



Paglieri
ESSENZA AUTENTICA



BILANCIO
DI SOSTENIBILITÀ
2022

1.

IL MONDO PAGLIERI

CHI SIAMO	10
LA TRADIZIONE CHE SI RINNOVA	16
I NOSTRI MARCHI	19

2.

PROFUMO DI SOSTENIBILITÀ

IL NOSTRO IMPEGNO VERSO LA SOSTENIBILITÀ	26
I TEMI MATERIALI	30
IL DIALOGO CON GLI STAKEHOLDER	33

3.

NEL SEGNO DI UNA GOVERNANCE RESPONSABILE

IL MODELLO DI CORPORATE GOVERNANCE	38
ETICA E TRASPARENZA	41
IL VALORE ECONOMICO CREATO	43

4.

IMPEGNO SOCIALE DAL 1807

VALORIZZAZIONE E BENESSERE DEI COLLABORATORI	48
FORMAZIONE E SVILUPPO DEI TALENTI	53

INDICE

5.

ATTENZIONE ALL'AMBIENTE

I NOSTRI PROCESSI	58
IMPRONTA EMISSIVA	60
GESTIONE DELLE RISORSE	63

6.

IL PROFUMO DELLA QUALITÀ E DELL'INNOVAZIONE

QUALITÀ, RICERCA E SVILUPPO	70
PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE	72

7.

ALLEGATI DI BILANCIO

NOTA METODOLOGICA	76
GRI CONTENT INDEX	78
ANNEX	82

LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Nell'anno che celebra il centenario della creazione dell'iconico profumo Felce Azzurra, che ha accompagnato per generazioni e accompagna tutt'ora i consumatori nei diversi momenti della loro vita, la società Paglieri S.p.A. è orgogliosa di condividere la prima edizione del bilancio di sostenibilità in cui si riportano, adottando gli standard GRI, i principali indicatori e attività effettuate durante il corso del 2022.

Per Paglieri l'attenzione all'ambiente, il rapporto con il territorio che l'ha visto nascere e il benessere dei collaboratori sono valori integranti della sua identità: per questo motivo vengono costantemente portati avanti nella sua visione strategica, delineata nella nostra Future Vision.

La Future Vision, plasmata dalla nuova governance, è il documento strategico che accompagna quotidianamente l'Azienda nel suo percorso di sviluppo sostenibile, il quale ci vedrà impegnati in investimenti volti a migliorare la produttività e a ridurre gli impatti sull'ambiente.

Il 2022 è un anno che ha portato un cambio di passo nelle strategie di Paglieri, con eventi importanti come il consolidamento della governance, la stesura della carta dei valori ed iniziative specifiche in temi ambientali e di welfare.

Altro evento importante è stato l'acquisizione di Agopag, storica azienda del territorio di produzione di flaconi e tappi, che permetterà di gestire in modo più diretto e focalizzato i miglioramenti relativi ai materiali di confezionamento e l'integrazione verticale della produzione.

Il Bilancio di sostenibilità Paglieri, redatto seguendo gli standard GRI e che anticipa i principi di rendicontazione legati alla CSRD, sarà garanzia per i nostri stakeholders interni ed esterni dell'impegno e della dedizione al miglioramento, al territorio e alle persone che da sempre contraddistinguono la Nostra Azienda.

“Il futuro dipende da cosa facciamo oggi”



Fabio Rossello Debora Paglieri Lodovico Paglieri

Ginevra Rossello Paglieri Aldo Paglieri

GUIDA ALLA LETTURA

La presente guida alla lettura è stata creata con l'intento di facilitare la comprensione della struttura del primo Bilancio di Sostenibilità di Paglieri S.p.A.

Il 2022 è stato l'anno in cui abbiamo deciso di elaborare il nostro primo Bilancio di Sostenibilità. Al fine di garantire la qualità delle informazioni e per assicurare che il nostro Bilancio rispecchiasse le best practices a livello italiano ed europeo, abbiamo scelto di svilupparlo in conformità ai principi di rendicontazione e alle direttive informative stabilite dalla **Global Reporting Initiative (GRI)***.

Il documento prende avvio con la "Lettera agli Stakeholder", all'interno della quale vengono delineate le motivazioni che ci hanno spinto ad intraprendere questo significativo percorso.

In apertura di ciascun capitolo sono inclusi riepiloghi tematici, fornendo un'anteprima del contenuto di ogni sezione. Vengono inoltre presentati gli indicatori GRI Standard, sia qualitativi che quantitativi, e, se pertinenti, gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) delle Nazioni Unite a cui contribuiamo tramite la gestione dei temi oggetto delle pagine che seguono. Ogni capitolo è arricchito da riquadri di approfondimento che evidenziano progetti speciali o informazioni chiave.

Il documento è introdotto da un primo capitolo (Capitolo 1 "*Il mondo Paglieri*") dedicato a raccontare la storia della nostra realtà, i valori fondamentali e i principi che ci guidano, nonché a dare evidenza delle caratteristiche distintive dei nostri marchi. Nella sezione successiva (Capitolo 2 "*Profumo di Sostenibilità*") viene delineato il percorso intrapreso verso la sostenibilità, partendo dalla definizione della strategia aziendale "Future Vision" fino alla creazione della nostra prima analisi di materialità. Questa sezione offre anche una rappresentazione degli stakeholder prioritari e dei canali di dialogo con essi. Successivamente (Capitolo 3 "*Nel segno di una Governance responsabile*") viene fornito un quadro sulla struttura della Governance, nonché la descrizione di policy e procedure internamente adottate. Con riferimento agli aspetti di natura sociale (Capitolo 4 "*Impegno sociale, dal 1807*") vengono delineate le politiche e le pratiche volte a garantire un ambiente di lavoro sicuro, dignitoso e inclusivo, con particolare attenzione alla tutela dei diritti dei lavoratori; invece, con riferimento agli aspetti di natura ambientale (Capitolo 5 "*Attenzione all'ambiente*"), vengono descritti i processi e le attività aziendali volti ad un impegno per un miglioramento continuo delle prestazioni in materia. Infine, vengono poi presentati i nostri progressi in materia di qualità, ricerca e sviluppo, evidenziandone l'evoluzione comunicativa dalla fondazione ad oggi (Capitolo 6 "*Il profumo della qualità e dell'innovazione*").

Il presente lavoro è frutto della collaborazione di tutte le funzioni aziendali ed è stato coordinato dal CSR Manager di Paglieri S.p.A..

Buona lettura.

* La Global Reporting Initiative (GRI) è un'iniziativa internazionale indipendente nata con lo scopo di definire degli standard di riferimento per aziende, sia del settore pubblico che privato, che desiderano rendicontare gli impatti ambientali, sociali, di governance ed economici derivanti dalle proprie attività. Gli Standard GRI sono ampiamente riconosciuti a livello globale come principale riferimento nella rendicontazione di sostenibilità e si compongono di standard universali e specifici, ossia inerenti alle dimensioni della sostenibilità. L'applicazione degli Standard GRI è volontaria, ma permette alle organizzazioni che decidono di adottarli di conformarsi alle migliori pratiche a livello nazionale e internazionale in materia di rendicontazione di sostenibilità. Nel mese di ottobre 2021 è stata pubblicata una versione più aggiornata degli Standard, a cui fa riferimento il presente documento.

1



IL MONDO
PAGLIERI

GRI DI RIFERIMENTO

GRI 2-1

GRI 2-6

TEMI MATERIALI TRATTATI» **Made in Italy**

*Da 200 anni, creiamo profumi con ricette originali tramandate fino ad oggi, un **patrimonio di famiglia** trasmesso con passione, talento e creatività italiana da sette generazioni.*

*Grazie ad una combinazione vincente di tradizione e innovazione, unite ad una attenzione particolare per il mondo olfattivo delle fragranze, diamo vita ad **essenze autentiche** da cui hanno origine prodotti completi per la cura della persona, del bucato e della casa, portando un tocco tutto italiano di profumato benessere in grado di rispondere alla continua evoluzione delle esigenze dei consumatori.*



1.1 Chi siamo

“Scent the world. Create people's wellbeing”

I NOSTRI VALORI E PRINCIPI

“I seguenti valori e principi ci guidano da 200 anni nella realizzazione di prodotti di **qualità superiore**, creati per **migliorare la qualità della vita dei consumatori** di oggi e di domani.

Expertise unica nel profumo, tradizione nell'innovazione e costante attenzione alla **sostenibilità** sono alla base del nostro operato quotidiano.”

Valori e principi costituiscono il fondamento della **Future Vision** (rif. Capitolo 2) che l'Azienda ha sviluppato nel corso del 2022 e che rappresenta la direzione strategica per gli anni a venire basata su quattro pilastri: Governance & Valori; Cultura; Sviluppo; Innovazione. Tale strategia è finalizzata a rafforzare la presenza del marchio Paglieri in mercati sempre più competitivi ponendo particolare attenzione verso persone, ambiente e territorio.

FUTURE VISION - VALORI E STRATEGIA

PASSIONE

Svolgiamo il nostro lavoro con passione e cerchiamo di essere i migliori nel fare ciò che conta. Siamo alla costante ricerca del miglioramento e vogliamo essere un esempio vincente per il mercato. I rapporti tra colleghi sono basati sulla rettitudine e sempre diretti.

STRATEGIA

HERITAGE

Siamo presenti sul mercato da 200 anni e vogliamo perpetuare questa nostra essenza storica, operando con strategie a lungo termine. La nostra continua evoluzione si basa sull'eliminazione delle barriere organizzative al fine di raggiungere gli obiettivi e perseguire le strategie di leadership.

RESPONSABILITÀ

Riteniamo il senso di responsabilità uno dei fondamenti per i risultati aziendali. Tutti noi agiamo come proprietari, gestendo i beni aziendali con la stessa cura di quelli personali. Operiamo sempre nel rispetto della legge cercando di mettere in atto le azioni migliori per tutti.

FIDUCIA

Crediamo nelle capacità e nelle intenzioni degli altri. Consideriamo la fiducia fondamentale per un lavoro migliore. Rispettiamo tutti gli stakeholder, ci rispettiamo tra colleghi e abbiamo a cuore il rapporto con clienti e consumatori. Alla base di tutti i nostri rapporti c'è l'onestà intellettuale e la consapevolezza ed accettazione dei rischi.

VALORI

FUTURE VISION PAGLIERI

Scopri di più a pagina 28

Dai valori traggono ispirazione i principi che definiscono il fondamento etico del nostro operato e che condividiamo con tutti i nostri stakeholder per il perseguimento di un successo che sia condiviso e responsabile:

- » Aspiriamo tutti all'**eccellenza** contribuendo allo **sviluppo personale e tecnologico** di ogni elemento. Ognuno di noi ha la responsabilità di un **costante miglioramento del singolo** e della **collettività**;
- » **Rispettiamo tutti gli individui** apprezzandone le **differenze** che riteniamo fondamentali per lo sviluppo delle potenzialità complessive dell'azienda. Ispirazione del nostro agire sono obiettivi sfidanti che permettono di soddisfare le elevate aspettative di tutti;
- » Alla base delle nostre azioni c'è l'interesse dell'azienda che è inscindibile da quello del singolo. Lavoriamo sinergicamente per il **successo reciproco**;
- » Definiamo obiettivi e strategie che aggiungano valore al business ed agli individui. Alla base del nostro lavoro c'è il costante **impegno per semplificare ed ottimizzare i processi**;
- » Siamo basati sulla **co-esistenza di innovazione e tradizione**. Cerchiamo sempre di dare novità e valore al mercato, reinventandoci costantemente;
- » Ci confrontiamo internamente ed esternamente cercando di essere i migliori. Sia i successi che i fallimenti sono per noi fonte di **continua crescita**;
- » La **responsabilità sociale dell'azienda** è alla base di ogni nostra azione e la includiamo nelle strategie di tutti i prodotti e di tutte le attività. Le **relazioni con i clienti ed i fornitori** devono essere reciprocamente produttive e profittevoli;
- » Preserviamo da due secoli un rapporto privilegiato con clienti e consumatori, avendo sviluppato un'**approfondita conoscenza delle loro esigenze**;
- » Crediamo fortemente nel **lavoro di squadra** e nei **rapporti di fiducia interni ed esterni** all'azienda;
- » Siamo **orgogliosamente italiani**, focalizzati nel progettare e migliorare i prodotti costantemente per ogni area geografica, etnia e costumi;
- » I nostri obiettivi sono strettamente interconnessi a **relazioni vincenti con tutti gli stakeholder**.

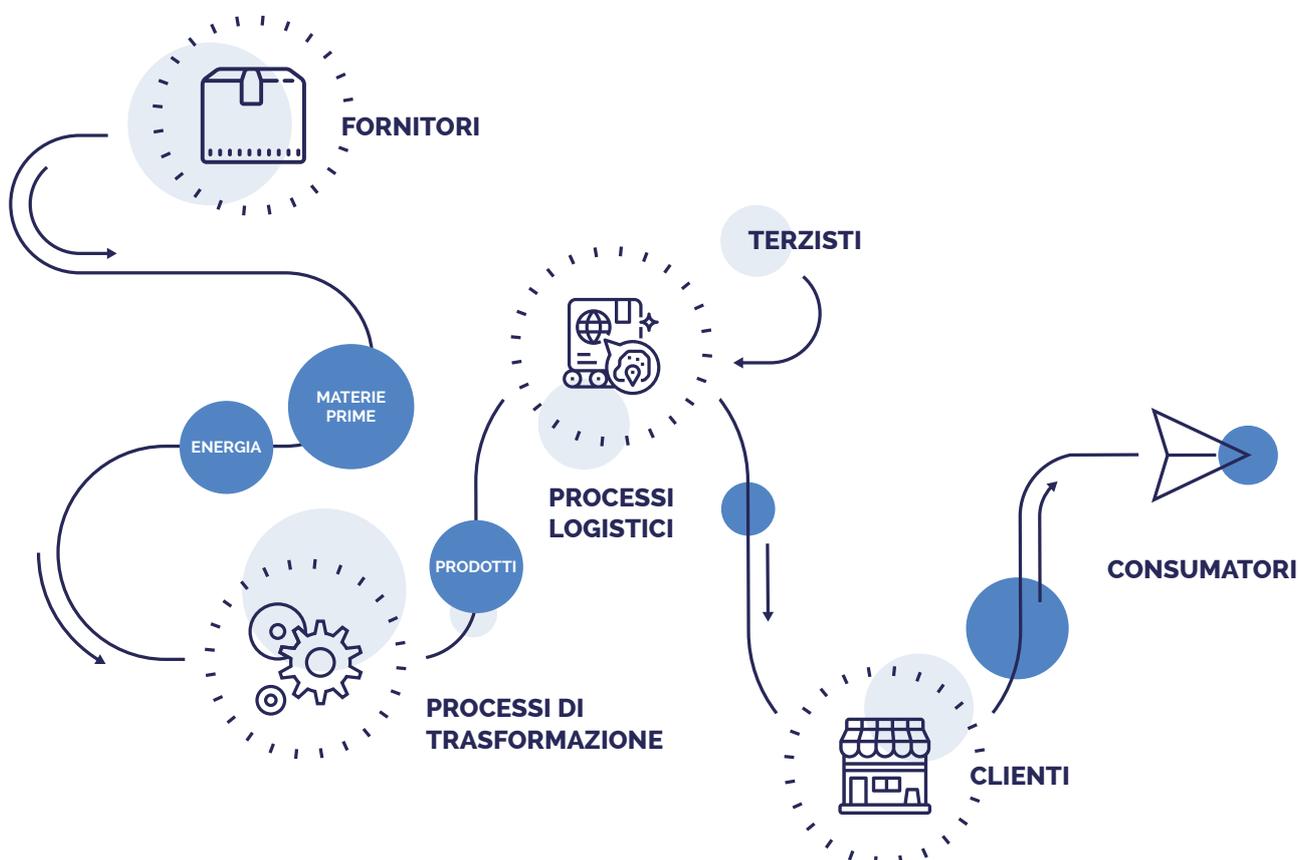
MODELLO DI BUSINESS

Da sette generazioni il valore della famiglia è un elemento trasversale alla base dell'implementazione e dell'evoluzione del nostro modello di business. Ogni generazione ha la consapevolezza della necessità di lasciare a quella successiva una realtà sana e con solide basi per continuare a crescere e perdurare nel tempo.

Basiamo il nostro modello di business sulla co-esistenza di innovazione e tradizione italiana, valorizzando in Italia e all'estero i nostri marchi quali simboli affermati della qualità del Made in Italy.

Di seguito la rappresentazione della catena del valore di Paglieri S.p.A. e la descrizione delle fasi che compongono il modello di business della Società.

LA CATENA DEL VALORE DI PAGLIERI S.P.A.



La Società ha infatti sede operativa esclusivamente in Italia, ad Alessandria, e la produzione avviene per il 70% all'interno dello stabilimento di Spinetta Marengo (AL) che si estende su una superficie totale di 76.000 mq¹. All'interno dello stabilimento sono presenti le seguenti linee di produzione:

- >> 6 linee produttive per la cosmetica;
- >> 2 linee per il talco;
- >> 1 linea di ammorbidenti.

1 - Alcuni degli immobili utilizzati dalla Società sono di proprietà di Paglieri Immobiliare S.p.A. Tale società non rientra nel perimetro di rendicontazione del presente Bilancio di Sostenibilità. Per maggiori informazioni si rimanda alla Nota metodologica (rif. Allegati di bilancio).

Fino al 2022, la produzione è organizzata secondo 2 turni, incluso il sabato in cui è osservato quasi sempre l'orario continuativo. A partire dal 2023 si inizierà invece a lavorare su un'organizzazione in 3 turni con orario continuativo.

Il complesso conta inoltre due magazzini (M1 ed M2) – in grado di contenere circa 9.000 pallet l'uno – le cui attività (ad esempio, organizzazione dei carichi e scarichi) sono ad oggi gestite da una cooperativa esterna. L'obiettivo della Società è di rendere l'M1 un magazzino intensivo e automatizzato entro il 2024.

Il restante 30% dei prodotti venduti da Paglieri è prodotto da terze parti localizzate prevalentemente nel Nord Italia in modo da limitare il più possibile la movimentazione di materiali e prodotti finiti. Il prodotto è in seguito fatto rientrare, tramite trasporto su gomma, presso lo stabilimento di Alessandria da dove viene quindi spedito ai diversi mercati di riferimento.



Paglieri S.p.A. controlla al 100% le società Selectiva S.p.A.² (dal 2001) e Agopag S.p.A.³ (da dicembre 2022). In particolare, Agopag S.p.A. è organizzata in due reparti produttivi dedicati al soffiaggio (produzione di flaconi in HD-PE) e all'iniezione (produzione di capsule ad iniezione tramite l'utilizzo di presse a caldo completamente automatizzate). L'acquisizione di Agopag S.p.A è coerente con il modello di business adottato da Paglieri S.p.A. di produrre i materiali di

confezionamento, in particolare quelli più voluminosi, il più vicino possibile al punto di utilizzo secondo logiche di produzione integrata e/o di prossimità, portando un beneficio in termine di riduzione delle emissioni legato al trasporto dei materiali di confezionamento.

Ad oggi la logistica dei prodotti finiti (*inbound* ed *outbound*) è organizzata e gestita dall'azienda. Il trasporto è principalmente gestito tramite gomma e nave (verso la Sardegna e la Sicilia).

Al fine di ottimizzare i trasporti, ridurre il traffico stradale e le soste dei mezzi nei pressi dello stabilimento è stato creato un sistema informatico. messo a disposizione delle aziende di trasporto, per prenotare gli orari di carico e scarico sia di prodotti finiti che, a partire dal 2023, verrà esteso alle consegne di materie prime e materiali di confezionamento. Inoltre, a partire dai primi mesi del 2023 è iniziato l'utilizzo del trasporto intermodale gestito, in tutte le sue fasi, direttamente dal vettore che consentirà una riduzione dell'impatto emissivo legato alla fase di logistica.

I prodotti dei marchi Paglieri vengono venduti in Italia e all'estero tramite clienti direzionali e distributori. Paglieri detiene posizioni di forza nei mercati principali in cui opera ed è in progressiva espansione a livello globale con il suo portafoglio di iconici prodotti.

² - La società Selectiva S.p.A. nasce nel 2001 e produce i prodotti dei brand Aquolina – 100% Made in Italy e capostipite mondiale del gourmand in profumeria - e la linea Paglieri 1876 composta da sei Eau de Parfum intensi e unisex ispirati ai racconti di viaggio nelle città italiane più affascinanti. Attraverso tale progetto di pregio, la società presidia il segmento della profumeria di nicchia. Si specifica che Selectiva S.p.A. non è ricompresa all'interno del perimetro di rendicontazione del presente Bilancio. Per maggiori informazioni si rimanda alla Nota Metodologica (rif. sezione Allegati di bilancio).

³ - Nel dicembre 2022 la Società ha acquisito Agopag S.p.A. che, dal 1973, opera nel settore della lavorazione e trasformazione delle materie plastiche producendo contenitori soffiati e capsule ad iniezione. Si specifica che la società Agopag S.p.A. non è ricompresa all'interno del perimetro di rendicontazione del presente Bilancio. Per maggiori informazioni si rimanda alla Nota Metodologica (rif. sezione Allegati di bilancio).

