

fater

Angellini Industries
P&G



Il nostro
impegno sostenibile
in breve

PDF INTERATTIVO

CERCA

STAMPA

EMAIL

INFO PDF

COSA PUOI TROVARE IN QUESTO PDF INTERATTIVO?

Nella parte bassa di ciascuna pagina di questo PDF, troverai alcune icone (come quelle riportate qui sopra), che ti permetteranno di navigare il PDF ed accedere in maniera rapida ad alcune funzionalità di Acrobat Reader.

CHE COSA SIGNIFICANO LE ICONE?

Premendo ciascuna icona, potrai:

Icona Cerca apre la funzionalità di ricerca di Acrobat in una finestra dedicata.

Icona Stampa apre la finestra di stampa.

Icona Email ti permette di condividere via mail questo documento PDF ad un amico o collega (nota che questa selezione aprirà il client di posta elettronica predefinito sul tuo computer).

Icona Informazioni ti porta in qualsiasi momento a questa pagina d'istruzioni.

Icona Indietro selezionando questo tasto, potrai tornare alla pagina precedente del documento.

Icona Avanti selezionando questo tasto, potrai andare alla pagina successiva del documento.

EVERYDAY MATTERS

Il nostro
impegno sostenibile
in breve

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

**Gentili Stakeholder,
con grande piacere vi presentiamo il nuovo report di sostenibilità di Fater S.p.A. che racconta quanto abbiamo imparato e realizzato nell'anno fiscale 2021/2022 e i cambiamenti posti in essere per massimizzare il nostro impegno verso una crescita sostenibile.**

Come leggerete, è stato un anno nel quale abbiamo compiuto significativi passi in avanti nella nostra visione di crescita sostenibile, integrando i piani di sviluppo dell'azienda con il rispetto per l'ambiente e l'attenzione per gli impatti sociali e per fare sempre la cosa giusta.

Il punto di partenza di Fater è la centralità della persona, che rappresenta da sempre il fine ultimo del nostro essere impresa. Ogni giorno cerchiamo di creare un impatto positivo per le persone del nostro team e di proiettare questo valore all'esterno dei confini dell'azienda per i cittadini e per chi sceglie i nostri prodotti.

Vi anticipo alcuni aspetti del percorso di quest'ultimo anno che ritengo particolarmente significativi:

- ▼ Abbiamo sviluppato l'analisi di materialità attraverso l'ascolto degli stakeholder rilevanti per definire i temi sui quali impegnarci.
- ▼ Sulla base delle conclusioni dell'analisi di materialità, abbiamo rafforzato il nostro programma di lavoro per la protezione dell'ambiente e per generare un cambiamento positivo nella società.
- ▼ Abbiamo definito dei chiari obiettivi (i Sustainable Development Goals) di

medio e lungo termine per assicurare la chiarezza e trasparenza del nostro impegno.

- ▼ Ci siamo organizzati con una Governance coerente con gli impegni assunti e questo report, il primo di Fater *with reference to GRI standard*, rappresenta il primo passo in questa direzione.

A giugno 2022, Fater ha festeggiato i trenta anni di Joint Venture paritetica fra i suoi due azionisti Angelini Industries e Procter & Gamble. Un traguardo importante ma principalmente un punto di partenza per guardare al futuro dell'azienda e del suo impatto nel nostro mondo.

Come leggerete, abbiamo sintetizzato ciò che vogliamo realizzare ed essere nel claim “ogni giorno conta”, “everyday matters”. Pensiamo descriva bene l'entusiasmo che ci guida nell'essere ogni giorno a fianco delle persone.

Ci auguriamo che questo Report sia una nuova occasione per ricevere commenti e suggerimenti per indirizzare al meglio il nostro percorso. Perchè, anche per ascoltare e migliorare, “ogni giorno conta”.

Buona Lettura



Antonio Fazzari
General Manager
e Chief Operating Officer Fater S.p.A.

