

RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO

ESERCIZIO 2021

**almo nature**
OWNED BY THE ANIMALS





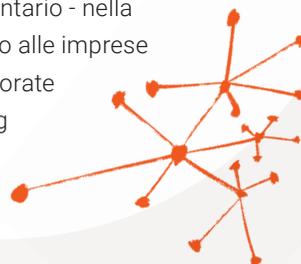
RELAZIONE ANNUALE DI IMPATTO

E S E R C I Z I O 2 0 2 1



PERCHÈ QUESTA RELAZIONE?

Nel corso degli ultimi due anni abbiamo assistito a una forte accelerazione dei percorsi di regolamentazione in tema di rendicontazione annuale di sostenibilità (anche detta ESG - Environmental, Social, Governance) richiesta a tutte le imprese, non più solo alle grandi o quotate. Almo Nature con questa Relazione di Impatto risponde innanzitutto agli obblighi di trasparenza che le derivano dall'essere Società Benefit, ma allo stesso tempo fa un primo passo - in modo anticipatorio e ad oggi ancora del tutto volontario - nella direzione indicata per il futuro alle imprese europee dalla CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)



SCELTE DI STAMPA

La protezione degli ecosistemi passa anche attraverso scelte solo apparentemente piccole. Questa relazione è stata stampata in pochissime copie e resa per lo più disponibile online e distribuita in formato digitale.

La stampa è ecologica su carta certificata FSC® che garantisce la provenienza dei materiali da foreste dove sono rispettati rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.



REINTEGRATION ECONOMY pag. 4

1 CHI SIAMO pag. 8

- il 2021 in dieci numeri..... pag. 9
- la nostra storia pag. 11
- presenza nel mondo pag. 12
- prodotti e mercati..... pag. 14
- modello di business..... pag. 16
- governance..... pag. 18
- persone..... pag. 19

FOCUS · ALMO NATURE BENEFIT pag. 20

2 COME FACCIAMO LA DIFFERENZA pag. 21

- costellazione del valore pag. 22
- strategia di sostenibilità:
 - a.** Almo Nature, marca attivista pag. 24
 - b.** verso #impattozero sulla biodiversità..... pag. 28
 - c.** ricerca scientifica..... pag. 30

FOCUS · LA FONDAZIONE CAPELLINO pag. 31

3 VALUTAZIONE DI IMPATTO FOR BENEFIT pag. 39

4 PROSPETTIVE FUTURE..... pag. 42

NOTA METODOLOGICA..... pag. 44

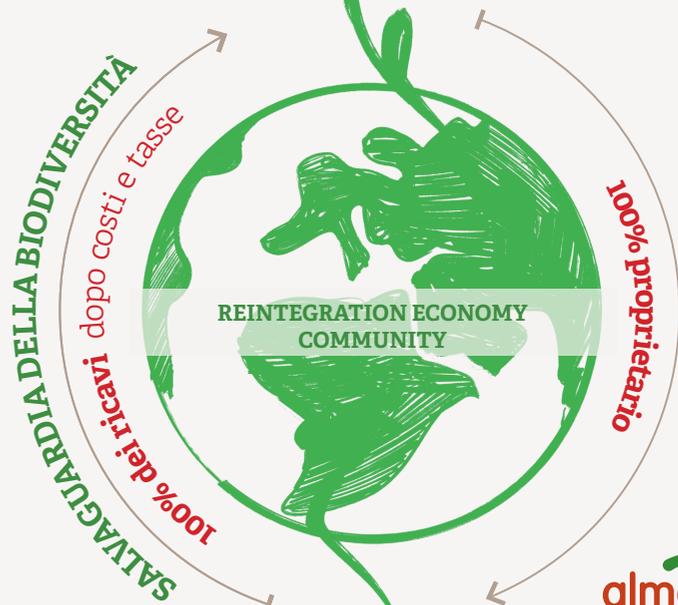
Almo Nature Benefit SpA è l'azienda di pet food attivista, 100% proprietà della Fondazione Capellino: è un modello di business innovativo che raccoglie attorno a sé una community attiva nella tutela della biodiversità.

Tutti i ricavi* derivanti dalle vendite dei prodotti Almo Nature in tutto il mondo sono destinati alla salvaguardia della biodiversità, grazie ai progetti realizzati da Fondazione Capellino.

AMBITI DI INTERVENTO

1. HABITAT NATURALI TERRESTRI E MARINI
2. CAMBIAMENTO CLIMATICO E RISCALDAMENTO GLOBALE
3. AGRICOLTURA RIGENERATIVA
4. IMPATTO DELLE ATTIVITÀ UMANE SULLA BIODIVERSITÀ
5. PROMOZIONE DELLA REINTEGRATION ECONOMY
6. RECUPERO DEL PAESAGGIO E DEGLI EDIFICI STORICI

* dedotti costi e tasse



Che cosa è?

La Reintegration Economy promuove **un modo di abitare la Terra responsabile e solidale** con tutti gli esseri viventi, attraverso un peculiare **agire economico e di impresa** che prefigura un nuovo modello di sviluppo **sostenibile e contributivo**

Come nasce l'idea?

Dall'esperienza imprenditoriale dei fratelli Pier Giovanni e Lorenzo Capellino e dalla **crescente consapevolezza** del loro ruolo economico, sociale, ambientale e culturale, in un itinerario che porta alla scelta **di donare in modo totale e irreversibile la loro azienda Almo Nature alla Fondazione Capellino**

dall'azione è estratta la teoria

Quali obiettivi propone?

La Reintegration Economy è la strada intrapresa per dirottare la concentrazione di ricchezza privata a beneficio della salvaguardia della natura. Si propone **di reintegrare la natura nell'economia, nella società, nel fare impresa**. Si fa promotrice di un nuovo rapporto tra l'uomo e la biodiversità fonte della vita, oggi in estremo pericolo

Come funziona?

La Reintegration Economy prevede che **il 100% dei ricavi** (al netto di costi e tasse) di una **Foundation Owned Company** venga destinato, attraverso la fondazione medesima, al servizio della salvaguardia della biodiversità

Oggi Almo Nature è il motore economico dell'ecosistema della Fondazione Capellino e garante dell'autonomia e della sostenibilità delle sue linee progettuali.

- >> NON TEORIZZIAMO NULLA A TAVOLINO, MA CI RIMBOCCHIAMO LE MANICHE E AGIAMO, DANDO FORMA ALLE INTUZIONI CON PRAGMATISMO, TENACIA E RISPETTO.
- >> SIAMO IN UN PERCORSO CHE NON POGGIA SU CERTEZZE PRECOSTITUITE, SE NON QUELLA CHE CI VEDE IMPEGNATI IN MODO TOTALIZZANTE NELLA REALIZZAZIONE DEL NOSTRO PROGETTO.
- >> RITENIAMO CHE IL MODELLO SIA ANCORA APERTO A SVILUPPI CHE SOLO STRADA FACENDO COMPRENDEREMO.
- >> SAPPIAMO DI NON ESSERE NÉ FOLLI NÉ SOLI IN QUESTA NECESSITÀ DI URGENZA DELL'AZIONE: SIA A LIVELLO EUROPEO CHE GLOBALE L'IMPEGNO PER CONTRIBUIRE A FERMARE LA PERDITA DI BIODIVERSITÀ È SEMPRE PIÙ PRESENTE AI MASSIMI LIVELLI.

La strategia dell'UE sulla biodiversità per il 2030 (e successive norme applicative, in particolare la recente Nature Restoration Law), pubblicata a maggio 2020 e pilastro del Green Deal europeo, è un piano complessivo, ambizioso e a lungo termine per proteggere la natura e invertire il degrado degli ecosistemi. La strategia mira a portare la biodiversità dell'Europa sulla via della ripresa entro il 2030 e prevede azioni e impegni specifici. In particolare il 30% del territorio dell'Unione destinato a riserve naturali, di cui il 10% a riserve integrali, senza l'accesso dell'uomo.

Il Global Risk Report 2022, promosso dal World Economic Forum e presentato a Davos a gennaio 2022, presenta i risultati del Global Risks Perception Survey, una ricerca che ha coinvolto opinion leader accademici, imprenditori e manager, referenti delle istituzioni e della società civile di tutto il mondo ai quali è stato chiesto di indicare i principali rischi per la società a breve, medio e lungo termine.



Nei rischi a lungo termine (10 anni), scopriamo che cinque dei dieci rischi globali percepiti sono di natura ambientale, compresa la perdita di biodiversità che viene collocata al terzo posto.