Nello specifico, per quanto riguarda il mercato italiano, i prodotti vengono distribuiti attraverso diversi canali, secondo strategie commerciali sviluppate ad hoc a seconda della tipologia di clientela. Team interni specializzati seguono i diversi canali di distribuzione, tra cui il Drugstore, che copre il 30% del mercato, cui seguono i supermercati e grande distribuzione (45%), altri canali tradizionali all'ingrosso (20% circa) e discount (5% circa). Con specifico riferimento alla distribuzione tramite le catene della Grande Distribuzione Organizzata (GDO), i rapporti con Paglieri si sviluppano sulla base di accordi quadro annuali che presentano condizioni fisse firmati con i gruppi di acquisto e accordi periferici presi con i singoli clienti.

Per quanto riguarda invece i mercati esteri, la gestione locale viene affidata ai distributori che ricevono da parte di Paglieri le linee guida cui attenersi per il corretto utilizzo del marchio. In taluni casi, è richiesto a Paglieri dai distributori di dotarsi di specifiche certificazioni aggiuntive in allineamento alle normative vigenti nei Paesi di vendita dei prodotti.

I NOSTRI NUMERI (2022)



162 MLN €
VALORE ECONOMICO

7
MARCHI

OLTRE
50
PAESI



STABILIMENTO DI ALESSANDRIA:

9
LINEE PRODUTTIVE

93 MLN
DI PEZZI PRODOTTI



148
DIPENDENTI



SCHIAPPARELLI

RICONOSCIUTI COME MARCHI STORICI DI INTERESSE NAZIONALE



1.2 La tradizione che si rinnova

“I profumi sono un dono della natura ma essere capaci di catturarli e trasformarli in emozioni e sensazioni è il nostro dono”

Grazie alla nostra storia, ai nostri profumi inconfondibili e ai nostri iconici prodotti, siamo fieri di rappresentare uno dei simboli dell'imprenditorialità italiana. Con la nostra lunga storia di successo e ricchezza del buon gusto caratterizzata da eleganza e raffinatezza valorizziamo il Made in Italy in tutto il territorio nazionale e all'estero.

“Una storia che parte da lontano”

La nostra realtà nasce ad Alessandria, in Piemonte, nel 1876, quando Lodovico Paglieri ereditò dal padre una piccola profumeria aperta già dal 1807 che commerciava belletti, parrucche e profumi. Il suo spirito imprenditoriale e la sua maestria lo spinsero ad avviare la produzione di nuovi prodotti a nome Paglieri in un laboratorio artigianale nella centralissima Piazza Vittorio Emanuele. L'intuizione si rivelò geniale e segnò la svolta per gli anni a venire, poiché pochi anni dopo i profumi e i cosmetici a nome Paglieri riscossero un successo immediato con la clientela femminile più esigente.

1876

Viene fondata Paglieri.

ANNI '20

Inizia la produzione su vasta scala di profumi e colonie.

Nel 1923 nasce l'Eau de Cologne Felce Azzurra, un successo senza precedenti.

Paglieri diventa portavoce della voglia di rinascita del Paese, e l'opera "La donna coi fiori" - uno dei primi lavori di Gino Boccasile, artista e pubblicitario - ne rappresenta l'emblema



ANNI '40

Paglieri Profumi diventa una Società per Azioni

ANNI '30

Inventiva, innovazione e intraprendenza caratterizzano questi anni. Viene costruito Palazzo Paglieri, il primo edificio in cemento armato di Alessandria e il primo ad essere dotato di un ascensore. Nel cortile è allestita una piccola fabbrica che impiegava circa 40 lavoratori e adottava una catena di produzione semi-automatica.

A fianco del tradizionale Felce Azzurra viene lanciato Gran Premio, un profumo femminile

ANNI '50

Viene affittato un nuovo stabilimento che offre lavoro a circa 400 dipendenti. È inoltre avviato il primo sistema informatico.

ANNI '60

Primi passi in tv con lo storico Carosello del Quartetto Cetra per presentare il Talco Felce Azzurra

L'azienda si trasferisce nell'attuale stabilimento, nella periferia di Alessandria, per rispondere alle crescenti aspettative e domande del mercato



ANNI '90

Prima nel suo settore, nel 1996 Paglieri ottiene la Certificazione ISO 9002 dal *Quality Certificate Institute for Chemical Industry*

ANNI '70 -'80

Sviluppo delle linee di prodotto e consolidamento della presenza nel mercato.

Lancio del Bagno Felce Azzurra Paglieri

Nascita di Labrosan

Prima azienda a introdurre un ingrediente alimentare, ovvero le proteine naturali del latte, nei prodotti di detergenza cosmetica con "Cleo".



2020

Nel 2020 è stato ottenuto il riconoscimento di marchi storici di interesse internazionale per Felce Azzurra, Paglieri e Schiapparelli.

2022

Nel 2022 cambia l'azionariato della Società e viene definita la Future Vision che dal 2023 guiderà le scelte strategiche dell'Impresa.



2023

100 anni del profumo Felce Azzurra
 Pubblicazione del primo Bilancio di Sostenibilità di Paglieri.



1.3 I nostri marchi



FELCE AZZURRA

Felce Azzurra è il marchio storico, distintivo e inimitabile, che da sempre accompagna le famiglie italiane. Grazie alle sue inconfondibili fragranze è possibile immergersi in un mondo di note profumate che suscitano piacevoli emozioni e benessere dalla cura del corpo, a quella del bucato e della casa.

CURA DEL CORPO

Bagnoschiama; doccia gel; doccia summer; saponi solidi e liquidi; deodoranti; detergenti intimi; creme corpo; linea maschile.

CURA DEL BUCATO

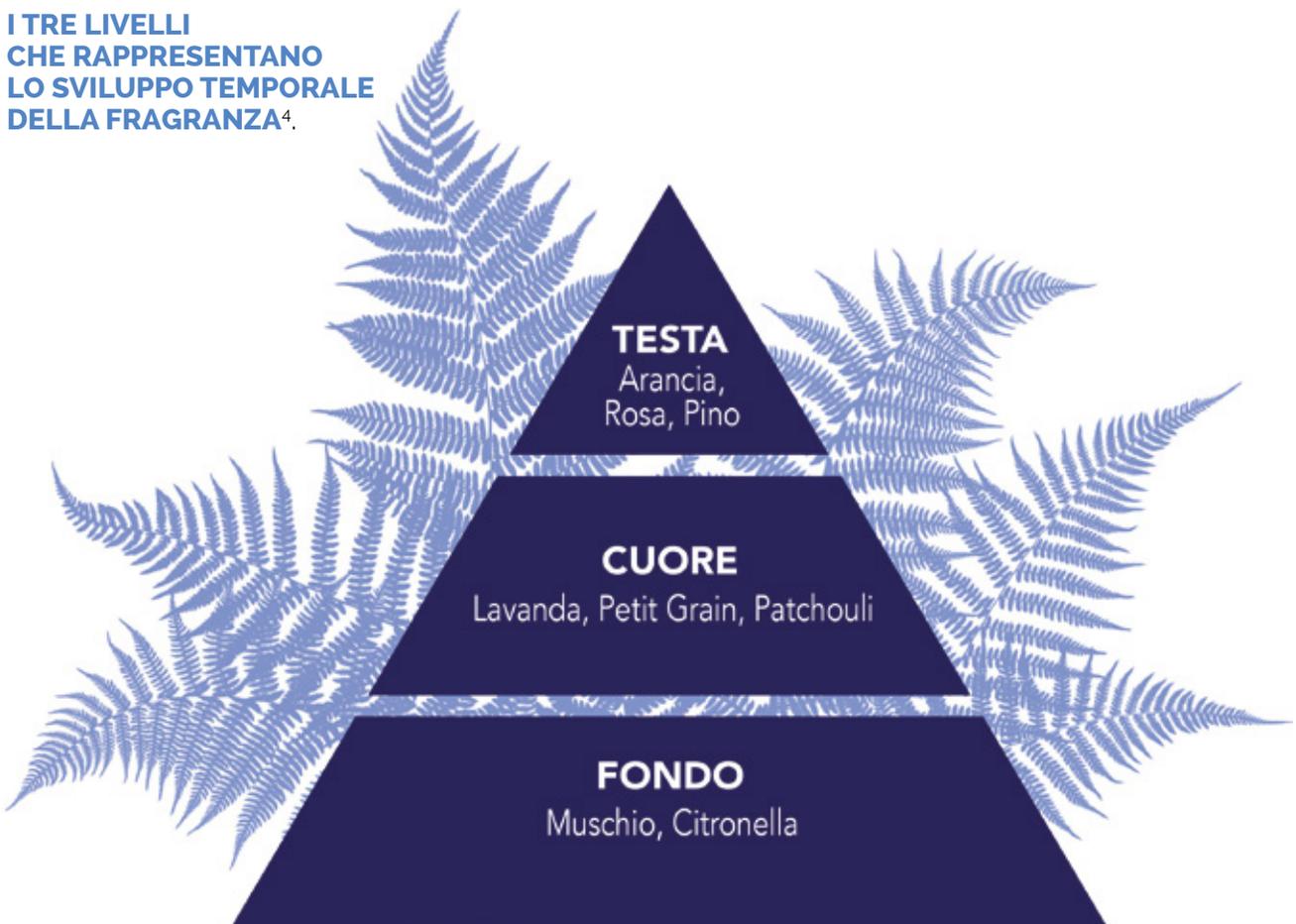
Ammorbidenti classici e concentrati; detersivi; profumatori per il bucato; sacchetti profumati per la biancheria; spray per la stiratura.

CURA DELLA CASA

Candele profumate; ricariche spray; diffusori per ambienti; gel assorbiodori; prodotti per le superfici dure.

Le profumazioni sono composte da un insieme di note che si manifestano in diversi momenti dell'utilizzo di un profumo. Questa successione di note è rappresentata dalla piramide olfattiva, una semplice ed intuitiva visualizzazione delle caratteristiche olfattive di un profumo, che consente di tener conto del grado di volatilità e di persistenza delle materie prime.

**I TRE LIVELLI
CHE RAPPRESENTANO
LO SVILUPPO TEMPORALE
DELLA FRAGRANZA⁴.**



TESTA

Arancia, Rosa e Pino

le prime note percepite

NOTE DI TESTA

agrumata e esperidata, nuova freschezza, aromatica

CUORE

**Lavanda, Petit Grain
e Patchouli**

il carattere dell'essenza

NOTE DI CUORE

verde, aldeidata, fiorita, fruttata, marina

FONDO

Muschio e Citronella

la scia di profumo

NOTE DI FONDO

speziata, legnosa, fougère, cipriata, orientale, ambrata, gourmand, chypre, cuoio, muschiata

⁴ - Fonte: Piramide olfattiva, Accademia del Profumo.

FELCE AZZURRA - 100 ANNI DI PROFUMO

Nel 1923 è nata l'acqua di colonia Felce Azzurra, fragranza ancora oggi presente nelle case degli italiani. Negli anni '50 venne realizzato dall'artista e pubblicitario Bocca-sile il manifesto della dolce e soave bambina con il Talco Felce Azzurra, ancora oggi simbolo del nostro prodotto distintivo.

La profumazione di Felce Azzurra è composta da oltre 100 ingredienti selezionati da tutto il mondo ed è da sempre un segreto custodito con cura dalla famiglia Paglieri, tramandato attraverso preziosi taccuini di generazione in generazione. Questo profumo ha saputo conquistare il cuore delle famiglie italiane.

È il caso del Bagnodoccia Classico Felce Azzurra, un morbido abbraccio, la cui magia risiede in una combinazione di fragranze inconfondibili e in una formula dermatologicamente testata, che rispetta il microbioma e il pH della pelle. La formula idrata la pelle, avvolgendola in una soffice e leggera schiuma, lasciando una sensazione di benessere liscia e morbida.

Nel corso del 2023 avranno luogo i festeggiamenti per i 100 anni dalla nascita di Felce Azzurra. Tutta la linea verrà rivestita con un nuovo *temporary packaging*, un'etichetta speciale che metterà insieme i tradizionali colori e la figura della bambina con un tocco contemporaneo.

Per la nostra azienda il centenario di Felce Azzurra rappresenta un momento storico importante, ricordato anche con l'emissione di un francobollo ordinario appartenente alla serie tematica "le Eccellenze del sistema produttivo ed economico" e con un avvincente percorso narrativo nella mostra "100 anni di profumo. Alessandria, la culla del profumo d'Italia" ad Alessandria. Infine, apriremo le porte dello storico stabilimento di Spinetta Marengo (AL), permettendo a tutti di conoscere da vicino dove viene realizzato l'iconico prodotto.

Felce Azzurra Bio è la linea del marchio Felce Azzurra costituita da prodotti biologici certificati per la cura della persona. Presenta il 98% di ingredienti di origine naturale grazie a una formula a base di tensioattivi di origine naturale ricca in estratti derivanti da agricoltura biologica, profumi 100% naturali estratti senza l'uso di solventi chimici.

Le formulazioni dei nuovi bagnodoccia rispettano i più alti standard della cosmesi biologica e sono certificati **Cosmos Organic**⁵.

I flaconi della linea Bio sono composti da plastica riciclata. In particolare, le ecoricariche di sapone liquido mani contengono mediamente il 79% di plastica in meno per ml di prodotto verso un normale erogatore da 300 ml.



CLÉO

Cleo è la linea femminile di cura e benessere del corpo di Paglieri. Con la sua gamma di bagnoschiuma e docciaschiuma dona una sensazione di morbidezza alla pelle rendendola come un petalo profumato, anche grazie alle sue proprietà nutritive ed emollienti derivanti da estratti naturali di fiori.



MON AMOUR

Mon Amour rappresenta una linea per la cura del bucato, comprendente ammorbidenti regolari, ammorbidenti concentrati, detersivo liquido per lavatrice e profumatori per armadi e cassetti, caratterizzati da formule innovative e profumi ricercati e performanti.



LABROSAN

Labrosan è una linea di prodotti stick dedicata alla cura delle labbra, che presenta una formula dermatologicamente testata. Contiene **ingredienti naturali**, come l'aloè vera o l'olio di argan.



SAPONELLO

La linea SapoNello si prende cura dei più piccoli grazie a prodotti studiati per le loro pelli delicate. Le formulazioni dermatologicamente testate sono state pensate per un piacevole e divertente incontro con l'acqua, colorato da profumi golosi e bolle di schiuma. L'esperienza dell'igiene si trasforma in gioco con il simpatico orsetto lavatore presente nelle confezioni dei prodotti e introduce i bambini al concetto dell'acqua come risorsa importante che non deve essere sprecata.

⁵ - Cosmos Organic è un'etichetta di certificazione, sviluppata da diverse organizzazioni europee leader nel settore cosmetico, per prodotti cosmetici e per la cura della persona assegnata a prodotti che soddisfano percentuali di ingredienti biologici stabiliti dallo Standard COSMOS.



.05
AMBIENTE

.06
QUALITÀ
E INNOVAZIONE

.07
ALLEGATI

2



PROFUMO DI
SOSTENIBILITÀ

GRI DI RIFERIMENTO

GRI 2-29

GRI 3-1

GRI 3-2

*Il presente capitolo racconta il percorso avviato per perseguire un successo che sia sostenibile nel lungo periodo, a partire dalla definizione della strategia aziendale “**Future Vision**” cui si collega la volontà della Società di misurare e rendicontare le proprie performance con riferimento ai principali impatti ambientali, sociali, economici e di governance.*



2.1 Il nostro impegno verso la sostenibilità

Nel 2015, i 193 Paesi Membri dell'Organizzazione delle Nazioni Unite (ONU) hanno approvato all'unanimità l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile: il più importante piano d'azione globale che mira al raggiungimento di una sostenibilità diffusa dal punto di vista sociale, ambientale ed etico/governativo, grazie alla collaborazione di istituzioni, aziende e società civile. L'Agenda 2030 si articola in 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs), correlati da 169 Target che li sostanziano.

Gli SDGs, da raggiungere entro il 2030 sostituiscono i precedenti Obiettivi di Sviluppo del Millennio (MDGs) che presentavano un orizzonte temporale al 2015. A differenza di quest'ultimi, gli SDGs rafforzano l'approccio universale e si basano sull'integrazione delle dimensioni ambientale, sociale e di governance come premesse per eradicare la povertà in tutte le sue forme e garantire lo sviluppo sostenibile di tutto il mondo.

Tale framework programmatico rappresenta dunque una guida per attori pubblici e privati nella definizione di obiettivi mirati ad offrire un contributo al raggiungimento di quanto definito dall'Agenda 2030, su scala locale e globale.

In particolare, il settore della cosmesi e della cura personale e della casa si confronta sempre di più con l'esigenza di soddisfare le aspettative dei consumatori in materia di sostenibilità, con un focus particolare sulla sostenibilità del prodotto a partire dalle materie prime utilizzate fino alla scelta del packaging e allo smaltimento a seguito dell'uso.

Nel corso del 2022, in considerazione delle principali dinamiche a livello nazionale e internazionale, si possono identificare diversi megatrend di sostenibilità – ovvero quelle forze dirompenti in grado di influenzare il funzionamento di un determinato settore e le azioni degli attori che si collocano al suo interno –, in particolare focalizzati sulla dimensione ambientale, che risultano particolarmente rilevanti per il comparto Home&Personal Care.

Tali trend sono considerati con attenzione da parte di Paglieri, al fine di comprendere in che modo possano avere un impatto effettivo o potenziale sull'evoluzione del proprio modello di business e, al tempo stesso, analizzare quale sia il contributo della Società nella generazione di impatti connessi alle medesime dinamiche.

Di seguito sono riepilogati i megatrend ritenuti più rilevanti per il settore e, dunque, in grado di influenzare l'attività di tutte le aziende che lo compongono.

PRINCIPALI MEGATREND DI SOSTENIBILITÀ NEL SETTORE HOME&PERSONAL CARE

SOLUZIONI DI IMBALLAGGI/PACKAGING RIUTILIZZABILI E RICARICABILI

È sempre maggiore l'attenzione da parte delle aziende verso i materiali di imballaggio, il loro ciclo di vita e la potenziale esposizione alle normative vigenti sulla gestione dei rifiuti e degli imballaggi. Nel novembre 2022, la Commissione Europea ha proposto una serie di nuove regole¹ in materia di imballaggi per migliorarne il design, dotarli di un'etichettatura chiara e incentivarne il riuso e il riciclo. Ne conseguono azioni volte a limitare gli imballaggi non necessari e a promuovere soluzioni riutilizzabili e ricaricabili dopo il primo utilizzo al fine di ridurre gli sprechi di materiali e l'impatto ambientale associato alla produzione e allo smaltimento di soluzioni monouso. Tali interventi non soltanto consentono una riduzione delle emissioni di carbonio generate a partire dalle fasi produttive e di utilizzo del prodotto, ma favoriscono anche la diffusione di un approccio al consumo più responsabile, promuovendo l'attenzione nei consumatori e stimolando l'innovazione delle aziende verso l'adozione di modelli circolari² in grado di rispondere alle crescenti esigenze di sostenibilità dei consumatori.

PLASTICA

Strettamente collegato al tema precedente, è in netta crescita l'attenzione da parte delle aziende verso le tematiche legate alla plastica, materiale importante nella nostra economia e vita quotidiana, nonostante possa creare, laddove gestita non correttamente o non in conformità con le legislazioni di riferimento, effetti negativi sull'ambiente e sulla salute umana. A tal proposito, l'Unione Europea sta adottando varie misure per migliorare la produzione e utilizzo della plastica, promuovendo un'economia della plastica circolare³ ed efficiente in termini di risorse basata su specifiche norme ed obiettivi che riguardano la plastica monouso⁴, gli imballaggi in plastica, le microplastiche⁵ e anche la plastica biodegradabile e compostabile.

¹ - La proposta di regolamento sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio presentata dalla Commissione europea, aggiorna la precedente Direttiva 94/62/UE in materia di imballaggi e rifiuti di imballaggio.

² - L'economia circolare è un modello di produzione e consumo che implica condivisione, prestito, riutilizzo, riparazione, ricondizionamento e riciclo dei materiali e prodotti esistenti il più a lungo possibile

³ - L'UE ha adottato una strategia europea per la plastica nel gennaio 2018, rientrando nel Piano d'azione per l'Economia circolare, ovvero il piano adottato per stimolare la transizione dell'Europa verso un'economia circolare, aumentarne la competitività globale, promuovere una crescita economica sostenibile e generare nuovi posti di lavoro.

⁴ - Direttiva (UE) 2019/904 del Parlamento europeo e del Consiglio sulla riduzione dell'impatto di determinati prodotti di plastica sull'ambiente.

⁵ - Nei primi mesi del 2022 è stata aperta una consultazione pubblica aperta sul tema poiché attualmente non esiste un'unica legge europea che copra le microplastiche in modo completo.

CONSUMO DI ACQUA

Tale aspetto si concentra sull'intensità idrica delle attività aziendali, sul livello di stress idrico nelle aree operative e sulla gestione dei rischi e delle opportunità legate a tale risorsa naturale sempre più scarsa, poiché le aziende operanti nel settore utilizzando significative quantità d'acqua sia per il processo di fabbricazione che per il raffreddamento e la pulizia delle attrezzature. Inoltre, l'uso di ingredienti chimici nei prodotti potrebbe portare a scarichi di sostanze inquinanti nelle acque reflue, danneggiando la qualità dell'acqua. Diverse aziende stanno riconsiderando il proprio approccio al consumo idrico ottimizzando l'uso della risorsa attraverso misure quali l'implementazione di tecnologie a minor impatto idrico, la riduzione degli sprechi e il trattamento delle acque reflue all'interno di impianti di depurazione di proprietà. Tra le ultime frontiere vi sono la formulazione di prodotti che richiedono meno acqua per il risciacquo o comunicazioni che promuovono l'uso responsabile della risorsa idrica da parte del consumatore.

