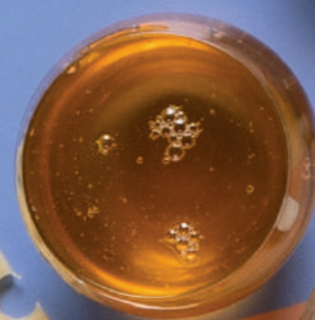


Business Review 2024









Struttura societaria



67,6% 

100% 

100% 

100% 

100% 



100% 

51% 

50% 

100% 





Corticella



DAL 1965
Napolina



MI
NU
TO



Granfetta



Farrow's



Crostino
dorato



DELVERDE



Branston è un marchio registrato di Mizkan Euro Ltd., utilizzato da noi su licenza. Batchelors è un marchio registrato di Premier Foods Group Ltd., utilizzato da noi su licenza.

SOMMARIO

Informazioni corporate e dati finanziari

9

- La nostra storia 12
- Un nuovo capitolo per il Gruppo. Nasce NewPrinces 14
- Il nostro Gruppo in breve 16
- I nostri stakeholder 20
- La nostra performance finanziaria 24
- I nostri target finanziari al 2030 29

Novità commerciali, di prodotti e di produzione

31

- Pasta Napolina: produzione interna e focus sull'innovazione grazie alle sinergie post-acquisizione 37
- Partnership vincenti 38
- Novità in casa Delverde 40

Il nostro impegno per una crescita responsabile

43

- I nostri consumatori 44
- Il nostro pianeta 45
- La nostra azione climatica 46
- Il nostro impegno per tutelare le risorse 48
- Le nostre persone 50
- La nostra comunità 52
- Le nostre filiere: coltiviamo etica e rispetto 54
- La nostra governance 56



01



La nostra
identità
e i valori che
ci guidano



Informazioni corporate e dati finanziari

Siamo un Gruppo italiano con una presenza internazionale nel settore **food & beverage**. Operiamo in **Italia, Regno Unito, Germania, Francia, Polonia, Paesi Bassi e Mauritius**, offrendo ogni giorno prodotti di qualità e dal gusto autentico.

Con **31 stabilimenti produttivi all'avanguardia, siamo leader in 10 diverse categorie**: dalla pasta ai legumi, dalle conserve alimentari a prodotti ittici e pomodoro in scatola, fino a bevande analcoliche,

succhi di frutta, prodotti da forno, latte e derivati, piatti pronti e alimenti per bisogni nutrizionali specifici.

Dal 2019 siamo quotati nel segmento **STAR** di Borsa Italiana, a conferma del nostro impegno verso trasparenza, solidità e sviluppo responsabile.

In NewPrinces crediamo che **fare la scelta giusta sia gratificante**.

Per questo, ogni giorno selezioniamo con cura prodotti autentici, di

alta qualità e accessibili, provenienti da tutto il mondo, per arricchire le dispense delle famiglie con gusto, fiducia e semplicità.

La nostra visione è quella di **unire le persone attorno al piacere della buona tavola**, offrendo **scelte alimentari di alta qualità, buone, accessibili** e pensate con uno sguardo al futuro.

I nostri valori sono al centro di ogni scelta strategica



Il Cliente al primo posto, sempre

Mettiamo i consumatori al centro: offriamo **prodotti sicuri**, di **alta qualità** e **innovativi**, posizionandoci come partner affidabile per favorire la crescita dei nostri clienti insieme a noi.



Guidare con integrità e trasparenza

Agiamo con **apertura, onestà e responsabilità** per consolidare la fiducia di dipendenti, clienti, investitori e partner.



Investire con saggezza, crescere con coraggio

Abbiamo una **visione strategica chiara** e una leadership solida, che guidano investimenti mirati e favoriscono una **crescita sostenibile nel tempo**.



Agire con cura e lungimiranza

Agiamo **responsabilmente** per ridurre al minimo il nostro impatto sul pianeta e sulle future generazioni.



Dare il meglio, con orgoglio

Costruiamo una **cultura orientata all'eccellenza**, in cui le persone si riconoscono in **valori condivisi**, si sentono parte di una comunità e collaborano per il raggiungimento di obiettivi comuni.

Il nostro operato è guidato da sei pilastri strategici



Potenziare

il nostro vantaggio competitivo



Rafforzare

il nostro valore commerciale



Valorizzare

il nostro know-how commerciale



Agire

con responsabilità ed etica



Promuovere

una cultura vincente



Ottimizzare

le sinergie di gruppo

La nostra
Purpose

Fare la scelta giusta non è mai stato così buono

La nostra
Vision

Crediamo nel potere del buon cibo di unire le persone, offrendo prodotti di qualità accessibili a tutti

La nostra
Mission

Scopriamo e selezioniamo con cura i sapori autentici del mondo, per arricchire ogni dispensa con gusto e qualità



2005

Il marchio **Pezzullo**, assieme al pastificio e al molino di Eboli (SA), si uniscono al Gruppo.



2008

Si aggiunge lo **stabilimento di Sansepolcro** (AR) che ci ha permesso di avviare la produzione e la commercializzazione in licenza a marchio "Buitoni" di **pasta** e **prodotti da forno**. Nello stesso anno, acquistiamo un'altra realtà: la **Newlat S.p.A.**, con sede a Reggio Emilia e attiva nel settore lattiero-caseario che porta con sé i marchi **Giglio, Polenghi, Torre in Pietra** e **Fior di Salento**.



2013

Ci affacciamo sul mercato europeo grazie all'acquisto della sede tedesca di **Mannheim**, specializzata nella produzione e nella vendita di pasta a marchio **Birkel** e **3Glocken**



2015

L'integrazione dello stabilimento di Ozzano Taro (PR) ci permette di entrare nel settore del **baby food**, dei **prodotti aproteici e senza glutine**.

2004

Iniziamo la nostra storia con l'acquisizione dello stabilimento di **pasta Guacci** da parte della famiglia Mastrolia.



2006

Acquistiamo il marchio **Corticella** e i relativi stabilimenti di Bologna e Corte de' Frati (CR), operanti nel settore della pasta.



2009

Ci espandiamo ulteriormente nel mondo dei prodotti lattiero-caseari tramite l'acquisizione dei marchi **Ala** e **Optimus** e dello stabilimento di Lodi.



2014

Acquistiamo la società **Centrale del Latte di Salerno S.p.A.**, attiva nella produzione e vendita di prodotti lattiero-caseari e del relativo marchio.





2019

Si aggiunge la società Industrie Alimentari **Delverde S.p.A.**, con sede a Fara San Martino (CH), proprietaria del marchio Delverde e attiva nel mercato della pasta. Nello stesso anno, accediamo al mercato dei capitali attraverso il **collocamento di strumenti azionari** per la negoziazione sul **segmento STAR del Mercato Telematico Azionario (MTA)**, organizzato e gestito da Borsa Italiana.



2021

Sbarchiamo nel Regno Unito con l'**acquisto del Gruppo inglese Symington's**, realtà operante nelle tre sedi di **Leeds, Bradford e Consett** e attiva principalmente nella produzione e nella vendita di *instant food* e *ready meal*, con un ampio portfolio di brand.



La nostra storia

2025

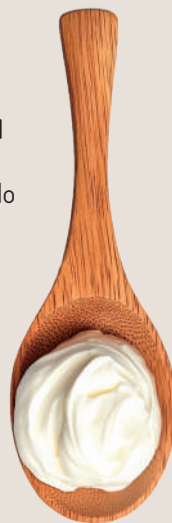
Nasce ufficialmente il Gruppo NewPrinces, punto d'incontro tra storie, competenze e visioni complementari. Un nuovo inizio che guarda al futuro con ambizione.

2023

Intraprendiamo **significativi investimenti industriali**, investendo oltre € 25 milioni per migliorare l'efficienza a medio termine.

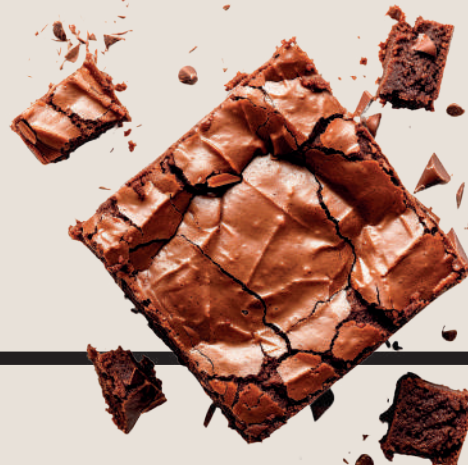
2020

Acquisiamo la società **Centrale del Latte d'Italia S.p.A.**, con i relativi stabilimenti di Torino, Vicenza, Rapallo e Firenze, anch'essa quotata sulla Borsa di Milano.



2022

Consolidiamo la nostra presenza in Francia e nel segmento dei preparati per dolci e delle miscele da forno grazie all'acquisizione della società francese **EM Foods** con sede a Ludres.



2024

Acquisiamo il **Gruppo Princes**, storico protagonista dell'industria alimentare britannica, da Mitsubishi Corporation. **L'operazione consolida la nostra presenza nei mercati europei e del Regno Unito** e amplia il portfolio di categorie e brand.



Un nuovo capitolo per il Gruppo.

Nel luglio 2024 il nostro Gruppo ha completato l'acquisizione di **Princes Limited**, realtà storica dell'industria alimentare britannica, fondata nel 1880 e oggi tra i principali operatori del settore nel Regno Unito e in Europa.

Questa operazione strategica ha segnato un'evoluzione significativa nel profilo industriale e finanziario del Gruppo, ampliando il perimetro in modo coerente con gli **obiettivi di crescita e diversificazione**. L'integrazione di Princes ha infatti permesso l'ingresso in nuove

categorie - tra cui **conservas, legumi, prodotti ittici, bevande e oli vegetali** - e il consolidamento della nostra presenza internazionale, in particolare nel Regno Unito, Paesi Bassi, Austria e Polonia.

Alla luce di questa integrazione, **nasce il Gruppo NewPrinces**, espressione dell'unione tra due realtà complementari: da un lato Newlat Food, con la sua solida tradizione industriale, la capacità di innovare e una presenza consolidata in Europa; dall'altro Princes, sinonimo di qualità, competenza e visione internazionale.

L'obiettivo è **costruire una cultura aziendale condivisa, rafforzare il coordinamento operativo e valorizzare appieno le sinergie tra le diverse aree del Gruppo**, in un'ottica di crescita sostenibile e di lungo termine.

NewPrinces nasce quindi come un Gruppo internazionale con solide basi industriali, una cultura d'impresa orientata all'innovazione e una visione di lungo termine, fondata su responsabilità e creazione di valore per tutti gli stakeholder.



