



# BIALETTI

---

DICHIARAZIONE CONSOLIDATA  
NON FINANZIARIA  
2023



## INDICE

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| LETTERA AGLI STAKEHOLDER                                    | 3   |
| GLOSSARIO                                                   | 4   |
| IL NOSTRO VIAGGIO VERSO LA SOSTENIBILITÀ                    | 8   |
| IL GRUPPO BIALETTI                                          | 9   |
| Il Gruppo                                                   | 9   |
| La nostra storia                                            | 10  |
| Il nostro Modello di business e la creazione di valore      | 11  |
| La <i>Governance</i> del Gruppo                             | 15  |
| La Tassonomia per un impegno ambientale sempre più concreto | 24  |
| L'ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ                             | 34  |
| Il processo di analisi di doppia materialità                | 34  |
| Temi materiali                                              | 35  |
| Impatti                                                     | 37  |
| Rischi e opportunità                                        | 43  |
| SOSTENIBILITÀ ECONOMICA                                     | 47  |
| <i>Performance</i> economica finanziaria                    | 47  |
| Sistema di remunerazione                                    | 48  |
| Trasparenza fiscale                                         | 50  |
| IL NOSTRO RUOLO NELLA LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO        | 51  |
| Il nostro impegno per la tutela dell'ambiente               | 51  |
| Le nostre <i>performance</i>                                | 52  |
| IL VALORE DELLE PERSONE                                     | 66  |
| L'impegno per le nostre persone                             | 66  |
| Le nostre <i>performance</i> interne                        | 67  |
| Rispetto dei diritti umani                                  | 80  |
| Le comunità locali                                          | 82  |
| LA CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE                          | 84  |
| La nostra filiera                                           | 84  |
| La valutazione dei fornitori                                | 85  |
| L'ATTENZIONE AL CLIENTE                                     | 87  |
| Cura e responsabilità verso i clienti                       | 87  |
| Brand <i>marketing</i> e riservatezza dei dati              | 91  |
| NOTA METODOLOGICA                                           | 96  |
| GRI CONTENT INDEX                                           | 99  |
| CONTATTI                                                    | 104 |
| ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ                                  | 105 |

# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Cari *Stakeholder*,

la storia di Bialetti è una storia italiana, lunga più di un secolo, fatta di intuizioni e incontri vincenti, di creatività, di sguardo al futuro e passione per il caffè.

Come il caffè rappresenta un “rituale unico”, così anche la presente Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria - che anche quest’anno desideriamo condividere con Voi - evidenzia la ritualità del nostro impegno verso la sostenibilità, la responsabilità sociale d’impresa e i nostri progressi nell’integrare considerazioni ambientali e sociali nelle nostre vite quotidiane.

Nel corso del 2023, è stato ampliato e revisionato il nostro Codice Etico di Gruppo, cuore pulsante che definisce i valori e i principi fondamentali di condotta per Bialetti. Il nuovo Codice Etico è un impegno concreto, una bussola che orienta le nostre azioni. Basato su rispetto e sostenibilità, questo manifesto ci guida verso un futuro responsabile e consapevole. È un passo avanti che ci rende fieri e ci unisce come comunità Bialetti.



Sempre nel corso dell’anno appena concluso, si sono potuti apprezzare i primi risultati di una gestione strategica della sostenibilità all’interno del Gruppo: riteniamo che le sfide ESG siano ormai parte integrante della nostra strategia aziendale e ci impegniamo attivamente a generare impatti positivi e a collaborare in *partnership* con tutti Voi.

Siamo pertanto fieri di aver costituito il primo Comitato ESG del Gruppo, volto a garantire l’impegno della Società per uno sviluppo sostenibile lungo l’intera catena di valore. Il Comitato ESG ricoprirà un ruolo cruciale per il raggiungimento degli obiettivi fissati all’interno del Piano di Sostenibilità 2024 – 2026, con uno sguardo anche ai *Sustainable Development Goals (SDGs)* fissati dall’ONU nell’Agenda 2030. Particolare attenzione sarà dedicata alla riduzione dell’impronta carbonica, al benessere dei Nostri lavoratori, nonché ai temi di Diversità, Equità e Inclusione. La diversità è la nostra forza. I chicchi di caffè hanno tutti forme diverse, ma insieme creano un aroma unico. Allo stesso modo, ogni persona ha una storia, una prospettiva, un talento. Valorizziamo le differenze, creiamo spazi in cui ognuno possa sentirsi parte di questa grande famiglia. La diversità ci arricchisce, ci rende più creativi, più aperti al mondo.

In conclusione, cari *Stakeholder*, vi ringraziamo per essere parte di questa avventura. Continueremo a lavorare con passione, responsabilità e con la caratteristica che più di tutte identifica Bialetti: la determinazione.

Francesco Ranzoni

Presidente del Consiglio di Amministrazione

Bialetti Industrie S.p.A.

## GLOSSARIO

|                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Assemblea dei soci</b> <i>ovvero</i> <b>Assemblea</b>                                                     | L'Assemblea dei Soci di Bialetti Industrie S.p.A., organo sovrano in quanto competente a decidere i supremi atti di governo del Gruppo.                                                                                               |
| <b>Bialetti</b> <i>ovvero</i> <b>Bialetti Industrie</b> <i>ovvero</i> <b>Società</b>                         | Bialetti Industrie S.p.A., con sede legale in Coccaglio (BS), Via Fogliano n. 1.                                                                                                                                                      |
| <b>Bialetti CEM</b>                                                                                          | Cem-Bialetti Ev ve Mutfak Eşyaları Sanayi ve Ticaret A.Ş., con sede legale a Yaylacık, Halılağa sk in Turchia, il cui stabilimento è stato ceduto nel 2022.                                                                           |
| <b>Bialetti Holding</b>                                                                                      | Bialetti Holding S.r.l., società unipersonale, con sede legale in Coccaglio (BS), Via Fogliano n. 1.                                                                                                                                  |
| <b>Bialetti Investimenti</b>                                                                                 | Bialetti Investimenti S.p.A., con sede legale in Coccaglio (BS), Via Fogliano n. 1.                                                                                                                                                   |
| <b>Bialetti Romania</b>                                                                                      | Bialetti Stainless Steel S.r.l., con sede legale in Plopeni, Comune di Plopeni n. 4 DJ102 in Romania.                                                                                                                                 |
| <b>Bialetti Store</b>                                                                                        | Bialetti Store S.r.l., Società commerciale del Gruppo, con sede legale in Coccaglio (BS), Via Fogliano n.1.                                                                                                                           |
| <b>Codice Etico</b>                                                                                          | Il Codice Etico della Società approvato dal Consiglio di Amministrazione, nella sua ultima edizione, nella riunione del 9 novembre 2023.                                                                                              |
| <b>Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate</b> <b>Comitato Controllo e Rischi e OPC</b> | Il Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate della Società, competente in materia di controllo interno e gestione del rischio e operazioni con parti correlate ai sensi del Regolamento OPC e della Procedura OPC. |
| <b>Comitato Esecutivo</b>                                                                                    | Il Comitato Esecutivo della Società, competente per l'implementazione delle decisioni strategiche in ottemperanza alle disposizioni contenute nel Nuovo Patto Parasociale e nello Statuto.                                            |
| <b>Comitato ESG</b>                                                                                          | Il Comitato ESG della Società, titolare di funzioni istruttorie, consultive e propositive nei confronti del Consiglio di Amministrazione in materia di sostenibilità.                                                                 |
| <b>Comitato Nomine e Remunerazioni</b>                                                                       | Il Comitato Nomine e Remunerazioni della Società, competente in materia di remunerazione e nomine.                                                                                                                                    |
| <b>Comitato Whistleblowing</b>                                                                               | Il Comitato Whistleblowing della Società, responsabile della gestione e supervisione del processo di segnalazione di presunti reati o irregolarità nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato.                           |
| <b>Consiglio di Amministrazione</b>                                                                          | Il Consiglio di Amministrazione della Società.                                                                                                                                                                                        |

|                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Corporate Sustainability Reporting Directive</b> <i>ovvero</i> <b>CSRD</b> | Direttiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 14 dicembre 2022 che modifica il regolamento (UE) n. 537/2014, la direttiva 2004/109/CE, la direttiva 2006/43/CE e la direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la rendicontazione societaria di sostenibilità.                                                                           |
| <b>Decreto legislativo n. 231/2001</b> <i>ovvero</i> <b>Decreto</b>           | Decreto legislativo 08/06/2001 n. 231 recante la disciplina della responsabilità degli enti per gli illeciti amministrativi dipendenti da reato.                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Decreto legislativo n. 254/2016</b>                                        | Decreto Legislativo, in attuazione della Direttiva 2014/95/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, recante modifica alla direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni. |
| <b>Dichiarazione</b>                                                          | Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario per l'anno 2023 del Gruppo Bialetti.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Direttiva 2013/34 UE</b>                                                   | Direttiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 26 giugno 2013, relativa ai bilanci d'esercizio, ai bilanci consolidati e alle relative relazioni di talune tipologie di imprese, recante modifica della direttiva 2006/43/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e abrogazione delle direttive 78/660/CEE e 83/349/CEE del Consiglio.    |
| <b>Direttiva 2014/95 UE</b> <i>ovvero</i> <b>NFRD</b>                         | Direttiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio del 22 ottobre 2014, recante modifica della direttiva 2013/34/UE per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni.                                         |
| <b>Enterprise Resource Planning</b> , <i>ovvero</i> <b>ERP</b>                | Software di gestione aziendale per la logistica e la produzione.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>GDO</b>                                                                    | Grande Distribuzione Organizzata.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>GDS</b>                                                                    | Grande Distribuzione Specializzata.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>General Data Protection Regulation</b> <i>ovvero</i> <b>GDPR</b>           | Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE.                                                                                          |
| <b>Gruppo Bialetti</b> <i>ovvero</i> <b>Gruppo</b>                            | Bialetti e le società da essa controllate ai sensi dell'art. 2359, comma 1, n. 1, del Codice Civile e collegate ai sensi dell'art. 2359, comma 3, del Codice Civile, che rientrano nel suo perimetro di consolidamento.                                                                                                                                      |

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Internal Audit</b>                                   | Attività di consulenza aziendale volta a verificarne le procedure, nonché l'efficacia e l'efficienza del sistema di controllo interno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Key Performance Indicators <i>ovvero</i> KPI</b>     | Indicatori chiave di performance, volti a misurare l'efficacia con cui il Gruppo sta raggiungendo i propri obiettivi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Manufacturing Execution System <i>ovvero</i> MES</b> | Software, sistema informatico avanzato ed integrato di gestione della produzione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo</b>  | Sistema di gestione aziendale che ha come obiettivo quello di individuare tutte le procedure operative che vengono elaborate dall'azienda al fine ridurre al minimo il rischio di reati a vantaggio o interesse della Società stessa. Entrambe le società italiane del Gruppo dispongono di un proprio Modello.                                                                                                                                              |
| <b>Net Promoter Score <i>ovvero</i> NPS</b>             | Indicatore utilizzato per la valutazione della soddisfazione del cliente, misurato nei Bialetti Store.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Nuovo Accordo di Ristrutturazione</b>                | l'accordo di ristrutturazione dei debiti ex art. 182-bis Legge Fallimentare sottoscritto in data 19 luglio 2021 tra, inter alios, la Società, la società di investimenti Ristretto, Moka Bean S.r.l., Illimity Bank S.p.A. e AMCO – Asset Management Company S.p.A., in sostituzione dell'Accordo di Ristrutturazione sottoscritto in data 27 febbraio 2019.                                                                                                 |
| <b>Organismo di Vigilanza</b>                           | Soggetto responsabile di vigilare sulla responsabilità degli enti per i reati commessi nell'interesse o a vantaggio di quest'ultimi. Organismo previsto dal d.lgs. n. 231/01.                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Piano di Audit Triennale</b>                         | Programmazione triennale delle verifiche aziendali, definendo gli obiettivi, la frequenza e le metodologie dell'audit. Piano approvato in sede di Consiglio di Amministrazione, con parere favorevole del Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate, sentiti il Collegio Sindacale e l'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi di durata triennale ed elaborato dall'Internal Audit nel 2023. |
| <b>Piano ESG</b>                                        | Piano strategico di sostenibilità triennale 2024 - 2026, in cui sono riportati gli obiettivi strategici e operativi, che integrano la sostenibilità nella strategia aziendale, in un orizzonte temporale di breve e medio termine.                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Politica DEI</b>                                     | Indica la politica "Diversità, Equità e Inclusione" di Bialetti, adottata dal Consiglio di Amministrazione del 22 febbraio 2024.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Regolamento delegato (UE) 2021/2139                                                      | Regolamento Delegato (UE) 2021/2139 della Commissione del 4 giugno 2021 che integra il regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio, fissando i criteri di vaglio tecnico che consentono di determinare a quali condizioni si possa considerare che un'attività economica contribuisce in modo sostanziale alla mitigazione dei cambiamenti climatici o all'adattamento ai cambiamenti climatici e se non arreca un danno significativo a nessun altro obiettivo ambientale. |
| Regolamento delegato (UE) 2021/2178                                                      | Regolamento Delegato (UE) 2021/2178 della Commissione del 6 luglio 2021 che integra il regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio, precisando il contenuto e la presentazione delle informazioni che le imprese soggette all'articolo 19 <i>bis</i> o all'articolo 29 <i>bis</i> della direttiva 2013/34/UE devono comunicare in merito alle attività economiche ecosostenibili e specificando la metodologia per conformarsi a tale obbligo di informativa.               |
| Regolamento Tassonomia Europea<br>ovvero Regolamento (UE) 2020/852<br>ovvero Regolamento | Regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 18 giugno 2020 relativo all'istituzione di un quadro che favorisca gli investimenti sostenibili e recante modifica del regolamento (UE) 2019/2088.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione<br>ovvero RSPP                        | Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione ossia la figura giuridica prevista dall'ordinamento giuridico italiano inerente la sicurezza sul lavoro e responsabile di coordinare il servizio di prevenzione e protezione dai rischi.                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Stakeholder                                                                              | <i>“Individuo o gruppo che ha un interesse sul quale le attività dell'azienda hanno o potrebbero avere un impatto”</i> come indicato dallo standard GRI modificato il 1° gennaio 2023.                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Standard GRI                                                                             | Gli Standard Globali per la rendicontazione di sostenibilità, sviluppati dal Global Reporting Initiative.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

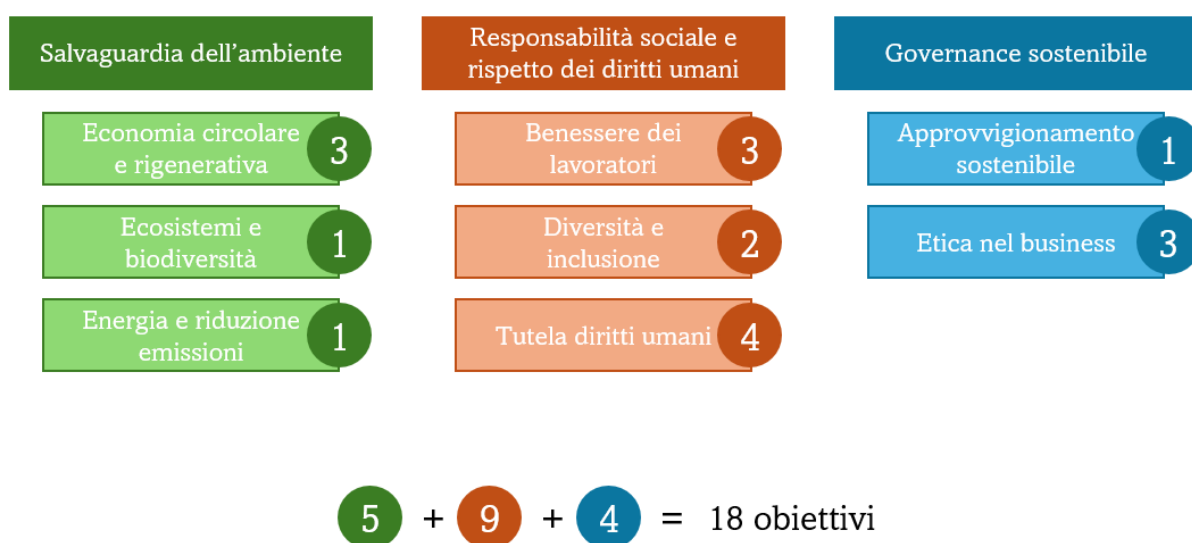
## IL NOSTRO VIAGGIO VERSO LA SOSTENIBILITÀ

Nel corso dell'Esercizio, la Società ha voluto dare sempre maggiore concretezza al suo impegno, predisponendo il suo primo Piano ESG, con l'obiettivo ambizioso di dare un contributo concreto per migliorare sempre più le proprie attività, i settori industriali lungo la propria catena del valore e la vita dei propri clienti.

Questo impegno si declina nell'insieme delle azioni strategiche e operative volte a integrare la sostenibilità nella strategia aziendale, in un orizzonte temporale di breve e medio termine. Il Piano ESG concentra la sua attenzione sui fornitori, sulle *partnership* aziendali, sull'innovazione del prodotto, sull'efficientamento energetico in ottica di decarbonizzazione nonché su una migliore gestione dei rifiuti. La componente sociale si traduce nell'impegno per la tutela esplicita dei diritti umani, per il benessere e per l'inclusione dei lavoratori in azienda.

Il Piano ESG interviene sia a livello strategico che a livello operativo, individuando 8 impegni trasversali, volti ad integrare la sostenibilità nel governo dell'impresa complessivo, e 3 **ambiti di azione** che rispecchiano le tre componenti della sostenibilità: Salvaguardia dell'ambiente (*Environmental*), Responsabilità sociale (*Social*) e rispetto dei diritti umani e *Governance* sostenibile (*Governance*).

Questi tre ambiti si declinano, pertanto, in 8 **target**, a ciascuno dei quali sono ricondotti alcuni **obiettivi operativi** – per un totale complessivo di **18** – con i relativi KPI, che permettono di monitorare i progressi nel raggiungimento degli obiettivi.



Con lo scopo di rendere quanto più realizzabile e concreto il raggiungimento di questi obiettivi, Bialetti ha nominato, nello stesso anno, il proprio **Comitato ESG**, ossia un organismo *ad hoc*, a cui è stata delegata la supervisione, il monitoraggio e la divulgazione di tutte le tematiche funzionali al perseguimento di una crescita sostenibile per il Gruppo. Pertanto, il Comitato ESG ha avuto anche il compito di esaminare il Piano di Sostenibilità nella sua interezza e monitorerà l'avanzamento e le modalità di attuazione degli obiettivi e dei relativi progetti.

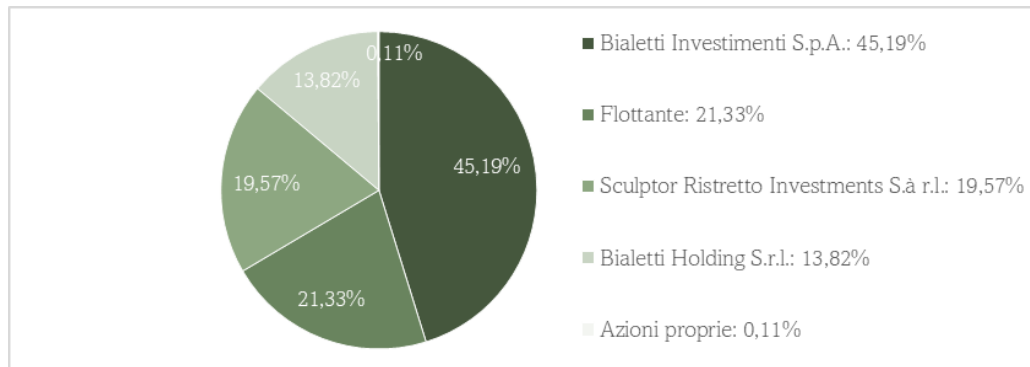
Alla data di approvazione della Dichiarazione, il Consiglio di Amministrazione ha approvato, previo parere favorevole del Comitato ESG, l'attuale Piano ESG, per il quale è previsto un aggiornamento su base annuale.

# IL GRUPPO BIALETTI

## Il Gruppo

Il Gruppo, con sede principale a Coccaglio (BS), si distingue come *leader* italiano nel settore dell'*houseware* e rappresenta uno dei principali operatori nei mercati internazionali. Il Gruppo è presente in cinque continenti e opera in oltre 90 paesi nel mondo, contando due principali stabilimenti produttivi in Italia e in Romania.

La Società, capogruppo, è una Società per Azioni quotata sul mercato Euronext Milan e la sua compagine sociale risulta così suddivisa:



## Marchi e prodotti

Il marchio Bialletti è l'emblema globale dell'autentica tradizione italiana del caffè. Un'icona di innovazione e stile che ha le sue radici nella geniale intuizione di Alfonso Bialletti, che nel 1933 dà vita alla Moka *Express*, la quale ha rivoluzionato il modo di preparare il caffè a casa. L'eredità di Alfonso è stata portata avanti da Renato Bialletti, che ha trasformato il modesto inizio in un'icona del *design* "*Made in Italy*". Oggi, la Moka Bialletti continua ad essere amata e utilizzata da milioni di persone in tutto il mondo, mantenendo una posizione di rilievo come una delle icone del *design* italiano.

La Società opera nel settore della produzione, commercializzazione - all'ingrosso e al dettaglio - di prodotti casalinghi, caffettiere, caffè e, in via accessoria, altri prodotti alimentari.

Fino al primo semestre 2023, ovvero fino alla cessione del marchio Aeternum formalizzata il 20 luglio 2023, la Società si occupava anche della commercializzazione di strumenti da cottura e accessori per cucina.

I prodotti Bialletti sono raggruppabili in due aree: "Moka e *Coffee maker*" e "Espresso e caffè macinato".

### *Moka e Coffee Maker*

Nell'area Moka e *Coffee Maker* rientrano i prodotti tradizionali per la preparazione del caffè "Moka", ossia: caffettiere per gas, caffettiere per induzione, caffettiere elettriche e relativi accessori (tazzine, palette, scaldatazzine, sottobicchieri, porta capsule e bicchierini).

Nel comparto delle caffettiere non elettriche, il Gruppo si posiziona tra i principali operatori italiani, prevalentemente con il marchio Bialletti, al quale si aggiungono alcuni marchi secondari. Infatti, il marchio Bialletti gode di un elevato grado di riconoscibilità sul mercato nazionale ed è simbolo della tradizione del "*Made in Italy*" e di qualità dei prodotti per la preparazione del caffè moka.

Il prodotto icona, in questo segmento, è la caffettiera in alluminio Moka *Express*, inventata nel 1933 da Alfonso Bialletti, il quale ha rivoluzionato il rito di preparare il caffè in Italia, sostituendosi alla vecchia caffettiera ad infusione "napoletana" e inaugurando la modalità di preparazione del caffè per estrazione espressa. Questo prodotto rappresenta, ancora oggi, uno dei prodotti di punta nell'offerta di caffettiere.

Nel 2023, è stata rafforzata la collaborazione con Dolce & Gabbana, iniziata nel 2022, che ha portato alla creazione di versioni decorate con motivi tipici del carretto siciliano per la Moka *Induction* e la classica Moka *Express* da 50 tazze.

Non ci sono state solo conferme, ma anche novità: Bialetti, per celebrare i suoi 90 anni, ha introdotto, nel 2023, la linea *Exclusive*, una caffettiera speciale con grafiche create appositamente per l'occasione e ispirata ai tratti distintivi che hanno reso le Moka *Express*, e le caffettiere Bialetti, vere icone. Questa nuova serie di prodotti si caratterizza per un gusto *vintage* e sofisticato, con colori originali, finiture lucide e un logo in rilievo stampato direttamente sul prodotto.

### *Espresso e caffè macinato*

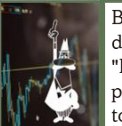
Questo ambito comprende macchine per caffè espresso sia “a sistema chiuso” (che utilizzano esclusivamente il caffè porzionato in capsule di alluminio prodotte e commercializzate dal Gruppo) sia a “sistema aperto”. Nel 2023, è stata introdotta la nuova macchina da caffè espresso “Dama”, progettata specificamente per l'utilizzo di cialde ESE (*Easy Serving Espresso*).

Fanno parte di questo ambito anche tutti i prodotti caffè, tra cui i principali sono:

- ◆ “I Caffè d'Italia”, una linea di caffè in capsule di alluminio prodotta e commercializzata dal Gruppo. Questa è composta da varie miscele ispirate ai gusti della tradizione italiana, studiate e interpretate da Bialetti per riportare ad ognuno il proprio modo di vivere il caffè. Le capsule Bialetti sono realizzate in alluminio, materiale riciclabile e ideale per mantenere e conservare l'aroma del caffè nel tempo perché garantisce la conservazione del sapore, del calore, della struttura, delle caratteristiche nutrizionali dei cibi; inoltre, garantisce la migliore protezione, in assoluto, dalla contaminazione e dall'inquinamento attraverso il cosiddetto “effetto barriera”, che blocca la penetrazione di ossigeno, umidità, luce, raggi ultravioletti, oli, grassi, microorganismi e odori;
- ◆ “Perfetto moka”, una linea di caffè macinato unica e studiata appositamente per la preparazione del caffè in moka. Tostatura, macinatura e tutto il processo di produzione sono realizzati per dare alla Moka il suo caffè ideale;
- ◆ “Esperto Grani”, una linea di caffè in grani tostata e confezionata interamente in Bialetti. La linea comprende tre tipologie di miscele: Classico, dal gusto equilibrato e persistente; Delicato, leggero e gentile; e Intenso, appositamente studiata per garantire un caffè forte e concentrato.

### **La nostra storia**

Da 100 anni Bialetti racconta i valori della tradizione italiana, puntando sull'attenzione per il *design*, sulla cura per i dettagli, sulla qualità e sull'affidabilità. Testimone di un'epoca e di una cultura che hanno contribuito a diffondere nel mondo l'originalità e la carica innovativa del *design* italiano, Bialetti ha rivoluzionato il piacere di preparare il caffè e, forte del suo *expertise*, continua ad evolversi e a rinnovare i propri prodotti.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>1919</div> <div>NASCE BIALETTI</div> <div>A Crusinallo, piccola frazione di Omegna, Alfonso Bialetti apre un'officina per la produzione di semilavorati in alluminio.</div> <div></div>                                                                                                  | <div>1933</div> <div>LA MOKA</div> <div>Il genio di Alfonso Bialetti dà vita alla Moka Express: rivoluzionerà il modo di preparare il caffè a casa, accompagnando il risveglio di generazioni di italiani e facendo dell'azienda, grazie anche all'ambizione del figlio Renato, uno dei principali produttori italiani.</div> <div></div>                       |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <div>1958</div> <div>L'OMINO CON I BAFFI</div> <div>Merito anche degli investimenti pubblicitari nella trasmissione tv Carosello e della comunicazione incentrata sull'immagine dell'Omino con i baffi. Nato dalla matita di Paul Campani, diviene il simbolo dell'Azienda.</div> <div></div> | <div>1993</div> <div>RONDINE ACQUISISCE BIALETTI</div> <div>Vocazione alla qualità e costante spinta innovativa: Bialetti e Rondine sono accomunate da questi due elementi. Ciò spinge l'attuale Presidente, Francesco Ranzoni, ad acquistare una partecipazione rappresentativa dell'intero capitale sociale della Alfonso Bialetti &amp; C.</div> <div></div> |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <div>2006</div> <div>IL PROGETTO RETAIL</div> <div>Portare la qualità, lo stile e il design dell'offerta Bialetti direttamente a contatto con i clienti: è questo lo spirito che sta alla base del progetto Bialetti Store.</div> <div></div>                                                 | <div>2007</div> <div>DEBUTTO IN BORSA</div> <div>È il 27 luglio quando Bialetti Industrie diventa una società quotata sul mercato telematico azionario della Borsa Italiana.</div> <div></div>                                                                                                                                                                   | <div>2010</div> <div>CAFFÈ D'ITALIA</div> <div>Bialetti entra nel mondo del caffè con le capsule "I Caffè d'Italia" e prende il via il progetto torrefazione.</div> <div></div> |
| <div>2014</div> <div>MOKA INDUCTION</div> <div>Radici nella tradizione, sguardo rivolto al futuro: l'impegno della reparto Ricerca &amp; Sviluppo Bialetti porta la classica Moka anche sulla piastra elettrica, sui piani in vetroceramica e a induzione.</div> <div></div>                  | <div>2020</div> <div>GIOIA</div> <div>L'offerta di macchine espresso Bialetti si arricchisce con Gioia. Super compatta ed elegante, porta il gusto del vero espresso italiano nelle cucine degli italiani.</div> <div></div>                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <div>2021</div> <div>PERFETTO MOKA</div> <div>Forte di un amore autentico e di una profonda conoscenza del prodotto, nasce Perfetto Moka, il caffè macinato di Bialetti per chi ama la Moka. Ad aprile 2022, Perfetto Moka Bialetti è stato eletto Prodotto dell'Anno.</div> <div></div>     | <div>2022</div> <div>MOKA CARRETTO SICILIANO</div> <div>Bialetti e Dolce&amp;Gabbana decidono di celebrare insieme il rito italiano del caffè. Nasce la Moka Express Carretto Siciliano.</div> <div></div>                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                    |

## Il nostro Modello di business e la creazione di valore

### Modello di Business

I prodotti del Gruppo sono ideati, realizzati e commercializzati seguendo un modello organizzativo integrato che copre tutte le fasi, dalla produzione alla distribuzione. Questo approccio permette di controllare l'intera filiera produttiva, garantendo la qualità del prodotto e la sua conformità agli *standard* del Gruppo. Allo stesso tempo, ottimizza le fasi di produzione e di distribuzione per soddisfare le esigenze dei consumatori.

Di seguito, verranno descritte le fasi principali in cui si articola il modello di *business*.

#### Ricerca e sviluppo

L'attività di ricerca e sviluppo del Gruppo è incentrata su tre obiettivi principali: la differenziazione dei prodotti, la cura del *design* e l'innovazione dei processi produttivi attraverso la sperimentazione di nuove tecnologie e materiali.

Questa attività è gestita internamente attraverso un ufficio centrale a Coccaglio, che collabora esternamente con professionisti del settore, istituti di *design*, università e centri di ricerca.

#### Acquisti

Il Gruppo pianifica centralmente il fabbisogno di materie prime, materiali e servizi. La fase di pianificazione e gestione degli acquisti è particolarmente rilevante sia per la selezione dei fornitori di materie prime, semilavorati e prodotti finiti, sia per ottenere le condizioni più vantaggiose sul mercato nazionale ed internazionale in termini economici e in termini di qualità dei prodotti. Inoltre, tale fase, rappresenta un momento fondamentale del processo produttivo per preservare i parametri di qualità ed eccellenza distintivi dei prodotti.

Considerando le tipologie di acquisti più rilevanti, il Gruppo stabilisce *partnership* con fornitori italiani ed esteri per:

| APPROVVIGIONAMENTO                                                                                                                                                                                                                               | PRODUZIONE                                                                                                                                                                                                                                        | CONFEZIONAMENTO                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Caffè crudo</li> <li>◆ Componenti per la produzione del caffè in capsule ed in sacchetto</li> <li>◆ Pani di alluminio</li> <li>◆ Componenti per la produzione delle caffettiere in alluminio</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Caffettiere in acciaio inox, caffettiere elettriche e macchine espresso</li> <li>◆ Semilavorati di caffettiere in alluminio, esclusivamente al fine di soddisfare eventuali picchi di domanda</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Alcune fasi che necessitano di particolare specializzazione, come il macinato in barattolo o le capsule compatibili Nespresso</li> </ul> |

### *Catena del valore*

La catena del valore del Gruppo coinvolge diverse aree, inclusi fornitori, società commerciali del Gruppo, operatori di GDO, GDS e *marketplace*.

In aggiunta si segnala che la Società, nel corso del 2023, ha svolto le sue attività coinvolgendo circa 1023 fornitori e che la propria catena del valore è principalmente costituita da tutte le società commerciali del Gruppo nonché operatori di GDO, GDS e *marketplace*.

### *Produzione e controllo qualità*

Le attività produttive del Gruppo sono concentrate negli stabilimenti di Coccaglio (Italia) e di Ploiesti (Romania), considerato che quello in Turchia è stato ceduto interamente nel corso del 2022.

Nello **stabilimento di Coccaglio** (Brescia), Bialetti concentra la produzione di:

- ◆ **caffè porzionato** in capsule e in polvere, insieme all'attività di tostatura del caffè. Questo stabilimento consente a Bialetti di gestire autonomamente l'intero processo produttivo, partendo dall'acquisto della materia prima (caffè verde in chicchi), procedendo con la tostatura e la lavorazione del caffè tostato, fino al confezionamento finale del caffè in capsule e sacchetti. La scelta di essere indipendenti dai fornitori di caffè già macinato e in miscela conferisce alla Società un *know-how* specifico in ogni fase del processo, dall'acquisto di materie prime, alla tostatura, alla macinazione, fino al degasaggio ed all'aromatizzazione. Questa indipendenza produttiva permette a Bialetti di sviluppare nuove miscele in modo flessibile e di beneficiare di economie di scala, garantendo un presidio più efficace della catena di fornitura.

L'impianto di tostatura, macinatura e di confezionamento è certificato come idoneo per la produzione di caffè biologico dall'ente Bioagricert.

- ◆ **caffettiere Moka Express**: nel 2023, è stato inaugurato un nuovo reparto produttivo italiano che permette a Bialetti di gestire in autonomia la lavorazione, l'assemblaggio e il confezionamento delle caffettiere in alluminio Moka Express. Precedentemente affidato a terzi, sempre sul territorio italiano, questo processo è stato ora internalizzato dall'azienda, che ha implementato un impianto moderno, efficiente, veloce e flessibile, per rispondere ed intercettare rapidamente le tendenze e le richieste di mercato. L'autonomia da fornitori e terzisti permette a Bialetti di migliorare il proprio *know-how* nella progettazione e produzione di caffettiere in alluminio, guadagnando un vantaggio competitivo e una maggiore flessibilità nello sviluppo di nuovi prodotti.

Per l'intero stabilimento di Coccaglio, Bialetti ha acquisito e ottenuto importanti certificazioni, quali: la FSCC2200, Schema di certificazione della sicurezza alimentare; la ISO 9001, Sistemi di Gestione per la Qualità; la ISO 14001, Sistemi di Gestione Ambientale; la ISO 45001, Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro; la *Kosher*, la quale identifica tutti gli alimenti che sono idonei all'alimentazione di consumatori osservanti la fede ebraica.

Per quanto riguarda lo stabilimento di Ploiesti, Bialetti produce la componentistica di base e i prodotti finiti destinati alle caffettiere in alluminio. Questa struttura consente all'azienda di gestire in autonomia l'intero processo industriale, dall'acquisto della materia prima (pani di alluminio) alle lavorazioni specializzate (fusioni di pressofusione e gravità, tornitura, smerigliatura, decapaggio, brillantatura e verniciatura), garantendo un *know-how* proprio e una maggiore flessibilità nello sviluppo di nuovi prodotti e nella progettazione di nuovi processi, oltre a una gestione più efficace della catena di fornitura.

Per garantire la qualità, il Gruppo implementa rigorosi controlli di processo e prodotto, sia internamente che per i prodotti acquistati dai fornitori. Il protocollo interno aziendale prevede *audit* di processo fornitori, *audit* di prodotto con ispezione e test, *audit* di processo e *incoming inspections* durante la fase di accettazione, insieme a controlli periodici con *audit* regolari durante le fasi produttive. Questi controlli, applicati con gli stessi *standard* sia internamente che esternamente, riflettono l'impegno del Gruppo nel garantire un elevato livello qualitativo.

### *Logistica*

Le operazioni di logistica del Gruppo sono principalmente focalizzate sulla gestione di materie prime e semilavorati, comprese le attività di ricezione e movimentazione, finalizzate a rifornire i reparti produttivi. Inoltre, tali operazioni si occupano degli stoccaggi interni e della gestione del flusso interno dei prodotti finiti.

Per quanto riguarda la distribuzione dei prodotti finiti, il Gruppo ha scelto di affidare la logistica in uscita in *outsourcing* ad un unico *partner*. Questa decisione mira a massimizzare la flessibilità e la capacità di adattamento alle esigenze di mercato. Attualmente, questa strategia offre benefici economici e ambientali significativi: riducendo le tratte a vuoto e ottimizzando l'uso dei mezzi di trasporto, il Gruppo ha infatti conseguito una maggiore efficienza logistica. Un aspetto rilevante è la riduzione dell'inquinamento, grazie all'impiego di veicoli meno inquinanti nelle lunghe tratte. In questo modo, oltre a migliorare l'efficienza operativa, il Gruppo contribuisce attivamente alla riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività logistiche.

### *Marketing e vendite*

Il Gruppo gestisce le dinamiche di vendite e *marketing*, adottando un approccio sinergico per sviluppare modelli strategici e strumenti che guidano non solo la promozione dei prodotti, ma anche l'efficace distribuzione sul mercato.

Centralizzando le attività di *marketing*, la Società si occupa attivamente dell'acquisto di spazi pubblicitari, creazione di *asset* di comunicazione, partecipando altresì a fiere nazionali e internazionali di settore. Nello specifico, Bialetti opera attraverso una struttura flessibile, avvalendosi sia di un ufficio interno sia della collaborazione di società e/o agenzie esterne specializzate.

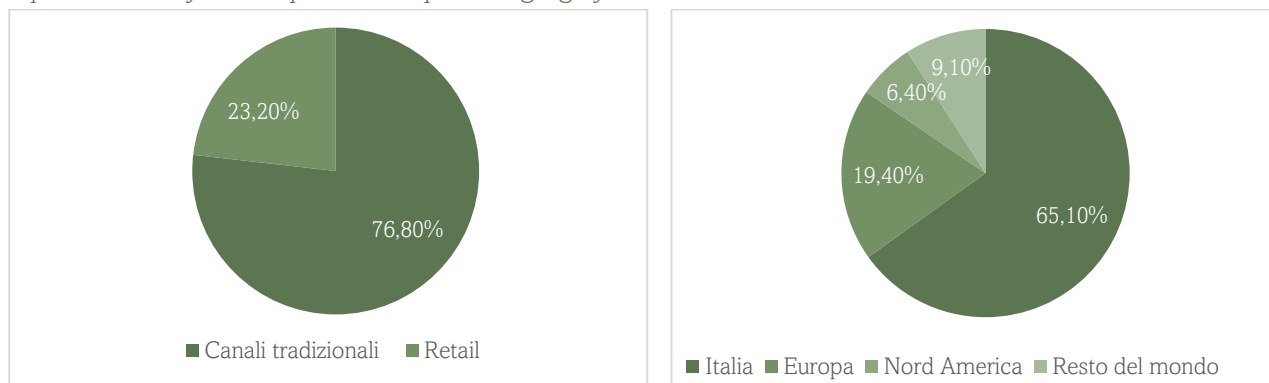
Dal punto di vista delle vendite, l'organizzazione distributiva e commerciale del Gruppo si sviluppa attraverso una struttura interna e una rete esterna di distributori, rivenditori e intermediari, garantendo una copertura completa dei principali mercati internazionali, in oltre 90 paesi.

In Italia, la distribuzione avviene attraverso diversi canali, tra cui: (i) Canale *Retail* (negozi monomarca), (ii) Canale Tradizionale (GDO, GDS, distributori, grossisti, specialisti casa-persona, etc.) e (iii) *e-commerce* (diretto e *marketplace*). A livello internazionale, la presenza è garantita da distributori specializzati e clienti diretti, quali *Department Stores* e operatori nell'ambito dell'*e-commerce* (in particolare, dal 2023, si è consolidata l'attività

con il gruppo *Amazon*, presente in Europa, USA, Australia e Giappone), e con società commerciali controllate al 100% da Bialetti in Francia, Germania, USA, Australia e, dal 2023, anche in Giappone. La crescita a livello commerciale, con i migliori *Department Stores* a livello internazionale, è stata resa possibile grazie all'inserimento di nuove linee nell'assortimento Bialetti, come la linea frutto della collaborazione con il marchio *Dolce&Gabbana*™.

Inoltre, a livello nazionale, il Gruppo offre un servizio di *post-vendita*, attraverso una rete di centri di assistenza esterni e una struttura di *customer service*, evidenziando un impegno costante nel miglioramento della soddisfazione e fidelizzazione dei clienti.

#### *Ripartizione del fatturato per canali e per aree geografiche*



### Come avviene la creazione di valore

#### *Mission*

Bialetti si dedica alla produzione e commercializzazione di prodotti destinati al mondo della preparazione e del consumo del caffè, strumenti da cottura e accessori da cucina.

#### *Vision*

Bialetti aspira a rappresentare l'eccellenza nella preparazione e degustazione del vero caffè italiano, diffondendo in tutto il mondo il consumo sostenibile del caffè.

La posizione di *leadership* nel settore dell'*houseware* è stata garantita all'azienda grazie alla qualità, alla durata nel tempo, al *design* e alla sicurezza dei prodotti. Gli investimenti della Società nel processo di torrefazione hanno consentito a Bialetti di gestire l'intera filiera, assicurando ai consumatori la perfetta esperienza sensoriale durante il rituale del caffè.

#### *Valori*

I valori che guidano l'azione quotidiana di tutte le società del Gruppo includono l'attenzione ai bisogni dei consumatori e clienti, lo sviluppo e la produzione di nuovi prodotti, l'impegno sociale, il rispetto etico verso ogni interlocutore interno ed esterno, la salvaguardia dell'ambiente e l'attenzione al territorio circostante.

*“La buona reputazione è una risorsa immateriale essenziale per Bialetti. All'esterno essa favorisce l'approvazione sociale, l'attrazione delle migliori risorse umane, la soddisfazione del mercato e degli enti con i quali opera, l'equilibrio con i fornitori e l'affidabilità verso i terzi in genere. All'interno, essa consente di prendere ed attuare le decisioni senza contrasti e di organizzare il lavoro limitando i controlli burocratici.”* (Codice Etico di Bialetti Industrie).

#### *Fattori distintivi*

I principali fattori distintivi del Gruppo, operando nel settore della produzione, della commercializzazione, sia all'ingrosso che al dettaglio, di prodotti casalinghi, caffettiere, caffè e, in via accessoria, altri prodotti alimentari, includono:

- ◆ Tradizione e riconoscibilità del marchio Bialetti, che costituiscono l'essenza distintiva della società, riflettendo una storia radicata nella cultura italiana del caffè. Il marchio è diventato sinonimo di qualità e autenticità, con la forma iconica della Moka che rappresenta un simbolo immediatamente riconoscibile. Questa riconoscibilità va oltre il nome, incarnando uno stile e un'eleganza italiani. La forza del marchio risiede nella sua capacità di coniugare tradizione e modernità, creando un legame duraturo con i consumatori che cercano autenticità e prestigio nella loro esperienza di caffè.
- ◆ Gestione completa della catena produttiva, dalla macinatura per la preparazione alla miscelazione per la degustazione. Il processo inizia con la selezione accurata dei chicchi di caffè, utilizzando tecnologie avanzate per garantirne la purezza. Le miscele uniche comprendono 10 varietà di chicchi verdi, mentre le tecniche di torrefazione all'avanguardia creano profili aromatici distinti. Il controllo attento del degasaggio durante la tostatura è cruciale per proteggere il caffè dall'ossidazione e migliorare il suo sapore bilanciato. La macinatura di precisione è adattata a vari metodi di preparazione, assicurando un caffè sempre conforme alle specifiche per un'estrazione ottimale. Infine, il riempimento delle capsule segue un processo meticoloso per garantire la costanza nel dosaggio del caffè macinato.
- ◆ Ampia capacità produttiva interna, contraddistinta da sistemi industriali altamente automatizzati e specializzati, insieme a un monitoraggio continuo delle attività produttive esternalizzate. La produzione della Moka inizia con avanzati processi di fusione, pressofusione e gravità, utilizzando una lega di alluminio sviluppata appositamente da Bialetti. Grazie a macchinari sofisticati, i componenti in alluminio vengono realizzati in un unico passaggio, conferendo alla Moka solidità e resistenza. Seguono fasi di tornitura, smerigliatura e lucidatura per migliorare l'aspetto estetico e garantire una finitura impeccabile. Nella fase finale, un assemblaggio automatico assicura la perfetta funzionalità della Moka, unendo e collaudando i vari componenti.
- ◆ Forte presenza commerciale in Italia e all'estero, grazie a relazioni commerciali durature con una selezionata rete di distributori multimarca. Questa strategia ha contribuito al successo aziendale, riflettendo l'impegno verso la qualità e la fiducia reciproca. La radicata presenza in Italia evidenzia la comprensione del mercato locale, mentre la distribuzione internazionale dimostra la capacità di adattamento globale di Bialetti. I rapporti stabili e fidati con i distributori sottolineano la forza duratura della presenza commerciale del marchio.
- ◆ Forte caratterizzazione di italianità dell'azienda, dei marchi e dei prodotti che realizza, grazie ai quali Bialetti si posiziona come una protagonista chiave nel contesto del "Made in Italy di qualità". Questo riflette un impegno profondo nei confronti dei valori e dell'artigianato italiani. Bialetti emerge come un ambasciatore di eccellenza, offrendo prodotti che non solo rispettano gli *standard* più elevati, ma portano con sé una parte integrante della cultura e della storia italiana. Questo approccio distintivo consolida la fiducia dei consumatori, associando i marchi Bialetti a un'autentica espressione del patrimonio italiano di qualità.