Sir Partha Dasgupta è professore emerito di economia all'università di Cambridge e a lui il dipartimento del Tesoro britannico ha commissionato nel 2019 uno studio indipendente dedicato **all'economia della biodiversità, presentato a Londra il 2 febbraio 2021**. Il punto di partenza è cristallino: il valore della Natura per la società, il vero valore dei vari beni e servizi che fornisce, oggi non si riflette nei prezzi di mercato.

Al termine di un anno e mezzo di lavoro, con il supporto di una commissione di 18 esperti, il risultato è un documento di oltre 600 pagine che giungono a una conclusione molto chiara:

Dobbiamo rivoluzionare il modo in cui pensiamo, agiamo e misuriamo il successo economico, a beneficio della natura e della nostra stessa prosperità, e dobbiamo farlo in fretta, prima che sia troppo tardi

La Reintegration Economy è la nostra risposta a questa call to action globale: una moratoria nell'accumulo della ricchezza a fini privati per destinare i profitti generati dalla ricchezza finanziaria e dalla grande impresa alla salvaguardia della biodiversità anziché alla creazione di ulteriore ricchezza finanziaria



CHI SIAMO

100 milioni € FATTURATO

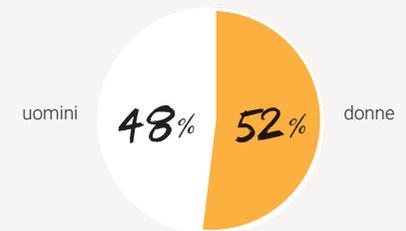
22 milioni € POSIZIONE FINANZIARIA NETTA

Zero € DEBITI PER FINANZIAMENTI BANCARI

5 milioni € DESTINATI ALLA TUTELA DELLA BIODIVERSITÀ TRAMITE LA FONDAZIONE CAPELLINO

48 PAESI NEL MONDO IN CUI SIAMO PRESENTI

47 DIPENDENTI



58.000 € LA RAL MEDIANA DEI DIPENDENTI

2 RICERCHE INDIPENDENTI

Benchmark sulla qualità dei prodotti secchi

Impatto Globale del Pet Food sulla biodiversità

Progetto Companion for Life

8.400 ADOZIONI IN TUTTA EUROPA

435.000 PASTI DONATI

il 2021 in 10 numeri

la nostra storia

Almo Nature, brand attivista, si prende cura dei cani e dei gatti a 360°

- attraverso l'alimentazione, pensata dal loro punto di vista
- attraverso il progetto "Companion for Life", che vuole dare a ogni cane e gatto una casa e uno status riconosciuto nella nostra società e nelle famiglie
- impegnandosi per diventare azienda a impatto neutrale sulla biodiversità
- ipotizzando di aprire il proprio capitale a coloro che hanno un cane o un gatto e vogliono sostenere la Reintegration Economy

Almo Nature introduce nel mercato CatLitter, la lettiera per gatti 100% naturale, quindi 100% senza additivi



Almo Nature viene fondata per concretizzare l'intuizione di Pier Giovanni Capellino: produrre per la prima volta al mondo un pet food umido con ingredienti al 100% HFC, ovvero in origine idonei al consumo umano.

2017

2018

2019

Almo Nature viene donata a Fondazione Capellino e nasce la Reintegration Economy



Almo Nature, tra le prime SpA in Italia, assume la forma giuridica di Società Benefit

Un'idea semplice e rivoluzionaria

Almo Nature è la prima azienda di pet food al mondo a introdurre sul mercato prodotti completamente naturali e originariamente idonei al consumo umano (**human grade**), caratterizzati da un elevato valore biologico e nutrizionale, privi di conservanti chimici e prodotti attraverso processi **cruelty free**, cioè non vengono testati in condizioni di stress per i cani e gatti, ma esclusivamente in ambiente familiare rispettando le abitudini quotidiane del compagno animale.

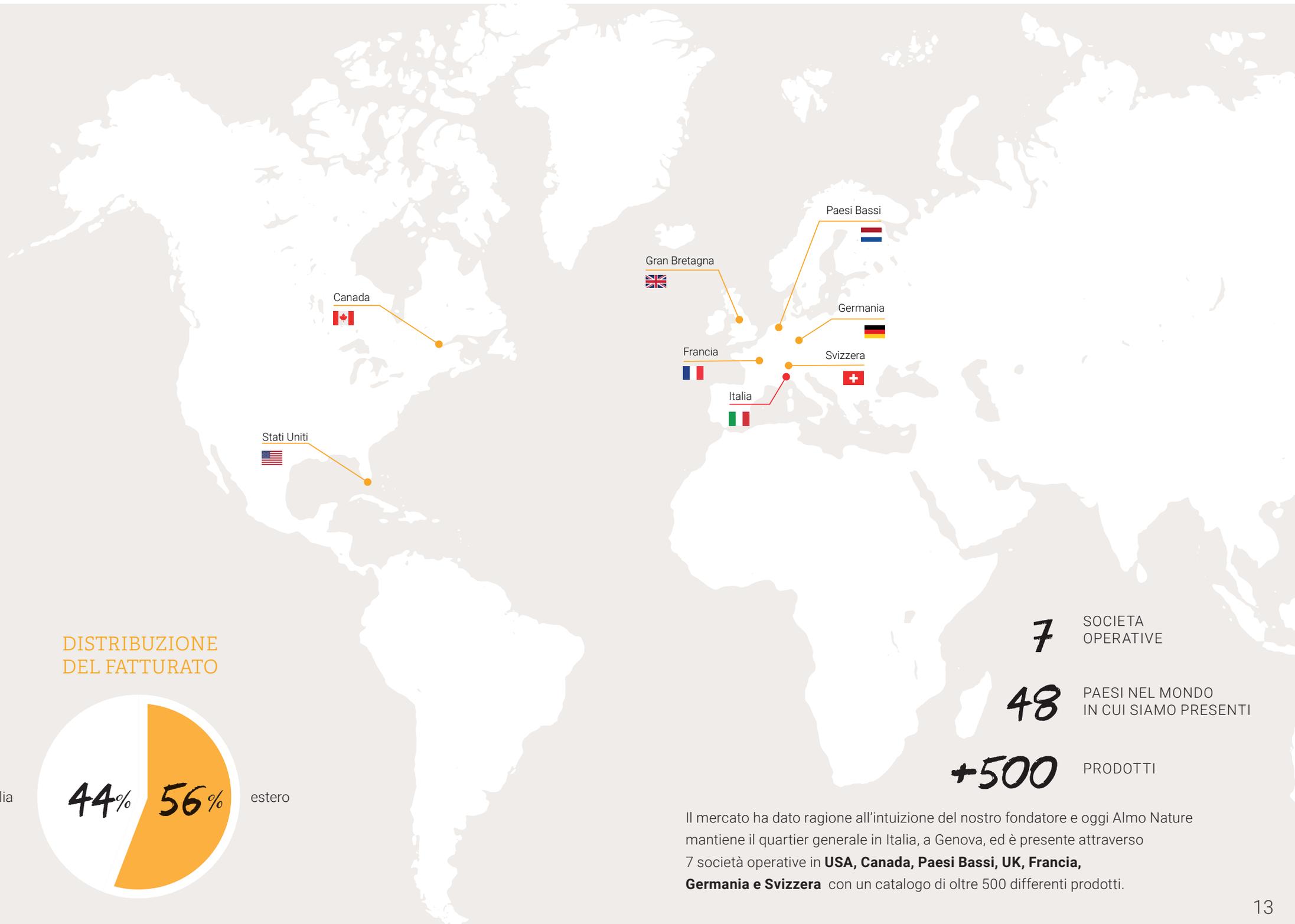


Almo Nature estende lo standard HFC anche alla crocchetta. È un'altra prima mondiale.

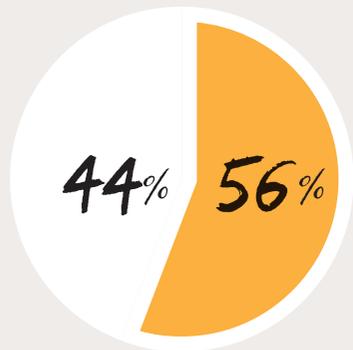
2000

2013

presenza nel mondo



DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO



Italia

estero

7

SOCIETÀ OPERATIVE

48

PAESI NEL MONDO IN CUI SIAMO PRESENTI

+500

PRODOTTI

Il mercato ha dato ragione all'intuizione del nostro fondatore e oggi Almo Nature mantiene il quartier generale in Italia, a Genova, ed è presente attraverso 7 società operative in **USA, Canada, Paesi Bassi, UK, Francia, Germania e Svizzera** con un catalogo di oltre 500 differenti prodotti.