Nasce **New**Princes



Il nostro Gruppo in breve

Le nostre categorie
produttive

2,8mld di €
di ricavi
nel 2024

>8.000
collaboratori

>30
marchi
principali



Pasta



Milk Products



Bakery
Products



Dairy
Products



Special
Products



Instant
noodles



Foods



Drinks



Fish



Italian Products



Oli

4
Mercati
principali

>60
Paesi dove
esportiamo

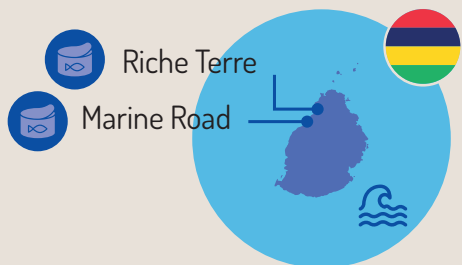
Mercati export principali
Spagna, Polonia, Penisola
Scandinava, Paesi Bassi,
Francia, Austria, Belgio, Irlanda.

>30.000
Clienti
tra i più importanti rivenditori
d'Europa

31
Stabilimenti
nel Mondo situati in Italia,
Regno Unito, Mauritius,
Francia, Germania e Polonia
e una sede nei Paesi Bassi

31 stabilimenti produttivi in Europa

-  Pasta
-  Prodotti da forno
-  Latte e latticini
-  Bevande e succhi
-  Piatti pronti
-  Oli
-  Tonno e prodotti ittici
-  Molino
-  Conserve di pomodoro e legumi
-  Preparati per dolci e lieviti
-  Prodotti speciali, tra cui baby food, senza glutine, aproteici, ecc.
-  Instant food
-  Sede commerciale/amministrativa



**Il nostro
mercato
principale
per fatturato
è il Regno Unito**

Highlights aree geografiche



14

Stabilimenti in
Italia



11

Stabilimenti in
**Regno
Unito**



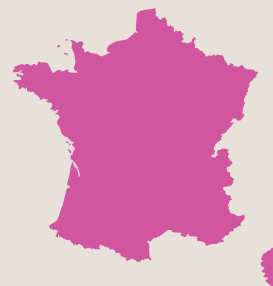
1

Stabilimento in
Germania



1

Sede commerciale nei
**Paesi
Bassi**



1

Stabilimento in
Francia



1

Stabilimento in
Polonia



2

Stabilimenti in
Mauritius



Affrontiamo le sfide ambientali, sociali e di governance con una **visione integrata**, consapevoli del ruolo che ricopriamo lungo tutta la catena del valore. Dal **rispetto per il pianeta** alla **gestione responsabile delle risorse**, dalla **qualità dei prodotti** alla **solidità dei processi decisionali**, perseguiamo un modello di crescita fon-

dato su **responsabilità e trasparenza**.

Un impegno che nasce dalla volontà di soddisfare le aspettative dei nostri stakeholder e di consolidare con loro un rapporto di fiducia duraturo.

I nostri stakeholder



Consumatori

Sono **al centro di tutto ciò che facciamo**. Il nostro impegno è volto a tutelarne la salute, la sicurezza e ad assicurarne la piena soddisfazione.



Clienti

Comprendono sia i **retailer**, la **grande distribuzione organizzata** ma anche i canali di vendita tradizionale. Lavoriamo per offrire prodotti di qualità e sicuri, monitorando ogni fase della filiera.



Ambiente ed ecosistemi

Ci impegniamo a **tutelare l'ambiente** attraverso pratiche di approvvigionamento responsabile, riduzione delle emissioni e gestione consapevole delle risorse.



Agricoltori e produttori

Costituiscono un pilastro fondamentale per la **qualità** e la **sostenibilità** delle **materie prime** che utilizziamo. Coltiviamo con loro relazioni di fiducia e collaborazione.



Governo e istituzioni

Manteniamo un dialogo aperto per rappresentare le nostre priorità e contribuire alla definizione di **politiche responsabili e sostenibili**.



Istituti di credito

Condividiamo relazioni improntate alla trasparenza, volte a **creare fiducia** e a sviluppare **opportunità di finanziamento sostenibile**.



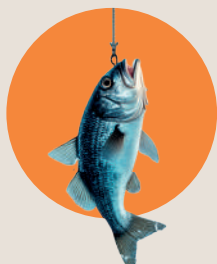
Comunità locali

Sosteniamo attivamente le comunità in cui operiamo attraverso **iniziative sociali** e collaborazioni con **enti del territorio**.



Enti di certificazione

Collaborano con noi per **garantire** che le nostre attività rispettino le **normative** vigenti e siano allineate alle *best practice* del settore.



ONG

Collaboriamo su tematiche legate alla **sostenibilità**, alla **tutela dei diritti umani** e alla promozione di una **pesca responsabile**.



Dipendenti

Crediamo nel valore delle **nostre persone**, promuovendo il loro benessere e offrendo percorsi di crescita, ascolto e valorizzazione.



Azionisti e investitori

Costruiamo con loro un rapporto basato sulla **trasparenza** e sul **dialogo**, condividendo risultati, strategie e visione futura.



Fornitori

Collaboriamo per **rendere la nostra supply chain sempre più responsabile e sostenibile**, promuovendo criteri chiari e condivisi.



Sindacati

Favoriamo il **dialogo continuo** su tematiche legate al lavoro, alle relazioni industriali e ai diritti fondamentali dei lavoratori.



Associazioni di categoria

Partecipiamo attivamente al confronto su normative e buone pratiche, contribuendo all'**evoluzione positiva del settore**.



Università e istituzioni accademiche

Sviluppiamo progetti comuni di **ricerca** e **innovazione**, con particolare attenzione ai temi dell'agroalimentare e della sostenibilità.

Lettera agli stakeholder

Cari stakeholder, il 2024 ha segnato per il nostro Gruppo un anno di trasformazione profonda, in cui **visione strategica, solidità finanziaria e capacità di esecuzione** si sono intrecciate per dare vita a un nuovo capitolo della nostra storia. Un anno in cui non ci siamo limitati a consolidare quanto costruito in passato, ma abbiamo gettato le basi per un futuro ancora più ambizioso.

Il momento più significativo di quest'anno è stato il completamento, a fine luglio 2024, dell'**acquisizione di Princes**: una realtà con una lunga storia, un portafoglio ampio e ben posizionato e una forte presenza nel Regno Unito. Questa operazione ci ha trasformati in un **gruppo autenticamente internazionale**, con oltre il 50% del nostro fatturato oggi generato proprio nel mercato UK. È un passaggio strategico che ci proietta su una scala completamente nuova, permettendoci di valorizzare pienamente le sinergie industriali e commerciali e di affrontare con forza e ambizione le nuove sfide del settore.

Proprio per segnare in modo simbolico e concreto l'inizio di questa nuova fase, il nostro Gruppo ha assunto il **nuovo nome di NewPrinces Group**. Un'identità che sintetizza l'unione di due realtà forti, radicate, complementari, che condividono valori, visione e ambizione. Il nuovo nome rappresenta il nostro

futuro: integrato, solido, internazionale, e soprattutto orientato alla creazione di valore duraturo per tutti gli stakeholder.

Durante quest'ultimo anno, abbiamo dimostrato di saper generare valore anche in un contesto macroeconomico complesso, raggiungendo un fatturato combined di 2,8 mld di Euro, frutto di un modello industriale resiliente, di una governance efficace e di una visione strategica chiara. L'integrazione con Princes procede con grande efficacia e già oggi vediamo emergere i primi risultati tangibili. Le prime sinergie stanno già portando effetti positivi sull'EBITDA, grazie all'ottimizzazione della supply chain, alla centralizzazione degli acquisti, al miglior utilizzo degli asset produttivi e al cross selling tra mercati. Le nostre infrastrutture industriali, moderne e scalabili, stanno diventando la piattaforma ideale per lo sviluppo di nuove referenze, per l'ampliamento dei formati e per la penetrazione di nuove categorie.

Il 2024 ha confermato anche la **straordinaria capacità del Gruppo di generare cassa**, con oltre 197 mln di Euro di Free Cash Flow, che ci hanno consentito di ridurre la Posizione Finanziaria Netta di oltre 90 mln di Euro. L'emissione del nuovo bond a febbraio 2025 ci permetterà di ridurre sensibilmente il costo medio del debito, con un impatto positivo sulla redditività e sulla nostra capacità di investimento nei prossimi anni.

Sul fronte del business, il Regno Unito rappresenta oggi un driver fondamentale della nostra strategia, con oltre 110 mln di sterline di vendite nette potenziali identificate attraverso leve prioritarie di crescita: dal rafforzamento nel mondo "*Italian*" all'ampliamento delle categorie ad alto valore aggiunto come **dairy, baby food e clean & functional**, fino all'ingresso in nuove aree come il **chilled italiano** e il **pet food**. Un piano concreto, scalabile, e realizzabile senza significativi investimenti di capitale.

Allo stesso tempo, continuiamo a puntare con convinzione sullo sviluppo nei nostri mercati storici. In Germania, stiamo lavorando a un piano di espansione ambizioso per il 2025, con focus sulle categorie strategiche del pomodoro e del tonno, in cui vediamo un potenziale ancora largamente inespresso. Anche in Italia, siamo pronti a lanciare nuove referenze su queste stesse linee e ad arricchire ulteriormente la nostra offerta, rafforzando la presenza in scaffale

con prodotti autentici, convenienti e capaci di interpretare i nuovi trend di consumo.

Ma il valore che stiamo creando va ben oltre i numeri. Stiamo costruendo un gruppo che ha **al centro le persone, il pianeta e la passione per il cibo di qualità**. Il nostro percorso è guidato da una purpose chiara: fare le **scelte giuste** per un'alimentazione migliore, accessibile, sostenibile. La nostra vision è quella di unire le persone nel piacere di condividere cibo e bevande di qualità e la nostra missione è continuare a produrre, con orgoglio e integrità, prodotti autentici e accessibili per milioni di famiglie in tutto il mondo.

Guardando al 2030, abbiamo tracciato una **traiettoria ambiziosa ma realistica**. Prevediamo di raggiungere 3,3 mld di Euro di ricavi organici, spinti da innovazione di prodotto, crescita del brand e maggiore durata dei contratti di private label. L'EBITDA adjusted è atteso a 320 mln, con un miglioramento dei margini sostenuto dalle sinergie, dall'efficienza operativa e da una struttura di costi sempre più razionale. Puntiamo a una posizione di cassa netta positiva già nel 2027, con oltre un miliardo di Euro di disponibilità entro il 2030. Sono traguardi sfidanti, ma alla nostra portata.

Tutto questo è possibile perché abbiamo un capitale umano straordinario. **Le nostre persone sono il cuore pulsante del Gruppo: competenti, appassionate, determinate**. E grazie a loro se oggi possiamo dire con forza che siamo pronti. Pronti a crescere, a innovare, a conquistare nuovi spazi. Pronti a scrivere, insieme, il futuro del Gruppo NewPrinces.

Grazie a ciascuno di voi per la fiducia, la collaborazione e il supporto con cui ci accompagnate in questo percorso.

Con stima e gratitudine,

Angelo Mastrolia

Presidente del Consiglio di Amministrazione NewPrinces S.p.A.



