il piano di decarbonizzazione che coinvolge anche i fornitori nel monitoraggio delle performance ambientali. Inoltre, è stato possibile fornire una panoramica su ulteriori progettualità orientate alla riduzione degli impatti emissivi e anche generare una maggiore consapevolezza dei potenziali rischi e possibili piani di adattamento.

2 ECR = pratiche collaborative per rendere più efficiente la filiera.

Esselunga
Cliente

Astrid Palmieri
Direttore Corporate Sustainability

Progetto

- Esselunga, tramite l'analisi di doppia rilevanza, sta valutando i temi materiali anche nella propria catena di fornitura, in cui Fater si trova

"Esselunga è impegnata a operare in modo sostenibile sotto il profilo sociale, economico e ambientale, mettendo al centro della propria strategia i dipendenti, le comunità locali, l'ambiente e la filiera. Nell'ultima analisi di doppia rilevanza da noi effettuata è emerso centrale il ruolo della nostra catena di fornitura su numerosi temi, tra cui tutti i macro-temi ambientali, dal cambiamento climatico, all'inquinamento, al consumo idrico, alla biodiversità e l'economia circolare. Anche le condizioni di lavoro dei lavoratori nella catena del valore risultano essere rilevanti. Proprio per questo motivo, ci stiamo adoperando per trovare soluzioni congiunte con i nostri fornitori."

Every Day Fater

La nostra identità

Fondata nel 1958 a Pescara da Francesco Angelini, Fater è dal 1992 una joint venture tra Angelini Industries e Procter & Gamble.

Leader nel mercato italiano dei prodotti assorbenti per la persona con i brand Tampax, Lines, Lines Specialist e Pampers, Fater è anche un key player europeo nei prodotti per la cura della casa e dei tessuti con i brand ACE e Neoblanc, distribuiti in Italia e all'estero. Fino a dicembre 2025, Fater ha distribuito in Italia i prodotti per l'alimentazione dell'infanzia a marchio Hero Solo.

L'offerta dei prodotti Fater si caratterizza per l'estrema ampiezza e profondità delle linee di prodotto, per incontrare le esigenze dei consumatori e dei partner distributivi.

Cura del bambino → Pampers

Assorbenti igienici femminili → LINES, TAMPAX

Prodotti per l'incontinenza → LINES SPECIALIST

Prodotti per la pulizia della casa e dei tessuti → ACE, NEO BLANC

Due nuove realtà – Amuchina & Infasil entrano in Fater dal 1° gennaio 2026

A luglio 2025 Fater ha siglato un accordo con Angelini Pharma per l'acquisizione di due nuovi brand: Amuchina e Infasil, con decorrenza dal 1° gennaio 2026. Si tratta di un'operazione di significativa rilevanza strategica per entrambe le aziende, con l'obiettivo di valorizzare al meglio due brand storici e ad alta riconoscibilità sul mercato.

Con grande entusiasmo Fater accoglie due grandi marchi come Amuchina e Infasil che costituiscono un perfetto completamento della sua offerta, grazie al quale sarà possibile rispondere sempre meglio ai bisogni delle tante famiglie di italiani che ogni giorno scelgono i prodotti del Gruppo.

Il Gruppo[3]

Angelini Industries 50%

Procter & Gamble 50%

fater S.p.A.

Italia

- **Spoltore (PE) Italia** – Headquarter, Laboratorio di Ricerca e Sviluppo
- **Pescara (PE) Italia** – Stabilimento produttivo, Sede commerciale
- **Campochiaro (CB) Italia** – Stabilimento produttivo

Estero

- **Fater Portugal Unipessoal LDA (100%)** → **Porto** Portogallo – Stabilimento produttivo
- **Fater Central Europe SRL (100%)** → **Bucarest** Romania – Sede commerciale
- **Fater Temizlik Urunleri Limited Sirketi (100%)** → **Gebze** Turchia – Stabilimento produttivo → **Istanbul** Turchia – Sede commerciale
- **Fater Eastern Europe LLC (100%)** → **Mosca** Russia – Sede commerciale

Legenda:
- Italia
- Estero
- Fuori dal perimetro di rendicontazione

3 La sede commerciale in Russia è in uno stato di inattività.

La Governance come motore della sostenibilità

Fater ha intrapreso un percorso strutturato e ambizioso per integrare la sostenibilità nei propri processi strategici, coinvolgendo tutti i dipartimenti aziendali.