4 FAMIGLIE DI ALIMENTI

1 LETTIERA DI ORIGINE VEGETALE

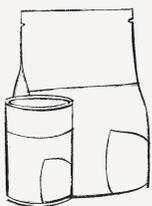
Le famiglie di prodotti Almo Nature sono articolate in 4 linee principali, secondo l'origine e la qualità degli alimenti alla quale si aggiunge una lettiera di origine vegetale:



Almo Nature HFC



La linea HFC è preparata con ingredienti in origine idonei al consumo umano che per scelta commerciale di Almo Nature diventano alimenti per i nostri compagni animali. Una vera rivoluzione culturale per il settore del pet food, successivamente imitata da molti, che ha messo al centro della politica commerciale l'interesse per la salute dell'animale. La linea HFC comprende alimenti umidi e secchi per cane e per gatto realizzati senza l'utilizzo di sottoprodotti, farine o disidratati animali. Scegliamo inoltre di utilizzare carne e pesce fresco a garanzia di una migliore e maggiore digeribilità.

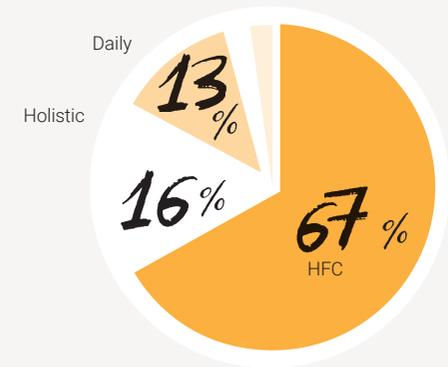


Almo Nature Holistic

holistic

La linea Holistic comprende alimenti di mantenimento sia umidi che secchi per cane e gatto, preparati con ingredienti in origine idonei al pet food. Un mix tra carne o pesce fresco e disidratati animali di qualità, per offrire un'alimentazione varia e nutrizionalmente completa. Per il gatto sono disponibili speciali formulazioni per rispondere a specifiche esigenze e condizioni (es. gatti sterilizzati).

COMPOSIZIONE DEL FATTURATO PER LINEA DI PRODOTTO



Almo Nature BioOrganic

bio organic

La linea BioOrganic è realizzata con ingredienti certificati biologici secondo le normative europee e in origine idonei al pet food. Comprende alimenti umidi di mantenimento, nutrizionalmente completi sia per cane che per gatto.



Almo Nature Daily

Daily

La linea Daily è realizzata con ingredienti in origine idonei al pet food e comprende un'ampia varietà di alimenti umidi nutrizionalmente completi per cani e gatti: offre la garanzia di qualità Almo Nature al prezzo più conveniente.



Almo Nature Cat Litter

cat litter

Cat Litter è la lettiera per gatti amica dell'ambiente, a base di fibre vegetali, biodegradabile, compostabile e smaltibile nel WC, priva di additivi e agenti tossici.

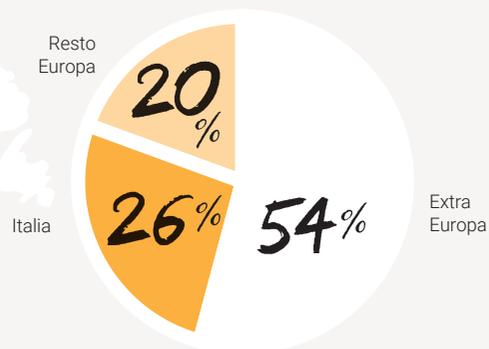
Seguiamo lo sviluppo dell'innovazione negli alimenti destinati ai cani e gatti "dal loro punto di vista"

Secondo questa filosofia, che da sempre connota l'agire dell'azienda, la produzione degli alimenti viene affidata ad una **catena di fornitura globale**, composta oggi da oltre dieci diversi fornitori "core" con la quale l'azienda ha stabili rapporti maturati nel tempo. Insieme ai fornitori si giunge alla definizione delle formulazioni migliori per ciascuna linea e formato di prodotto e si affida la produzione sulla base della specializzazione dei produttori e alla loro qualità garantita. I nostri fornitori sono dislocati in Italia, in Europa e oltremare, principalmente in Thailandia.

A valle della produzione **la catena logistica**, anch'essa esternalizzata, garantisce che i prodotti confezionati a marchio e pronti alla vendita arrivino ai magazzini centrali e successivamente siano distribuiti attraverso i canali di vendita al dettaglio (online e offline) nazionali e internazionali.

La marca - da parte sua - ha la missione di comunicare ai consumatori finali le qualità dei propri prodotti e soprattutto il valore di ciò che la Reintegration Economy rappresenta per chi preferisce Almo Nature per il proprio compagno animale.

DISTRIBUZIONE ACQUISTI MERCE PER AREA GEOGRAFICA FORNITORI



La struttura di corporate governance adottata, tra le prime in Italia, è fondata sul **modello organizzativo monistico** e si compone, quindi, dei seguenti organi sociali:

1. L'ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI
2. IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
3. IL COMITATO PER IL CONTROLLO SULLA GESTIONE NOMINATO DAL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE.

Il Comitato per il Controllo sulla Gestione è dunque composto da tre amministratori indipendenti, revisori dei conti, che siedono all'interno del Consiglio di Amministrazione e sono incaricati di vigilare sulle decisioni prese dal CdA non ex-post, bensì mentre le decisioni stesse si formano contribuendo ad assicurare un'efficiente dialettica all'interno del Consiglio.

La Fondazione Capellino - Socio Unico di Almo Nature - nelle sue funzioni di holding esercita direzione e coordinamento sulla propria controllata Almo Nature attraverso la nomina del Consiglio di Amministrazione. Specificatamente partecipa ed orienta la gestione di Almo Nature per quanto riguarda le politiche produttive, commerciali, e di comunicazione: l'indirizzo della Fondazione Capellino alla gestione di Almo Nature garantisce che l'amministrazione del business tutto si conformi ai principi della Reintegration Economy

La Fondazione riveste inoltre il ruolo di Benefit Officer per conto di Almo Nature, con riferimento all'attività di redazione della Relazione Annuale di Impatto.



La revisione legale dei conti è demandata per l'annualità 2021, in applicazione delle vigenti disposizioni normative in materia, alla società di revisione PriceWaterhouseCoopers.

Il Consiglio di Amministrazione

È l'organo collegiale che ha il compito di deliberare sugli indirizzi strategici, monitorandone l'attuazione, e sulle operazioni di rilevanza strategica. Fino all'approvazione del bilancio 2021 è composto da:

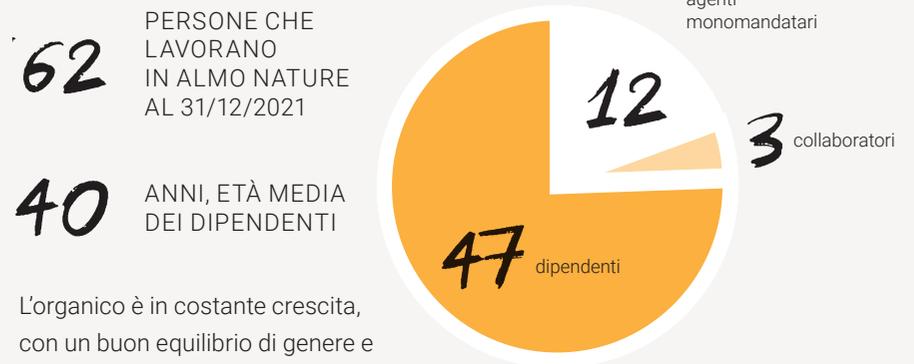
- **Pier Giovanni Capellino** Presidente e CEO
- **Lorenzo Capellino** Consigliere
- **Reddy Bhimireddy** Consigliere
- **Andrea De Asmundis** Consigliere
- **Luisella Bergero** Consigliere
- **Maurizio Astuni** Consigliere
- **Marco Sorrentino** Consigliere

Il Comitato di controllo

È l'organo nominato all'interno del Consiglio di Amministrazione ed è composto da:

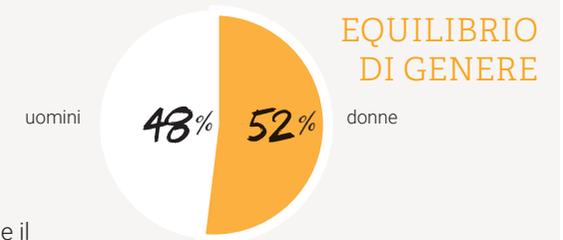
- **Luisella Bergero** Dottore Commercialista e Revisore contabile
- **Maurizio Astuni** Dottore Commercialista e Revisore contabile
- **Marco Sorrentino** Dottore Commercialista e Revisore contabile

Almo Nature è un'azienda che privilegia i rapporti di lavoro stabili, **con oltre il 90% delle persone assunte a tempo indeterminato al 31/12/2021**, da sempre è attenta all'equilibrio di genere: ci piace ricordare che **è stata una donna la prima dirigente nominata in Almo Nature!**



L'organico è in costante crescita, con un buon equilibrio di genere e generazioni, con **un'età media dei dipendenti di 40 anni.**

I ruoli di responsabilità rappresentano il 30% del totale delle persone, con una prevalenza maschile.