La nostra performance finanziaria

Negli ultimi cinque anni, il Gruppo NewPrinces ha registrato **una crescita straordinaria**, superando ampiamente l'obiettivo iniziale di un miliardo di euro di fatturato. Dal 2019, anno della nostra quotazione in Borsa, abbiamo costruito le basi per un'**espansione solida**, culminata nel 2024 con l'**integrazione di Princes Limited**. Grazie a una **combinazione di crescita organica e acquisizioni mira-**

te, i ricavi consolidati hanno raggiunto i **2,8 mld di Euro**. Questo traguardo conferma la solidità del nostro modello di business e la nostra capacità di generare valore in un contesto economico complesso, **rafforzando la nostra posizione di leadership nel settore alimentare**.

Highlights 2024

dati al 31 dicembre 2024

2,8 mld €

Fatturato

consolidato

177,6 mln €

EBITDA

normalizzato

194,5 mln €

EBIT

(+10,1% rispetto al 2023)

Risultato netto

142,3 mln €

(+5,3% rispetto al 2023)

246,2 mln €

**Indebitamento
Finanziario Netto**

(escl. IFRS 16)

(in netto miglioramento rispetto ai
332,7 mln € al 30 settembre 2024)

Ricavi per area geografica

225 mln €

Underlying

Free Cash Flow

35,9%

ROE proforma

(vs. **25,6%** nel 2023)

Rapporto Net Debt/EBITDA

(incl. IFRS 16)

1,95x ben al di sotto dell'obiettivo di <2,5x comunicato al 30 settembre 2024

3,6 €

Earnings per share

(vs. **€ 0,33** nel 2023)

184 mln €

Net Working Capital

7%

ROS proforma

(vs. **6,4%** nel 2023)

20,5%

ROI proforma

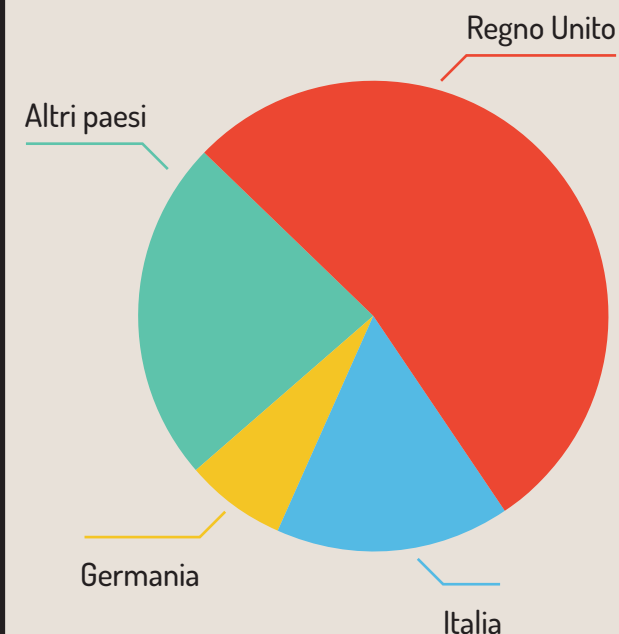
(vs. **13,1%** nel 2023)

24

giorni medi di Capitale Circolante

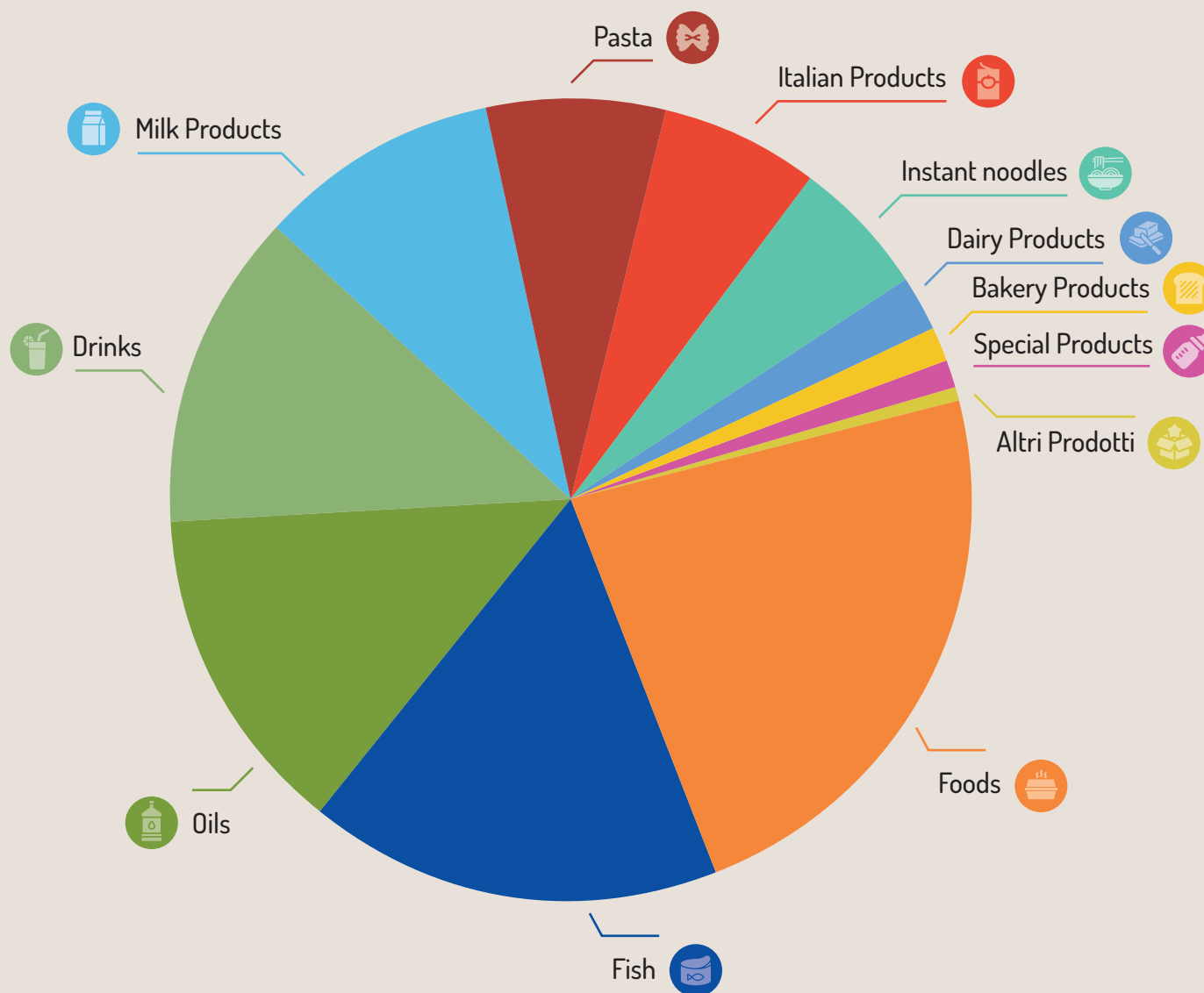
(sulla base del fatturato proforma)

Paese	% del fatturato
Regno Unito	53,6%
Italia	15,9%
Germania	7%
Altri paesi	23,5%



Ricavi per categoria

Categoria	% del fatturato
Pasta	7%
Milk Products	9,9%
Bakery Products	1,6%
Dairy Products	2,2%
Special Products	0,9%
Instant noodles	5,5%
Foods	23,2%
Drinks	12,8%
Fish	16,8%
Italian Products	6,5%
Oils	13,2%
Altri Prodotti	0,5%



Performance delle nostre categorie nel 2024



Prodotti ittici

+9%
rispetto al 2023



Latte e derivati

+5,9%
rispetto al 2023



Dairy

+5,2%
rispetto al 2023



Bevande

+5%
rispetto al 2023

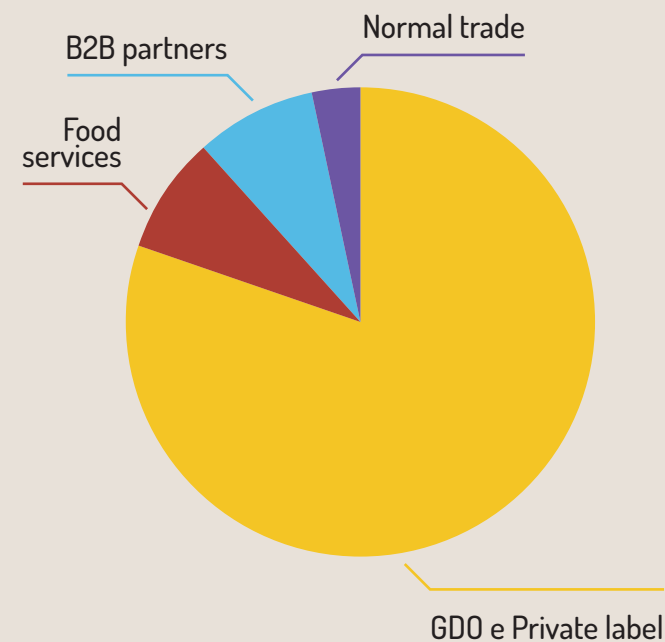


Italian products

+2,4%
rispetto al 2023

Ricavi per canale di distribuzione

Canale di distribuzione	% del fatturato
GDO e Private label	80,3%
B2B partners	8,2%
Normal trade	3,3%
Food services	8,2%



I nostri target finanziari al 2030

Crescita dei ricavi solida e sostenuta

3,3 mld €

Ricavi Consolidati Organici attesi

con un CAGR del 3% rispetto al 2024, grazie a tre driver strategici di crescita:

- Innovazione di prodotto
- Aumento della quota di vendite di prodotti a marchio
- Aumento della durata media dei contratti a marchio del distributore

5 mld €

Ricavi totali

includendo operazioni di crescita esterna

Miglioramento della Redditività

320 mln €

EBITDA normalizzato atteso

con un CAGR dell'8% e un miglioramento del margine fino al 10%, grazie a:

- Opportunità di sinergie derivanti dall'integrazione;
- Significativi saving negli approvvigionamenti;
- Leva operativa in crescita;
- Efficienze operative e razionalizzazione della struttura di Gruppo.

Generazione di Cassa solida

170 mln €

Free Cash Flow annuale previsto

Posizione finanziaria in miglioramento

oltre 1 mld € liquidità disponibile entro il 2030

Indebitamento finanziario netto/EBITDA sotto 1x già nel 2026, con posizione di cassa netta positiva attesa nel 2027.



02

Leadership di mercato: brand forti e partnership vincenti¹



¹ Fonte: *database esterni, dati aggiornati a febbraio 2025.*



Novità **commerciali**, di **prodotti** e di **produzione**

Occupiamo una **posizione competitiva di rilievo** per volumi nei principali mercati europei e del Regno Unito, sia attraverso i nostri marchi che come partner di riferimento per la private label.

