


almo nature

ALL PROFITS TO THE PLANET



Fondazione
Capellino

RELAZIONE DI
SOSTENIBILITÀ
2025

Almo Nature è una Marca.

Non siamo né produttori né distributori: siamo parte di un modello economico denominato Reintegration Economy.

Almo Nature opera come qualunque azienda salvo radicalmente distinguersi nel fine ultimo: il profitto.

Dopo aver assicurato la continuità aziendale, l'utile viene destinato, attraverso la Fondazione Capellino, che detiene l'intera proprietà della società, alla salvaguardia e al ripristino della biodiversità.

Questa scelta visionaria, che non rinnega il mercato né il capitalismo, nasce da un principio etico e pratico: non possiamo continuare a trattare la natura come una miniera da svuotare e il profitto solo come un fine in sé, senza introdurre subito un limite pena la probabilità crescente che si concretizzi il rischio massimo cioè quello dell'estinzione.

La Reintegration Economy non rifiuta il mercato né il capitalismo: ne cambia l'essenza, il profitto. Non più potere finanziario ma potere della responsabilità verso l'emergenza più importante, la salvaguardia del capitale naturale che è la biodiversità.

È una scelta economica, ma anche sociale e politica.

Economica, perché trasforma il profitto in ripristino. Sociale e Politica perché contrasta l'accumulo della ricchezza e della proprietà del capitale nelle mani di pochi rivitalizzando la democrazia.

È coerente: non chiede di cambiare prima di averlo fatto noi. Non predicare, ma praticare. Non convincere, ma dimostrare.

Almo Nature riconosce che ogni attività umana, compresa la propria, genera un impatto sulla biodiversità. Le buone pratiche della sostenibilità sono necessarie, ma totalmente insufficienti: limitarsi a ridurre il danno rischia di essere un'illusione, perché ogni miglioramento genera nuova attività e quindi nuovo impatto.

*La vera svolta è il ripristino secondo il modello della Reintegration Economy, con una parte significativa del pianeta destinata in modo inviolabile alla biodiversità: **half planet for the wild.***

Pier Giovanni Capellino

La **Relazione di Sostenibilità 2025 di Almo Nature** nasce con l'obiettivo di **condividere**, con tutti i soggetti interessati a capire, **il modello della Reintegration Economy, i risultati raggiunti dall'azienda Almo Nature Benefit SpA e il percorso intrapreso per integrare gli aspetti ambientali, sociali e di governance (ESG) nelle proprie attività e nelle scelte strategiche aziendali.**

Il 2025 è stato un anno di consolidamento e sviluppo. **Almo Nature ha continuato a operare come impresa interamente posseduta dalla Fondazione Capellino, perseguendo il proprio obiettivo di generare valore economico da destinare alla salvaguardia della biodiversità e alla promozione di un diverso rapporto tra attività economica e interesse generale.**

Questa relazione rappresenta uno strumento di **trasparenza e di responsabilità**. Non si limita a descrivere i risultati ottenuti, ma intende offrire una rappresentazione il più possibile completa delle sfide che l'azienda affronta, delle criticità ancora aperte e delle opportunità di miglioramento che orientano le scelte future.

Almo Nature, come tutte le aziende che operano nel settore del pet food e più in generale all'interno delle moderne catene globali del valore, **genera inevitabilmente impatti sull'ambiente e sulla biodiversità. Essere sostenibili non significa negare questa realtà, ma misurarla, comprenderla e assumersi la responsabilità di contribuire al cambiamento.**

Siamo consapevoli che **molte delle principali determinanti degli impatti ambientali non dipendono da una singola impresa, ma coinvolgono intere filiere produttive,**

sistemi logistici, modelli di consumo e assetti normativi. Proprio per questo riteniamo che **la sostenibilità richieda un approccio collaborativo, capace di coinvolgere fornitori, distributori, consumatori e istituzioni in un percorso comune di trasformazione.**

In questo contesto, **la misurazione degli impatti rappresenta per noi non solo un adempimento o un esercizio di rendicontazione, ma soprattutto uno strumento di consapevolezza e di miglioramento continuo.** Allo stesso tempo, riteniamo necessario promuovere una riflessione più ampia sui modelli economici che regolano il rapporto tra attività umana, capitale naturale e generazione del profitto.