La sicurezza sul luogo di lavoro è una priorità e il risultato è zero infortuni nel 2021: questo dato è strettamente correlato al nostro peculiare modello di business che non comprende siti produttivi.

Zero INFORTUNI NEL 2021

La maternità è tutelata oltre gli obblighi di legge tramite la possibilità di richiedere la maternità facoltativa a ore, gli orari di lavoro sono flessibili e la pandemia ha introdotto in azienda alcune formule di smart working.

Il livello di scolarità è elevato, con oltre il 95% delle persone diplomate o laureate.



58.000 € RAL MEDIANA DEI DIPENDENTI

Almo Nature Benefit

Le Società Benefit note nel mondo come Benefit Corporation, sono state introdotte in Italia, primo Paese in Europa, con la Legge di Stabilità a fine 2015 (Legge n. 208 del 28/12/2015, commi 376-384) e sono imprese (oggi più di 1200 in Italia) che affiancano statutariamente al tradizionale scopo di lucro anche la finalità di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente: il beneficio comune.

Viene veicolata grazie a questa norma una proposta radicale alle imprese per un cambio di paradigma che riguarda la finalità ultima del fare impresa: da ritorno economico per pochi (i proprietari) a impegno per il beneficio di molti, dell'intera collettività.

Almo Nature è tra le prime SpA ad aver deciso, nel 2018, di trasformarsi in Società Benefit, modificando il proprio oggetto sociale.

Estratto dello Statuto

Oggi lo Statuto di Almo Nature Benefit SpA all'art 4 così definisce le finalità di beneficio comune che intende perseguire nell'esercizio della propria attività economica di impresa:

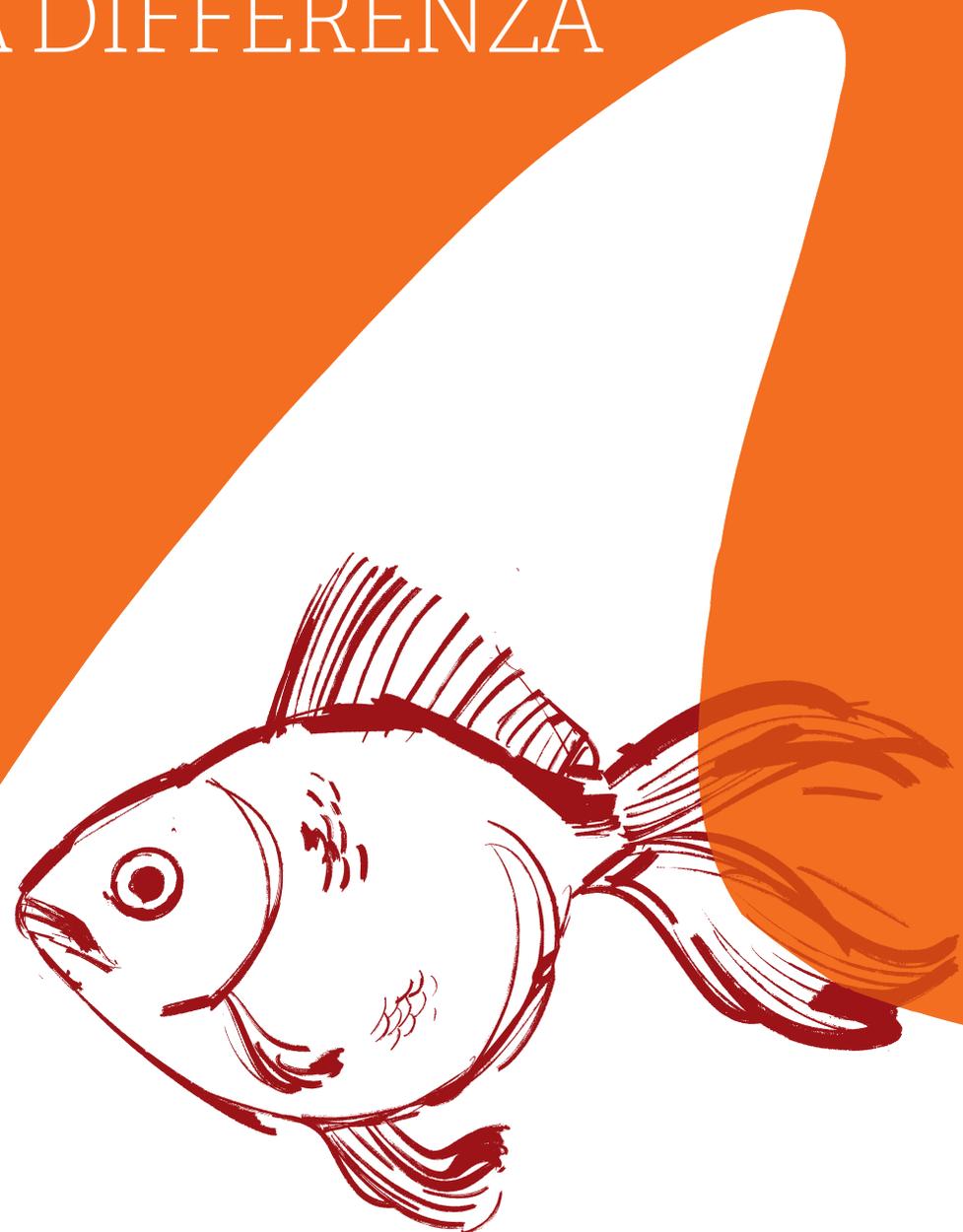
4.2 La società persegue inoltre finalità di beneficio comune a favore di tutte le specie viventi, agendo funzionalmente alla realizzazione delle finalità di solidarietà sociale e di pubblica utilità proprie della Fondazione Capellino nei settori:

- ▶ **4.2.a** della tutela della biodiversità e di ogni altra forma di vita animale
- ▶ **4.2.b** dello sviluppo delle colture con metodi naturali biosostenibili e ispirati alla tutela di ogni forma di vita

La Reintegration Economy supera nei fatti il modello delle Benefit Corporation, non limitandosi al cambio di mission aziendale introdotto con modifica statutaria (percorso peraltro reversibile), ma attraverso una **formula irreversibile di donazione dell'azienda Almo Nature alla Fondazione Capellino** che comporta come conseguenza la destinazione di tutti i ricavi (dedotti costi e tasse) alla salvaguardia della biodiversità. Generare un beneficio comune, la salvaguardia della biodiversità, è diventato per Almo Nature e senza possibilità di cambio di rotta, il senso ultimo del fare impresa, con una potenza di impatto decisamente maggiore rispetto al modello **for benefit** tradizionale.

COME
FACCIAMO
LA DIFFERENZA

2



costellazione del valore

La Costellazione del Valore è uno strumento strategico sviluppato da **Richard Normann e Rafael Ramirez:**

ogni impresa genera valore attraverso la qualità delle relazioni che stabilisce con i propri stakeholder e la capacità di coinvolgerli intorno ad uno specifico obiettivo