HIGHLIGHT 2022 FATTI RILEVANTI DEL PERIODO



Everyday Sustainability

**in 3 famiglie
italiane su 4
è presente almeno
un prodotto Fater**

**Investimenti
in Innovazione**
4% del fatturato

**Strategia
di Sostenibilità**
Ambiente, Comunità, Governance



Everyday Climate Protection

**Carbon Footprint
di Scope 1, 2, 3
relativa all'ultimo biennio**

**Science Based
Target al 2030
e Net Zero 2040**

**Lancio Linee
Prodotto Green**
ACE Green, Lines Natura,
Pampers Green Generation

**Packaging
con Plastica Riciclata**
di Lines Seta Ultra, ACE Detersivo,
Pampers Baby Dry



Everyday a Better Society

Strategia *People First*
che pone al centro
il benessere delle persone

+1,9% di personale
(rispetto al FY 2020/2021)

32.400 ore totali *
di formazione
(+57% rispetto al FY 2020/2021)

**10 attività
di coinvolgimento
della comunità locale**
(+6 rispetto al FY 2020/2021)



Everyday Responsibility

Certificazione
SA 8000:2014

Oltre 1 miliardo di euro
di valore economico distribuito
agli stakeholder

110 fornitori valutati
secondo criteri ambientali
e sociali

Fornitori Locali
rappresentano il 46%
del budget speso

* Dal valore vengono escluse le ore di formazione erogate in materia di Salute e Sicurezza.

IL GRUPPO FATER

Fater, azienda italiana fondata nel 1958 a Pescara da Francesco Angelini, è dal 1992 una Joint Venture paritetica tra Angelini Industries e Procter & Gamble.

Fater opera nel settore del largo consumo ed è **leader nel mercato italiano dei prodotti assorbenti per la persona**, con i brand Tampax, Lines, Lines Specialist e Pampers, e key player nel mercato europeo dei prodotti per la cura della casa con i brand ACE, Neoblanc e Comet, che commercializza in Italia e altri 37 Paesi nel mondo. Dal 2020 Fater distribuisce per l'Italia i prodotti per l'alimentazione dell'infanzia a marchio Hero.

Il Gruppo Fater



1.500 dipendenti



4 stabilimenti produttivi



**Produzione prodotti
detergenti per casa e tessuti**
Italia - Campochiaro / Portogallo - Porto
Turchia - Gebze



**38 Paesi
serviti**



**Produzione prodotti
assorbenti per la persona**
Italia - Pescara

Gli azionisti paritetici della Joint Venture Fater S.p.A. sono Angelini Industries e Procter & Gamble.



I NOSTRI BRAND

Offriamo prodotti innovativi che contribuiscono a migliorare la vita delle persone, con un'attenzione costante nell'intercettare i nuovi trend e anticiparli coniugando innovazione e sostenibilità.



Investimenti in innovazione

4% del fatturato annuo

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. **L'innovazione è il driver di sviluppo dell'azienda, l'ascolto costante dei bisogni delle persone genera miglioramento continuo e nuovi concetti di prodotto.** La Compagnia investe circa il 4% annuo del fatturato in innovazione.

I brand di Fater si sono dotati negli ultimi due anni di un “perchè”, un social purpose per essere concretamente di sostegno alla società e contribuire a costruire un mondo migliore.

Lines

contribuisce a costruire un mondo privo da discriminazioni di genere

Pampers

intende supportare il percorso di genitorialità

Ace

promuove la sensibilizzazione per la cura degli spazi pubblici





EVERYDAY SUSTAINABILITY

We work for
a better tomorrow
by protecting what
matters, every day

Everyday matters

LA STRATEGIA SOSTENIBILE DI FATER

Il percorso di Fater verso la sostenibilità si è evoluto negli anni: l'Organizzazione ha approcciato dapprima gli aspetti ambientali della sostenibilità focalizzandosi nel tempo sulle singole fasi del ciclo di vita (upstream, corestream, downstream) per poi maturare una visione complessiva di sostenibilità come di seguito descritta.

Nel corso del FY 2021/2022, l'Organizzazione ha assunto un approccio organico

verso la Corporate Sustainability adottando una struttura organizzativa e dei processi decisionali, di pianificazione e di monitoraggio rispetto agli obiettivi dati.

Nel corso dello stesso anno Fater ha sviluppato l'analisi di materialità coinvolgendo gli stakeholder rilevanti, definito il perimetro di riferimento della sua azione (Fater Sustainability Framework) e la roadmap con obiettivi di medio e lungo periodo.