Per questo motivo **continuiamo a sviluppare e promuovere il modello della Reintegration Economy, che propone una diversa destinazione del valore generato dall'impresa: non l'accumulazione privata della ricchezza, ma il suo reinvestimento a favore della biodiversità e dell'interesse generale.**

La **pubblicazione di questa Relazione di Sostenibilità è una scelta volontaria** ma anche una naturale conseguenza della nostra natura di Società Benefit, che incorpora la trasparenza tra i propri principi fondamentali.

In linea con la Raccomandazione della Commissione Europea del 30 luglio 2025, Almo Nature ha scelto di adottare come riferimento per la rendicontazione gli Standard VSME (Voluntary Sustainability Reporting Standard for non-listed SMEs) elaborati da EFRAG, ritenendoli uno strumento adeguato a rappresentare in modo chiaro, proporzionato e rigoroso le proprie performance di sostenibilità.

REINTEGRATION
ECONOMY

05

ALMO NATURE

11

ALMO NATURE
FOR BENEFIT

25

FONDAZIONE
CAPELLINO

29

02	Premessa
03	Introduzione
06	Il modello in sintesi
08	La REcommunity
10	<i>Focus: Nature has no borders</i>
11	Highlights
12	Brand Identity
13	Storia
14	Presenza nel mondo
15	Prodotti
17	Catena del valore
19	Il nostro 2025 ESG (<i>environmental, social, governance</i>)
25	Le finalità specifiche di Beneficio Comune di Almo Nature
26	Companion for Life: dalla proprietà alla responsabilità
29	Fondazione Capellino
32	Conclusioni
33	Nota metodologica

I modelli economici contemporanei hanno contribuito a generare crescita, innovazione e benessere diffuso, ma **hanno spesso considerato il capitale naturale come una risorsa disponibile senza attribuirgli un valore economico** nei processi decisionali e nei sistemi di rendicontazione.

La progressiva perdita di biodiversità e il deterioramento degli ecosistemi (con le evidenti conseguenze a tutti i livelli) evidenziano oggi la necessità di affiancare agli strumenti tradizionali di misurazione della performance economica **una riflessione più ampia sulla relazione tra attività umane, natura e generazione del profitto.**

La Reintegration Economy nasce da questa consapevolezza.

È un modello che propone di destinare il valore generato dall'attività economica alla tutela della biodiversità, contribuendo a reintegrare, almeno in parte, ciò che ogni attività umana inevitabilmente sottrae e distrugge senza rigenerare.

Nel caso di Almo Nature, questo principio trova applicazione concreta attraverso la proprietà dell'azienda da parte della Fondazione Capellino, che destina le risorse ricevute alla realizzazione di progetti orientati alla salvaguardia della biodiversità.

La Reintegration Economy non rappresenta una forma di filantropia tradizionale né un'estensione delle pratiche di sostenibilità aziendale.

È un modello economico che propone una diversa relazione tra impresa, profitto e interesse generale, ponendo la biodiversità tra le finalità ultime del valore creato dall'attività economica.

Reintegration Economy: oltre la società benefit

Giunti a questo punto di maturazione delle nostre riflessioni strategiche riteniamo di poter affermare che il modello proposto dalla Reintegration Economy superi la visione della società benefit (benefit corporation), in quanto non si limita a "duplicare" lo scopo (*purpose*) del fare impresa tra profitto e beneficio comune, bensì orienta il 100% dei ricavi (dedotti costi, tasse e quanto serve alla continuità aziendale) verso l'interesse generale piuttosto che per l'arricchimento di una proprietà.

IL MODELLO IN SINTESI

La Reintegration Economy si fonda su alcuni principi essenziali:

- una fondazione senza scopo di lucro detiene il 100% della proprietà dell'impresa, inteso come il 100% dei diritti di voto e il 100% dei diritti patrimoniali, assicurandone indirizzo strategico e continuità di missione. Il 100% è necessario per evitare il conflitto di interesse;
- l'attività economica genera utili che, una volta garantita la sostenibilità e la continuità aziendale, non vengono destinati all'arricchimento di una proprietà privata ma a finalità di interesse generale;
- il profitto diventa uno strumento per finanziare la tutela della biodiversità e non un fine in sé;
- il valore economico creato dall'impresa viene progressivamente reintegrato a favore del capitale naturale.