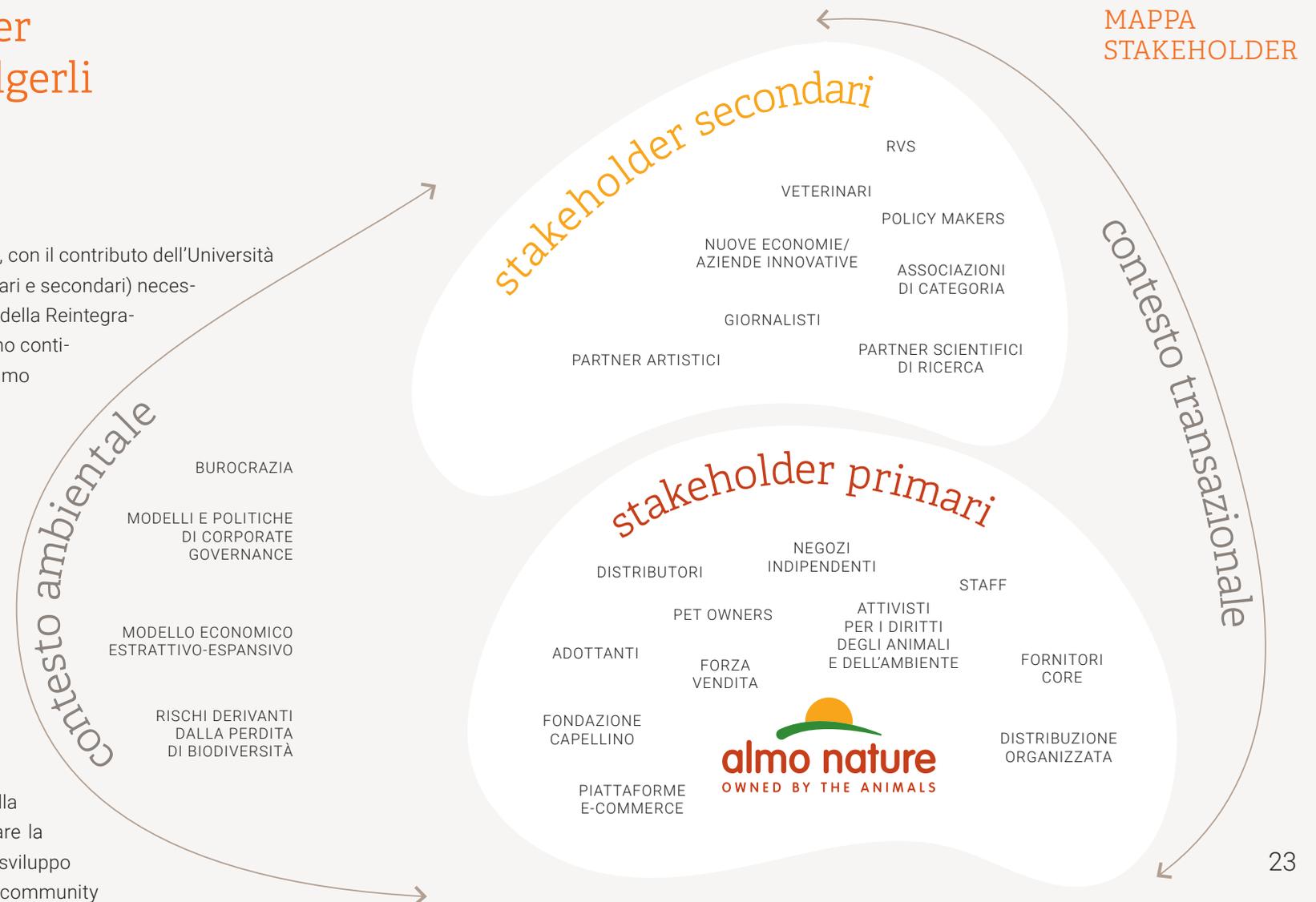
La nostra costellazione del valore è stata costruita, con il contributo dell'Università Cattolica, come mappatura degli stakeholder (primari e secondari) necessari per la diffusione e valorizzazione del modello della Reintegration Economy: questo spazio di dialettica più o meno continuativa e intensa tra azienda e stakeholder lo abbiamo chiamato il "contesto transazionale".

Esiste poi un "contesto ambientale", nel quale la vita aziendale si sviluppa, ed è rappresentato da quei trend sui quali la Reintegration Economy non può incidere direttamente, ma dai quali è certamente influenzata e può ambire (nel medio periodo) a dare il proprio contributo trasformativo.

Il 2022 vede l'avvio di percorsi di coinvolgimento strutturato dei principali stakeholder, che vogliamo pensare come elementi essenziali della nostra community, per comprendere a fondo i differenti punti di vista in relazione al modello della Reintegration Economy e le sue priorità, per portare la voce degli stakeholder all'interno dei percorsi di sviluppo strategico aziendale. Il percorso di sviluppo della "community

fondata sui valori" sarà portato avanti anche grazie al contributo scientifico di un dottorato di ricerca dell'Università Cattolica dedicato alla Reintegration Economy, che su questo aspetto ha deciso di focalizzarsi.

Nel 2023 l'analisi comparata del punto di vista aziendale (che individua tradizionalmente gli ambiti da presidiare a maggior rilevanza economico-finanziaria) e del punto di vista degli stakeholder (naturalmente più focalizzato sulle dimensioni ESG, cioè a maggior impatto sociale e ambientale) ci consentirà di definire traiettorie di sviluppo e definire priorità di azione ancora più inclusive e capaci di creare valore in modo esteso.



Oggi sono tre i pilastri sui quali poggia la nostra visione e azione a maggior impatto potenziale sulla creazione di valore a beneficio della collettività:

- a. ALMO NATURE, MARCA ATTIVISTA
- b. VERSO #IMPATTOZERO SULLA BIODIVERSITÀ
- c. RICERCA SCIENTIFICA

a. Almo Nature, marca attivista

COMPANION FOR LIFE

Companion for Life è un progetto Europeo che ha la finalità di concorrere ad una nuova relazione tra gli umani ed i cani e gatti fondata sul rispetto della loro natura in quanto diversa dal genere umano, della loro tutela in quanto soggetti oggi addomesticati e non più autosufficienti.

Companion for Life si propone d'intervenire nei casi di emergenze quali calamità naturali e guerre con azioni di pronto intervento così da alleviare i disagi, all'aiuto delle famiglie bisognose con un cane e gatto in casa, sino alla facilitazione delle adozioni così da immaginare un futuro dove i canili restino solo più un luogo di breve passaggio o meglio ancora, che non ve ne sia più il bisogno.

Companion for Life si propone ad ogni latitudine, secondo le regole e culture del luogo di favorire il riconoscimento dei cani e gatti come parte delle famiglie. Operativamente il progetto, per ogni adozione validamente registrata sul proprio portale, offre all'adottante la possibilità di ricevere a casa gratuitamente un welcome kit con un mese di alimenti Almo Nature. Al contempo per ciascuna adozione si genera un mese di pasti che alimenta la nostra Love Food Bank che viene poi redistribuita tra le associazioni nazionali che intervengono in aiuto alle famiglie in difficoltà economiche con un cane o gatto, e i rifugi stessi quando sono attivi nel generare nuove adozioni.

Nel 2021 il progetto Companion For Life ha sostenuto ben 8.468 adozioni in tutta Europa, che hanno dato luogo a oltre 435mila pasti donati ai cani e gatti, attraverso il meccanismo che premia l'adottante con un mese di alimenti Almo Nature ma al tempo stesso incentiva anche i rifugi ad essere attivi nel generare adozioni, assegnando un mese di pasti da destinare agli animali ancora in attesa di trovare un compagno umano per ciascuna adozione avvenuta nel periodo.

8.468 ADOZIONI
IN TUTTA EUROPA

435.000
NEL 2021

PASTI DONATI
A CANI E GATTI

4.300.000
IN TOTALE

Da quando il progetto ha preso il via nel 2018 Companion for Life ha donato un mese di alimenti Almo Nature a ben 143.404 cani e gatti, per un totale di oltre 4,3 milioni di pasti donati .

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE ATTIVISTE

Nell'ottobre 2021 Almo Nature si è impegnata in Italia in una importante campagna di comunicazione attivista multicanale finalizzata a sensibilizzare le persone sul tema dei rischi concreti della crisi ambientale prodotta dai cambiamenti climatici in corso.



Un investimento molto importante ha consentito di promuovere il messaggio tramite affissioni standard (oltre 6100) e maxi (13), passaggi TV 15" (La7, RAI, Mediaset), campagne sui social media e di influencer.

6.100 AFFISSIONI
STANDARD

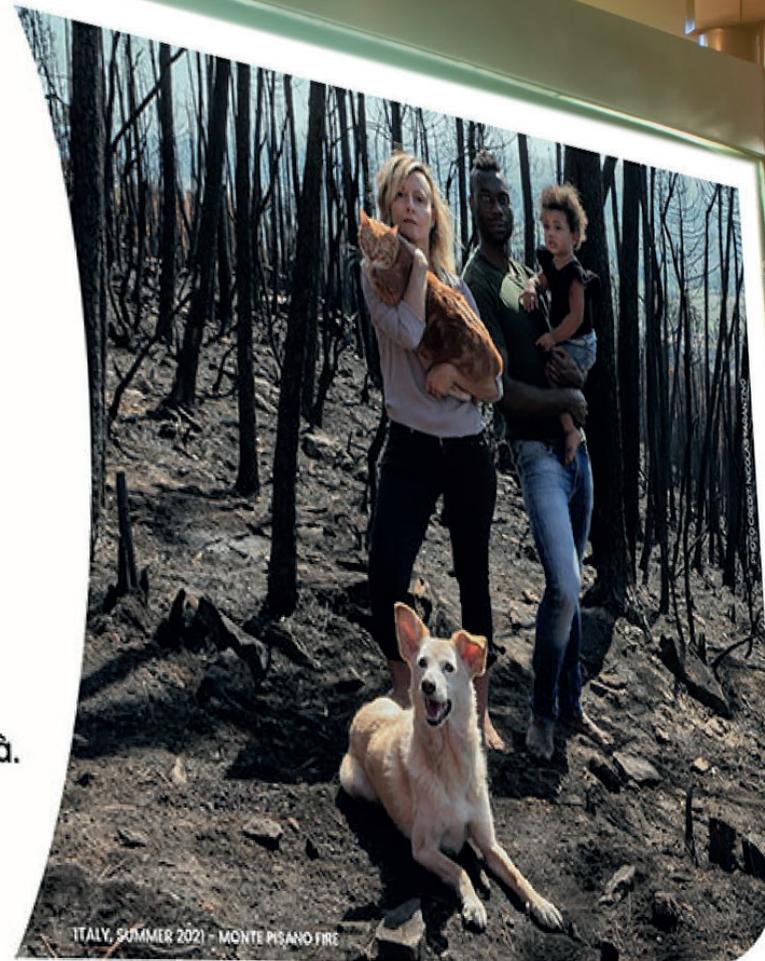
13 AFFISSIONI
MAXI

almo nature
OWNED BY THE ANIMALS

Riporta la Natura nel Pianeta

Il **pet food** che destina il 100% dei ricavi
(dopo costi e tasse) al ripristino della biodiversità.
La chiamiamo Reintegration Economy.