## La Governance del Gruppo

La *Governance* del Gruppo prende ispirazione dalle *best practice* internazionali, fondando la propria struttura – e i propri comportamenti – sulla base dei principi di trasparenza, indipendenza e inclusività.

### Il modello di *governance* per la sostenibilità

La Società adotta un modello di *Corporate Governance* tradizionale, composto dall'**Assemblea dei soci**, da un organo di gestione – quale il **Consiglio di Amministrazione** – e da un organo di controllo – quale il **Collegio Sindacale** – che si occupa di vigilare sull'osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di

corretta amministrazione e sull'adeguatezza del sistema di controllo interno, aderendo all'ultima versione del Codice di *Corporate Governance* promosso da Borse Italia S.p.A.<sup>1</sup>

L'**Assemblea dei soci** esprime la volontà degli azionisti e delibera in sede ordinaria o straordinaria sulle materie riservate dallo Statuto e dalla legge. In particolare, all'Assemblea spetta il compito di: (i) nominare e revocare i membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e stabilirne i relativi compensi oltre che deliberare eventuali azioni di responsabilità; (ii) approvare il bilancio, compresa la destinazione degli utili di esercizio; (iii) deliberare in merito all'acquisto di azioni proprie e a modifiche dello Statuto.

Al **Consiglio di Amministrazione** è affidato il ruolo centrale di indirizzo strategico e decisionale del Gruppo, con lo scopo ultimo di perseguirne il successo sostenibile.

Tenendo a mente tale obiettivo, il Consiglio di Amministrazione svolge tutti gli atti opportuni e/o necessari, fatta eccezione per quelli riservati all'Assemblea. In particolare, il Consiglio di Amministrazione esamina e approva i piani strategici, industriali e finanziari, definisce la natura e il livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici, valuta l'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi (SCIGR) e delibera in merito alle operazioni di Bialetti e delle sue controllate considerate significativamente rilevanti.

Il Consiglio di Amministrazione, nel rispetto delle disposizioni del Codice di *Corporate Governance* e dello Statuto, ha istituito al suo interno quattro Comitati con funzioni propositive e consultive:

- ♦ **Comitato Nomine e Remunerazioni:** esprime pareri in merito alla candidatura dei consiglieri da eleggere ed ha funzioni istruttorie, consultive e propositive nella definizione della politica generale per la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche;

#### *Comitato Nomine e Remunerazioni*

| Ruolo      | Nome                    | Indipendente                                                                          |
|------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Presidente | Amelia Mazzucchi        |  |
| Membro     | Simonetta Ciocchi       |  |
| Membro     | Anna Luisa Spadari      |                                                                                       |
| Membro     | Paola Annamaria Petrone |  |

- ♦ **Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate:** supporta, tramite un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché l'approvazione delle relazioni finanziarie; esprime pareri sulla Procedura per le operazioni con parti correlate e svolge i compiti previsti in tali operazioni;

#### *Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate*

| Ruolo      | Nome                    | Indipendente                                                                          |
|------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Presidente | Simonetta Ciocchi       |  |
| Membro     | Anna Luisa Spadari      |                                                                                       |
| Membro     | Amelia Mazzucchi        |  |
| Membro     | Paola Annamaria Petrone |  |

<sup>1</sup> Per ulteriori approfondimenti sulla composizione degli organi societari e le relative funzioni si rimanda alla relazione sulla *Corporate Governance*.

- ♦ **Comitato Esecutivo:** costituito con l'integrazione ai patti sociali del 6 dicembre 2021, assume le decisioni in relazione alle materie elencate nel punto 5 del documento "Informazioni essenziali in merito al Nuovo Patto Parasociale relativo a Bialetti Industrie" disponibile sul sito *web* della Società<sup>2</sup>;

#### Comitato Esecutivo

| Ruolo      | Nome                | Indipendente |
|------------|---------------------|--------------|
| Presidente | Egidio Cozzi        |              |
| Membro     | Pierfranco Di Gioia |              |
| Membro     | Marco Ghiringhelli  |              |

#### Comitati aziendali

Il **Comitato ESG** è stato costituito nel corso del 2023 dal Consiglio di Amministrazione di Bialetti Industrie, con lo scopo di integrare sempre più la sostenibilità nel proprio paradigma di fare impresa. Il Comitato ESG, nello svolgere le sue funzioni istruttorie, consultive e propositive nei confronti del Consiglio di Amministrazione, ha diversi ruoli e responsabilità tra cui: esaminare le politiche della Società in materia ESG; monitorare l'avanzamento del Piano di Sostenibilità; supportare il Consiglio di Amministrazione nella definizione della strategia di sostenibilità e vigilanza sulle questioni ESG legate all'esercizio della Società e alle dinamiche di interazione con gli *Stakeholder* lungo la propria catena del valore.

| Ruolo      | Nome           | Indipendente                                                                          |
|------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Presidente | Anna Pasotti   |  |
| Membro     | Marco Vezzoli  |                                                                                       |
| Membro     | Andrea Sellini |                                                                                       |
| Membro     | Fabiana Festa  |                                                                                       |

Il **Comitato Whistleblowing** è stato costituito e approvato sempre nel corso del 2023 dal Consiglio di Amministrazione di Bialetti Industrie, con lo scopo di supportare il Consiglio di Amministrazione nella protezione di persone che segnalano violazioni di disposizioni normative nazionali o dell'Unione europea (c.d. direttiva *whistleblowing*) di cui si è venuti a conoscenza nel contesto lavorativo, lesive dell'interesse pubblico o dell'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'ente privato.

| Ruolo  | Nome           | Indipendente |
|--------|----------------|--------------|
| Membro | Andrea Sellini |              |
| Membro | Fabiana Festa  |              |

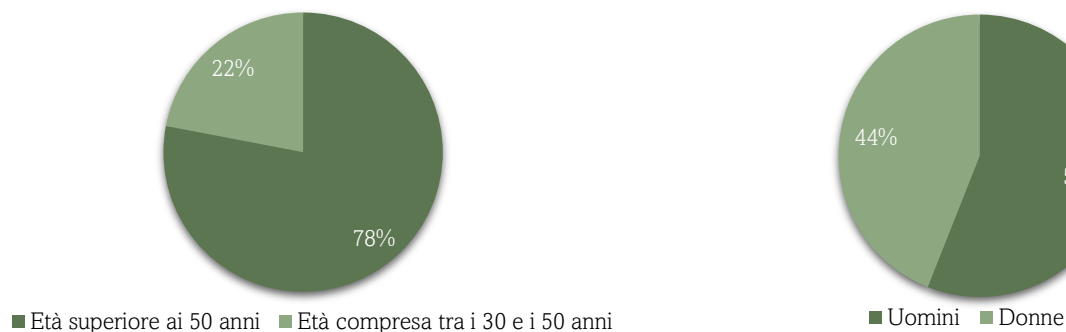
Con il supporto dei Comitati, il Consiglio di Amministrazione promuove l'integrazione della sostenibilità nei propri processi di business, attraverso un complesso sistema di valori, strategie e politiche volto a determinare le linee guida per il perseguimento di uno sviluppo sostenibile.

<sup>2</sup> Per consultare il Nuovo Patto Parasociale relativo a Bialetti Industrie visita la seguente pagina: [https://www.bialetti.com/media/doc/pdf/Informazioni essenziali in merito al Nuovo Patto Parasociale 1.pdf](https://www.bialetti.com/media/doc/pdf/Informazioni_essenziali_in_merito_al_Nuovo_Patto_Parasociale_1.pdf)

Alla data di approvazione della Dichiarazione, la composizione del Consiglio di Amministrazione è la seguente:

| Ruolo                   | Nome                           | Indipendente                                                                        |
|-------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Presidente              | Francesco Ranzoni <sup>3</sup> |                                                                                     |
| Amministratore Delegato | Egidio Cozzi                   |                                                                                     |
| Consigliere             | Pierfranco Di Gioia            |                                                                                     |
| Consigliere             | Marco Ghiringhelli             |                                                                                     |
| Consigliere             | Anna Luisa Spadari             |                                                                                     |
| Consigliere             | Amelia Mazzucchi               |  |
| Consigliere             | Roberto Ranzoni                |                                                                                     |
| Consigliere             | Paola Annamaria Petrone        |  |
| Consigliere             | Simonetta Ciocchi              |  |

Composizione Consiglio di Amministrazione per fasce d'età e per genere



| Organo                              | N. riunioni 2021 | N. riunioni 2022 | N. riunioni 2023 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Consiglio di Amministrazione        | 17               | 13               | 16               |
| Comitato Controllo e Rischi         | 6                | 6                | 10               |
| Comitato Remunerazioni <sup>4</sup> | 6                | 2                | 8                |
| Comitato per le Nomine <sup>5</sup> | 3                |                  |                  |
| Comitato Esecutivo <sup>6</sup>     | -                | 9                | 9                |

Il Consiglio di Amministrazione viene informato di eventuali criticità riscontrate, attraverso i Comitati e/o *Internal Audit* e/o funzioni di staff interna alla Società dedite al controllo dei vari processi. Tutti i Comitati della Società, inoltre, sono soggetti ad un obbligo di informativa nei confronti del Consiglio di Amministrazione. Il Comitato Esecutivo ha un obbligo di informativa trimestrale. Il Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate e il Comitato Nomine e Remunerazioni hanno un obbligo semestrale ovvero quando ne è fatta richiesta da almeno due componenti o quando lo richiedano l'Amministratore Delegato o il Presidente del Consiglio di Amministrazione. Il Comitato ESG ha un obbligo di informativa semestrale. Si segnala che nel corso dell'Esercizio, non sono state comunicate criticità al Consiglio di Amministrazione.

<sup>3</sup> Il Presidente attualmente non ricopre cariche dirigenziali nella Società.

<sup>4</sup> Il Comitato Nomine e il Comitato Remunerazioni sono stati unificati con i nuovi incarichi da aprile 2022.

<sup>5</sup> *Ibidem*.

<sup>6</sup> Il Comitato Esecutivo è stato costituito nel 2022.

Nel rispetto di quanto previsto dal Codice di *Corporate Governance*, il Consiglio di Amministrazione identifica ogni anno i criteri qualitativi e quantitativi ai fini di valutare l'indipendenza degli amministratori. Inoltre, sempre nel rispetto di quanto previsto dal Codice di *Corporate Governance*, il Consiglio di Amministrazione procede alla verifica dei requisiti di indipendenza attraverso la messa a disposizione, a tutti gli amministratori, della documentazione e delle informazioni attestanti la sussistenza dei requisiti di indipendenza. Nel corso del 2023 non si sono verificati casi di conflitto di interessi.

Oltre al supporto del Comitato ESG, vengono adottate specifiche misure per far progredire le conoscenze collettive, le competenze e le esperienze del Consiglio di Amministrazione in materia di sviluppo sostenibile, come l'aggiornamento trimestrale con il Comitato Esecutivo al quale vengono portati all'ordine del giorno anche temi di natura non finanziaria (ad esempio, l'esame e l'approvazione di alcuni investimenti "Green Capex", tra cui il MES, l'industria 4.0 e le modifiche alle linee per l'eliminazione delle componenti plastiche dalle capsule di caffè).

Il **Collegio Sindacale** ha il compito di vigilare sull'osservanza della legge, dello Statuto e dell'atto costitutivo, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, sull'adequazione e sul funzionamento efficace del sistema di controllo interno, sull'adequazione e sul funzionamento del sistema amministrativo-contabile, sulla correttezza del processo di informativa finanziaria, sulla revisione interna e gestione del rischio, sull'indipendenza della società di revisione legale. Il Collegio, inoltre, ha il compito di vigilare sul processo di redazione della presente relazione consolidata di carattere non finanziario.

Per maggiori dettagli sulle procedure di nomina e di selezione dei membri del più alto organo di governo e dei suoi Comitati, si rimanda alla versione più aggiornata dello Statuto.

### Gestione dei rischi

Il Gruppo Bialetti è consapevole che, nello svolgimento delle proprie attività, è inevitabilmente esposto a rischi che potrebbero influenzare le proprie *performance* finanziarie, sociali e ambientali. Pertanto, al fine di salvaguardare la creazione di valore, il Gruppo Bialetti ha implementato misure preventive di varia natura, tra le quali un sistema interno strutturato di gestione dei rischi e modelli di comportamento volti alla riduzione di tali rischi.

Il **Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi** di Bialetti consente – attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi – una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione.

Il Sistema di Controllo adottato da Bialetti costituisce l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi strategici del Gruppo e la compliance con le norme di legge e di Statuto. In particolare, un efficace sistema di controllo interno contribuisce a monitorare l'efficienza, la conoscibilità e la verificabilità delle operazioni del Gruppo e, in generale, assicurare la correttezza e l'affidabilità della gestione societaria e imprenditoriale del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione, su proposta dell'amministratore incaricato del Sistema di Controllo interno e gestione dei rischi, previo parere favorevole del Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate, e sentito il Collegio Sindacale, ha affidato l'incarico di responsabile dell'*Internal Audit*, con decorrenza 1° gennaio 2023 e fino al 31 dicembre 2025, alla società BDO Italia.

In coerenza con le linee di indirizzo definite in sede di Consiglio di Amministrazione, nel primo trimestre del 2023, l'*Internal Audit* ha avviato le attività di aggiornamento del **Risk Assessment** di Gruppo.

Il *Risk Assessment* ha avuto, quale scopo primario, quello di valutare i rischi di mancato raggiungimento degli obiettivi aziendali al fine di definire il perimetro del Piano di *Audit* Triennale. In tale contesto sono stati presi in considerazione i rischi rientranti nelle diverse categorie applicabili e sinteticamente individuabili in: rischi strategici, operativi, finanziari e di *reporting*, compliance e reputazionali.

L'aggiornamento del *Risk Assessment* ha coinvolto tutti i *process owner* rilevanti nella gestione dei processi chiave del Gruppo.

Tale analisi ha supportato la definizione delle priorità di intervento definite nel Piano di *Audit* Triennale. Il piano triennale, sviluppato dunque in logica *risk-based*, è stato elaborato dall'Internal Audit e viene periodicamente approvato in sede di Consiglio di Amministrazione, con parere favorevole del Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate, sentiti il Collegio Sindacale e l'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

Gli Organismi di Vigilanza di Bialetti Industrie e Bialetti Store elaborano un proprio piano di lavoro, su base annuale, confrontandosi costantemente con la Funzione *Internal Audit* al fine di sfruttare ogni possibile sinergia, in occasione dei diversi interventi operativi.

In quest'ottica, ciascun *audit* svolto dalla *Funzione Internal* e previsto dal proprio piano, prende in considerazione eventuali profili di rischio *ex d.lgs. n. 231/01* e prevede un flusso di *reporting* diretto verso l'Organismo di Vigilanza.

Il processo di analisi e valutazione dei rischi è piuttosto articolato e deve riscontrare diverse esigenze, strategiche e di compliance, ma in ogni caso prende in considerazione la probabilità che un dato evento possa verificarsi e l'impatto che tale evento potrebbe comportare qualora si verificasse.

Nell'ambito delle attività di adeguamento a specifiche normative (e.g. d.lgs. n. 231/01) condotte in una logica *risk-based*, il Gruppo ha identificato specifici rischi e relativi presidi di controllo riconducibili agli ambiti di natura non finanziaria *ex d.lgs. n. 254/2016*. Tra questi figurano i rischi inerenti alla corruzione, i rischi in materia ambientale e i rischi in materia di diritti umani.

### **Etica aziendale e compliance**

Il Gruppo Bialetti si impegna a promuovere una cultura aziendale basata sull'etica, sull'integrità, sulla correttezza, oltre a perseguire il principio di assoluto rispetto delle leggi in vigore in ciascun Paese o contesto dove opera.

Il **Codice Etico** è il documento attraverso cui il Gruppo disciplina la condotta etica delle proprie persone ed esprime i relativi impegni e responsabilità nei confronti degli altri soggetti, interni ed esterni, al fine di sostenere una crescita sostenibile. I principi del Codice sono applicabili a tutti i dipendenti delle società appartenenti al Gruppo, così come a tutti i soggetti terzi le cui azioni siano riferibili al Gruppo medesimo.

Bialetti si adopera affinché i principi del Codice siano condivisi dagli agenti, consulenti, fornitori, partner commerciali e qualsiasi altro soggetto con cui intrattiene rapporti stabili d'affari, e non instaura o prosegue relazioni di business con chiunque si rifiuti di rispettare i principi del Codice. La violazione delle norme del Codice può costituire l'inadempimento di obbligazioni contrattuali, con ogni conseguenza di legge, e può portare, pertanto, ad una possibile risoluzione del contratto o dell'incarico con soggetti terzi e all'eventuale risarcimento dei danni, ovvero all'applicazione di sanzioni e provvedimenti disciplinari nei confronti di dipendenti, nel rispetto delle norme di legge e delle previsioni di cui alla contrattazione collettiva ed ai regolamenti aziendali, laddove applicabili.

A tal proposito, le società italiane del Gruppo si sono dotate di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** al fine di assicurare che chiunque operi per conto o nell'interesse della Società sia conforme ai

principi di trasparenza, correttezza e legalità nello svolgimento delle proprie mansioni. Il Modello 231, disciplinato dalla normativa *ex* del d.lgs. n. 231/2001, è stato predisposto ispirandosi alle linee guida di Confindustria. L'attuazione del Modello 231, anche attraverso l'azione dell'Organismo di Vigilanza che vigila sul corretto funzionamento del modello e ne cura l'aggiornamento, è volto a favorire lo svolgimento delle attività aziendali secondo principi etici e a prevenire la commissione dei reati previsti dal Decreto.

Durante l'Esercizio è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione una revisione del Codice Etico di Gruppo nonché l'aggiornamento del Modello 231 della stessa Società alle novità normative. Tale attività ha coinvolto tutti i soggetti apicali e tutti i componenti degli organi di governo della Società.

Ai fini di una efficace implementazione del Modello 231, è stato inoltre realizzato un canale di segnalazione (c.d. **Whistleblowing** *ex* Direttiva (UE) 2019/1937), strumento attraverso il quale soggetti interni ed esterni possono avvisare anonimamente il c.d. Responsabile del canale<sup>7</sup> dell'avvenuta violazione di norme o di procedure interne, anche solo presunta. L'Organismo di Vigilanza ha il compito di monitorare la fase delle indagini e di garantire il principio di riservatezza. Di conseguenza, è stata predisposta una procedura specifica per Bialetti Industrie e Bialetti Store, nonché appositi canali di segnalazione sul sito internet aziendale e sulla intranet aziendale, con la precisa indicazione dei componenti del **Comitato Whistleblowing**, costituito nel 2023, per ogni società inclusa nel perimetro della Direttiva 1937/2019.

Il Gruppo è impegnato, da tempo e attivamente, nella lotta alla corruzione. In particolare, il Codice Etico e i Modelli 231 delle società italiane prevedono specifici presidi al fine di prevenire possibili fenomeni di corruzione, identificando, prevenendo e gestendo il rischio che questi accadano. Infatti, Bialetti, svolgendo un'attenta analisi dei propri processi, ha individuato gli ambiti di attività potenzialmente sensibili al verificarsi di eventuali rischi di natura corruttiva.

Gli Organismi di Vigilanza e la Funzione *Internal Audit* svolgono inoltre periodiche attività di monitoraggio e di *audit* finalizzate a valutare l'adeguatezza dei sistemi di controllo interno a presidio dei rischi individuati e proprio nell'ambito di questi *audit* rientrano attività di verifica aventi ad oggetto il fenomeno della corruzione, con l'obiettivo ultimo di prevenirne i rischi più significativi.

Nello specifico, durante l'Esercizio, a tutti i membri del Consiglio di Amministrazione sono state comunicate le politiche e le procedure anticorruzione del Gruppo e hanno ricevuto una formazione sull'anticorruzione. Diversamente, a tutti i dipendenti, nello stesso periodo, sono state comunicate le politiche e le procedure anticorruzione del Gruppo ma nessuno di loro ha ricevuto una formazione sulla lotta alla corruzione. Infine, rispetto ai *partner* commerciali di Bialetti, si segnala che al 36% di essi sono state comunicate le politiche e le procedure anticorruzione del Gruppo<sup>8</sup>.

Inoltre, si specifica che, nel periodo oggetto della presente Dichiarazione, con il sistema di gestione dei rischi, due società sono state valutate per i rischi legati alla corruzione: Bialetti Industrie e Bialetti Store. Si specifica che nessuno tra i rischi identificati è stato valutato di grado superiore al "Medio". I rischi più significativi (con un grado di rischio medio) sono: l'istigazione alla corruzione e l'induzione indebita a dare o promettere utilità, e si tratta, in entrambi i casi, di reati nei rapporti con la Pubblica Amministrazione. Si precisa che non si sono verificati casi di corruzione.

Allo stesso tempo, non si segnalano azioni legali, né in corso né durante il periodo compreso tra il 1° gennaio 2021 e il 31 dicembre 2023, in materia di comportamento anticoncorrenziale. Ugualmente, non si segnalano violazioni delle normative *antitrust* o relative alle pratiche monopolistiche.

---

<sup>7</sup> I soggetti responsabili della gestione del canale per Bialetti Industrie sono il *Group Legal Manager & Investor Relator* e la *Chief Human Resources Officer*.

<sup>8</sup> Sono stati considerati come *partner* commerciali l'insieme dei clienti e dei fornitori della Società.

Infine, il Gruppo osserva e aderisce, con la massima attenzione, a normative, direttive e regolamenti applicabili ai settori in cui opera. Tale è l'impegno del Gruppo che non si sono verificati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti nel corso del 2023. Nel corso dell'Esercizio, inoltre, è stato creato un polo legale unico a livello di Gruppo, al fine di sviluppare un presidio legale - *in-house* - a supporto di tutte le società del Gruppo Bialetti. Tale dipartimento interno si pone l'obiettivo di coordinare e gestire gli aspetti di compliance e di definire e implementare le *best practice* internazionali.

### Coinvolgimento degli *Stakeholder*

Il Gruppo Bialetti è impegnato in un percorso rivolto alla creazione di valore sostenibile, condiviso con i diversi soggetti portatori di interesse.

In questo contesto, Bialetti ritiene fondamentale un coinvolgimento delle categorie di *Stakeholder* che tenga conto delle loro specificità, per recepirne aspettative e istanze tramite specifici strumenti e modalità, al fine di attivare e perfezionare un circuito virtuoso di dialogo e confronto con i diversi attori.

La frequenza del coinvolgimento per le diverse categorie di soggetti dipende dagli strumenti adottati, dalle strategie aziendali, oltre che, naturalmente, dalla necessità di ottemperare a eventuali prescrizioni legislative. In generale, il Gruppo ha attivato strumenti che consentono un dialogo continuo con gli *Stakeholder* (per esempio, *intranet* aziendale, caselle di posta elettronica, *social network*, *customer service*), unitamente a modalità di coinvolgimento con frequenze periodiche (per esempio, *audit* ai fornitori, indagini di soddisfazione nei negozi monomarca), o attivabili al verificarsi di particolari eventi (per esempio, la condivisione del Codice Etico al momento dell'avvio del rapporto con risorse umane, fornitori e clienti, incontri negoziali su tematiche aziendali con le organizzazioni sindacali).

Di seguito viene rappresentata la mappatura degli *Stakeholder* di Bialetti, suddivisi in "interni", "esterni primari" ed "esterni secondari".

#### Stakeholder interni:

 Risorse Umane   

#### Stakeholder esterni primari:

 Clienti 

 Comunità e territorio  

 Fornitori 

 Azionisti  

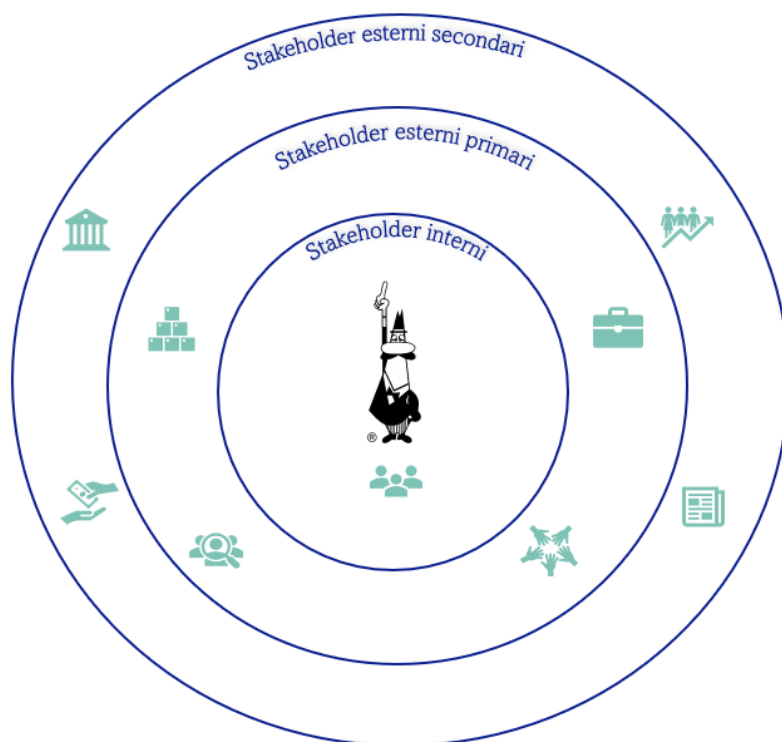
#### Stakeholder esterni secondari:

 Istituzioni  

 Associazioni di categoria 

 Comunità finanziaria 

 Media 



Il Gruppo si relaziona con ciascun cluster di *Stakeholder* attraverso le seguenti modalità:

-  *survey, feedback* e analisi di *performance*;
-  ideazione di progetti con obiettivi comuni;
-  condivisione di *commitment* e di aggiornamenti circa le iniziative del Gruppo.

| Stakeholder           | Sottogruppi                                                                                                                                                                                      | Modalità di coinvolgimento                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Risorse Umane         | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Organi amministrativi;</li> <li>◆ Personale di Sede;</li> <li>◆ Personale di Stabilimento;</li> <li>◆ Dipendenti ditte terze.</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Programmi di inserimento e formazione;</li> <li>◆ Condivisione del Codice Etico;</li> <li>◆ Incontri per la condivisione dei risultati e degli obiettivi aziendali;</li> <li>◆ Incontri di sensibilizzazione e informazione;</li> <li>◆ Intranet aziendale;</li> <li>◆ <i>Academy Bialetti Store</i>;</li> <li>◆ Incontri per informazione periodica;</li> <li>◆ Incontri negoziali su tematiche aziendali.</li> </ul> |
| Clienti               | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Clienti Italia;</li> <li>◆ Clienti Estero;</li> <li>◆ Consumatori;</li> <li>◆ Generazioni future.</li> </ul>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ <i>Customer care</i>;</li> <li>◆ <i>Social Network</i>;</li> <li>◆ Condivisione Codice Etico (distributori);</li> <li>◆ Indagini di soddisfazione (negozi monomarca).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                       |
| Fornitori             | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Fornitori di materie prime / beni / servizi;</li> <li>◆ Compagnie marittime e di trasporto;</li> <li>◆ Società di consulenza.</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Visite tecniche periodiche (<i>audit</i>);</li> <li>◆ Attività di valutazione;</li> <li>◆ Incontri istituzionali;</li> <li>◆ Definizione e condivisione di <i>standard</i>;</li> <li>◆ <i>Training</i> dedicati;</li> <li>◆ Piani di miglioramento;</li> <li>◆ Condivisione del Codice Etico.</li> </ul>                                                                                                               |
| Comunità e territorio | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Scuole;</li> <li>◆ Università;</li> <li>◆ Cittadini dei comuni ove sono ubicati gli stabilimenti produttivi;</li> <li>◆ Associazioni locali.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Incontri su tematiche di interesse comune.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Istituzioni           | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Istituzioni governative;</li> <li>◆ Autorità regolatrici / Organi di controllo;</li> <li>◆ PA Locale;</li> <li>◆ Unione Europea.</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Incontri su tematiche di interesse comune.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Azionisti             | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Azionisti di maggioranza;</li> <li>◆ Azionisti di minoranza;</li> <li>◆ Investitori istituzionali.</li> </ul>                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Assemblea degli Azionisti;</li> <li>◆ Comunicazioni e informazioni <i>price-sensitive</i>;</li> <li>◆ Dialogo quotidiano tramite struttura di <i>Investor Relations</i> (incontri, telefono, <i>e-mail</i>);</li> <li>◆ Sito <i>web</i> istituzionale.</li> </ul>                                                                                                                                                      |
| Comunità finanziaria  | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Banche;</li> <li>◆ Compagnie di Assicurazione.</li> </ul>                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Comunicazioni e informazioni <i>price-sensitive</i>;</li> <li>◆ Dialogo quotidiano tramite struttura di <i>Investor Relations</i> (incontri, telefono, <i>e-mail</i>);</li> <li>◆ Sito <i>web</i> istituzionale.</li> </ul>                                                                                                                                                                                            |
| Media                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Stampa locale e internazionale;</li> <li>◆ <i>Social Media</i>;</li> <li>◆ Stampa Specializzata / Settore.</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Interviste con i vertici aziendali;</li> <li>◆ Conferenze stampa ed eventi;</li> <li>◆ <i>Media plan</i>;</li> <li>◆ Dialogo costante;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                             |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Sito <i>web</i> istituzionale.</li> </ul>                                          |
| Associazioni di categoria | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Confindustria;</li> <li>◆ Unione Italiana <i>Food</i>;</li> <li>◆ Comitato Italiano del Caffè;</li> <li>◆ Associazione per le società Italiane per azioni (Assonime);</li> <li>◆ Associazione Nazionale degli Organismi di Controllo e Certificazione del Biologico (ASS.O.CERT.BIO).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Incontri su tematiche di interesse comune;</li> <li>◆ Dialogo costante.</li> </ul> |

## La Tassonomia per un impegno ambientale sempre più concreto

L'obiettivo del Green Deal Europeo ha portato all'introduzione della Tassonomia Europea con l'emanazione del Regolamento Europeo 2020/852.

Il Regolamento e successivi atti delegati, cosiddetta "Tassonomia Europea", consiste in un sistema europeo di classificazione delle attività economiche che possono essere considerate "sostenibili" dal punto di vista ambientale, finalizzato a fornire agli investitori un riferimento univoco per orientare le decisioni di investimento verso attività ecosostenibili. Infatti, tale *disclosure* cui il Gruppo è soggetto, costituisce un vero e proprio fattore di leva ai fini della propria pianificazione strategica.

La Tassonomia Europea individua sei obiettivi ambientali: mitigazione del cambiamento climatico; adattamento al cambiamento climatico; uso sostenibile e protezione delle risorse idriche e marine; transizione verso l'economia circolare, con riferimento anche a riduzione e riciclo dei rifiuti; prevenzione e controllo dell'inquinamento; protezione della biodiversità e della salute degli eco-sistemi.

L'articolo 8 del Regolamento definisce gli obblighi di rendicontazione nell'ambito della tassonomia che ricadono sulle imprese soggette all'obbligo di pubblicare informazioni di carattere non finanziario ai sensi dell'articolo 19 – *bis* o dell'articolo 29 – *bis* della direttiva 2013/34/UE (*Non Financial Reporting Directive – NFRD*).

Il Gruppo, infatti, in linea con quanto sancito dall'art. 19° della "Accounting Directive" (Direttiva 2013/34/UE del 26 giugno 2013), è tenuto a pubblicare la Dichiarazione, ottemperando così agli obblighi pubblicitari previsti. Nell'ambito della presente Dichiarazione, senza soluzione di continuità rispetto all'esercizio precedente, sono state oggetto di rendicontazione le informazioni relative agli indicatori previsti dall'Atto Delegato 2021/2178.

A partire dal gennaio 2022, le imprese soggette alla NFRD hanno incluso nella propria dichiarazione di carattere non finanziario informazioni su come e in che misura le proprie attività sono associate ad attività economiche considerate ecosostenibili, ai sensi del Regolamento stesso.

### Analisi di ammissibilità

Ai sensi del Regolamento, un'attività economica risulta ammissibile ("*eligible*") alla Tassonomia Europea se vi è una descrizione corrispettiva all'interno degli Atti Delegati, indipendentemente dal rispetto dei relativi criteri di vaglio tecnico riportati all'interno degli stessi.

In tal senso, si è proceduto nel confrontare le attività economiche svolte dal Gruppo con quelle definite dalla documentazione tecnica di riferimento, considerando i codici ATECO/NACE e valutando in concreto ogni attività prevista. Bialetti ha quindi adottato un approccio metodologico accurato, analizzando le attività svolte

da tutte le società del Gruppo al fine di identificare quali tra queste potessero essere valutate come ammissibili e contribuire agli obiettivi ambientali definiti dal Regolamento. Queste valutazioni si basano sulle informazioni attualmente disponibili, le quali possono essere soggette a modifiche normative future.

#### *Obiettivo di mitigazione dei cambiamenti climatici*

A seguito dell'analisi dell'Atto delegato sul Clima – Allegato I del Regolamento (UE) 2021/2139, sono state considerate due attività economiche come ammissibili alla Tassonomia Europea.

In continuità con l'analisi effettuata nel 2022, è stata determinata come ammissibile l'attività 8.2 ("Soluzioni basate sui dati per la riduzione delle emissioni di gas serra"), relativa all'investimento effettuato dalla Società nel *software* MES.

Tuttavia, si vuole evidenziare che, a seguito di chiarimenti ed aggiornamenti della normativa europea in materia di Tassonomia Europea, nel 2023 Bialetti ha approfondito l'analisi delle principali attività svolte. Il risultato ha portato all'identificazione dell'attività di produzione delle caffettiere in alluminio, *core business* del Gruppo, come ammissibile alla Tassonomia, riconducendola all'attività 3.6 ("Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio").

#### *Attività 3.6 Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio*

Nell'anno 2023, l'attività relativa alla produzione di caffettiere in alluminio ("Moka") è considerata ammissibile alla Tassonomia Europea, in quanto riconducibile alla descrizione dell'attività 3.6<sup>9</sup> ("Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio"), in riferimento all'obiettivo di mitigazione dei cambiamenti climatici. I due stabilimenti (Romania e Italia) consentono all'azienda di gestire l'intero processo industriale: dall'acquisto della materia prima (pani di alluminio) alle lavorazioni specializzate (pressofusione e gravità, tornitura, smerigliatura, decapaggio, brillantatura e verniciatura) fino all'assemblaggio e al confezionamento delle caffettiere in alluminio Moka.

Nel dettaglio, affinché un prodotto possa essere considerato idoneo all'obiettivo di mitigazione dei cambiamenti climatici all'interno di questa categoria, deve essere finalizzato alla riduzione sostanziale delle emissioni di gas a effetto serra, lungo l'intero ciclo di vita del prodotto, in un settore economico differente. A tal proposito, l'attività di produzione della caffettiera mappata dal Gruppo impatta positivamente a monte e a valle della sua catena del valore, consentendo una riduzione delle emissioni di gas climalteranti sia nel settore minerario che verso il consumatore finale.

Per il primo settore, i "pani di alluminio" utilizzati nel processo produttivo sono ottenuti tramite il riciclaggio dell'alluminio, ciò significa che vengono evitate le emissioni di CO<sub>2</sub> associate alle diverse fasi di estrazione, purificazione e trasformazione dell'allumina primaria (bauxite) fino alla produzione di alluminio. Il riciclaggio dell'alluminio è un processo noto per il suo impatto positivo sull'ambiente in termini di riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> e della pressione sull'estrazione di nuove risorse. Pertanto, l'uso di alluminio riciclato per la produzione di caffettiere contribuisce alla riduzione complessiva delle emissioni di gas serra lungo il ciclo di vita del prodotto, rendendolo ancor più congruente con i criteri di mitigazione dei cambiamenti climatici stabiliti dalla Tassonomia Europea.

Inoltre, il prodotto "Moka" presenta vantaggi significativi anche durante la fase di utilizzo da parte del consumatore. Rispetto ad altre soluzioni o tecnologie finalizzate alla preparazione del caffè, come ad esempio le macchinette a capsule, la Moka non solo minimizza la produzione di rifiuti, limitandola al solo caffè utilizzato durante il processo di preparazione, ma semplifica notevolmente le operazioni di manutenzione del prodotto. Per quanto riguarda i rifiuti, l'utilizzo della Moka produce solo caffè, che costituisce un rifiuto organico. Questo residuo può essere facilmente riutilizzato per la concimazione, contribuendo così alla riduzione complessiva degli scarti e promuovendo pratiche sostenibili. Per la pulizia, è sufficiente utilizzare acqua sanitaria, evitando

---

<sup>9</sup> Come disciplinato dal Regolamento Delegato 2021/2139 – Allegato I.

così l'uso di soluzioni decalcificanti più complesse e potenzialmente dannose. Questa caratteristica contribuisce a ridurre l'impatto ambientale, poiché si evita l'uso di sostanze chimiche aggressive.

Bialetti si riserva il diritto di riconsiderare le proprie valutazioni e interpretazioni nelle prossime occasioni di rendicontazione al fine di tener conto di eventuali cambiamenti nel contesto normativo o di ulteriori chiarimenti forniti dalle autorità nazionali ed europee o dalle associazioni di categoria. Questo approccio riflette l'impegno dell'azienda a rimanere conforme alle normative vigenti e a adeguarsi a eventuali sviluppi normativi o direttive future che possano influenzare le attività e le pratiche aziendali.

#### Attività 8.2 Soluzioni basate sui dati per la riduzione delle emissioni di gas serra

Nella valutazione dello scorso anno, è emerso come l'implementazione del *software* MES sia stata considerata per determinare il KPI relativo alle spese operative (*OpEx*). Il *software* MES è un sistema avanzato ed integrato di gestione della produzione che consente di misurare e monitorare dettagliatamente i costi, i consumi e lo *status* delle macchine coinvolte nei processi produttivi. Questo sistema mira a migliorare l'efficienza, la qualità e la tracciabilità del processo, riducendo gli sprechi e aumentando la produttività identificando le lavorazioni critiche e ottimizzando la dimensione dei volumi richiesti e prodotti. Inoltre, combinando il *software* con la piattaforma *Energy Data Management*, è possibile monitorare e misurare in tempo reale i consumi di energia elettrica, gas naturale, azoto ed aria compressa.

Nel 2022, in linea con la Tassonomia Europea, il *software* MES è stato associato all'attività 8.2, identificata per il primo obiettivo di mitigazione dei cambiamenti climatici, ovvero "Soluzioni basate sui dati per la riduzione delle emissioni di gas serra".

Nel corso dell'Esercizio, tutti i sistemi di controllo delle macchine presenti nei reparti produttivi e logistici sono stati collegati con il sistema gestionale aziendale (*ERP*) allo scopo di ottimizzare i processi, favorendone il controllo delle risorse e la qualità dei beni. Grazie al tracciamento dei dati e alla produzione di *insight* in tempo reale, il *software* MES ha permesso un innalzamento dell'efficienza della produzione e del contenimento dei costi. Tutto ciò è reso possibile attraverso: l'arresto tempestivo della produzione in caso di anomalie segnalate, la programmazione e la manutenzione del processo che permette l'aumento dell'operatività, e l'ottimizzazione delle strategie di acquisto tramite la registrazione dello *stock*.

Nell'analisi sono state acquisite ulteriori informazioni sul *software* MES, confermandone l'associazione all'attività 8.2. Per quest'anno è stato possibile calcolare due KPI: il primo relativo alle spese in conto capitale (*CapEx*) e il secondo sulle spese operative (*OpEx*).

#### Analisi allineamento

Ai sensi della normativa Tassonomia Europea, un'attività economica viene considerata allineata se contribuisce in modo sostanziale ad uno dei sei obiettivi ambientali dell'UE, senza arrecare danno significativo ai restanti obiettivi. Oltre a rispettare i criteri di minima salvaguardia definiti anche sulla base del *Report* pubblicato dalla Piattaforma di Finanza Sostenibile.

#### Obiettivo di mitigazione dei cambiamenti climatici

Facendo sempre riferimento all'Atto delegato sul Clima – Allegato I del Regolamento (UE) 2021/2139, si è svolta un'analisi di allineamento alla Tassonomia Europea delle due attività ritenute ammissibili.

#### Attività 3.6 Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio

Seguendo i criteri di contributo sostanziale alla mitigazione ai cambiamenti climatici, l'attività economia fabbrica tecnologie che riducano le emissioni di gas serra nel ciclo di vita, e che questa riduzione sia dimostrata rispetto alle tecnologie alternative migliori disponibili sul mercato, conformemente a determinanti *standard* internazionali. Questa riduzione è inoltre soggetta a verifica da parte di terze parti indipendenti.

A tal proposito, nel 2024, Bialetti ha avviato un'analisi del ciclo di vita per la Moka *Express*, il prodotto di punta del suo *core business*. Il calcolo delle emissioni associate alla produzione del prodotto verrà certificato tramite un ente terzo entro la fine dell'anno 2024. Quest'iniziativa è considerata fondamentale per il futuro allineamento dell'attività 3.6, che riguarda la fabbricazione di tecnologie volte a ridurre sostanzialmente le emissioni di gas serra lungo il ciclo di vita in altri settori dell'economia. Ne consegue che, per l'anno 2023, non è stato possibile verificare il rispetto dei criteri di vaglio tecnico per l'allineamento dell'attività alla Tassonomia Europea.

#### Attività 8.2 Soluzioni basate sui dati per la riduzione delle emissioni di gas serra

Nell'analizzare i criteri di contributo sostanziale, si è determinato che per essere considerata allineata, il *software* MES deve avere l'obiettivo di ridurre in modo significativo le emissioni di gas serra (*GHG*) e deve rappresentare la migliore alternativa disponibile sul mercato. Inoltre, la diminuzione delle emissioni di gas serra deve essere certificata da una terza parte indipendente. Attualmente non è stato possibile quantificare e certificare tale riduzione rispetto alle migliori alternative di mercato, rendendo impossibile la determinazione della conformità al contributo sostanziale. Di conseguenza, l'attività 8.2 non può essere considerata allineata alla Tassonomia Europea.

Il Gruppo si impegna attivamente a migliorare il *software* MES, consentendo così la raccolta e l'archiviazione di dati di misurazione generati dallo stesso. Questi dati saranno utilizzati per quantificare e mappare le emissioni nel processo produttivo. Inoltre, si potrà verificare concretamente la riduzione delle emissioni di gas serra rispetto ad una *baseline*, rendendo questa verifica un elemento essenziale per valutare la conformità ai criteri di contributo sostanziale per l'attività identificata.

#### Obiettivi futuri

Il Gruppo, nell'ottica del miglioramento continuo, sta valutando l'opzione di elettrificare la propria flotta aziendale. A tal fine, sarà necessaria l'installazione di colonnine di ricarica, un'attività che potrebbe essere presa in considerazione per una eventuale ammissibilità e /o allineamento alla Tassonomia Europea.

Per i prossimi anni di rendicontazione, il Gruppo si impegna ad ampliare le analisi sulle proprie attività, approfondendo ulteriormente quelle già identificate come ammissibili. Si valuterà se e in che misura tali attività contribuiscano in modo sostanziale ad almeno uno dei sei obiettivi ambientali, senza compromettere i restanti e garantendo il rispetto delle salvaguardie sociali minime, come richiesto dalla normativa vigente.

#### Calcolo dei KPI economici: i tre Indicatori di fatturato, *CapEx* ed *OpEx*

Per ciascuna delle attività considerate ammissibili e allineate, le imprese non finanziarie devono riportare tre indicatori di *performance* economica, noti come KPI. il KPI del fatturato, il KPI delle spese in conto capitale (*CapEx*) e il KPI delle spese operative (*OpEx*). Il calcolo di tali indicatori avviene in conformità ai criteri contabili stabiliti nell'allegato I del Regolamento Delegato (UE) 2021/2178, come modificato dal Regolamento Delegato (UE) 2023/2486.

Per il KPI *Turnover*<sup>10</sup>, è stato calcolato il rapporto tra i ricavi netti derivanti dall'attività ritenuta ammissibile (numeratore) e i ricavi netti totali (denominatore). Il denominatore del KPI *Turnover* fa riferimento alla voce "ricavi" del Conto Economico Complessivo Consolidato al 2023, consolidati in conformità allo IAS 1.82. Il numeratore del KPI *Turnover* è costituito dai ricavi netti associati ai prodotti del Gruppo connessi ad attività ammissibili. Per quanto riguarda l'ammissibilità dei ricavi generati dall'attività 3.6 ("Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio"), si è considerata solo la quota parte attribuibile ai prodotti rispondenti alla descrizione dell'attività in riferimento alla mitigazione dei cambiamenti climatici.