SONO 3 GLI AMBITI SUI QUALI FATER FOCALIZZA LA PROPRIA AZIONE



"For You"

le persone sono al centro, come catalizzatore dell'azione in ambito ESG.

Sebbene Fater abbia già definito gli impegni aziendali che includono la sostenibilità e intrapreso progetti sul tema, lo **sviluppo di un quadro formale con chiare ambizioni e obiettivi, rappresenta una tappa fondamentale nel percorso di sostenibilità dell'Organizzazione.**

Facendo leva sugli esiti della valutazione di materialità e dei workshop con i leader, i manager e gli ambassador selezionati all'interno della Compagnia, Fater ha inteso rafforzare la correlazione fra strategia di sostenibilità e attività di business. Tale visione

si è tradotta nell'ambizione di Fater **“Lavoriamo per un futuro migliore prendendo a cuore ciò che conta, ogni giorno”** (We work for a better tomorrow by protecting what matters, every day) in cui è presente un elemento temporale di impegno verso il futuro e un concetto di concretezza espresso attraverso il verbo “lavorare”.

L'impegno vuole essere reale e vuole partire innanzitutto dal senso di protezione che le stesse categorie di prodotto in cui Fater opera rappresentano.

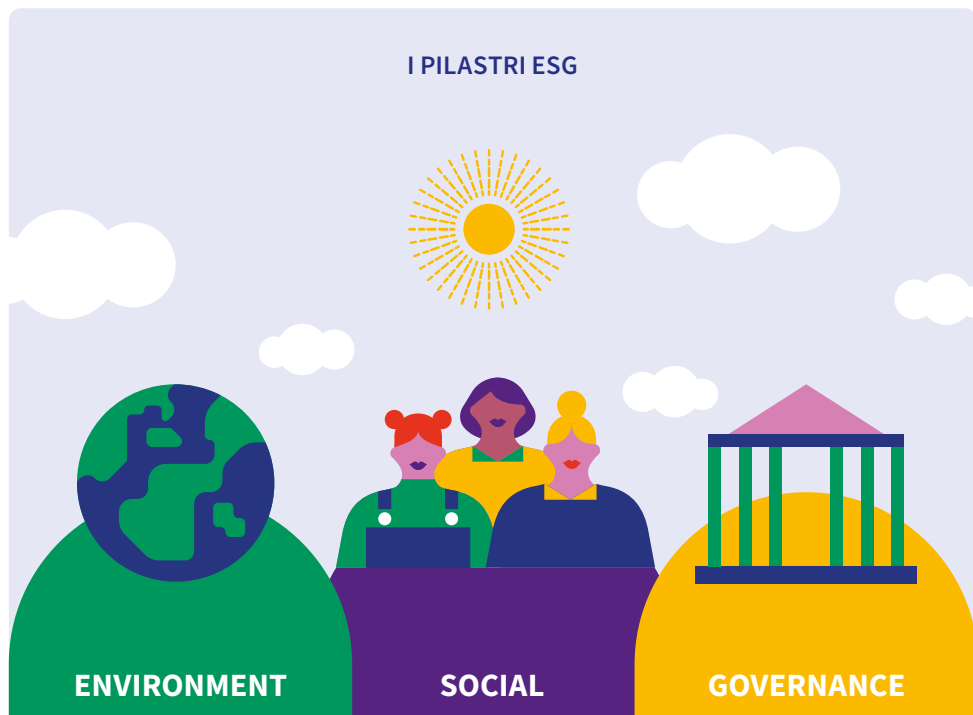


Il claim “Ogni giorno conta”, “Everyday Matters” riflette pienamente, nella sua sintesi, l’impegno di Fater ad essere ogni giorno a fianco delle persone, non solo con i propri prodotti, ma anche con responsabilità verso ciò che conta, cioè il pianeta e la società.

LA SOSTENIBILITÀ IN FATER

Sosteniamo la crescita delle persone all'interno dell'azienda e nella società, contribuiamo al rispetto del pianeta, garantiamo la trasparenza del nostro operato, per puntare alla crescita sostenibile della nostra Società e dei nostri marchi.