Germania



1°
produttore di
pasta a marchio
tedesco

grazie ai brand **Birkel** e **3Glocken**



Birkel: 150 anni di qualità, tradizione e fiducia al servizio delle famiglie

Lo scorso settembre abbiamo celebrato un **traguardo storico per il nostro marchio: 150 anni di tradizione, qualità e impegno**. L'evento si è tenuto presso il nostro stabilimento di Mannheim, cuore operativo di Birkel, dove viene prodotta la pasta che da generazioni accompagna le tavole delle famiglie tedesche.

Una giornata speciale che ha coinvolto i colleghi della sede e le loro famiglie in un clima festoso, tra attività ricreative, momenti di condivisione e una piacevole area ristoro.

La storia di Birkel ha inizio nel 1874, quando Balthasar Birkel ideò la sua prima macchina per la pasta, ispirato dagli spätzle della moglie. Da allora, il marchio è diventato un punto di riferimento nel mercato tedesco, conquistando la fiducia di milioni di consumatori grazie a un'offerta che unisce tradizione e affidabilità.

Guardando al futuro, **continuiamo a investire in innovazione** e a rafforzare il nostro legame con i clienti, senza mai perdere l'autenticità che ci contraddistingue. Questo anniversario è anche un **momento di gratitudine** verso chi ha reso possibile questo percorso: i nostri collaboratori, i partner e i nostri consumatori che da 150 anni scelgono Birkel.



A destra, **Giuseppe Mastrolia** - Amministratore Delegato del Gruppo NewPrinces, al centro **Heinz Meister** - Direttore di Stabilimento della sede di Mannheim, a sinistra **Andreas Kempff** - Managing Director Industry, Innovation, Corporate Governance, Chamber of Commerce and Industry Rhine-Neckar





2°
posto nella
produzione
di pasta
a marchio italiano con **Delverde**

2°
player nel
mercato totale
della pasta in
Germania



Paesi Bassi



1°

player nella categoria
dei prodotti ittici

a marchio, con i brands **Princes** e **Statesman**

Austria



1°

nel mercato del tonno
in scatola

a marchio, con il brand **Vier Diamanten**



2°

player nella categoria
dei sostituti del pane

a marchio, con il brand **Crostino Dorato**

3°

posto nelle categorie
del latte fresco e nel
mascarpone

con una presenza di rilievo anche
in termini di **capacità produttiva**



Regno Unito

Prodotti a marchio:

Con i nostri marchi, occupiamo **posizioni di leadership in diverse categorie chiave:**



Con **Princes**

1°

posto nella carne
in scatola

2°

posto nelle
conserve
ittiche



² Branston è un marchio registrato di Mizkan Euro Ltd., utilizzato su licenza.

Con **Napolina**

1°

posto nella categoria
“*Italian*”

che include prodotti quali conserve
di **pomodoro, pasta e legumi**



Con **Batchelor's e
Farrow's**

1°

posto nella categoria
dei piselli in scatola



Branston² è il

2°

brand più
venduto di
baked beans

Con **Crisp'n Dry e
Napolina**

Siamo leader nel
segmento degli oli



Regno Unito

Siamo al **primo posto** come **partner** per la private label nelle seguenti categorie:



85%

Piselli in scatola



71%

Mix da forno



69%

Legumi in scatola



71%

Olio di semi



44%

Cous cous pronto



43%

Succhi di frutta a temperatura ambiente



39%

Olio di oliva



79%

Zuppe in scatola



59%

Fagioli in scatola



78%

Zuppe istantanee



89%

Piatti pronti in scatola



61%

Sciroppi e concentrati di frutta

“A quasi un anno di distanza, posso affermare con convinzione che questa acquisizione ha avuto un impatto davvero trasformativo. **Diventare parte di un portafoglio così ampio, diversificato e internazionale ci ha aperto nuove opportunità, che stiamo solo iniziando a esplorare.** È il nostro momento per dare una svolta al business e scrivere il prossimo capitolo della nostra storia.

È vero: i nostri team sono chiamati a pensare e a lavorare in modo diverso. Ma proprio questo approccio ci sta già permettendo di ampliare le nostre attività, migliorando al tempo stesso l'efficienza e trasformando in profondità il modo in cui portiamo la qualità dei nostri prodotti sulle tavole di tutto il mondo.

Ciò che entusiasma di più è la rapidità con cui abbiamo saputo allineare le nostre ambizioni strategiche: **Purpose, Mission e Vision si rafforzano a vicenda, generando una spinta che accelera ogni nostra iniziativa.** Abbiamo fissato priorità chiare, che non solo guidano le decisioni, ma orientano con precisione gli sforzi per raggiungere gli ambiziosi traguardi fissati per il 2030.

“Diventare parte di un portafoglio così ampio, diversificato e internazionale ci ha aperto nuove opportunità, che stiamo solo iniziando a esplorare.»

L'integrazione di Princes nel Gruppo NewPrinces non rappresenta soltanto una crescita: è l'occasione per liberare l'enorme potenziale di questa azienda e delle persone che ne fanno parte, grazie a responsabilità condivise, obiettivi comuni e una mentalità orientata allo sviluppo. Pochi mesi fa abbiamo dato inizio a un percorso speciale. Oggi siamo la dimostrazione concreta che il meglio deve ancora venire.”

Simon Harrison
Amministratore Delegato
di Princes Limited

Dati relativi ai volumi realizzati per prodotti private label, suddivisi per segmento.

Pasta Napolina

Produzione interna e focus sull'innovazione grazie alle sinergie post-acquisizione

A seguito dell'acquisizione di Princes Limited una delle prime sinergie attivate ha riguardato l'**internalizzazione della produzione di pasta a marchio Napolina**, commercializzata principalmente nel Regno Unito e precedentemente affidata a un produttore terzo.

In meno di tre mesi dalla chiusura dell'operazione, nell'autunno del 2024, è stata avviata la produzione dell'**intera gamma di pasta Napolina presso i nostri pastifici di Eboli (SA) e di Corte de' Frati (CR)**, sfruttando appieno le capacità produttive già disponibili e le nuove linee di confezionamento appositamente progettate e implementate per questa attività. Questo passaggio ha consentito di **ottimizzare l'utilizzo degli impianti**, garantendo al contempo un **maggior controllo diretto sulla qualità e sull'innovazione del prodotto**.

Grazie alle nuove tecnologie introdotte con l'internalizzazione e agli impianti già presenti, si aprono nuove prospettive di sviluppo per progetti R&D orientati al **lancio di nuovi formati e tipologie di pasta**, ampliando l'offerta, rafforzando il valore del brand e garantendo una risposta flessibile e tempestiva ai cambiamenti del mercato.

L'obiettivo è chiaro: **consolidare la posizione di Napolina** come primo marchio "Made in Italy" nel Regno Unito, attraverso una strategia integrata che combina ampliamento della gamma, attività di marketing e iniziative promozionali nei punti vendita volte a incrementare vendite e frequenza d'acquisto.



Partnership vincenti

Un iconico piatto britannico per una collaborazione di successo

Capri-Sun affida a Princes la produzione per Gran Bretagna e Irlanda

Tra le nostre partnership più significative figura quella con Mizkan Euro Ltd., proprietaria del marchio **Branston**, amatissimo nel Regno Unito anche, e soprattutto, per i suoi *baked beans*, i celebri fagioli in salsa di pomodoro, **una ricetta iconica della cucina inglese**.

Grazie a questa collaborazione, che ci consente di utilizzare il marchio sotto licenza, nelle sedi inglesi della nostra società Princes Ltd. produciamo non solo i *baked beans*, ma anche **pasti pronti in scatola come spaghetti e ravioli**, rendendo Branston un punto fermo nelle dispense delle famiglie britanniche.

La campagna **#5STARBEANS** (fagioli a 5 stelle), avviata nel settembre 2024 e rilanciata con nuove iniziative all'inizio del 2025, ha ulteriormente rafforzato la visibilità del brand grazie a una presenza capillare su più canali: online su piattaforme digitali e social, nei punti vendita e con pubblicità su strada, attraverso cartelloni e affissioni nelle principali città del Regno Unito.

Lo slogan "*Branston beans make other beans taste half baked*" strizza l'occhio al tipico humour britannico, suggerendo con ironia che, rispetto a Branston, gli altri fagioli sembrano "cotti a metà" ovvero, decisamente meno buoni.

Una partnership solida che rafforza la posizione di Branston e ci ha consentito di raggiungere il **secondo posto nel mercato dei baked beans a marchio nel Regno Unito**.

Una seconda collaborazione di valore, sviluppata nel corso del 2024, è quella con **Capri-Sun, marchio numero uno al mondo di bevande per bambini**. Questa partnership, del valore di 15 milioni di sterline, porterà alla produzione annuale di oltre **250 milioni di confezioni di succo in formato pouch a marchio Capri-Sun**, destinate ai mercati di Gran Bretagna e Irlanda.

Il progetto, realizzato in tempi record, ha previsto l'installazione di quattro nuove linee produttive, pienamente operative dalla primavera 2025, presso il nostro stabilimento di Bradford, il più grande sito produttivo di bevande del Gruppo. Un investimento rilevante, che ha generato 50 nuovi posti di lavoro, rafforzando anche il legame con il territorio.

L'inaugurazione ufficiale si è tenuta a maggio, con una cerimonia presso lo stabilimento, alla presenza dei rappresentanti di Capri-Sun e Princes, per celebrare un'intesa che guarda al futuro del *beverage* con una visione condivisa: **innovazione, qualità e sostenibilità**.

Tra le novità in produzione anche **referenze a zero zuccheri aggiunti** in gusti iconici e l'introduzione di **nuove soluzioni per il confezionamento**, tra cui *pouch* monomateriale a ridotte emissioni di CO₂ e **nuovi tappi progettati per ridurre il packaging**.

Un'alleanza che rafforza la nostra strategia di crescita nel settore beverage e ci conferma come partner d'eccellenza per l'industria.





Novità in casa Delverde

Lancio delle Sfoglie Crostino Dorato: uno snack sfizioso, leggero e al passo con i tempi

Per rispondere alla crescente richiesta di prodotti più salutari, pratici e ricchi di gusto, abbiamo recentemente lanciato le **Sfoglie Crostino Dorato**: cotte al forno e prive di olio di palma, rappresentano una fonte di proteine. La loro croccantezza le rende perfette sia come snack che come alternativa al pane, con un profilo nutrizionale in linea con le tendenze alimentari più attuali.

Le sfoglie sono proposte in tre varianti: **Classiche**, **Integrali** e con **Semi di Papavero, Lino e Sesamo**. Le ultime due rappresentano una novità assoluta sul mercato, offrendo un'opzione originale e distintiva per il consumatore. Il packaging, **riciclabile nella carta**, riflette il nostro impegno verso soluzioni sempre più responsabili.