---

<sup>10</sup> Punto 1.1.1.1. dell'alleg. I del Reg. Delegato (UE) 2021/2178

Per quanto riguarda il calcolo del KPI *CapEx*<sup>11</sup>, il denominatore include gli incrementi degli attivi materiali e immateriali durante l'esercizio, prima dell'ammortamento, della svalutazione e di qualsiasi rivalutazione, escludendo le variazioni del *fair value*. Il numeratore, invece, comprende la parte delle spese in conto capitale che contribuisce in modo sostanziale a qualsiasi obiettivo ambientale. Di conseguenza, si effettua una scomposizione delle spese in conto capitale assegnata al contributo sostanziale per ogni obiettivo ambientale.

Per procedere al calcolo del KPI *OpEx*<sup>12</sup>, il denominatore include i costi diretti non capitalizzati relativi alla ricerca e sviluppo, alla manutenzione e riparazione, nonché a qualsiasi altra spesa diretta associata alla manutenzione quotidiana di immobili, impianti e macchinari. Il numeratore, invece, è determinato dalla parte di spese operative che contribuisce in modo sostanziale agli obiettivi ambientali, presentando una scomposizione delle spese operative assegnate al contributo sostanziale per ogni singolo obiettivo ambientale.

Di seguito sono riportati i valori dei KPI, relativi all'attività ritenuta ammissibile alla Tassonomia Europea, nelle tabelle presenti nell'allegato II del Regolamento Delegato (UE) 2023/2486.

---

<sup>11</sup> Punto 1.1.2. dell'alleg. I del Reg. Delegato (UE) 2021/2178

<sup>12</sup> Punto 1.1.3. dell'alleg. I del Reg. Delegato (UE) 2021/2178



| Modello – Quota delle spese in conto capitale (CapEx) derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia – Informativa per l'anno 2023 |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|-------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|--------------|------------------|------------------------|-------------------|---------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|----------------------------------------|
| Esercizio finanziario 2023                                                                                                                                                     |                                                                         | 2023      |                               | Criteri per il contributo sostanziale     |                                          |              |                  |                        |                   | Criteri DNSH ("non arrecare danno significativo") |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
| Attività economiche (1)                                                                                                                                                        | Codice (2)                                                              | CapEx (3) | Quota di CapEx, anno 2023 (4) | Mitigazione dei cambiamenti climatici (5) | Adattamento ai cambiamenti climatici (6) | Acqua (7)    | Inquinamento (8) | Economia circolare (9) | Biodiversità (10) | S/N                                               | S/N      | S/N      | S/N      | S/N      | S/N      | S/N      | Quota di CapEx allineata (A.1.) o ammissibile (A.2.) alla tassonomia, anno 2022 (18) | Categoria attività abilitante (19) | Categoria attività di transizione (20) |
|                                                                                                                                                                                |                                                                         |           |                               | Si; No; N/AM                              | Si; No; N/AM                             | Si; No; N/AM | Si; No; N/AM     | Si; No; N/AM           | Si; No; N/AM      |                                                   |          |          |          |          |          |          | %                                                                                    | A                                  | T                                      |
| A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA                                                                                                                                        |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
| A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)                                                                                                                       |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
| CapEx delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)                                                                                                          |                                                                         |           |                               | 0                                         | 0%                                       |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          | 0%                                                                                   |                                    |                                        |
| Di cui abilitanti                                                                                                                                                              |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          | 0%                                                                                   | A                                  |                                        |
| Di cui di transizione                                                                                                                                                          |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    | T                                      |
| A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)                                                                        |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
|                                                                                                                                                                                |                                                                         |           |                               | AM; N/AM                                  | AM; N/AM                                 | AM; N/AM     | AM; N/AM         | AM; N/AM               | AM; N/AM          | AM; N/AM                                          | AM; N/AM | AM; N/AM | AM; N/AM | AM; N/AM | AM; N/AM | AM; N/AM | 0%                                                                                   |                                    |                                        |
| Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio                                                                                                                | CCM 3.6                                                                 | 4.885     | 49,14%                        | AM                                        | N/AM                                     |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          | 0%                                                                                   |                                    |                                        |
|                                                                                                                                                                                | Soluzioni basate sui dati per la riduzione delle emissioni di gas serra | 10        | 0,11%                         | AM                                        | N/AM                                     |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          | 0%                                                                                   |                                    |                                        |
| CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)                                                          |                                                                         |           |                               | 4.895                                     | 49,25%                                   | 49,25%       | %                | %                      | %                 | %                                                 | %        | %        | %        | %        | %        | %        | 0%                                                                                   |                                    |                                        |
| A. CapEx delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)                                                                                                                  |                                                                         |           |                               | 4.895                                     | 49,25%                                   | 49,25%       | %                | %                      | %                 | %                                                 | %        | %        | %        | %        | %        | %        | 0%                                                                                   |                                    |                                        |
| B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA                                                                                                                                               |                                                                         |           |                               |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
| CapEx delle attività non ammissibili alla tassonomia                                                                                                                           |                                                                         | 5.044     | 50,75%                        |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |
| TOTALE                                                                                                                                                                         |                                                                         | 9.940     | 100 %                         |                                           |                                          |              |                  |                        |                   |                                                   |          |          |          |          |          |          |                                                                                      |                                    |                                        |

| Modello – Quota delle spese operative (OpEx) derivanti da prodotti o servizi associati ad attività economiche allineate alla tassonomia – Informativa per l'anno 2023 |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------|------------------|------------------------|-------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------|----|--------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Esercizio finanziario 2023                                                                                                                                            |               |          | 2023                          |                                                                                                                                 | Criteri per il contributo sostanziale       |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            | Criteri DNSH «non arrecare danno significativo» |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| Attività economiche<br>(1)                                                                                                                                            | Codice<br>(2) | OpEx (3) | Quota di<br>OpEx, 2023<br>(4) | Mitigazione dei<br>cambiamenti climatici (5)                                                                                    | Adattamento ai<br>cambiamenti climatici (6) | Acqua (7) | Inquinamento (8) | Economia circolare (9) | Biodiversità (10) | Mitigazione dei<br>cambiamenti climatici (11) | Adattamento ai<br>cambiamenti climatici (12) | Acqua (13) | Inquinamento (14)                               | Economia circolare (15) | Biodiversità (16) | Garanzie minime di<br>salvaguardia (17) | Quota di OpEx<br>allineata (A.1.) o<br>ammissibile<br>(A.2.) alla<br>tassonomia, anno<br>2022 (18) | Categoria<br>attività<br>abilitante<br>(19) | Categoria<br>attività di<br>transizione<br>(20) |    |        |                 |                 |                 |
|                                                                                                                                                                       |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 | k€ | %      | Si; No;<br>N/AM | Si; No;<br>N/AM | Si; No;<br>N/AM |
| A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA                                                                                                                               |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)                                                                                                              |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| Spese operative delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)                                                                                       |               |          |                               | 0                                                                                                                               | 0%                                          |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         | 0%                                                                                                 |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| Di cui abilitanti                                                                                                                                                     |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         | 0%                                                                                                 | A                                           |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| Di cui di transizione                                                                                                                                                 |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 | T  |        |                 |                 |                 |
| A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)                                                               |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| Fabbricazione di altre tecnologie a basse emissioni di carbonio<br><br>Soluzioni basate sui dati per la riduzione delle emissioni di gas serra                        |               |          |                               | CCM 3.6                                                                                                                         | 694                                         | 0,48%     | AM               | N/AM                   |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
|                                                                                                                                                                       |               |          |                               | CCM 8.2                                                                                                                         | 7                                           | 0,01%     | AM               | N/AM                   |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
|                                                                                                                                                                       |               |          |                               | Spese operative delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2) |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
|                                                                                                                                                                       |               |          |                               | A. OpEx delle attività ammissibili alla tassonomia (A.1+A.2)                                                                    |                                             |           | 701              | 0,49%                  | 0,49%             | %                                             | %                                            | %          | %                                               | %                       | %                 | %                                       | %                                                                                                  | %                                           | %                                               | %  | 21,75% |                 |                 |                 |
| B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA                                                                                                                           |               |          |                               |                                                                                                                                 |                                             |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| Spese operative delle attività non ammissibili alla tassonomia                                                                                                        |               |          |                               | 142.912                                                                                                                         | 99,51%                                      |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |
| TOTALE                                                                                                                                                                |               |          |                               | 143.613                                                                                                                         | 100 %                                       |           |                  |                        |                   |                                               |                                              |            |                                                 |                         |                   |                                         |                                                                                                    |                                             |                                                 |    |        |                 |                 |                 |

|     | Quota di Fatturato / Fatturato totale         |                                                |
|-----|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|
|     | Allineamento alla<br>Tassonomia per obiettivo | Ammissibilità alla<br>Tassonomia per obiettivo |
| CCM | 0%                                            | 63,25%                                         |
| CCA | %                                             | %                                              |
| WTR | %                                             | %                                              |
| CE  | %                                             | %                                              |
| PPC | %                                             | %                                              |
| BIO | %                                             | %                                              |

|     | Quota di CapEx / CapEx totale                 |                                                |
|-----|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|
|     | Allineamento alla<br>Tassonomia per obiettivo | Ammissibilità alla<br>Tassonomia per obiettivo |
| CCM | 0%                                            | 49,25%                                         |
| CCA | %                                             | %                                              |
| WTR | %                                             | %                                              |
| CE  | %                                             | %                                              |
| PPC | %                                             | %                                              |
| BIO | %                                             | %                                              |

|     | Quota di OpEx / OpEx totale                   |                                                |
|-----|-----------------------------------------------|------------------------------------------------|
|     | Allineamento alla<br>Tassonomia per obiettivo | Ammissibilità alla<br>Tassonomia per obiettivo |
| CCM | 0%                                            | 0,49%                                          |
| CCA | %                                             | %                                              |
| WTR | %                                             | %                                              |
| CE  | %                                             | %                                              |
| PPC | %                                             | %                                              |
| BIO | %                                             | %                                              |

## Rendicontazione volontaria: gli investimenti sostenibili di Bialetti e i 6 obiettivi ambientali

Nel corso del 2023, il Gruppo ha intrapreso alcuni progetti e iniziative che rientrano nella sfera dei sei obiettivi ambientali stabiliti dalla Tassonomia Europea. Anche se tali progettualità non rispettano pienamente i parametri definiti dall'atto delegato 2021/2178, essi rappresentano un importante passo dell'azienda verso azioni e strategie che possono essere ricondotte all'obiettivo 4, ossia "Transizione verso un'economia circolare".

Questo impegno sottolinea la volontà di Bialetti nel promuovere investimenti che contribuiscano alla sostenibilità, avvicinandosi sempre di più ai criteri e requisiti stabiliti dalla Tassonomia Europea.

Per quest'anno si vogliono evidenziare due progettualità in corso:

- ◆ Eliminazione della componente plastica dalle capsule di produzione e a marchio Bialetti: il progetto, iniziato nel 2022, mira a rendere le capsule di caffè Bialetti più sostenibili agevolando la separazione degli elementi e il relativo smaltimento dopo l'utilizzo per il consumatore finale. Per raggiungere questo obiettivo, è stata progettata una nuova capsula che elimina la componente plastica e sostituisce l'uso di carta filtro con carta filtro biodegradabile di dimensioni ridotte. Questo ha richiesto la creazione di una linea di confezionamento capsule dedicata. Nel 2023, solo una linea produttiva su tre produceva capsule "*plastic-free*". Tuttavia, a partire da gennaio 2024, Bialetti produce esclusivamente capsule "*plastic-free*", grazie all'installazione di una macchina progettata e acquistata da IMA Group, e apportando delle modifiche (inibizione della stazione di inserimento del filtro in plastica, e sostituzione delle due fustellatrici con una sola che taglia un dischetto più piccolo) alle restanti due linee. Questo intervento riduce notevolmente l'impatto ambientale legato alla produzione, al trasporto e allo smaltimento della plastica: infatti, si stima una riduzione annua di circa 40 tonnellate di plastica e 10 tonnellate di carta filtro. Ciò contribuisce significativamente alla riduzione complessiva delle emissioni di carbonio associate al processo produttivo delle capsule e al loro ciclo di vita. Per questo progetto sono stati investiti dall'azienda circa 3 milioni di euro in conto capitale, comprensivi sia del nuovo macchinario che degli interventi sulle linee preesistenti.
- ◆ Eliminazione del *packaging* secondario: il progetto riguarda l'eliminazione del *packaging* secondario, ovvero i cartoni per le caffettiere "Moka Express". L'intervento riguarda i sistemi di movimentazione a circuito chiuso dei semilavorati di alluminio tra Bialetti Romania e Bialetti Industrie. Sono stati quindi introdotti vassoi in plastica termoformati riutilizzabili, sostituendo gli attuali cartoni monouso. Questo progetto ha lo scopo di rendere più sostenibili i flussi di produzione delle caffettiere Moka, eliminando la necessità di acquisto costante e dello smaltimento del *packaging* secondario monouso. Si stima che tale cambiamento comporti una riduzione di circa 55 tonnellate all'anno di cartone acquistato, utilizzato e smaltito e, di conseguenza, si osservi un calo nelle emissioni di CO2 legate all'attività. Bialetti ha investito circa 42 mila euro in conto capitale per questo stesso progetto.

# L'ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ

## Il processo di analisi di doppia materialità

Nel corso del 2023, il Gruppo Bialetti ha condotto, in conformità con i nuovi **GRI Standards 2021**, la propria analisi di **doppia materialità**, processo che, attraverso il coinvolgimento di *Stakeholder* interni ed esterni, mira all'individuazione delle tematiche *ESG* rilevanti, dunque materiali, per la Società.

L'identificazione dei temi materiali è una priorità per Bialetti che, sulla base di essi, andrà a definire i contenuti da includere nella rendicontazione e i relativi obiettivi di sostenibilità nel breve e nel lungo periodo.

Per la realizzazione della propria analisi di materialità, Bialetti ha preso in considerazione le linee guida dei principali *standard* e *framework* per la rendicontazione delle *performance ESG* quali: *Universal Standard* GRI 2021, AA1000, SASB, *Guidelines on reporting climate-related information*, *WEF's Global Risks Report* e *ESMA – European common enforcement priorities for 2022 annual financial reports*.

Inoltre, al fine di anticipare quanto introdurrà la *Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)*, il Gruppo ha voluto arricchire già da quest'anno la propria analisi, accostando alla tradizionale valutazione degli impatti generati dalle proprie attività sulle persone e sull'ambiente (c.d. **materialità d'impatto**), la valutazione dei rischi e delle opportunità derivanti dalla gestione di una specifica tematica *ESG* sui risultati economico-finanziari della Società stessa (c.d. **materialità finanziaria**).

Secondo quanto riportato dalla *CSRD*, un tema *ESG* è materiale quando soddisfa i criteri definiti per la materialità d'impatto, per la materialità finanziaria o per entrambe:

- ◆ **materialità d'impatto**: seguendo un approccio *inside-out*, la Società valuta la materialità considerando gli impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, che possono riversarsi sugli *Stakeholders* e sull'ambiente in base alla gestione aziendale di una tematica *ESG*.
- ◆ **materialità finanziaria**: seguendo un approccio *outside-in*, la Società considera i rischi e le opportunità derivanti (o meno) dalla gestione di una tematica *ESG* e il potenziale impatto che si potrebbe verificare sulla *performance* economico-finanziaria dell'impresa stessa.

Le fasi che contraddistinguono l'analisi di doppia materialità svolta dal Gruppo sono di seguito illustrate.

### Desk & benchmark analysis

Il processo di identificazione degli impatti, rischi e opportunità ha preso avvio con un'analisi di contesto interna ed esterna.

In riferimento alla prima, sono stati analizzati documenti di Gruppo quali ad esempio la Dichiarazione Consolidata Non Finanziaria dell'anno precedente, il Codice Etico, i verbali delle assemblee, i rischi derivati dall'attività di *Risk Assessment*, progetti e procedure interne in relazione ad ambiti di azione *ESG*.

Rispetto al contesto esterno, sono stati esaminati *standard* e *framework* internazionali per la rendicontazione di *performance ESG* e studi di settore, elaborati da enti accreditati; inoltre, è stata condotta una scrupolosa attività di *benchmark* con le *best practices* del mercato, analizzando i relativi temi, impatti, rischi e opportunità considerabili applicabili per la realtà di Bialetti.

Sulla base dell'attività di cui sopra, sono stati individuati 14 temi *ESG* potenzialmente materiali, a ciascuno dei quali sono stati associati, successivamente, sia gli impatti, positivi e negativi, attuali e potenziali (**materialità d'impatto**) sia i rischi e le opportunità (**materialità finanziaria**) più rilevanti per Bialetti.

## Materialità d'impatto e *Stakeholder engagement*

Per un'azienda sostenibile e responsabile, l'interazione con il territorio di riferimento è un aspetto centrale e strategico, raggiungibile attraverso l'implementazione dello *Stakeholder engagement*, ossia uno strumento di ascolto, dialogo e coinvolgimento mediante il quale l'impresa si confronta con i propri portatori di interesse in una logica di rispettiva collaborazione e responsabilità, assumendo quindi un ruolo di fondamentale importanza.

Per tale motivo, un passo fondamentale del processo di analisi di doppia materialità è rappresentato proprio dall'attività di coinvolgimento degli *Stakeholder*, ossia di quei soggetti o gruppi di interesse che sono influenzati, anche solo potenzialmente, dalle attività dello stesso Gruppo.

Al fine di creare una mappa chiara ed efficace dei propri portatori di interesse, è strategico “prioritizzarli”, assegnando a ciascuno un peso specifico. Seguendo quanto stabilito dallo *Standard* sullo *Stakeholder Engagement* AA1000, la **prioritizzazione degli *Stakeholder*** avviene in base a tre parametri, analizzati congiuntamente: la dipendenza dello *Stakeholder* dalle attività, dai prodotti o dai servizi del Gruppo; l'influenza dello *Stakeholder* sul Gruppo; e l'urgenza con cui lo *Stakeholder* necessita dell'attenzione immediata del Gruppo in merito a questioni finanziarie, economiche, sociali o ambientali più ampie.

Gli *Stakeholder*, attraverso la somministrazione di un questionario online, sono stati chiamati a valutare singolarmente gli **impatti** – positivi e negativi, attuali e potenziali – per ciascun tema *ESG* potenzialmente rilevante per Bialetti, sulla base della relativa gravità/peso e probabilità di verificarsi.

Il questionario è stato sottoposto sia a **figure manageriali interne** alla Società sia a **soggetti esterni**, rappresentativi delle 9 categorie di *Stakeholder* di Bialetti (azionisti, clienti, fornitori, comunità finanziaria, risorse umane, istituzioni, media, associazioni di categoria e comunità e territorio).

Diversamente da quelle interne, le valutazioni degli *Stakeholder* esterni sono state ponderate sulla base del peso attribuitogli nel processo di prioritizzazione degli *Stakeholder*.

## Materialità finanziaria e valutazione della Direzione Finance

Come anticipato, con la materialità finanziaria si fa riferimento al fatto che una tematica *ESG* possa avere o meno un effetto finanziario rilevante sull'impresa (ad es. sulla *performance* finanziaria, flussi finanziari, accesso a finanziamenti, costo del capitale), provocando un rischio o un'opportunità per l'impresa stessa.

La valutazione dei rischi e delle opportunità è demandata alla Direzione *Finance*, la quale ha espresso il proprio giudizio in base alla probabilità che si verifichino tali rischi/opportunità e alla potenziale entità dei loro effetti finanziari nel breve, medio e lungo termine.

## Temî materiali

Una volta recepiti i contributi della Direzione *Finance* e degli *Stakeholder*, è stato possibile attribuire a ciascun tema il relativo “grado” di rilevanza e, quindi, di materialità.

## Matrice di doppia materialità

La matrice rappresenta graficamente il “grado” di materialità di ciascuno dei 14 temi *ESG*, sulla base delle valutazioni raccolte nell'analisi di materialità d'impatto e finanziaria.

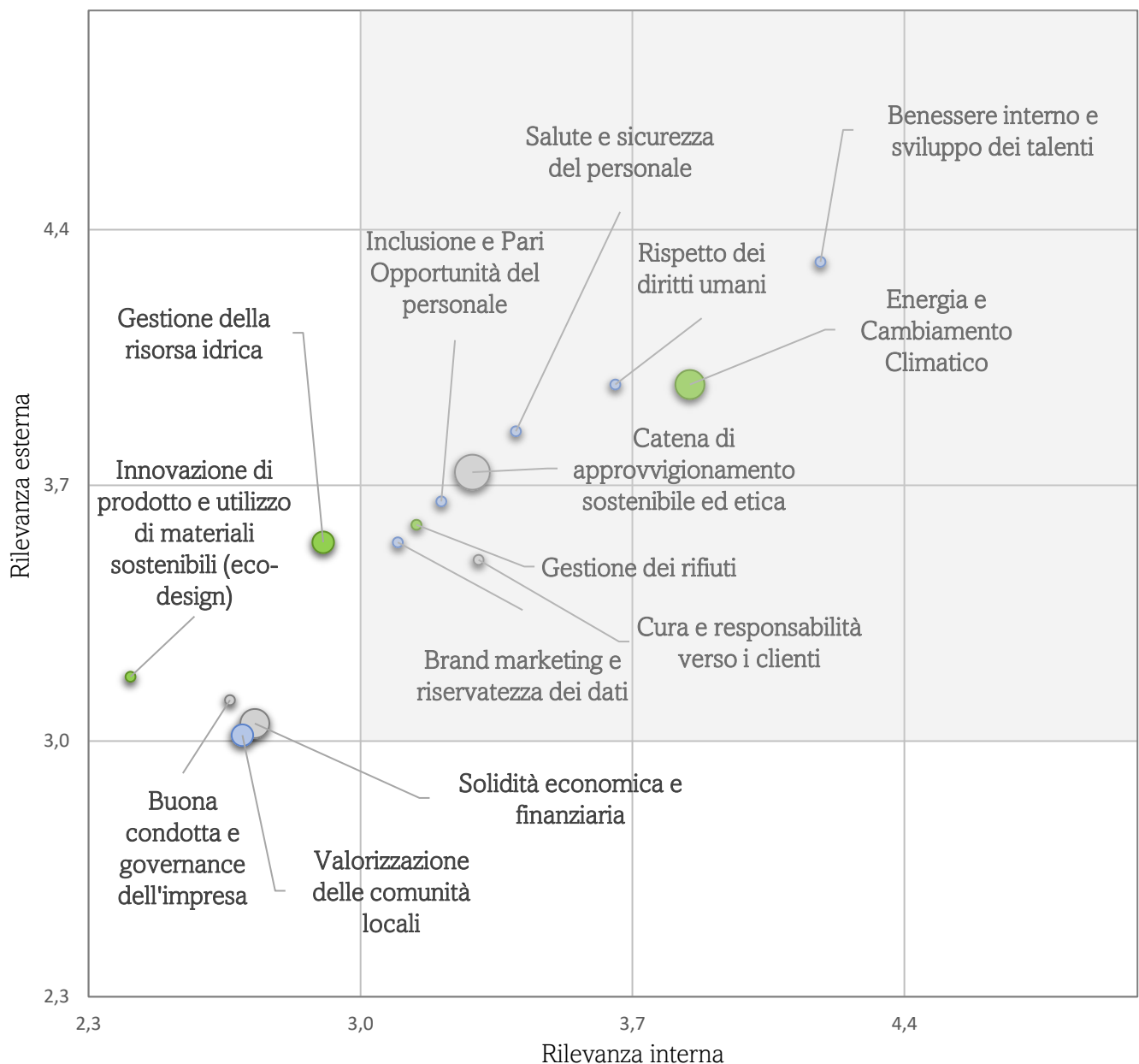
La posizione dei temi sul grafico ne raffigura la valutazione dal punto di vista tradizionale ossia della **materialità di impatto**. Infatti, poiché l'asse delle ordinate indica la valutazione degli *Stakeholder* interni e l'asse delle ascisse la valutazione esterna, quanto più sarà spostato in alto a destra, tanto più quel tema sarà stato ritenuto

rilevante da entrambi i punti di vista, ad esempio, nel caso specifico lo è stato il tema “Benessere interno e sviluppo dei talenti”.

Invece, per poter leggere la **materialità finanziaria** attribuita al singolo tema, è necessario osservare la grandezza della circonferenza dei punti; quanto più sarà ampio, tanto più il tema sarà stato ritenuto rilevante da parte della Direzione *Finance*.

I 9 temi considerati materiali sono identificabili dal loro posizionamento oltre la **soglia minima di significatività** fissata a 3 per entrambi gli assi e pertanto, su questi temi, in quanto materiali, il Gruppo si concentra con massima priorità nella presente rendicontazione.

## Matrice di doppia materialità



I temi materiali per il 2023 sono i temi compresi nell’area grigia, ossia: benessere interno e sviluppo dei talenti, energia e cambiamento climatico, catena di approvvigionamento sostenibile ed etica, rispetto dei diritti umani,

salute e sicurezza del personale, inclusione e pari opportunità del personale, cura e responsabilità verso i clienti, gestione dei rifiuti e brand *marketing* e riservatezza dei dati.

Rispetto agli anni precedenti, si riscontra un maggiore interesse verso questioni ambientali e sociali, a discapito di quelli inerenti alla *governance*, segnalato anche dall'introduzione del tema "Gestione dei rifiuti" tra i temi materiali. La valutazione di doppia materialità e l'identificazione dei temi materiali è stata esaminata dal Comitato *ESG* e dal Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate, che ne ha approvato i risultati nell'adunanza del 15 febbraio 2024. Successivamente, i temi valutati sono stati sottoposti al Consiglio di Amministrazione che ha provveduto all'approvazione dei risultati e della presente Dichiarazione.

## Impatti

Ai fini di una maggiore completezza, si riporta di seguito la mappatura di alto livello degli impatti positivi e negativi, raggruppati per tema materiale e frutto dell'analisi di *benchmark* e delle valutazioni esterne ed interne sopra descritte.

Ad oggi il ruolo di responsabilità di gestione degli impatti di Bialetti è in capo a diversi responsabili del Gruppo che, in maniera trasversale, operano congiuntamente al fine di garantire impatti positivi e limitare quelli negativi sia sull'ambiente che sull'economia che, soprattutto, sulle persone. Il flusso comunicativo riguardo gli impatti tra i dirigenti responsabili e il Consiglio di Amministrazione è costante e sfrutta diversi momenti istituzionali (ad esempio: la Riunione Periodica *ex art.* 35 d.lgs. 81/08) e non istituzionali (ad esempio: incontri *one-to-one* con l'Amministratore Delegato, partecipazione specifica su invito ai Comitati). Infine, la *performance* del Consiglio di Amministrazione riguardante la gestione degli impatti viene valutata attraverso eventi o adunanze societarie adibite (o *ex lege* o da Statuto o da procedure di *Corporate Governance*) in cui si svolgono dei momenti di discussione, approfondimento e analisi degli impatti in ambito ESG. La valutazione viene svolta dallo stesso Comitato attraverso l'elaborazione di una relazione.

| Tabella dei temi ESG più significativi per la materialità d'impatto |                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                   |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TEMA MATERIALE                                                      | IMPATTO                                                                                                                                                                                                                                 | TIPOLOGIA IMPATTO                                                                                 | SIGNIFICATIVITÀ DELL'IMPATTO                                                        | GESTIONE DELL'IMPATTO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Benessere interno e sviluppo dei talenti                            | Difficoltà ad attrarre talenti e aumento del <i>turnover</i> a causa di politiche di retribuzione e di crescita, di lavoro agile, di <i>welfare</i> e benefit non adeguate                                                              | <br>POTENZIALE |  | <b>Policy:</b> procedura gestionale per la selezione, formazione e addestramento delle risorse umane, diffusione della cultura per la sicurezza alimentare.<br><b>Azioni in essere:</b> potenziamento piano di formazione (formazione continua; adozione Codice Etico; Sistema di <i>Wistleblowing</i> ; attenzione in fase di selezione; comunicazione puntuale; sistemi incentivanti).<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 404-1.                                                                                                           |
|                                                                     | Crescita professionale, miglioramento delle prestazioni e soddisfazione dei dipendenti grazie a politiche di formazione e meritocratiche composte da meccanismi trasparenti ed equi che valorizzano le capacità professionali di ognuno | <br>POTENZIALE |  | <b>Policy:</b> procedura gestionale per la selezione, formazione e addestramento delle risorse umane, diffusione della cultura per la sicurezza alimentare.<br><b>Azioni in essere:</b> potenziamento piano di formazione (formazione continua; adozione Codice Etico; Sistema di <i>Wistleblowing</i> ; attenzione in fase di selezione; comunicazione puntuale; sistemi incentivanti).<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 404-1.<br><b>Coinvolgimento STK:</b> confronto con i dipendenti durante i programmi di inserimento e formazione. |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                          |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Energia e Cambiamento Climatico                   | Aumento della concentrazione di CO2 nell'aria a causa dell'aumento di operatività degli impianti e conseguenti emissioni di CO2 generate                                                                                                                                          | <br>ATTUALE<br>        |    | <b>Policy:</b> certificazione ISO 14001.<br><b>Azioni in essere:</b> implementazione del nuovo <i>energy system data management</i> .<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 305-1, 305-2; GRI 302-1, 302-2, Consumi registrati nel <i>database</i> aziendale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                   | Contributo al raggiungimento degli obiettivi internazionali di adattamento e mitigazione del cambiamento climatico, grazie alla riduzione delle emissioni gas serra tramite efficientamento energetico e la produzione e/o l'acquisto di energia certificata da fonti rinnovabili | <br>POTENZIALE<br>     |    | <b>Policy:</b> certificazione ISO 14001.<br><b>Azioni in essere:</b> implementazione del nuovo <i>energy system data management</i> .<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 305-1, 305-2; GRI 302-1, 302-2, Consumi registrati nel <i>database</i> aziendale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Rispetto dei diritti umani                        | Violazione dei diritti umani e del lavoro lungo la catena del valore per motivi imputabili alla mancanza di controlli e di prevenzione                                                                                                                                            | <br>POTENZIALE<br>    |    | <b>Policy:</b> Certificazione SA8000; nuova versione del Codice Etico.<br><b>Azioni in essere:</b> sistema di verifica periodica.<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 407, 408, 409.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                   | Protezione e promozione dei diritti umani e del lavoro all'interno della catena del valore grazie a misure di monitoraggio circa il rispetto dei diritti stessi                                                                                                                   | <br>ATTUALE<br>    |  | <b>Policy:</b> Certificazione SA8000; nuova versione del Codice Etico.<br><b>Azioni in essere:</b> sistema di verifica periodica.<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 407, 408, 409.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Salute e sicurezza del personale                  | Aumento di infortuni e malattie professionali dei lavoratori all'interno dell'azienda a causa della mancanza di procedure, azioni preventive e di una adeguata formazione                                                                                                         | <br>POTENZIALE<br> |  | <b>Policy:</b> adozione del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) in cui sono considerati tutti i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori; certificazione ISO 45001 che attesta l'ottemperanza ai requisiti previsti per i Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro.<br><b>Azioni in essere:</b> rispetto dei requisiti per la certificazione ISO 9001 e ISO 14001.<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 403.<br><b>Coinvolgimento STK:</b> incontri per sensibilizzare e informare su tematiche legate alla salute e al benessere. |
|                                                   | Riduzione del numero di infortuni e malattie dei lavoratori all'interno dell'azienda attraverso la creazione di un ambiente di lavoro sicuro e salubre, la formazione e la fornitura dei DPI                                                                                      | <br>POTENZIALE<br> |  | <b>Policy:</b> adozione del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) in cui sono considerati tutti i rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori; certificazione ISO 45001 che attesta l'ottemperanza ai requisiti previsti per i Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro.<br><b>Azioni in essere:</b> <i>policy</i> di <i>smart working</i> ; formazione.<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 401-2.                                                                                                                                    |
| Catena di approvvigionamento sostenibile ed etica | Danni sociali e ambientali causati dalla selezione di fornitori che non rispettano i diritti umani dei propri lavoratori (es. inutilizzo                                                                                                                                          | <br>POTENZIALE                                                                                        |  | <b>Policy:</b> istruzioni operative di approvvigionamento e valutazione dei fornitori in capo al controllo qualità.<br><b>Azioni in essere:</b> integrazione criteri ESG nelle scelte di <i>procurement</i> del Gruppo; <i>audit</i> dei fornitori e dei clienti internazionali, società                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                          |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             | di lavoro minorile o forzato, libertà di associazione e di espressione) e/o che non tutelano l'ambiente                                                                                                                                                        |                                                                                                         |                                                                                     | controllate estere presenti sui territori di maggior interesse commerciale per monitorare e conoscere il mercato.<br><b>Monitoraggio:</b> utilizzo dei requisiti dettati dalla SA8000 per monitorare la corretta adozione di criteri etici riguardanti la scelta dei fornitori.                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                             | <b>Creazione e consolidamento di una filiera responsabile, attenta agli aspetti socio-ambientali, alla tracciabilità nella selezione delle materie prime e al sostegno delle filiere locali</b> grazie alla corretta gestione e selezione dei propri fornitori | <br>POTENZIALE<br>     |    | <b>Policy:</b> istruzioni operative di approvvigionamento e valutazione dei fornitori in capo al controllo qualità.<br><b>Azioni in essere:</b> integrazione criteri ESG nelle scelte di <i>procurement</i> del Gruppo; <i>audit</i> dei fornitori e dei clienti internazionali, società controllate estere presenti sui territori di maggior interesse commerciale per monitorare e conoscere il mercato.<br><b>Monitoraggio:</b> utilizzo dei requisiti dettati dalla SA8000 per monitorare la corretta adozione di criteri etici riguardanti la scelta dei fornitori. |
| Inclusione e Pari Opportunità del personale | <b>Instaurazione di un ambiente di lavoro non inclusivo e non paritario</b> a causa di trattamenti discriminatori condizionati da fattori quali genere, orientamento sessuale, religione, etnia, lingua, disabilità                                            | <br>POTENZIALE<br>   |    | <b>Policy:</b> Certificazione SA8000; nuovo Codice etico; redazione della nuova <i>Policy</i> DEI.<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 405-1.<br><b>Coinvolgimento STK:</b> incontri con i dipendenti per sensibilizzare e informare su tematiche legate alla diversità e inclusione.                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                             | <b>Creazione e diffusione di una cultura del lavoro fondata sull'inclusività e sulle pari opportunità,</b> riducendo il presentarsi di potenziali episodi di discriminazione e disparità                                                                       | <br>POTENZIALE<br> |  | <b>Policy:</b> Certificazione SA8000; nuovo Codice etico; redazione della nuova <i>Policy</i> DEI.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                              |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cura e responsabilità verso i clienti | Peggioramento della qualità dei prodotti, insoddisfazione dei clienti a causa della mancata comprensione delle esigenze attuali e future dei clienti, tramite modalità di ingaggio ed ascolto dei <i>feedback</i>                                            | <br>POTENZIALE                                                                                              |    | <p><b>Policy:</b> implementazione e mantenimento del sistema di gestione della qualità (SGQ) in accordo con le norma ISO 9001, regolamento CE 2023 del 2006 e <i>standard</i> GFSI. <i>Piano "roadmap" retail:</i> aumentare e diversificare l'<i>engagement</i> diretto dei consumatori finali; aumentare la fedeltà alla marca e base clienti; piano formativo strutturato per <i>Store Manager</i> e <i>Brand Performer</i>.</p> <p><b>Azioni in essere:</b> controlli e <i>test</i> continui sui prodotti sia in fase di sviluppo che in fase di produzione; sistema di sicurezza sul lavoro e RSPP interno; controllo qualità certificato; <i>audit</i> Fornitori; Certificazione FSSC 22000; Certificazione di qualità UNI EN ISO 9001:2015.</p> <p><b>Monitoraggio:</b> GRI 416, relazioni sui test prodotto, relazioni RSPP, relazioni responsabile qualità, numero lamentele dei clienti, denunce per malfunzionamento prodotti; KPI <i>Customer Specific</i> Bialetti (NPS, <i>Loyalty</i>, etc..).</p> <p><b>Coinvolgimento STK:</b> tramite coinvolgimento diretto dei consumatori (indagini di soddisfazione); <i>customer care</i>.</p> |
|                                       | Miglioramento della qualità dei prodotti, soddisfazione e fidelizzazione dei clienti grazie alla comprensione delle esigenze attuali e future dei clienti, tramite modalità di ingaggio ed ascolto dei <i>feedback</i>                                       | <br>ATTUALE                                                                                               |  | <p><b>Policy:</b> piano "<i>roadmap</i>" retail: aumentare e diversificare l'<i>engagement</i> diretto dei consumatori finali; aumentare la fedeltà alla marca e base clienti; piano formativo strutturato per <i>Store Manager</i> e <i>Brand Performer</i>.</p> <p><b>Azioni in essere:</b> Bialetti Industrie (in relazione all'erogazione dei servizi di <i>Contact Center</i> per il Gruppo) è dotata della certificazione di qualità UNI EN ISO 9001:2015.</p> <p><b>Monitoraggio:</b> KPI <i>Customer Specific</i> Bialetti (NPS, <i>Loyalty</i>, etc..).</p> <p><b>Coinvolgimento STK:</b> tramite coinvolgimento diretto dei consumatori (indagini di soddisfazione); <i>customer care</i>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Gestione dei rifiuti                  | Aumento o mancato contenimento dei danni ambientali causati dai rifiuti generati, dallo smaltimento/riciclo inadeguato, dall'esaurimento delle risorse naturali utilizzate per gli imballaggi e dall'utilizzo di materiali difficili da riciclare e separare | <br>POTENZIALE<br><br> |  | <p><b>Policy:</b> certificazione ISO 14001, che rappresenta il punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale.</p> <p><b>Azioni in essere:</b> vengono applicate pratiche di economia circolare lungo il ciclo di vita dei prodotti, dalle fasi di progettazione, dalla catena di fornitura, all'utilizzo fino al riutilizzo di un nuovo ciclo alla fine della vita utile.</p> <p><b>Monitoraggio:</b> GRI 306-3, 306-4, 306-5.</p> <p><b>Coinvolgimento STK:</b> attività di sensibilizzazione per i clienti in <i>store</i>; dialogo con i fornitori di servizi.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                       | Riduzione dei rifiuti non riciclabili generati attraverso iniziative di economia circolare e riduzione dell'impatto ambientale degli imballaggi attraverso la selezione di materiali (riciclati, riciclabili, rinnovabili) e pratiche di eco-riciclo         | <br>POTENZIALE<br><br> |  | <p><b>Policy:</b> nel 2023 Bialetti ha ottenuto la certificazione ISO 14001, che rappresenta il punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale.</p> <p><b>Azioni in essere:</b> vengono applicate pratiche di economia circolare lungo il ciclo di vita dei prodotti, dalle fasi di progettazione, dalla catena di fornitura, all'utilizzo fino al riutilizzo di un nuovo ciclo alla fine della vita utile.</p> <p><b>Monitoraggio:</b> GRI 306-3, 306-4, 306-5.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                          |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                          |                                                                                     | Coinvolgimento STK: attività di sensibilizzazione per i clienti in <i>store</i> ; dialogo con i fornitori di servizi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Brand marketing e riservatezza dei dati | Riduzione del livello di tutela della <i>privacy</i> e soddisfazione dei clienti a causa del peggioramento della sicurezza informatica nei processi di raccolta e gestione dei dati                                                                                    | <br>POTENZIALE<br>     |    | <b>Policy:</b> modello organizzativo per la protezione dei dati personali <i>privacy</i> ; informativa <i>privacy</i> pubblica; relazione annuale del <i>Data Protection Officer</i> .<br><b>Azioni in essere:</b> attenzione ai <i>software</i> e gestionali utilizzati; sistema di <i>BackUp</i> efficiente; pianificazione innovazione struttura ERP aziendale.<br><b>Monitoraggio:</b> GRI 418-1; <i>Audit</i> del DPO.<br><b>Coinvolgimento STK:</b> tramite il coinvolgimento diretto dei consumatori (in presenza e <i>online</i> ). |
|                                         | Aumento di fiducia da parte degli azionisti e engagement dei clienti grazie ad una maggiore completezza e trasparenza comunicativa dei propri impegni ESG                                                                                                              | <br>POTENZIALE<br>   |    | <b>Policy:</b> piano <i>marketing</i> strategico.<br><b>Azioni in essere:</b> piano strategico comunicativo; analisi e attenzione continua ai competitors; ufficio <i>marketing</i> interno; avvio della fase di elaborazione di un documento che contiene le procedure relative al <i>marketing</i> .<br><b>Monitoraggio:</b> banche dati di settore (reparto <i>marketing</i> ).<br><b>Coinvolgimento STK:</b> tramite il coinvolgimento diretto dei consumatori (in presenza e <i>online</i> ).                                          |
| Gestione della risorsa idrica           | Aumento o mancato contenimento dei consumi idrici a causa della mancata implementazione di politiche e buone pratiche (es. razionalizzazione delle utenze, interventi di ammodernamento della rete e progetti di recupero dell'acqua, sensibilizzazione del personale) | <br>POTENZIALE<br>  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                         | Efficientamento dei consumi idrici attraverso l'implementazione di politiche e buone pratiche (es. impianti di depurazione delle acque, interventi di ammodernamento della rete e progetti di recupero dell'acqua, sensibilizzazione del personale)                    | <br>POTENZIALE<br> |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Solidità economica e finanziaria        | Perdita repentina e duratura del valore del titolo azionario e conseguente perdita significativa di capitale da parte degli <i>shareholder</i> a causa di <i>performance</i> economico-finanziarie negative                                                            | <br>POTENZIALE<br> |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                   |                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                          | Creazione e distribuzione di valore economico agli <i>Stakeholder</i> e contributo all'aumento del PIL del paese grazie a <i>performance</i> economico-finanziarie positive                                                                                 | <br>POTENZIALE   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Buona condotta e <i>governance</i> dell'impresa                          | Riduzione della fiducia da parte degli <i>Stakeholder</i> e della reputazione del Gruppo a causa di fenomeni di illecito, di anti-competitività e di mancata compliance alle normative e alla mancata integrazione di aspetti ESG nella strategia aziendale | <br>POTENZIALE   |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                          | Aumento della fiducia da parte degli <i>Stakeholder</i> e della reputazione del Gruppo grazie alla corretta applicazione e conformità alla normativa interna ed esterna e all'integrazione di aspetti ESG nella strategia aziendale                         | <br>POTENZIALE   |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Valorizzazione delle comunità locali                                     | Possibili opposizioni da parte delle comunità locali a causa dell'assenza di progetti a beneficio della comunità o alla mancata condivisione dei benefici ambientali e socioeconomici dei progetti                                                          | <br>POTENZIALE |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                          | Contributo allo sviluppo socioeconomico delle comunità locali attraverso la selezione o la formazione di figure manageriali all'interno delle stesse comunità                                                                                               | <br>ATTUALE    |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Innovazione di prodotto e utilizzo di materiali sostenibili (eco-design) | Mancato contributo all'innovazione di settore e delle <i>performance</i> ambientali a causa dell'assenza di collaborazione con esperti e investimenti volti alla ricerca di nuovi metodi di produzione efficienti (eco-design)                              | <br>POTENZIALE |  | <p><b>Policy:</b> certificazione ISO 14001, che rappresenta il punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale; adozione della procedura gestionale di pianificazione e controllo della progettazione.</p> <p><b>Azioni in essere:</b> linee di prodotto che prevedono la diminuzione del consumo di carta e plastica durante le fasi produttive (es. capsula <i>plastic-free</i>, Gioia Responsible con plastica riciclata).</p> <p><b>Monitoraggio:</b> GRI 301-1, 301-2; KPI R&amp;D.</p> |

|  |                                                                                                                                                                                                                         |   |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | Contributo all'innovazione di settore e delle <i>performance</i> ambientali attraverso la collaborazione con esperti e investimenti volti alla ricerca di nuovi metodi di produzione sempre più efficienti (eco-design) | + | ATTUALE | <p><b>Policy:</b> nel 2023 Bialetti otterrà la certificazione ISO 14001, che rappresenta il punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale. Adozione della procedura gestionale di pianificazione e controllo della progettazione.</p> <p><b>Azioni in essere:</b> realizzare linee di prodotto che prevedono la diminuzione del consumo di carta e plastica durante le fasi produttive (es. capsula <i>plastic-free</i>, Gioia Responsible con plastica riciclata). Controlli e <i>test</i> continui sui prodotti.</p> <p><b>Monitoraggio:</b> GRI 301-1, 301-2.</p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Legenda:

|  |                                  |  |                       |  |                               |
|--|----------------------------------|--|-----------------------|--|-------------------------------|
|  | Impatto negativo                 |  | Significatività alta  |  | Significatività medio – alta  |
|  | Impatto positivo                 |  | Significatività media |  | Significatività medio – bassa |
|  | Impatto relativo a diritti umani |  | Significatività bassa |  | Significatività molto bassa   |
|  | Tema materiale                   |  | Tema non materiale    |  |                               |

## Rischi e opportunità

Ai fini di una maggiore completezza, si riportano di seguito la mappatura di alto livello dei rischi e delle opportunità, raggruppati per tema materiale e frutto dell'analisi di *benchmark* e delle valutazioni interne sopra descritte.