La sostenibilità in Fater è elemento fondante nella definizione della strategia industriale della Compagnia. Il suo obiettivo è la crescita del valore presente e futuro dell'azienda e dei suoi Marchi, attraverso un approccio multi-stakeholder.



Ognuna di queste aree prevede progetti annuali e pluriennali, una chiara leadership e team dedicati ed è oggetto di attività di monitoraggio periodica al fine di verificare gli avanzamenti rispetto agli obiettivi.

17 OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE - SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGS)



**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS**

**169 target e traguardi
entro il 2030**

Gli obiettivi fissati per lo sviluppo sostenibile hanno una validità globale, riguardano e coinvolgono tutti i Paesi e le componenti della società, dalle imprese private al settore pubblico, dalla società civile agli operatori dell'informazione e cultura.

I 17 Goals fanno riferimento ad un insieme di questioni importanti per lo sviluppo che prendono in considerazione in maniera equilibrata le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile – economica, sociale ed ecologica – e mirano a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza, ad affrontare i cambiamenti climatici, a costruire società pacifiche che rispettino i diritti umani.

**In relazione ai 17 obiettivi, Fater ha individuato gli SDG più appropriati
connessi alla propria strategia e agli esiti dell'analisi di materialità.**





EVERYDAY CLIMATE PROTECTION

L'innovazione può prendere mille direzioni. La nostra viaggia ogni giorno sulla strada della sostenibilità. Il contributo di Fater per il pianeta passa attraverso una costante riduzione del nostro impatto. Pensiamo al futuro, agendo oggi per il tuo benessere.

Everyday matters

FUTURE IS BUILT EVERY DAY

OBIETTIVI 2025



-50% plastica vergine nel packaging



80% ponderata fornitori con commitment coerenti ai target ESG di Fater



100% nuove iniziative di prodotto con emissioni di $\leq \text{CO}_2$

OBIETTIVI 2030



-75% plastica vergine nel packaging



100% fornitori compliant alla policy ESG Fater



25% di volume delle vendite da innovazioni dirompenti per l'ambiente



-42% Scope 1&2¹



-25% Scope 3¹

OBIETTIVI 2040



Net Zero²

¹ vs base FY 2020/2021. Per Scope 3 considerate le Categorie GHG Protocol 3.1, 3.3, 3.4.

² vs base FY 2020/2021.

UN IMPEGNO CONCRETO

Intendiamo fare la nostra parte nella riduzione dell'utilizzo di plastica vergine, contribuendo sia all'abbattimento delle emissioni generate dai relativi cicli produttivi, sia al contrasto dell'inquinamento da plastica.

Per questo motivo già oggi il packaging primario del 100% dei prodotti Fater è riciclabile. Inoltre, Fater ha iniziato a commercializzare confezioni con percentuali crescenti di plastica riciclata all'interno del packaging dei propri prodotti più venduti.



**100% confezioni
cura persona e cura casa riciclabili**



**Plastica riciclata all'interno del packaging
di alcuni dei prodotti più venduti
Lines Seta Ultra, Pampers Baby Dry
e ACE detergente**



La nostra filosofia si fonda sulla coniugazione tra prodotto e innovazione con il fine di progettare e realizzare prodotti sostenibili, a minor impatto ambientale, che incontrino le esigenze in continua evoluzione dei consumatori eliminando qualsiasi trade off fra performance e ridotta impronta ambientale.

Grazie allo studio di nuove materie prime e allo sviluppo di nuovi processi e tecnologie produttive, il Gruppo ha definito una pipeline di progetti “green” per i brand ripensando completamente il design del prodotto e considerando le modalità più congrue per ridurre gli impatti del fine vita.



Line up green (Ace Green, Pampers Green Generation, Lines Natura)





EVERYDAY A BETTER SOCIETY

Un cuore che batte, una mente che pensa, un pensiero che diventa azione. Ogni giorno, le persone sono il motore del cambiamento. Siamo noi, il nostro talento, la nostra passione a muovere il mondo. Permettere a ognuno di esprimere ogni giorno il suo massimo potenziale significa creare una società migliore: per noi, per te!