Si tratta di un impegno trasversale, che riflette la volontà del Gruppo di generare valore duraturo per le sue persone, la comunità e l'ambiente, rendendo la sostenibilità parte integrante delle decisioni quotidiane.

KPI e obiettivi

Misurare il progresso di Fater

31

Obiettivi: a che punto siamo?

Il FY 2024/25 ha rappresentato un anno di consuntivazione di due obiettivi rilevanti della strategia Social di Fater.

In particolare, è stato raggiunto il livello target di soddisfazione interna che la Compagnia si era prefissata di ottenere. È stato centrato il 75% nel valore globale ottenuto nella Happiness Survey, indagine interna sul benessere delle persone di Fater.

Il secondo KPI consuntivato è quello relativo al rapporto con le comunità in cui Fater opera, che va ad includere tutte le persone coinvolte nelle attività di Brand Purpose e le donazioni fatte a Banco Alimentare. Sono state raggiunte più di 600k persone nel FY 2024/25, superando anche il valore target.

Better Society

Temi di sostenibilità	KPI	Baseline FY 2021/22	FY 2023/24	FY 2024/25	Target 2024/25	Target 2029/30	Target 2039/40
Diversità, Equità e Inclusione - DE&I	**Differenza retributiva per genere**	3,8%	2,4%	1,6%	-	0%	-
	Soddisfazione survey interna	73%	73%	75%	≥75%	-	-
	Gender-balance a livello manageriale	36%	37%	38,5%	-	-	50%
Rapporto con le comunità e Brand Purpose	**Persone coinvolte**	140k	343k	622k	≥600k	-	-

Sotto vengono riportate le modalità di calcolo dei KPI:

Differenza retributiva per genere
Differenza percentuale tra la retribuzione di uomini e donne, calcolata come media aritmetica dei gap rilevati sui singoli inquadramenti al netto della seniority. Sono inclusi i livelli contrattuali a tempo indeterminato: Dirigenti, Quadri, Direttivi, Impiegati. Gli Operai non sono presi in considerazione poiché il rapporto in termini numerici sarebbe troppo sbilanciato e il gap non rappresentativo.

Gender-balance a livello manageriale
Rapporto tra donne e uomini presenti a livello manageriale, considerati gli inquadramenti contrattuali del CCNL Impiegati Direttivi, Quadri e Dirigenti (incluso il Leadership Team).

Soddisfazione survey interna
Dal FY 2023/24, la Happiness Survey (survey condotta annualmente sul benessere dei lavoratori) è stata condotta con Microsoft Viva Glint, un nuovo tool.

Persone coinvolte
Include il numero stimato di persone coinvolte nei progetti di responsabilità sociale (Lines WeWorld, Lines Domande Scomode, Pampers Village, ACE Retake) e include anche la collaborazione con il Banco Alimentare.

Obiettivi: a che punto siamo?

In seguito all'aggiornamento del database dei fattori di emissione utilizzato per il calcolo della Carbon Footprint, determinato da revisioni metodologiche e aggiornamenti dei dati a livello di fonte, i valori di emissione risultavano non direttamente confrontabili con quelli degli esercizi precedenti. Per questo, il Gruppo ha deciso di procedere al ricalcolo del valore delle emissioni nell'anno base FY 2020/21, riadattando in questo modo i valori a partire da quel momento.

Pertanto, gli obiettivi di riduzione delle emissioni di Fater sono in revisione da parte di SBTi: le percentuali di riduzione al FY 2029/30 rimangono valide, da applicare a una base di riferimento variata.