almo nature è 100% proprietà di



b. Verso #impattozero sulla biodiversità

Almo Nature adotta un approccio al business che integra la crescita dimensionale e la solidità finanziaria con gli impegni concreti per la salvaguardia degli habitat naturali e della biodiversità, con l'obiettivo di arrivare all' #impattozero sulla biodiversità entro il 2030. Per raggiungere questo obiettivo sfidante, investe per trasformare se stessa (prodotti e processi) in ottica di riduzione dell'impatto sulla biodiversità e ha individuato alcune priorità strategiche per il triennio 2021-2023:

INNOVAZIONE DI PRODOTTO

ricercando nuove materie prime a minore impatto ambientale

- Sono in corso alcuni test di appetibilità per integrare nelle nostre ricette nuove fonti proteiche, in particolare farine da insetti,
- È in fase di lancio una nuova lettiera per gatto completamente naturale e biodegradabile, in quanto realizzata dagli scarti di lavorazione del mais

PACKAGING RICICLABILE

sperimentando nuovi imballaggi in plastica riciclabile e progettando nuove forme di imballaggio che favoriscono un consumo ridotto di materiali.

- La maggior parte dei prodotti è da sempre confezionata in contenitori totalmente riciclabili, in particolare per la gamma dell'umido.
- Per quanto riguarda la gamma del secco abbiamo concluso positivamente la fase di test dedicata all'introduzione di packaging in plastica riciclabile LDPE (low density polyethylene codice 04) per i prodotti HFC Dry 300 e 400 grammi che verranno progressivamente e totalmente sostituiti. Siamo oggi in fase di test (riempimento e trasporto) anche per i formati più grandi (Kg 1,2 in particolare) che prevediamo di terminare entro fine 2022.
- Questo nuovo packaging garantisce gli stessi standard qualitativi di conservazione dell'alimento e una shelf-life come quella dei pack multistrato-multimateriale utilizzati fino ad oggi. Inoltre il processo di riciclo della plastica ha già una vasta diffusione e presenta un grande potenziale di miglioramento grazie alle nuove tecnologie, mentre i processi di biodegradabilità dei sacchetti (altra opzione vagliata e scartata) è in realtà ancora troppo nebuloso e rischia di essere più vicino al green washing che alla verità.

MONITORAGGIO DEGLI IMPATTI AMBIENTALI DELLA FILIERA

avviando percorsi di confronto e misurazione degli impatti sulla biodiversità con tutti i fornitori core.

- A fine 2021 stato avviato un dialogo strutturato con tutti i fornitori core di prodotto, per arrivare entro fine 2022 ad una prima misurazione dell'impatto dei prodotti Almo Nature sulla biodiversità "dalla materia prima al confezionamento".
- A undici fornitori è stato richiesto di misurare e rendicontare in particolare i consumi di suolo, acqua, materie prime, energia e la produzione di rifiuti dai processi di lavorazione connessi alle produzioni per Almo Nature.
- È inoltre in partenza una collaborazione con DSV (partner storico di Almo Nature per la logistica) al fine di misurare la carbon footprint della fase di trasporto verso i clienti.



Le nostre priorità, oltre a rappresentare la visione strategica di Almo Nature in materia di impegni concreti per la trasformazione reale (e non di maquillage) dei propri processi di business, rispondono ad alcune delle sfide globali di Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile (Sustainable Development Goals o SDGs), in particolare:

- GOAL 12:** Garantire modelli di produzione e di consumo sostenibili. Per raggiungere questo obiettivo è necessario un approccio cooperativo tra tutti i soggetti attivi nelle filiere, dal produttore fino al consumatore, lungo tutta la catena del valore
- GOAL 13:** Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico
- GOAL 14:** Conservare e utilizzare in modo sostenibile gli oceani, i mari e le risorse marine
- GOAL 15:** Proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre, con focus sulla biodiversità

Si inseriscono quindi a pieno titolo all'interno di un non più rimandabile cambio di paradigma globale che vede le imprese giocare un ruolo da protagoniste, accanto alle istituzioni e alla società civile, per lo sviluppo sostenibile.

c. Ricerca scientifica

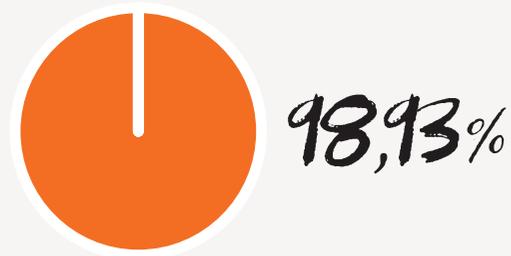
Nel corso del 2021 Almo ha finanziato:



- **uno studio relativo all'impatto globale dell'industria del Pet Food** sulla biodiversità realizzato dal Centro di Ricerca francese CDC Biodiversité. A gennaio 2021 abbiamo infatti aderito al Business for Biodiversity Club (B4B+ Club), un network internazionale promosso da CDC Biodiversité, che riunisce una trentina di aziende leader in vari settori direttamente impegnate nella tutela della biodiversità e dei suoi habitat.

- **uno studio indipendente commissionato all'Università di Teramo per valutare alcune caratteristiche, in particolare la digeribilità, dei prodotti secchi sia per cane che per gatto attualmente in commercio** e che ha visto la Linea HFC Dry di Almo Nature ricevere il miglior punteggio relativo alla digeribilità degli ingredienti utilizzati, arrivando fino al 98,93%.

LIVELLO DIGERIBILITÀ
INGREDIENTI
UTILIZZATI NEI NOSTRI
PRODOTTI HFC DRY



Fonte



Almo Nature è impegnata nel costruire e consolidare partnership con Università e Centri di Ricerca

La Fondazione Capellino

L'impegno per la salvaguardia della biodiversità non si ferma alle attività dirette, ha un orizzonte molto più ampio che comprende le iniziative promosse e finanziate dalla Fondazione.

Il 100% dei ricavi (dedotti i costi e le tasse), ogni anno vengono impiegati per la salvaguardia della biodiversità attraverso i progetti sviluppati.



1 HABITAT NATURALI TERRESTRI E MARINI

La Fondazione sostiene, in collaborazione con partner specializzati, progetti finalizzati a **fermare la distruzione degli habitat** e ripristinare un'equa distribuzione territoriale rispettosa della fauna selvatica, degli ecosistemi e della biodiversità

6 GLI AMBITI IN CUI INTERVIENE OGGI LA FONDAZIONE

2 CAMBIAMENTO CLIMATICO E RISCALDAMENTO GLOBALE

non esiste tecnologia migliore di quella prevista dalla Natura per assorbire **le emissioni di carbonio e contenere l'aumento della temperatura globale**: con questa consapevolezza la Fondazione sostiene in particolare progetti di **riforestazione urbana**.



3 AGRICOLTURA RIGENERATIVA

l'agricoltura, come si è sviluppata nel corso degli ultimi 100 anni, ha progressivamente degradato ed esaurito le risorse naturali. Per uscire dalla trappola serve un approccio ecologico all'agricoltura che, con metodo rigorosamente scientifico, si basi sulla rigenerazione del suolo e sulla corretta nutrizione delle piante, promuovendo e gestendo la biodiversità come valore etico e come strumento per produrre. La Fondazione sta sperimentando questo approccio rigenerativo su 22 ettari nel Comune di San Salvatore Monferrato (IT).