Una nuova immagine per la linea forno

In parallelo, abbiamo **rinnovato il packaging delle linee Crostino Dorato e Granfetta**, adottando un design più moderno e immediato. Il restyling conferisce al brand un'identità più attuale, pur mantenendo coerenza con la sua storia. La nuova veste valorizza al meglio il prodotto, grazie a una **visualizzazione accattivante** e all'introduzione di pratici suggerimenti d'uso, pensati per ispirare e arricchire l'esperienza a tavola o durante una pausa.





03



Environmental,
Social and
Governance



Il nostro impegno per una crescita responsabile

I nostri consumatori

La fiducia dei nostri consumatori guida ogni decisione che prendiamo. Per questo la **qualità** e la **sicurezza alimentare** sono al centro del nostro lavoro, dalla selezione delle materie prime fino al prodotto finito. Seguiamo protocolli rigorosi e ci affidiamo a cer-

tificazioni riconosciute per garantire standard elevati. Puntiamo su un'informazione chiara e trasparente, nel rispetto delle normative e delle aspettative di chi ci sceglie. Allo stesso tempo, **investiamo in innovazione per offrire soluzioni alimentari sicure, buone e**

sempre più in linea con uno stile di vita sano e sostenibile. L'integrazione del Gruppo Princes ha ampliato la nostra offerta, rafforzando il legame con la dieta mediterranea e rispondendo a esigenze nutrizionali, etiche e culturali sempre più diversificate.

La nostra strategia per garantire **qualità** e **sicurezza** lungo la filiera



Selezione dei fornitori

Scegliamo **partner affidabili** attraverso processi strutturati di due diligence, basati su **valutazioni del rischio** e, quando necessario, anche su **audit mirati**, per garantire conformità normativa e qualità costante.



Controlli sulle materie prime in ingresso

Verifichiamo attentamente le materie prime al momento della ricezione per prevenire rischi e assicurare l'idoneità degli ingredienti sia alla normativa vigente che agli accordi contrattuali con fornitori e clienti.



Produzione sotto controllo costante

Applicando i **principi del Codex Alimentarius**, strutturiamo piani HACCP e svolgiamo **audit interni regolari per monitorare e gestire i rischi** lungo tutto il processo produttivo.



Verifica finale ed etichettatura corretta

Effettuiamo **controlli accurati sul prodotto finito** e sulle **etichette** per assicurare informazioni chiare, complete e conformi alle normative.



Tracciabilità e gestione delle non conformità

Grazie a sistemi robusti, **possiamo risalire rapidamente all'origine di ogni prodotto** e intervenire con tempestività in caso di anomalie.



Tecnologie per la sicurezza alimentare

Utilizziamo **scanner a raggi X, metal detector** e altri strumenti per rilevare eventuali corpi estranei e garantire la sicurezza dei prodotti.

Highlights

Ottenimento della certificazione sul sistema di gestione per la qualità

secondo lo standard **ISO 9001:2015** su tutte le sedi italiane del Gruppo

Presenza di team interni di R&S e di laboratori interni

accreditati secondo lo standard **ISO 17025:2018**

Ottenimento di certificazioni di carattere volontario

secondo standard internazionali, quali **BRCGS, IFS, FSSC22000 e Bio**

Il nostro pianeta

In qualità di realtà di riferimento nel settore agroalimentare, **sentiamo la responsabilità di guidare la transizione verso modelli produttivi più responsabili**. Il nostro impegno per la tutela dell'ambiente si fonda sulla consapevolezza che il sistema alimentare dipende, in modo diretto, dalla salute del pianeta. Investire in **pratiche responsabili** non è solo una scelta etica, ma una necessità strategica per garantire la continuità e la qualità della produzione alimentare.

Per questo adottiamo un **approccio integrato che comprende l'azione sul clima, una gestione attenta delle risorse, il sostegno a pratiche agricole più sostenibili**, l'attenzione alla **selezione delle materie prime** e al **benessere animale**. Un impegno concreto, che si traduce in azioni misurabili e trasparenti lungo tutta la catena del valore.

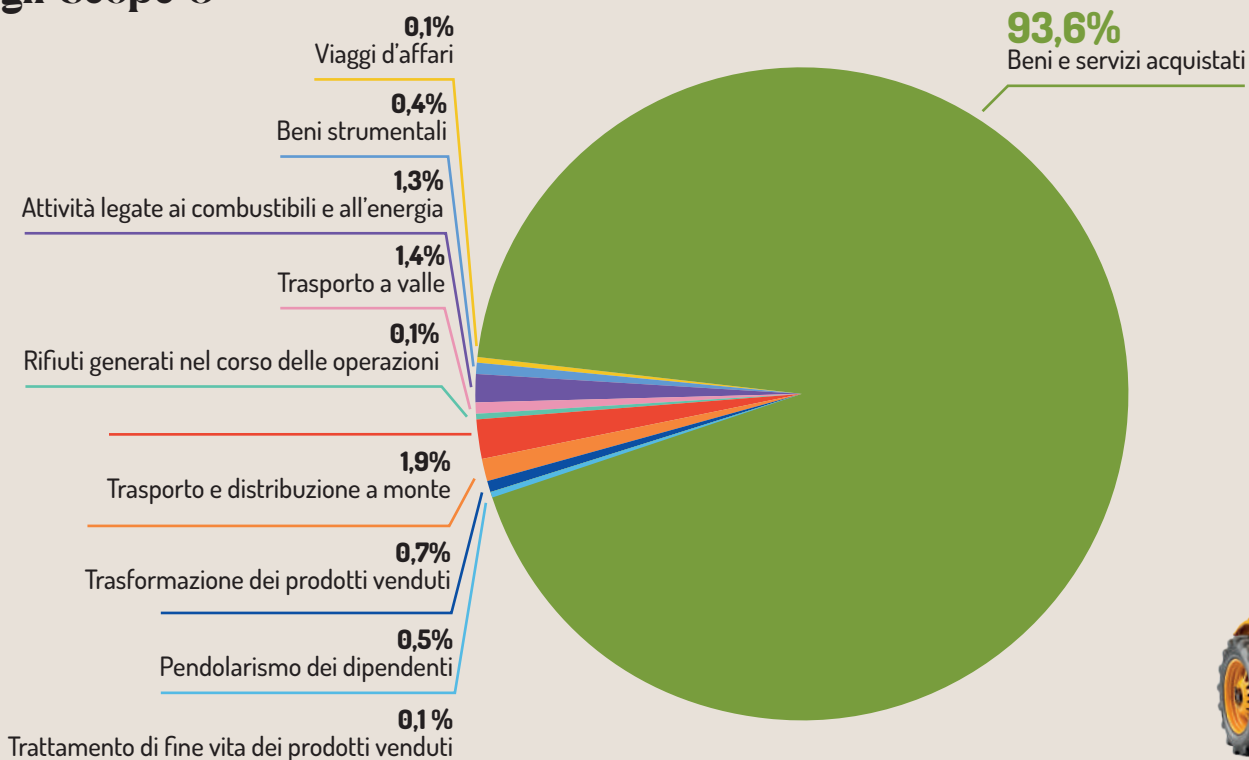


La nostra azione climatica

Categoria	Unità di misura	Valori	Valori in %
Emissioni Scope 1 ³	tCO ₂ eq	86.705	3,9%
Emissioni Scope 2 ⁴		51.982	2,3%
Emissioni Scope 3		2.092.845	93,8%

Misurare le emissioni lungo tutta la catena del valore è il primo passo verso un miglioramento concreto. Attraverso l'analisi delle emissioni di Gas Effetto Serra di Scope 1, 2 e 3, otteniamo una visione chiara e completa del nostro impatto ambientale, base imprescindibile per definire azioni efficaci e mirate.

Dettagli Scope 3



Scope 1

(Emissioni Dirette)

Emissioni dirette di gas serra provenienti da fonti possedute o controllate dall'azienda.



Scope 2

(Emissioni Indirette)

Emissioni indirette generate dalla produzione di elettricità acquistata e consumata dall'azienda.



Scope 3

(Emissioni relative alla Value Chain)

Altre emissioni indirette legate alle attività aziendali, ma provenienti da fonti non possedute né controllate direttamente.

³ Calcolate utilizzando i fattori di emissione (combustibili) e GWP (F-gas) DEFRA 2024.

⁴ Location-based. Calcolate utilizzando il fattore di conversione AIB 2023 - total supplier mix. Per la società del Gruppo Princes Tuna Mauritius, non essendo disponibili i fattori relativi al paese Mauritius, è stato utilizzato il fattore di emissione reso disponibile da Carbon Footprint (residual emission factor).

Monitoriamo con costanza l'intensità energetica e carbonica delle nostre attività, con l'obiettivo di un miglioramento continuo.

Nel 2024 abbiamo registrato progressi significativi su entrambi gli indicatori.



• **Intensità energetica** (GJ/tons prodotte):

-20,3% vs. 2023

-21,7% sul triennio



• **Intensità carbonica** (tCO₂/tons prodotte):

-23,6% vs. 2023

-25% sul triennio

Un altro traguardo importante: Princes Ltd. ha ottenuto la validazione ufficiale degli obiettivi Net Zero da parte di SBTi

La nostra controllata Princes Ltd. ha ricevuto la validazione ufficiale dei propri target da parte della *Science Based Targets initiative* (SBTi), l'organizzazione di riferimento che supporta le aziende nella definizione di obiettivi scientificamente fondati per la riduzione delle emissioni e la lotta al cambiamento climatico.

«Con questi obiettivi ambiziosi, stiamo intraprendendo azioni decisive per contrastare il cambiamento climatico e garantire un futuro sostenibile.»

David McDiarmid,

Direttore delle Relazioni
Corporate di Princes Ltd.

Princes Ltd. ha definito un piano chiaro e ambizioso:

• **Ridurre del 50,4% le emissioni assolute di Scope 1, 2 e 3** legate all'approvvigionamento energetico, alle attività industriali e alla catena del valore entro il 2032, rispetto ai livelli del 2022.

• **Raggiungere una riduzione del 90% entro il 2050** in linea con il percorso verso il NetZero.

A conferma di questo percorso, anche alcuni importanti riconoscimenti pubblici ricevuti nel corso dell'anno.

Per il terzo anno consecutivo, siamo stati inclusi in due prestigiose classifiche che premiano l'impegno delle aziende come la nostra non solo sul fronte ambientale, ma anche in ambiti chiave della sostenibilità, come quello sociale e di governance.

• **“Leader della Sostenibilità 2024”**
classifica di Statista e Il Sole 24 Ore

• **“Le aziende più attente al clima 2024”**
classifica di Statista e Corriere della Sera



Il nostro impegno per tutelare le risorse naturali

Tra le risorse fondamentali per le nostre attività, vi è l'**acqua**. La utilizziamo principalmente per il **lavaggio** e la **sanificazione degli impianti**, essenziali per garantire sicurezza alimentare e standard igienici, oltre che per il raffreddamento dei macchinari. Una quota minore viene impiegata come ingrediente nei prodotti.

Una parte significativa dell'acqua prelevata rientra nel ciclo naturale tramite scarichi regolamentati o evaporazione.