| Tabella dei temi ESG più significativi per la materialità finanziaria |                                                                                                                                                                                        |                        |                              |                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| TEMA MATERIALE                                                        | IMPATTO                                                                                                                                                                                | TIPOLOGIA DELL'IMPATTO | SIGNIFICATIVITÀ DELL'IMPATTO | STAKEHOLDER COINVOLTI INDIRETTAMENTE                                        |
| Catena di approvvigionamento sostenibile ed etica                     | Difficoltà e aumento di costi per reperire materie prime come <b>caffè</b> a causa della diminuzione di piantagioni in seguito al cambiamento climatico                                | RISCHIO                |                              | Azionisti<br>Fornitori                                                      |
|                                                                       | Miglioramento della reputazione del <b>marchio</b> grazie all'adozione di pratiche/politiche interne volte a monitorare le <i>performance</i> ESG lungo l'intera catena del valore     | OPPORTUNITÀ            |                              | Azionisti<br>Fornitori                                                      |
| Solidità economica e finanziaria                                      | Potenziale calo di attività produttiva, di ricavi e di fatturato a causa della policrisi globale (es. instabilità politica, economica, cambiamento climatico, disordini sociali, ecc.) | RISCHIO                |                              | Azionisti<br>Comunità e territorio<br>Risorse Umane<br>Comunità finanziaria |
| Energia e Cambiamento Climatico                                       | Potenziati perdite operative dovute al manifestarsi di eventi climatici estremi (es. alluvioni, grandinate, ecc.) che provocano danni alle sedi produttive del Gruppo                  | RISCHIO                |                              | Azionisti<br>Comunità e territorio<br>Risorse Umane<br>Comunità finanziaria |
|                                                                       | Riduzione dei costi operativi e incremento delle possibilità di accesso a finanziamenti e/o incentivi, sia a livello statale che                                                       | OPPORTUNITÀ            |                              | Azionisti<br>Comunità finanziaria                                           |

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                     |             |                                                                                       |                                    |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
|                                          | <p>europeo, grazie all'adozione di iniziative di efficientamento energetico e attuazione di strategie per l'impiego di fonti di energia rinnovabile</p>                                                                                             |             |                                                                                       |                                    |
| Gestione della risorsa idrica            | <p><b>Aumento dei costi operativi</b>, causato dalla scarsità globale di acqua ed aggravato dal mancato investimento in progetti di efficientamento dei consumi idrici all'interno del Gruppo</p>                                                   | RISCHIO     |    | Azionisti                          |
|                                          | <p><b>Riduzione dei costi operativi</b> grazie ad opere di efficientamento dei consumi idrici (es. progetti di rinnovo della rete e progetti di recupero dell'acqua)</p>                                                                            | OPPORTUNITÀ |    | Azionisti<br>Comunità e territorio |
| Valorizzazione delle comunità locali     | <p><b>Aumento dei costi del recruiting</b> a causa della mancanza di forza lavoro qualificata all'interno dei membri della comunità in cui opera il Gruppo</p>                                                                                      | RISCHIO     |    | Azionisti<br>Comunità e territorio |
|                                          | <p><b>Miglioramento dell'immagine e della reputazione del Gruppo</b> attraverso il sostegno (investimenti, iniziative e donazioni) ad attività e progetti per lo sviluppo e la crescita del territorio</p>                                          | OPPORTUNITÀ |    | Azionisti<br>Comunità e territorio |
| Buona condotta e governance dell'impresa | <p><b>Calo di attrattività per gli investitori, clienti e di competitività sul mercato</b> a causa della cattiva gestione e integrazione delle tematiche ESG nella strategia aziendale e potenziale calo dei rating ESG</p>                         | RISCHIO     |  | Azionisti<br>Comunità finanziaria  |
|                                          | <p><b>Aumento di attrattività per gli investitori, clienti e di competitività sul mercato</b> grazie alla trasparenza e alla corretta gestione e integrazione delle tematiche ESG nella strategia aziendale e potenziale aumento dei rating ESG</p> | OPPORTUNITÀ |  | Azionisti<br>Comunità finanziaria  |
| Cura e responsabilità verso i clienti    | <p><b>Indebolimento dell'immagine e riduzione delle vendite</b> a causa dell'inadeguatezza del Gruppo agli <i>standard</i> di qualità e sicurezza dei prodotti</p>                                                                                  | RISCHIO     |  | Azionisti<br>Clienti               |
|                                          | <p><b>Rafforzamento dell'immagine e aumento delle vendite</b> grazie al raggiungimento di <i>standard</i> e all'ottenimento di certificazioni sulla qualità e sicurezza dei prodotti</p>                                                            | OPPORTUNITÀ |  | Azionisti<br>Clienti               |
| Gestione dei rifiuti                     | <p><b>Peggioramento dell'immagine del Gruppo, difficoltà ad accedere a finanziamenti e aumento dei costi</b> a causa di sanzioni amministrative dovute al mancato rispetto delle normative sulla produzione e/o</p>                                 | RISCHIO     |  | Azionisti<br>Comunità e territorio |

|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                   |             |                                                                                       |                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
|                                                                          | smaltimento dei rifiuti o alla gestione inefficiente ed eccedenze eccessive                                                                                                                                                                       |             |                                                                                       |                                                                  |
|                                                                          | <b>Accesso a incentivi e/o contributi (ad esempio sull'economia circolare) e riduzione dei costi</b> grazie ad opere di efficientamento nella gestione dei rifiuti e nel processo di imballaggio (es. riutilizzo e riduzione delle materie prime) | OPPORTUNITÀ |    | Azionisti                                                        |
| Innovazione di prodotto e utilizzo di materiali sostenibili (eco-design) | <b>Riduzione delle vendite e aumento dei costi</b> a causa dell'incapacità del Gruppo di anticipare e di cogliere le nuove tendenze di prodotto e di eco-design                                                                                   | RISCHIO     |    | Azionisti                                                        |
|                                                                          | <b>Aumento delle vendite e riduzione dei costi</b> grazie al rafforzamento del <i>know-how</i> aziendale per l'implementazione di soluzioni innovative di prodotto                                                                                | OPPORTUNITÀ |    | Azionisti<br>Clienti                                             |
| Rispetto dei diritti umani                                               | <b>Peggioramento dei risultati e della reputazione aziendale a causa di scioperi e controversie</b> dovuti al mancato rispetto dei diritti umani – e delle relative normative – lungo la catena del valore                                        | RISCHIO     |   | Azionisti<br>Risorse umane<br>Comunità e territorio<br>Fornitori |
| Salute e sicurezza del personale                                         | <b>Incremento dei costi assicurativi e danni alla reputazione del Gruppo</b> a causa di incidenti sul posto di lavoro dovuti all'inadeguatezza e alla non conformità ai protocolli interni e alle normative vigenti                               | RISCHIO     |  | Azionisti<br>Risorse umane                                       |
| Benessere interno e sviluppo dei talenti                                 | <b>Perdita di personale chiave con conseguenze negative sulla produttività e sui risultati aziendali</b> a causa di piani di reclutamento, formazione, sviluppo e benessere dei dipendenti inadeguati                                             | RISCHIO     |  | Azionisti                                                        |
| Inclusione e Pari Opportunità del personale                              | <b>Danni alla reputazione e perdita di competitività sul mercato del lavoro per il Gruppo</b> a causa della presenza di un ambiente di lavoro non inclusivo, carente di politiche efficaci in tema DEI                                            | RISCHIO     |  | Azionisti<br>Risorse umane                                       |
|                                                                          | <b>Miglioramento dei risultati aziendali, della soddisfazione dei dipendenti e della reputazione del Gruppo</b> grazie alla presenza di un ambiente di lavoro inclusivo e all'adozione di politiche efficaci in tema DEI                          | OPPORTUNITÀ |  | Azionisti<br>Risorse umane                                       |
| Brand marketing e riservatezza dei dati                                  | <b>Peggioramento dell'immagine del Gruppo e perdite di dati di clienti</b> derivanti dall'incapacità di adattarsi a una gestione informatica che sappia                                                                                           | RISCHIO     |  | Azionisti<br>Clienti                                             |

|  |                                                                                                                                                                               |             |                                                                                     |                      |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
|  | contrastare l'aumento di criminalità e insicurezza informatiche ( <i>data breach</i> )                                                                                        |             |                                                                                     |                      |
|  | <b>Aumento dell'engagement dei clienti e dei rendimenti aziendali</b><br>grazie all'implementazione di strategie di <i>marketing</i> e di comunicazione efficaci ed inclusive | OPPORTUNITÀ |  | Azionisti<br>Clienti |

Legenda:



Significatività alta



Significatività media



Significatività bassa



Tema materiale

Tema non materiale

## SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

### Performance economica finanziaria

*Determinazione del valore economico direttamente generato e distribuito (migliaia di €)*

|                                                  | 2021           | 2022           | 2023           |
|--------------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| Ricavi d'esercizio <sup>13</sup>                 | 153.434        | 153.867        | 142.782        |
| Altri ricavi                                     | 2.466          | 3.949          | 2.521          |
| Proventi finanziari e interessi                  | 17.418         | 0              | - 67           |
| <b>Valore economico generato</b>                 | <b>173.317</b> | <b>157.816</b> | <b>145.237</b> |
| Costi operativi                                  | 102.437        | 96.209         | 86.593         |
| Remunerazione dipendenti                         | 29.216         | 33.162         | 30.960         |
| Remunerazione della Pubblica Amministrazione     | 155            | 630            | 550            |
| Remunerazione degli azionisti                    | 0              | 0              | 0              |
| Remunerazione dei finanziatori                   | 20.119         | 16.651         | 19.597         |
| Investimenti nella collettività                  | 0              | 0              | 0              |
| <b>Valore economico distribuito</b>              | <b>151.926</b> | <b>146.652</b> | <b>137.699</b> |
| Ammortamenti, svalutazioni e rettifiche          | 14.356         | 13.572         | 12.670         |
| Accantonamenti per rischi e altri accantonamenti | 282            | 949            | 109            |
| Risultato d'esercizio destinato a riserve        | 6.754          | -3.358         | -5.241         |
| <b>Valore economico trattenuto</b>               | <b>21.391</b>  | <b>11.164</b>  | <b>7.537</b>   |

Il valore economico generato rappresenta la capacità del Gruppo di creare ricchezza per sé e per i propri *Stakeholder*. Il minor valore generato che si osserva nei risultati del 2023, rispetto al 2022, è da imputarsi all'applicazione del principio contabile "IFRS 5 *Non-current Assets Held for Sale and Discontinued Operations*" in relazione alla dismissione del ramo d'azienda Aeternum. Pertanto, il calo osservato nei ricavi e nei proventi, che hanno prodotto un risultato negativo, è ascrivibile all'effetto applicativo di tale principio. Il Gruppo nel 2023 ha conseguito ricavi pari a 142,7 milioni di euro che, confrontati a pari perimetro rispetto all'esercizio 2022 (136,3 milioni di euro), evidenziano un incremento pari al 4,7%.

In particolare, per quanto riguarda il contesto italiano, le decisioni prese dal Gruppo hanno favorito l'ottimizzazione delle opportunità di crescita. Il progetto "Caffè d'Italia" ha registrato una crescita delle vendite al dettaglio superiore alla media, grazie alla costante espansione della distribuzione delle macchine a sistema chiuso e alle iniziative promozionali fuori banco della GDO, e specialmente le isole promozionali hanno contribuito ad aumentare la visibilità e la consapevolezza del prodotto. In particolare, i canali che hanno registrato una crescita significativa sono stati la GDO, la GDS e Amazon.

In particolare, quest'ultimo canale, oltre a registrare un incremento di vendite sul caffè, è cresciuto sulle caffettiere, grazie anche a varie iniziative svolte nel corso dell'anno, mentre GDO e GDS hanno mostrato una riduzione nei volumi mantenendo tuttavia stabile il valore grazie ai nuovi lanci.

<sup>13</sup> Il calcolo della voce "Ricavi" comprende le rimanenze finali di magazzino.

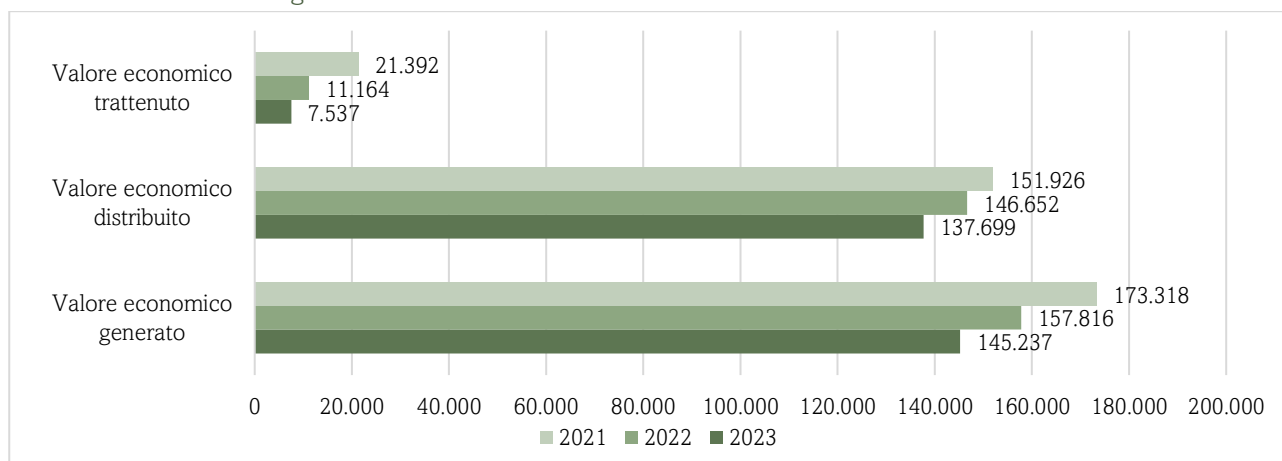
I nuovi modelli di caffettiere hanno avuto effetti molto positivi, in particolare hanno:

- ◆ aumentato il numero medio di referenze gestite a scaffale;
- ◆ differenziato la gamma rispetto agli altri punti vendita dove è presente Bialetti;
- ◆ incrementato il prezzo medio di vendita;
- ◆ migliorato la visibilità, consentendo anche la presenza fuori dal punto vendita e in vetrina.

Questi nuovi prodotti sono stati distribuiti attraverso il canale dettaglio, presso La Rinascente e in negozi di vendita di prodotti *houseware* di alta qualità, utilizzando una rete di vendita *ad hoc* costituita nel 2023 per garantire una copertura territoriale più ampia e per entrare in numerosi nuovi negozi di fascia alta dove il marchio Bialetti non era ancora presente.

In termini assoluti, il valore economico generato è diminuito dell'8% rispetto allo scorso anno, in linea con la riduzione del valore economico distribuito pari al 6%. Il valore economico trattenuto, pertanto, è il risultato, calcolato per differenza, fra il valore economico generato e distribuito il quale, anche in questo caso, è in calo del 32% rispetto al 2022.

*Valore economico diretto generato e distribuito*



## Sistema di remunerazione

La politica di remunerazione del Gruppo Bialetti, viene definita sulla base degli approfondimenti svolti dalla Funzione HR, sia in relazione alla *best practice* di mercato, sia confrontando i *trend* del mercato rispetto alle fasi di assunzione e di svolgimento del rapporto lavorativo. Gli esiti di tali approfondimenti vengono verificati dall'Amministratore Delegato e, previo esame ed approvazione del Comitato Nomine e Remunerazioni al fine di verificarne la congruità con le direttive strategiche della Società e del Gruppo, riportati nella Relazione sulla Remunerazione, approvata poi dal Consiglio di Amministrazione.

Per quanto riguarda le politiche di remunerazione dei membri del più alto organo di governo e degli alti dirigenti di Bialetti, nello specifico in relazione alla retribuzione fissa e variabile, si evidenzia che agli amministratori spetta un compenso determinato dall'Assemblea all'atto della nomina, alla luce dell'impegno richiesto e delle pertinenti responsabilità. Agli amministratori che partecipano ai Comitati interni e al Consiglio di Amministrazione è riconosciuto un compenso fisso ulteriore e aggiuntivo in ragione di tale partecipazione, tenendo conto del maggior impegno ad essi richiesto e del ruolo da essi ricoperto in qualità di Presidente o di componente del Comitato.

La remunerazione dei dirigenti con responsabilità strategica può essere composta come segue:

- ◆ da una componente fissa, rappresentata dalla retribuzione annua lorda da lavoro dipendente - c.d. RAL - definita nel rispetto delle previsioni della contrattazione collettiva;
- ◆ da una componente variabile di breve e/o di medio-lungo termine, legata al raggiungimento di obiettivi aziendali predefiniti dal Consiglio di Amministrazione, su proposta dell'Amministratore Delegato con il supporto del Comitato Nomine e Remunerazioni, in linea con le linee guida contenute nella Politica di Remunerazione e tenendo conto delle prassi esistenti in società analoghe operanti nello stesso settore.

Nell'ottica di attrarre o trattenere figure chiave, possono essere riconosciuti, a specifiche figure manageriali, trattamenti specifici in fase di assunzione o in costanza di rapporto, tra cui, ad esempio: *welcome bonus*, che può essere connesso alla perdita di incentivi da parte del precedente datore di lavoro e/o collegati all'impegno di mantenere il rapporto di lavoro con l'azienda per un determinato periodo di tempo; componenti variabili garantite solo per il primo anno di assunzioni; erogazioni collegate alla stabilità del rapporto nel tempo.

### Sistema di incentivazione

Nel corso dell'Esercizio il **sistema STI** (*Short Term Incentive*) è stato impostato in un'ottica di salvaguardia del nostro conto economico e in un'ottica meritocratica e di premiazione delle *performance* individuali. La consuntivazione dei risultati raggiunti e il conseguente calcolo del bonus spettante sono legati all'apertura del "**Gate di Sistema**", secondo la seguente modalità.

Se il Group EBITDA *target* è maggiore o uguale a €21.400.000, si accede al sistema premiante con l'erogazione del 100% del premio; se il valore del Group EBITDA *target* è compreso tra € 20.700.000 e € 21.399.000, allora si accede al sistema premiante con erogazione del 50% del premio; se il Group EBITDA *target* è invece compreso tra € 20.000.000 e €20.699.000, l'accesso al sistema premiante prevede l'erogazione del 25% del premio; infine, se il Group EBITDA *target* è al di sotto di € 20.000.000 non si accede al sistema premiante.

Di seguito si riporta la curva di risultato prevista dal sistema premiante.

| Se Group EBITDA target $\geq 21.400.000$ €                      |           |        |           |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|--------|-----------|
|                                                                 | Target -1 | Target | Target +1 |
| Raggiungimento obiettivi personali fissati                      | 96%-99%   | 100%   | 101%-104% |
| Corrispondente erogazione del <i>bonus</i>                      | 75%-99%   | 100%   | 101%-110% |
| Se Group EBITDA target $20.700.000$ € < EBITDA < $21.399.000$ € |           |        |           |
|                                                                 | Target -1 | Target | Target +1 |
| Raggiungimento obiettivi personali fissati                      | 96%-99%   | 100%   | 101%-104% |
| Corrispondente erogazione del <i>bonus</i>                      | 25%-49%   | 50%    | 51%-60%   |
| Se Group EBITDA target $20.000.000$ € < EBITDA < $20.699.000$ € |           |        |           |
|                                                                 | Target -1 | Target | Target +1 |
| Raggiungimento obiettivi personali fissati                      | 96%-99%   | 100%   | 101%-104% |
| Corrispondente erogazione del <i>bonus</i>                      | 20%-24%   | 25%    | 26%-30%   |

Nel corso del 2023, Bialetti ha continuato a sviluppare il suo Sistema Incentivante per il personale di Bialetti Store, con l'obiettivo di guidare in modo coerente i comportamenti delle risorse coinvolte. Oltre agli indicatori economico-finanziari, sono stati introdotti obiettivi legati alle classi merceologiche considerate strategiche per l'azienda, con un particolare *focus* sul mondo del caffè.

Durante il periodo natalizio è stato lanciato il Contest di Natale: un'iniziativa basata sul raggiungimento di obiettivi di fatturato e di volumi, incentrata sulle proposte delle "*Gift Box*" che Bialetti Store prepara con cura

per accompagnare i clienti durante le festività. Tutti gli *store* sono stati coinvolti in una sfida di creatività e impegno, promuovendo soluzioni innovative per soddisfare i desideri e le esigenze dei clienti durante le festività natalizie. I *team* che hanno raggiunto gli obiettivi prefissati hanno ricevuto premi di *welfare*. Questo *Contest* non è stato solo un'occasione per stimolare la competizione interna e premiare l'eccellenza, ma anche un momento per consolidare il senso di appartenenza e collaborazione all'interno del *team*, lavorando insieme per raggiungere gli obiettivi comuni e diffondere la gioia del Natale tra i nostri clienti.

Queste iniziative interne riflettono l'ambizione dell'azienda di espandersi verso nuovi *asset* strategici, sfruttando le opportunità offerte dal mercato. Bialetti si impegna a mantenere uno sguardo attento e dinamico sulle tendenze di mercato, anticipando le esigenze dei clienti e adattandosi ad esse. L'introduzione di obiettivi specifici riflette la volontà della Società di affrontare le sfide e cogliere le opportunità del settore, stimolando e guidando il personale verso il raggiungimento degli obiettivi strategici e contribuendo al successo a lungo termine dell'azienda.

Per un'informativa più dettagliata, si rimanda alla Relazione sulla Remunerazione, approvata dal Consiglio di Amministrazione della Società contestualmente all'approvazione della presente Dichiarazione e disponibile sul sito *internet* (all'indirizzo [www.bialetti.com](http://www.bialetti.com)), sezione "*Investor Relations – Assemblee degli Azionisti*", sezione "*Investor Relations – Corporate Governance – Relazioni sulla Politica di Remunerazione*".

## Trasparenza fiscale

La trasparenza costituisce uno dei principi cardine del Gruppo, che orienta ogni sua attività sulla base di criteri di massima chiarezza e affidabilità. Per trasparenza si intende la necessità di mantenere relazioni uniformi, complete e tempestive, garantendo a tutti gli interessati la possibilità di prendere decisioni informate mediante una valutazione accurata delle alternative e delle conseguenze rilevanti.

Seguendo il principio di trasparenza delle informazioni societarie, incluso nel Codice Etico del Gruppo, la Società afferma che *"ogni azione e transazione deve essere correttamente eseguita, registrata, autorizzata, verificabile, legittima, coerente e congrua"*<sup>14</sup>. Ciò implica che ogni operazione del Gruppo debba essere registrata adeguatamente nel sistema di contabilità, seguendo i criteri indicati dalla legge e i principi contabili applicabili. Inoltre, al fine di garantire la veridicità, la completezza e la trasparenza dei dati, è essenziale il supporto di documentazione idonea.

Il Gruppo opera in conformità con i valori e i principi del proprio Codice Etico, che costituisce la base della gestione responsabile delle attività fiscali e tributarie. Il contributo derivante dalle imposte versate rappresenta, per Bialetti, un importante canale attraverso il quale contribuire allo sviluppo sociale ed economico dei paesi in cui opera.

---

<sup>14</sup> Codice Etico del Gruppo Bialetti.

# IL NOSTRO RUOLO NELLA LOTTA AL CAMBIAMENTO CLIMATICO

## Il nostro impegno per la tutela dell'ambiente

La tutela dell'ambiente è uno degli obiettivi fondamentali che il Gruppo persegue nel breve e nel medio-lungo periodo. L'impegno per l'ambiente si riflette nella modalità di gestione delle proprie attività: il Gruppo, da un lato, si attiene alle normative nazionali e locali nei paesi in cui opera e, dall'altro, opta per scelte di prodotto e processo volte ad ottimizzare l'impatto sull'ecosistema, superando anche i requisiti legislativi. A riprova del suo impegno, il Gruppo ha conseguito, a dicembre 2023, la certificazione ISO 14001.

Il cambiamento climatico rappresenta una delle sfide principali che richiede una risposta a livello collettivo, al fine di garantire il benessere di tutti, perseguendo uno sviluppo sostenibile e preservando il nostro pianeta per le generazioni future. In questo contesto, il Gruppo Bialetti ha assunto un impegno responsabile, andando a delineare un percorso di sostenibilità che coinvolge tutti gli attori della filiera.

L'impegno nei confronti dell'ambiente è parte integrante della filosofia dell'azienda sin dalla sua fondazione. Le caffettiere Bialetti, infatti, sono progettate per essere lavate senza l'uso di detergente, sono durevoli nel tempo e permettono la preparazione di un caffè senza generare rifiuti, poiché i fondi di caffè sono compostabili direttamente dall'utente.

Nel processo di sviluppo dei nuovi prodotti, Bialetti pone particolare attenzione ai temi ambientali. Esempi tangibili sono: lo sviluppo del prodotto "separa capsule", che facilita il corretto riciclo delle capsule esauste in quanto permette di separare le componenti presenti all'interno della capsula in alluminio; la macchina espresso Gioia Responsabile, realizzata con il 50% di plastiche riciclate; i *pack* delle Moka *Express* che, a partire dal 2020, sono completamente privi di plastica. Punto di svolta nel 2023 è stata l'introduzione di una capsula "plastic-free", come dettagliato precedentemente all'interno della presente Dichiarazione.

Oltre alle scelte di prodotto, in questo contesto si inquadrano anche le decisioni strategiche che hanno guidato il Gruppo verso investimenti finalizzati al risparmio energetico e al contenimento delle emissioni di gas serra. Dal 2020, presso la sede di Coccaglio, è stata implementata la piattaforma *Energy Data Management*, in collaborazione con Vodafone Italia. Questa soluzione di monitoraggio energetico include l'installazione e la configurazione di misuratori a valle dei contatori di forza motrice, del gas e dell'aria compressa per i reparti produttivi e parte dei servizi generali e dei magazzini. I misuratori consentono il monitoraggio in tempo reale dei consumi, permettendo interventi immediati in caso di perdite o dispersioni e attivando azioni di ottimizzazione. È stato stimato che tale iniziativa possa consentire un risparmio dei consumi attuali tra il 5% e il 7%.

L'impegno del Gruppo in materia ambientale si riflette anche nell'adesione ad associazioni di settore che costituiscono occasioni di dialogo e confronto con altri attori. In particolare, il Gruppo è membro attivo di "Unione Italiana Food" e, nello specifico, del "Comitato Italiano Caffè". Questa partecipazione permette alla Società di rimanere costantemente aggiornata sulle novità normative in materia di ambiente e sviluppo, legati al mondo del caffè. Tra le iniziative dell'associazione, già nota è la creazione del disciplinare sull'espresso e sulla moka, che sarà utilizzato anche per calcolare gli impatti ambientali di questi metodi di preparazione. Inoltre, sono tuttora aperti diversi tavoli di lavoro nel settore: uno di questi si pone l'obiettivo di costituire un consorzio in grado di progettare e implementare un metodo di raccolta e riciclaggio delle capsule, e un secondo si concentra sull'analisi e sulla revisione attiva del *Packaging & Packaging Waste Regulation*, regolamento proposto dall'Unione Europea, che ha come obiettivo quello di disciplinare la composizione degli imballaggi e della gestione dei rifiuti da imballaggio.

## Le nostre *performance*

Per evidenziare l'impegno ambientale del Gruppo, di seguito sono riportate le *performance* relative all'ambiente, con particolare attenzione ai consumi. Si specifica che, a seguito della cessione dello stabilimento produttivo della società CEM Bialetti nel 2022, tutti i consumi relativi al 2023, descritti nella presente sezione, riguarderanno solo Bialetti, Bialetti *Store* e Bialetti Romania.

### Energia

Il Gruppo utilizza diverse risorse energetiche per svolgere la propria attività produttiva e di vendita, tra cui: energia elettrica, gas naturale, gasolio e benzina. Complessivamente, nel 2023 sono stati consumati 97.703,81 *GJoule*, in diminuzione del 18,5% rispetto all'anno precedente. Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale "Energia e cambiamento climatico", Bialetti ha adottato alcuni KPI<sup>15</sup> del GRI per monitorare il consumo di energia e le emissioni dirette ed indirette generate.

| Consumi energetici per tipologia (GJ)        | 2021      | 2022      | 2023      |
|----------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Energia elettrica                            | 36.125,72 | 40.631,76 | 32.646,72 |
| Gas naturale <sup>16</sup>                   | 77.277,09 | 75.487,44 | 61.154,64 |
| Gasolio gruppi elettrogeni                   | 12.049,99 | -         | -         |
| Diesel/gasolio auto aziendali o autotrazione | 3.451,20  | 3.263,98  | 3.262,23  |
| Benzina auto aziendali                       | 109,72    | 481,26    | 640,22    |

| Consumi energetici per area (GJ) | 2021      | 2022      | 2023      |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Italia                           | 30.113,20 | 32.403,63 | 32.331,91 |
| Romania                          | 88.053,96 | 79.941,59 | 65.371,89 |
| Turchia                          | 10.846,56 | 7.519,22  | -         |

### Consumi energetici

I consumi elettrici del Gruppo provengono esclusivamente da fonti non rinnovabili. Nel 2023, i consumi totali sono stati di 9.068.532 kWh, con una riduzione del 19,7% rispetto all'anno precedente.

Il sito in Romania, responsabile per oltre il 54% dei consumi totali, ha registrato una diminuzione del 17,5% dei consumi rispetto al 2022; mentre in Italia, che conta il 46% dei consumi totali, si è osservata una lieve riduzione del 3,4% rispetto allo scorso anno. Per i reparti produttivi presenti in Italia, si rileva un incremento del 3,8% rispetto all'anno precedente, da attribuirsi all'aumento del volume di produzione dovuto alla realizzazione di una nuova linea produttiva.

Rispetto al 2022, si è osservata una riduzione nei consumi elettrici relativi agli ambiti "magazzini e servizi generali" (-10,1%), "uffici" (-12,8%), e del 8,5% quelli relativi a "negozi monomarca e spaccio aziendale", sia per l'effetto di chiusure dei punti vendita (per quanto riguarda gli *store*), sia per i benefici apportati dalla

<sup>15</sup> I dati si riferiscono alla società Bialetti Industrie, Bialetti *Store*, Bialetti Romania e CEM Bialetti.

Metodologia di conversione in GJoule:

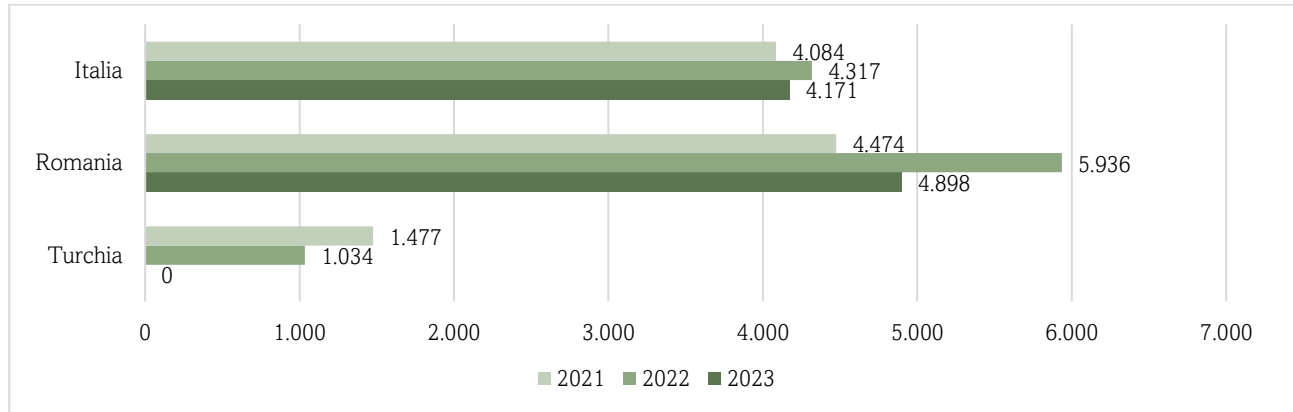
- ♦ energia elettrica: 1kWh= 0,003600 GJ;
- ♦ i fattori di conversione relativi ai combustibili (gas naturale, gasolio e benzina) sono stati calcolati utilizzando i dati presenti nella tabella "UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting - Fuel properties" del DEFRA, nelle versioni disponibili per gli anni 2021, 2022 e 2023.

Si segnala una modifica nella metodologia di calcolo per l'anno 2023, rispetto a quella utilizzata negli esercizi precedenti.

<sup>16</sup> I consumi di gas naturale in Italia si dividono in gas per il riscaldamento e gas per la tostatura del caffè. Negli altri due siti produttivi invece il consumo di gas si riferisce solo all'utilizzo per il processo produttivo.

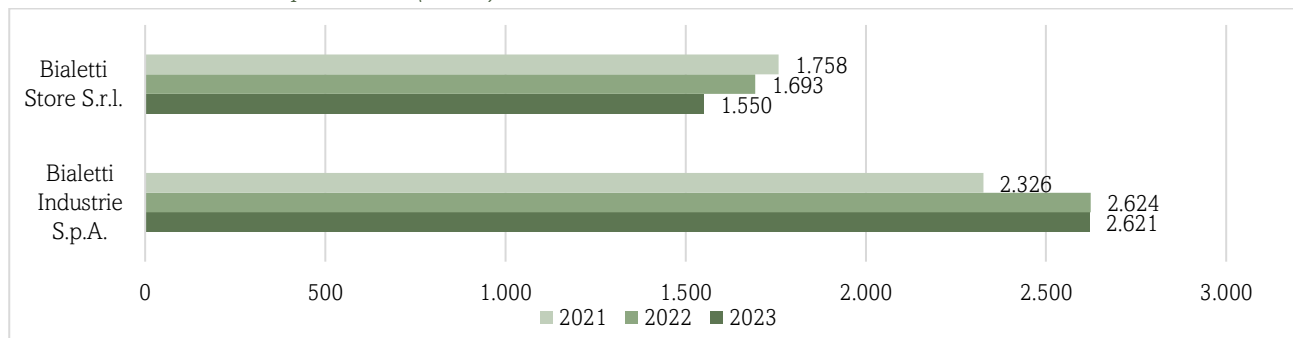
progressiva sostituzione dei corpi illuminanti dei locali con luci Led, che comportano un impatto ambientale positivo anche sul fronte delle emissioni.

#### Consumo elettricità per area (MWh)

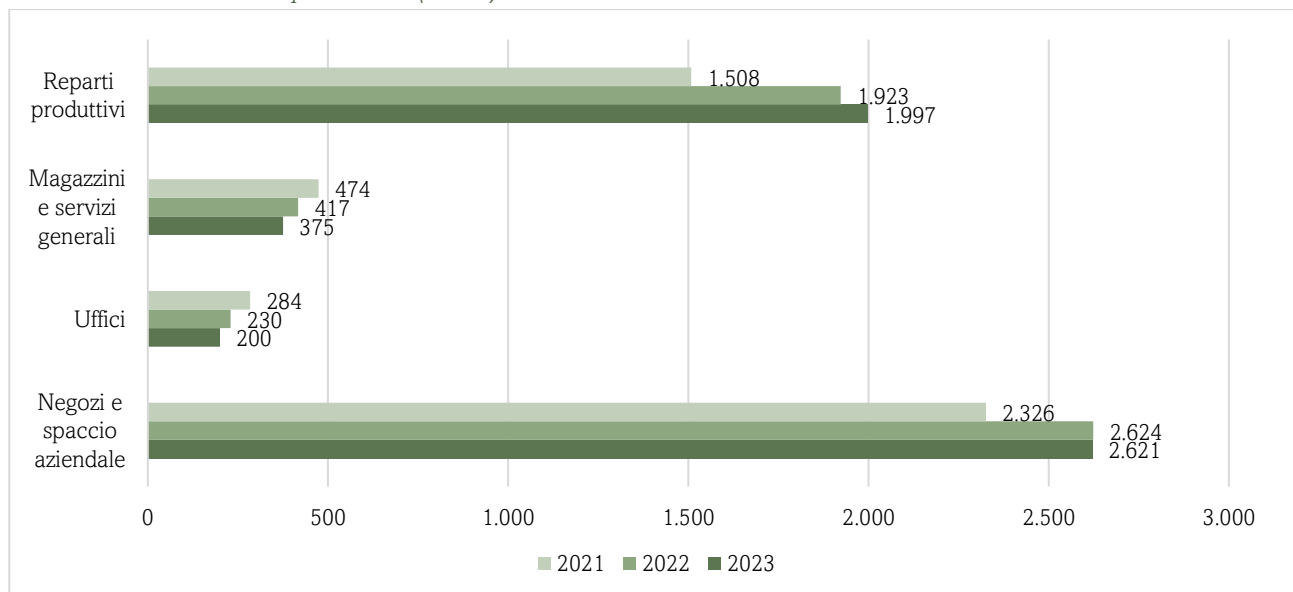


A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, alcuni dati relativi al consumo di elettricità sono stati riesposti. Dati riferiti a Bialetti Industrie, Bialetti Store, Bialetti Romania, CEM Bialetti.

#### Consumi elettrici in Italia per società (MWh)



#### Consumi elettrici in Italia per ambito (MWh)



## Iniziativa Store

La società *Bialetti Store*, consapevole della valenza etica della sostenibilità ambientale, ha confermato per il 2023 le misure – implementate l'anno prima – atte a contenere i consumi energetici e le conseguenti emissioni sensibilizzando l'intera rete *retail*. Nello specifico:

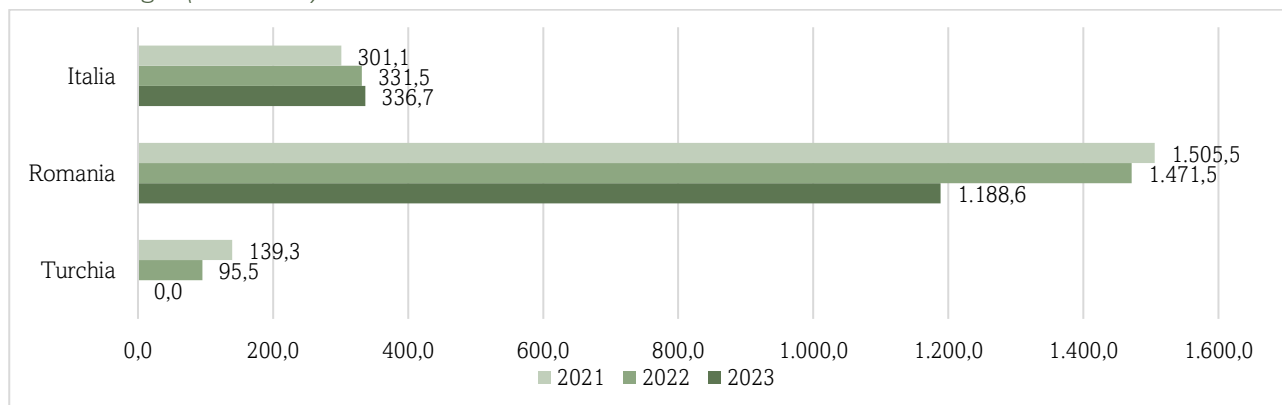
- ♦ **impianti di raffrescamento/riscaldamento:** è stata imposta la temperatura di 26°C con -2°C di tolleranza per la climatizzazione estiva e di 19°C con +2°C di tolleranza per il riscaldamento invernale. Si è richiesto l'utilizzo della funzione ECO dove consentito con spegnimento anticipato rispetto all'ora di chiusura del negozio;
- ♦ **impianti di illuminazione, insegna d'esercizio, diffusione musica, computer, verificatore banconote, aereazione bagni:** è stato richiesto agli *Store Manager* di attivare i dispositivi elencati esclusivamente durante l'orario di apertura del negozio;
- ♦ **gestione dell'apertura e chiusura delle porte degli store:** Bialetti ha aderito all'iniziativa "Siamo aperti al risparmio energetico", promossa da Confimprese con il patrocinio del Ministero della Transizione Ecologica e nata con l'obiettivo di abbassare i consumi energetici nei mesi estivi e promuovere la cultura della sostenibilità. Ove possibile, i negozi Bialetti hanno tenuto chiuse le porte (a differenza di come è consuetudine fare per facilitare l'ingresso dei clienti) per unirsi a questa importante iniziativa.

## Gas naturale

Il Gruppo utilizza il gas naturale per la tostatura del caffè, per il sistema di riscaldamento in Italia e per il processo di fusione dell'alluminio in Romania. In termini complessivi, nel 2023, i consumi di gas naturale sono stati pari a circa 1,53 milioni *Standard Metri Cubi* (Smc), in diminuzione del 19,7% rispetto all'anno precedente. Questa riduzione è dovuta principalmente alla cessione del sito produttivo turco.

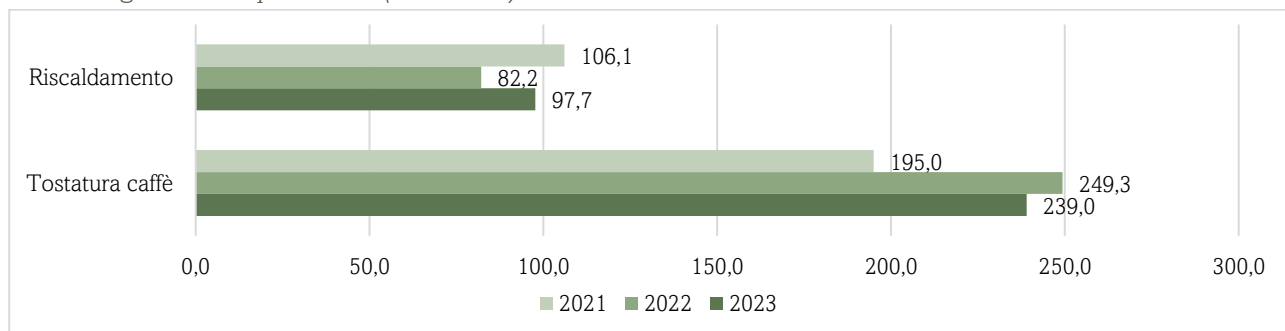
Nello specifico, durante il 2023, il sito in Romania ha generato il 77,9% dei consumi totali, ovvero circa 1,2 milioni di Smc, destinati all'alimentazione dei forni per il processo di fusione dell'alluminio. Si riconferma anche per quest'anno il *trend* decrescente nei consumi, dovuto principalmente ai nuovi macchinari legati alla pressofusione, che dimostrano una migliore efficienza. Nelle sedi italiane, invece, si registra un leggero aumento (+1,6%) nei consumi totali di gas naturale: nello specifico, si è registrato un aumento (+19%) dei consumi per l'impianto di riscaldamento e una diminuzione (-4%) di quelli legati all'attività produttiva, grazie all'utilizzo di uno strumento per l'ottimizzazione del processo produttivo.

Consumi di gas (Smc/1000)



Dati riferiti a Bialetti Industrie, Bialetti Romania, CEM Bialetti.

### Consumo gas in Italia per ambito (Smc/1000)



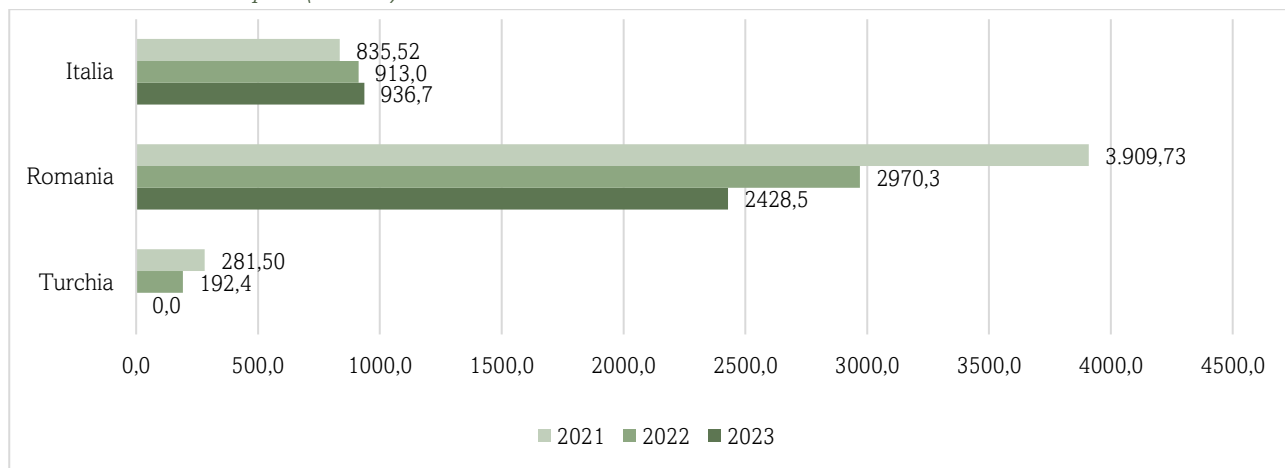
Dati riferiti a Bialetti Industrie. I consumi del reparto tostatura derivano da una misurazione diretta, il consumo per riscaldamento è invece stato determinato per differenza rispetto ai consumi complessivi.

### Emissioni in atmosfera

Il Gruppo si impegna a combattere i cambiamenti climatici attraverso il contenimento delle emissioni in atmosfera generate dall'attività.