SICUREZZA E QUALITÀ DEI PRODOTTI

Vi è un'attenzione sempre maggiore da parte delle aziende del settore in tema di sicurezza e qualità dei prodotti in tutte le fasi della catena del valore. Vengono rispettati rigidi standard europei e internazionali⁶ che garantiscono la sicurezza dei prodotti, come linee guida per gli ingredienti utilizzati, la formulazione, l'etichettatura e la confezione.

Una comunicazione trasparente al consumatore risulta fondamentale per garantire una fiducia sempre crescente nel tempo. Un'eventuale scorretta gestione del tema potrebbe far incorrere l'azienda in rischi connessi a controversie legali e danni reputazionali per il brand e conseguenti perdite economiche e diminuzione della quota di mercato.

EMISSIONI E RIFIUTI TOSSICI

Le aziende vengono sempre più valutate anche in base alla potenziale contaminazione ambientale e alle emissioni tossiche o cancerogene derivanti dalle loro attività e alla solidità dei loro sistemi di gestione ambientale. Vi è sempre maggiore attenzione verso il tema delle emissioni e dei rilasci delle attività industriali nell'aria, nell'acqua e nel terreno. Strategie come l'efficienza energetica attraverso l'implementazione di nuove tecnologie, fonti di energia rinnovabile, minimizzazione degli sprechi e l'uso di certificazioni e standard, sono alcune delle misure che vengono adottate per ridurre le esternalità negative ambientali. In tema di rifiuti tossici e pericolosi, l'Unione Europea ha adottato una serie di normative e politiche per affrontare il tema, come la Direttiva sulla Gestione dei Rifiuti Pericolosi (2018/850) con la quale sono state definite norme e criteri per identificare i rifiuti pericolosi, le procedure per il trattamento, il trasporto, il riciclaggio, il recupero e lo smaltimento sicuri.

LA RISPOSTA DI PAGLIERI: LA NOSTRA "FUTURE VISION"

Il nostro sguardo verso il futuro ci contraddistingue fin dall'apertura del laboratorio artigianale di profumi nel lontano 1807 e accompagna ancora oggi il nostro approccio di business attento e innovativo. Su queste note è stata avviata una nuova strategia volta a dare ulteriore slancio alla nostra realtà, rafforzare la presenza di Paglieri in mercati, storici e prospettici, sempre più competitivi, ponendo allo stesso tempo particolare attenzione verso **persone, ambiente e territorio**.

Infatti, a maggio 2022, a seguito di un importante cambiamento avvenuto nell'azionariato e nella Corporate Governance aziendale (rif. Capitolo 3), la Società ha sviluppato un nuovo programma di sviluppo strategico – denominato "**Future Vision**" – fondato sui seguenti quattro pilastri:

- » **Governance e Valori**
- » **Cultura**
- » **Sviluppo**
- » **Innovazione**

6 - Il Regolamento dell'Unione Europea REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) garantisce un elevato livello di protezione della salute umana e dell'ambiente attraverso una migliore comprensione e gestione dei rischi chimici associati a sostanze chimiche utilizzate in vari settori. Il regolamento si applica a tutte le sostanze chimiche, sia quelle prodotte nell'UE che importate da paesi terzi. La sua attuazione è coordinata dall'agenzia europea ECHA (European Chemicals Agency).

I quattro pilastri mettono in luce i fondamenti che guidano le dinamiche e le relazioni all'interno della nostra realtà (*Governance e valori*), i valori e le tradizioni che definiscono la nostra identità aziendale (*Cultura*), la nostra visione per una crescita strutturale e lo sviluppo delle risorse umane nei prossimi anni (*Sviluppo*) e l'utilizzo della tecnologia per arricchire l'esperienza sia dei consumatori che dei dipendenti (*Innovazione*).

La Future Vision è il piano d'azione definito per guidare e accompagnare la crescita societaria lungo molteplici direttrici, sia di natura prettamente industriale sia di cultura organizzativa. È stata definita per stabilire dettagliate strategie, obiettivi e azioni, le quali sono state condivise in sede di riunioni inter-funzionali e la cui esecuzione è iniziata a partire dal 2022. Il piano sarà inoltre costantemente aggiornato incorporando nuove innovazioni sulla base degli sviluppi interni ed esterni.

In tema di Governance e Valori abbiamo definito una Carta dei Valori – precursore del Codice Etico – in cui abbiamo definito i principi etici fondamentali della nostra realtà. L'obiettivo è stato quello di formalizzare i presupposti culturali, morali e valoriali che devono consentirci di operare nel quotidiano con lo scopo di mantenere la nostra impronta tradizionale e allo stesso tempo innovativa, di ispirazione multinazionale.

Miriamo ad adottare soluzioni tecnologiche innovative che supportano le esigenze produttive con nuove forme di tecnologie informatiche in grado di massimizzare l'efficienza dei processi. L'utilizzo ottimizzato dei dati ci permetterà non soltanto di avere specifiche informazioni sulle prestazioni della produzione, ma anche di approfondire l'andamento dei nostri consumi sulle matrici ambientali. Allo stesso tempo la digitalizzazione consente di semplificare alcune operazioni quotidiane, garantendo una maggior qualità lavorativa e un maggior benessere individuale.

Grazie agli ultimi investimenti abbiamo previsto l'installazione di pannelli fotovoltaici sul tetto dello stabilimento, dei quali prevediamo il completamento nel corso del 2023; parallelamente, abbiamo provveduto anche agli ammodernamenti degli spazi dello stabilimento, a nuove iniziative di welfare aziendale – come la ristrutturazione della mensa e la possibilità di svolgere attività ludiche presso gli spazi di lavoro - e ad un programma di responsabilità sociale. Avvertiamo infatti un forte senso di responsabilità verso i nostri stakeholder, in particolare i verso nostri dipendenti che rappresentano l'essenza stessa dell'Impresa. Grazie a questo nuovo piano di lungo termine vorremmo anticipare le esigenze del mercato investendo in nuovi progetti che possano accelerare la nostra crescita internazionale.

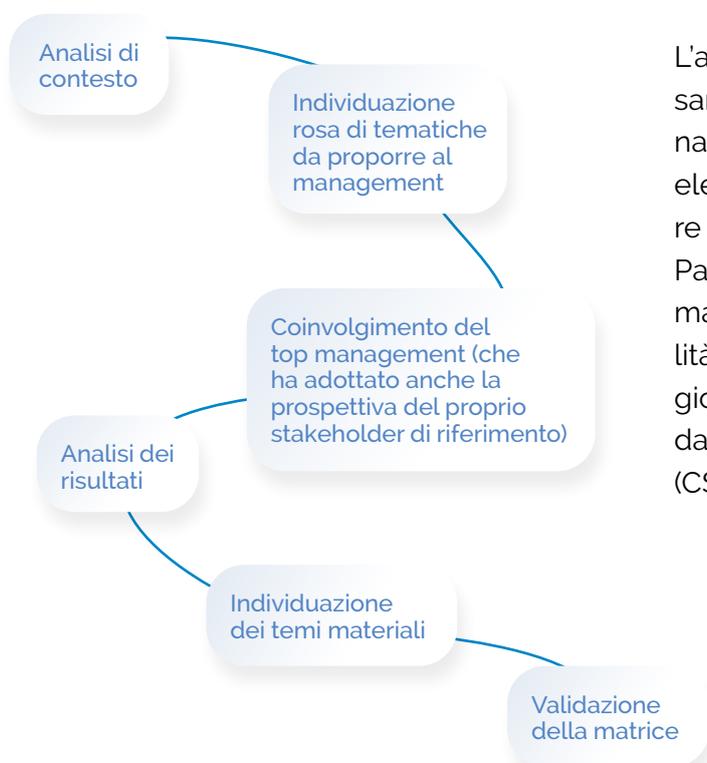
La Future Vision poggia su un adeguato e rilevante piano di investimenti definito, allo stato attuale, per il triennio in corso: si tratta di circa 2,1 milioni di euro investiti nel 2022, circa 10 milioni previsti per il 2023 e circa 10 milioni per il 2024.

2.2 I temi materiali

Con l'obiettivo di formulare strategie e obiettivi relativi alla sostenibilità ambientale, sociale e di governance e di promuovere progressi in queste aree, nel corso dell'anno abbiamo individuato gli impatti più significativi per la nostra realtà aziendale e misurato le performance aziendali correlate ai principali indicatori in materia, al fine di poter sviluppare il primo Bilancio di Sostenibilità di Paglieri.

Abbiamo operato questo primo esercizio di rendicontazione attraverso l'adozione dei GRI Standards, secondo l'opzione di rendicontazione "With reference to". Tali Standard – riconosciuti e diffusi a livello internazionale – prevedono che, alla base della rendicontazione delle performance di sostenibilità delle imprese, vi sia un'analisi strategica dei principali impatti positivi (opportunità) e negativi (rischi) – attuali e potenziali – generati nei confronti dell'ambiente, delle persone e della società nel suo complesso. Tale analisi è conosciuta come "**analisi di materialità**", attraverso la quale è possibile individuare e attribuire priorità ai temi di sostenibilità ritenuti maggiormente rilevanti e pertanto definiti "materiali" (ovvero, strategici) non soltanto per l'Organizzazione ma anche per i suoi stakeholder, in quanto in grado di influenzare le loro aspettative e la loro soddisfazione nei confronti dei presidi implementati in tali ambiti.

Il processo di conduzione dell'analisi di materialità si è articolato nelle seguenti fasi progressive⁷:



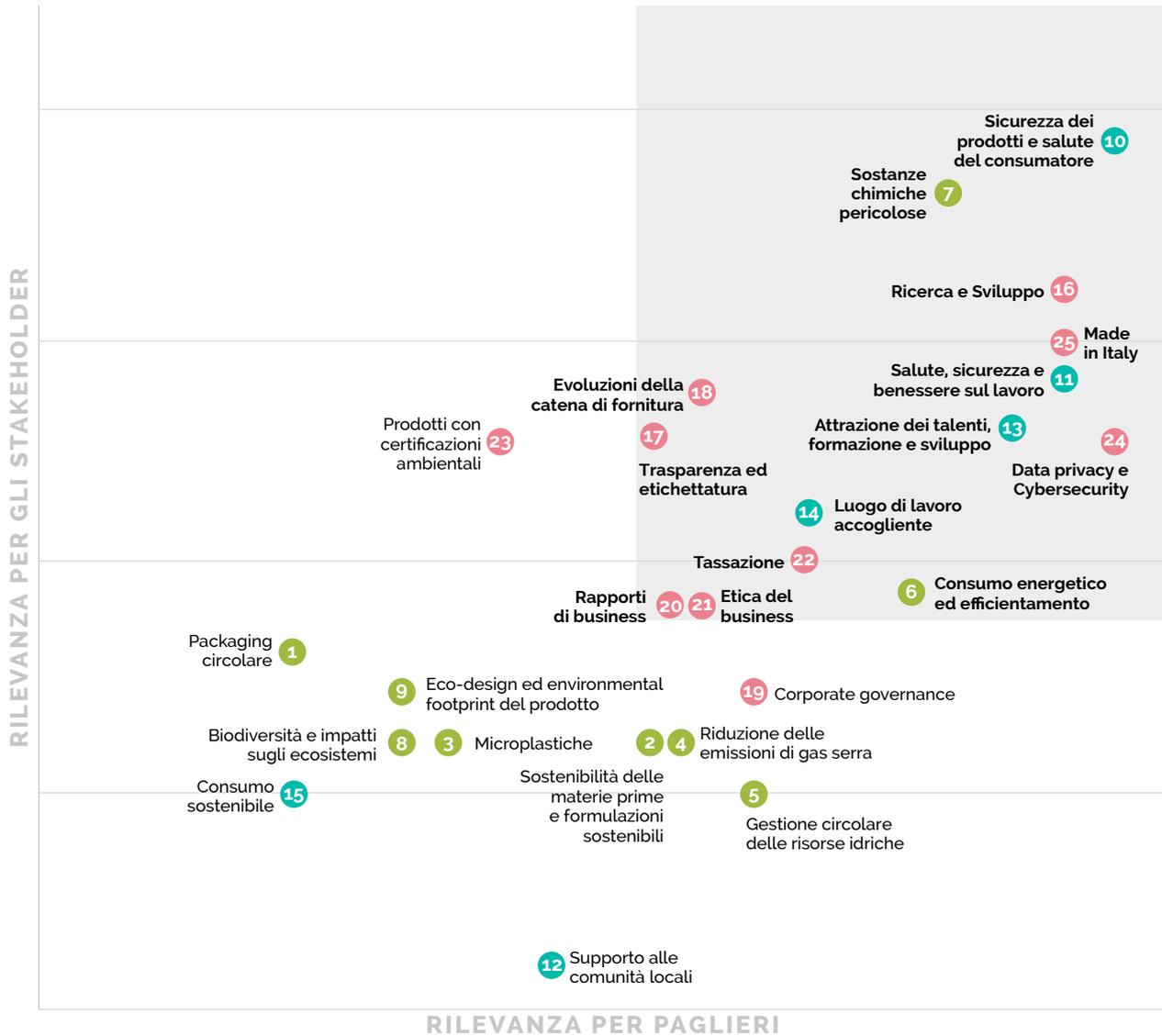
L'analisi di contesto e l'analisi di materialità saranno, d'ora in avanti, sottoposte ad aggiornamento annuale al fine di cogliere eventuali elementi di cambiamento rilevanti per il settore della cura della casa e della persona e per Paglieri. Inoltre, nei prossimi anni la matrice di materialità presente nel Bilancio di Sostenibilità verrà allineata all'impostazione metodologica della doppia materialità⁸, come richiesto dal GRI standard e dalle normative europee (CSRD) da poco entrate in vigore.

⁷ - Rif. alla Nota metodologica per maggiori dettagli.

⁸ - La doppia materialità si discosta dalla tradizionale "materialità singola", in quanto viene richiesto di rendicontare sia come i criteri ESG influenzano le prestazioni finanziarie dell'impresa (prospettiva outside-in) sia come le attività aziendali abbiano impatti sull'esterno in relazione ai temi materiali di sostenibilità (prospettiva inside-out).

Si riporta di seguito l'esito dell'analisi di materialità, rappresentato in forma matriciale.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ 2022 DI PAGLIERI S.P.A.



- SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE
- SOSTENIBILITÀ SOCIALE
- SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

Il grafico presentato ha un asse orizzontale che rappresenta la rilevanza per l'azienda e un asse verticale che rappresenta l'importanza per gli stakeholder. Il quadrante in alto a destra evidenzia le tematiche che risultano prioritarie secondo la prospettiva combinata delle due valutazioni.

I temi identificati come materiali riflettono le caratteristiche essenziali del modello di business della nostra realtà e i valori a cui poniamo da sempre attenzione, come la sicurezza dei prodotti e la salute del consumatore, l'attenzione verso il tema delle sostanze chimiche e la valorizzazione del Made in Italy attraverso i prodotti dei marchi di Paglieri.

Si specifica che le tematiche "Trasparenza ed etichettatura", "Etica del business" e "Rapporti di business" sono state ricomprese tra quelle materiali sebbene non siano emerse come tali dall'analisi dei punteggi assegnati dai rispondenti alla survey; la Direzione aziendale ha tuttavia ritenuto di includerle tra quelle rilevanti in virtù del valore strategico da essi ritenuto ai fini del business.

Ciascuna delle tematiche in rilievo può essere collegata in modo diretto o indiretto agli SDGs. In particolare, abbiamo identificato 5 obiettivi prioritari - SDGs 3, 5, 8, 10 e 12 - rispetto ai quali potremmo avere un contributo diretto. Allo stesso tempo, abbiamo individuato altri obiettivi - SDGs 1, 4, 7, 9, 13, 14 e 15 - rispetto ai quali potremmo avere un impatto indiretto, mentre riteniamo che le azioni correlate agli SDGs 16 e 17 siano fondamentali per realizzare quelli menzionati in precedenza⁹.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Consumo energetico ed efficientamento



SOSTENIBILITÀ SOCIALE

Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore



Salute, sicurezza e benessere sul lavoro



Attrazione dei talenti, formazione e sviluppo



Luogo di lavoro accogliente



- SDGs su cui Paglieri può avere un contributo diretto
- SDGs su cui Paglieri può avere un contributo indiretto
- ★ Essenziale per il raggiungimento degli altri SDGs

SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E DI GOVERNANCE

Trasparenza ed etichettatura



Evoluzioni della catena di fornitura



Etica del business



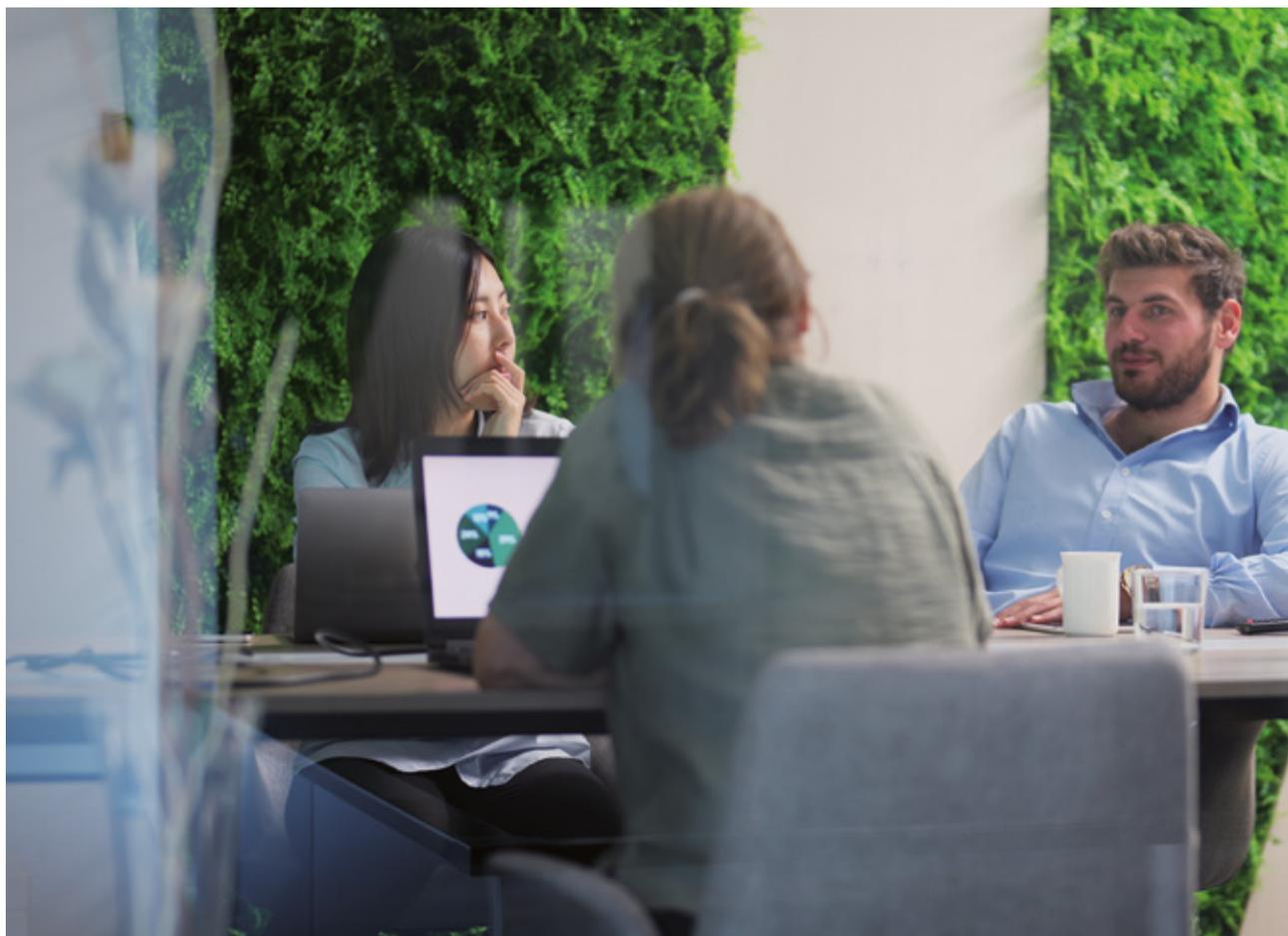
Tassazione



Data Privacy e Cybersecurity



⁹ - L'individuazione degli SDGs prioritari per Paglieri è stata realizzata utilizzando il documento "Linking the SDGs and the GRI Standards" (edizione maggio 2022), pubblicato congiuntamente dal Global Compact delle Nazioni Unite e dalla Global Reporting Initiative. L'obiettivo dell'iniziativa è di collegare con precisione gli SDGs e i rispettivi obiettivi agli indicatori GRI selezionati nell'attuale Bilancio di Sostenibilità.