Everyday matters

FUTURE IS BUILT EVERY DAY

OBIETTIVI 2025



**Livello soddisfazione survey interna
≥ 80 %**



**Impattare positivamente su 600mila
persone attraverso iniziative giving
back a favore della comunità**

OBIETTIVI 2030



0% differenza retributiva per genere

OBIETTIVI 2040



Gender-balance a livello manageriale

PEOPLE FIRST



People **First**

“People First” è la principale strategia di Fater per far vivere a ogni persona che lavora in azienda la migliore esperienza possibile. L’ambizione è di liberare e valorizzare i talenti di ogni individuo, contribuendo a creare un clima di fiducia e felicità capace anche di varcare i confini aziendali e raggiungere clienti, consumatori e cittadini.



LISTEN

Rappresenta il punto di partenza di People First poiché l’ascolto attivo contribuisce a mappare l’efficacia delle azioni già intraprese e ad orientare quelle future.



GROWTH & IMPACT

Ha l’obiettivo di valorizzare i punti di forza delle persone di Fater attraverso l’espressione dei loro talenti.



ENJOY

Contribuisce a creare un ambiente di lavoro coinvolgente fondato sul confronto aperto, sulla delega, sull'orientamento ai risultati e sul concetto di fiducia.



INCLUDE

Con l'obiettivo di rendere Fater un'azienda aperta al dialogo e un luogo in cui tutte le persone si sentano accolte, valorizzate e rispettate.



INSPIRE

Per lasciarsi ispirare continuamente e trasmettere all'interno di Fater esperienze e conoscenze.

UN IMPEGNO CONCRETO



WEWORLD

Lines collabora con l'associazione WeWorld attiva da oltre 50 anni per aiutare e garantire i diritti di donne, bambine e bambini in oltre 25 Paesi nel mondo.

DOMANDE SCOMODE@SCHOOL

Lines si impegna a condividere con i più giovani i valori e i modelli di comportamento che contrastino le disuguaglianze di genere.



RETAKE

Ace collabora con l'associazione Retake che da oltre 10 anni si occupa di sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza della cura e il recupero degli spazi urbani





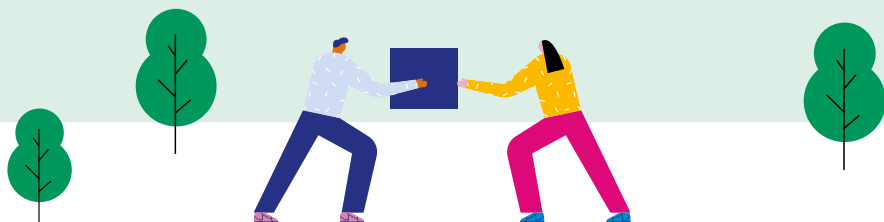
HEART4CHILDREN

Con Heart4Children Pampers ha sviluppato il Progetto Pampers Village, una piattaforma digitale che offre servizi a supporto dei genitori che si trovano ad affrontare le difficoltà di ogni giorno nella gestione dei bambini



BANCO ALIMENTARE

In Molise ed in Abruzzo Fater collabora da molti anni con Banco Alimentare per redistribuire sul territorio eventuali quantitativi di prodotti assorbenti per la persona e prodotti per la detergenza della casa e dei tessuti non più in listino. Il Banco Alimentare, limitatamente ai prodotti Fater, contribuisce a soddisfare le esigenze di circa 180 strutture caritative e del terzo settore nelle due regioni.





EVERYDAY RESPONSIBILITY

Una Governance chiara,
solida e trasparente è il primo
impegno Fater per diffondere
e promuovere una cultura
sostenibile all'interno del
Gruppo.

Un agire responsabile che nasce
da regole, principi e condotte
coerenti, in grado di coinvolgere
l'intera organizzazione.

A tutti i livelli, fino a te.

Everyday matters



Coordinamento Progetto Editoriale:
Corporate & Sustainability Communication

Direzione artistica e Progetto grafico:
Common

Fater S.p.A.

Via Mare Adriatico, 122
65010 Spoltore (PE) - Italy

www.fatergroup.com



äter

Angellini Industries
P&G

Everyday matters