In questo modo il lavoro, la capacità imprenditoriale e la competitività sul mercato continuano a svolgere il proprio ruolo, ma il risultato economico viene orientato verso obiettivi collettivi e di lungo periodo.

È il caso di Almo Nature i cui ricavi, dedotti costi e tasse, sono destinati alla Fondazione Capellino che ne è proprietaria al 100% e che ha come missione la salvaguardia della biodiversità: **ogni volta quindi che un cliente compra un prodotto Almo Nature per il proprio compagno animale compie un'azione attivista per la biodiversità.**

Dal 2018 a tutto il 2026 Almo Nature ha destinato oltre 48 milioni di euro* alla Fondazione Capellino, contribuendo direttamente al finanziamento di iniziative dedicate alla tutela della biodiversità e alla promozione della Reintegration Economy.

Questo dato rappresenta la principale evidenza concreta dell'applicazione del modello e del legame strutturale tra attività d'impresa e interesse generale.

*include il dividendo che l'Assemblea di approvazione del bilancio 2025 ha deliberato il 24 giugno 2026



- ✓ Nasce nel 2000 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**.
Diventerà un nuovo standard di qualità imitato da molti.
- ✓ Nel 2019 Pier Giovanni e Lorenzo Capellino **donano Almo Nature con atto pubblico irreversibile alla Fondazione Capellino**, rinunciando per sempre al 100% dei diritti patrimoniali e al 100% dei diritti di voto.
- ✓ Oggi ha 9 sedi nel mondo, occupa 72 persone, realizza 132 milioni di euro di fatturato.
- ✓ Dal 2018 ha generato oltre 48 milioni di euro destinati ai progetti della Fondazione Capellino.



- ✓ Ente commerciale senza scopo di lucro che ha la finalità di salvaguardare la biosfera e la biodiversità, con sede a Villa Fortuna (San Salvatore Monferrato).
- ✓ È finanziariamente indipendente grazie ai profitti di Almo Nature di cui è proprietaria al 100%.
- ✓ È la prima (e ad oggi l'unica) enterprise foundation italiana, cioè non è un'emanazione di un'azienda ma è 100% proprietaria di un'azienda.
- ✓ Interviene per:
 - Il ripristino degli habitat e la creazione di corridoi di biodiversità.
 - La lotta al cambiamento climatico.
 - La sperimentazione di un'agricoltura biodivera.
 - La misurazione degli impatti delle attività umane sulla biodiversità.



- ✓ chi lavora, chi sceglie i prodotti, chi sostiene le idee e i progetti.



LA RECOMMUNITY

La REcommunity, avviata alla fine del 2024, rappresenta l'evoluzione naturale del percorso avviato da Almo Nature e Fondazione Capellino attraverso la Reintegration Economy.

Si tratta di una **comunità internazionale aperta a cittadini, organizzazioni, imprese e istituzioni che condividono la convinzione che la tutela della biodiversità debba assumere un ruolo centrale nelle scelte economiche e sociali del nostro tempo.**

La missione della REcommunity è favorire la diffusione di conoscenze, esperienze e progetti capaci di contribuire alla costruzione di modelli economici che integrino la salvaguardia del capitale naturale tra le proprie finalità.

Attraverso attività di informazione, partecipazione e attivismo, la REcommunity intende promuovere una crescente consapevolezza sul ruolo che imprese, consumatori e cittadini possono svolgere nella protezione della biodiversità.

Almo Nature e Fondazione Capellino ne sono i promotori e i primi membri, con l'obiettivo di contribuire alla costruzione di una rete internazionale di soggetti accomunati dalla volontà di sostenere una transizione verso modelli economici maggiormente orientati all'interesse generale.

Chi decide di entrare a far parte della REcommunity lo fa perché vuole partecipare a uno sforzo collettivo per affermare il modello della Reintegration Economy come punto di riferimento globale per la protezione e la rigenerazione della biodiversità.

Con un grande movimento collettivo vogliamo portare la biodiversità al centro del decidere umano e avviare, in economia, la restituzione progressiva del profitto generato con l'estrazione/distruzione di biodiversità alla biodiversità stessa (economia che reintegra quanto estrae): è la Reintegration Economy e la REcommunity è la casa di tutti coloro che ne condividono i valori.