Le emissioni dirette (**Scope 1**) del Gruppo sono generate dai combustibili (gas naturale, gasolio, benzina), che alimentano gli impianti produttivi, il riscaldamento e la flotta di auto aziendali; in particolare, nel 2023, sono state emesse 3.365 tonnellate di CO<sub>2</sub>e<sup>17</sup>, con una riduzione del 17,4% rispetto al 2022. Questo risultato è fortemente influenzato dal sito in Romania che rappresenta il 72,2% dei consumi complessivi. In Italia le emissioni dirette nel 2023 sono aumentate del 2,6% rispetto all'anno precedente, risultato determinato principalmente sia dalla scarsa flessibilità nei consumi per il riscaldamento degli edifici, sia dall'incremento delle emissioni generate dalla flotta aziendale. Anche per il 2023 non si sono registrate perdite di gas refrigerante.

### Emissioni dirette - Scope 1 (t CO<sub>2</sub>e)

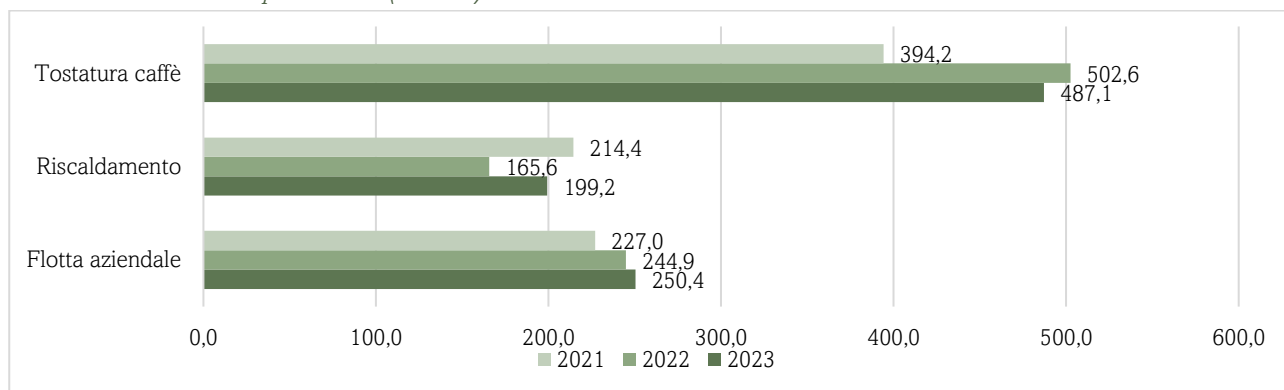


A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, i dati relativi alle emissioni dirette e indirette in atmosfera sono stati riesposti. Dati riferiti a Bialetti Industrie, Bialetti Store, Bialetti Romania, CEM Bialetti.

<sup>17</sup> Fattori di emissione utilizzati:

- ♦ gas naturale: 2,0214 kgCO<sub>2</sub>/Sm<sup>3</sup> per il 2021, 2,01574 kgCO<sub>2</sub>/Sm<sup>3</sup> per il 2022 e 2,0384 kgCO<sub>2</sub>/Sm<sup>3</sup> per il 2023. (Fonte: DEFRA 2021,2022 e 2023);
- ♦ gasolio: 2,5123 kgCO<sub>2</sub>/l per il 2021, 2,5578 kgCO<sub>2</sub>/l per il 2022 e 2,5121 kgCO<sub>2</sub>/l per il 2023. (Fonte: DEFRA 2021,2022 e 2023);
- ♦ benzina: 0,4442 kgCO<sub>2</sub>/l per il 2021, 0,4444 kgCO<sub>2</sub>/l per il 2022 e 0,4484 kgCO<sub>2</sub>/l per il 2023. (Fonte: DEFRA 2021,2022 e 2023).

### Emissioni dirette Italia per ambito (t CO2e)



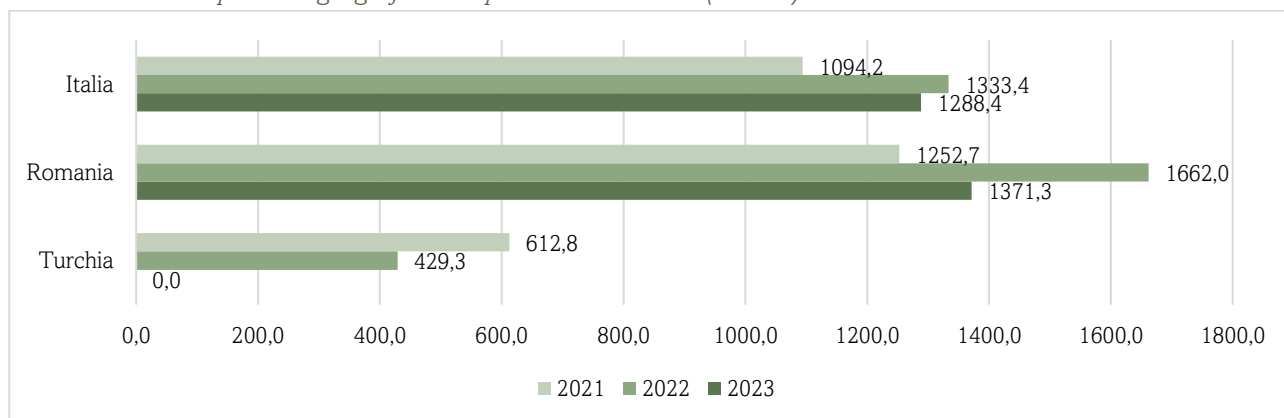
Dati riferiti a Bialetti Industrie e Bialetti Store.

Le emissioni indirette (**Scope 2**), legate all'acquisto di energia elettrica, sono calcolate secondo due approcci: *location-based* e *market-based*. Il metodo *location-based* fa riferimento a dati statistici sulle emissioni derivanti dal *mix* energetico della nazione in cui l'azienda opera. Il metodo *market-based*, al contrario, si basa sulle emissioni di CO2 provenienti dai fornitori di energia da cui la Società acquista energia elettrica tramite contratti, oppure, in mancanza di dati, si basa su fattori legati al mercato di riferimento.

Le emissioni indirette del Gruppo sono state di 2.659,7 tonnellate di CO2e nel 2023, registrando una diminuzione del 22,3% rispetto all'anno precedente. Tali emissioni sono state calcolate con il metodo *location-based*<sup>18</sup>.

Lo stabilimento in Romania ha generato il 51,6% delle emissioni indirette totali, con una riduzione del 17,5% rispetto al 2022. Nel contesto italiano le emissioni indirette hanno subito una riduzione del 3,4%, rispetto al 2022. Nei reparti produttivi le emissioni sono aumentate a seguito del maggior volume produttivo. Si evidenzia invece una riduzione delle emissioni generate dagli uffici, dai negozi monomarca e spaccio aziendale e dai magazzini e servizi generali.

### Emissioni indirette per area geografica: Scope 2 location-based (t CO2e)



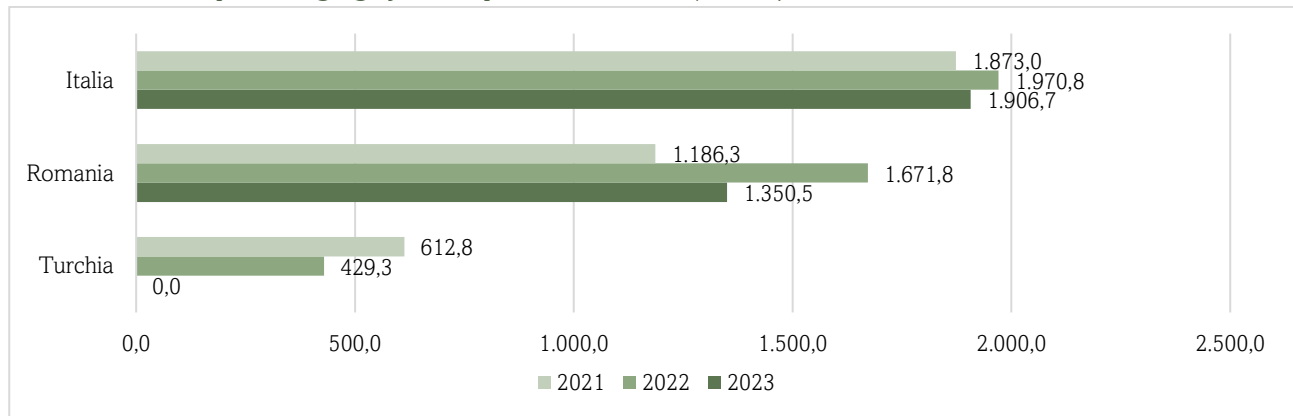
<sup>18</sup> Le emissioni, secondo l'approccio *location-based*, sono calcolate moltiplicando la quantità di energia elettrica acquistata da terzi per il fattore di emissione della produzione elettrica nazionale in cui l'azienda opera.

- ♦ Italia: i fattori di emissione sono pari a: 267,9 gCO2/kWh per il 2021, 308,9 gCO2/kWh (stima preliminare) per il 2022 e 2023. In assenza di dati aggiornati, si è assunto di adottare per il 2023 il fattore di emissione più recente, relativo al 2022. (Fonte: Indicatori di efficienza e decarbonizzazione del sistema energetico nazionale e del settore elettrico 308/2023 – ISPRA);
- ♦ Romania: 280 gCO2/kWh. per l'anno 2021, 2022, 2023 (Terna Confronti Internazionali 2020);
- ♦ Turchia: 415 gCO2/kWh per l'anno 2021, 2022, 2023 (Terna Confronti Internazionali 2020).

A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, i dati relativi alle emissioni dirette e indirette in atmosfera sono stati riesposti. Dati riferiti a Bialetti Industrie, Bialetti Store, Bialetti Romania, CEM Bialetti. I dati delle emissioni indirette di Bialetti Store per il 2021 sono il risultato di un processo di stima, di conseguenza risultano stimati anche i dati aggregati (Italia e Gruppo).

Le emissioni indirette calcolate con il metodo *market-based*<sup>19</sup>, invece, risultano pari a 3.257,25 tonnellate di CO<sub>2</sub>e nel 2023, registrando una diminuzione del 20% rispetto all'anno precedente.

*Emissioni indirette per area geografica: Scope 2 market-based (t CO<sub>2</sub>e)*



Dati riferiti a Bialetti, Bialetti Store, Bialetti Romania, CEM Bialetti. I dati delle emissioni indirette di Bialetti Store per il 2021 sono il risultato di un processo di stima, di conseguenza risultano stimati anche i dati aggregati (Italia e Gruppo).

## Flotta Aziendale

La flotta aziendale del Gruppo è composta da autovetture di proprietà e con contratti di noleggio a lungo termine<sup>20</sup> impiegate dalle principali società del Gruppo (Bialetti Industrie, Bialetti Store e Bialetti Romania).

Le autovetture di proprietà sono alimentate a gasolio e distribuite come segue: due per Bialetti, di cui una assegnata alla logistica e una alla produzione, e due per Bialetti Romania. Nel corso del 2023, i consumi di gasolio per le autovetture di proprietà hanno totalizzato 1.144 litri per Bialetti Industrie e 2.269 litri per Bialetti Romania. Rispetto al 2022, si è registrata una diminuzione dei consumi per le autovetture impiegate nella sede italiana (-23%) e un aumento per quelle utilizzate in Romania (+40%).

Per quanto riguarda le autovetture a noleggio a lungo termine, alimentate a benzina o gasolio, nel 2023 si sono verificati i seguenti consumi: Bialetti Industrie ha aumentato i consumi rispetto al 2022, utilizzando 16.613 litri di benzina (+33%) e 71.193 litri di gasolio (+6%); Bialetti Store ha anch'esso registrato un aumento dei consumi di benzina, pari a 2.183 litri per il 2023 (+42%), mentre si è osservata una riduzione nel consumo di gasolio, pari a 11.649 litri (-23%).

<sup>19</sup> Le emissioni, secondo l'approccio *market-based*, sono calcolate moltiplicando il quantitativo di energia elettrica acquistata da fonti non rinnovabili per un fattore di emissione riferito al *residual mix* nazionale in cui l'azienda opera.

- ◆ Italia: I fattori di emissione sono pari a: 458,57 gCO<sub>2</sub>/kWh per il 2021, 456,57 gCO<sub>2</sub>/kWh per il 2022 e 457,15 gCO<sub>2</sub>/kWh per il 2023. (Fonte: *European Residual Mixes* - AIB);
- ◆ Romania: I fattori di emissione sono pari a: 265,16 gCO<sub>2</sub>/kWh per il 2021, 281,65 gCO<sub>2</sub>/kWh per il 2022 e 275,75 gCO<sub>2</sub>/kWh per il 2023. (Fonte: *European Residual Mixes* - AIB);
- ◆ Turchia: 415 gCO<sub>2</sub>/kWh per gli anni 2021, 2022 e 2023. (Fonte: Terna Confronti Internazionali 2020). La Turchia non ha un fattore di emissione *Market Based* specifico e disponibile dalla letteratura scientifica, pertanto, si considera come fattore *Market Based* quello *Location Based*.

<sup>20</sup> Per il 2023, a differenza degli scorsi anni, si è provveduto a scorporare i consumi delle auto a noleggio da quelle di proprietà per i consumi di gasolio e di benzina totali del Gruppo.

## Gestione delle risorse idriche

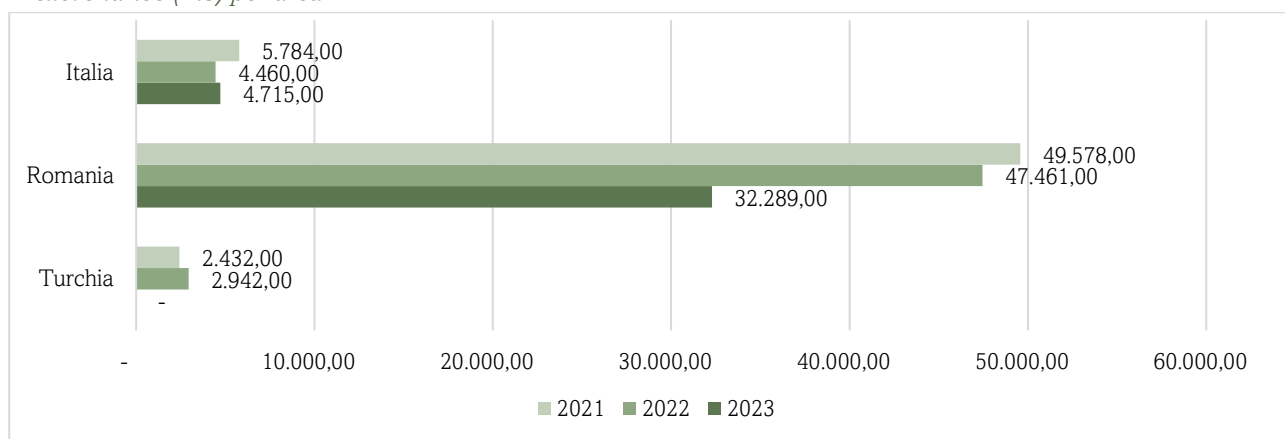
Il Gruppo Bialetti opera in aree a basso livello di stress idrico, utilizzando acqua principalmente per uso igienico-sanitario e nei processi produttivi in Romania.

Attualmente non sono disponibili metodi per identificare gli impianti, poiché gli scarichi sono diretti a uso idrico-sanitario. Tuttavia, gli impianti di depurazione tradizionali e quello utilizzato in Romania possono trattare solo i reflui industriali assimilabili a quelli domestici dal punto di vista qualitativo. Tali scarichi possono eventualmente essere sottoposti a pretrattamenti aziendali, prima dello scarico in fogna, per rimuovere le sostanze incompatibili con un processo di depurazione biologica. La tipologia di impianto utilizzata è quella dei “trattamenti chimico-fisici (chiariflocculazione)”. Questo processo consente diverse azioni, tra cui la chiarificazione delle acque trattate, la precipitazione di alcuni metalli, la riduzione di COD (*Chemical Oxygen Demand*) e BOD (*biochemical Oxygen Demand*), la defosfatazione (rimozione del fosforo) e la rimozione di oli e grassi. In particolare, attraverso questo processo, le emulsioni oleose disciolte nell’acqua vengono rotte, consentendo il loro ritorno in superficie per poi essere disoleate.

Per quanto riguarda il sito in Romania, vengono effettuate analisi nel rispetto delle autorizzazioni prima di scaricare nelle fognature. Attualmente, non è necessaria una gestione specifica degli impianti in Italia, poiché non ci sono segnalazioni di stress idrico. La risorsa o l’approvvigionamento avviene direttamente dalla consegna del gestore degli impianti idrici comunali. In Romania, le acque devono subire un trattamento di depurazione attraverso un processo chimico – fisico, in conformità con l’ordinanza 31/2006 del Ministero dell’Ambiente e della Gestione delle Acque, nonché delle disposizioni dell’ordinanza H.G.188/2002 e dell’ordinanza 107/1996.

Nel 2023 sono stati prelevati complessivamente 37.004 metri cubi di acqua (dei quali circa l’87% in Romania), in diminuzione del 32,6% rispetto all’anno precedente. Gli scarichi idrici sono sostanzialmente equivalenti ai prelievi, ciò significa che il consumo idrico risulta essere pari a 0. L’acqua utilizzata per uso igienico-sanitario confluisce direttamente nelle fognature. Per quanto riguarda la risorsa idrica utilizzata nel processo produttivo, in Romania viene effettuato un trattamento di depurazione per garantire il rispetto dei limiti di legge.

*Prelievo idrico (m3) per area*



*Dati riferiti a Bialetti Industrie, Bialetti Romania, CEM Bialetti.*

## Gestione dei rifiuti

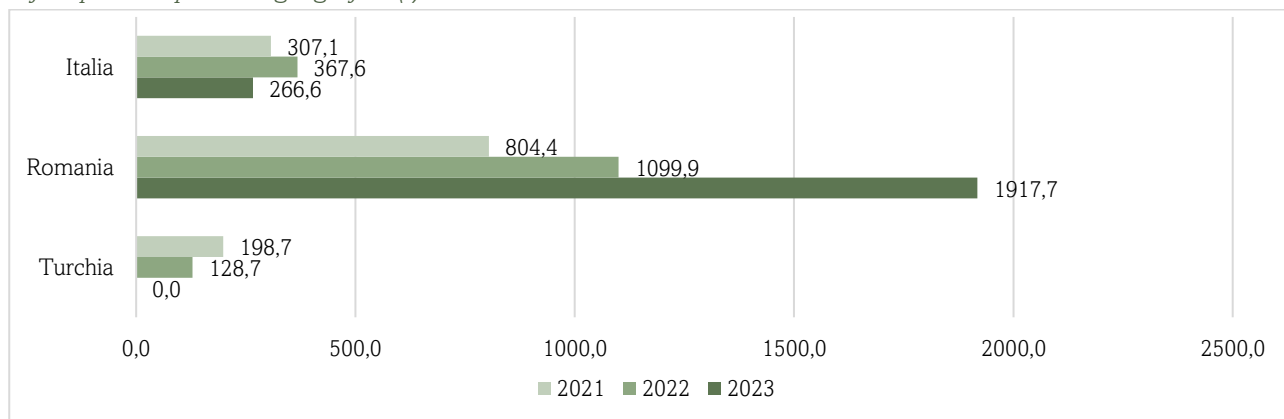
Il Gruppo si impegna attivamente nello sviluppo di una gestione sostenibile dei propri rifiuti al fine di minimizzare gli impatti negativi sulla salute umana e sull’ambiente. Bialetti mira a ottimizzare i processi attraverso l’adozione progressiva di modalità gestionali più efficienti monitorando attentamente tutte le fasi, comprese quelle amministrative, produttive, di trasporto e la gestione finale dei rifiuti.

Per quanto riguarda, invece, i rifiuti generati dai consumatori nell'uso dei prodotti, la combinazione dell'utilizzo di Moka e polvere di caffè macinato rappresenta di per sé una soluzione di consumo sostenibile.

Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale "Gestione dei rifiuti", Bialetti ha adottato alcuni KPI del GRI per monitorarne i progressi.

Nel 2023 il Gruppo Bialetti ha prodotto complessivamente 2.184,24 tonnellate di rifiuti, in aumento del 36,8% rispetto all'anno precedente.

#### Rifiuti prodotti per area geografica (t)

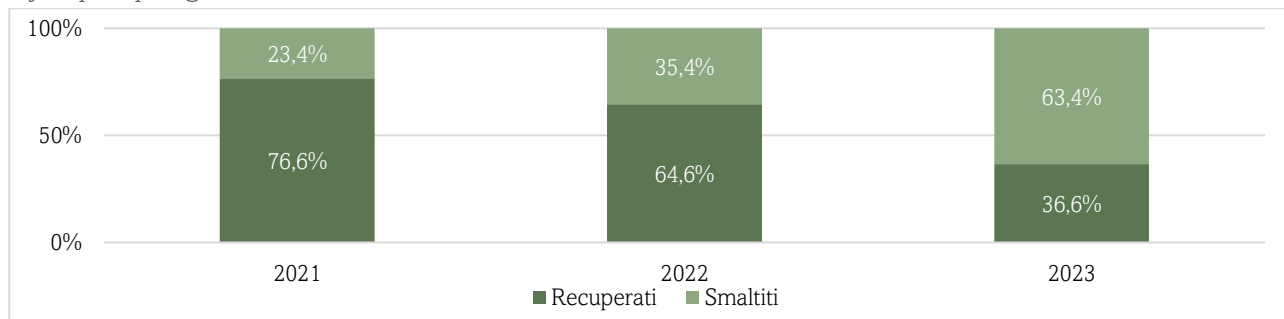


A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, i dati relativi alle quantità di rifiuti prodotti sono stati riesposti. Dati riferiti a Bialetti Industrie, Bialetti Romania, CEM Bialetti.

Lo stabilimento in Romania (87,8% dei rifiuti totali) ha fatto registrare un incremento importante sul valore complessivo dei rifiuti prodotti (+36,8%). L'Italia ha generato il 12,2% dei rifiuti del Gruppo, in diminuzione del 27,5% rispetto all'anno precedente.

Tutti i rifiuti prodotti dal Gruppo vengono consegnati a soggetti terzi per le operazioni di gestione successive (recupero o smaltimento). Di conseguenza, non vengono effettuate operazioni di gestione dei rifiuti direttamente in loco. Il 36,6% dei rifiuti nel 2023 è stato destinato a operazioni di recupero, incluse operazioni di riciclo, che comportano la rilavorazione al fine di ottenere nuovi materiali. Questa categoria - ad esempio i rifiuti destinati a recupero - include principalmente limatura e trucioli di materiali non ferrosi e imballaggi. I rifiuti destinati a operazioni di smaltimento, gestiti da terzi e non destinati a operazioni di recupero, vengono, per la maggior parte, smaltiti in discarica o sottoposti a incenerimento senza produzione di energia. Questi rifiuti comprendono, principalmente, imballaggi in materiali misti, polveri e particolato di materiali non ferrosi.

#### Rifiuti per tipologia in %



I dati relativi a Bialetti Industrie sono stati elaborati in base al codice della destinazione del rifiuto fornita dai soggetti terzi a cui i rifiuti sono stati conferiti, unitamente a ulteriori dichiarazioni richieste ai soggetti stessi nei casi in cui il codice non fosse rappresentativo della destinazione finale. Nei casi in cui per un codice rifiuto sia stata dichiarata dal soggetto più di una destinazione (per esempio: in parte recupero, in parte smaltimento), si è proceduto alla suddivisione del quantitativo in base a quanto dichiarato dal soggetto stesso; in assenza di tale dichiarazione, si è proceduto con una stima prudenziale, considerando le caratteristiche del rifiuto. I dati relativi a Bialetti Romania e CEM Bialetti sono stati

elaborati in base al codice della destinazione del rifiuto, adottando un'impostazione omogenea con Bialetti Industrie nel caso in cui il codice non fosse rappresentativo della destinazione finale, nonché nel caso di doppia destinazione del rifiuto.

| Sede | (Codice) Rifiuti non pericolosi | UdM                                                                                                        | Recuperati<br>2021 | Recuperati<br>2022 | Recuperati<br>2023 | Trattamento di<br>recupero |                                                   |
|------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------------|---------------------------------------------------|
| IT   | 020304                          | Scarti inutilizzabili per il consumo o la trasformazione                                                   | Kg                 | 12.895             | 35.230             | 24.250                     | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 120103                          | Limatura, scaglie e polveri di metalli non ferrosi                                                         | Kg                 | 22.420             | 28.490             | 28.250                     | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150104                          | Imballaggi in metallo                                                                                      | Kg                 | 5.950              | 7.670              | 0                          | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150106                          | Imballaggi di materiali misti                                                                              | Kg                 | 132.160            | 135.120            | 106.200                    | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150101                          | Imballaggi carta e cartone                                                                                 | Kg                 | 76.910             | 78.650             | 62.290                     | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150102                          | Imballaggi in plastica                                                                                     | Kg                 | 0                  | 0                  | 0                          | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150103                          | Imballaggi in legno                                                                                        | Kg                 | 19.033             | 5.390              | 20.370                     | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150107                          | Imballaggi in Vetro                                                                                        | Kg                 | 0                  | 0                  | 3.100                      | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 150203                          | assorbenti, materiali filtranti, stracci e indumenti protettivi, diversi da quelli di cui alla voce 150202 | Kg                 | 0                  | 0                  | 200                        | Operazioni miste di recupero presso sito esterno. |
| IT   | 160214                          | Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13                       | Kg                 | 0                  | 950                | 0                          | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 160605                          | Altre batterie ed accumulatori                                                                             | Kg                 | 0                  | 20                 | 20                         | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 160216                          | Componenti rimosso da apparecchiature fuori uso                                                            | Kg                 | 25.030             | 11.610             | 15.250                     | Operazioni miste di recupero presso sito esterno. |
| IT   | 170203                          | Plastica                                                                                                   | Kg                 | 0                  | 860                | 0                          | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |
| IT   | 170405                          | Ferro e acciaio                                                                                            | Kg                 | 8.130              | 51.960             | 4.030                      | Operazioni miste di recupero presso sito esterno  |

|    |        |                                                                                                 |    |            |            |         |                                                  |
|----|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------|------------|---------|--------------------------------------------------|
| IT | 180103 | Rifiuti sanitari pericolosi a rischio infettivo                                                 | Kg | 85         | 0          | 0       | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| IT | 080318 | Cartucce toner esauste                                                                          | Kg | 7          | 31         | 0       | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| TR | 120103 | Limatura, scaglie e polveri di metalli non ferrosi                                              | Kg | 97.379     | 65.306     | 0       | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| TR | 150106 | Imballaggi di materiali misti                                                                   | Kg | 24.730     | 12.460     | 0       | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| TR | 160117 | Metalli ferrosi                                                                                 | Kg | 0          | 492        | 0       | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| TR | 160118 | Metalli non ferrosi                                                                             | Kg | 27.720     | 17.580     | 0       | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 020204 | Fanghi da trattamento sul posto degli effluenti                                                 | Kg | 6.780      | 15.130     | 74.090  | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 101003 | Scorie di fusione                                                                               | Kg | 143.864    | 201.530,5  | 139.869 | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 120104 | Polveri e particolato di metalli non ferrosi                                                    | Kg | 107.060    | 80.600     | 128.660 | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 150102 | Imballaggi in plastica                                                                          | Kg | 8.847      | 5.232      | 7.865   | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 150101 | Imballaggi carta e cartone                                                                      | Kg | 64.683     | 64.166     | 73.317  | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 150103 | Imballaggi in legno                                                                             | Kg | 20.198     | 12.986     | 19.920  | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 150104 | Imballaggi in metallo                                                                           | Kg | 3.250      | 4.690      | 9.950   | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 120121 | Corpi d'utensile e materiali di rettifica esauriti, diversi da quelli di cui alla voce 12 01 20 | Kg | 6.437      | 8.350      | 5.700   | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |
| RO | 200301 | Rifiuti urbani non differenziati                                                                | Kg | 190.637,31 | 186.267,55 | 75.320  | Operazioni miste di recupero presso sito esterno |

| Sede (Codice) Rifiuti pericolosi |        |                                                                                     | UdM | Smaltiti 2021 | Smaltiti 2022 | Smaltiti 2023 | Trattamento di smaltimento                          |
|----------------------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------|---------------|---------------|-----------------------------------------------------|
| IT                               | 150110 | Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze | Kg  | 0             | 900           | 0             | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |

|    |        |                                                                                                                                                |    |        |        |       |                                                     |
|----|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--------|--------|-------|-----------------------------------------------------|
| IT | 160213 | Apparecchiature fuori uso, contenenti componenti pericolosi (2) diversi da quelli di cui alle voci 160209 e 160212                             | Kg | 0      | 100    | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 160601 | Batterie al piombo                                                                                                                             | Kg | 0      | 50     | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 160708 | Rifiuti contenenti olio                                                                                                                        | Kg | 4500   | 930    | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 200121 | Tubi fluorescenti ed altri rifiuti contenenti mercurio                                                                                         | Kg | 0      | 70     | 30    | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 130205 | Scarti di olio minerale per motori, ingranaggi e lubrificazione, non clorurati                                                                 | Kg | 0      | 600    | 180   | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 080111 | Pitture e vernici di scarto contenenti solventi                                                                                                | Kg | 0      | 6.360  | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 130802 | Rifiuti di oli non specificati altrimenti                                                                                                      | Kg | 0      | 2.000  | 2.380 | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 140603 | Solventi organici, altri solventi e miscele di solventi                                                                                        | Kg | 0      | 400    | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| IT | 160211 | Scarti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche                                                                               | Kg | 0      | 210    | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| TR | 080115 | Fanghi acquosi contenenti pitture e vernici, contenenti solventi organici o altre sostanze pericolose                                          | Kg | 45.358 | 32.880 | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| TR | 150202 | Assorbenti, materiali filtranti, stracci, indumenti protettivi                                                                                 | Kg | 2.210  | 0      | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| TR | 150110 | Imballaggi contenenti residui di sostanze pericolose o contaminati da tali sostanze                                                            | Kg | 972    | 0      | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| TR | 180103 | Rifiuti prodotti dal settore sanitario, rifiuti che devono essere raccolti e smaltiti applicando precauzioni particolari per evitare infezioni | Kg | 5      | 3      | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| TR | 080317 | Toner per stampa esauriti, contenenti sostanze pericolose                                                                                      | Kg | 290    | 0      | 0     | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |

|    |        |                                                                                                                                                           |    |         |         |           |                                                     |
|----|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---------|---------|-----------|-----------------------------------------------------|
| RO | 150202 | Assorbenti, materiali filtranti (inclusi filtri dell'olio non specificati altrimenti), stracci e indumenti protettivi, contaminati da sostanze pericolose | Kg | 646     | 980     | 0         | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |
| RO | 161001 | Rifiuti liquidi acquosi, contenenti sostanze pericolose                                                                                                   | Kg | 252.000 | 520.000 | 1.383.000 | Operazioni miste di smaltimento presso sito esterno |

### Innovazione di prodotto

Il Gruppo Bialetti dedica impegno significativo all'innovazione di prodotto attraverso attività di ricerca e sviluppo, mirate a promuovere la sostenibilità in tutte le fasi del ciclo di vita dei prodotti. Durante il 2023, il Gruppo ha proseguito le attività di ricerca esistenti e avviato nuove iniziative focalizzate sulla riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti, con particolare attenzione all'uso di plastica e al packaging. In particolare, si segnalano i due progetti che seguono.

#### *Capsula plastic-free*

È stato finalizzato lo studio di una nuova configurazione di capsula "*plastic-free*" che comprende la rimozione del diffusore in plastica e la riduzione della carta filtro interna per macchine di caffè espresso. Al posto della carta filtro è stato inserito un materiale in carta compostabile così da produrre una capsula ancora più sostenibile e da facilitare i consumatori nello smaltimento; infatti, dopo aver rimosso la componente in alluminio, è possibile gettare direttamente il caffè esausto nell'umido senza separazione dalla carta.

Lo studio preliminare e i test si sono conclusi con successo nel 2022 e hanno portato all'installazione di una nuova linea di confezionamento in grado di assemblare la capsula nella nuova configurazione. I buoni risultati ottenuti porteranno ad uno cambio e ad un adeguamento completo della produzione, modificando le linee esistenti, nella prima metà del 2024.

#### Life Cycle Assessment

Nel corso del 2023 è stato realizzato un *Life Cycle Assessment (LCA)* completo, relativo al Moka Express 3 tazze e Moka Express 6 tazze, che ha fornito importanti indicatori sull'impatto ambientale di questi due prodotti. Nel 2024, questo studio verrà sottoposto a una revisione esterna per certificare i dati ottenuti, in modo da garantirne la correttezza ed essere utilizzato come base di partenza per lo studio di modifiche e implementazione della progettazione, del processo produttivo o della catena di fornitura che avranno, come obiettivo, l'abbassamento dell'impatto ambientale di Moka Express.

Nel 2024 Bialetti effettuerà uno studio *LCA* anche per la linea di capsule "I caffè d'Italia" e per il macinato Perfetto Moka.

#### *Packaging Perfetto Moka*

Nel corso dell'Esercizio, si è proseguito con il percorso avviato nel 2022 per rendere più agevole il riciclo delle confezioni di caffè macinato. È stato testato e implementato un nuovo tipo di *packaging* in poliolefina su alcune miscele. Questo nuovo *packaging* è composto da materiali appartenenti alla stessa famiglia, semplificando il processo di riciclo rispetto al *packaging* precedente, che era composto da materiali molto diversi come alluminio e plastica. Gli studi sono ancora in corso e proseguiranno nel 2024 e 2025 con l'obiettivo di continuare a migliorare le *performance* di riciclabilità.

È importante sottolineare come i progetti realizzati, oltre a essere innovativi in termini di prodotto, impegnano l'azienda in una revisione dei processi produttivi e della catena di fornitura, rendendo tutto il Gruppo più consapevole sui temi ambientali e di sostenibilità.

Nel corso dell'Esercizio, la Società, ha ottenuto la certificazione ISO 14001, che rappresenta il punto di riferimento normativo per le aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale. La norma definisce un "Sistema di gestione Ambientale" come parte del sistema di gestione aziendale volto a gestire gli aspetti ambientali, soddisfare gli obblighi di conformità legislativa e affrontare e valutare i rischi e le opportunità.

Bialetti ha adottato alcuni KPI<sup>21</sup> *custom* per monitorare l'area relativa alla Ricerca e allo Sviluppo che si concentrano sulla gestione e sullo sviluppo di nuovi progetti. Il KPI "NPD"<sup>22</sup> monitora la percentuale di progetti completati rispettando il *time to market* condiviso ad inizio progetto. Il dato permette di monitorare il livello di servizio dell'area R&D nei confronti dei reparti di *marketing* e *sales*.

L'azienda si conferma molto attiva sul fronte con una gestione nel 2023 di 242 nuovi progetti di cui 113 conclusi nell'anno. Questi numeri risultano essere molto simili a quelli registrati nel 2022 nonostante negli ultimi 6 mesi dell'anno, a seguito della cessione del marchio Aeternum, non siano stati gestiti o avviati progetti *cookware*. Il livello di servizio rimane alto, con un 84,38% di progetti completati nei tempi preventivati.

#### Gestione dei progetti

| Categoria di prodotto | UdM       | Gestiti    | 2023       |           |
|-----------------------|-----------|------------|------------|-----------|
|                       |           |            | Chiusi     | Sospesi   |
| Espresso              | N.        | 13         | 9          | 0         |
| Caffettiere           | N.        | 61         | 36         | 2         |
| No Core               | N.        | 59         | 37         | 1         |
| Caffè                 | N.        | 43         | 15         | 6         |
| Pentolame             | N.        | 66         | 16         | 50        |
| <b>Totale</b>         | <b>N.</b> | <b>242</b> | <b>113</b> | <b>59</b> |

#### Puntualità NPD

| Categoria di prodotto | UdM      | 2023          |
|-----------------------|----------|---------------|
| Espresso              | %        | 88,90%        |
| Caffettiere           | %        | 83,30%        |
| No Core               | %        | 62,20%        |
| Caffè                 | %        | 100,00%       |
| Pentolame             | %        | 87,50%        |
| <b>Media</b>          | <b>%</b> | <b>84,38%</b> |

Dato epurato da progetti con disponibilità posticipata da situazioni non governabili da R&D (es. ritardi transito navi dovuti allo *shortage* globale di container).

#### Materiali

I materiali prioritari per le attività del Gruppo sono l'alluminio e il caffè verde. Nel 2023 sono state utilizzate complessivamente 1.519 tonnellate di alluminio, con una riduzione del 27% rispetto al 2022. L'alluminio utilizzato è 100% riciclabile e proviene da scarti di lavorazione. L'uso di alluminio è suddiviso tra capsule (214

<sup>21</sup> I dati si riferiscono alla società Bialetti Industrie.

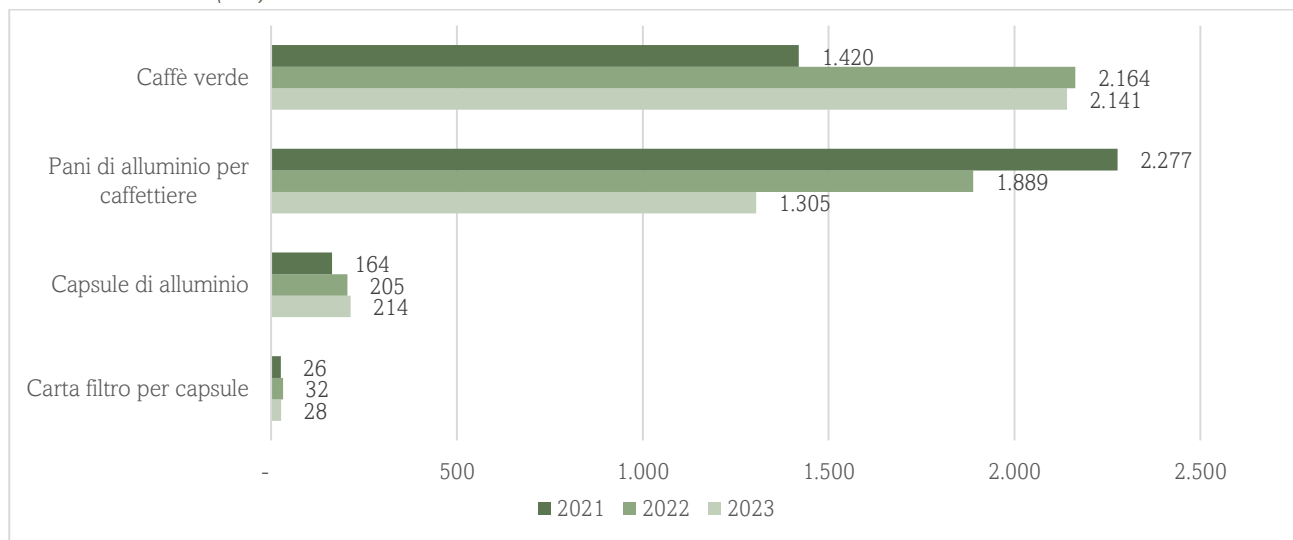
<sup>22</sup> *New Product Development*.

tonnellate) e pani (1.305 tonnellate) per la produzione di caffettiere. Rispetto allo scorso anno, è leggermente aumentata la quantità di alluminio utilizzata per le capsule (+4%) mentre quello per la produzione di caffettiere ha subito un calo (-31%).

Nel sito produttivo in Romania, il Gruppo ha adottato una pratica di gestione degli scarti derivati dalla lavorazione dei pani di alluminio: gli sfridi e la materozza generati durante questo processo vengono completamente rigenerati e riutilizzati. Questa iniziativa dimostra l'impegno del gruppo nell'ottimizzare la sostenibilità della gestione dei materiali, riducendo al minimo gli sprechi e promuovendo un approccio circolare.

Lo stabilimento di Coccaglio è il cuore della tostatura e del confezionamento di caffè per il Gruppo Bialetti. Nell'anno di Esercizio, si è registrato una leggerissima riduzione nell'uso del caffè verde (-1%) rispetto al 2022. Nello stesso periodo, si è osservata una riduzione anche nell'acquisto di carta filtro (-13%), impiegata per la realizzazione delle capsule di caffè.

#### *Materiali utilizzati (ton)*



## IL VALORE DELLE PERSONE

### L'impegno per le nostre persone

Il Gruppo Bialetti, operante in diversi contesti internazionali, dedica particolare attenzione al valore del capitale umano, considerando le persone come il cuore dell'azienda. La Società si impegna a creare e mantenere un ambiente di lavoro sano, sicuro, meritocratico, stimolante e focalizzato sullo sviluppo delle competenze professionali. La valorizzazione delle diversità è una priorità, garantendo a ciascun individuo l'opportunità di esprimere appieno le proprie capacità, potenzialità e talento.

Il Gruppo riconosce l'importanza di disporre di un organico qualificato per affrontare con successo le sfide di mercato, basando la collaborazione su principi come trasparenza, lealtà e fiducia, in conformità con il Codice Etico. Si sottolinea che il successo degli obiettivi strategici deriva dal lavoro di squadra, con l'adozione di una politica di gestione delle risorse umane orientata al rispetto dei diritti dei lavoratori e alla loro valorizzazione.

Il dipartimento HR ricopre il ruolo fondamentale di gestione delle risorse umane del Gruppo: svolge principalmente le attività di ricerca, selezione e inserimento di nuovi talenti, oltre che alla gestione e allo sviluppo del personale. A tutto ciò, inoltre, si aggiungono le attività di gestione amministrativa dei rapporti di lavoro, il dialogo con le rappresentanze sindacali ed il presidio delle tematiche di salute e sicurezza sul lavoro.

#### *Progetto Performance Appraisal*

Il Progetto *Performance* mira a promuovere la condivisione dei valori aziendali, delle conoscenze e delle competenze che Bialetti si aspetta dai suoi collaboratori, fornendo un sostegno individuale per l'attività e lo sviluppo professionale di ciascun dipendente, reso possibile da un processo di analisi e valutazione delle *performance*. Nel 2023, per il personale della sede centrale è stato organizzato un unico incontro di confronto, focalizzato sul piano di sviluppo condiviso nell'anno precedente.

Il **Bialetti Performance Appraisal** è un progetto strutturato in modo da includere una valutazione, per ogni dipendente, da parte del proprio responsabile e un'autovalutazione da parte del collaboratore su competenze fondamentali suddivise nei pilastri del progetto *Be P.E.O.P.L.E (Performance, Engagement, Ownership, Passion, Listening e Experience)*, oltre a competenze tecniche essenziali per il ruolo svolto.

Il risultato della valutazione viene condiviso in un incontro individuale tra responsabile e collaboratore, durante il quale vengono identificati obiettivi, punti di forza, aree di miglioramento e un piano d'azione da perseguire.

Per il personale di nuova assunzione, ogni anno è previsto un modulo formativo sul *Progetto Performance*, sulla cultura del *feedback* e sugli strumenti per gestire un incontro di valutazione.

Pertanto, di seguito viene riportata la percentuale di dipendenti, suddivisi per genere e per categoria, che hanno ricevuto una valutazione delle *performance* e dello sviluppo professionale durante il 2023 e negli anni precedenti.

*% di dipendenti che hanno ricevuto una valutazione periodica delle performance*

|           | 2021   |       |        | 2022   |       |        | 2023   |       |        |
|-----------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
|           | Uomini | Donne | Totale | Uomini | Donne | Totale | Uomini | Donne | Totale |
| Dirigenti | 0 %    | 0 %   | 0 %    | 7,7%   | 66,7% | 18,8%  | 0%     | 0%    | 0%     |
| Quadri    | 0 %    | 0 %   | 0 %    | 50,0%  | 39,3% | 43,2%  | 5,9%   | 11,1% | 9,1%   |
| Impiegati | 11,5%  | 14,3% | 13,7%  | 47,6%  | 22,6% | 27,5%  | 37,5%  | 20%   | 23,2%  |
| Operai    | 0 %    | 0 %   | 0 %    | 0 %    | 2,3%  | 1,6%   | 6%     | 0%    | 1,9%   |

|               |             |              |             |              |              |              |              |              |              |
|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Totale</b> | <b>5,3%</b> | <b>10,1%</b> | <b>8,7%</b> | <b>24,0%</b> | <b>18,3%</b> | <b>19,9%</b> | <b>20,7%</b> | <b>14,1%</b> | <b>15,7%</b> |
|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|

A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, alcuni dati relativi al 2022 sono stati riesposti.

## Le nostre *performance* interne

### Le persone del Gruppo

La funzione HR di Bialetti segue in autonomia sia l'area del *payroll*, che copre tutta la sezione amministrativa del rapporto di lavoro, degli enti, del *budgeting* e della rendicontazione, sia la gestione delle persone, dalla selezione alla formazione dei dipendenti fino all'organizzazione nella gestione delle strutture.

Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale "Benessere interno e sviluppo dei talenti", Bialetti ha adottato alcuni KPI<sup>23</sup> del GRI per monitorare le caratteristiche delle proprie risorse.