Prelievi idrici
2024

6.152.910 m³

Grazie a un monitoraggio sempre più accurato e all'adozione di strategie di ottimizzazione e miglioramento continuo, abbiamo ottenuto significativi **progressi in termini di efficienza nell'uso dell'acqua**.



Oltre alla fondamentale importanza dell'acqua, le risorse che provengono dalla terra e dal mondo animale forniscono le materie prime che alimentano la nostra catena del valore, attraverso coltivazioni agricole, allevamenti bovini, pesca e acquacoltura.

Nella gestione delle risorse marine, lavoriamo per garantire un approvvigionamento responsabile, trasparente e attento alla conservazione degli ecosistemi.

Attraverso il Gruppo Princes partecipiamo attivamente a progetti di **miglioramento della pesca** (*Fishery Improvement Projects - FIPs*) per favorire una **gestione più sostenibile degli stock ittici** e ottenere nuove certificazioni internazionali, come la Marine Stewardship Council (MSC), organizzazione non profit di fama globale, che promuove da sempre pratiche di pesca sostenibili. Garantiamo la **tracciabilità completa lungo tutta la filiera**, dal momento della cattura fino alla distribuzione, e ci impegniamo a non commercializzare specie a rischio.

Collaboriamo con organizzazioni come la *International Seafood Sustainability Foundation* (ISSF), la *Global Tuna Alliance* e l'organismo consultivo *North Atlantic Pelagic Advisory group* (NAPA) per promuovere pratiche di pesca sostenibili, proteggere le aree marine sensibili, tutelare i diritti dei lavoratori del settore e sostenere una governance efficace da parte delle autorità competenti.

Tra gli obiettivi più importanti c'è il **raggiungimento del 100% di tonno certificato MSC per i prodotti a marchio Princes nel Regno Unito entro il 2025**, un traguardo già raggiunto nei Paesi Bassi. Il celebre marchio blu MSC viene assegnato solo al pescato proveniente da attività di pesca certificate secondo rigorosi standard di sostenibilità, che garantiscono la salute a lungo termine degli stock ittici e degli ecosistemi marini.

Questo impegno fa parte di un percorso più ampio di riconoscimenti a livello internazionale.

A testimonianza del ruolo di primo piano nella sostenibilità ittica, lo scorso ottobre Princes ha ricevuto il prestigioso premio **MSC UK Seafood Brand of the Year 2024**.

Accanto all'attenzione per le risorse marine, ci impegniamo ad adottare pratiche di approvvigionamento responsabili per le risorse terrestri, volte a tutelare la biodiversità e garantire condizioni eque lungo tutta la filiera.



Per la carne bovina

entro il 2030, l'intera filiera di approvvigionamento in Brasile sarà tracciata tramite tecnologia blockchain. Inoltre, tutti i fornitori dovranno risultare conformi all'accordo annuale del Cattle Agreement, volto alla tutela delle foreste e al rispetto dei diritti umani.

Rispetto alla lotta contro la deforestazione

entro il 2030, ci impegniamo a garantire che l'approvvigionamento delle materie prime critiche non contribuisca alla deforestazione, promuovendo una filiera trasparente e responsabile.



Per l'olio di palma

entro il 2030, l'intera filiera di approvvigionamento in Brasile sarà tracciata tramite tecnologia blockchain. Inoltre, tutti i fornitori dovranno risultare conformi all'accordo annuale del Cattle Agreement, volto alla tutela delle foreste e al rispetto dei diritti umani.

Oltre l'involucro risorse da tutelare e impatti da ripensare

Anche i materiali utilizzati per gli imballaggi rappresentano risorse per noi preziose, sia per l'impatto che generano a fine vita, sia per quello legato alla loro estrazione e trasformazione. Pur essendo elementi indispensabili per garantire la qualità, la sicurezza e la corretta conservazione dei prodotti, **li riprogettiamo costantemente con un approccio più consapevole.**

Nel corso del 2024, abbiamo intrapreso diversi interventi importanti per rendere il nostro packaging più sostenibile, tra cui:

- **Aumento della riciclabilità:** grazie a test e studi dedicati, l'intera gamma Crostino Dorato è oggi confezionata con packaging ricicla-

bile nella carta, in linea con le preferenze dei consumatori e la crescente richiesta di soluzioni più responsabili.

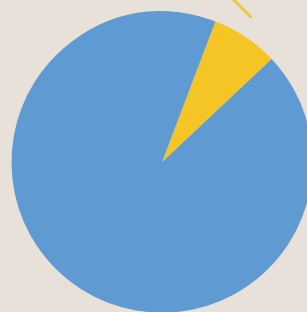
- **Riduzione dei materiali impiegati:** il peso delle bottiglie di olio di oliva da 500ml a marchio Napolina è stato ridotto di 3 grammi, portando ad un risparmio annuo stimato di 13,5 tonnellate di plastica. Anche nelle sedi delle bevande è stata effettuata una riduzione del peso delle lattine in alluminio da 330 ml di 0,5 grammi, con un risparmio annuo stimato di circa 53,5 tonnellate di alluminio.

- **Sostituzione con materiali più responsabili:** il marchio Branstons Beans ha visto la sostituzione di quasi tutti gli involucri in pellicola termoretraibile con fasce in cartoncino. Una scelta estesa, nel corso dell'anno, anche ai clienti private label, con l'obiettivo di adottare materiali più sostenibili.

Rispetto alle risorse in uscita, adottiamo pratiche orientate alla minimizzazione degli scarti e alla massima valorizzazione dei rifiuti generati nelle nostre operazioni.

Nel 2024, **ben il 93% dei rifiuti totali prodotti è stato avviato a recupero**, a conferma dell'efficacia delle nostre azioni nel favorire il riutilizzo e il riciclo rispetto allo smaltimento, in coerenza con i principi dell'economia circolare.

Rifiuti destinati allo smaltimento



Rifiuti recuperati

Dallo scarto alla risorsa esempi concreti di economia circolare nel Gruppo

Adottiamo un **approccio circolare che riduce gli impatti**, valorizza i residui e restituisce valore al territorio.

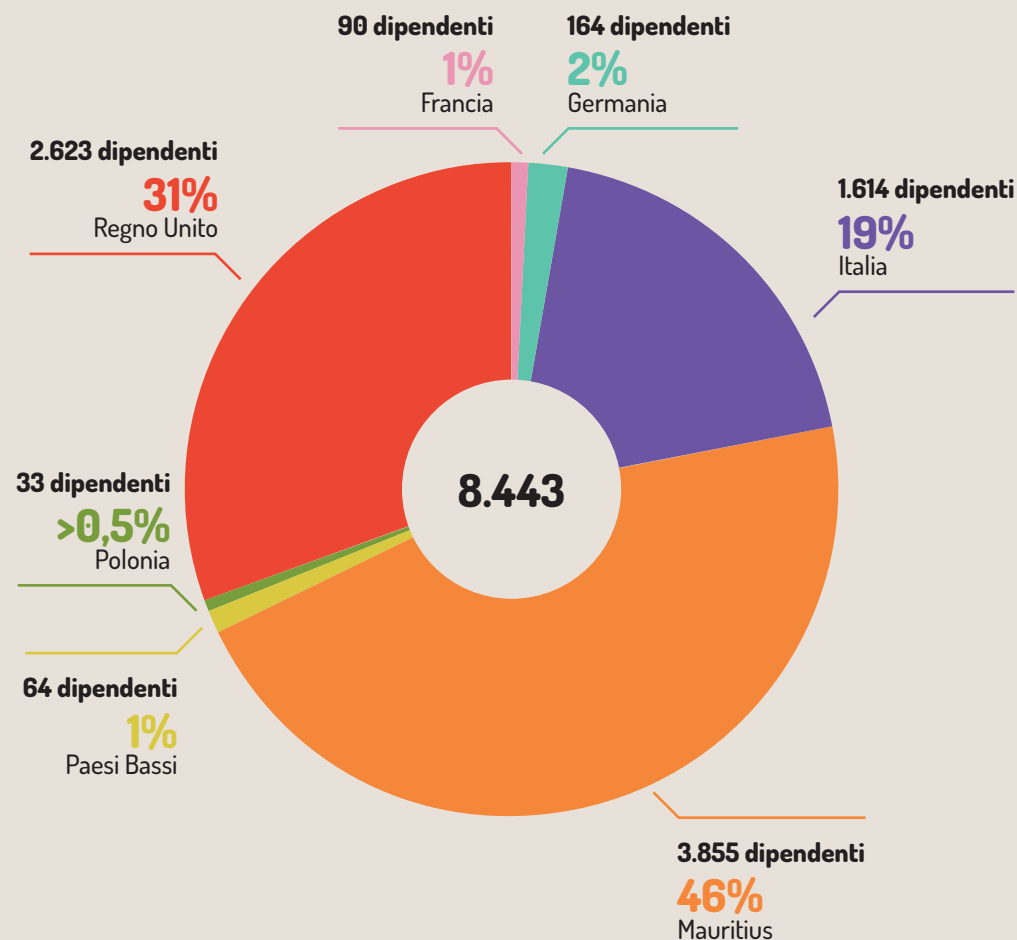
Presso le nostre sedi alle Mauritius, **gli scarti derivanti dalla lavorazione del pesce vengono trasformati in nuove risorse:** i materiali semisolidi e le acque reflue diventano **biogas** grazie alla digestione anaerobica, mentre teste, pelle, interiora e lisce vengono convertite in farina e olio di pesce per l'alimentazione animale. I residui rimanenti trovano impiego nella produzione di materiali di origine biologica.

Anche nello stabilimento di Foggia, specializzato nella produzione di conserve di pomodoro, adottiamo lo stesso approccio. **Bucce e semi di pomodoro, insieme ai legumi non idonei alla trasformazione, vengono destinati alla produzione di biogas e mangimi per l'alimentazione animale.** I fanghi di depurazione, generati dalle diverse fasi del ciclo produttivo, tra cui i lavaggi utilizzati per rimuovere sabbia, terriccio e pietre, vengono invece recuperati e impiegati come ammendante agricolo per i terreni.



Le nostre persone

Le persone sono al centro della nostra strategia: tutelarne i diritti, la salute e il benessere, valorizzarne le diversità e creare ambienti inclusivi è per noi una priorità. Senza il contributo e l'impegno quotidiano delle nostre persone, non sarebbe possibile raggiungere risultati, innovare o crescere nel tempo.



Diritti umani, diversità e inclusione

Siamo impegnati a garantire **condizioni di lavoro eque** promuovendo **ambienti di lavoro inclusivi** e **privi di discriminazioni**. Attraverso percorsi di formazione dedicati, favoriamo la consapevolezza su **etica, equità e responsabilità individuali**, supportando anche lo **sviluppo professionale**. I nostri processi di selezione sono orientati alla parità di accesso, con procedure inclusive. Inoltre, tutti i dipendenti hanno a disposizione un meccanismo di segnalazione per garantire trasparenza e tutela.