2.3 Il dialogo con gli stakeholder

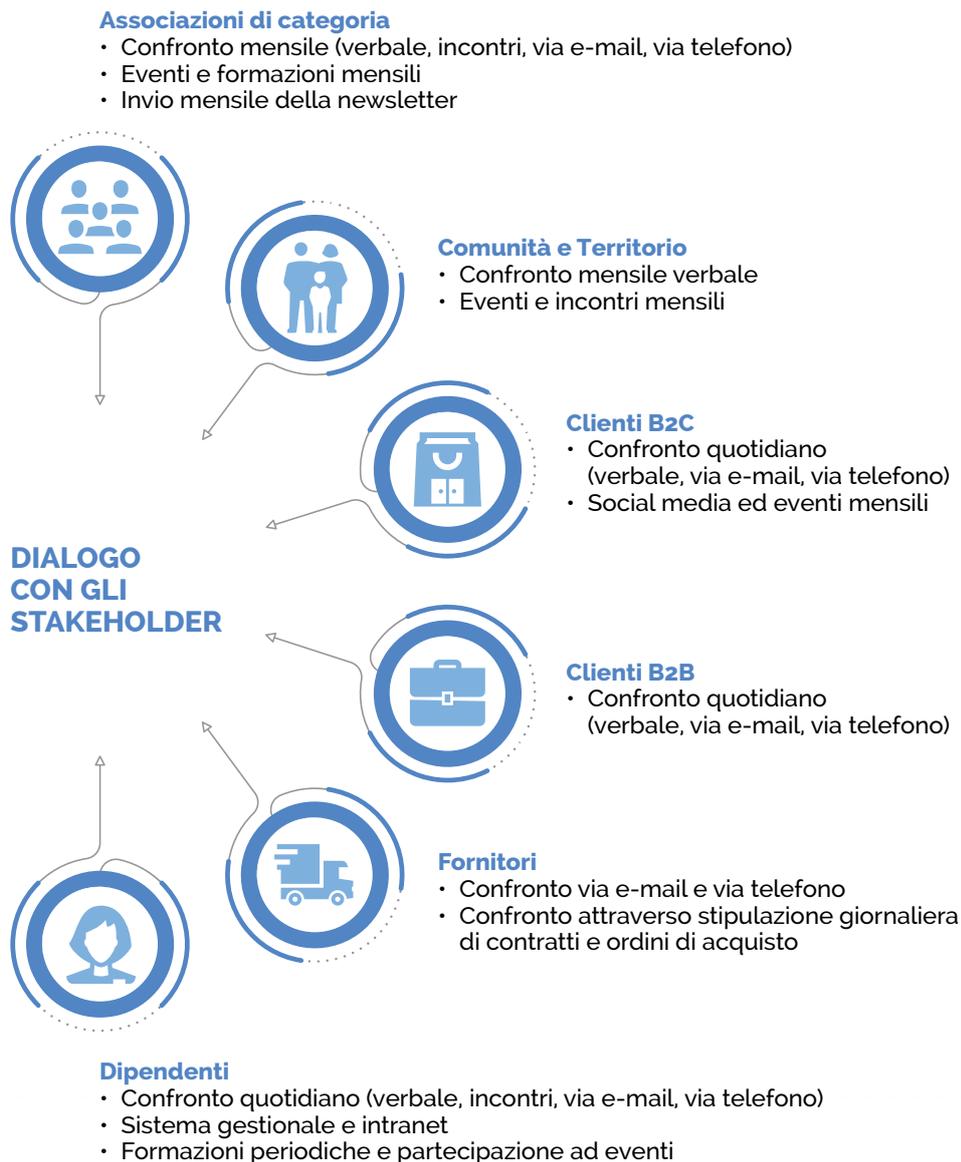
Il termine "stakeholder" indica tutti quegli individui o gruppi di individui i cui interessi influenzano o sono influenzati, attualmente o potenzialmente, dalle attività di un'organizzazione. Come richiesto dai GRI Standards, l'organizzazione è tenuta a individuare gli stakeholder prioritari per la propria realtà, i cui interessi devono essere presi in considerazione per una più ottimale conduzione del business. Il coinvolgimento degli stakeholder è ritenuto infatti un elemento strategico alla base della definizione e dell'implementazione di un approccio al business che sia orientato al conseguimento di valore sostenibile e condiviso.

Essendo il nostro primo Bilancio di sostenibilità, abbiamo eseguito una prima mappatura delle categorie di stakeholder prioritari e dei canali di dialogo ad oggi utilizzati per interagire con ciascuna di esse.

Il processo di individuazione degli stakeholder si è basato su due criteri principali, sui quali il Top Management aziendale si è espresso attraverso la somministrazione di un apposito questionario:

- » il livello di **interesse** e **dipendenza** che tali soggetti possono manifestare per le attività di Paglieri;
- » il grado d'**influenza** che essi esercitano sulle decisioni e sulle strategie aziendali.

Di seguito sono riportate le principali categorie di stakeholder individuate dal top management di Paglieri e i canali di dialogo maggiormente utilizzati con ognuna.





La radicata storia della nostra organizzazione costituisce la base di un legame solido e duraturo con gli stakeholder e il territorio. La scelta consapevole di elaborare volontariamente il bilancio di sostenibilità mira a rafforzare ulteriormente tali connessioni e legami. Siamo determinati a consolidare un dialogo sempre più profondo, che abbia ad oggetto anche i temi legati alla sostenibilità. La rilevanza del nostro impegno deriva anche dal crescente interesse dimostrato recentemente da alcune categorie di stakeholder, come ad esempio i distributori e i consumatori; i quali mostrano un coinvolgimento sempre maggiore nelle questioni legate alla sostenibilità, sia a livello di prodotto che di organizzazione.



3

NEL SEGNO DI
UNA GOVERNANCE
RESPONSABILE



GRI DI RIFERIMENTO



TEMI MATERIALI TRATTATI

- » Etica del business
- » Rapporti di business
- » Data privacy e Cybersecurity
- » Tassazione
- » Evoluzioni della catena di fornitura

*Nel seguente capitolo sarà riportato il nostro **modello di Corporate Governance** e alcuni elementi imprescindibili del nostro operare, quali **etica** e **trasparenza**. Verrà anche riportato il valore economico creato e la descrizione della nostra **catena di fornitura**.*

L'implementazione e lo sviluppo del modello di business aziendale (rif. Capitolo 1) è supportato da un impianto robusto di policy e procedure connesse al **Sistema di Gestione Integrato** adottato dalla Società in conformità alle norme **UNI EN ISO 9001:2015**, **UNI ISO 45001:2018** e **UNI EN ISO 14001:2015**.

Operiamo perseguendo la nostra politica per la qualità, la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro, la tutela dell'ambiente, la sicurezza e l'igiene del prodotto, a supporto di un'offerta conforme alle aspettative dei clienti e sviluppata garantendo la salvaguardia dell'ambiente e della salute e sicurezza dei nostri lavoratori e il rispetto di qualsiasi esigenza degli stakeholder prioritari per Paglieri (rif. Capitolo 2).

Il Sistema di Gestione Integrato si basa su un approccio "risk-based thinking" e, per il raggiungimento degli obiettivi specifici definiti nella Politica del Sistema di Gestione¹, la Società si impegna a identificare prontamente i pericoli e a valutare i rischi e le opportunità relativi ai propri processi in un'ottica di **miglioramento continuo**.

3.1 Il modello di Corporate Governance

La struttura aziendale di governance è organizzata sulla base di un Consiglio di Amministrazione (CdA) che, unitamente al Direttore Generale, ha la funzione di governare le scelte relative all'esecuzione delle attività e strategie aziendali.

Il **CdA** è il massimo organo di governo aziendale ed è composto – a partire dal 30 maggio 2022² – da 5 membri, di cui 3 aventi ruolo esecutivo e 2 non esecutivo (tra cui il Presidente del CdA). Debora Paglieri, Fabio Rossello e Lodovico Paglieri ricoprono la carica di Amministratori Delegati (CEO) dell'Azienda; Aldo Paglieri è stato nominato Presidente non esecutivo insieme a Ginevra Rossello Paglieri nel ruolo di Board director. Il mandato del CdA ha una durata triennale, in coerenza a quanto riportato nello Statuto societario.

I CEO Debora Paglieri e Fabio Rossello sono inoltre membri dei consigli direttivi di alcune associazioni di categoria, tra cui Assocasa³, Cosmetica Italia⁴, e Federchimica, Centromarca⁵ e UPA⁶.

¹ - La Politica del Sistema di Gestione è comunicata a tutti gli operatori interni e alle persone che lavorano sotto alla direzione Paglieri, direttamente, tramite condivisione sul Portale Paglieri, attraverso l'esposizione nelle bacheche aziendali oppure tramite formazione specifica, e resa disponibile alle parti interessate mediante pubblicazione sul sito web ufficiale.

² - Data in cui si è perfezionato il cambio di azionariato della Società cui è conseguito l'annuncio della nuova governance aziendale. Nello specifico, è attualmente presente un socio di riferimento – l'Amministratore Delegato Debora Paglieri – che, insieme all'Amministratore Delegato Fabio Rossello e al Board Director Ginevra Rossello Paglieri, rappresentano la maggioranza dell'azionariato.

³ - Associazione nazionale detersivi e specialità per l'industria e per la casa.

⁴ - Unione nazionale industrie di profumeria, cosmesi, saponi da toilette ed affini.

⁵ - Associazione Italiana dell'Industria di Marca.

⁶ - Utenti pubblicità Associati.

La presenza all'interno di tali associazioni rappresenta per Paglieri innanzitutto un impegno nei confronti del settore, in un'ottica di condivisione di informazioni, aggiornamenti e reciproco miglioramento, oltre ad essere un canale attraverso cui l'Azienda può presentarsi direttamente al mondo dell'industria e dell'associazionismo.

Il CdA definisce lo scopo (purpose), la vision e la mission aziendali e le strategie di medio e lungo termine che verranno seguite dall'Impresa per raggiungere gli obiettivi dello scopo. Il CdA delega quindi al Direttore Generale e ai suoi collaboratori l'esecuzione della strategia definita.

Il Direttore Generale rappresenta il punto d'unione tra il CdA (rappresentativo dell'azionariato) e il management aziendale, adottando un'impostazione gestionale che mantiene sempre una stretta connessione con la visione strategica aziendale. Tale figura ha un ruolo esecutivo, è destinataria di una procura con responsabilità di budget e ricopre altresì la carica di Datore di Lavoro.

Con il cambio di governance si è definita un'importante nuova direzione strategica, indentificata dalla **Future Vision** (rif. Capitolo 2) che, a fronte anche della crescita dimensionale dell'Azienda, permetterà a Paglieri di traguardare obiettivi, strategie e azioni sempre più sfidanti, **tenendo conto degli interessi delle future generazioni e di tutti gli stakeholder della Società** e allineandosi alle **best practices di sistema**.

Si inserisce infatti in tale nuovo quadro strategico la costituzione, nei primi mesi del 2023, di uno **Steering Committee** (comitato endoconsiliare) **dedicato alla gestione degli impatti ambientali, sociali e di governance della Società**. È composto da 5 membri, fra cui i CEO Debora Paglieri e Fabio Rossello, la Board Director Ginevra Rossello Paglieri, il Direttore Generale e il CSR, Regulatory and Packaging Manager cui fa capo la gestione operativa degli aspetti legati alla sostenibilità in Paglieri.

Il Comitato Sostenibilità è delegato alla supervisione e all'approvazione dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità, inclusa l'attività di verifica e approvazione degli esiti dell'analisi di materialità (rif. Capitolo 2). In particolare, il Comitato Sostenibilità assicura che le informazioni riportate all'interno del Report siano allineate a quanto richiesto dagli standard di rendicontazione adoperati, in allineamento ai principi fondamentali di rendicontazione, e siano quanto più rappresentative della realtà aziendale e degli impatti ambientali, sociali e di governance da essa generati e subiti.

7 - Per un approfondimento si rimanda alla Nota metodologica, all'interno degli Allegati di bilancio.

Il **CSR, Regulatory and Packaging Manager** è incaricato della gestione delle attività di rendicontazione, dallo svolgimento della fase analitica di individuazione delle tematiche materiali, alla selezione delle figure responsabili della raccolta delle informazioni quali-quantitative, fino alla stesura dei testi del Bilancio di Sostenibilità.

Le funzioni aziendali che direttamente svolgono attività connesse agli aspetti ambientali e sociali sono dunque coinvolte nel processo di rendicontazione delle performance di sostenibilità di Paglieri.



40%

RAPPRESENTANZA GENERE
FEMMINILE NEL CDA*

 Competenze in materia ESG

* Calcolato come percentuale del numero di persone rappresentante il genere femminile in CdA sul totale.

3.2 Etica e trasparenza

Etica, trasparenza e qualità sono elementi imprescindibili del nostro operare per far sì che ciò che facciamo possa generare un valore per chi lavora presso la nostra Azienda, per chi acquista i nostri prodotti e per le generazioni future.

Nello specifico, l'adozione di una condotta etica per Paglieri presuppone i seguenti aspetti:

- » **responsabilità diffusa, condivisa e circolare**, ovvero l'implementazione di una gestione delle attività aziendali che, guidata dagli amministratori, sia organizzata secondo un modello di management aperto dove l'importanza è posta sul ruolo dei singoli, sulla partecipazione di ognuno al conseguimento degli obiettivi aziendali, sulla responsabilità individuale rispetto alle proprie azioni e collettiva rispetto all'andamento complessivo della Società e infine sul rafforzamento del senso di appartenenza all'Azienda;
- » **compliance**, ovvero l'adozione di regole di condotta e di politiche a supporto dell'implementazione del modello di business e a facilitazione della vita di ogni dipendente. La compliance, secondo noi, non è solo un set di strumenti vincolanti quanto un elemento a supporto dell'obiettivo di "miglioramento continuo";
- » **consapevolezza e attenzione**, rispetto al fatto che ognuno, con le proprie azioni, può avere un impatto sugli altri;
- » **coerenza delle azioni e dei comportamenti adottati** rispetto a quanto dichiarato;
- » **correttezza, stima e rispetto reciproco** nei rapporti con i collaboratori, i consumatori e i partner (inclusi i fornitori).

Nel corso dei suoi 200 anni di storia, la Società ha seguito tali principi nell'esecuzione delle proprie attività quotidiane, potendo così mantenere sempre una condotta responsabile nei confronti di tutti i propri stakeholder. In particolare, nel triennio analizzato dal presente Bilancio non si sono verificate non conformità che hanno dato luogo a sanzioni significative, né casi di corruzione, attiva e passiva, accertati o comportamenti anticoncorrenziali che abbiano generato azioni legali nei confronti della Società.

Per poter formalizzare maggiormente il nostro impegno in materia di etica e anticorruzione, ci siamo posti l'obiettivo di conseguire entro il 2023 lo sviluppo e l'adozione di un **Modello Organizzativo e di Gestione ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001** (c.d. "Modello 231") che ci consenta di mappare e individuare le cosiddette "aree sensibili", ovvero gli ambiti di attività che potenzialmente potrebbero essere maggiormente soggetti al verificarsi delle fattispecie di rischio corruttivo disciplinate dal suddetto Decreto. L'adozione del Modello 231 comporterà inoltre la stesura di un Codice Etico aziendale, da condividere con le altre società del Gruppo e del quale i valori e i principi individuati quali elementi fondanti della Future Vision rappresentano la base di sviluppo. Il Codice Etico è infatti parte integrante del Modello 231, così come anche la Procedura Whistleblowing - in accordo al Decreto Legislativo 10 marzo 2023 n. 24 - di cui Paglieri intende dotarsi ugualmente.

Con riferimento al tema della trasparenza e della gestione delle informazioni si menziona in particolare l'attenzione dedicata agli aspetti di cybersecurity, tutela della proprietà intellettuale e protezione della riservatezza dei dati personali. Il processo di gestione della privacy è stato configurato in conformità al Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati n. 2016/679 (GDPR) sia per il personale interno che per i soggetti esterni.

In particolare, con l'inserimento della figura del Direttore Innovazione Tecnologica e Digitale – la cui assunzione si colloca nel più ampio framework strategico della Future Vision (rif. Capitolo 2) – si è avviato, da un lato, un processo di **progressiva armonizzazione delle esigenze produttive con quelle di tipo IT** al fine di implementare sistemi di gestione e analisi dei dati più efficienti e, dall'altro, un'attività di assesment dell'esposizione dei sistemi informativi dell'Azienda a rischi cibernetici.

Tale secondo filone progettuale ha dato vita ad alcuni sviluppi in termini di:

- » **analisi dello stato dell'arte aziendale in merito alla sicurezza dei sistemi informativi**, in allineamento alle linee guida definite dalla norma **ISO 27001:2017**. Tale attività si concretizzerà nel corso del 2023 attraverso l'implementazione di un *Vulnerability Assessment* e di un *Penetration Test* in grado di restituire l'identificazione dei punti di vulnerabilità dei sistemi aziendali. Da tali risultati verrà in seguito definito un piano d'azione che consenta di attuare gli interventi necessari al fine di allinearsi a quanto previsto dalla norma ISO 27001:2017;
- » **definizione di un sistema di classificazione interna dei documenti e delle informazioni** sulla base di 3 livelli di riservatezza crescente. Il grado di riservatezza di base sarà in automatico apposto a tutti i documenti aziendali, rispetto ai quali il singolo owner avrà la possibilità di incrementarne la riservatezza a seconda delle informazioni riportate. Tale sistema di codifica è indispensabile per la tutela della proprietà intellettuale dell'Impresa – rispetto alla quale si definirà inoltre una specifica policy – in un'ottica anche di crescente sensibilizzazione di ogni dipendente e collaboratore.

3.3 Il valore economico creato

Il 2022 per la Società ha rappresentato un anno di rafforzamento del trend di crescita già registrato nel precedente biennio. In particolare, nell'anno, il valore economico generato pari a Euro 161,94 milioni circa è aumentato del 14% circa rispetto al valore del 2021 (Euro 141,95).

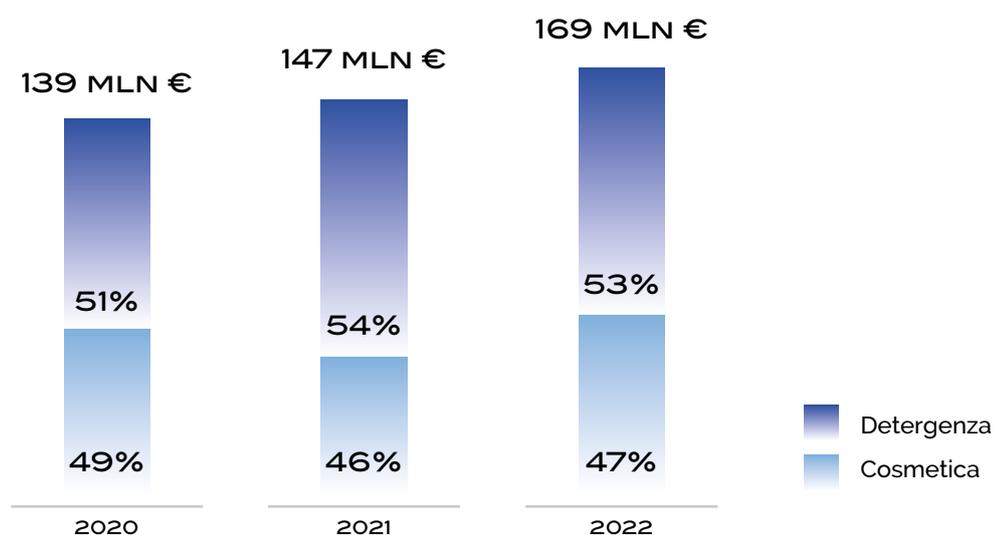
Dal punto di vista della distribuzione geografica delle vendite, il mercato principale di Paglieri è quello italiano (+14% rispetto al dato 2021) che rappresenta circa il 90% del fatturato; la restante quota è invece realizzata attraverso le vendite in Europa e nel resto del mondo. Nello specifico, l'export rappresenta un'importante leva di crescita per Paglieri, che nel 2022 è cresciuto del 20% a valore. Paglieri ha da sempre una forte presenza nel Nord Africa e nei Balcani (c.d. "proximity markets" che identificano il core business della Società); l'obiettivo per il prossimo futuro è di espandere la vendita dei propri marchi anche in nuovi mercati, quali la Polonia e il Medio Oriente. Alcuni clienti sono presenti anche nella regione dell'Asia Orientale e nelle Americhe.

Con riferimento invece ai settori merceologici, si specifica che Paglieri è presente con il proprio marchio storico Felce Azzurra in due macro settori, quello della cosmetica e della detergenza.

In valore lordo, il settore cosmetico e il settore detergenza risultano nell'anno entrambi in crescita e rappresentano rispettivamente circa il 50% del business totale. In termini di unità vendute, entrambi i comparti registrano degli aumenti incrementali, in particolare per quanto riguarda i prodotti di detergenza e cura della casa.

È di seguito presentato il contributo dei macro settori Paglieri.

FATTURATO (%), PER MACRO-SETTORE (FELCE AZZURRA)



Al fine di poter generare un valore che non soltanto sia sostenibile nel lungo periodo ma sia anche correttamente ripartito tra le diverse categorie di stakeholder prioritarie che concorrono alla generazione dello stesso, perseguiamo anche un obiettivo di creazione di valore condiviso a supporto della valorizzazione dei nostri collaboratori diretti, delle evoluzioni e della crescita della catena di fornitura e della creazione di un indotto locale che possa promuovere l'occupazione e lo sviluppo del territorio che ci ospita.