Al 31 dicembre 2023 il Gruppo è composto da 896 dipendenti, di cui 806 con contratto a tempo indeterminato, e 90 a tempo determinato. Rispetto allo scorso esercizio, si registra un calo del personale del 13%, dovuto alla chiusura dello stabilimento produttivo in Turchia<sup>24</sup>, alla riorganizzazione della rete di vendita e alla leggera diminuzione del personale in Romania<sup>25</sup>.

| Numero di dipendenti                              | 2021        | 2022        | 2023       | Var. %<br>2022-2023 |
|---------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|---------------------|
| <b>Numero totale di dipendenti di Gruppo</b>      | <b>1064</b> | <b>1026</b> | <b>896</b> | <b>-13%</b>         |
| <b>Contratto a tempo indeterminato</b>            | <b>973</b>  | <b>925</b>  | <b>806</b> | <b>-13%</b>         |
| di cui uomini                                     | 293         | 273         | 200        | -27%                |
| di cui donne                                      | 680         | 652         | 606        | -7%                 |
| <b>Contratto a tempo determinato<sup>26</sup></b> | <b>91</b>   | <b>101</b>  | <b>90</b>  | <b>-11%</b>         |
| di cui uomini                                     | 11          | 14          | 17         | 21%                 |
| di cui donne                                      | 80          | 87          | 73         | -16%                |
| <b>Contratto ad orario variabile</b>              | <b>-</b>    | <b>-</b>    | <b>-</b>   | <b>-</b>            |
| di cui uomini                                     | -           | -           | -          | -                   |
| di cui donne                                      | -           | -           | -          | -                   |
| <b>Contratto full-time</b>                        | <b>577</b>  | <b>571</b>  | <b>495</b> | <b>-13%</b>         |
| di cui uomini                                     | 268         | 258         | 196        | -24%                |
| di cui donne                                      | 309         | 313         | 299        | -4%                 |
| <b>Contratto part-time</b>                        | <b>487</b>  | <b>455</b>  | <b>401</b> | <b>-12%</b>         |
| di cui uomini                                     | 36          | 29          | 21         | -28%                |
| di cui donne                                      | 451         | 426         | 380        | -11%                |
| <b>Numero totale di dipendenti per Paese</b>      | <b>1064</b> | <b>1026</b> | <b>896</b> | <b>-13%</b>         |
| Italia                                            | 710         | 668         | 612        | -8%                 |
| Romania                                           | 257         | 279         | 252        | -10%                |

<sup>23</sup> I dati si riferiscono all'intero perimetro di Gruppo.

<sup>24</sup> CEM Bialetti.

<sup>25</sup> Bialetti Romania.

<sup>26</sup> Si precisa che il personale di Bialetti Store è prevalentemente inquadrato con contratto di lavoro *part-time* per rispondere alle esigenze organizzative dei punti vendita; infatti, i contratti di lavoro relativi alla rete vendita sono tendenzialmente avviati con contratto di lavoro a tempo determinato, e successivamente stabilizzati se la risorsa risulta in linea con il profilo aziendale richiesto. Per le altre società del Gruppo, generalmente l'inserimento avviene a tempo indeterminato e con contratto *full time*, perché non sono presenti esigenze particolari tipiche della rete vendita.

|                                               |             |             |            |             |
|-----------------------------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| Turchia                                       | 80          | 60          | 6          | -90%        |
| Francia                                       | 6           | 6           | 6          | 0%          |
| Cina                                          | 5           | 5           | 5          | 0%          |
| Germania                                      | 2           | 2           | 3          | 50%         |
| USA                                           | 4           | 4           | 6          | 50%         |
| Australia                                     | -           | 2           | 4          | 100%        |
| Giappone                                      | -           | -           | 2          | -           |
| <b>Numero totale di dipendenti per genere</b> | <b>1064</b> | <b>1026</b> | <b>896</b> | <b>-13%</b> |
| <b>Totale uomini</b>                          | <b>304</b>  | <b>287</b>  | <b>217</b> | <b>-24%</b> |
| <b>Totale donne</b>                           | <b>760</b>  | <b>739</b>  | <b>679</b> | <b>-8%</b>  |

Nel conteggio dei lavoratori dipendenti sono esclusi i tirocinanti.

Nel 2023 il personale *full time* del Gruppo rappresenta il 55% del totale (495 unità), con una diminuzione del 13% rispetto all'anno precedente, dove il totale dei dipendenti *full-time* era 571. Con riferimento al personale con un contratto *part-time*, si evidenzia che la componente maggiore risulti essere quella delle donne: 380 contro 21 uomini.

All'organico dipendente si aggiungono i lavoratori non dipendenti che, al 31 dicembre 2023, risultano essere 18, registrando così un calo, rispetto al 2022, di circa il 45%. La significativa diminuzione del personale con contratto di somministrazione sull'anno 2023 è dovuta all'implementazione del nuovo macchinario produttivo caffè che ha consentito di interrompere la temporanea turnazione su sei giorni.

#### Lavorati non dipendenti

| Tipologia di lavoratore | Rapporto contrattuale               | Tipologia di lavoro svolto                                                       |
|-------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Stagista / Tirocinante  | Diretto – Contratto di <i>stage</i> | Acquisti di gruppo, Servizi generali, Qualità, <i>R&amp;D</i> , <i>Marketing</i> |
| Lavoratore interinale   | Tramite società di somministrazione | Assemblaggio caffettiere, produzione capsule, produzione sacchetti, tostatura    |
| Altro                   | Amministratore                      | Consiglio di Amministrazione                                                     |

| Nuove assunzioni e <i>turnover</i> Italia | 2021       |            | 2022       |            | 2023       |            |
|-------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                                           | N.         | %          | N.         | %          | N.         | %          |
| <b><u>Nuove assunzioni</u></b>            |            |            |            |            |            |            |
| <b>Donne</b>                              | <b>141</b> | <b>25%</b> | <b>179</b> | <b>33%</b> | <b>175</b> | <b>36%</b> |
| <30 anni                                  | 42         | 57%        | 64         | 89%        | 57         | 89%        |
| 30-50 anni                                | 94         | 22%        | 103        | 26%        | 97         | 28%        |
| >50 anni                                  | 5          | 7%         | 12         | 16%        | 21         | 27%        |
| <b>Uomini</b>                             | <b>31</b>  | <b>21%</b> | <b>41</b>  | <b>31%</b> | <b>28</b>  | <b>23%</b> |
| <30 anni                                  | 12         | 60%        | 21         | 105%       | 10         | 59%        |
| 30-50 anni                                | 19         | 22%        | 19         | 25%        | 14         | 21%        |
| >50 anni                                  | -          | 0%         | 1          | 3%         | 4          | 10%        |
| <b><u>Cessazioni</u></b>                  |            |            |            |            |            |            |
| <b>Donne</b>                              | <b>139</b> | <b>25%</b> | <b>210</b> | <b>39%</b> | <b>221</b> | <b>45%</b> |
| <30 anni                                  | 45         | 61%        | 54         | 75%        | 46         | 72%        |
| 30-50 anni                                | 93         | 22%        | 138        | 35%        | 144        | 42%        |
| >50 anni                                  | 1          | 1%         | 18         | 24%        | 31         | 39%        |

|               |           |            |           |            |           |            |
|---------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| <b>Uomini</b> | <b>31</b> | <b>21%</b> | <b>55</b> | <b>42%</b> | <b>38</b> | <b>31%</b> |
| <30 anni      | 4         | 20%        | 17        | 85%        | 11        | 65%        |
| 30-50 anni    | 20        | 24%        | 30        | 40%        | 21        | 32%        |
| >50 anni      | 7         | 17%        | 8         | 22%        | 6         | 15%        |

*I tassi sono rapportati rispettivamente all'organico al: 31.12.2021; 31.12.2022 31.12.2023.*

| Nuove assunzioni e turnover Estero | 2021 |   | 2022 |   | 2023 |   |
|------------------------------------|------|---|------|---|------|---|
|                                    | N.   | % | N.   | % | N.   | % |

#### Nuove assunzioni

|               |           |            |           |            |           |            |
|---------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| <b>Donne</b>  | <b>86</b> | <b>44%</b> | <b>64</b> | <b>32%</b> | <b>30</b> | <b>16%</b> |
| <30 anni      | 18        | 78%        | 17        | 94%        | 3         | 27%        |
| 30-50 anni    | 45        | 33%        | 36        | 25%        | 18        | 14%        |
| >50 anni      | 23        | 64%        | 11        | 28%        | 9         | 18%        |
| <b>Uomini</b> | <b>54</b> | <b>34%</b> | <b>56</b> | <b>36%</b> | <b>17</b> | <b>18%</b> |
| <30 anni      | 16        | 89%        | 20        | 125%       | 6         | 56%        |
| 30-50 anni    | 26        | 23%        | 31        | 28%        | 6         | 11%        |
| >50 anni      | 12        | 43%        | 5         | 17%        | 5         | 22%        |

#### Cessazioni

|               |           |            |           |            |           |            |
|---------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|------------|
| <b>Donne</b>  | <b>85</b> | <b>43%</b> | <b>62</b> | <b>31%</b> | <b>45</b> | <b>24%</b> |
| <30 anni      | 12        | 52%        | 14        | 78%        | 5         | 45%        |
| 30-50 anni    | 53        | 38%        | 38        | 26%        | 29        | 22%        |
| >50 anni      | 20        | 56%        | 10        | 25%        | 11        | 22%        |
| <b>Uomini</b> | <b>52</b> | <b>33%</b> | <b>54</b> | <b>35%</b> | <b>76</b> | <b>80%</b> |
| <30 anni      | 11        | 61%        | 11        | 69%        | 9         | 100%       |
| 30-50 anni    | 25        | 23%        | 30        | 27%        | 55        | 87%        |
| >50 anni      | 16        | 57%        | 13        | 45%        | 12        | 52%        |

*I tassi sono rapportati rispettivamente all'organico al: 31.12.2021; 31.12.2022 31.12.2023.*

Si specifica, inoltre, che l'organico appartenente a categorie protette nel 2023 ammonta a 32 unità.

Per quanto riguarda i dati sulla retribuzione, nella seguente tabella sono riportate le percentuali relative al rapporto di retribuzione totale annuale e al rapporto di aumento della retribuzione annuale.

| Rapporto tra i compensi annuali totali                                                                                                                                                                                                    | 2021  | 2022  | 2023  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Rapporto totale annuo tra la retribuzione totale annua della persona più pagata della Società e la mediana della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (esclusa la persona più pagata)                                          | 13,02 | 13,02 | 12,63 |
| Rapporto tra incremento percentuale della retribuzione totale annua della persona più pagata della Società e l'incremento percentuale della mediana della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (esclusa la persona più pagata) | 0     | 0     | 0     |

Rispetto agli indicatori relativi al rapporto tra i compensi annuali si specifica che non c'è stato alcun incremento della retribuzione annua della persona più pagata della Società nei periodi presi in considerazione. Si evidenzia, inoltre, come l'indicatore relativo all'incremento percentuale della mediana della retribuzione sia

pari al 3,08% per l'effetto di rinnovi ai CCNL nei settori metalmeccanici e commercio, oltre l'inserimento di nuove figure anche con retribuzioni più alte<sup>27</sup>.

Il Gruppo opera in completa trasparenza per quanto riguarda i rapporti di lavoro e la tutela dei diritti dei lavoratori, a prescindere dalle forme contrattuali presenti nei paesi in cui è attivo. Vengono pertanto applicate le disposizioni previste dai contratti nazionali e dalle normative vigenti in ciascun Paese a tutti i dipendenti del Gruppo.

Nello specifico, la percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva CCNL è pari al 69,3%, dato riportato nella tabella che segue, e fa riferimento unicamente ai dipendenti delle sedi italiane, francesi e tedesche. La percentuale di dipendenti residuale, non coperta da CCNL, si riferisce agli altri paesi in cui il Gruppo opera, in cui vengono applicate le normative locali.

*Percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva CCNL<sup>28</sup>*

| Numero di dipendenti                             | 2021          | 2022          | 2023         |
|--------------------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Numero di dipendenti coperti da CCNL             | 718           | 676           | 621          |
| Numero totale di dipendenti                      | 1.064         | 1.026         | 896          |
| <b>Percentuale di dipendenti coperti da CCNL</b> | <b>67,5 %</b> | <b>65,9 %</b> | <b>69,3%</b> |

Il Gruppo opera nel rispetto delle indicazioni legislative, previste dai contratti collettivi, anche in materia di periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi. A tal riguardo, la Società riconosce un periodo minimo di quattro settimane come prassi *standard* per comunicare ai dipendenti e ai loro rappresentanti eventuali modifiche operative rilevanti, le quali potrebbero avere impatti significativi sui lavoratori.

Inoltre, nel riconoscimento dell'importanza attribuita alle proprie risorse umane, Bialetti offre vari *benefit* ai dipendenti, i quali sono elencati per tipologia nelle tabelle seguenti. Si specifica che i *benefit* per le sedi estere sono valutati solo per le filiali commerciali - escludendo, quindi, la Romania<sup>29</sup> - e che i meccanismi di erogazione rimangono invariati, indipendentemente dalla natura contrattuale (tempo determinato o indeterminato) e dallo *status* dell'impiego (a tempo pieno o parziale).

| Benefit previsti per i dipendenti Italia | 2021      | 2022      | 2023      |
|------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Assistenza Sanitaria                     | 14        | 12        | 17        |
| Altro (auto, alloggio)                   | 44        | 51        | 48        |
| <b>Totale benefit</b>                    | <b>58</b> | <b>63</b> | <b>65</b> |

| Benefit previsti per i dipendenti Estero | 2021     | 2022     | 2023     |
|------------------------------------------|----------|----------|----------|
| Assistenza Sanitaria                     | 4        | 4        | 6        |
| Altro (auto, alloggio)                   | -        | -        | -        |
| <b>Totale benefit</b>                    | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>6</b> |

<sup>27</sup> Per quanto riguarda l'indicatore "Incremento percentuale della mediana della retribuzione totale annua di tutti i dipendenti (esclusa la persona più pagata)", a seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, i dati relativi al 2022 sono stati riesposti.

<sup>28</sup> Si specifica che l'indicatore riportato nella Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del 2021 era relativo alla percentuale di dipendenti coperti da contrattazione del solo perimetro Italia, a differenza del 2022 e del 2023 che fanno riferimento all'intero perimetro di Gruppo.

<sup>29</sup> Per gli anni 2021 e 2022 è stato escluso anche lo stabilimento produttivo in Turchia, il quale, data la cessione nel 2022, non figura nel 2023.

Per concludere, si evidenzia nella seguente tabella i dati riguardanti il congedo parentale da parte dei dipendenti. Nello specifico, durante il 2023, 88 dipendenti hanno usufruito del congedo parentale, rispettivamente il 100% della popolazione femminile avente diritto e il 100% di quella maschile. La percentuale di dipendenti che sono tornati al lavoro al termine del congedo si conferma alta, il 62,2% - dato ottenuto calcolando il rapporto tra i dipendenti rientrati (23 unità) e quelli che sarebbero dovuti rientrare (37 unità); similmente il 43,2% è il rapporto tra i dipendenti ancora in forza a 12 mesi dal rientro (19 unità) sui dipendenti rientrati lo scorso anno (44 unità).

| Congedo parentale                                                                                                                                            | 2021   |       |            | 2022   |       |            | 2023   |       |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|------------|--------|-------|------------|--------|-------|-----------|
|                                                                                                                                                              | Uomini | Donne | Totale     | Uomini | Donne | Totale     | Uomini | Donne | Totale    |
| Dipendenti che hanno avuto diritto al congedo parentale                                                                                                      | 3      | 101   | <b>104</b> | 4      | 99    | <b>103</b> | 5      | 83    | <b>88</b> |
| Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale                                                                                                         | 3      | 101   | <b>104</b> | 4      | 99    | <b>103</b> | 5      | 83    | <b>88</b> |
| Dipendenti che sono tornati al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale                                        | 2      | 44    | <b>46</b>  | 4      | 23    | <b>27</b>  | 5      | 19    | <b>24</b> |
| Dipendenti che sarebbero dovuti tornare al lavoro durante il periodo di rendicontazione dopo aver usufruito del congedo parentale                            | 2      | 51    | <b>53</b>  | 4      | 37    | <b>41</b>  | 5      | 31    | <b>36</b> |
| Dipendenti che sono tornati al lavoro dopo aver usufruito del congedo parentale e che sono ancora dipendenti della Società nei 12 mesi successivi al rientro | 3      | 36    | <b>39</b>  | 2      | 38    | <b>40</b>  | 4      | 19    | <b>23</b> |

*A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, alcuni dati sono stati riesposti.*

|        | 2021                       | 2022                       | 2023               |
|--------|----------------------------|----------------------------|--------------------|
|        | Tasso di rientro al lavoro | Tasso di rientro al lavoro | Tasso di retention |
|        | Tasso di rientro al lavoro | Tasso di retention         | Tasso di retention |
| Donne  | 100%                       | 100%                       | 100%               |
| Uomini | 86,3%                      | 62,2%                      | 86,4%              |
|        |                            |                            | 61,3%              |
|        |                            |                            | 82,6%              |

## Diversità e pari opportunità

All'interno del Codice Etico di Bialetti, l'uguaglianza è definita come la *“volontà di garantire pari opportunità senza alcuna discriminazione basata sulle opinioni politiche, sindacali, religiose ovvero in base alla razza, nazionalità, età, sesso, orientamento sessuale, stato di salute e in genere qualsiasi caratteristica intima della persona umana in ottemperanza a quanto sancito dall'art. 3 della Costituzione”*.

Il Gruppo, rispettando le leggi e le politiche aziendali, si impegna a:

- ◆ selezionare, assumere, retribuire, formare e valutare le persone in base a criteri di merito e di competenza, senza discriminazioni, nel rispetto del principio di uguaglianza sopracitato;
- ◆ assicurare un ambiente di lavoro improntato sulla lealtà, correttezza, collaborazione, rispetto reciproco e fiducia;
- ◆ offrire condizioni di lavoro adeguate dal punto di vista della sicurezza e della salute, nonché rispettose della personalità morale di tutti;
- ◆ contrastare qualsiasi forma di intimidazione, ostilità, isolamento, interferenza indebita, condizionamento o molestia;
- ◆ garantire al lavoratore la possibilità di esprimere la propria personalità e una ragionevole protezione della sua sfera di riservatezza;
- ◆ intervenire in caso di atteggiamenti non conformi ai principi sopra esposti.

Al momento della rendicontazione non si segnalano episodi di discriminazione sulla base di razza, colore, genere, religione, opinione politica, nazionalità, origine sociale nonché qualsiasi altra forma di discriminazione che coinvolga *Stakeholder* interni/esterni di tutte le attività del Gruppo.

Alla data di approvazione della presente Dichiarazione, Bialetti ha già approvato e diffuso una nuova politica in materia di diversità, equità e inclusione (Politica DEI), che riafferma il rispetto dei diritti umani come principio cardine per la cultura e la strategia aziendale dell'intero Gruppo. La Politica DEI enfatizza l'importanza di un ambiente lavorativo sicuro e inclusivo, con un chiaro rifiuto di qualsiasi forma di discriminazione e si rivolge a tutti coloro che lavorano per il Gruppo, inclusi i dipendenti, i collaboratori e gli organi di controllo.

Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale “Inclusione e pari opportunità del personale”, Bialetti ha adottato alcuni KPI<sup>31</sup> del GRI per monitorare l'inclusività e le pari opportunità delle proprie risorse.

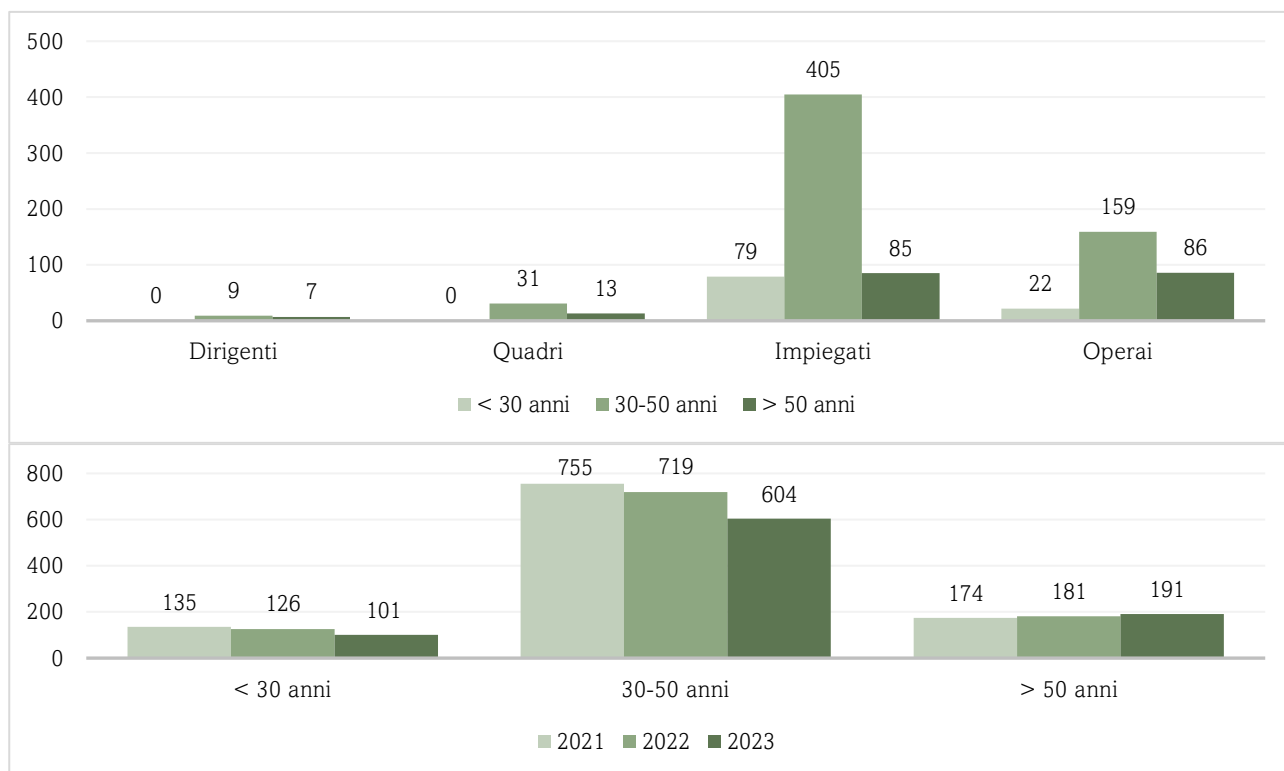
Si segnala stabile, rispetto al numero di dipendenti, il *trend* di ciascuna delle categorie di diversità, come illustrato nelle seguenti tabelle.

## Dipendenti per fasce di età

<sup>30</sup> Il tasso di rientro equivale al numero di dipendenti che sono rientrati al lavoro dopo aver terminato il periodo di congedo parentale nell'anno di rendicontazione sul totale dei dipendenti che hanno terminato il periodo di congedo parentale.

Il tasso di *retention* equivale al numero di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro al termine del congedo parentale sul totale dei dipendenti tornati al lavoro in seguito al congedo parentale nel/i precedente/i periodo/i di rendicontazione.

<sup>31</sup> I dati fanno riferimento all'intero perimetro del Gruppo.



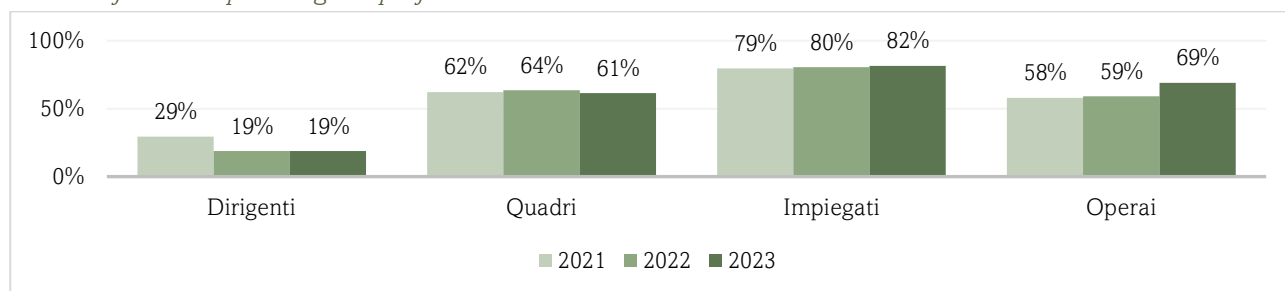
*Dipendenti per figura professionale e per età 2023*

Inoltre, al 31 dicembre 2023 le donne impiegate nel Gruppo sono 679, pari al 76% dell'organico, e pertanto, la tendenza della presenza femminile nell'organico tra i diversi anni rimane stabile (+4% rispetto al 2022).

*Numero di dipendenti per genere e categoria professionale*

|               | 2021       |            |              | 2022       |            |              | 2023       |            |            |
|---------------|------------|------------|--------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
|               | Uomini     | Donne      | Totale       | Uomini     | Donne      | Totale       | Uomini     | Donne      | Totale     |
| Dirigenti     | 12         | 5          | 17           | 13         | 3          | 16           | 13         | 3          | 16         |
| Quadri        | 20         | 33         | 53           | 16         | 28         | 44           | 17         | 27         | 44         |
| Impiegati     | 139        | 539        | 678          | 126        | 518        | 644          | 104        | 465        | 569        |
| Operai        | 133        | 183        | 316          | 132        | 190        | 322          | 83         | 184        | 267        |
| <b>Totale</b> | <b>304</b> | <b>760</b> | <b>1.064</b> | <b>287</b> | <b>739</b> | <b>1.026</b> | <b>217</b> | <b>679</b> | <b>896</b> |

*Presenza femminile per categoria professionale*



Infine, si riportano le tabelle relative al rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini relativo al perimetro Italia e al perimetro Estero. I dati<sup>32</sup> evidenziano, in via generale, per la maggior parte delle figure professionali, una diminuzione del rapporto, maggiormente evidente per il perimetro estero.

*Rapporto della retribuzione, per figura professionale, delle donne rispetto agli uomini - Italia*

|           | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------|------|------|------|
| Dirigenti | 0,76 | 0,68 | 0,88 |
| Quadri    | 1,00 | 0,92 | 0,91 |
| Impiegati | 0,76 | 0,76 | 0,75 |
| Operai    | 0,87 | 0,85 | 0,86 |

*Rapporto della retribuzione, per figura professionale, delle donne rispetto agli uomini - estero*

|           | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------|------|------|------|
| Dirigenti | -    | -    | -    |
| Quadri    | 0,60 | 0,45 | 0,36 |
| Impiegati | 1,28 | 1,14 | 1,06 |
| Operai    | 1,03 | 0,65 | 0,88 |

## Sviluppo e crescita

### *Ricerca e selezione del personale*

Il Gruppo Bialetti gestisce la ricerca e la selezione del personale attraverso un processo strutturato, partendo dalla definizione di un *budget* che identifica le necessità di inserimento. Dopo aver definito la *job description*, ed averla condivisa con il *Manager*, le Risorse Umane pubblicano annunci sui propri siti e *career sites*. Il processo include lo *screening* delle candidature e una serie di colloqui per la posizione ricercata.

Nel momento dell'inserimento, viene organizzato un percorso di *induction* per la nuova risorsa, consentendole di conoscere la storia, i valori e la cultura di Bialetti, incontrare referenti delle diverse funzioni e familiarizzare con i prodotti. Questo percorso prevede incontri concordati con referenti indicati per circa dieci giorni.

### *Sviluppo e valorizzazione delle competenze*

Bialetti dedica particolare attenzione allo sviluppo dei talenti, adottando politiche di gestione del personale efficaci e competitive. Queste si concretizzano, infatti, nella definizione di percorsi di carriera personalizzati e nell'adozione di *training* innovativi come *team building*, *coaching* e formazione interna, il tutto finalizzato al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

La formazione riveste un ruolo fondamentale nel potenziamento delle risorse umane, contribuendo allo sviluppo e al consolidamento delle competenze individuali, nonché promuovendo i valori e la strategia del Gruppo. Nel corso del 2023 sono state erogate complessivamente 7.446 ore di formazione, coinvolgendo 659 partecipanti (8,3 ore medie per ogni partecipante), con un costo pari a 112.379 euro.

### *Ore di formazione per genere e categoria professionale*

|           | 2021   |       |        | 2022   |       |        | 2023   |       |        |
|-----------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|-------|--------|
|           | Uomini | Donne | Totale | Uomini | Donne | Totale | Uomini | Donne | Totale |
| Dirigenti | 4      | 24    | 28     | 76     | 148   | 224    | 107    | 94    | 201    |
| Quadri    | 96     | 40    | 136    | 306    | 213   | 519    | 213    | 178   | 391    |
| Impiegati | 698    | 1.859 | 2.557  | 1.610  | 2.792 | 4.402  | 1.933  | 4.062 | 5.995  |

<sup>32</sup> È stata indicata solo la retribuzione perché trattandosi di dipendenti mensilizzati non sono disponibili i salari.

|               |            |              |              |              |              |              |              |              |              |
|---------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Operai        | 178        | 178          | 356          | 162          | 100          | 262          | 523          | 336          | 859          |
| <b>Totale</b> | <b>976</b> | <b>2.101</b> | <b>3.077</b> | <b>2.154</b> | <b>3.253</b> | <b>5.407</b> | <b>2.776</b> | <b>4.670</b> | <b>7.446</b> |

| <i>Ore medie di formazione per genere</i> |            |            |            |
|-------------------------------------------|------------|------------|------------|
| Ore medie di formazione                   | 2021       | 2022       | 2023       |
| <b>Per Dipendente</b>                     | <b>2,9</b> | <b>5,3</b> | <b>8,3</b> |
| <i>di cui uomini</i>                      | 3,2        | 7,5        | 12,8       |
| <i>di cui donne</i>                       | 2,8        | 4,4        | 6,9        |

*Ore medie di formazione per categoria professionale*

|           | 2021   |       | 2022   |       | 2023   |       |
|-----------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
|           | Uomini | Donne | Uomini | Donne | Uomini | Donne |
| Dirigenti | 0,3    | 4,8   | 5,8    | 49,3  | 8,2    | 31,3  |
| Quadri    | 4,8    | 1,2   | 19,1   | 7,6   | 12,5   | 6,6   |
| Impiegati | 5,0    | 3,4   | 12,8   | 5,4   | 18,6   | 8,7   |
| Operai    | 1,3    | 1,0   | 1,2    | 0,5   | 6,3    | 1,8   |

Il 10% dei corsi è stato erogato con formatori interni. Pertanto, il 90% dei corsi è stata organizzato con Società di formazione, docenti, consulenti o professionisti esterni. Di questi quasi la totalità è stata organizzata con sessioni formative *in-house* dedicate specificatamente al personale Bialetti.

Circa il 27% delle ore di formazione erogate corrisponde a formazione obbligatoria in materia di Salute & Sicurezza e Alimentare, mentre per il restante 73% si è concentrato a rispondere ad esigenze formative *ad hoc* su competenze tecniche e comportamentali.

Nel corso dell'Esercizio, le competenze comportamentali, su cui si sono concentrate i corsi, sono state: *leadership* e gestione delle riunioni, *problem solving* e *decision making*. Per quanto riguarda la formazione tecnica, sono stati organizzati corsi specifici sul caffè (tra cui *panel test* e certificazioni da sommelier del caffè), sulle attività *marketing* e sul *project management*. Inoltre, sono stati organizzati dei percorsi formativi *ad hoc* per alcuni dipartimenti in base alle loro esigenze specifiche.

Il personale addetto alla produzione ha partecipato a *training* specifici riguardanti l'installazione dei nuovi impianti nel reparto caffè e nel reparto assemblaggio caffettiere, e il miglioramento della qualità del processo produttivo.

#### ***Programma Genius Bialetti***

Nel mondo *Retail*, Bialetti ha lanciato il programma “*Genius Bialetti*” con l’obiettivo di offrire progetti formativi personalizzati e adatti alle specifiche esigenze delle diverse figure professionali all’interno dell’azienda. L’obiettivo principale di questo programma è il potenziamento delle competenze tecniche dei collaboratori al fine di migliorare il servizio clienti e mantenere gli *standard* di eccellenza del settore.

Attraverso la promozione di un ambiente lavorativo improntato sulla fiducia e sulla professionalità, *Genius Bialetti* mira anche al miglioramento dell’immagine e della reputazione aziendale sia internamente che esternamente. Durante il 2023, il programma ha sviluppato i seguenti progetti:

- ◆ *District Manager Lab*: tramite l’organizzazione di un percorso formativo per i *District Manager*, focalizzato sullo sviluppo delle competenze manageriali nel contesto del *Retail*. I partecipanti hanno sviluppato gli elementi fondamentali del *Retail* in ottica manageriale, affrontando tematiche organizzative, di lavoro di squadra e pensiero strategico. Sono stati forniti strumenti pratici per tradurre

la *vision* aziendale in piani d'azione concreti, rapidi ed efficaci, al fine di ottenere *performance* in linea con gli obiettivi aziendali.

- ◆ *Express* in un'ora: programma di formazione mirato a potenziare le conoscenze e le competenze tecniche e professionali degli *Store Manager*. I temi trattati sono stati selezionati dai partecipanti attraverso una *survey* interna, garantendo così una formazione personalizzata. Questi argomenti sono stati trattati durante *Master Class* digitali condotte dai responsabili e dalle diverse funzioni aziendali di sede. Questo ha fornito agli *Store Manager* non solo informazioni rilevanti, ma anche strumenti pratici per affrontare le sfide quotidiane con successo, promuovendo una crescita professionale mirata.

### *Progetto For You*

Per quanto riguarda il personale dei punti vendita, è stato avviato il progetto “*For You*”, un percorso formativo digitale volto alla creazione di *engagement* sulla popolazione. Questo progetto ha coinvolto *Brand Performer*, *Store Manager*, *District Manager* e *Regional Manager*, attraverso l'erogazione di 16 *Digital Pills* interattive nell'arco di 4 mesi.

Gli obiettivi del percorso sono stati: dimostrare l'interesse, la cura e l'attenzione di Bialetti per le proprie persone; regalare momenti di benessere e motivazione alle persone dei punti vendita; fornire stimoli e strumenti di ingaggio e condivisione in *store*.

Le 16 pillole (*Digital Pills*) erano suddivise in 4 macro-temi, identificati come elementi cruciali per la soddisfazione professionale e personale dei collaboratori:

- ◆ **Emozioni:** l'importanza di comprendere e gestire le proprie emozioni. Si tratta non solo di sviluppare passioni personali, ma anche di trovare un equilibrio sano tra la vita personale e quella professionale. Il *focus* è anche sul mantenere alta la motivazione quotidiana, imparando ad auto-motivarsi e a trovare fonti di ispirazione costanti.
- ◆ **Progetti:** la cura delle relazioni personali, in particolare con la famiglia e i cari. Viene approfondita la necessità di essere consapevoli della sicurezza informatica sia sul posto di lavoro che a casa, considerando il valore sempre crescente della protezione dei dati personali e professionali.
- ◆ **Benessere:** l'importanza di prendersi cura di sé stessi, sia fisicamente che mentalmente. Vengono fornite tecniche per gestire lo *stress*, che è spesso una sfida significativa nella vita moderna. Inoltre, si esplorano strategie per migliorare le *performance* personali in ambito lavorativo e per raggiungere uno stato di “*flow*”, dove si è completamente immersi e concentrati nell'attività svolta.
- ◆ **Insieme:** l'importanza della collaborazione efficace con i colleghi di lavoro. Si approfondisce l'empatia come strumento fondamentale per comprendere e comunicare meglio con gli altri membri del *team*. Inoltre, vengono esaminate le tecniche di *storytelling* nel contesto lavorativo, poiché la capacità di raccontare storie può essere un modo potente per ispirare, motivare e coinvolgere gli altri.

Attraverso una piattaforma di *e-learning*, sono state erogate le pillole formative utilizzando test di *self-awareness*, multimedia emozionali rubriche, giochi e *contest* tra colleghi, facilitando lo scambio di conoscenze e promuovendo una cultura aziendale di apprendimento continuo e crescita professionale. Queste risorse hanno reso il percorso formativo coinvolgente e accessibile, stimolando la partecipazione attiva e favorendo una cultura aziendale inclusiva e orientata al benessere collettivo.

Il progetto si è concluso con un *Virtual Event* in diretta *streaming* durante il quale sono stati premiati i migliori contributi creativi dei partecipanti, celebrando il talento e l'impegno e sottolineando l'importanza della collaborazione e della condivisione di obiettivi comuni all'interno del Gruppo. Questo premio ha riconosciuto il talento creativo e l'innovazione dei dipendenti, incoraggiandoli a contribuire attivamente al successo e alla crescita dell'azienda.

### **Progetto IN-Forma Store**

Questo progetto prevede la formazione del personale di rete attraverso tre programmi specifici: “*Beginner training*”, per gli *Store Manager* appena entrati nel mondo Bialetti *Store* mirato all’acquisizione di tutte le competenze necessarie; “*Refresh training*”, per gli *Store Manager* e i *Brand Performer* dedicato al recupero delle competenze e delle conoscenze “ideali”; e “*Advanced training*” per i *Brand Performer* che si avvicinano al potenziale ruolo di *Store Manager*.

Coerentemente alle strategie aziendali, orientate alla soddisfazione del cliente e al miglioramento dell’esperienza di acquisto, è stato pianificato un corso di lingua tedesca appositamente per il personale per il punto vendita di Bolzano. Questa iniziativa riflette l’impegno di garantire un servizio clienti impeccabile, rispondendo alle esigenze linguistiche necessarie per una comunicazione efficiente con i clienti di lingua tedesca, migliorando conseguentemente le relazioni con la clientela e consolidando la presenza della Società sul mercato locale.

Per il personale dei punti vendita, rimane costante la formazione interna da parte degli *Store Manager* ai nuovi assunti, presentando il nuovo Manuale di vendita “Academia 2.0”, che ridefinisce non solo lo stile di vendita di Bialetti basandosi sull’esperienza del caffè ma anche la figura professionale del *Brand Performer* Bialetti come evoluzione dell’attuale *Sales Assistant*.

In continuità con gli esercizi precedenti, anche nel 2023 gli *Store Manager* sono stati coinvolti nel percorso di *Performance Management*.

### **Progetto Performance Management**

In continuità con gli esercizi precedenti, anche nel 2023 gli *Store Manager* sono stati coinvolti nel percorso di *Performance Management*. Bialetti ha, infatti, riavviato il progetto di *Performance Management* dopo una breve sospensione nel 2022 dovuta a cambiamenti organizzativi. Questa volta, il progetto ha coinvolto attivamente 70 *Store Manager*, con l’ambizioso obiettivo di migliorare vari aspetti cruciali della gestione aziendale.

Gli obiettivi principali del progetto sono stati: rafforzare la relazione tra responsabile e collaboratore; potenziare il ruolo e la responsabilità degli *Store Manager*; promuovere una responsabilità condivisa per lo sviluppo professionale dei dipendenti, migliorando nel contempo i *feedback* sulle aree di miglioramento e accelerando il processo di apprendimento e crescita professionale.

Un elemento chiave che ha reso il progetto ancora più innovativo nel 2023 è stata l’introduzione di tre obiettivi S.M.A.R.T.<sup>33</sup> per gli *Store Manager*: uno da mantenere, uno da implementare e uno da eliminare. Questa nuova metodologia ha reso il processo di valutazione delle *performance* più preciso e focalizzato, aumentando l’efficacia complessiva.

Il processo di miglioramento e sviluppo continuerà nel 2024, con la seconda valutazione prevista entro marzo e basata sugli obiettivi e sugli *Action Plan* definiti nel 2023, oltre all’introduzione di nuovi obiettivi e sfide per continuare a promuovere l’eccellenza e la crescita all’interno della Società.

### **Salute e sicurezza**

Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale “Salute e sicurezza del personale” Bialetti ha adottato alcuni KPI del GRI per monitorare i propri progressi. Bialetti ha implementato un programma di gestione interna che, attraverso la pianificazione sistematica di azioni, mira al miglioramento continuo del sistema di salute e sicurezza, mantenendone la conformità alla normativa di riferimento.

---

<sup>33</sup> S.M.A.R.T. è un acronimo che indica le 5 qualità fondamentali che un obiettivo deve possedere: “*Specific*”(specifico), “*Measurable*”(misurabile), “*Achievable*”(raggiungibile), “*Relevant*”(rilevante), “*Time-based*”(basato sul tempo).

A tal proposito, nel corso del 2023, Bialetti ha ottenuto la certificazione **UNI ISO 45001**, strumento prezioso per attestare la qualità e la maturità organizzativa aziendale in materia di salute e sicurezza dei lavoratori, assicurando l'ottemperanza ai requisiti previsti per i Sistemi di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro. La certificazione consente un'analisi approfondita dei rischi verso il miglioramento continuo delle proprie prestazioni, considerando attentamente il proprio contesto e le parti interessate. Questa certificazione è stata ottenuta grazie al supporto dell'ente certificatore Bureau Veritas che ha consentito a Bialetti, sempre nel 2023, di conseguire altre due importanti certificazioni: la UNI ISO 9001 e la UNI ISO 14001. In seguito, le certificazioni saranno gestite da un *team* composto da *Quality Manager*, *Quality Assurance*, RSPP e, in aggiunta, eventuali risorse di supporto ove necessario.

La politica aziendale del Gruppo Bialetti prevede l'implementazione di procedure operative, informazione e formazione del personale per migliorare i livelli di sicurezza. Tutta la documentazione di sicurezza è raccolta in un portale che fornisce uno stato di aggiornamento sull'andamento delle attività previste dalla politica.

Tutti i dipendenti e non dipendenti sono coperti da un sistema interno a tutela della salute e sicurezza, la cui gestione si basa su un manuale elaborato internamente<sup>34</sup>. Il servizio di Prevenzione e Protezione interno collabora con consulenti esterni per assicurare la conformità della documentazione esistente alle disposizioni legislative, per realizzare interventi di adeguamento previsti nel programma lavori aziendali e per implementare il programma di miglioramento del sistema di gestione della sicurezza. Il Servizio opera affinché le sinergie prodotte generino benefici sia in termini di qualità del lavoro svolto sia in termini di risparmio economico (razionalizzazione dei costi). Non sono previsti *audit* o certificazioni da una terza parte esterna.

La valutazione dei rischi per la salute e sicurezza dei lavoratori, inclusi quelli legati allo stress lavoro – correlato e alle differenze di genere, è dettagliata nel Documento di Valutazione dei Rischi<sup>35</sup> (DVR). Questo documento è soggetto a modifiche e integrazioni da parte del servizio Prevenzione e Protezione, in stretta collaborazione con referenti aziendali e responsabili di reparto, sulla base di quanto rilevato durante la valutazione dei rischi specifici e dall'analisi dei rischi per mansione per i gruppi omogenei di lavoratori. Le verifiche e gli aggiornamenti del DVR sono effettuati in risposta all'attuazione di misure programmatiche o ulteriori situazioni di rischio che richiedono una valutazione. Ai sensi dell'art. 35 del d.lgs. n. 81/2008, il DVR è sottoposto all'esame dei partecipanti durante la riunione periodica di prevenzione e protezione dai rischi. Il documento viene rielaborato in occasione di modifiche significative del processo lavorativo ai fini della sicurezza e della salute dei lavoratori. L'attività di formazione e informazione del personale gioca un ruolo significativo nella prevenzione. Si sottolinea l'importanza di una formazione specifica e mirata attraverso corsi dedicati alle singole mansioni aziendali, ai preposti ed ai dirigenti, con aggiornamenti periodici basati sul livello di rischio aziendale. Un aspetto aggiuntivo della formazione in Bialetti riguarda gli addetti alle squadre di emergenza, come antincendio e primo soccorso. Questi corsi sono strumenti efficaci sia per la gestione delle emergenze che per la prevenzione. Nel corso del 2023, si è proceduto con successo all'aggiornamento degli addetti alle squadre di emergenza, mentre nel 2022 è stato completato l'aggiornamento degli addetti carrellisti.

| Formazione erogata                                | 2021   |                 | 2022   |                 | 2023   |                 |
|---------------------------------------------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|
|                                                   | N. ore | N. partecipanti | N. ore | N. partecipanti | N. ore | N. partecipanti |
| Formazione generica                               | 256    | 64              | 340    | 85              | 308    | 77              |
| Formazione specifica                              | 888    | 156             | 1.306  | 242             | 640    | 112             |
| Preposti/ASPP/RLS/Prim<br>o soccorso/Antincendio/ | 434    | 58              | 958    | 193             | 740    | 109             |

<sup>34</sup> Dati riferiti a Bialetti Industrie e Bialetti Store.

<sup>35</sup> Ai sensi del d.lgs. n. 81/2008 e del d.lgs. n. 106/2009.

|                |              |            |              |            |             |            |
|----------------|--------------|------------|--------------|------------|-------------|------------|
| Movimentazione |              |            |              |            |             |            |
| HACCP/Privacy  | 256          | 64         | 364          | 108        | 308         | 89         |
| <b>Totale</b>  | <b>1.834</b> | <b>342</b> | <b>2.968</b> | <b>628</b> | <b>1996</b> | <b>387</b> |

Periodicamente, vengono svolte visite mediche che permettono di verificare l'idoneità dell'addetto alla propria mansione. A seconda della mansione svolta, il controllo può essere annuale o biennale.