+5%

presenza donne rispetto alla media del settore⁵;



+14,25%

divario retributivo positivo;



>2.500

collegi hanno partecipato alla formazione Dignity at Work;



>1.200

collegi hanno partecipato al corso Values & Behaviours;



Annual Care Leave

(congedo annuale per assistenza) è il doppio rispetto a quanto previsto dalla normativa locale nelle sedi di Princes Ltd. nel Regno Unito.

Highlights

Riconoscimenti HR

A seguito dell'analisi svolta nel corso del 2024, il *Financial Times*, celebre quotidiano economico-finanziario britannico, ha recentemente inserito la nostra controllata **Princes Limited tra i 500 Best Employers**, posizionandola al 118° posto assoluto e al **3° nel settore Food & Beverages**. Un riconoscimento dell'impegno profuso per il benessere e la valorizzazione delle persone.



3° posto

nel settore Food & Beverages

Salute e sicurezza sul lavoro

Accanto all'**attenzione per la diversità, l'inclusione** e i **diritti umani**, ci impegniamo a garantire **ambienti di lavoro sicuri** attraverso la prevenzione di incidenti e malattie professionali ed un'attenta valutazione e gestione dei rischi. **Utilizziamo KPI specifici per monitorare** l'efficacia delle misure adottate, promuoviamo una formazione continua in ambito salute e sicurezza, personalizzata in base a ruolo e rischio, e mettiamo a disposizione canali dedicati per la segnalazione di pericoli. Fondamentale è il coinvolgimento attivo delle persone, con momenti di ascolto e confronto su criticità e opportunità di miglioramento.



100%

delle sedi del Gruppo Princes è certificato ISO 45001;



100%

delle sedi italiane è asseverato al Sistema di Gestione SSSL secondo il D.lvo 81/2008 oppure certificato secondo lo standard ISO 45001;



100%

dei nostri lavoratori è coperto dal sistema di gestione della salute e sicurezza, in base a prescrizioni giuridiche e/o norme o orientamenti riconosciuti.

⁵ International Labour Organization. (2023). *Where women work: Female-dominated occupations and sectors*. ILOSTAT Blog. <https://ilostat.ilo.org/blog/where-women-work-female-dominated-occupations-and-sectors/>. Si veda la categoria 3-digit occupations al codice 932 - Manufacturing labourers.

La nostra comunità

Crediamo che il sostegno alle comunità rappresenti un valore fondamentale del nostro operato. Essere **vicini alle persone e ai territori significa costruire relazioni solide e durature**, basate su impegno concreto, inclusione e responsabilità condivisa.

Siamo al fianco dei più piccoli

Lo scorso ottobre, **in occasione dei 70 anni del brand Mukki**, abbiamo partecipato con orgoglio alla donazione di **due ventilatori polmonari all'Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze**. Si tratta di dispositivi all'avanguardia, pensati per supportare la respirazione dei neonati prematuri e dei bambini con patologie respiratorie complesse. Un contributo concreto, dal valore complessivo di centomila euro, che rafforza il legame storico tra Mukki e la Fondazione Meyer e rinnova il nostro impegno verso il benessere delle comunità e dei più piccoli.



70 ANNI
dalla parte dei bambini

Dalla partecipazione attiva alla comunità al riconoscimento dell'impegno per la diversità

Il percorso intrapreso dal Gruppo per promuovere una cultura inclusiva ha trovato un importante riconoscimento a livello nazionale nel Regno Unito: **Princes è stata infatti inserita nella shortlist per il premio "Diverse Company" nell'ambito dei National Diversity Awards**, una cerimonia che ogni anno celebra individui e organizzazioni distintisi per il loro impegno a favore dell'uguaglianza, della diversità e dell'inclusione.

Formazione ed esperienze sul campo per le nuove generazioni

Crediamo che **informazione e conoscenza siano strumenti fondamentali per promuovere scelte consapevoli e stili di vita sani**. Per questo, anche nel 2024 abbiamo rinnovato il nostro impegno con il seminario annuale dedicato all'educazione alimentare, giunto alla ventesima edizione e realizzato dalla Centrale del Latte di Torino in collaborazione con il MIUR. Il tema di quest'anno - *Latte fresco, probiotici e fermenti: dalla salute dell'intestino al benessere psico-fisico* - ha offerto a docenti e figure scolastiche un momento di dialogo concreto con esperti del settore.

Accanto a questo, offriamo ogni anno a studenti delle scuole elementari e medie **visite guidate agli stabilimenti del mondo latte**: un'esperienza educativa e coinvolgente che mostra da vicino tutte le fasi della produzione del latte. L'esperienza si arricchisce anche con la possibilità di visitare le stalle, come quelle della *Via del Latte* nel Mugello, in Toscana, dove gli studenti scoprono da vicino il mondo dell'allevamento responsabile e il profondo legame con il territorio.

Contro lo spreco alimentare, a sostegno delle comunità locali

Avviata nel 2013 da Princes Limited, la collaborazione con FareShare è diventata un punto di riferimento nel **nostro impegno contro lo spreco alimentare**. Donando regolarmente prodotti non destinabili alla vendita, contribuiamo alla **ridistribuzione delle eccedenze a favore delle comunità più fragili**. Negli anni, la partnership si è ampliata includendo iniziative di sensibilizzazione e prevenzione. Questa evoluzione è stata al centro della conferenza annuale di FareShare a Liverpool nel 2024, dove il nostro Direttore delle Relazioni Corporate, David McDiarmid, ha illustrato il percorso e l'impatto di un progetto ormai parte integrante della nostra strategia di responsabilità sociale.

Impegno per i diritti civili e l'inclusione

A marzo dello scorso anno abbiamo rinnovato con il Gruppo Princes il **sostegno alla comunità LGBT+ partecipando come sponsor al Liverpool Pride**, il festival annuale che promuove l'uguaglianza e la diversità. L'evento ha visto una partecipazione record di oltre 25.000 persone, tra cui numerosi colleghi di Princes provenienti da diverse sedi, anche internazionali, che hanno contribuito a rendere la giornata ancora più coinvolgente grazie a giochi ed attività.





Le nostre **filiera:** coltiviamo **etica** e **rispetto**



Vogliamo costruire le nostre filiere mettendo al centro i **valori etici** e il **rispetto dei diritti** lungo tutta la catena produttiva. Dalla **tutela del lavoro** degli agricoltori alla **valorizzazione delle risorse locali**, passando per il **benessere animale** e la **trasparenza**, puntiamo a instaurare relazioni di collaborazione fondate su **equità** e **rispetto reciproco**.



L'oro rosso, frutto della nostra filiera responsabile

La campagna del pomodoro 2024 si è distinta per la particolare attenzione alle tematiche etiche. Tra le varie iniziative messe in campo, il **contratto di filiera attivo con Coldiretti** ha svolto un ruolo centrale. Tra i punti qualificanti dell'accordo: la definizione di un **prezzo equo del pomodoro**, elaborato in collaborazione con l'Università di Foggia per tutelare il lavoro dei coltivatori, e un bonus destinato agli agricoltori che adottano almeno due pratiche agricole responsabili.

Nel quadro di un più ampio **impegno per una filiera responsabile**, abbiamo promosso momenti di formazione per agricoltori e attivato una partnership con Oxfam Italia per contrastare il caporalato. L'iniziativa ha previsto audit sul campo e la somministrazione di un questionario, sviluppato con Oxfam, a circa **250 lavoratori**

agricoli, con l'obiettivo di far emergere criticità e attivare soluzioni concrete.

A questo si affianca la nostra adesione al programma "**Lavoro Senza Frontiere**", che offre opportunità di impiego a persone migranti in diversi ruoli all'interno dello stabilimento di Foggia. Per questo impegno, siamo stati riconosciuti negli anni passati anche dall'Alto commissariato delle Nazioni unite per i rifugiati (UNHCR).

Valorizzare il pomodoro Made in Puglia: un impegno condiviso con i partner agricoli

I risultati e gli impegni della campagna 2024 hanno fatto da filo conduttore all'incontro di fine stagione, ospitato nella sede di Foggia lo scorso novembre.

In quell'occasione, la sede di Princes Italia ha riunito i partner agricoli e le istituzioni locali per il tradizionale momento di confronto. Tra i partecipanti, anche il **Presidente della Regione Puglia, Michele Emiliano**, a testimonianza dell'importanza strategica del comparto agricolo per il territorio.

L'incontro è stato l'occasione per presentare il nuovo percorso di sviluppo orientato alla valorizzazione del pomodoro "**oro rosso**" **Made in Puglia**, in una prospettiva di crescita sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale.

Durante l'evento sono stati inoltre premiati i conferitori, cooperative e aziende agricole che si sono distinti nel corso della campagna 2024 per l'impegno dimostrato in termini di qualità del prodotto e pratiche responsabili.

Garantire condizioni eque in campo

In coerenza con i valori promossi durante l'evento di Foggia, **richiediamo dal 2018 l'adozione dello standard GRASP** (Global G.A.P. Risk Assessment on Social Practice) da parte di tutti i produttori di pomodoro in Italia, per garantire il rispetto delle condizioni sociali e la tutela dei lavoratori. Inoltre, i coltivatori aderiscono alla **Rete del Lavoro Agricolo di Qualità**, a conferma del loro impegno verso pratiche etiche e salari equi.



Latte italiano, filiere locali: un impegno per qualità e benessere animale

Nel nostro impegno per una **filiera lattiero-casearia più responsabile e trasparente**, collaboriamo con aziende agricole e allevatori per valorizzare la produzione italiana e garantire **qualità, sicurezza e benessere animale lungo tutta la filiera**. Attualmente gestiamo **11 filiere dedicate**. Tra queste:

• Latte 100% Toscano

37 stalle certificate per il benessere animale, con piccoli allevamenti spesso di poche decine di capi, radicati nel territorio.

• Selezione Mugello e Selezione Maremma

Filiere che coinvolgono complessivamente quasi una trentina di aziende, tutte certificate per il benessere animale e situate nell'Appennino Toscano e nella provincia di Grosseto.

• Latte Infanzia 100% italiano e Latte Infanzia Biologico

Filiere corte a conduzione familiare, certificate per il benessere animale, da cui proviene latte raccolto entro 24 ore dalla mungitura, che rispetta specifici requisiti regolati dal disciplinare Sistema Rintracciabilità Infanzia (SRI).

• Latte 100% Piemontese

39 allevamenti certificati, alcuni dei quali producono latte con Beta-Caseina A2, a elevato valore nutrizionale.

• Latte del Parco

Materia prima proveniente da allevamenti nel territorio del Parco Nazionale del Cilento Vallo di Diano e Alburni, in provincia di Salerno, che operano nel rispetto del benessere animale.

Tracciabilità vuol dire trasparenza

La **Centrale del Latte di Salerno** garantisce l'origine del suo latte, **interamente a km 0**, grazie a un sistema digitale semplice e immediato. Basta un click per scoprire da quale stalla proviene, quando è stato munto e chi lo ha prodotto.