Di seguito è riportata una riclassificazione del Conto Economico aziendale – secondo il principio di competenza⁸ – atta a mettere in evidenza la distribuzione del valore economico generato tra le diverse categorie di stakeholder prioritari per Paglieri.

In particolare, il 95% del valore economico generato nel corso dell'anno in esame è stato distribuito agli stakeholder (quali fornitori, personale, azionisti e finanziatori, Pubblica Amministrazione e comunità locale). La quota restante è invece trattenuta internamente⁹ all'Organizzazione ai fini del suo necessario sviluppo e della garanzia della sua business continuity.

Sul totale del valore economico distribuito, la quota principale (90%) è stata destinata ai fornitori di materie prime e di servizi.

Con riferimento al valore economico distribuito alla Pubblica Amministrazione si specifica che sono ricomprese in tale voce le imposte versate in linea con la giurisdizione italiana cui fa riferimento Paglieri. La tassazione della Società è eseguita in regime di consolidato fiscale e si specifica che Paglieri non è destinataria di agevolazioni fiscali di varia natura. Nel corso del 2022 è stato rivalutato un marchio della Società, operazione per la quale si è adottato un approccio di tipo prudenziale (ovvero, valore di rivalutazione inferiore all'effettivo).

In precedenza, Paglieri S.p.A. controllava una società in Nord America – Paglieri USA – che è stata liquidata nel corso del 2020. Era dunque applicato il regime di Transfer Pricing fintanto che tale controllata era operativa all'interno del Gruppo.

LA CATENA DI FORNITURA DI PAGLIERI

La catena di fornitura di Paglieri presenta un elevato livello di complessità in connessione ai seguenti fattori:

- » la numerosità degli articoli acquistati e dei fornitori cui l'Azienda si rivolge, in relazione alle specificità delle materie prime, comporta un alto grado di frammentazione della catena di fornitura. D'altro canto, l'elevata differenziazione dei fornitori con cui Paglieri collabora ha garantito alla Società, soprattutto nell'ultimo periodo di crisi in conseguenza della pandemia da Covid-19, di limitare a pochi casi l'indisponibilità della materia prima.

⁸ - Il valore degli investimenti per il territorio e le comunità è invece riportato secondo il principio di cassa.

⁹ - Il valore economico trattenuto è calcolato come differenza tra il valore economico totale generato e il valore economico totale distribuito.

- » Per alcune materie prime cruciali, come i profumi, ci rivolgiamo a rinomati fornitori, come le principali case profumiere del settore. Questa solida collaborazione di lunga data permette a Paglieri di mitigare il rischio di indisponibilità delle materie prime.

Per quanto riguarda invece l'acquisto dei servizi, Paglieri, in base alla tecnologia e alla tipologia di prodotti, al know how e ai volumi coinvolti, decide, in fase di progettazione e sviluppo, dove realizzare i suddetti prodotti su linee di produzione interne o presso terzi qualificati in accordo agli standard di volta in volta applicabili (rif. Capitolo 1). In particolare, l'utilizzo di tecnologie speciali (es. Aerosol) e i volumi incrementali in area detergenza rendono necessario il supporto dell'outsourcing per fare fronte allo sviluppo. Si specifica inoltre che i materiali utilizzati dai terzi sono acquistati direttamente da Paglieri e inviati alle ditte cui è affidato l'outsourcing per la successiva lavorazione.

La selezione dei fornitori avviene sulla base di procedure specifiche a seconda della tipologia di fornitura. In particolare, per la fornitura di ingredienti e altri prodotti diretti (ovvero quei materiali che sono contenuti all'interno del prodotto) la prima valutazione è di carattere commerciale. A tale fase segue la qualifica del fornitore attraverso la condivisione, da parte del Sistema Qualità, di un questionario di autovalutazione da completare. È in seguito effettuato un audit presso le strutture del fornitore, anche in presenza della Funzione Acquisti, vengono eseguite delle analisi sulle materie prime e chimiche e richiesto un ordine di test.

Invece, per i fornitori indiretti, ovvero l'acquisto di tutti i materiali che non sono contenuti all'interno del prodotto, vengono parimenti eseguite le fasi di valutazione commerciale e condivisione del questionario di autovalutazione, cui segue la richiesta di invio di tutta la documentazione a supporto della qualifica del fornitore, per valutarne la conformità ai requisiti previsti in ambito sociale (ad esempio, DURC, regolarità contributiva, DUVRI e altra documentazione attinente al personale per le ditte che accedono allo stabilimento di Paglieri).

La gestione della relazione con i fornitori, nonostante la caratterizzante frammentazione della catena di fornitura, è orientata alla costruzione di un rapporto duraturo nel tempo, soprattutto con riferimento alle materie prime specifiche. Paglieri si impegna a garantire inoltre un'adeguata flessibilità delle commesse, dando ai propri fornitori una visibilità di 3 mesi sugli ordini di acquisto.

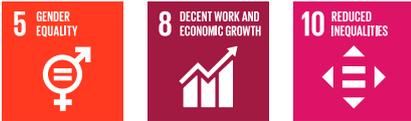
Sul totale della spesa per approvvigionamento del 2022 – pari a Euro 54.375.314 – il 77,4% circa è relativo a forniture provenienti dall'Italia. Il restante 22,6% circa è associato ad approvvigionamenti da fornitori esteri (22,3% circa Europa – esclusa Italia – e 0,2% circa da Paesi al di fuori dell'Unione Europea).

10 - Si specifica infatti che, se previsto un utilizzo di mezzi di sollevamento presso lo stabilimento vengono altresì richieste le specifiche qualifiche dei dipendenti.

4

IMPEGNO SOCIALE
DAL 1807

S. JAVOZ



GRI DI RIFERIMENTO



TEMI MATERIALI TRATTATI

- » Luogo di lavoro accogliente
- » Salute, sicurezza e benessere sul lavoro
- » Attrazione dei talenti, formazione e sviluppo

*In questo capitolo descriviamo le nostre politiche e pratiche per garantire un ambiente di lavoro sicuro, dignitoso nonché inclusivo e per **tutelare i diritti dei lavoratori**. Crediamo fermamente nell'importanza delle persone così come in quella della **comunità locale** in cui operiamo, e per questo ci impegniamo a sostenere i nostri dipendenti e il territorio dal 1807.*

4.1 Valorizzazione e benessere dei collaboratori

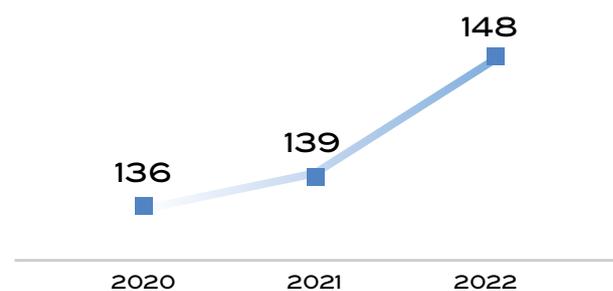
I dipendenti sono la nostra risorsa più preziosa e siamo convinti che il loro impegno e la loro passione siano fondamentali per il successo della nostra realtà. Per questo, ci impegniamo a creare un **ambiente di lavoro inclusivo, rispettoso e stimolante**, in cui ciascuno possa esprimere pienamente il proprio potenziale: apprezziamo le differenze che riteniamo fondamentali per lo sviluppo delle molteplici potenzialità complessive dell'azienda. **Crediamo nel lavoro di squadra e nei rapporti di fiducia interni ed esterni** all'azienda e che il comportamento del singolo sia la chiave per il successo collettivo e reciproco. Questo pensiero cerchiamo di applicarlo anche nei confronti del territorio in cui siamo inseriti, impegnandoci fin dai primi giorni della nostra storica attività ad avere un **impatto positivo sulla comunità locale**, sostenendo progetti e iniziative, in linea con i valori presenti nella nostra Carta dei Valori, che promuovano il benessere sociale ed economico.

Nel 2022, la sola **Paglieri S.p.A¹** conta **148 dipendenti**, in aumento del 6,47% rispetto all'anno precedente, che contava un totale di 139 dipendenti. Di questi, tutti lavorano presso la sede di Alessandria.

La maggior parte del personale presente nella nostra realtà (97% nel 2022) ha un contratto a tempo indeterminato, in crescita rispetto al dato dell'anno precedente, in cui il 93% del totale presentava un contratto a tempo indeterminato. Inoltre, l'89% dei dipendenti ha un contratto full-time, in aumento dell'1% rispetto all'anno precedente (88%).

In generale, è possibile affermare che l'andamento dei contratti full time e part time delle persone di genere femminile presenti nell'organico non hanno subito cambiamenti nell'ultimo biennio, a differenza del numero di contratti a tempo indeterminato delle persone di genere maschile, i quali invece sono aumentati.

EVOLUZIONE DELL'ORGANICO DI PAGLIERI NEL TRIENNIO 2020-2022



97%

TEMPO
INDETERMINATO

3%

TEMPO
DETERMINATO

89%

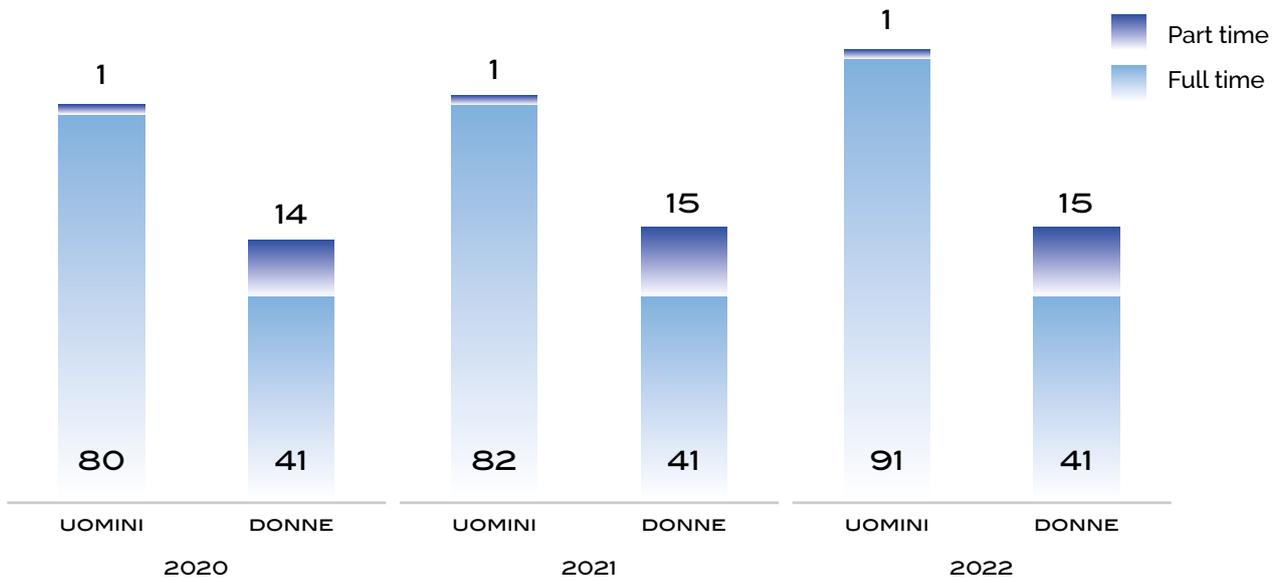
FULL TIME

11%

PART TIME

¹ - Escluse le controllate Selectiva, Agopag SpA e le cooperative.

ANDAMENTO DIPENDENTI PAGLIERI PER TIPOLOGIA DI LAVORO E PER GENERE

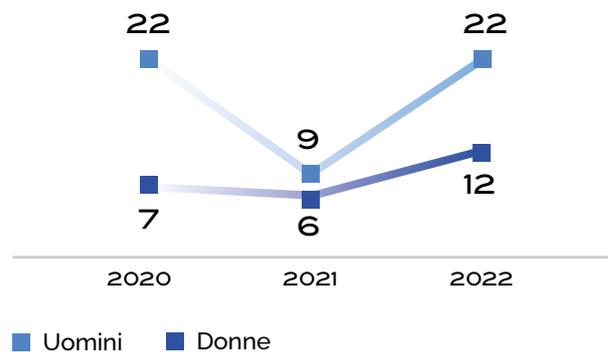


Negli ultimi tre anni, abbiamo registrato un aumento delle assunzioni.

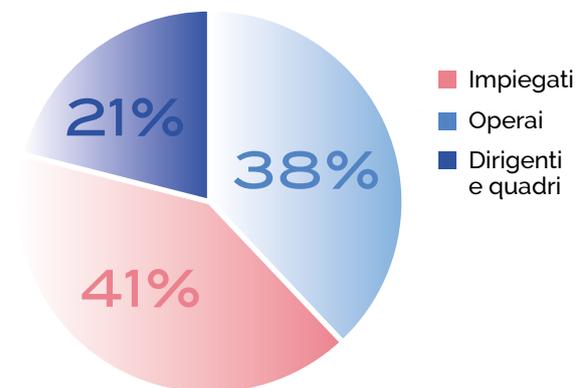
Il totale dei nuovi assunti per il 2022 risulta composto da 22 nuove persone di genere maschile (pari al 64,7% sul totale dei nuovi assunti) e 12 nuove persone di genere femminile (pari al 35,3% sul totale dei nuovi assunti). Nello specifico, nel 2022 si sono verificate un totale di 34 assunzioni e 25 cessazioni, registrando un turnover in entrata del 24% e un turnover in uscita pari al 18%, di cui il 52,0% degli uomini (sul totale delle cessazioni) e il 48,0% delle donne (sul totale delle cassazioni).

I nostri collaboratori si suddividono in tre categorie professionali, dirigenti e quadri, impiegati ed operai, coperti in toto da contrattazione collettiva in accordo con la normativa vigente in materia.

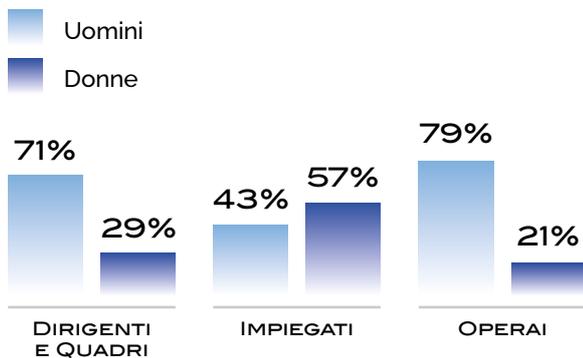
NUOVI ASSUNTI PER GENERE



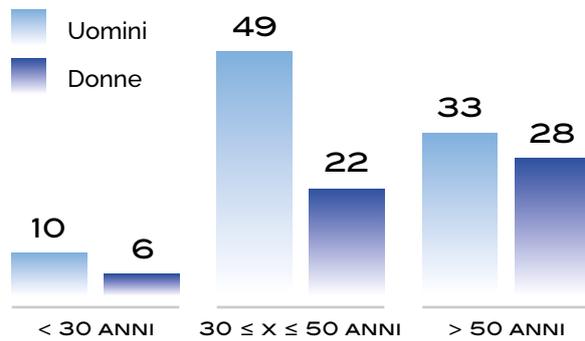
DIPENDENTI COPERTI DA ACCORDI DI CONTRATTAZIONE COLLETTIVA, PER CATEGORIA PROFESSIONALE NEL 2022 (%)



COLLABORATORI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E GENERE (2022)



COLLABORATORI PER FASCIA D'ETÀ E GENERE (2022)



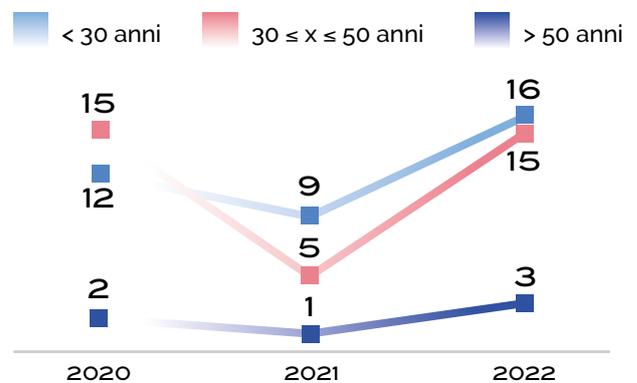
Come si evince dai grafici, nella nostra realtà si manifesta uno squilibrio di genere nella categoria degli operai (pari al 79% uomini e al 21% donne per il 2022); la maggior presenza maschile è prevalentemente dovuta alla storia del settore industriale, in cui le attività produttive sono state tradizionalmente svolte da lavoratori di genere maschile². Tuttavia, l'evoluzione dei processi produttivi e lo sviluppo delle nuove tecnologie hanno giocato un ruolo decisivo nel rendere possibile un maggior impiego di forza lavoro di genere femminile.

Con riferimento ai dati anagrafici, la popolazione aziendale di Paglieri è composta principalmente da persone di età compresa tra i 30 e i 50 anni.

Le nuove assunzioni mostrano un maggior aumento di risorse nella fascia under 30 e in quella tra i 30 e i 50 anni, a testimonianza della scelta strategica di voler investire sui giovani talenti.

Le categorie protette riconosciute come tali dalla legislazione italiana sono tutelate, valorizzate e incluse nella nostra realtà e sono state pari a 7 nel 2022, distribuite prevalentemente nella categoria degli operai (pari a 5 sul totale del 2022).

NUOVI ASSUNTI PER FASCIA D'ETÀ



COLLABORATORI RIENTRANTI NELLE CATEGORIE VULNERABILI PER TIPOLOGIA DI IMPIEGO E GENERE (2022)



² - Secondo i dati Istat, le donne impiegate nel settore industriale italiano sono pari al 13,3% sul totale.

LA NOSTRA STORIA

L'attenzione alle persone è da sempre un valore fondamentale per noi di Paglieri: già negli anni '50 l'azienda introdusse una serie di iniziative lungimiranti mirate a migliorare la qualità della vita dei dipendenti, tra cui l'apertura di asili nido per i figli in tenera età e il prolungamento della pausa pranzo per consentire a tutti di gustare un pranzo in casa propria. Negli anni '60 venne introdotto un bus navetta per facilitare gli spostamenti dei dipendenti e per rispondere in modo efficace al problema delle distanze.

A partire da quest'anno, abbiamo introdotto una figura professionale che ha accompagnato i miglioramenti degli spazi aziendali, tra cui l'inserimento di aeree ludiche, angoli relax e poltrone massaggianti, che i collaboratori possono utilizzare durante le pause per rigenerarsi. È stata anche ristrutturata l'area mensa, integrando parallelamente la figura del nutrizionista, dedicata sia alle singole persone che alla creazione di menù aziendali più sani. Infine, è stato introdotto un servizio di assistenza personale, supportato dalla realtà di Servizi *Maggiordomus*, disponibile alcuni giorni settimanali per risolvere piccoli e grandi problemi della vita quotidiana dei dipendenti. Queste iniziative testimoniano il nostro impegno nella creazione di un ambiente di lavoro inclusivo e rispettoso, in cui i dipendenti possano sentirsi accolti e supportati.

In linea con quanto presentato abbiamo anche sviluppato un sistema di welfare aziendale che offre un'ampia gamma di benefici a tutte le categorie di dipendenti.

Tipologia di benefit	Categorie di dipendenti a cui viene riconosciuto		
	Dirigenti e quadri	Impiegati	Operai
Assicurazione sulla vita	■	■	■
Assistenza sanitaria	■	■	■
Copertura assicurativa in caso di disabilità e invalidità	■	■	■
Contributi pensionistici	■	■	■
Congedo parentale	■	■	■

SALUTE E SICUREZZA

Nel corso dei nostri 200 anni di vita, abbiamo stabilito e continuiamo a perseguire una **politica volta alla qualità, alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro**, tematiche da sempre di priorità assoluta per noi. Nel 2013 abbiamo introdotto il Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza nei luoghi di lavoro (rif. BS OHSAS 18001), successivamente aggiornato alla norma volontaria ISO 45001:2018, la quale copre tutti i lavoratori, sia lato uffici che lato produzione. La decisione aziendale dell'implementazione del Sistema di Gestione Health, Safety & Environment (HSE) è stata supportata dalla volontà di implementare piani di presidio e miglioramento in materia.

La Politica di Gestione sottoscritta dalla Direzione costituisce un quadro di riferimento per la definizione degli obiettivi di Paglieri in materia di qualità, salute e sicurezza sul lavoro, oltre che sulla tutela dell'ambiente e sulla sicurezza e igiene dei prodotti. Con riferimento al tema della salute e sicurezza sul lavoro, con gli impegni assunti, la Direzione Generale si impegna a mantenere attivo e migliorare continuamente il sistema di gestione adottato in conformità alle normative ISO in materia, a migliorare le prestazioni in materia di salute e sicurezza sul lavoro, ad identificare i pericoli e valutare rischi e opportunità relativi ai processi e a fornire condizioni di lavoro sicure e salubri al fine di prevenire infortuni e malattie sia per i propri lavoratori sia per persone di terze parti che svolgono tale attività.

Il Sistema di Gestione Salute e Sicurezza sul Lavoro prevede le seguenti figure responsabili in materia: Addetto Squadra Antincendio (ASA), Primo Soccorso (PS), , Preposto, Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS), Medico Competente (MC), Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) e consulenti esterni, Addetti alla gestione del sistema.