4 IMPATTO DELLE ATTIVITÀ UMANE SULLA BIODIVERSITÀ



La Fondazione collabora con partner e Centri di Ricerca internazionali che contribuiscono alla diffusione di nuovi sistemi per la misurazione degli impatti dell'uomo sulla biodiversità (**biodiversity footprint**), con l'obiettivo di arrivare ad incidere sulla trasformazione degli attuali modelli del fare impresa e dei comportamenti individuali



5 PROMOZIONE DELLA REINTEGRATION ECONOMY

il nostro nuovo paradigma culturale ed operativo ha bisogno di essere diffuso e compreso. Vogliamo creare un ecosistema comunicativo che consenta a chi intende portare avanti il paradigma, di **condividere con altri i propri saperi, le competenze ed il lavoro, in forma aperta e orientata alla produzione condivisa di valore.**



6 RECUPERO DEL PAESAGGIO E DEGLI EDIFICI STORICI

La nostra area di intervento – circa 10.000 mq - è situata ai margini del paese di San Salvatore Monferrato, in una zona agricola. Comprende **una villa ottocentesca – Villa Fortuna – che ospiterà le sede della Fondazione;** comprende anche alcuni edifici agricoli che saranno recuperati a supporto dell'attività agricola.

APPROFONDIMENTO

1 Habitat naturali terrestri e marini



L'impegno operativo della Fondazione Capellino nel 2021 per quanto riguarda questo ambito si è concentrato principalmente su:

- L'avvio di **TRIPOINT BROWN-BEAR PROJECT (TBB)** in collaborazione con **Euro-Natur Foundation** per la conservazione dell'**Orso Bruno Dinaric-Pindos**, una specie a rischio di estinzione inserita nella red-list IUCN, e la riconnessione degli habitat frammentati nell'area transfrontaliera tra Albania, Macedonia del Nord e Grecia.

EURONATUR



DURATA COLLABORAZIONE

18 mesi

IMPEGNO ECONOMICO

oltre 115.000 €

- L'avvio di **LIFE NATUR'ADAPT** che mira a integrare le questioni del cambiamento climatico nella gestione delle aree naturali protette in Francia e in Europa, consentendo loro di potersi proteggere e adattare ai mutamenti ambientali - talvolta estremi - in corso, ed è coordinato da **Réserves Naturelles de France**.



IMPEGNO ECONOMICO

circa 190.000 €

- Il supporto attivo alla **CAMPAGNA ATTIVISTA** per la salvaguardia di 950 ettari di terreni situati nel Comune di Grosseto, nell'area del Padule Aperto, all'interno della **Riserva Naturale della Diaccia Botrona**. L'impegno economico della Fondazione è destinato alla diffusione di una petizione e all'elaborazione di proposte alternative alla vendita tali da garantire la conservazione e il miglioramento di questo importante scrigno di biodiversità.

IMPEGNO ECONOMICO

circa 10.000 €

- L'avvio di una collaborazione biennale con **BLUE MARINE FOUNDATION** per la tutela di **tre aree marine protette sarde**: Capo Carbonara (Villasimius), Capo Caccia (Isola Piana) e l'Isola Asinara. L'obiettivo della collaborazione è quello di migliorare l'efficacia della gestione delle singole AMP promuovendo il ripristino e la conservazione di habitat cruciali e specie a rischio.



IMPEGNO ECONOMICO

oltre 70.000 €

- La prosecuzione di **LIFE WOLFALPS EU**, progetto europeo per la tutela del lupo e dei suoi habitat che ha come capofila il **Parco delle Alpi Marittime**, coinvolge venti organizzazioni tra Italia, Francia, Austria e Slovenia e vede la Fondazione Capellino come primo finanziatore dopo l'Unione Europea. Inoltre un accordo integrativo tra il Life e Almo Nature prevede da parte di quest'ultima la fornitura gratuita di crocchette per i cani antiveleno che operano sulle Alpi.



IMPEGNO ECONOMICO

circa 600.000 €

- Il finanziamento **dell'attrezzatura portatile per i raggi-x per il CRAS (CENTRO RECUPERO ANIMALI SELVATICI) dell'ENPA di Genova**. Questa tecnologia è fondamentale per consentire una diagnosi tempestiva anche all'esterno, evitando di dover trasportare gli animali feriti sino a un ambulatorio o uno studio veterinario. L'intervento è quindi reso più sollecito ed efficace, risparmiando ulteriore sofferenza e stress agli animali selvatici feriti.



IMPEGNO ECONOMICO

circa 15.000 €

- Il sostegno al **Centro Recupero Ricci La Ninna del dott. Massimo Vacchetta** che offre cure e rifugio ai ricci di bosco (specie a rischio estinzione) sperduti, malati o feriti, prima di restituirli alla natura in primavera, o permanente a quelli troppo deboli o disabili. L'impegno sul progetto è rappresentato dalla fornitura biennale di crocchette per l'alimentazione dei ricci presenti presso **La Ninna**.



FORNITURA CROCCHETTE 2021 *circa 3.000 Kg/400 ricci*

- Il sostegno al **PROGETTO CANE DA GUARDIANIA**, promosso dall'**Ente Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna** e finalizzato alla mitigazione del conflitto tra gli allevatori che operano nell'area protetta delle Foreste Casentinesi e il lupo. La Fondazione Capellino supporta l'Ente Parco attraverso la fornitura gratuita di crocchette Almo Nature, assicurando una razione giornaliera a ciascuno dei cani da guardiania coinvolti nel progetto.



FORNITURA PASTI DAL 2017

oltre 15.000 kg

- La produzione di **HABITAT: LA GEOGRAFIA DEGLI ALTRI**, un documentario di ricerca scientifica realizzato da **Lorenzo Colantoni e Marco Barretta** che rilegge l'Europa attraverso i suoi habitat naturali, senza i confini della geografia politica e oltre la geografia fisica in 6 tappe da Sud a Nord - dalla Calabria alla Lapponia - per mettere in luce la situazione emergenziale del degrado degli habitat in Europa, e l'urgenza ad intervenire

IMPEGNO ECONOMICO

circa 55.000 €

- Il sostegno alla produzione del cortometraggio del fotografo naturalista **Paolo Rossi SOPRAVVISSUTI ALL'HOMO SAPIENS** che racconta la vita degli animali selvatici che hanno resistito fino ad oggi alla selvaggia antropizzazione del territorio tra le montagne dell'**Appennino Ligure e Piemontese**.

IMPEGNO ECONOMICO

circa 5.000 €

- Il sostegno a **CIRCUITO CINEMA E CIRCUITO CINEMA SCUOLE**, per contribuire a diffondere l'importanza delle nostre scelte quotidiane in relazione alla biodiversità in particolare nei confronti delle nuove generazioni.

DURATA COLLABORAZIONE

4 anni

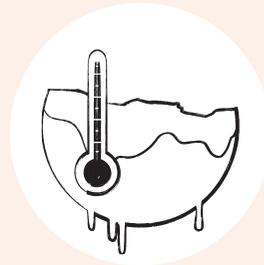
IMPEGNO ECONOMICO

circa 30.000 €

2

APPROFONDIMENTO

Cambiamento climatico e riscaldamento globale



L'impegno operativo della Fondazione Capellino nel 2021 per quanto riguarda questo ambito si è concentrato su:

- La ricerca attiva di partnership con amministrazioni pubbliche locali interessate al tema della **FORESTAZIONE URBANA** e della biodiversità in città in **Italia, Spagna, Francia, Germania, Belgio, Olanda** per contenere l'aumento della temperatura al di sotto della soglia di 2° Celsius, come stabilito dall'Accordo di Parigi e più recentemente anche dalla Conferenza delle Nazioni Unite sui Cambiamenti Climatici del 2021 (Cop26).
- Il primo progetto concreto **"ALBERI A ROMA"**, formalmente avviato ad inizio 2022 – nasce in collaborazione con **l'Associazione di Tutela Ambientale "Daje de Alberi"**, con il **Dipartimento Tutela Ambientale di Roma Capitale** e con il coordinamento scientifico del **professor Francesco Ferrini**, docente di Arboricoltura all'Università di Firenze.



IMPEGNO ECONOMICO

circa **50.000 €**

San Salvatore Monferrato

3

APPROFONDIMENTO

Agricoltura rigenerativa

L'ambito Agricoltura Rigenerativa si realizza attraverso il progetto sperimentale **REGENERATING VILLA FORTUNA** la cui realizzazione concreta è demandata a una società ad hoc, **RVF Società Agricola Sperimentale srl**, al 100% di proprietà della Fondazione. Il progetto si sviluppa nel Comune di San Salvatore Monferrato in provincia di Alessandria.