Nel 2023 sono stati registrati 12 infortuni sul lavoro, con un tasso di infortuni sul lavoro registrabili pari a 1,72. Si nota un incremento, rispetto agli esercizi precedenti, dovuto ad infortuni occorsi nella divisione produttiva. Si conferma l'assenza di infortuni con gravi conseguenze e decessi. Analogamente, non si evidenziano casi di *near miss*.

In continuità con l'esercizio precedente, anche nel 2023 è stato presente personale interinale, per cui non si evidenziano casi di infortuni.

| Tasso e numero di infortuni                | UdM | 2021      | 2022      | 2023      |
|--------------------------------------------|-----|-----------|-----------|-----------|
| Numero di infortuni registrabili           | N.  | 17        | 6         | 12        |
| Numero di ore lavorate                     | N.  | 1.437.291 | 1.483.151 | 1.398.803 |
| Tasso di infortuni sul lavoro registrabili | N.  | 2,37      | 0,81      | 1,72      |
| Numero di decessi                          | N.  | 0         | 0         | 0         |

Per il calcolo del tasso di infortuni sul lavoro registrabili, è stata utilizzata la seguente metodologia di calcolo: rapporto fra il numero di infortuni sul lavoro registrabili e il numero totale di ore lavorate, moltiplicato per 200.000.

| Tipologia di infortuni sul lavoro                                                                                                                                                      | UdM       | 2021      | 2022     | 2023      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| Numero di infortuni per utilizzo macchinari:<br>Causa meccanica (impianti, macchine, apparecchiature): contatto con parti intrinsecamente pericolose di macchine proiezioni di oggetti | N.        | 2         | 1        | 5         |
| Numero di infortuni Causa ergonomica: scorretta movimentazione dei carichi, posture forzate, ecc.                                                                                      | N.        | 10        | 3        | 3         |
| Numero di infortuni incidenti stradali <i>in itinere</i>                                                                                                                               | N.        | 5         | 2        | 3         |
| <b>Totale</b>                                                                                                                                                                          | <b>N.</b> | <b>17</b> | <b>6</b> | <b>11</b> |

Si precisa che, tra i dati totali del 2023 presenti nelle due tabelle precedenti, vi è un delta di un infortunio dovuto al fatto che per il 12° infortunio è stata avviata la pratica – e quindi segnata nel registro – ma, a seguito degli accertamenti, non è stato riconosciuto come infortunio.

Infine, per quanto riguarda le malattie professionali, si registra un unico caso di natura psicologica nel corso dei tre anni presi in considerazione.

| Numero di malattie professionali                                | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Numero di casi di malattia professionale registrabili           | 1    | 1    | 1    |
| <i>di cui casi di decessi causati da malattia professionale</i> | 0    | 0    | 0    |

| Tipologia di malattia professionale | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------------------------------|------|------|------|
| Fisica                              | 0    | 0    | 0    |
| Psicologica                         | 1    | 1    | 1    |

Bialetti segue il Manuale operativo del Sistema Nazionale a Rete per la Protezione dell'Ambiente, il cui scopo è quello di definire le modalità di gestione degli incidenti e degli infortuni così da attuare azioni preventive e correttive finalizzate ad annullare o ridurre al minimo la probabilità di ripetizione, incluso l'eventuale aggiornamento del DVR.

Il Manuale stabilisce i criteri per l'osservazione e la gestione dei fenomeni e degli eventi che possono causare incidenti o infortuni, provocando danni alle persone e alle cose.

La procedura si applica al verificarsi di infortuni, incidenti o segnalazioni di situazioni di rischio da parte del RLS, dei Preposti, del RSPP, del Servizio Prevenzione, del Medico Competente, degli Addetti all'emergenza e al primo soccorso, dell'organo di vigilanza ed enti di controllo, dei fornitori di beni e servizi. Per quanto riguarda i lavoratori delle imprese o i lavoratori autonomi, gli adempimenti sono inclusi negli accordi e relativi documenti contrattuali o DUVRI.

Secondo il Manuale, le macrofasi nella gestione dell'infortunio/incidente sono: identificazione e segnalazione, valutazione dell'evento, applicazione di Azioni Correttive e Preventive e azioni di controllo e verifica.

## Rispetto dei diritti umani

Il Gruppo Bialetti è consapevole che il rispetto dei diritti umani sia un *driver* centrale, ai fini della realizzazione e del mantenimento di condizioni di benessere sociale nel medio-lungo termine.

Il Gruppo richiede, ai diversi attori con cui si relaziona, l'adesione ai principi fondamentali rappresentati nel Codice Etico. Questo documento viene diffuso a tutti i soggetti terzi con i quali il Gruppo intrattiene rapporti nello svolgimento delle attività, evidenziando loro le sanzioni che derivano dal mancato rispetto delle prescrizioni indicate.

Come indici di buona condotta e avanzamento della gestione del tema "Rispetto dei diritti umani", Bialetti si avvale di alcuni indicatori del GRI. Nel triennio 2021-2023 non si segnalano casi di violazione dei diritti dei popoli indigeni. In continuità con questo percorso, tutti gli *audit* svolti nel corso del 2023 hanno previsto la verifica del rispetto dei punti fondamentali (ILO ONU) della certificazione **SA 8000**. Inoltre, da maggio 2021, il 100% dei contratti significativi<sup>36</sup> prevede clausole relative ai diritti umani e ai diritti dei lavoratori.

Per quanto riguarda la formazione dei dipendenti, nel 2023, in Italia sono state dedicate, a tutta la popolazione aziendale, 10 ore di formazione in materia di politiche e procedure riguardanti il rispetto sui diritti umani nelle attività aziendali, ossia quasi il 20% in più rispetto al 2022. Per entrambi gli anni si tratta di attività di formazione in continuità o aggiornamento in relazione alle pratiche di *routine* legate alla certificazione. Mentre nel 2021, oltre alla formazione ordinaria, era stato predisposto un corso introduttivo, destinato esclusivamente al *Social Performance Team*, che ha permesso di raggiungere, complessivamente, 24 ore di formazione. Sempre in Italia, il 100% dei dipendenti risulta aver ricevuto la comunicazione sulle politiche e procedure riguardanti aspetti collegati ai diritti umani e rilevanti per le attività. Lo strumento principale per le segnalazioni in materia di violazioni dei diritti umani risulta essere tramite *report* (lettera, *format* elettronico anonimo – con accesso anche tramite *QR code* – o *e-mail*) e SA 8000 e, in nessuna di queste, sono state evidenziate violazioni.

<sup>36</sup> Come contratti significativi sono stati considerati gli investimenti *CapEx* in ambito industriale e investimenti *marketing* del valore minimo di 500.000€.

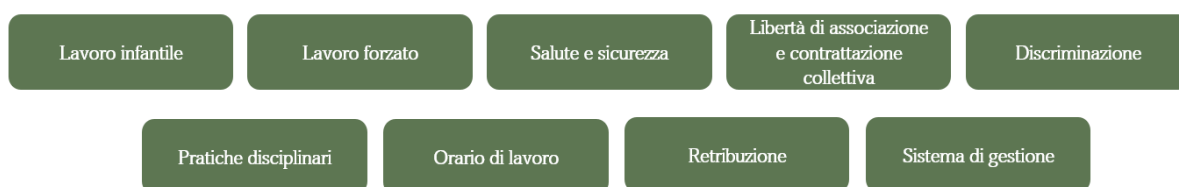
## Sistemi di gestione orientati alla responsabilità sociale: SA 8000

Per abbracciare una condotta socialmente responsabile, che generi valore condiviso con gli *Stakeholder*, è necessario dotarsi di un adeguato assetto organizzativo e gestionale.

Il Gruppo ha strutturato propri sistemi di gestione secondo *standard* internazionali.

Già certificata con il Sistema Gestione Qualità (**UNI EN ISO 9001:2015**), dal 2021 Bialetti Industrie ha ottenuto la certificazione *Social Accountability* 8000 (**SA 8000:2014**), un riferimento per un comportamento eticamente corretto all'interno del Gruppo e nella sua filiera di produzione nei confronti dei lavoratori.

La certificazione SA 8000 si basa su principi internazionali<sup>37</sup> dei diritti umani e dei lavoratori; in particolare, gli ambiti su cui si concentra sono:



Bialetti ha integrato la certificazione SA 8000 nel Sistema di Gestione Qualità, rivisitando procedure esistenti sugli aspetti inerenti alla responsabilità sociale e, quando necessario, introducendone di nuove e specifiche attinenti alla stessa tematica. Inoltre, Bialetti ha redatto un Manuale SA 8000 conformemente agli *standard* normativi SA 8000:2014.

Sul piano organizzativo, è stato nominato il “Rappresentante dei Lavoratori SA 8000:2014” che ha il compito di interfacciarsi con la Direzione e con i responsabili al fine di gestire le questioni connesse ai requisiti richiesti dalla certificazione, promuovere la formazione sullo *standard*, ricevere suggerimenti o reclami dai lavoratori e partecipare alle attività di verifica del sistema e dei fornitori, oltre che a prendere parte al riesame della Direzione.

In aggiunta, è stato istituito il “*Social Performance Team*”, un organismo trasversale composto dal Rappresentante dei Lavoratori, dal Rappresentante SA 8000 della Direzione, dal Rappresentante SA 8000 di Salute e Sicurezza, da un referente della Direzione Gestione Risorse Umane e da Valutatori fornitori e terzisti in ambito SA 8000/9001. Questo organismo si occupa dei seguenti compiti: coordinare la valutazione periodica dei rischi, prioritizzando eventuali aree di reale o potenziale non conformità agli *standard*, e monitorare la conformità agli *standard* delle attività, dell’attuazione delle azioni pianificate per affrontare i rischi individuati e dell’efficacia delle strategie adottate. Inoltre, l’organismo si occupa di facilitare gli *audit* interni periodici, di predisporre rapporti per la Direzione sulle *performance* e sui benefici delle azioni che soddisfano lo *standard* e organizzare incontri periodici per discutere l’andamento.

Bialetti Industrie ha predisposto il “Bilancio SA 8000”, strumento finalizzato a fornire alla Direzione e ad altre parti interessate l’evidenza del rispetto dei requisiti e pubblicato internamente e disponibile per la consultazione presso l’Ufficio del Personale.

<sup>37</sup> Si segnalano la “Dichiarazione Universale dei Diritti dell’Uomo”, le “Convenzioni delle Nazioni Unite sui Diritti del Bambino e sulle Discriminazioni contro le Donne”, le “Convenzioni dell’*International Labour Organization*”.

Sono state avviate **azioni di formazione e sensibilizzazione** continuative rivolte al personale, mirate anche all'elezione del Rappresentante dei Lavoratori. Tra le varie iniziative, sono state predisposte apposite “**cassette**”, per raccogliere reclami o formulare suggerimenti, offrendo la possibilità al personale di segnalare in forma anonima situazioni di non conformità alla norma SA 8000. Queste segnalazioni vengono poi analizzate per dare una risposta concreta a pratiche di condotta scorrette. I dipendenti sono stati informati sulla possibilità di presentare reclami direttamente al CISE, l'ente accreditato che ha rilasciato la certificazione, o tramite i rappresentanti SA 8000, in caso di azioni o comportamenti non conformi allo *standard*.

Le modalità di inoltro dei reclami sono dettagliatamente definite nella “**Procedura dei reclami e dei ricorsi**” redatta dal CISE e distribuita in copia presso ciascuna cassetta di raccolta. Il *Social Performance Team* è incaricato di esaminare i reclami pervenuti, proponendo adeguate azioni, formalizzate nel piano “Azioni correttive e di miglioramento”, sottoposte a verifiche periodiche per valutare lo stato di attuazione e di avanzamento, oltre all'efficacia.

Per presidiare i temi previsti dalla norma SA 8000 anche nella catena di fornitura, oltre alla già prevista sottoscrizione del Codice Etico, Bialetti ha rivisto le modalità di selezione e qualifica di fornitori, subappaltatori e subfornitori, integrando i requisiti dello *standard*. Il grado di conformità viene accertato attraverso la compilazione di un questionario di autovalutazione da parte dei fornitori e *audit* periodici condotti dalla Società<sup>38</sup>.

## Le comunità locali

Da sempre, per il Gruppo Bialetti, le comunità in cui opera rappresentano una leva per il progresso sociale e, attraverso una strategia di attenzione e concreta cura delle comunità, la Società mira a creare opportunità per le persone.

La Società concretizza i propri principi attraverso la rete di collaborazioni e di *sponsorship*<sup>39</sup> con associazioni e organizzazioni benefiche con le quali si condividono gli stessi obiettivi: promuovere attività a favore delle comunità sulle tematiche sociali.

La Società, inoltre, come mostrato nella tabella seguente, ha assunto la maggior parte dei propri *Senior Manager*<sup>40</sup>, presenti presso le sedi operative significative, dalla comunità locale. Nello specifico, ad eccezione di due, tutti i *Senior Manager* sono provenienti dalle comunità locali, che per l'Italia si intende la regione in cui è ubicata la sede - ossia la Regione Lombardia - e per le filiali estere il Paese della sede commerciale/produttiva.

### *Senior Manager assunti dalla comunità locale*

|                                                                                                      | 2021  | 2022  | 2023  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| Numero di <i>Senior Manager</i> presso le sedi operative significative assunti dalla comunità locale | 16    | 15    | 15    |
| Numero totale di <i>Senior Manager</i>                                                               | 17    | 16    | 17    |
| % di <i>Senior Manager</i> presso le sedi operative significative assunti dalla comunità locale      | 94,1% | 93,8% | 88,2% |

*A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, alcuni dati sono stati riesposti.*

<sup>38</sup> Per ulteriori dettagli si rimanda al paragrafo “La valutazione dei fornitori”.

<sup>39</sup> Per maggiori dettagli si rimanda al paragrafo “Marketing e comunicazione responsabile”.

<sup>40</sup> Con “*Senior Manager*” si identificano i dirigenti e i direttori delle filiali che gestiscono con autonomia le proprie divisioni e il relativo business.



## LA CATENA DI FORNITURA SOSTENIBILE

### La nostra filiera

Per il Gruppo Bialetti, la filiera di fornitura ha un valore inestimabile, dato dalla consapevolezza che le scelte effettuate in questo ambito hanno conseguenze positive o negative in termini ambientali e sociali, oltre che economici.

Per tale ragione, il Gruppo si impegna ad osservare comportamenti etici lungo tutta la catena di approvvigionamento, selezionando fornitori coscienti nell'utilizzo di risorse naturali e rispettosi dei diritti umani fondamentali e instaurando, con quest'ultimi, rapporti di fiducia e lealtà duraturi.

Il confronto e il dialogo con i propri fornitori sono due requisiti fondamentali per garantire una crescita sostenibile, non solo del Gruppo stesso ma anche di tutti gli attori coinvolti lungo l'intera catena di fornitura, nella creazione di valore per Bialetti.

Data la peculiarità dei settori di appartenenza, il Gruppo si affida a fornitori internazionali, capaci di soddisfare al meglio le esigenze del mercato garantendone anche un approvvigionamento costante e di qualità:

| Produzione                                                                                           |                                                                                             | Approvvigionamento                                  |                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Strumenti da cottura e delle caffettiere in acciaio inox, caffettiere elettriche e macchine espresso | Una parte delle caffettiere in alluminio, al fine di soddisfare eventuali picchi di domanda | Alluminio sia per le caffettiere che per le capsule | Caffè crudo e alcune fasi del confezionamento del caffè che necessitano di particolare specializzazione |

Bialetti seleziona i propri fornitori coerentemente con quanto indicato nella procedura specifica di sistema PGAQ06 Approvvigionamento, sia in ambito qualitativo che di sicurezza alimentare e con quanto indicato nel Codice Etico, puntando ad un rapporto ispirato ai principi di legalità, correttezza, trasparenza, imparzialità, sostenibilità, integrità e riservatezza.

Tutti i fornitori di alluminio sono certificati in accordo con gli *standard* IATF 16949:2016 (*standard* di gestione per la qualità specifico per il settore Automotive), UNI EN ISO 9001:2015 e UNI EN ISO 14001:2015, e i fornitori di caffè crudo hanno certificazioni che attestano il rispetto di rigorosi criteri di sostenibilità ambientale e sociale, operando quindi secondo *standard* che permettono di tutelare l'ambiente e sostenere le comunità locali, generando valore per i produttori (*Rainforest Alliance*, *Utz* e *Fairtrade*).

Per quanto riguarda la collocazione della catena di fornitura, il Gruppo predilige attingere da fornitori collocati sui territori nazionali delle rispettive società. Nel 2023, si registra un incremento del 9% nella spesa per l'acquisto di beni o servizi da fornitori locali, rispetto al 2022. Tuttavia, è stata registrata una riduzione complessiva (-8%) della spesa a livello di Gruppo. Questo *trend* decrescente è dovuto principalmente alla riduzione degli acquisti di Bialetti Industrie da fornitori in Asia, pari al 29% in meno rispetto al 2022, soprattutto per quanto riguarda il settore del *cookware*. Inoltre, si precisa che il volume d'affari riportato nella tabella sottostante non include gli acquisti *intercompany*.

#### Distribuzione degli acquisti

| Spesa Gruppo Bialetti | 2021   |     | 2022   |     | 2023   |     |
|-----------------------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|
|                       | €      | %   | €      | %   | €      | %   |
| Nazionale             | 64.118 | 55% | 59.541 | 61% | 62.823 | 70% |
| Estero                | 51.942 | 45% | 37.710 | 39% | 26.766 | 30% |

|               |                |             |               |             |               |             |
|---------------|----------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|
| <b>Totale</b> | <b>116.060</b> | <b>100%</b> | <b>97.251</b> | <b>100%</b> | <b>89.589</b> | <b>100%</b> |
|---------------|----------------|-------------|---------------|-------------|---------------|-------------|

*I dati inseriti sono in migliaia di euro (€).*

## La valutazione dei fornitori

Il Gruppo si attiene a specifiche procedure nel processo di selezione e di valutazione dei fornitori. In particolare, la valutazione avviene sia durante l'iter di selezione sia successivamente attraverso la sottoposizione a *audit* periodici.

A partire dal 2020, i nuovi fornitori sono selezionati e valutati tenendo conto di criteri sociali tramite visite ispettive e questionari di autovalutazione. Inoltre, nel corso dell'Esercizio, è stata predisposta l'introduzione di criteri ambientali nel processo di valutazione dei fornitori, con l'effettiva attivazione prevista per il 2024. Infine, si evidenzia che il Gruppo ha ottenuto la certificazione **ISO 14001** per la gestione ambientale.

Come indici di buona condotta e avanzamento della gestione del tema materiale "Catena di approvvigionamento sostenibile ed etica", Bialetti ha adottato alcuni KPI del GRI per monitorarne i progressi.

### *Fornitori valutati secondo criteri sociali*

| Valutazione fornitori                                                         | 2021        | 2022        | 2023        |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Numero totale di fornitori                                                    | 209         | 220         | 248         |
| - di cui numero di nuovi fornitori                                            | 9           | 11          | 17          |
| Numero di fornitori valutati secondo criteri sociali                          | 130         | 141         | 116         |
| - di cui numero di <u>nuovi</u> fornitori valutati secondo criteri sociali    | 9           | 11          | 17          |
| <b>Percentuale di fornitori valutati secondo criteri sociale</b>              | <b>62%</b>  | <b>64%</b>  | <b>47%</b>  |
| <b>Percentuale di <u>nuovi</u> fornitori valutati secondo criteri sociali</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |

*I dati si riferiscono alle società Bialetti Industrie e Bialetti Romania*

A tutti i fornitori è richiesto il rispetto delle normative, comprese quelle attinenti ai temi della salute e sicurezza sul lavoro e della tutela ambientale; contestualmente alla formalizzazione del contratto di fornitura, viene inviata una lettera in cui è illustrato il Codice Etico – a cui sono chiamati ad aderire, e il questionario di autovalutazione che è stato integrato prevedendo esplicitamente i requisiti SA 8000, oltre a quelli definiti dalla *Food Safety System Certification* (FSSC) 2200. Relativamente al questionario, è stato trasmesso l'update nel corso del 2023 già ai fornitori cinesi, mentre ai restanti, verrà inviato il prossimo anno, comprensivo delle normative ISO 14001 e ISO 45001.

Al fine di presidiare efficacemente il rapporto con i fornitori, il Gruppo ha definito un elenco di **fornitori critici** in base a criteri stabiliti nella procedura specifica di sistema (PGAQ06 Approvvigionamento). Presso questi fornitori vengono eseguite verifiche ispettive secondo modalità indicate nella procedura di sistema di gestione *Audit* (PGAQ11 *Audit*) per monitorare la conformità rispetto al Codice Etico, agli *standard* e alle normative, comprese quelle di carattere ambientale e sociale. Inoltre, devono aderire alla lettera di intenti contenuta nella certificazione SA 8000.

Sulla base di precisi criteri, Bialetti ha valutato - come zona a rischio - la Cina, i cui fornitori rappresentano la quasi totalità dell'approvvigionamento estero. Infatti, in Cina vengono realizzati prodotti come macchine espresso, piccoli elettrodomestici, *cookware* e caffettiere in acciaio.

Il Team Operations China della società Bialetti *Houseware* Ningbo CO ha il compito di interfacciarsi con i fornitori cinesi, segnalando eventuali problemi emersi, per definire e realizzare appositi piani di miglioramento. Con specifico riferimento alla norma SA 8000, come previsto dalle procedure aziendali, il Team, oltre a valutare i fornitori riguardo ai requisiti qualitativi del prodotto, è promotore del rispetto dei requisiti dello

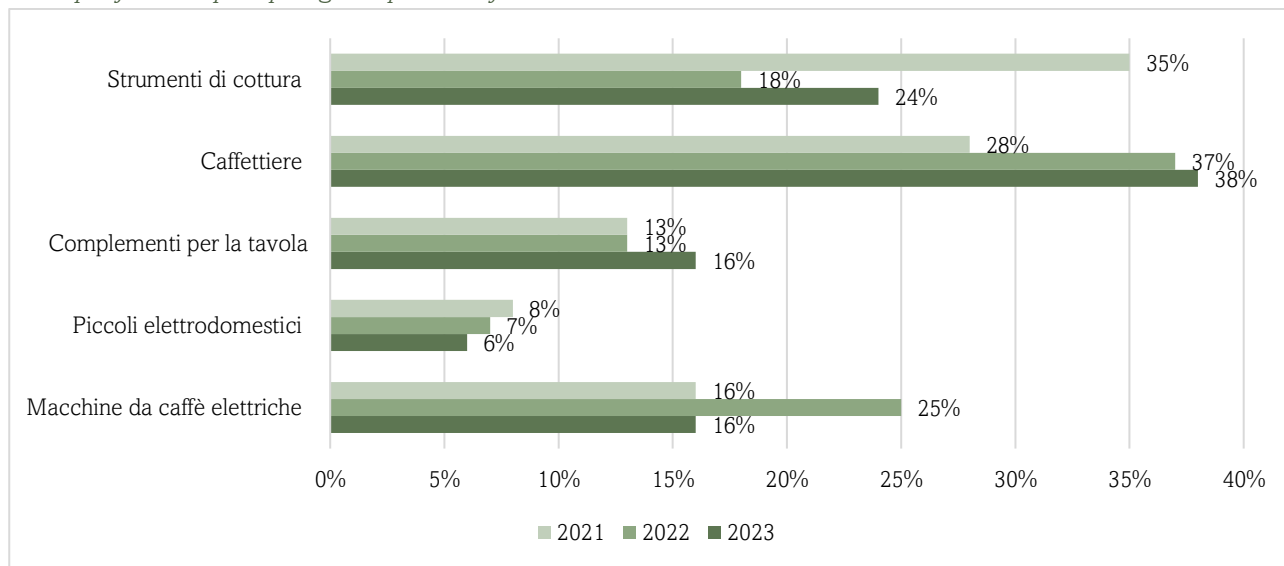
*standard*, richiedendo la compilazione del questionario di autovalutazione e svolgendo gli *audit* al fine di verificare quanto dichiarato. Questa attività, come anche la proposta di piani di miglioramento e relativi tempi di attuazione, è coordinata e condivisa con la sede generale in Italia e con gli altri collaboratori della Società.

Tutta l'attività produttiva, specialmente nelle zone a rischio, viene mantenuta monitorata sia con *audit* specifici di sistema sia con periodiche verifiche ispettive sul posto.

Con riguardo alla prima tipologia, si tratta di attività di *audit* di sistema ISO 9001, rivolti a specifici fornitori. Tali *audit* hanno lo scopo di valutare se i fornitori soddisfano tutti i requisiti necessari per ottenere le certificazioni richieste da Bialetti. Oltre a ciò, vengono condotte verifiche riguardanti l'aderenza agli *standard* etici previsti dalla SA 8000. Per i fornitori operanti nel settore alimentare, vengono inoltre effettuate verifiche al fine di accertare la conformità alla normativa relativa alla sicurezza alimentare. In particolare, quest'anno tutte le 13 attività di *audit* – 4 in Italia e 9 in Cina – hanno compreso verifiche in merito al rispetto dei diritti umani. Questo risultato rappresenta un grande passo in avanti rispetto agli scorsi anni: nel 2021 nessuno dei 13 audit effettuati comprendeva verifiche di questo tipo e, nel 2022, l'85% delle attività - ossia 17 attività su 20 – le comprendeva.

Oltre a questi *audit*, Bialetti conduce numerose altre attività ispettive, strettamente collegate all'ambito produttivo. In particolare, nel 2023 sono state condotte 431 ispezioni, circa il +9% rispetto al 2022, che hanno interessato 46 fornitori (rispetto a 50 nel 2022). Di queste verifiche, il 94,67% si è concluso con esito positivo, il +3% rispetto al 2022 e, a sua volta, il +1% rispetto al 2021. Le principali categorie di prodotti interessati sono stati gli strumenti di cottura e le caffettiere.

#### *Audit per fornitori per tipologia di prodotto finito*



*I dati riportati si riferiscono alla Società Bialetti Industrie. A seguito di un affinamento dei processi di raccolta dati e delle metodologie di rendicontazione, alcuni dati relativi al 2021 sono stati riesposti.*

## L'ATTENZIONE AL CLIENTE

Innovazione, eleganza, qualità italiana e condivisione sono i valori che Bialetti si impegna a diffondere con i propri clienti, creando e consolidando nel tempo un rapporto di fiducia.

In particolare, Bialetti ha consolidato nel tempo la sua *leadership* e si è dimostrata attenta alle esigenze dei propri clienti e consumatori, sia nuovi che fedeli, i quali, a loro volta, ricambiano, riconoscendo sempre maggiore valore al marchio, sinonimo di competenza, di alti *standard* qualitativi e di sicurezza per tutti i prodotti offerti, in continua innovazione.

Cambia il modo in cui i consumatori manifestano il proprio amore per il caffè, ponendo attenzione a nuove miscele, con una sensibilità sempre più elevata verso i temi della sostenibilità.

Per questo, l'offerta di Bialetti si evolve in modo innovativo per soddisfare gusti differenti proponendo un vero e proprio viaggio sensoriale attraverso le eccellenze dell'espresso all'italiana in cui ciascuno può ritrovare il gusto e l'aroma che più gli appartengono.

L'impegno del Gruppo trova riscontro nella posizione di *leadership*, raggiunta sia in Italia che sui mercati internazionali, grazie anche al consolidamento di attività di *marketing* e all'utilizzo di piattaforme quali l'*e-commerce* e il *web-sales*.

In particolare, la riconoscibilità di Bialetti come marchio *leader* nell'ambito del caffè, è conseguenza di varie attività di *marketing* – che si concretizzano nello sviluppo di nuovi prodotti nel mondo di caffettiere, macchine espresso e caffè - e comunicazione - per sostenere i lanci di prodotto e la notorietà del marchio. Il 2023 è stato caratterizzato da una continua evoluzione dell'offerta di Bialetti verso il consumatore, in termine di nuovi prodotti e nuove attività di comunicazione. L'approccio di Bialetti si evolve in modo innovativo per soddisfare un consumatore sempre più internazionale, proponendo un vero e proprio viaggio sensoriale in cui ciascuno può ritrovare il gusto e l'aroma che più gli appartengono.

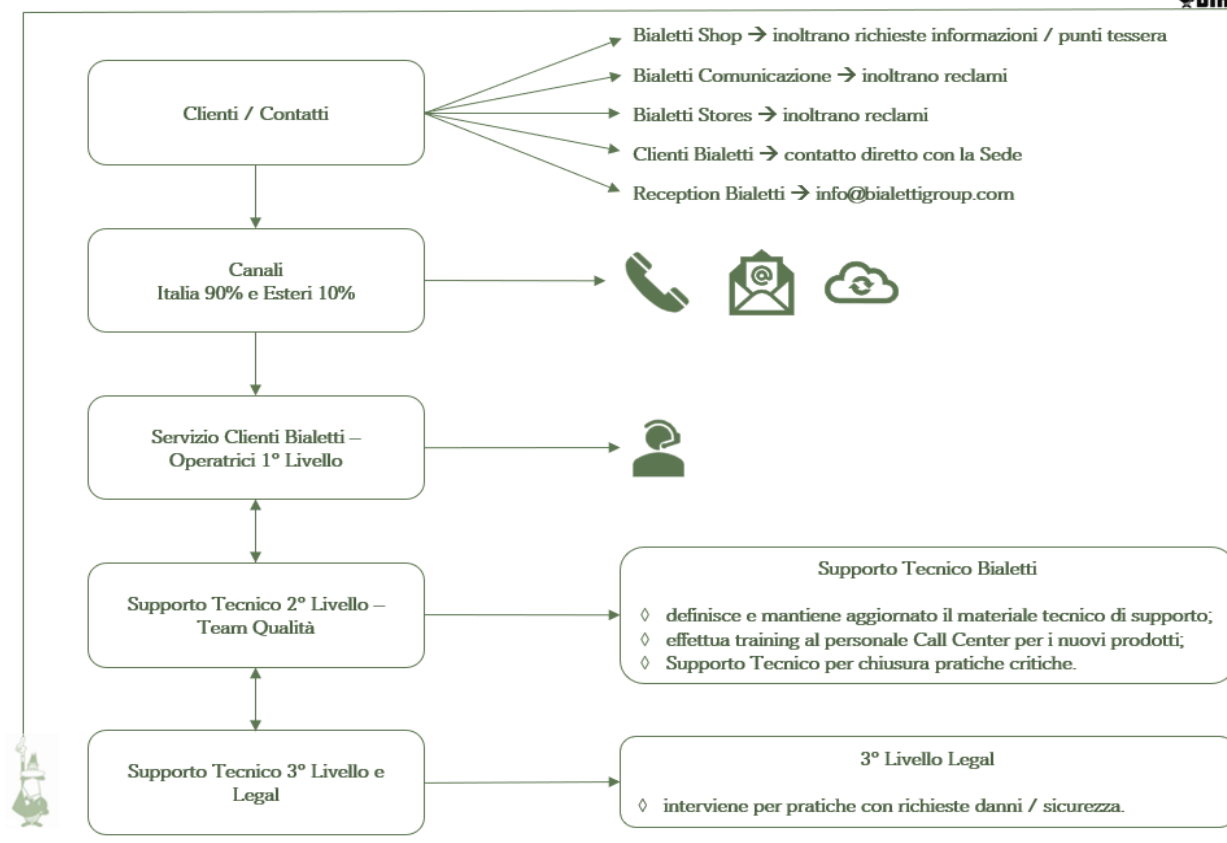
### Cura e responsabilità verso i clienti

Per Bialetti è vitale presidiare quanto più efficacemente il rapporto con i clienti, nell'ottica di migliorarne la soddisfazione. Questa funzione è presidiata dal *Customer Service* che, sotto la Direzione di Bialetti Industrie, ha permesso la costruzione di una struttura di riporto chiara all'interno del Gruppo al fine garantire la soddisfazione dei clienti e, quindi, la risoluzione di eventuali problematiche.

Le richieste di informazioni e le eventuali lamentele vengono gestite in modo personalizzato e approfondito, al fine di rispondere adeguatamente e attuare le eventuali azioni correttive. I reclami, in particolare, vengono analizzati e classificati per categorie, verificando le problematiche emerse con la Direzione Qualità, per consentire una risposta esaustiva e puntuale.

Inoltre, la Società permette, a chiunque ne abbia la necessità, di:

- ◆ chiedere chiarimenti sull'attuazione delle politiche e delle pratiche del Gruppo per una condotta aziendale responsabile;
- ◆ sollevare preoccupazioni sulla condotta d'impresa del Gruppo attraverso la compilazione del modulo presente in una sezione *ad hoc* disponibile sul proprio sito *web* raggiungibile al seguente *link* [https://www.bialetti.com/it\\_it/contact](https://www.bialetti.com/it_it/contact).



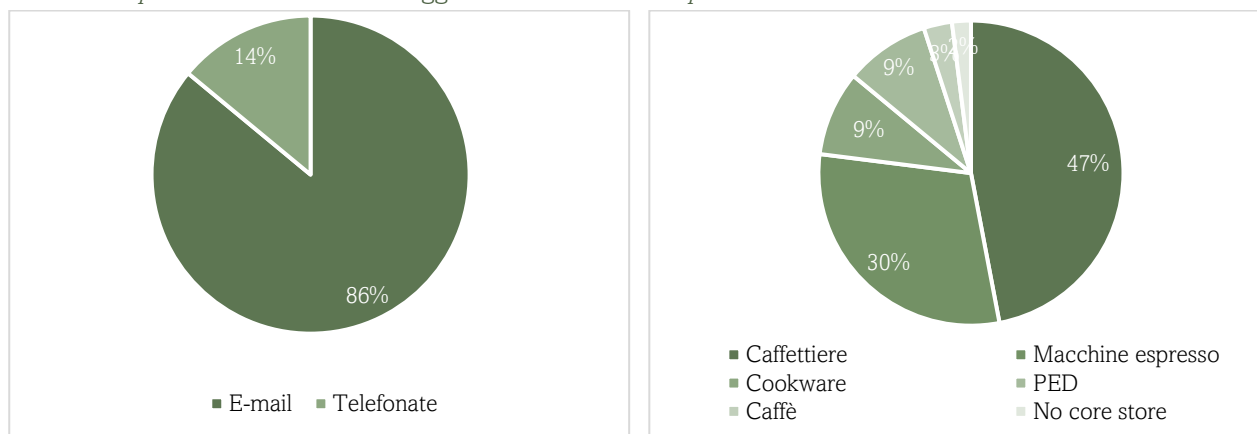
Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale “Cura e responsabilità verso i clienti”, Bialetti ha adottato alcuni KPI sia *custom* sia GRI per monitorare la soddisfazione e la salute dei clienti.

Nel 2023 i contatti pervenuti al *Call Center*<sup>41</sup> sono stati complessivamente 22.665, in leggera diminuzione (-9%) rispetto all’anno precedente. L’ 86% dei contatti è avvenuto tramite *e-mail*, circa l’83% riguarda prodotti del Mondo Caffè e il 12% è relativo a richieste di informazioni generiche.

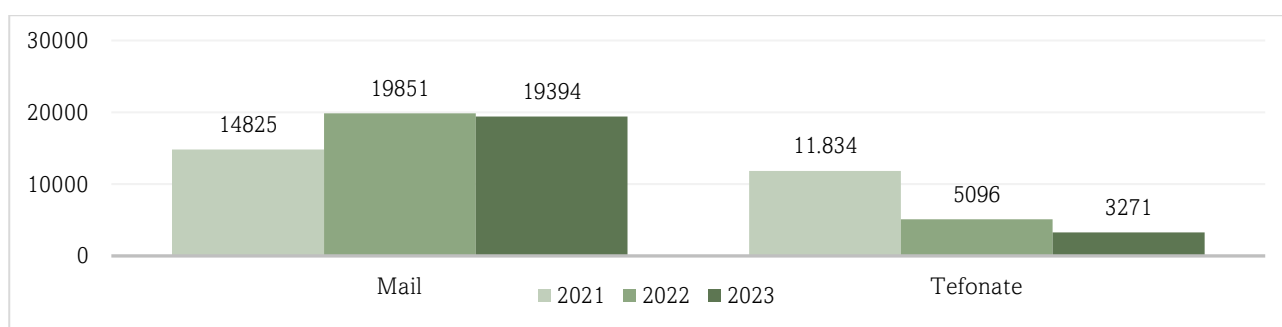
Nel corso del 2023, si è registrata un’inversione di tendenza con un notevole decremento dei contatti tramite telefono (-36%). Questo cambiamento sottolinea una trasformazione nel modo in cui i contatti vengono instaurati, evidenziando un aumento dell’importanza dei contatti provenienti dai paesi in cui operano le filiali del Gruppo. In questi paesi, la comunicazione diretta con Bialetti è facilitata attraverso la compilazione del questionario presente sul sito geolocalizzato. Questa evoluzione riflette anche la crescente digitalizzazione e l’adozione di pratiche di comunicazione più moderne e accessibili, consentendo un contatto più diretto e immediato con i clienti a livello globale.

<sup>41</sup> I dati riportati nel paragrafo e nei grafici si riferiscono alla società Bialetti Industrie.

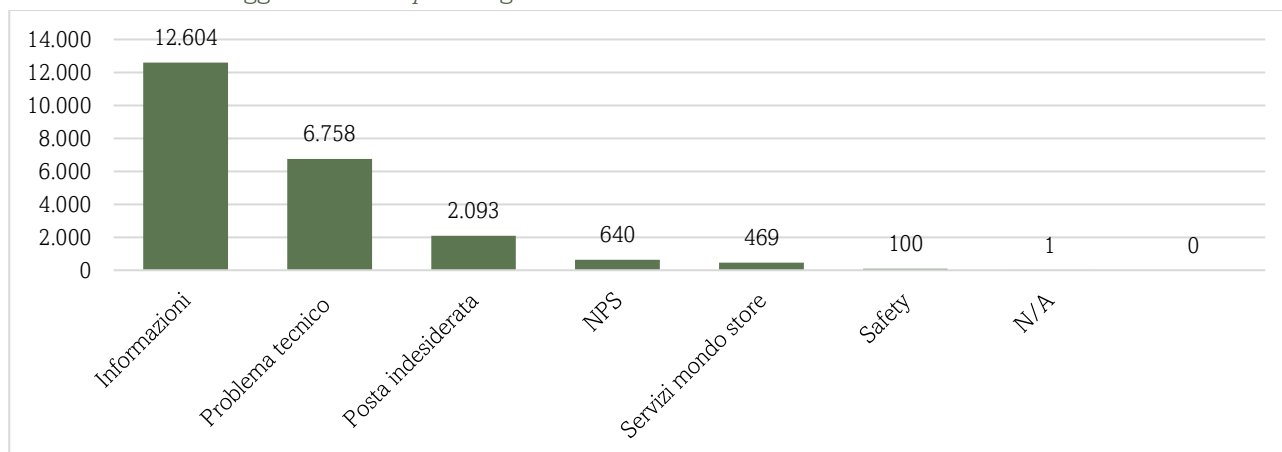
Call center: percentuale di contatti e oggetto delle richieste dei problemi tecnici nel 2023



Call center: tipologia di contatti



Call center: numero oggetto richieste per categoria 2023



Un altro KPI utilizzato riguarda la percentuale di *ticket* chiusi nello stesso mese di apertura del *ticket* stesso, poiché permette di monitorare la rapidità del servizio fornito da Bialetti al suo consumatore in cerca sia di una informazione sui prodotti sia di una risoluzione ad un'esigenza tecnica. Nel 2023 il livello di servizio del *Call Center*, misurato sulla base dei *ticket* gestiti e chiusi nello stesso mese di apertura, è rimasto sostanzialmente invariato rispetto agli anni precedenti, con una percentuale dell'80%.

| Ticket aperti e chiusi                               | UdM | 2021   | 2022   | 2023   |
|------------------------------------------------------|-----|--------|--------|--------|
| Totale <i>ticket</i>                                 | N.  | 26.659 | 24.947 | 22.665 |
| Chiusi mese/mese                                     | N.  | 21.642 | 20.501 | 18.157 |
| Percentuale <i>ticket</i> chiusi nel mese sul totale | %   | 81%    | 82%    | 80%    |

Il tempo medio di gestione complessiva del *ticket* ha subito una dilatazione, passando da 5,3 a 12,3 giorni nel 2023, per due ragioni: in *primis*, i *ticket* che hanno pesato maggiormente sono stati quelli appartenenti alla categoria “*safety*” che hanno, di per sé, tempistiche più lunghe a causa del coinvolgimento di più figure aziendali, come le aree *legal* e *quality*. Inoltre, il 2023 ha risentito dell’inserimento di una risorsa *ad hoc* che, nel futuro, permetterà di efficientare il processo.

| Categoria ticket    | UdM       | 2022       | 2023         |
|---------------------|-----------|------------|--------------|
| Informazioni        | N.        | 4,4        | 4,6          |
| Problema Tecnico    | N.        | 8,2        | 15,3         |
| Posta Indesiderata  | N.        | 1,2        | 1,2          |
| NPS                 | N.        | 6,6        | 47           |
| Servizi Mondo Store | N.        | 4,3        | 13,36        |
| Safety              | N.        | 12,1       | 47           |
| Altro               | N.        | 0          | 0            |
| <b>Media</b>        | <b>N.</b> | <b>5,3</b> | <b>12,31</b> |

### Salute e sicurezza dei clienti

Per il Gruppo Bialetti, l’attenzione alla salute e sicurezza dei clienti è un elemento centrale che guida le decisioni aziendali. Gli impatti relativi ai prodotti - come caffè, caffettiere, strumenti di cottura e piccoli elettrodomestici - vengono costantemente analizzati e valutati al fine di migliorare le diverse fasi del ciclo di vita dei prodotti stessi. Questo impegno si riflette nelle varie attività svolte, come lo sviluppo del *concept* del prodotto, la ricerca e lo sviluppo, le certificazioni, la fabbricazione e la produzione, il *marketing* e la promozione, l’immagazzinamento, la distribuzione e la fornitura, l’utilizzo e il servizio, nonché lo smaltimento, il riutilizzo o il riciclo.

Bialetti utilizza, come certificazione, la *Food Safety System Certification (FSSC) 22000*, facente parte delle GFSI per la sicurezza alimentare, con l’obiettivo di adottare una metodologia di gestione più in linea con gli *standard* internazionali ISO. Il processo per l’ottenimento e il mantenimento della certificazione, ha coinvolto interventi nel sito produttivo per garantire: la sicurezza sui prodotti, come il cambio di attrezzature o l’adozione di vestiario fornito da ditta esterna con lavaggio compreso; l’aumento di frequenza di pulizie in reparto, l’implementazione di un *iter* di *audit* igienici e di sicurezza mensili; e lo svolgimento di un’attività di formazione specifica per il personale di produzione.

I controlli di sicurezza vengono regolarmente eseguiti su tutti i prodotti, comprese ispezioni presso i fornitori, prevedendo *test* in riferimento alla sicurezza del prodotto<sup>42</sup>. Inoltre, Bialetti invia annualmente alcuni dei suoi prodotti (macchinette espresso, pentolame, etc.) a laboratori di analisi specializzati per testarne l’idoneità al contatto alimentare e alla composizione, in modo da assicurare la conformità del prodotto. Nel 2023, in linea con il biennio precedente, non sono stati registrati casi di non conformità con la normativa e/o codici di autoregolamentazione riguardanti gli impatti sulla salute e sulla sicurezza dei prodotti e servizi<sup>43</sup>. Infatti, nello stesso anno, la caffettiera – in alluminio e in acciaio – e il caffè, hanno positivamente superato i *test*. Dunque, nel 2023 sono stati testati il 50% dei prodotti sul totale dell’offerta del Gruppo, un aumento significativo rispetto al 33% del 2022 e una diminuzione rispetto all’83% del 2021. Infatti, ogni due anni vengono testati i prodotti *no food* in ambito del rispetto delle regolamentazioni di contatto alimentare: pertanto, quest’anno sono stati riverificati i prodotti testati nel 2021, rimanendo in attesa di ricevere il *feedback* dalle ultime

<sup>42</sup> Si rinvia al capitolo “La catena di fornitura sostenibile” per ulteriori dettagli sulle ispezioni presso i fornitori, specialmente per quanto riguarda le verifiche sulla qualità e sicurezza dei prodotti.

<sup>43</sup> I dati si riferiscono a Bialetti Industrie.

legislazioni. Invece, per quanto riguarda il caffè, vengono effettuati annualmente *test* microbiologici e chimici secondo il programma HACCP nel reparto produttivo di Coccaglio su varie miscele e tipologie di caffè e solubili.

Altri aspetti relativi alla salute e sicurezza dei clienti vengono monitorati anche tramite l'analisi delle non conformità rilevate e delle segnalazioni provenienti dai clienti stessi<sup>44</sup>, dai centri di assistenza tecnica e dai social media.

## Brand *marketing* e riservatezza dei dati

Bialetti si impegna costantemente a creare un ambiente connotato da una forte relazione con il cliente, quanto più profonda e significativa possibile. Attraverso l'analisi approfondita dei *feedback*, l'adattamento delle strategie di coinvolgimento e l'implementazione di soluzioni innovative, Bialetti approfondisce la conoscenza delle esigenze e delle aspettative dei propri clienti, con cui le dinamiche di interazione sono in costate evoluzione.