DIALOGO CON IL TERRITORIO

Pur essendo una realtà internazionale, siamo in primis un'azienda alessandrina che costantemente investe e crede nell'**importanza delle persone e della comunità provinciale**. Creare valore e lavoro per il nostro territorio è lo stimolo che ci porta a sostenere realtà locali dalla nostra fondazione. Consideriamo il nostro rapporto con il territorio integrato ma al tempo stesso tacito e non pubblicizzato, crediamo nell'importanza della conoscenza dell'azienda e della sua storia nel territorio in cui è inserita.

Con l'introduzione della nuova governance, nel 2022 abbiamo provveduto a rafforzare i contatti con il contesto che ci circonda attraverso lo sviluppo di progetti ad hoc. Continuiamo ad esempio a sostenere l'**Azienda Ospedaliera di Alessandria**, collaborazione iniziata durante l'emergenza del Covid-19 in cui abbiamo supportato professionisti e i pazienti dell'ospedale nella più viva fase emergenziale. Con quest'operazione siamo stati grati di dimostrare la nostra vicinanza alla comunità locale e mostrare la fiducia che poniamo nei grandi professionisti presenti nella nostra collettività. Grazie all'ultima donazione, l'Azienda Ospedaliera avrà la possibilità di investire ulteriormente in nuove tecnologie e in ricerca al fine di migliorare costantemente la qualità della cura e dei servizi offerti ai pazienti.

Partecipiamo attivamente ad **incontri universitari** per incontrare giovani talenti e raccontare loro la realtà aziendale: grazie a queste iniziative vogliamo investire nelle giovani generazioni e contribuire alla crescita professionale e personale, offrendo loro l'opportunità di lavorare in un ambiente stimolante e inclusivo.

4.2 Formazione e sviluppo dei talenti

Noi di Paglieri, nella ricerca di nuovi talenti, cerchiamo persone con competenze tecniche adeguate alla posizione e con valori in linea con quelli dell'azienda.

Nel contesto provinciale di Alessandria, attrarre persone qualificate è una sfida che affrontiamo costantemente. In particolare, negli ultimi anni abbiamo osservato un aumento delle difficoltà nel trovare lavoratori specializzati, soprattutto nell'area circostante alle nostre sedi. Abbiamo quindi attivato una serie di iniziative volte a mantenere continuo e costante il legame con le università limitrofe, così da rafforzare lo **sviluppo del territorio** in chiave di una rafforzata capacità di **attrarre talenti**.

A tal proposito nell'ultimo anno è stato introdotto un nuovo profumiere che presenta dei titoli in chimica profumiera e ha lavorato nel dipartimento di ricerca e sviluppo in diversi Paesi, quali Cina, Sud Africa, e inoltre in Medio Oriente e Nord America. Si tratta di una professionista che si occupa della creazione delle essenze dei prodotti, avente un ruolo determinante nella nostra value chain. Una scelta per noi strategica è infatti il mantenimento del **reparto di profumeria all'interno dell'azienda**, poiché rappresenta un **know-how consolidato e distintivo** da anni. Il mestiere del profumiere è stato tramandato da generazione in generazione all'interno della nostra famiglia. Tutt'oggi ci teniamo che la formazione continui, infatti anche la nostra settima generazione ha portato avanti gli studi dai maestri profumieri a Parigi, al fine di comprendere a fondo le competenze di un mestiere che miscela antiche arti ed è elemento fondamentale della nostra realtà.

Crediamo nell'**importanza della formazione**, in quanto ci permette di garantire un continuo sviluppo delle competenze dei nostri dipendenti. Nel corso del 2022, abbiamo dedicato circa 2.332 ore di formazione ai nostri dipendenti, per un totale di circa 63.000 euro impiegati, di cui circa 10.200 euro derivante da finanziamenti esterni. Circa il 50% delle ore di formazione sono state erogate a seguito di adempimenti di legge, come ad esempio la formazione per la sicurezza sul lavoro, la formazione per le squadre di emergenza e la formazione per specifiche mansioni (come PLE, corso preposti e RLS). Il restante 50% delle ore è stato erogato come formazione volontaria in diverse aree aziendali, tra cui Risorse Umane, Ricerca e sviluppo, Regolatorio di settore, Lean Manufacturing, nuovi strumenti digitali, CSR e Mobility. In particolare, per quanto riguarda la formazione GMP, abbiamo effettuato una sessione di refresh mirata sulle modalità di sanitizzazione degli impianti produttivi. Per i nuovi accessi abbiamo condiviso le regole di accesso alle aree produttive in ottica GMP. Per quanto concerne la tematica QHSE, abbiamo raccolto dai Responsabili di Funzione molteplici esigenze formative in distinte aree di interesse esplicitate nel Piano di Formazione Annuale approvato per il prossimo anno; anche in area IT e lean manufacturing sono previsti interventi formativi aggiuntivi per il 2023 in ottica di crescita e potenziamento dell'area Operations. In tema di formazione in materia di salute e sicurezza, nel 2022 è stato completato il programma previsto erogando un totale di 906 ore di formazione (per un totale del 39% sul totale delle ore di formazione erogate), sono stati formati cinque ASA, un PS, tre Dirigenti e quattro preposti aggiuntivi.

Ore di formazione			
Formazione	2022	2021	2020
Salute e sicurezza	906	622	570
GMP	17	74	109
Altre sessioni formative	1409	2164	578
Totale	2332	2859	1258





5

ATTENZIONE
ALL'AMBIENTE



GRI DI RIFERIMENTO



TEMI MATERIALI TRATTATI

» Consumo energetico ed efficientamento

*In questo capitolo verranno delineati i nostri processi e le nostre attività aziendali condotte in allineamento con quanto definito dal **Sistema di Gestione Integrato** conforme alle norme UNI EN ISO 9001:2015, UNI ISO 45001:2018 e UNI EN ISO 14001:2015, nonché verranno forniti alcuni dati relativi all'**impronta emissiva** e alla **gestione delle risorse** da parte della nostra realtà.*

5.1 I nostri processi

I processi e le attività aziendali sono condotti in allineamento a quanto definito dal Sistema di Gestione Integrato conforme alle norme UNI EN ISO 9001:2015, UNI ISO 45001:2018 e UNI EN ISO 14001:2015. In particolare, come espresso all'interno della Politica del Sistema di Gestione, l'operato aziendale si ispira al principio di **salvaguardia dell'ambiente** e agli impegni di **miglioramento continuo delle prestazioni in materia ambientale** – così come con riferimento alla salute e sicurezza dei luoghi di lavoro e alla garanzia della qualità dei prodotti – tramite:

- » l'identificazione dei pericoli e la valutazione dei rischi e delle opportunità connessi;
- » la soddisfazione di tutti i requisiti di conformità in materia di tutela ambientale;
- » la prevenzione dell'inquinamento e l'adempimento alle prescrizioni di legge applicabili;
- » la partecipazione attiva e la sensibilizzazione di tutti i dipendenti e collaboratori.

Gli impatti ambientali generati a partire dalle operazioni dirette di Paglieri – su cui si focalizza il presente documento nelle pagine che seguono¹ – o a cui l'Azienda può contribuire indirettamente possono essere sintetizzati nei seguenti aspetti:

IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI

- » Consumi energetici associati alle attività produttive all'interno degli stabilimenti di proprietà dell'Azienda,
- » Consumi di carburante (gasolio) utilizzato per il funzionamento della flotta aziendale,
- » Generazione di emissioni in atmosfera (incluse le emissioni di CO₂ dirette di tipo Scope 1 e indirette di tipo Scope 2),
- » Utilizzo di materiali per la composizione dei prodotti e per il packaging,
- » Prelievi e scarichi idrici,
- » Produzione di rifiuti di tipo pericoloso (principalmente acque di lavaggio) e non pericoloso.

IMPATTI AMBIENTALI INDIRETTI

- » Consumi energetici associati alle attività a monte e a valle della catena del valore di Paglieri e correlate emissioni di CO₂ indirette (di tipo Scope 3), tra cui ad esempio le attività legate alla logistica inbound ed outbound,
- » Utilizzo dei prodotti da parte del cliente,
- » Fine vita dei prodotti.

¹ - Per il dettaglio relativo ai dati quantitativi degli aspetti ambientali trattati nel Capitolo si rimanda agli Allegati di Bilancio, sezione "Approfondimenti".

Si specifica che l'Impresa opera in regime di **Autorizzazione Unica Ambientale** (AUA) rilasciata dalle Autorità competenti² e avente validità fino al 2030, con riferimento alle emissioni in atmosfera³, allo scarico delle acque reflue fuori fognatura⁴ e alla comunicazione o nulla osta dell'impatto acustico⁵.

L'analisi degli aspetti ambientali significativi per Paglieri, in accordo a quanto richiesto dalla certificazione ISO 14001:2015 e al connesso audit di terza parte indipendente, ha permesso di individuare le priorità e le relative azioni da implementarsi al fine di raggiungere un progressivo miglioramento delle performance ambientali dell'Azienda. Tali valutazioni, nate anche dal confronto con le parti interessate interne ed esterne, hanno costituito la base per la definizione di **importanti investimenti per il prossimo futuro**. Tali investimenti si inseriscono nella cornice della nostra Future Vision (rif. Capitolo 2) e rispondono sia alle esigenze di tipo produttivo che alla volontà dell'Azienda di **efficientare i propri consumi diretti** così da poter implementare e monitorare nel tempo il connesso risparmio energetico e introdurre nella produzione **soluzioni e materiali alternativi** che possano avere un **ridotto impatto ambientale**.

Gli investimenti riguarderanno in particolare i reparti produttivi della cosmetica e del soffiaggio⁶.



² - AUA rilasciata dal SUAP del Comune di Alessandria con Determinazione N° 2372 del 15/10/2015; AUA integrata dal SUAP del Comune di Alessandria con Determinazione N° 751 del 26/04/2016; AUA rilasciata, a seguito di richiesta di modifica sostanziale, dal SUAP del Comune di Alessandria con Determinazione N° 1825 del 27/06/2018.

³ - Di cui all'articolo 269 D. Lgs. 152/06 e smi (articolo 3 comma 1 lettera c) Dpr 59/2013).

⁴ - Di cui all'articolo 124 e seguenti D. Lgs. 152/06 e smi (articolo 3.1 lettera a) Dpr 59/2013).

⁵ - Di cui all'art. 8 comma 4 o 6 L. 447/1995 (art 3 comma 1 lettera e) Dpr 59/2013).

⁶ - A seguito dell'acquisizione di Agopag.

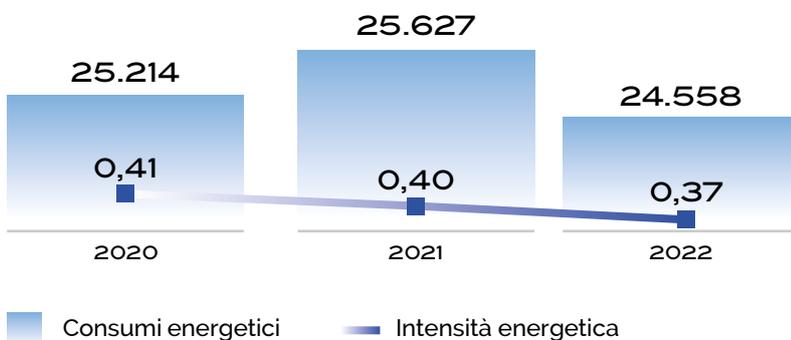
5.2 Impronta emissiva

Con riferimento ai consumi energetici è possibile affermare che le attività industriali non richiedono un dispendio consistente di energia.

Il nostro mix energetico si compone delle seguenti fonti, di cui nel grafico di fianco è rappresentata l'incidenza percentuale sul totale:

- » **energia elettrica** a fini produttivi e di illuminazione dei locali aziendali. Nello specifico, l'energia elettrica è approvvigionata da un consorzio energetico affiliato a Confindustria Alessandria. Per il 2023 è prevista inoltre l'installazione di un impianto fotovoltaico in sede, della potenza di circa 650 kWp che permetterà all'azienda di coprire parte del proprio fabbisogno energetico con l'autoproduzione di energia elettrica rinnovabile;
- » **gas metano** per il riscaldamento dei locali e per il funzionamento del ristorante aziendale, il cui approvvigionamento, a partire dal 2024, sarà anch'esso effettuato tramite consorzio;
- » **carburante** (prevalentemente Gasolio) per il funzionamento delle autovetture di proprietà o controllate dall'organizzazione⁷;
- » **ricariche di F-Gas⁸** (gas refrigeranti ozonolesivi) per gli impianti di condizionamento dei locali aziendali.

CONSUMI ENERGETICI NEL TRIENNIO 2020-2022 (GJ)



⁷ - Si specifica che, nel corso del 2022, è stata implementata una policy relativa alla limitazione delle emissioni per chilometro della flotta aziendale.

⁸ - Nel 2022 di tipo R407A, R407C, R410A.

Nel corso del triennio 2020-2022 si è assistito a una leggera riduzione dei consumi energetici complessivi (in media -1%), registrando nel 2022 un **consumo energetico totale** da fonti non rinnovabili pari a **24.558 GJ** (-4% rispetto al 2021)⁹.

In particolare, nell'anno oggetto di rendicontazione, si registra un aumento dell'11% nel consumo di energia elettrica, a fronte dell'incremento produttivo a cui l'Azienda ha assistito nel corso del 2022, a cui si affianca però una riduzione del 12% nei consumi di gas naturale.

Rapportando i consumi energetici totali del 2022 al valore delle tonnellate complessivamente prodotte nello stabilimento di Alessandria – 65.546 ton nell'anno (+3% rispetto al 2021) – è possibile calcolare l'**intensità energetica** che risulta essere pari a **0,37 GJ/ton**, in riduzione del 7% rispetto al precedente esercizio.

Sulla base dei dati relativi al consumo energetico degli ultimi tre anni abbiamo calcolato il nostro impatto emissivo diretto e indiretto collegato alle operazioni dirette della nostra Impresa. In particolare, tale prima mappatura ha riguardato le seguenti fonti emmissive:

- » le **emissioni dirette di Greenhouse Gas** (GHG) – o CO₂ – generate a partire dai consumi di gas naturale, di carburante per le auto aziendali dell'organizzazione e dalle ricariche degli F-Gas (**Scope 1**);
- » le **emissioni indirette di GHG** risultanti dalla generazione di elettricità acquistata dall'Azienda (**Scope 2**). Tali emissioni sono state calcolate secondo una duplice metodologia: la metodologia "Location based" prende in considerazione l'intensità media delle emissioni di GHG delle reti sulle quali si verifica il consumo di energia, utilizzando dunque un fattore di emissione medio rappresentativo della rete; la metodologia "Market based" tiene conto dell'eventuale scelta di forme di approvvigionamento da fonti rinnovabili certificate, che non generano emissioni di CO₂.

Nel 2022, le **emissioni totali di CO₂** (Scope 1 + Scope 2 Location based) generate dalle attività di Paglieri sono pari a **1.625 ton CO₂eq**, in aumento del 3% rispetto al precedente anno. Tale incremento è trainato in particolar modo da un maggior utilizzo di F-Gas nel corso dell'esercizio corrente con correlate emissioni che risultano complessivamente più che raddoppiate. Anche l'aumento nei consumi di energia elettrica concorre all'incremento complessivo delle emissioni generate da Paglieri nel 2022.

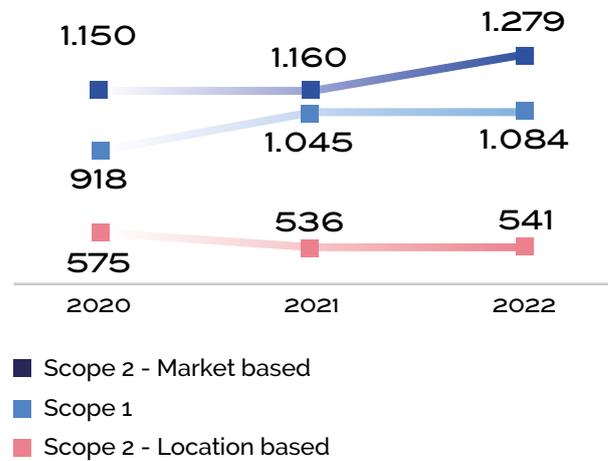
⁹ - Nel triennio la somma del consumo energetico totale è pari ad un mix energetico composto da energia elettrica acquistata e gas naturale. Per maggiori informazioni si veda il GRI 302-1 presente nell'annex.

L'intensità delle emissioni totali di CO₂ (Scope 1 + Scope 2 Location based), calcolata rapportando le tonnellate totali di CO₂eq con le tonnellate complessivamente prodotte dallo stabilimento di Alessandria, si mantiene invece costante nel triennio e pari a **0,01 ton CO₂eq/ton prodotte**.

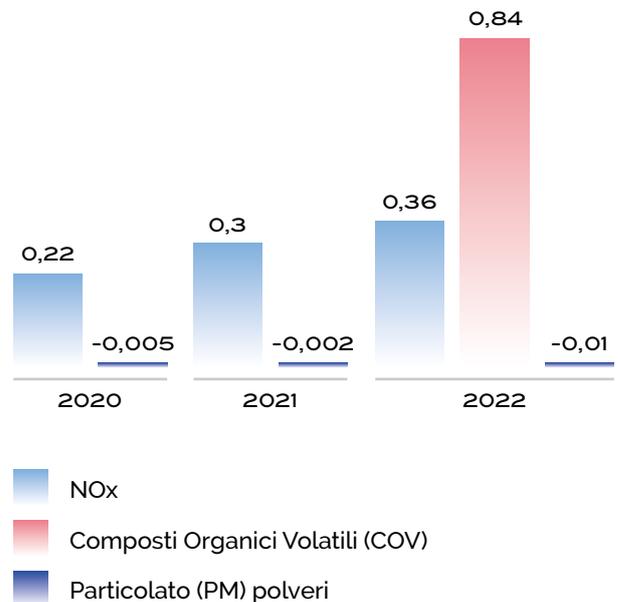
ALTRE EMISSIONI IN ATMOSFERA

Oltre alle emissioni di GHG, le attività produttive determinano la generazione di altre emissioni significative in atmosfera, tra cui le emissioni di NO_x, di COV¹⁰ e di PM¹¹. Il dettaglio relativo al triennio 2020-2022 è riportato nel grafico che segue. Dai dati raccolti emerge in particolare un incremento complessivo nelle quantità generate con riferimento a tutte le fonti emissive. A partire dal 2022, diversamente dal biennio precedente, si sono generate anche emissioni di COV generate dallo stoccaggio della materia prima utilizzata per gli ammorbidenti, il cui monitoraggio viene effettuato ogni tre anni.

EMISSIONI DIRETTE (SCOPE 1) E INDIRETTE (SCOPE 2) DI GHG NEL TRIENNIO 2020-2022 (TON CO₂EQ)



ALTRE EMISSIONI SIGNIFICATIVE GENERATE NEL TRIENNIO 2020-2022 (KG)



¹⁰ - Composti Organici Volatili.

¹¹ - Particolato (polveri).

5.3 Gestione delle risorse

MATERIALI UTILIZZATI

I materiali acquistati e adoperati da Paglieri nell'ambito dei processi produttivi o di altre attività aziendali sono riconducibili alle seguenti tre macro-categorie:

- » **prodotti e componenti semilavorati**, principalmente costituiti da tensioattivi e profumi,
- » **materiali per gli imballaggi** in carta/cartone, in plastica e altro (Flaconi, scatole e tappi),
- » **materiali di ufficio** (Carta e toner stampanti).

Il seguente grafico fornisce una rappresentazione in percentuale del totale dei materiali utilizzati durante l'anno in esame, suddivisi in base alla loro tipologia.

MATERIALI UTILIZZATI PER PESO (%) NEL 2022



CONSUMI IDRICI

Per Paglieri la risorsa idrica rappresenta un elemento di base fondamentale nell'intera gamma di prodotti. Infatti, la maggior parte dei consumi idrici aziendali è diretto all'utilizzo nei prodotti, come componente (solvente) degli stessi.

In particolare, con riferimento alla produzione delle linee della cosmetica e detergenza, l'acqua è trattata attraverso processi chimico-fisici atti a garantirne una costante qualità e purezza micro-biologica ed assicurarne dunque la conformità in termini di composizione chimica e parametri chimico-fisici e organolettici.

La restante quota dei consumi idrici aziendali è destinata al consumo di tipo civile, come riserva idrica per l'impianto antincendio di spegnimento e come fluido di raffreddamento per alcuni impianti.

Infine, l'acqua utilizzata per la produzione dei detersivi e/o dei cosmetici viene utilizzata anche per le operazioni di pulizia tramite sistemi di *Cleaning in place* (CIP).