Un impegno concreto per offrire un latte sicuro, genuino e legato al territorio.

**Centrale
del latte**[®]



Costruire una filiera etica attraverso il dialogo e la collaborazione

Per affrontare alla radice le criticità legate ai diritti umani nelle filiere internazionali, la nostra controllata Princes Ltd. adotta un approccio fondato sul dialogo, sulla trasparenza e sulla collaborazione con enti non governativi, organizzazioni sindacali e alleanze di settore.

Ethical Trading Initiative (ETI)

Dal 2017 Princes è parte di questa importante alleanza internazionale che riunisce aziende, ONG e sindacati, con l'obiettivo comune di migliorare le condizioni di lavoro nei settori alimentare, agricolo e della pesca.

Food Network for Ethical Trade (FNET)

Princes partecipa attivamente a questa rete che coinvolge retailer e grandi fornitori, lavorando insieme per rafforzare il rispetto dei diritti umani lungo le filiere globali e promuovere pratiche più eque e responsabili.

Chartered Institute of Procurement and Supply (CIPS)

Nel 2019, Princes ha ottenuto la certificazione CIPS a seguito di un impegno pubblico verso un approvvigionamento etico. Da allora, il personale coinvolto negli acquisti segue annualmente corsi di formazione e valutazione per garantire le migliori pratiche etiche nella gestione della catena di fornitura.

Seafood Ethics Action Alliance

Tra i membri di questa alleanza dedicata alla condivisione di buone pratiche nel settore ittico figura anche Princes, impegnata in un percorso di confronto volto ad affrontare in modo collaborativo le principali sfide etiche emergenti e a sviluppare soluzioni concrete e condivise.

La nostra governance



Trasparenza



Integrità



Responsabilità

La nostra governance si fonda su **principi di trasparenza, integrità e responsabilità, con l'obiettivo di creare valore duraturo per tutti gli stakeholder**. Il Consiglio di Amministrazione della capogruppo NewPrinces S.p.A., definisce gli indirizzi strategici del Gruppo e ne monitora l'attuazione, agendo sempre nell'interesse di lungo periodo.

Ci impegniamo a garantire una crescita responsabile attraverso un modello che integra criteri economici, ambientali e sociali nelle strategie aziendali e nei processi decisionali. Attraverso l'adozione dell'**analisi di doppia rilevanza**, valutiamo in modo sistematico impatti, rischi e opportunità, promuovendo trasparenza, accountability e coinvolgimento attivo degli stakeholder.

Il nostro Codice Etico e di Condotta, insieme all'adesione al Codice di Corporate Governance per le società quotate di Borsa Italiana, testimonia l'impegno ad agire secondo valori condivisi, promuovendo un dialogo continuo e costruttivo con azionisti, clienti, collaboratori e comunità.

Questa visione integrata ci consente di rafforzare la fiducia nel nostro operato e di costruire relazioni solide, orientate alla creazione di valore nel tempo.

Crescita responsabile e performance: un unico obiettivo

Abbiamo incluso **obiettivi di sostenibilità** nella componente variabile delle politiche retributive del top management. Non misuriamo il successo solamente con risultati economico-finanziari, ma anche attraverso obiettivi legati all'impatto ambientale, come la riduzione degli indici legati alle emissioni di CO₂.



Il Consiglio di Amministrazione di NewPrinces S.p.A.

7 membri
di cui 3 indipendenti

1
Lead Independent
Director

49 anni
Età media

43%
Presenza femminile

4,7 anni
Tempo di permanenza
media
dei membri indipendenti dalla quotazione



Angelo Mastrolia
Presidente Esecutivo del CdA



Benedetta Mastrolia
Consigliere



Valentina Montanari
Consigliere Indipendente
Presidente CCRS
Membro CNR
Membro COPC



Giuseppe Mastrolia
Amministratore Delegato



Maria Cristina Zoppo
Consigliere Indipendente
Presidente COPC
Membro CCRS
Membro CNR



Eric Sandrin
Consigliere Indipendente
Presidente CNR
Membro CCRS
Membro COPC



Stefano Cometto
Amministratore Delegato

I nostri Comitati Endo-consiliari

Il Consiglio di Amministrazione ha istituito tre comitati endo-consiliari con funzioni istruttorie, propositive e consultive:

- Il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (CCRS)
- Il Comitato Nomine e Remunerazione (CNR)
- Il Comitato per le Operazioni con le Parti Correlate (COPC)

Highlights

66%

Presenza
femminile

100%

Membri
indipendenti

Il nostro ESG Steering Committee

Nel 2024 abbiamo istituito lo ESG Steering Committee, un comitato manageriale con l'obiettivo di guidare l'integrazione dei principi ambientali, sociali e di governance nelle attività aziendali quotidiane. Il Comitato definisce le linee guida in materia ESG, monitorando i rischi e gli impatti lungo la catena del valore e promuovendo il dialogo con gli stakeholder.

Lo ESG Steering Committee è composto da manager con competenze eterogenee e trasversali, a testimonianza dell'approccio integrato e concreto con cui affrontiamo le tematiche ESG.

Ne fanno parte:

- **Benedetta Mastroli**, Presidente del Comitato e Investor Relations Manager del Gruppo NewPrinces
- **Neil Bohannon**, Chief Procurement Officer di Princes Limited
- **Fabrizio Carrara**, Risk Management e Sustainability Director del Gruppo NewPrinces
- **Fabio Fazzari**, Group Financial Director di Newlat Group S.A. e CFO di Princes Limited
- **Simon Harrison**, Chief Executive Officer di Princes Limited
- **David McDiarmid**, Corporate Relations Director di Princes Limited
- **Rocco Sergi**, CFO di NewPrinces

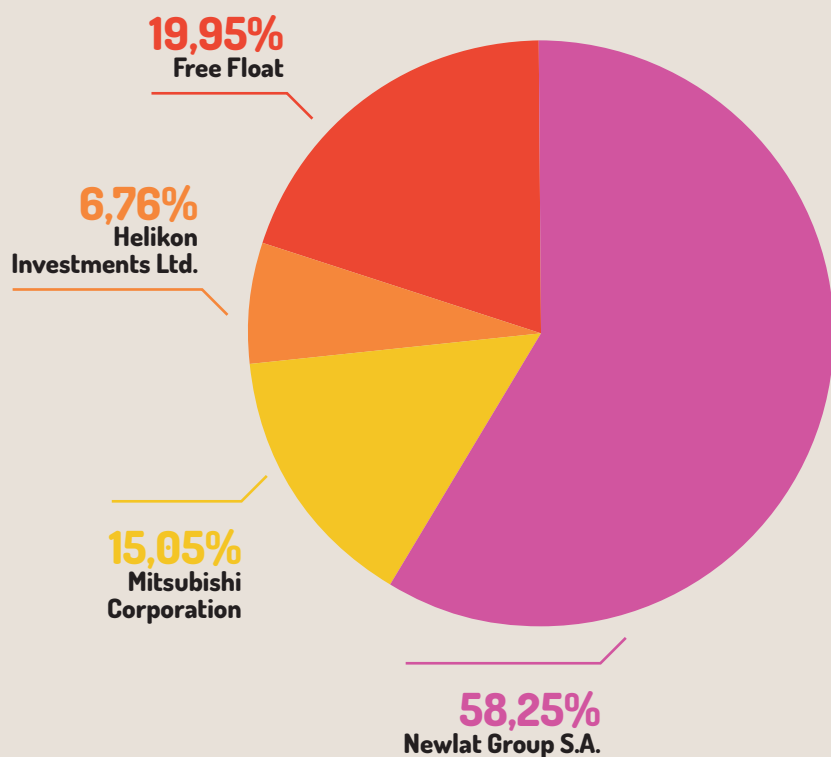


Diversità delle competenze

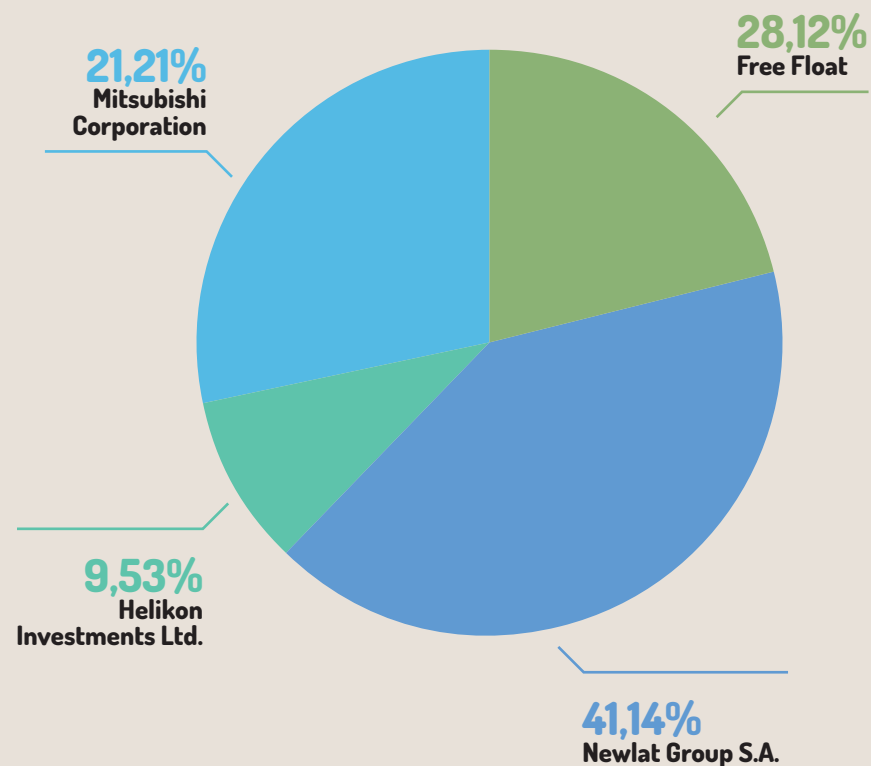
Nel nostro Consiglio di Amministrazione, la **diversità delle competenze** e la condivisione professionale di queste costituiscono un punto di forza fondamentale. Assicuriamo una composizione eterogenea che abbraccia una **vasta gamma di esperienze, background e competenze**, riconoscendo l'importanza di una prospettiva inclusiva per affrontare sfide complesse con successo.

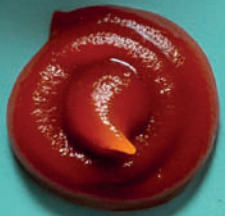
Azionariato e diritti di voto al 31 dicembre 2024

DIRITTI DI VOTO AL 31 DICEMBRE 2024



AZIONARIATO AL 31 DICEMBRE 2024









NewPrinces

CF e P. Iva 00183410653

REA di RE n° 277595

Ufficio del registro Camera di Commercio
Industria Artigianato e Agricoltura di Reggio Emilia

Cap. Soc. € 43.935.050,00 i.v.



Questo documento è stampato su carta naturale composta
al 100% da fibre riciclate.