L'obiettivo ultimo è quello di garantire al cliente – e al consumatore – un'esperienza d'acquisto "unica", puntando quindi alla creazione di valore condiviso e duraturo.

In questo ambito, un ruolo centrale è rivestito dal **Progetto Retail**, entro cui si inquadrano le azioni avviate negli ultimi anni per il rilancio dei negozi monomarca, con l'intento anche di consolidare il rapporto con i clienti, aprendosi a nuove forme di *engagement*, al fine di rinsaldare la prospettiva del "cliente al centro". Tra i vari aspetti, è stato implementato un *set* di specifici indicatori di *performance* (alcuni dei quali riportati di seguito), che viene continuamente monitorato e affinato. Il progetto di **Customer Relationship Management** si inquadra in questo contesto, con l'obiettivo di acquisire nuovi clienti e aumentarne la fedeltà. Inoltre, al fine di perfezionare l'approccio al cliente, è stato realizzato un piano di contatto segmentato in funzione del comportamento di acquisto e delle preferenze merceologiche.

A questi ambiti di azione si è affiancato un importante percorso rivolto ai collaboratori dei punti vendita, con un **piano formativo strutturato**, volto a sviluppare le competenze e le professionalità di *Store Manager* e *Brand Performer* in tutte le principali aree di attività aziendale per motivare le risorse coinvolte, elemento essenziale in una prospettiva più ampia di crescita complessiva del Gruppo.

Come indici di avanzamento della gestione del tema materiale "*Brand marketing* e riservatezza dei dati", Bialetti ha adottato alcuni KPI del GRI per monitorarne i progressi. I risultati ottenuti, riguardo ai principali indicatori<sup>45</sup>, confermano, complessivamente, anche per il 2023, l'efficacia delle azioni intraprese dal Gruppo Bialetti soprattutto nell'ultimo triennio.

Nel 2023 gli accessi negli *Store* sono stati quasi 7,3 milioni, con più di 1,6 milioni di scontrini emessi; in particolare, in termini di perimetro comparabile di negozi, si è registrato un +8,8% di accessi sull'anno precedente, superando quindi sia il *target* del +5% fissato ad inizio anno che l'obiettivo totale a valore assoluto di 7 milioni di accessi.

Migliora ulteriormente e in modo significativo il livello di soddisfazione della clientela, misurato nei Bialetti *Store* tramite il *Net Promoter Score* ("NPS"), indicatore tra l'altro compreso nel sistema incentivante del personale dei punti vendita. L'NPS è infatti risultato pari al 70,1% (+1,6% rispetto al 2022 già in forte progressione sull'anno precedente), superando così l'obiettivo per il 2023 che prevedeva il mantenimento del risultato dell'anno precedente. Il 2023 ha visto una riduzione del numero dei soggetti coinvolti, che è stato pari

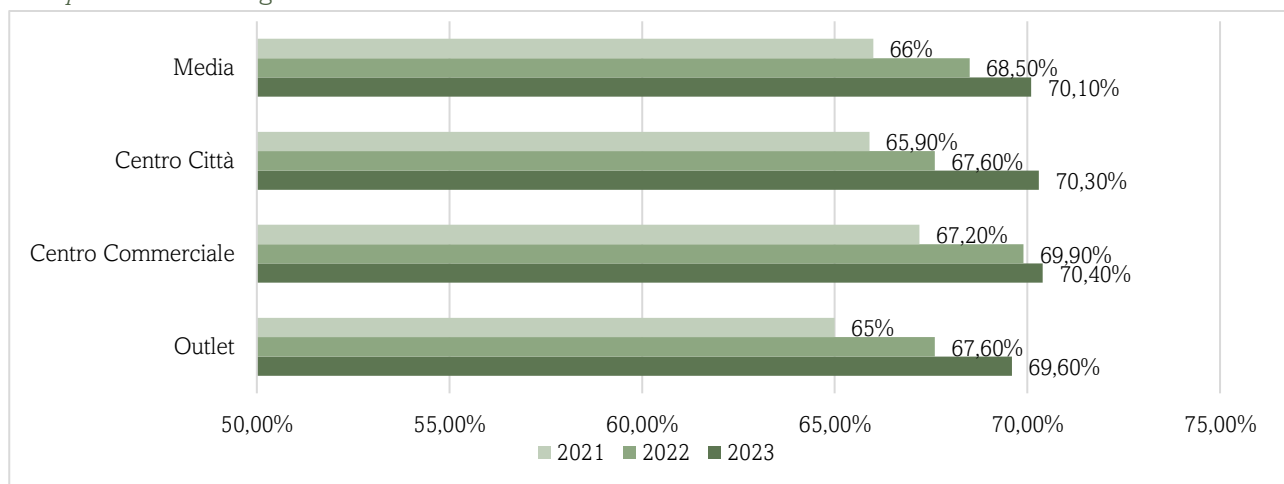
---

<sup>44</sup> Si veda il paragrafo "Responsabilità verso i clienti" all'interno del medesimo capitolo per ulteriori dettagli.

<sup>45</sup> I dati si riferiscono alla società Bialetti *Store*.

a 30.417 (circa -40% rispetto al 2022). Tale risultato è stato in parte influenzato dalla riduzione del numero di negozi che vale poco meno di 7.000 votazioni. Inoltre, il cambio di sistema di cassa negli *Store* ha interrotto per un breve periodo il flusso.

#### *NPS per ubicazione negozio*

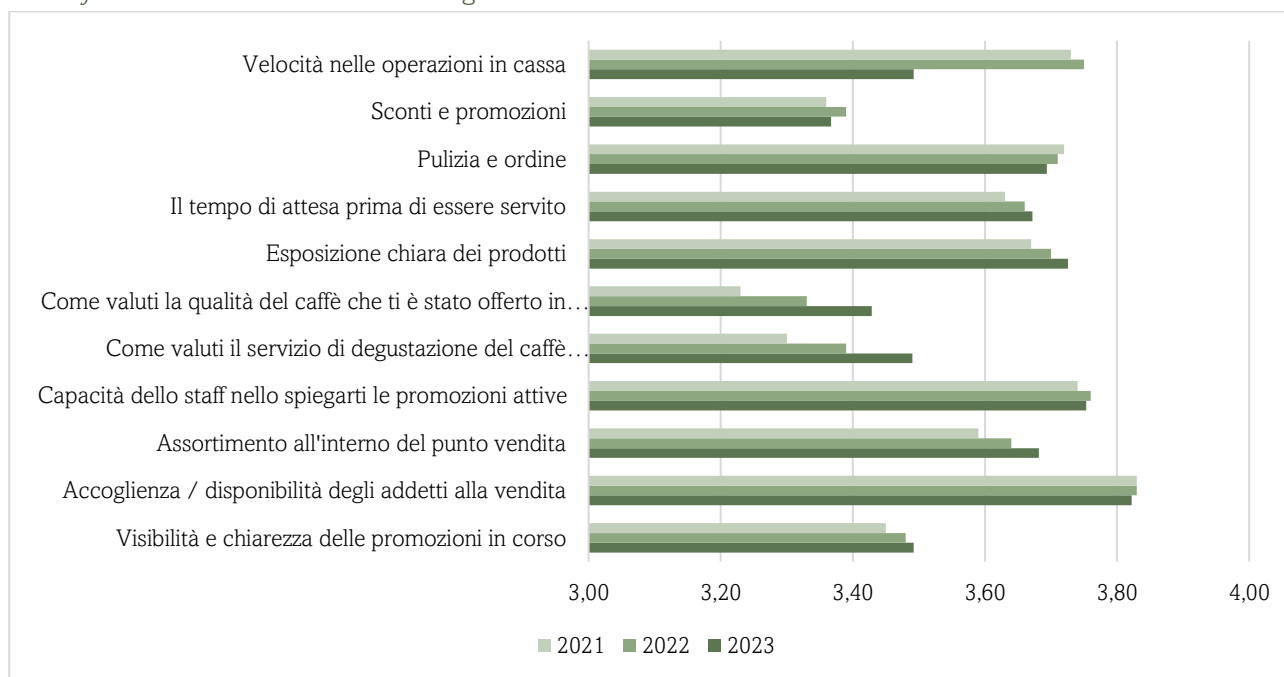


I clienti che partecipano all'indagine NPS vengono successivamente coinvolti al fine di approfondire la comprensione dell'esperienza di acquisto negli *Store*, esprimendo una valutazione riguardo ad alcune aree (utilizzando una scala di giudizio da 0 a 4).

Nel 2023 la valutazione media di questa indagine è risultata pari a 3,60 confermandosi stabile rispetto agli anni precedenti (3,60 per il 2022 e 3,56 per il 2021). Anche per il 2023, l'accoglienza e la disponibilità degli addetti alla vendita si conferma l'ambito più apprezzato, con il punteggio medio più elevato tra le dimensioni oggetto di analisi (3,82).

Le voci che segnano il miglioramento più consistente verso l'anno precedente riguardano l'ambito della degustazione e della qualità del caffè.

#### *Soddisfazione della clientela: area d'indagine*



Rispetto al 2022, nel corso dell'Esercizio, si segnala un leggero calo nelle *performance* di alcuni indicatori del KPI *custom* "Fedeltà", in particolare: Tasso di Conversione, numero di *Fidelity Card*, % *Loyalty* Scontrini, % Conversione Opportunità, *Open Rate* medio delle comunicazioni.

Il Tasso di Conversione (*Conversion Rate*), che esprime la percentuale di clienti che entra ed effettua un acquisto (rapporto tra numero di scontrini e numero di clienti entrati nei punti vendita, in percentuale, per uno specifico periodo) è stato del 22,5% nel corso dell'Esercizio, in leggera riduzione rispetto al 2022 (25,2%). Diversi fattori concorrono a spiegare tale riduzione: in primo luogo l'ulteriore aumento dei prezzi che ha caratterizzato anche il 2023, in secondo luogo l'aumento delle affluenze che ha generalmente un effetto negativo su questo KPI, dovuto al maggior peso – nel *mix* negozi – degli *store* con una forte componente turistica.

Considerando la fidelizzazione della clientela, il programma *Loyalty* dell'Omino Bialetti ha visto complessivamente una crescita progressiva della base clienti, con oltre 371.000 clienti a fine 2023. Nel corso dell'Esercizio sono state emesse 157.558 *Fidelity Card* (-24% rispetto al 2022) in relazione al calo dei consumi legato all'aumento dei prezzi e delle motivazioni citate in precedenza. In calo anche l'indicatore "% *Loyalty* Scontrini" (numero di scontrini contenenti una *Fidelity Card* rispetto al numero di scontrini emessi nel periodo), che si attesta intorno al 51% (58% nel 2022, 50% nel 2020 e 61% nel 2021). L'indicatore "% Conversione opportunità" (% di scontrini con nuove *Fidelity Card* rispetto alla % *Loyalty* Scontrini), scende al 16,8%, rispetto al 22,7% nel 2022 (28,6% nel 2021). L'*Open Rate* – KPI dell'efficacia delle comunicazioni – passa da un 26,5% a un 23,9% del 2023, risultato impattato dal nuovo *mix* di negozi.

Si è registrato un progressivo incremento nello scontrino medio, che ha raggiunto i 29 € nel 2023 (rispetto a 26,5 € dell'anno precedente). Questo *trend* positivo risulta essere collegato agli aumenti di listino effettuati a partire dal 2022 e alla strategia intrapresa nel 2023 di differenziazione strategica dei listini per canale. In generale, si è verificato un aumento del "valore del ciclo di vita" del cliente: la spesa media di tutti i clienti degli *store* è aumentata a conferma dell'apprezzamento della *value proposition* offerta dall'azienda nel tempo, raggiungendo 115,6 € nel 2023. A conferma di ciò, Bialetti ha vinto per il quarto anno consecutivo il premio Miglior Insegna nel mondo degli articoli per la casa, sulla base del risultato dell'indagine sviluppata da Ipos per Largo Consumo.

| KPI lealtà <sup>46</sup>                            | UdM | 2021    | 2022      | 2023      |
|-----------------------------------------------------|-----|---------|-----------|-----------|
| Conversion Rate                                     | %   | 30,5    | 25,2      | 22,5      |
| Scontrino medio                                     | €   | 24,6    | 26,5      | 29        |
| Spesa media per cliente *Lordo IVA                  | €   | 75,30   | 81,3      | 115,6     |
| Numero clienti iscritti al programma <i>Loyalty</i> | N.  | 925.282 | 1.159.844 | 1.849.180 |
| Numero <i>fidelity card</i> emesse                  | N.  | 248.546 | 207.237   | 157.558   |
| % <i>Loyalty</i> Scontrini                          | %   | 62,0    | 58        | 51        |
| % Conversione Opportunità                           | %   | 28,6    | 22,7      | 16,8      |

#### Informativa di prodotto e *privacy*

Il Gruppo si interessa con cura ai temi di etichettatura e di informativa di prodotto, rispettando le prescrizioni specifiche al fine di adempiere correttamente agli obblighi normativi nazionali ed europei. Infatti, già da inizio 2021 Bialetti ha predisposto tutti i prodotti per rispondere alle regolamentazioni in materia di etichettatura

<sup>46</sup> I dati si riferiscono alla società Bialetti Store.

ambientale, fornendo quindi informazioni sulla composizione, sul suo riciclo e sullo smaltimento. Inoltre, nelle schede di apertura dei nuovi prodotti, vengono indicate le valutazioni da effettuare in ambito di sicurezza e conformità.

| Informazione richieste dalle procedure in materia di etichettatura di prodotti e servizi <sup>47</sup>                                       | 2021        | 2022        | 2023        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Approvvigionamento dei componenti dei prodotti o servizi                                                                                     | Si          | Si          | Si          |
| Contenuto dei prodotti o servizi, con particolare riferimento alla presenza di sostanze che possono generare un impatto ambientale o sociale | Si          | Si          | Si          |
| Utilizzo sicuro dei prodotti                                                                                                                 | Si          | Si          | Si          |
| Smaltimento dei prodotti e i relativi impatti ambientali o sociali                                                                           | Si          | Si          | Si          |
| <b>Totale %</b>                                                                                                                              | <b>100%</b> | <b>100%</b> | <b>100%</b> |

Non sono mai stati registrati, nel corso degli anni, casi di non conformità con le normative e/o con i codici di autoregolamentazione in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi. La comunicazione con i fornitori e le *newsletter* di società di consulenza permettono di mantenere sotto controllo eventuali aggiornamenti e variazioni delle normative di riferimento, permettendo all'azienda di regolarsi e predisporre alla conformità. Non sono mai stati registrati casi di non conformità con le normative e/o con i codici di autoregolamentazione in materia di comunicazioni di *marketing*, tra cui, promozione e sponsorizzazioni.

Come sancito all'interno del Codice Etico del Gruppo, Bialetti si impegna a garantire la riservatezza dei dati e delle informazioni ottenute - *in primis* - ai propri clienti e consumatori.

Non sono mai state ricevute denunce comprovate riguardanti le violazioni della *privacy* dei clienti, sia da parte di enti esterni sia da parte di enti regolatori. Negli anni non si sono mai verificate perdite di dati configurabili come fughe, furti o perdite di dati dei clienti e nemmeno violazioni assimilabili a *data breach*, ai sensi dell'art. 33 GDPR. Infatti, il Gruppo adotta una procedura per la gestione delle violazioni dei dati personali, redatta ai sensi degli artt. 33 – 34 GDPR e contenente le linee guida da seguire nel caso in cui si verifichi una violazione, in modo da consentire al titolare del trattamento di rispettare i termini di 72 ore per la notifica all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali (ove necessaria).

### Comunicazione responsabile

La strategia di *marketing* di Bialetti si struttura su diversi *pillar* che, integrandosi in maniera sinergica, hanno l'obiettivo di rafforzare la notorietà del marchio a livello globale, di proporre al consumatore prodotti di qualità ed esteticamente accattivanti nonché di stupire e generare fedeltà al marchio. Il tema della sostenibilità nella comunicazione del Gruppo viene affrontato in modo trasversale, realizzando contenuti di *infotainment* sia sulla Moka, da sempre un modo sostenibile di preparare il caffè, sia sulle capsule espresso Bialetti, facilmente riciclabili grazie all'apposito apri – capsule.

Il *sentiment* di Bialetti nel 2023 è stato estremamente positivo grazie ad attività che hanno avuto una grande visibilità che si è tradotta in milioni di contatti in ogni campagna.

### Partnership

In continuità con l'impegno dell'azienda sul tema sostenibilità, nel 2022 è stata attivata una *partnership* strategica biennale con l'associazione **WWF**, la quale sceglie di collaborare con Bialetti perché crede nella

<sup>47</sup> I dati si riferiscono a Bialetti Industrie.

sostenibilità del prodotto Moka *Express*. Infatti, la moka Bialetti è fatta di alluminio proveniente da leghe riciclate e la preparazione del caffè nella moka produce scarti organici che possono essere utilizzati anche successivamente. Inoltre, la moka si lava solo con acqua, senza detersivi, ed è un prodotto semidurevole. Questo progetto si svolge in continuità alla *partnership* del 2021 con Oceana, organizzazione internazionale il cui obiettivo è combattere la plastica monouso.

Bialetti vuole essere parte attiva nella tutela ambientale supportando il WWF e, in particolare, il progetto sostenuto con la *sponsorship* e denominato “Orso 2x50”, poiché ha l’obiettivo di tutelare l’orso marsicano a rischio estinzione.

A maggio 2023 è stata realizzata la “Bialetti *Experience*” sui principali *social network* per evidenziare maggiormente l’impegno concreto di Bialetti per la tutela della biodiversità e per amplificare la consapevolezza sull’importanza dell’orso bruno marsicano. L’esperienza, alla scoperta dei luoghi in cui vive l’orso bruno marsicano, ha visto come protagonisti 4 famosi *influencer* italiani che hanno potuto osservare da vicino le azioni previste dal progetto Orso 2x50 e documentarle attraverso i loro popolarissimi canali *social*, contribuendo alla sensibilizzazione del pubblico. Nel corso dell’Esercizio, è stata inaugurata una campagna di comunicazione globale finalizzata a rafforzare la visibilità della *partnership*. Questa campagna è stata caratterizzata da una strategia video e dalla produzione di contenuti digitali. Tali iniziative hanno rappresentato significativi investimenti multicanale, mirati principalmente ai principali paesi in cui Bialetti opera. Inoltre, sono state implementate attività di comunicazione presso i punti vendita diretti e nei circuiti della grande distribuzione, amplificando ulteriormente la portata della campagna e la sua efficacia.

Si conferma, inoltre, la *partnership* tra Bialetti e **Dolce&Gabbana**, due marchi iconici del *Made in Italy*, che condividono e portano nel mondo i valori di creatività e *lifestyle* italiano. Frutto della collaborazione avviata nel 2022 con la Moka *Express* Carretto Siciliano, nel 2023 la *partnership* si è focalizzata sul Perfetto Moka, sulla Moka *Induction* (in due versioni da 2 e 4 tazze) e su due esclusivi cofanetti regalo che nascono dalla volontà di offrire un’esperienza a tutto tondo del rituale italiano del caffè firmato Bialetti e Dolce&Gabbana. Sono state lanciate anche due preziose *limited edition*: Moka *Express* 50 tazze che rappresenta una vera e propria opera d’arte e Moka *Express* 3tz Oro.

### *Social*

Nel 2023 è stato avviato un nuovo progetto che ha visto protagonista l’attore Luca Argentero, *brand Ambassador* dell’azienda dal 2021. “Un caffè con Argentero” è il titolo del concorso a cui hanno potuto partecipare tutti i clienti Bialetti per vincere la possibilità di incontrare uno tra gli attori italiani più amati del momento. L’iniziativa nasce quindi con la volontà, da un lato, di continuare a raccontare il proprio universo del caffè attraverso una comunicazione dal taglio ironico e positivo che esprima l’essenza della convivialità italiana e, dall’altro, di consolidare il legame dell’azienda con i propri clienti.

Il *network* di *influencer* si sta rafforzando nel tempo, costruendo relazioni di valore e durature. La rete di giornalisti e *influencer* è uno dei pilastri nella strategia complessiva di comunicazione che il Gruppo si propone di mantenere e ampliare anche nei prossimi anni.

## NOTA METODOLOGICA

La presente Dichiarazione è stata predisposta in conformità alle disposizioni del d.lgs. n. 254/2016, norma sull'obbligo di rendicontazione delle informative non finanziarie da parte delle organizzazioni di grandi dimensioni quotate e di interesse pubblico.

La Dichiarazione ha il compito di assicurare la comprensione delle attività, dell'andamento, dei risultati, dell'impatto e del modello organizzativo del Gruppo in merito ai temi ritenuti rilevanti, previsti dagli artt. 3 e 4 del d. lgs. n. 254/2016, relativi agli aspetti ambientali, sociali, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione.

La Dichiarazione si riferisce al periodo che intercorre dal 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2023, e fornisce un confronto con i dati relativi agli esercizi 2021 e 2022, qualora disponibili. Il documento è stato redatto in conformità con i “*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*”, definiti dal Global Reporting Initiative (GRI) secondo l'opzione “**in accordance**”.

La presente Dichiarazione è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 18 aprile 2024.

La revisione e l'approvazione delle informazioni riportate nel presente documento, inclusi i temi materiali della Società, vengono prima sottoposti e approvati dal Comitato Controllo e Rischi e Operazioni con Parti Correlate, previo parere positivo del Collegio Sindacale e infine sottoposti e approvati dal Consiglio di Amministrazione.

### Perimetro rendicontazione

Il Gruppo Bialetti è presente in cinque continenti e opera in oltre 90 paesi nel mondo.



I dati inseriti all'interno della Dichiarazione, fanno riferimento alle seguenti società:

- ◆ **Bialetti Industrie S.p.A.:** società per azioni di diritto italiano e quotata sul mercato Euronext Milan, che opera, a livello nazionale ed internazionale, nel campo della produzione, della distribuzione e della vendita di caffettiere e macchine da caffè espresso, caffè in cialde e in capsule, piccoli elettrodomestici e accessori casalinghi contraddistinti dal marchio “Bialetti”;
- ◆ **Bialetti Store S.r.l.:** società di diritto italiano, controllata al 100% da Bialetti Industrie, responsabile della commercializzazione dei prodotti del Gruppo Bialetti attraverso negozi monomarca all'interno di strutture “*Outlet Village*”, Centri Commerciali e Centri città;

- ◆ **Bialetti Stainless Steel S.r.l.:** società di diritto rumeno, controllata al 100% da Bialetti Industrie, responsabile del processo produttivo di caffettiere in alluminio;
- ◆ **Bialetti France SARL.:** società di diritto francese, controllata al 100% da Bialetti Industrie, responsabile della commercializzazione dei prodotti del Gruppo nel mercato francese;
- ◆ **Bialetti Houseware Ningbo CO.:** società di diritto cinese, controllata al 100% da Bialetti Industrie, responsabile della commercializzazione nel *Far East*, oltre che alla gestione di tutti gli acquisti del Gruppo in Cina;
- ◆ **Bialetti Deutschland GmbH:** società di diritto tedesco controllata al 100% dalla società Bialetti Industrie attiva nell'ambito del Gruppo per la commercializzazione dei prodotti nel mercato tedesco;
- ◆ **Bialetti USA Inc.:** società di diritto americano controllata al 100% dalla società Bialetti Industrie e responsabile nell'ambito del Gruppo della commercializzazione dei prodotti nel mercato americano;
- ◆ **Bialetti Australia Pty. Ltd.:** società di diritto australiano controllata al 100% dalla società Bialetti Industrie e responsabile nell'ambito del Gruppo della commercializzazione dei prodotti nel mercato australiano, e più in generale, per l'Area APAC.
- ◆ **Bialetti Japan K. K.:** società di diritto giapponese controllata al 100% dalla società Bialetti Industrie, responsabile nell'ambito del Gruppo della commercializzazione dei prodotti nel mercato giapponese.
- ◆ **Bialetti Emea Kahve ve Kahve Ekipmanlari Ticaret Anonim Şirketi:** società di diritto turco, controllata al 99,9% da Bialetti Industrie, responsabile della commercializzazione dei prodotti del Gruppo nel mercato locale e in Medio Oriente.

Il 21 dicembre 2022 il Gruppo ha concluso la cessione degli *asset* strategici della società CEM Bialetti, società con sede in Turchia, tra i quali: i macchinari e le linee industriali finalizzati alla produzione; i prodotti finiti, i semilavorati e le materie prime presenti in magazzino alla data della cessione; e tutti i diritti di proprietà industriale relativi al marchio. Da ciò se ne deduce che la società CEM Bialetti non rientra nel perimetro di rendicontazione della presente Dichiarazione; tuttavia, vengono presi in considerazione dati riguardanti la società per gli esercizi precedenti.

I dati e le informazioni economico – finanziarie contenuti nella presente Dichiarazione si riferiscono a tutte le società appartenenti al Gruppo Bialetti al 31 dicembre 2023, consolidate con il metodo integrale nel Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2023.

Il documento è stato oggetto di giudizio di conformità, secondo quanto indicato dal principio *International Standard on Assurance Engagement (ISAE 3000 Revised)* da parte della società di revisione Crowe Bompani S.p.A., in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del d.lgs. n. 254/2016 e dallo *standard GRI*.

Per chiarezza espositiva, nella seguente tabella viene riportata la corrispondenza tra i temi minimi, richiesti dalla normativa (d.lgs. n. 254/2016), i temi 2023 per Bialetti e gli indicatori della *Global Reporting Initiative (GRI)*.

| Temi del d.lgs. n. 254/2016 | Temi                                                                     | GRI Standard                |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| AMBIENTALI                  | Energia e Cambiamento Climatico                                          | GRI 302 “Energia”           |
|                             |                                                                          | GRI 305 “Emissioni”         |
|                             | Gestione della risorsa idrica                                            | GRI 303 “Acqua e effluenti” |
|                             | Gestione dei rifiuti                                                     | GRI 306 “Rifiuti”           |
|                             | Innovazione di prodotto e utilizzo di materiali sostenibili (eco-design) | GRI 301 “Materiali”         |
|                             |                                                                          | KPI R&D                     |

|                                     |                                                      |                                                                  |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| SOCIALI E ATTINENTI<br>AL PERSONALE | Catena di approvvigionamento<br>sostenibile ed etica | GRI 308 "Valutazione ambientale<br>dei fornitori"                |
|                                     |                                                      | GRI 204 "Prassi di approvvigionamento"                           |
|                                     |                                                      | GRI 414 "Valutazione sociale<br>dei fornitori"                   |
|                                     | Benessere interno e<br>sviluppo dei talenti          | GRI 401 "Occupazione"                                            |
|                                     |                                                      | GRI 402 "Gestione del lavoro e delle<br>relazioni sindacali"     |
|                                     |                                                      | GRI 404 "Formazione e istruzione"                                |
|                                     | Salute e sicurezza<br>del personale                  | GRI 403 "Salute e sicurezza<br>sul lavoro"                       |
|                                     | Inclusione e Pari Opportunità<br>del personale       | GRI 405 "Diversità e pari opportunità"                           |
|                                     |                                                      | GRI 406 "Non discriminazione"                                    |
|                                     | Brand <i>marketing</i> e<br>riservatezza dei dati    | GRI 417 " <i>Marketing</i> ed etichettatura"                     |
|                                     |                                                      | GRI 418 " <i>Privacy</i> dei clienti"                            |
|                                     |                                                      | KPI fedeltà                                                      |
|                                     | Cura e responsabilità verso i clienti                | GRI 416 "Salute e sicurezza dei clienti"                         |
|                                     |                                                      | KPI gestione reclami                                             |
|                                     | Valorizzazione delle comunità locali                 | GRI 202 "Presenza sul mercato"                                   |
| DIRITTI UMANI                       | Rispetto dei diritti umani                           | GRI 407 "Libertà di associazione e<br>contrattazione collettiva" |
|                                     |                                                      | GRI 408 "Lavoro minorile"                                        |
|                                     |                                                      | GRI 409 "Lavoro forzato o obbligatorio"                          |
|                                     |                                                      | GRI 411 "Diritti delle popolazioni<br>indigene"                  |
|                                     |                                                      | GRI 412 "Valutazione del rispetto dei<br>diritti umani"          |
| LOTTA ALLA<br>CORRUZIONE            | Buona condotta e<br><i>governance</i> dell'impresa   | GRI 2 "Informazioni generali"                                    |
|                                     |                                                      | GRI 205 "Anticorruzione"                                         |
|                                     |                                                      | GRI 206 "Comportamento anti<br>competitivo"                      |
|                                     |                                                      | KPI riunioni                                                     |

## GRI CONTENT INDEX

Il Gruppo ha rendicontato le informazioni citate nel seguente indice dei contenuti GRI per il periodo 1° gennaio 2023 – 31 dicembre 2023 con riferimento agli *standard* GRI.

| GRI Standards                      | Informativa |                                                                                | Capitolo DCNF                                                                          |
|------------------------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| GRI 2: Informativa Generale (2021) | 2-1         | Dettagli organizzativi                                                         | Il Gruppo                                                                              |
|                                    | 2-2         | Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità della Società            | Perimetro rendicontazione                                                              |
|                                    | 2-3         | Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto                      | Perimetro rendicontazione                                                              |
|                                    | 2-4         | Revisione delle informazioni                                                   | Nota Metodologica                                                                      |
|                                    | 2-5         | Assurance esterna                                                              | Nota Metodologica                                                                      |
|                                    | 2-6         | Attività, catena del valore e altri rapporti di business                       | Nota Metodologica; Marchi e prodotti; Modello di business                              |
|                                    | 2-7         | Dipendenti                                                                     | Le nostre <i>performance</i> interne                                                   |
|                                    | 2-8         | Lavoratori non dipendenti                                                      | Le nostre <i>performance</i> interne                                                   |
|                                    | 2-9         | Struttura e composizione della <i>Governance</i>                               | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |
|                                    | 2-10        | Nomina e selezione del massimo organo di governo                               | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |
|                                    | 2-11        | Presidente del massimo organo di governo                                       | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |
|                                    | 2-12        | Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti | Analisi di materialità                                                                 |
|                                    | 2-13        | Delega di responsabilità per la gestione di impatti                            | Analisi di materialità                                                                 |
|                                    | 2-14        | Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità     | Analisi di materialità                                                                 |
|                                    | 2-15        | Conflitti di interesse                                                         | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |
|                                    | 2-16        | Comunicazione delle criticità                                                  | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |
|                                    | 2-17        | Conoscenza collettiva del massimo organo di governo                            | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |
|                                    | 2-18        | Valutazione della <i>performance</i> del massimo organo di governo             | Analisi di materialità                                                                 |
|                                    | 2-19        | Norme riguardanti le remunerazioni                                             | Sistema di remunerazione                                                               |
|                                    | 2-20        | Procedura di determinazione della retribuzione                                 | Sistema di remunerazione                                                               |
|                                    | 2-21        | Rapporto di retribuzione totale annuale                                        | Le nostre <i>performance</i> interne                                                   |
|                                    | 2-22        | Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile                          | Lettera agli <i>Stakeholder</i>                                                        |
|                                    | 2-23        | Impegno in termini di <i>policy</i>                                            | Rispetto dei diritti umani;<br>La <i>Governance</i> del gruppo                         |
|                                    | 2-24        | Integrazione degli impegni in termini di <i>policy</i>                         | Il nostro modello di business e la creazione del valore;<br>Rispetto dei diritti umani |
|                                    | 2-25        | Processi volti a rimediare impatti negativi                                    | La <i>Governance</i> del Gruppo;<br>Analisi di materialità                             |
|                                    | 2-26        | Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni               | Responsabilità verso i clienti                                                         |
|                                    | 2-27        | Conformità a leggi e regolamenti                                               | La <i>Governance</i> del Gruppo                                                        |

|                                                      |       |                                                                                                                               |                                               |
|------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
|                                                      | 2-28  | Appartenenza ad associazioni                                                                                                  | Il nostro impegno per la tutela dell'ambiente |
|                                                      | 2-29  | Approccio al coinvolgimento degli <i>Stakeholder</i>                                                                          | La <i>Governance</i> del Gruppo               |
|                                                      | 2-30  | Contratti collettivi                                                                                                          | Le nostre <i>performance</i> interne          |
| Temi materiali                                       |       |                                                                                                                               |                                               |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                    | 3-1   | Processo per determinare le tematiche materiali                                                                               | Il processo di analisi di doppia materialità  |
|                                                      | 3-2   | Lista delle tematiche materiali                                                                                               | Temi materiali                                |
| Catena di approvvigionamento sostenibile ed etica    |       |                                                                                                                               |                                               |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                    | 3-3   | Gestione della tematica materiale                                                                                             | Impatti; la valutazione dei fornitori         |
| GRI 204: Prassi di approvvigionamento (2016)         | 204-1 | Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali                                                               | La nostra filiera                             |
| GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016) | 308-1 | Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali                                                     | La valutazione dei fornitori                  |
| GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)    | 414-1 | Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali                                                        | La valutazione dei fornitori                  |
| Energia e Cambiamento climatico                      |       |                                                                                                                               |                                               |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                    | 3-3   | Gestione della tematica materiale                                                                                             | Impatti; le nostre <i>performance</i>         |
| GRI 302: Energia (2016)                              | 302-1 | Consumo di energia interno della Società                                                                                      | Le nostre <i>performance</i>                  |
| GRI 305: Emissioni (2016)                            | 305-1 | Emissioni di gas a effetto serra (GHG) dirette (Scope 1)                                                                      | Le nostre <i>performance</i>                  |
|                                                      | 305-2 | Emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette da consumi energetici (Scope 2)                                              | Le nostre <i>performance</i>                  |
| Gestione dei rifiuti                                 |       |                                                                                                                               |                                               |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                    | 3-3   | Gestione della tematica materiale                                                                                             | Impatti; le nostre <i>performance</i>         |
| GRI 306: Rifiuti (2020)                              | 306-3 | Rifiuti generati                                                                                                              | Le nostre <i>performance</i>                  |
|                                                      | 306-4 | Rifiuti non conferiti in discarica                                                                                            | Le nostre <i>performance</i>                  |
|                                                      | 306-5 | Rifiuti conferiti in discarica                                                                                                | Le nostre <i>performance</i>                  |
| Salute e sicurezza del personale                     |       |                                                                                                                               |                                               |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                    | 3-3   | Gestione della tematica materiale                                                                                             | Impatti; le nostre <i>performance</i> interne |
| GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)        | 403-1 | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                                                       | Le nostre <i>performance</i> interne          |
|                                                      | 403-2 | Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti                                              | Le nostre <i>performance</i> interne          |
|                                                      | 403-3 | Servizi per la salute professionale                                                                                           | Le nostre <i>performance</i> interne          |
|                                                      | 403-4 | Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione | Le nostre <i>performance</i> interne          |
|                                                      | 403-5 | Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro                                                                 | Le nostre <i>performance</i> interne          |
|                                                      | 403-6 | Promozione della salute dei lavoratori                                                                                        | Le nostre <i>performance</i> interne          |

|                                                                     |        |                                                                                                                                     |                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                     | 403-8  | Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                                    | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
|                                                                     | 403-9  | Infortuni sul lavoro                                                                                                                | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
|                                                                     | 403-10 | Malattia professionali                                                                                                              | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
| Benessere interno e sviluppo dei talenti                            |        |                                                                                                                                     |                                                                                            |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                                   | 3-3    | Gestione della tematica materiale                                                                                                   | Impatti; le nostre <i>performance</i> interne                                              |
| GRI 401: Occupazione (2016)                                         | 401-1  | Assunzioni di nuovi dipendenti e avvicendamento dei dipendenti                                                                      | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
|                                                                     | 401-2  | Benefici per i dipendenti a tempo pieno che non sono disponibili per i dipendenti a tempo determinato o part-time                   | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
|                                                                     | 401-3  | Congedo parentale                                                                                                                   | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
| GRI 402: Gestione del lavoro e delle relazioni sindacali (2016)     | 402-1  | Periodi minimi di preavviso in merito alle modifiche operative                                                                      | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
| GRI 404: Formazione e istruzione (2016)                             | 404-1  | Numero medio di ore di formazione all'anno per dipendente                                                                           | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
|                                                                     | 404-2  | Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e di assistenza nella transizione                                        | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
|                                                                     | 404-3  | Percentuale di dipendenti che ricevono periodicamente valutazioni delle loro performance e dello sviluppo professionale             | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
| Inclusione e Pari opportunità del personale                         |        |                                                                                                                                     |                                                                                            |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                                   | 3-3    | Gestione della tematica materiale                                                                                                   | Impatti; Le nostre <i>performance</i> interne                                              |
| GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)                        | 405-1  | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti                                                                                | Il modello di <i>governance</i> per la sostenibilità, Le nostre <i>performance</i> interne |
|                                                                     | 405-2  | Rapporto tra salario di base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini                                                        | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
| GRI 406: Non discriminazione (2016)                                 | 406-1  | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate                                                                             | Le nostre <i>performance</i> interne                                                       |
| Rispetto dei diritti umani                                          |        |                                                                                                                                     |                                                                                            |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                                   | 3-3    | Gestione della tematica materiale                                                                                                   | Impatti; Rispetto dei diritti umani                                                        |
| GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016) | 407-1  | Attività e fornitori presso i quali il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva potrebbero essere a rischio | La valutazione dei fornitori                                                               |
| GRI 408: Lavoro minorile (2016)                                     | 408-1  | Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro minorile                                          | La valutazione dei fornitori                                                               |
| GRI 409: Lavoro forzato o obbligatorio (2016)                       | 409-1  | Attività e fornitori che presentano un rischio significativo di episodi di lavoro forzato o obbligatorio                            | La valutazione dei fornitori                                                               |
| GRI 411: Diritti delle popolazioni indigene (2016)                  | 411-1  | Episodi di violazione dei diritti delle popolazioni indigene                                                                        | Rispetto dei diritti umani                                                                 |
| GRI 412: Valutazione del rispetto dei diritti umani (2016)          | 412-1  | Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto                        | Rispetto dei diritti umani; La valutazione dei fornitori                                   |

|                                                                          |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
|                                                                          | 412-2 | Formazione dei dipendenti sulle politiche o le procedure sui diritti umani                                                                                                   | Rispetto dei diritti umani                               |
|                                                                          | 412-3 | Accordi di investimento e contratti significativi che includono clausole relative ai diritti umani o che sono stati sottoposti a una valutazione in materia di diritti umani | Rispetto dei diritti umani; La valutazione dei fornitori |
| Brand <i>marketing</i> e riservatezza dei dati                           |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                                        | 3-3   | Gestione della tematica materiale                                                                                                                                            | Impatti; <i>Brand marketing</i> e riservatezza dei dati  |
| GRI 417: <i>Marketing</i> ed etichettatura (2016)                        | 417-1 | Requisiti relativi all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi                                                                                                    | <i>Brand marketing</i> e riservatezza dei dati           |
|                                                                          | 417-2 | Episodi di non conformità concernenti l'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi                                                                                   | <i>Brand marketing</i> e riservatezza dei dati           |
|                                                                          | 417-3 | Episodi di non conformità concernenti comunicazioni di marketing                                                                                                             | <i>Brand marketing</i> e riservatezza dei dati           |
| GRI 418: <i>Privacy</i> dei clienti (2016)                               | 418-1 | Fondati reclami riguardanti violazioni della <i>privacy</i> dei clienti e perdita di loro dati                                                                               | <i>Brand marketing</i> e riservatezza dei dati           |
| KPI <i>Custom</i>                                                        | -     | KPI fedeltà (NPS, <i>Loyalty</i> , etc)                                                                                                                                      | <i>Brand marketing</i> e riservatezza dei dati           |
| Cura e responsabilità verso i clienti                                    |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
| GRI 3: Tematiche Materiali (2021)                                        | 3-3   | Gestione della tematica materiale                                                                                                                                            | Impatti; Cura e responsabilità verso i clienti           |
| GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)                           | 416-1 | Valutazione degli impatti sulla salute e la sicurezza di categorie di prodotto e servizi                                                                                     | Cura e responsabilità verso i clienti                    |
|                                                                          | 416-2 | Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi                                                                             | Cura e responsabilità verso i clienti                    |
| KPI <i>Custom</i>                                                        | -     | KPI gestione reclami                                                                                                                                                         | Cura e responsabilità verso i clienti                    |
| Temi non materiali                                                       |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
| Innovazione di prodotto e utilizzo di materiali sostenibili (eco-design) |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
| GRI 301: Materiali (2016)                                                | 301-1 | Materiali utilizzati in base al peso o al volume                                                                                                                             | Le nostre <i>performance</i>                             |
|                                                                          | 301-2 | Materiali di ingresso riciclati utilizzati                                                                                                                                   | Le nostre <i>performance</i>                             |
| KPI <i>Custom</i>                                                        | -     | KPI <i>R&amp;D</i>                                                                                                                                                           | Le nostre <i>performance</i>                             |
| Solidità economica finanziaria                                           |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
| GRI 201: <i>Performance Economica</i> (2016)                             | 201-1 | Valore economico direttamente generato e distribuito                                                                                                                         | <i>Performance</i> economico finanziaria                 |
| Buona condotta e <i>governance</i> dell'impresa                          |       |                                                                                                                                                                              |                                                          |
| GRI 2: Informazioni generali                                             | 2-27  | Conformità a leggi e regolamenti                                                                                                                                             | La <i>governance</i> del Gruppo                          |
| GRI 205: Anticorruzione (2016)                                           | 205-1 | Operazioni valutate per determinare i rischi relativi alla corruzione                                                                                                        | La <i>governance</i> del Gruppo                          |
|                                                                          | 205-2 | Comunicazione e formazione su normative e procedure anticorruzione                                                                                                           | La <i>governance</i> del Gruppo                          |
|                                                                          | 205-3 | Incidenti confermati di corruzione e misure adottate                                                                                                                         | La <i>governance</i> del Gruppo                          |

|                                                     |       |                                                                                                                   |                                 |
|-----------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| GRI 206:<br>Comportamento<br>anticompetitivo (2016) | 206-1 | Azioni legali relative a<br>comportamento anticompetitivo,<br>attività di <i>trust</i> e prassi<br>monopolistiche | La <i>governance</i> del Gruppo |
| KPI <i>Custom</i>                                   | -     | KPI riunioni                                                                                                      | La <i>governance</i> del Gruppo |
| Valorizzazione delle comunità locali                |       |                                                                                                                   |                                 |
| GRI 202: Presenza sul<br>mercato (2016)             | 202-2 | Percentuale di alta dirigenza<br>assunta attingendo dalla comunità<br>locale                                      | Le comunità locali              |
| Gestione della risorsa idrica                       |       |                                                                                                                   |                                 |
| GRI 303: Acqua ed<br>effluenti (2018)               | 303-1 | Interazioni con l'acqua come<br>risorsa condivisa                                                                 | Le nostre <i>performance</i>    |
|                                                     | 303-3 | Prelievo idrico                                                                                                   | Le nostre <i>performance</i>    |
|                                                     | 303-4 | Scarico idrico                                                                                                    | Le nostre <i>performance</i>    |
|                                                     | 303-5 | Consumo idrico                                                                                                    | Le nostre <i>performance</i>    |

## CONTATTI

**BIALETTI INDUSTRIE S.p.A.** | Via Fogliano n. 1 - 25030 Coccaglio (BS)

E-mail: [sostenibilita@bialettigroup.com](mailto:sostenibilita@bialettigroup.com)

E-mail *Investor Relator Bialetti*: [andrea.sellini@bialettigroup.com](mailto:andrea.sellini@bialettigroup.com)



## ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ

BIALETTI INDUSTRIE SPA

Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario al 31 dicembre 2023

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, d.lgs. 254/2016 e dell'art. 5 regolamento CONSOB adottato con delibera n. 20267 del gennaio 2018

**RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE**

sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, c. 10, d.lgs. 254/2016 e dell'art. 5 regolamento CONSOB adottato con delibera n. 20267 del gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione di  
Bialetti Industrie S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5, comma 1, lett. g) del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di Bialetti Industrie S.p.A. e sue controllate (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 predisposta ex art. 4 Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 18 aprile 2024 (di seguito "DNF").

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "*La Tassonomia per un impegno ambientale sempre più concreto*" della DNF, richiesta dall'art.8 del Regolamento europeo 2020/852.

**Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF**

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dalla GRI - Global Reporting Initiative, (di seguito "GRI Standards") da essi individuati come standard di riferimento per la rendicontazione.

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili, inoltre, per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subito dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

## Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Management 1 (ISQM1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

## Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività ed alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
2. analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario incluse nella DNF ed i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Bialetti;
4. comprensione dei seguenti aspetti:
  - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
  - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;

- principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Bialetti Industrie S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

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

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Bialetti relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

Le nostre conclusioni sopra riportate non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo *"La Tassonomia per un impegno ambientale sempre più concreto"* della stessa, richieste dall'art.8 del Regolamento europeo 2020/852.

## Altri aspetti

La DNF per l'esercizio chiuso il 31 dicembre 2022, i cui dati sono presentati ai fini comparativi, è stata sottoposta ad un esame limitato da parte di un altro revisore che, il 5 aprile 2023, ha espresso una conclusione senza rilievi.

Brescia, 30 aprile 2024

Crowe Bompani SpA



Gabriella Ricciardi (Socio)