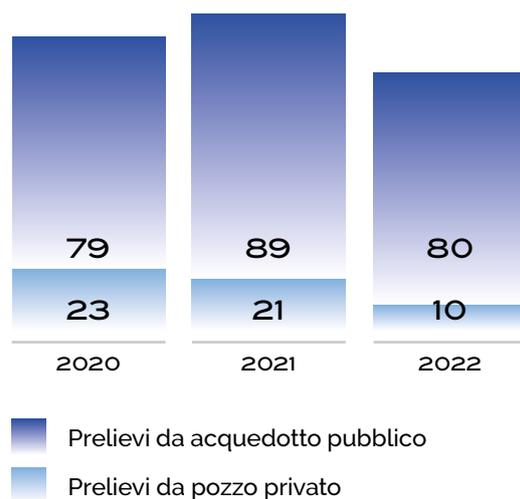
La risorsa idrica è approvvigionata da due principali fonti, a cui attingiamo in base alla tipologia di destinazione d'uso dell'acqua:

- >> **da acquedotto pubblico**, per l'acqua necessaria per il consumo di tipo civile e per la produzione;
- >> **da pozzo privato**¹², per l'acqua necessaria al raffreddamento degli impianti di produzione, alla riserva idrica antincendio (costituita da 3 vasche) e per gli scarichi di alcuni servizi igienici.

Nello specifico, l'acqua prelevata da acquedotto è misurata tramite 4 contatori che permettono di effettuare un rilievo dei volumi di acqua prelevati con cadenza bimestrale; nel caso dell'acqua emunta da pozzo, invece, la misurazione avviene con periodicità trimestrale, tramite un contatore installato sull'impianto di emungimento. Sulla base delle analisi effettuate nel corso degli anni su campioni di acqua prelevata dal pozzo è stato possibile valutare la qualità delle acque sotterranee e comprovarne la compatibilità con le acque finalizzate al consumo umano.

Nel corso del triennio oggetto di rendicontazione i prelievi idrici della Società hanno seguito un trend in oscillazione, in allineamento alle esigenze produttive dei diversi esercizi e alle altre attività che richiedono l'utilizzo di acqua. In particolare, nel 2022 i **prelievi idrici totali** dello stabilimento di Alessandria¹³ sono pari a **89,8 megalitri** (ML) e si attestano in diminuzione del 18% rispetto al 2021. Tale decremento è in particolare dovuto a una riduzione del 54% nell'acqua prelevata dal pozzo privato nel corso dell'anno in esame rispetto al precedente esercizio a seguito della chiusura temporanea.

PRELIEVI IDRICI NEL TRIENNIO 2020-2022 (ML), IN AREA A STRESS IDRICO



¹² - La Società è titolare di una concessione per l'emungimento di acqua da pozzo privato. Si specifica inoltre che il pozzo in oggetto è stato ricondizionato nel 2015, in ottemperanza a quanto previsto dall'Allegato D del Decreto del Presidente della Giunta Regionale 5 marzo 2001, n. 4/R - Regolamento regionale.

¹³ - Si specifica che la zona di Alessandria è considerata una zona a stress idrico medio alto (20-40%), sulla base delle valutazioni effettuate tramite il database dell'Aqueduct Water Risk Atlas del World Resources Institute.

Con riferimento invece agli **scarichi idrici**, si specifica che lo stabilimento di Alessandria dispone di una **rete fognaria interna** così strutturata:

- » una **rete delle acque bianche e di raffreddamento** delle macchine di produzione, convogliate in 4 fosse di decantazione e raffreddamento e una fossa di decantazione;
- » una **rete delle acque nere** provenienti dai servizi igienici, trattate in fosse Imhoff e, successivamente, convogliate in 4 fosse di decantazione e una fossa di pompaggio;
- » un **sistema di pompaggio dalle fosse di decantazione** per il convogliamento congiunto delle acque bianche e delle acque nere nelle 4 fosse di decantazione finale e nella fossa di pompaggio;
- » un **sistema di pompaggio dalle fosse di decantazione finale** allo scarico nella Roggia Bolla (Rio Lovassina), in conformità all'autorizzazione dell'AUA, all'autorizzazione idraulica rilasciata dalla Regione Piemonte¹⁴ e alla concessione demaniale¹⁵. Al termine delle fosse di decantazione finale è inoltre ubicato il pozzetto per la raccolta dei prelievi di controllo dei reflui in uscita, prima dell'immissione nel corpo ricettore;
- » un sistema di versamento per caduta delle acque scaricate nella Roggia Bolla.

Le caratteristiche delle acque scaricate vengono verificate con frequenza quadrimestrale, come da prescrizione AUA e risultano compatibili con i limiti previsti dalla normativa vigente¹⁶.

Per ciò che riguarda nello specifico le acque di lavaggio – ad oggi smaltite tramite ditta terza – sono in corso attività di studio di sistemi di recupero delle stesse, che potranno realizzarsi tramite, ad esempio, l'installazione di impianti a ciclo chiuso e di un impianto di depurazione interno per il riutilizzo della risorsa in altri impieghi aziendali.

È inoltre prevista per il 2023-2024 una ristrutturazione della suddetta rete fognaria interna con la finalità di ottenere un allaccio alla fognatura pubblica costruita in prossimità dello stabilimento, in allineamento alle prescrizioni dell'AUA.

¹⁴ - DD 2325 del 23/09/2011, per lo scarico delle acque reflue nella Roggia Bolla.

¹⁵ - Concessione per scarico acque reflue industriali e civili in sponda sinistra della Roggia Bolla.

¹⁶ - Tabella 3 dell'Allegato V alla Parte III del D. Lgs. 152/06.

RIFIUTI

I rifiuti prodotti dalle attività aziendali riguardano principalmente rifiuti di tipo pericoloso e in parte minoritaria rifiuti di tipo non pericoloso, che possono essere classificati nelle seguenti tipologie:

- » **acque di lavaggio** dei reparti cosmesi e detergenza, che rappresentano la principale quota dei rifiuti prodotti con conseguente maggiore impatto economico per l'Azienda;
- » **rifiuti di laboratorio** (ovvero, rifiuti chimici);
- » **imballaggi di plastica** (film estensibile), carta e legno (pallet) che vengono smaltiti tramite apposito consorzio;
- » **scarti/residui di produzione** (del reparto cosmesi, con riferimento al prodotto emulsionato che potrebbe generarsi nel passaggio tra il reparto chimico e il reparto degli imballaggi).

Saltuariamente vengono prodotte anche altre tipologie di rifiuti, quali rottami ferrosi, apparecchiature fuori uso, filtri, batterie, RAEE, ecc.

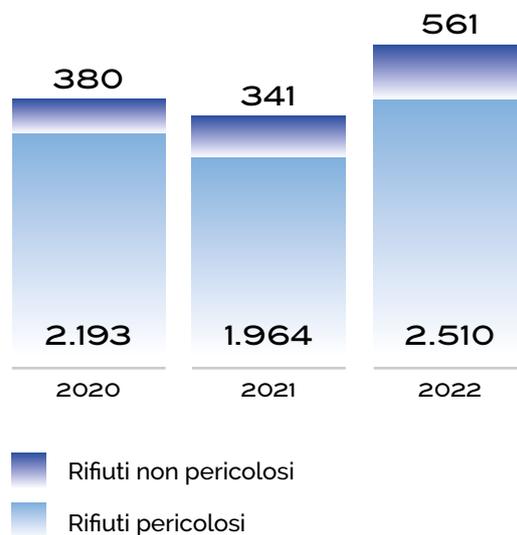
La produzione dei rifiuti è gestita dalla Società in regime di "deposito temporaneo" con criterio temporale¹⁷. Lo smaltimento o il recupero dei rifiuti è effettuato per il tramite di ditte specializzate secondo le modalità e le tempistiche previste dalla normativa vigente.

Invece, per quanto riguarda i rifiuti assimilabili agli urbani, Paglieri segue un regime di raccolta differenziata avvalendosi del servizio di raccolta pubblico, secondo le modalità stabilite dal regolamento dell'ente deputato al ritiro.

Nel 2022, su un totale di 3.071,26 tonnellate di rifiuti prodotti (+33% rispetto al 2021), l'82% è di tipo pericoloso, categoria all'interno della quale le acque di lavaggio costituiscono il 90% dei rifiuti prodotti.

Il nostro obiettivo è quello di implementare una gestione sempre più attenta in termini di distinzione e segregazione dei rifiuti prodotti al fine di poter inviare una maggior quantità di rifiuti a riciclo. A tale impegno si è accompagnato lo svolgimento di un'analisi attenta della raccolta del rifiuto nelle strette vicinanze in cui lo stesso è prodotto con l'obiettivo di assicurarne una gestione più corretta e sensibilizzare in maniera attiva i lavoratori coinvolti.

RIFIUTI PRODOTTI NEL TRIENNIO 2020-2022, PER TIPOLOGIA (TON)



¹⁷ - Ovvero con cadenza almeno trimestrale, indipendentemente dalle quantità in deposito.



.05
AMBIENTE

.06
QUALITÀ
E INNOVAZIONE

.07
ALLEGATI

6



IL PROFUMO
DELLA QUALITÀ E
DELL'INNOVAZIONE



GRI DI RIFERIMENTO

GRI 3-3

GRI 416-1

GRI 416-2

GRI 417-1

GRI 417-2

GRI 417-3

TEMI MATERIALI TRATTATI

- » Ricerca e sviluppo
- » Sostanze chimiche pericolose
- » Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore
- » Trasparenza ed etichettatura

*Nel seguente capitolo vengono delineati i nostri costanti progressi in materia di **qualità, ricerca e sviluppo** e l'evoluzione comunicativa avvenuta dalla fondazione ad oggi.*

6.1 Qualità, Ricerca e Sviluppo

INGREDIENTI E FORMULAZIONI

Nei prodotti del marchio **Felce Azzurra Bio** abbiamo creato una **nuova formulazione a base di tensioattivi di origine naturale**, estratti derivanti da agricoltura biologica e profumi 100% naturali estratti senza l'uso di solventi chimici. Le formule sono dermatologicamente testate.

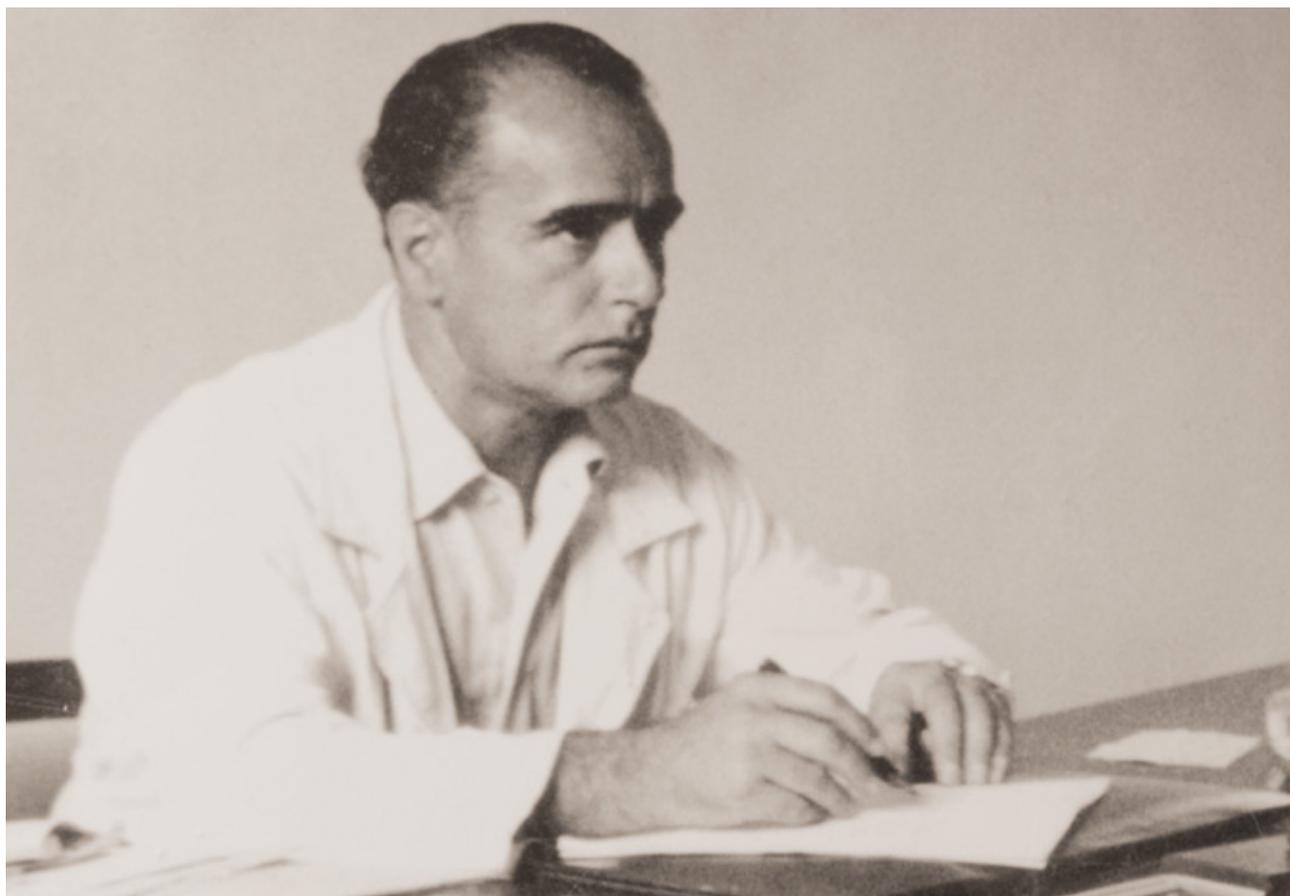
Grazie agli investimenti continui in materia di Innovazione e Sviluppo, il nostro marchio principale Felce Azzurra è stato in grado di espandersi oltre il settore della cura del corpo, portando il benessere multisensoriale derivante dall'olfatto anche alla pulizia e profumazione della casa e alla cura dei capi. La qualità degli ingredienti e delle fragranze dei prodotti Felce Azzurra è garantita grazie da un approccio all'avanguardia in tema di **Ricerca e Sviluppo**, condotti da un dipartimento dedicato presente all'interno dell'azienda. Siamo infatti la sola azienda nel settore in Italia ad ospitare un Laboratorio di Profumeria interno e nel 1996 siamo stati tra i primi nel settore in Italia ad ottenere la **Certificazione ISO 9001**. Oggi, presentiamo e manteniamo un Sistema di Certificazione della Qualità conforme alla norma **UNI EN ISO 9001:2015**. Pertanto, tutti i nostri prodotti sono sottoposti a rigorosi controlli di qualità, con analisi chimico-fisiche e microbiologiche eseguite sulle materie prime e sui prodotti finiti, garantendo così la massima sicurezza per i clienti.

Siamo impegnati ad assicurare ai nostri clienti prodotti sicuri e conformi alle normative. Per questo, puntiamo sempre al massimo livello di qualità dei prodotti lungo tutta la catena del valore. Dalla fase di sviluppo e progettazione, alla selezione degli ingredienti e delle profumazioni, alla produzione e ai test sui prodotti finiti, adottiamo controlli rigorosi che rispettano gli standard internazionali e regolamenti interni ancora più stringenti. Infatti, tutti i prodotti cosmetici vengono sottoposti alla valutazione di sicurezza e tutti i prodotti per la cura della casa vengono valutati secondo le regolamentazioni vigenti, quali REACH¹, CLP², Reg. Detergenti 648/2004³.

1 - Il REACH, ufficialmente regolamento (CE) n. 1907/2006, è un regolamento dell'Unione europea, del 18 dicembre 2006, concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche (Registration, Evaluation, Authorisation and restriction of Chemicals, da cui l'acronimo REACH).

2 - Il regolamento CLP (Classification, Labelling and Packaging), ufficialmente regolamento (CE) n. 1272/2008, è un regolamento dell'Unione europea sulla classificazione, l'etichettatura e l'imballaggio delle sostanze chimiche. Il regolamento si basa sul sistema mondiale armonizzato di classificazione ed etichettatura delle sostanze chimiche (GHS) delle Nazioni Unite e ha lo scopo di garantire un elevato livello di protezione della salute e dell'ambiente, nonché la libera circolazione di sostanze, miscele e articoli.

3 - Il regolamento stabilisce norme comuni per consentire a detersivi e tensioattivi di essere venduti e impiegati in tutta l'Unione europea, fornendo al contempo un elevato grado di protezione per l'ambiente e la salute umana.



Siamo orgogliosi di come si è evoluta la nostra vocazione imprenditoriale nel corso di questi lunghi duecento anni di storia, dall'essere un piccolo laboratorio artigianale di profumeria siamo diventati prima un'officina di produzione ed infine un'azienda industriale leader nel settore del benessere. Nella nostra sede produttiva abbiamo linee di confezionamento completamente automatizzate e ad alta produttività (circa 9000/12000 pezzi all'ora), una produzione bulk continuativa con software dedicato e controlli chimico-fisici in linea. Il magazzino per i prodotti finiti è informatizzato con radiofrequenza e copre un'area di oltre 10000 mq di superficie, garantendo un approvvigionamento costante dei punti vendita in cui i nostri prodotti Paglieri sono presenti sullo spazio scaffale.

In tema di innovazione, nel 2018 siamo stati l'azienda più innovativa premiata alla fiera SMAU di Milano per un nuovo impianto integrato che ha permesso di concentrare a Spinetta la produzione integrata degli ammorbidenti Felce Azzurra e Mon Amour.

Nel corso del 2022, in allineamento al biennio precedente, non si sono verificati casi di non conformità riguardanti gli impatti sulla salute e la sicurezza dei clienti connessi all'utilizzo dei prodotti di Paglieri.

6.2 Pubblicità e comunicazione

I prodotti del marchio **Felce Azzurra** non solo portano con sé la bellezza e l'arte dei corpi che li utilizzano, ma vengono anche associati ad immagini evocative capaci di far sognare il consumatore. Gli affascinanti ritratti delle dive hollywoodiane e le illustrazioni di Gino Boccasile, artista e pubblicitario che ha colto il senso profondo del brand, sono solo alcuni esempi di come il marchio Felce Azzurra abbia saputo cogliere l'importanza dell'immagine di marca.

Grazie alla lungimiranza del fondatore Lodovico Paglieri, Felce Azzurra ha avuto la sua prima apparizione televisiva con il Carosello, un momento molto atteso dalle famiglie degli anni '60 che si riunivano davanti allo schermo per condividere momenti di spensieratezza. Dagli anni '60 agli anni 2000, l'azienda è stata in grado di rinnovare costantemente la propria immagine di marca, mantenendo sempre il racconto in chiave benessere, passando da volti simbolo come Alberto Lupo, Ornella Vanoni e Loredana Bertè a spot più recenti che continuano a raccontare la storia della marca.

In particolare, il Talco Felce Azzurra, presentato al pubblico televisivo dal Quartetto Cetra negli anni '60, è diventato un vero e proprio mito, simbolo di una cura del corpo che sa coccolare la pelle con delicatezza, diventando un must-have per le famiglie italiane. Da allora, l'azienda ha continuato a rimanere fedele alle sue radici, mantenendo sempre il suo impegno per la cura del corpo e del benessere.

Consideriamo la creazione di un **legame solido, diretto e di fiducia con la clientela** un elemento essenziale per il successo del nostro operato. Oltre a valorizzare strategicamente il nostro brand, riteniamo di grande valore la possibilità che la nostra organizzazione ha nel sensibilizzare il consumatore verso un uso consapevole dei nostri prodotti. Siamo infatti consapevoli che un eccessivo uso degli stessi genera impatti ambientali rilevanti, in particolar modo sull'utilizzo di acqua ad essi correlato. Con specifico riferimento alle linee dei prodotti connessi alla cura del corpo (come i bagnoschiuma), ad esempio con il marchio Saponello, abbiamo di conseguenza realizzato un progetto per sensibilizzare i bambini all'utilizzo responsabile dell'acqua.



7



ALLEGATI DI BILANCIO



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità di Paglieri S.p.A. per l'annualità 2022 rappresenta il primo documento di rendicontazione degli impatti non finanziari dell'Azienda.

Le informazioni contenute nel documento, sia di carattere qualitativo che quantitativo, coprono il periodo compreso tra il 1° gennaio 2022 e il 31 dicembre 2022, in linea con quanto presentato nel Bilancio civile. Per consentire una valutazione dell'andamento delle performance di sostenibilità nel tempo, sono presentati anche i dati comparativi relativi al biennio precedente (anno 2020 e 2021).

Il perimetro di rendicontazione riguarda Paglieri S.p.A. escluse le controllate Selectiva, Agopag S.p.A. e le cooperative.

Il documento è una pubblicazione volontaria in quanto Paglieri S.p.A. non rientra nel novero dei soggetti tenuti all'applicazione del D. Lgs. 254/2016. Tale rendicontazione verrà pubblicata su base annuale.

Il presente documento è stato predisposto in ottemperanza agli Standard Internazionali di rendicontazione non finanziaria emessi dalla Global Reporting Initiative (GRI), nella versione 2021 entrata in vigore il 1 gennaio 2023, secondo l'opzione "With reference to". Questo approccio è stato adottato per favorire una migliore comprensione delle attività legate alla sostenibilità e all'impatto generato, consentendo al contempo di condividere con gli stakeholder i progressi raggiunti.

Maggiori informazioni in merito alla copertura dei GRI Standard e dei relativi indicatori sono fornite nella sezione dedicata al GRI Content Index, strumento che riepiloga tutti gli Standard e i relativi indicatori trattati all'interno del Bilancio di Sostenibilità.

In accordo con quanto definito dal GRI 1 – Foundation, la definizione dei contenuti e la qualità delle informazioni rendicontate rispetta i principi di Accuratezza, Equilibrio, Chiarezza, Comparabilità, Completezza, Contesto di sostenibilità, Tempestività e Verificabilità.