DURATA COLLABORAZIONE

10 anni

SUPERFICIE

22 ettari

IMPEGNO ECONOMICO

3.000.000 €



1. Produzione agricola con certificazione biologica
2. Sperimentazione e studi di modelli innovativi e replicabili
3. Rigenerazione ambientale e salvaguardia della biodiversità



Nel corso del 2021 il progetto Regenerating Villa Fortuna ha sviluppato:

- Agroforesta successionale di 3,5 ettari (di cui 1 produttivo), con focus nella produzione di frutta (melo, pero, ciliegio, melograno, susino e nocciolo) : 380 alberi da frutta in consociazioni con 750 alberi forestali. La progettazione e il monitoraggio sono stati realizzati in collaborazione con l'Università Statale di Milano.
- Vigneto di 1,6 ettari con sistemi arborei lineari e consociazioni sperimentali, suddiviso in due varietà di uva da bacca rossa, la slarina e la freisa. Il progetto è stato sviluppato in collaborazione con l'agronomo Maurizio Gily e prevede la sperimentazione sia della fase di impianto che di gestione di una difesa "ecologicamente intelligente" della vigna.
- "Fasce tamponi" a corridoi ecologico con la piantumazione di 1500 piante tra alberi e arbusti forestali, in collaborazione con il Parco Naturale del Po piemontese.
- Rinaturalizzazione dei boschi abbandonati, circa 8 ettari, in collaborazione con il Parco Naturale del Po piemontese e con l'obiettivo di apportare miglioramento ambientale, paesaggistico e di valore ecologico.

4

APPROFONDIMENTO

Impatto delle attività umane sulla biodiversità



Per quanto riguarda la misurazione degli impatti delle attività umane sulla biodiversità, il 2021 ha visto Fondazione Capellino aderire al network internazionale **Business4Biodiversity (B4B+)** promosso dal centro di ricerca francese **CDC Biodiversité**.



L'obiettivo del network è quello di elaborare e diffondere metriche sempre più sofisticate per la **MISURAZIONE DEGLI IMPATTI DELLE IMPRESE SULLA BIODIVERSITÀ**, a partire dal modello **GBS – Global Biodiversity Score**, elaborato da CDC nel 2015 e in costante affinamento.



Fondazione Capellino partecipa in particolare al Gruppo di Lavoro dedicato alla **MISURAZIONE DEGLI IMPATTI DELLA FILIERA**, supportando il progetto di Almo Nature per la misurazione degli impatti dei fornitori **core**.

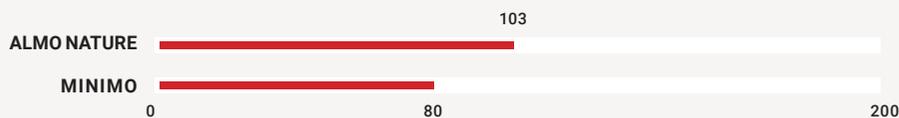
VALUTAZIONE DI IMPATTO *for benefit*



punteggio generale

Per rispondere agli obblighi di legge e rendicontare l'impatto generato, Almo Nature Benefit SpA ha scelto di utilizzare lo **standard di terza parte B Impact Assessment che rispetta quanto definito nell'articolo 1, comma 378 Allegato 5 del Decreto Legge 1882 del 17 Aprile 2015 sulle Società Benefit**, ottenendo un punteggio generale pari a 103,1 ben oltre gli 80 punti richiesti per essere considerata un'azienda eccellente che crea e non distrugge valore per la società.

PUNTEGGIO
BENEFIT IMPACT
ASSESSMENT **103.1**



GOVERNANCE **27** DOMANDE **16.7** PUNTEGGIO

Analizza la missione generale dell'azienda, il suo approccio etico, la responsabilità, la trasparenza verso l'interno e verso l'esterno, l'integrazione degli aspetti sociali e ambientali nel processo decisionale.

L'innovatività del modello di **governance** è un aspetto essenziale e caratterizzante di Almo Nature Benefit SpA: la donazione dell'Azienda alla Fondazione Capellino e la trasformazione in Società Benefit rappresentano due pilastri fondamentali nel percorso trasformativo aziendale. In Almo Nature si lavora ogni giorno non per l'interesse di pochi ma per una finalità generale, la Reintegration Economy: questo è il nostro tratto identitario, distintivo rispetto ai competitor. L'azienda è impegnata su questi aspetti grazie ad un commitment forte e chiaro, che parte dai vertici e viene condiviso a cascata attraverso il management con tutta la struttura.

LAVORATORI **43** DOMANDE **21.8** PUNTEGGIO

Misura l'impegno aziendale nel garantire il benessere finanziario, fisico, professionale e sociale dei propri lavoratori. Anche su questo aspetto l'impegno di Almo Nature Benefit SpA è cristallino: oltre il 90% dei lavoratori sono assunti a tempo indeterminato e l'utilizzo delle collaborazioni è limitato agli ambiti professionali.

COMUNITÀ **55** DOMANDE **46.5** PUNTEGGIO

Misura l'impegno positivo dell'azienda per il benessere economico e sociale della comunità in cui questa opera. L'azienda è di proprietà di Fondazione Capellino e come già detto rappresenta un modello unico al mondo di relazione tra azienda, shareholder e comunità: il punteggio elevato in questa area di assessment ne riconosce l'unicità e il valore.

AMBIENTE **53** DOMANDE **14.5** PUNTEGGIO

Misura l'impegno generale aziendale per la tutela ambientale. L'impatto diretto dell'azienda è oggi del tutto limitato se analizzato in termini di perimetro legale di azienda commerciale, ma assume caratteristiche ben più rilevanti se applicato alla relazione con la catena della fornitura. E in questa direzione va l'impegno aziendale per i prossimi cinque anni, avviato nel 2021 attraverso una prima fase di indagine in collaborazione con i fornitori core di prodotto per misurare gli impatti sulla biodiversità della filiera.

CLIENTI **8** DOMANDE **3.6** PUNTEGGIO

Analizza lo stile della relazione aziendale con i clienti, in particolare rispetto ai temi di impegno socio-ambientale: l'attenzione assoluta alla qualità del prodotto anche attraverso controlli sistematici sull'operato della propria catena di fornitura, la trasparenza nella relazione e l'ascolto attento delle richieste ed eventuali osservazioni dei clienti sono tratti distintivi di Almo Nature fin dalla sua fondazione.

In aggiunta ai percorsi già attivi, che confermiamo, abbiamo definito alcune traiettorie di ulteriore impegno **per i prossimi cinque anni:**

- potenziare l'attività di **RICERCA E SVILUPPO MIRATA SUGLI INGREDIENTI** utilizzati per realizzare i nostri prodotti per innovare radicalmente i prodotti entro il 2025 con l'obiettivo di ridurre il loro impatto sulla biodiversità.

OBIETTIVO **2025**

- costruire un percorso di analisi, **disclosure** e rendicontazione che consenta di arrivare al 2023 a misurare scientificamente l'impatto aziendale sulla biodiversità lungo tutta la catena del valore (**SCOPE 1,2 E 3**), utilizzando le metriche e gli indicatori proposti dallo standard **GBS (GLOBAL BIODIVERSITY SCORE) DI CDC BIODIVERSITÉ.**



OBIETTIVO **2023**

Sono obiettivi di massima, in continuo divenire, proprio come il nostro modello della Reintegration Economy che vive nel presente, provando con tenacia e determinazione a fare ogni giorno un passo avanti; con la consapevolezza che non esistono certezze assolute definibili a priori, mentre esiste la tensione a fare la differenza nella direzione intrapresa.

È un viaggio sperimentale alla ricerca di soluzioni, che porterà successi ed errori proporzionali alle capacità dell'ecosistema di esprimere al massimo le proprie potenzialità

PROSPETTIVE
FUTURE

concept grafico

Abbiamo scelto di utilizzare un segno grafico incisivo, pragmatico, capace di coinvolgere anche l'osservatore più distratto. Vuole essere una metafora del nostro modo di agire sul mercato e nel mondo: sovvertire l'ordine delle cose a partire dalla pratica, ma con una importante componente concettuale.

Per questo è il gatto che contiene la tigre, il cane che protegge il lupo, non sono solo disegni o modi di dire, ma il nostro modo di fare. Il segno grafico è abbozzato, perché anche il nostro percorso non è totalmente definito, non percorre tracce sicure e confortevoli su cui tanti sono già passati, ma ispira, apre la strada in modo deciso a chi vuole unirsi, in crescendo, nel cammino.

PROGETTO GRAFICO



ILLUSTRAZIONI



STAMPA



finito di stampare: giugno 2022

Per qualsiasi richiesta di approfondimento relativo ai contenuti trattati
o per avviare un dialogo con noi è possibile scrivere
all'indirizzo mail isabella.cristina@fondazionecapellino.org



almonature.com