In ogni caso, **il FY 2024/25 ha rappresentato un anno di significativo avanzamento nel percorso di decarbonizzazione di Fater**; in particolare la Carbon Footprint complessiva prosegue il suo trend di diminuzione nonostante un aumento dei volumi di prodotto complessivamente venduti.

	Anno base FY 2020/21	FY 2023/24	FY 2024/25
Emissioni totali generate (ktons CO_2eq)	664	611	564
Riduzione vs anno base	-	-8%	-15%

Di seguito, l'aggiornamento sui KPI di Climate Protection relativi agli obiettivi al 2030 e al 2040 e, inoltre, alla riduzione di plastica vergine nel packaging primario.

Climate Protection

Temi di sostenibilità	KPI	Baseline FY 2020/21	FY 2023/24	FY 2024/25	Target 2029/30	Target 2034/35	Target 2039/40
Contrasto al cambiamento climatico*	**Scope 1 e 2**	31	45	29	18 (-42%)	-	-
	Scope 3 (Categorie Target)[4]	459	398	388	344 (-25%)	-	-
	Net Zero 2040 (Categorie Target)[5]	629	588	542	-	-	63 (-90%)
Packaging sostenibile	**Riduzione plastica vergine nel packaging**	-	-8,7%	-26%	-60%	-75%	-

**Figure in ktCO_2eq*

Sotto vengono riportate le modalità di calcolo dei KPI:

Contrasto al cambiamento climatico
Riduzione dell'impatto emissivo (Scope 1, 2 e 3).

Riduzione plastica vergine nel packaging
Riduzione della plastica vergine utilizzata nel corso dell'anno fiscale per il packaging primario dei prodotti realizzati internamente più quella dei principali prodotti di cura della casa e dei tessuti acquistati da terzisti, calcolata in rapporto ai volumi di produzione e dei prodotti finiti acquistati per cura della casa e dei tessuti, su base anno fiscale 2020/21.

4 Categorie target: Scope 3.1 Materie prime e servizi acquistati; 3.3 Attività relative ai carburanti; 3.4 Logistica up-stream.
5 Categorie target: Scope 1; Scope 2; Scope 3.1 Materie prime e servizi acquistati; 3.3 Attività relative ai carburanti; 3.4 Logistica up-stream; 3.12 Fine vita prodotti venduti.

Obiettivi: a che punto siamo?

In ottica di Governance della sostenibilità, Fater è consapevole di quanto l'area del Procurement sia fondamentale per raggiungere gli obiettivi ESG di medio e lungo periodo.

Per questo motivo, accanto a strumenti interni consolidati come la valutazione ambientale delle iniziative sui prodotti (CO_2 e plastica), Fater si è dotata di strumenti che consentono la mappatura della catena di fornitura da una prospettiva ESG in termini di rischio e di impegni.

Responsibility

Temi di sostenibilità	KPI	FY 2023/24	FY 2024/25	Target 2024/25	Target 2029/30
Approvvigionamento responsabile	**Fornitori valutati con criteri ESG**	50% ponderata fornitori rilevanti con rating ESG	65% ponderata fornitori rilevanti valutati con criteri ESG; 100%[6] fornitori con mappatura rischio ESG	80% ponderata fornitori rilevanti valutati con criteri ESG	100% fornitori rilevanti aderenti valutati con criteri ESG

Sotto vengono riportate le modalità di calcolo dei KPI:

> **Fornitori aderenti alle policy ESG**
> Valutazione ESG di fornitori diretti e indiretti rilevanti, ossia che sviluppano almeno lo 0,1% di spending totale del Gruppo. Si tratta di un percorso in fase di costruzione che mira al coinvolgimento dei fornitori sui temi ESG per il raggiungimento di obiettivi spesso comuni.

6 Si escludono i fornitori con spending < 15k/y.

Coordinamento Progetto Editoriale:
Corporate Sustainability & Communication

Direzione artistica e Progetto grafico:
Industree Hub

Verifica accessibilità del Progetto:
AccessiBit

Fater S.p.A.
Via Mare Adriatico, 122
65010 Spoltore (PE) - Italy

www.fatergroup.com

fater | Angelini Industries
P&G