Coerentemente con lo standard GRI 3: Temi materiali 2021, ai fini dello svolgimento dell'analisi di materialità per identificare le questioni rilevanti, è stata esaminata la documentazione interna esistente e il contesto circostante al fine di individuare i principali megatrend legati alla sostenibilità nel settore di competenza della Società. In quest'ottica, sono stati presi in considerazione riferimenti normativi, quadri internazionali di sostenibilità, media, articoli giornalistici, dati statistici forniti da associazioni di settore e prospettive di peer e competitor. L'analisi ha permesso di identificare ventiquattro tematiche prioritarie per il contesto di riferimento suddivise nelle aree ambientali, sociali ed economiche/di governance.

Successivamente, è stato sottoposto un questionario al Top management per valutare l'effettivo livello di rilevanza delle tematiche individuate. Sono stati coinvolti 12 Dirigenti – tra cui i CEO Debora Paglieri, Fabio Rossello e Lodovico Paglieri, il Presidente non esecutivo Aldo Paglieri e la Board director Ginevra Paglieri - rappresentanti delle diverse funzioni aziendali, ai quali è stato chiesto di fornire due valutazioni, la prima rappresentativa del punto di vista aziendale, la seconda del punto di vista degli stakeholder. La matrice di materialità è stata successivamente validata dagli Amministratori Delegati della Società, i quali hanno confermato la rilevanza strategica di quattordici temi materiali.

Si specifica che ai fini del calcolo degli indicatori ambientali si è fatto riferimento ai "Greenhouse gas reporting: conversion factors" forniti da DEFRA (Department for Environment Food & Rural Affairs del Regno Unito) per gli anni 2022, 2021 e 2020.

Il presente bilancio di sostenibilità è stato redatto con l'assistenza tecnico-metodologica di Message S.p.A.

GRI CONTENT INDEX

La tabella che segue offre un'indicazione degli indicatori GRI utilizzati per la redazione del primo Bilancio di Sostenibilità 2022 di Paglieri. Sono riportati gli indicatori allineati alle versioni più recenti dei GRI Standards, in particolare: GRI Standards Universal 2021, GRI Standards Topic Specific 2016, GRI Standards Topic Specific 2018 (Acqua e scarichi idrici; Salute e sicurezza sul lavoro), GRI Standards Topic Specific 2019 (Imposte), GRI Standards Topic Specific 2020 (Rifiuti). Per ogni standard e singoli indicatori vengono riportate le indicazioni di capitolo in cui vengono trattati. Eventuali omissioni, e relative giustificazioni, sono spiegate a latere.

Tabella - GRI Content Index			
GRI standard*	Disclosure	Capitolo di riferimento	Commenti/Omissioni
Informativa Generale – GRI 2			
	2-1 Dettagli organizzativi	Cap. 1	
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Nota metodologica	
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Nota metodologica	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 1.1 e 3.3	
	2-7 Dipendenti	Cap. 4.1 e annex	
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Cap. 4.1 e annex	
	2-9 Struttura e composizione della governance	Cap. 3.1 e annex	
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Cap. 3.1 e annex	
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Cap. 3.1 e annex	
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Cap. 3.1 e annex	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Lettera agli stakeholder	

* Per un approfondimento e descrizione dei GRI Standard in esame, si rimanda al seguente link <https://www.globalreporting.org/standards/gri-standards-translations/gri-standards-italian-translations-download-center/>

Tabella - GRI Content Index			
GRI standard*	Disclosure	Capitolo di riferimento	Commenti/Omissioni
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti		<i>A luglio 2022 è stato effettuato un audit ISO 14001 dal quale sono state rivelate due non conformità: 1 NC per sversamento durante l'operazione di trasferimento reflui sul piazzale; 1 NC durante le operazioni di cambio prodotto.</i>
	2-28 Appartenenza ad associazioni		
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 2.3	
	2-30 Contratti collettivi	Cap. 4.1 e annex	
Temi materiali – GRI 3			
	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Cap. 2.2	
	3-2 Elenco di temi materiali	Cap. 2.2	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 2.2	
Temi materiali			
Tema materiale: Evoluzioni della catena di fornitura			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3	
GRI 204 - Prassi di approvvigionamento 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	Cap. 3.3 e annex	
Tema materiale: Etica del business			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap.3	
GRI 205 - Anticorruzione 2016	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		<i>Nel corso del triennio non si sono verificati episodi di corruzione.</i>
Tema materiale: Rapporti di business			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap.3	
GRI 206 - Comportamento anticompetitivo 2016	206-1 Azioni legali relative a Comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche		<i>Nel corso del triennio non si sono verificati episodi di comportamento anticompetitivo, attività di trust e prassi monopolistiche.</i>
Tema materiale: Tassazione			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3	
GRI 207 - Tasse 2019	207-1 Approccio alla fiscalità	Cap. 3.3 e annex	
	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	Cap. 3.3 e annex	
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	Cap. 3.3 e annex	

Tabella - GRI Content Index

GRI standard*	Disclosure	Capitolo di riferimento	Commenti/Omissioni
Tema materiale: Consumo energetico ed efficientamento			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5	
GRI 302 - Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 5.1	
	302-3 Intensità energetica	Cap. 5.1	
GRI 305 - Emissioni 2016	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Cap. 5.1	
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 5.1	
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Cap. 5.1	
	305-7 Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative	Cap. 5.1	
Tema materiale: Sostanze chimiche pericolose			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5.2	
GRI 303 - Acqua ed effluenti 2018	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	Cap. 5.2	
Tema materiale: Attrazione dei talenti, formazione e sviluppo			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4	
GRI 401 - Occupazione 2016	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Cap. 4.1 e annex	
Tema materiale: Salute, sicurezza e benessere sul lavoro			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4	
GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4.1	
	403-9 Infortuni sul lavoro		<i>Nel corso del triennio non sono avvenuti infortuni sul lavoro tra i dipendenti.</i>
	403-10: Malattie professionali		<i>Nel corso del triennio non si sono verificate malattie professionali tra i dipendenti</i>
GRI 401 - Occupazione 2016	401-2 Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Cap. 4.1 e annex	
Tema materiale: Luogo di lavoro accogliente			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3 e 4	
GRI 405 - Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Cap 3, 4.1 e Annex	
Tema materiale: Sicurezza dei prodotti e salute del consumatore			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 6	
GRI 416 - Salute e sicurezza dei clienti 2016	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza per categorie di prodotto e servizi		<i>Nel corso del triennio non sono stati individuati casi di non conformità.</i>
	416-2 Episodi di non conformità riguardanti impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi		

Tabella - GRI Content Index			
GRI standard*	Disclosure	Capitolo di riferimento	Commenti/Omissioni
Tema materiale: Trasparenza ed etichettatura			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 6	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-1 Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi		<i>Il 100% dei prodotti significativi di Paglieri sono trattati o valutati per accertarne la conformità rispetto ai requisiti previsti in materia di informazioni ed etichettatura.</i>
	417-2 Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		<i>Nel triennio 2020-2022 non sono stati rilevati casi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi di Paglieri.</i>
	417-3 Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		<i>Nel triennio 2020-2022 non sono stati rilevati casi di non conformità riguardanti le comunicazioni di marketing di Paglieri.</i>
Tema materiale: Data privacy e Cybersecurity			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3	
Tema materiale: Ricerca e sviluppo			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 6	
Tema materiale: Made in Italy			
Temi materiali – GRI 3	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 1	
Altri temi (temi non materiali)			
Topic: Performance economica			
GRI 201 - Performance economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	Cap. 3.3	
Topic: Materiali			
GRI 301 - Materiali 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Cap. 5.2	
Topic: Acqua			
GRI 303 - Acqua ed effluenti 2018	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	Cap. 5.2	
	303-3 Prelievo idrico	Cap. 5.2	
Topic: Rifiuti			
GRI 306 - Rifiuti 2020	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	Cap. 5.2	
	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	Cap. 5.2	
	306-3 Rifiuti prodotti	Cap. 5.2	

ANNEX

Capitolo 3 - Nel segno di una Governance responsabile

Membri del massimo organo di governo					
Nome e cognome	Ruolo esecutivo o non esecutivo	Numero di ciascuna altra posizione ricoperta e impegni significativi individuali e la natura di tali impegni	Genere	Appartenenza a gruppi sociali sottorappresentati (ad esempio, minoranze sociali, categorie vulnerabili, ma anche coloro che risultano sottorappresentati in termini di diverso percorso formativo o lavorativo)	Competenze riguardanti i temi economici, ambientali e sociali
Debora Paglieri	Esecutivo	Gruppo Paglieri	F	nessuna	Strategia CSR
Fabio Rossello	Esecutivo	Gruppo Paglieri	M	nessuna	Strategia CSR
Ginevra Rossello Paglieri	Non esecutivo	Gruppo Paglieri	F	nessuna	Strategia CSR
Lodovico Paglieri	Esecutivo	Gruppo Paglieri	M	nessuna	-
Aldo Paglieri	Non esecutivo	-	M	nessuna	-

GRI 2-9 Struttura e composizione della governance

Comitati	
Denominazione del comitato	Responsabilità per temi economici, ambientali e sociali
Steering Committee CSR/comitato di sostenibilità	Responsabilità di definire la strategia CSR per l'azienda, la sua implementazione e la rendicontazione

GRI 2-9 Struttura e composizione della governance

Membri dei Comitati					
Nome e cognome	Ruolo esecutivo o non esecutivo	Numero di ciascuna altra posizione ricoperta e impegni significativi individuali e la natura di tali impegni	Genere	Appartenenza a gruppi sociali sottorappresentati	Competenze riguardanti i temi economici, ambientali e sociali
Debora Paglieri	Esecutivo	Gruppo Paglieri	F	no	Strategia CSR
Fabio Rossello	Esecutivo	Gruppo Paglieri	M	no	Strategia CSR
Ginevra Rossello Paglieri	Non esecutivo	Gruppo Paglieri	F	no	Strategia CSR
Daniele Del Fiol	Non esecutivo	CSR	M	no	-
Direttore Generale	Esecutivo	Direzione Generale	M	-	-

GRI 2-9 Struttura e composizione della governance

Valore economico generato, distribuito e trattenuto (in Euro)	2022	2021	2020
Ricavi netti	160.336.355	141.009.260	130.350.299
Altri ricavi operativi	1.603.178	942.249	1.058.315
Proventi finanziari	331	441	21.146
Valore economico generato	161.939.864	141.951.950	131.429.760
Costi per materie prime e materiali di consumo	58.783.437	44.994.267	38.995.583
Costi per servizi	79.666.452	71.111.530	67.000.824
Valore economico distribuito ai fornitori	138.449.889	116.105.797	105.996.407
Costo del personale	9.362.053	9.273.219	8.958.862
Valore economico distribuito al personale	9.362.053	9.273.219	8.958.862
Distribuzione dei dividendi	3.564.000	2.100.000	3.000.000
Oneri finanziari	111.330	42.897	101.170
Valore economico distribuito ad azionisti e finanziatori	3.675.330	2.142.897	3.101.170
Imposte sul reddito	1.664.174	2.167.963	2.202.328
Altri costi operativi			
Valore economico distribuito alla Pubblica Amministrazione	1.664.174	2.167.963	2.202.328
Investimenti per il territorio e le comunità	5000	54.581	100000
Valore economico distribuito alla comunità locale	5000	54.581	100000
Valore economico distribuito	153.156.446	129.744.457	120.358.767
Valore economico trattenuto¹	8.783.418	12.207.493	11.070.993
GRI 201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito			

¹ - Calcolato come differenza tra il valore economico totale generato e il valore economico totale distribuito

Spese verso fornitori di beni e servizi, per area geografica	2022	2021	2020
Italia	42.107.611,50 €	46.555.710,73 €	60.484.653,87 €
Altri Paesi UE	12.150.900,43 €	15.095.712,13 €	16.947.294,90 €
Paesi Extra-UE (Asia)	115.698,36 €	194.872,94 €	156.473,07 €
Paesi Extra-UE (Medio Oriente)	- €	- €	19.494,00 €
Paesi Extra-UE (USA)	1.103,28 €	15.179,02 €	1.148,81 €
Totale	54.375.314 €	61.861.475 €	77.609.065 €

GRI 204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali

Membri del CdA, per fascia d'età e genere	2022		2021		2020	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
< 30 anni	-	1	-	1	-	1
30 ≤ x ≤ 50 anni	-	-	-	-	-	-
> 50 anni	4	2	4	2	3	1
Totale membri CdA	4	3	4	3	3	2

GRI 405-1: Diversità nel massimo organo di governo

Capitolo 4 - Impegno sociale, dal 1807

	2022	2021	2020
Tempo indeterminato	143	129	131
di cui uomini	88	77	76
di cui donne	55	52	55
Tempo determinato	5	10	5
di cui uomini	4	6	5
di cui donne	1	4	0
Totale	148	139	136
Full time	132	123	121
di cui uomini	91	82	80
di cui donne	41	41	41
Part time	16	16	15
di cui uomini	1	1	1
di cui donne	15	15	14
Totale	148	139	136
GRI 2-7 Dipendenti			

Nuovi assunti per età e genere	2022	2021	2020
<30 anni	16	9	12
di cui uomini	8	4	7
di cui donne	8	5	5
30 ≤ x ≤ 50 anni	15	5	15
di cui uomini	12	4	13
di cui donne	3	1	2
>50 anni	3	1	2
di cui uomini	2	1	2
di cui donne	1	0	0
Totale nuovi assunti	34	15	29
Turnover in entrata[1]	24%	11%	-
GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover	1	1	1

	2022	2021	2020
Stage	3	3	5
di cui uomini	2	0	2
di cui donne	1	3	3
Interinale	6	10	14
di cui uomini	3	7	12
di cui donne	3	3	2
Agenti rappresentanti	6	6	6
di cui uomini	3	3	3
di cui donne	3	3	3
Totale	15	19	25

GRI 2-8 Lavoratori non dipendenti

	2022	2021	2020
Dirigenti e Quadri	21%	21%	21%
Impiegati	41%	44%	44%
Operai	38%	35%	35%
% dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva	100%	100%	100%

GRI 2-30 Contratti collettivi

Cessazioni, per età e genere	2022	2021	2020
<30 anni	10	3	4
di cui uomini	3	2	1
di cui donne	7	1	3
30 ≤ x ≤ 50 anni	10	4	3
di cui uomini	8	3	2
di cui donne	2	1	1
>50 anni	5	5	12
di cui uomini	2	2	6
di cui donne	3	3	6
Totale cessazioni	25	12	19
Turnover in uscita[1]	18%	9%	-
GRI 401-1 Nuove assunzioni e turnover	1	1	1

	2022	2021	2020
Dirigenti e Quadri	31	29	29
<30 anni	0	0	0
di cui uomini	0	0	0
di cui donne	0	0	0
30 ≤ x ≤ 50 anni	15	15	17
di cui uomini	11	11	11
di cui donne	4	4	6
>50 anni	16	14	12
di cui uomini	11	9	9
di cui donne	5	5	3
Impiegati	61	61	60
<30 anni	8	6	6
di cui uomini	2	1	3
di cui donne	6	5	3
30 ≤ x ≤ 50 anni	32	36	35
di cui uomini	15	18	17
di cui donne	17	18	18
>50 anni	21	19	19
di cui uomini	9	9	10
di cui donne	12	10	9
Operai	56	49	47
<30 anni	8	7	3
di cui uomini	8	6	3
di cui donne	0	1	0
30 ≤ x ≤ 50 anni	24	18	16
di cui uomini	23	17	15
di cui donne	1	1	1
>50 anni	24	24	28
di cui uomini	13	12	13
di cui donne	11	12	15
Totale	148	139	136

GRI 405-1 Diversità nell'organo di governo e tra i dipendenti

Categorie vulnerabili	2022	2021	2020
Dirigenti e Quadri	0	0	0
di cui uomini	0	0	0
di cui donne	0	0	0
Impiegati	2	2	2
di cui uomini	0	0	0
di cui donne	2	2	2
Operai	5	4	4
di cui uomini	4	3	3
di cui donne	1	1	1
Totale	7	6	6

GRI 405-1 Diversità nell'organo di governo e tra i dipendenti

Capitolo 5 - Attenzione all'ambiente

Materiali utilizzati (kg)	2022	2021	2020
Non rinnovabili			
Prodotti e componenti Semilavorati (Tensioattivi, profumi etc)	12028,92	11603,57	11074,77
Carta e Cartone	2852,00	2760,00	2495,00
Plastica	5217,42	5231,03	4900,00
Totale	20098,33	19594,59	18469,77
GRI 301-1: Materiali utilizzati per peso o volume			

Consumi energetici, per tipologia di fonte (GJ)	2022	2021	2020
Energia elettrica acquistata	10.075	9.096	8.881
di cui da fonti rinnovabili	-	-	-
Energia elettrica autoprodotta	-	-	-
Gas naturale	14.482	16.531	16.333
Carburante	-	-	-
Consumi energetici totali	24.558	25.627	25.214
di cui da fonti rinnovabili	-	-	-
Intensità energetica (GJ totali/tonnellate prodotte)	0,37	0,40	0,41
GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione			
GRI 302-3: Intensità energetica			

Prelievi idrici (ML)	2022	2021	2020
In aree a stress idrico	89,8	109,7	102,2
da acque sotterranee (pozzo privato)	9,6	21	23,4
da risorse idriche di terze parti (acquedotto pubblico)	80,3	88,7	78,8
GRI 303-3: Prelievi idrici			

Emissioni dirette e indirette di CO2 (ton CO2eq)	2022	2021	2020
Emissioni dirette CO2 (Scope 1)	1.084	1.045	918
da gas naturale	814	929	918
da carburante	-	-	-
da F-Gas	269	116	-
di cui R407A	5	-	-
di cui R407C	27	12	-
di cui R410A	238	104	-
Intensità emissiva (Scope 1) (ton CO2eq/tonnellate prodotte)	0,02	0,02	0,01
Emissioni indirette CO2 (Scope 2)			
da Energia elettrica - Location based	541	536	575
Intensità emissiva (Scope 2 - Location based) (ton CO2eq/tonnellate prodotte)	0,01	0,01	0,01
da Energia elettrica - Market based	1.279	1.160	1.150
Intensità emissiva (Scope 2 - Market based) (ton CO2eq/tonnellate prodotte)	0,02	0,02	0,02
Emissioni totali di CO2 (Scope 1 + Scope 2 - Location based)	1.625	1.581	1.494
Intensità emissiva totale (Scope 1 + Scope 2 - Location based) (ton CO2eq/tonnellate prodotte)	0,02	0,02	0,02
Emissioni totali di CO2 (Scope 1 + Scope 2 - Market based)	2.363	2.204	2.068
Intensità emissiva totale (Scope 1 + Scope 2 - Market based) (ton CO2eq/tonnellate prodotte)	0,04	0,03	0,03

GRI 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1)

GRI 305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)

GRI 305-4: Intensità delle emissioni di GHG

Altre emissioni in atmosfera (kg)	2022	2021	2020
NOx	0,36	0,3	0,22
Composti Organici Volatili (COV)	0,84	-	-
Particolato (PM) polveri	0,01	0,002	0,005

GRI 305-7: Ossidi di azoto (NOX), ossidi di zolfo (SOX) e altre emissioni significative

Rifiuti prodotti, per tipologia (ton)	2022	2021	2020
Rifiuti pericolosi	2.510,44	1.963,98	2.193,08
Soluzioni acquose di lavaggio e acque madri	2.269,56	1.863,43	2.050,61
Scarti di olio minerale per motori, ingranaggi e lubrificazione, non clorurati	0,02	0,04	0,05
Altre emulsioni	0,12	-	-
Imballaggi contaminati da sostanze pericolose	99,89	81,33	88,24
Rifiuti organici, contenenti sostanze pericolose	140,57	18,39	49,16
Rifiuti che devono essere raccolti e smaltiti applicando precauzioni particolari per evitare infezioni	0,23	0,19	0,15
Tubi fluorescenti ed altri rifiuti contenenti mercurio	0,05	-	-
Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi (2) diversi da quelli di cui alle voci 16 02 09 e 16 02 12	-	0,6	4,87
Rifiuti non pericolosi	560,82	340,61	379,56
Fanghi prodotti dal trattamento in loco degli effluenti, diversi da quelli di cui alla voce 07 06 11	0,12	0,16	0,08
Toner per stampa esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 08 03 17	0,07	0,08	0,15
Imballaggi in carta e cartone	131,14	121,36	110,2
Imballaggi in plastica	110,08	106,54	110,22
Imballaggi in legno	83,2	94,6	141,02
Imballaggi in materiali misti	11,97	11	0,31
Componenti rimossi da apparecchiature fuori uso, diversi da quelli di cui alla voce 16 02 15	1,33	-	-
Rifiuti inorganici diversi da quelli di cui alla voce 16 03 03	3,12	0,7	0,82
Rifiuti organici, diversi da quelli di cui alla voce 16 03 05	184,76	-	-
Ferro e acciaio	32,14	4,19	8,30
Rifiuti ingombranti	2,89	-	1,42
Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16.02.09 a 16.02.13	-	1,56	-
Rifiuti solidi prodotti di processi di filtrazione e vaglio primari	-	0,42	0,62
Metallo	-	-	6,42
Rifiuti totali	3.071,26	2.304,59	2.572,64
GRI 306-3: Rifiuti prodotti			



Paglieri
ESSENZA AUTENTICA

WWW.PAGLIERI.COM