LA MAPPA DEGLI STAKEHOLDER DELLA REINTEGRATION ECONOMY COMMUNITY



Riconnettiamo La Biodiversità in Europa oltre ogni barriera

Un'iniziativa europea integrata che unisce attivismo dal basso e impatto sul territorio: promuove il cambiamento normativo attraverso il lancio di un'**Iniziativa dei Cittadini Europei (ICE)** e attraverso un **Bando da 4 milioni di euro**.

- **Bando:** €4 milioni stanziati; €2,2 milioni destinati ai vincitori del bando e €1,8 milioni a supporto della rete della Reintegration Economy. I progetti possono essere presentati a partire dal 15 luglio 2026. La prima votazione dei cittadini europei aprirà il 15 ottobre 2026.
- **Iniziativa dei Cittadini Europei (ICE):** il 15 ottobre 2026 partirà la raccolta di oltre 1 milione di firme in 9 paesi europei, dedicata alla connettività ecologica a integrazione dell'attuale normativa, troppo frammentata e poco efficiente, che chiuderà il 14 ottobre 2027.

Nature Has No Borders adotta, per la sua comunicazione, il passaparola.

Il passaparola non è una semplice forma di promozione, ma un vero e proprio **media civico**, alternativo e complementare ai mezzi di comunicazione tradizionali che saranno usati solo in chiave di supporto per avviare e integrare il processo. **Associazioni, movimenti e gruppi organizzati mettono a disposizione le proprie comunità**, le proprie reti e la propria capacità di mobilitazione per **diffondere** la campagna, **raccogliere** adesioni e **sostenere** gli obiettivi di Nature Has No Borders. In cambio del valore generato attraverso il passaparola, i soggetti coinvolti **possono accedere a fondi diretti**, per un importo complessivo di 1,8 milioni di euro,

messi a disposizione dalla Fondazione Capellino attraverso accordi ad hoc.

Tali risorse sono destinate a sostenere la visione e ruolo della Reintegration Economy nella realizzazione di progetti e iniziative di minore entità, comunque finalizzati alla tutela della biodiversità, che non rientrano nel bando.

Si crea così uno scambio di valore a impatto positivo: la mobilitazione dal basso rafforza l'advocacy europea, mentre le risorse economiche ricevute trasformano il sostegno alla campagna in ulteriori azioni per la biodiversità radicate sui territori.

È un patto di reciprocità per la biodiversità, è un percorso condiviso dove partecipazione civica, azione ambientale e passaparola si alimentano reciprocamente.

È Reintegration Economy.

Se condividi i valori che Nature Has No Borders esprime partecipa a tua volta e rilancia attraverso i tuoi canali.

Per ogni informazione vai su: naturehasnoborders.eu



**NATURE
HAS NO
BORDERS**
ONE NATURE, ONE EUROPE

HIGHLIGHTS

Almo Nature Benefit Spa è un'azienda nata nel 2000 da un'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**.

Nel 2019 Pier Giovanni e Lorenzo Capellino donano Almo Nature con atto pubblico irreversibile alla Fondazione Capellino, rinunciando per sempre al 100% dei diritti patrimoniali e al 100% dei diritti di voto.

Nasce così la prima (e ad oggi unica) Enterprise Foundation in Italia.

Questa particolare struttura proprietaria rende **Almo Nature un caso distintivo nel panorama imprenditoriale europeo**, in cui attività economica, interesse generale e tutela del capitale naturale sono strettamente interconnessi.

Dal 2018 a tutto il 2026 Almo Nature ha trasferito complessivamente già oltre 48 mln di euro a Fondazione Capellino.

 **132**
mln euro fatturato

 **0**
debiti per finanziamenti bancari

 **9**
sedi nel mondo

 **5,6**
mln euro di dividendi 2025 destinati a Fondazione Capellino

 **72**
persone nel team
 **46%**  **54%**

100%
dipendenti assunti a tempo indeterminato

 **4,2**
delta tra remunerazione minima e massima

 **90,9**
tons di emissioni CO₂e Scope 1 e 2 GHG Protocol

 **64,8**
mln euro patrimonio netto

 **48**
paesi serviti nel mondo

 **79.000**
euro, costo aziendale medio dei dipendenti

BRAND IDENTITY

Almo Nature è il brand attivista 100% proprietà della Fondazione Capellino.

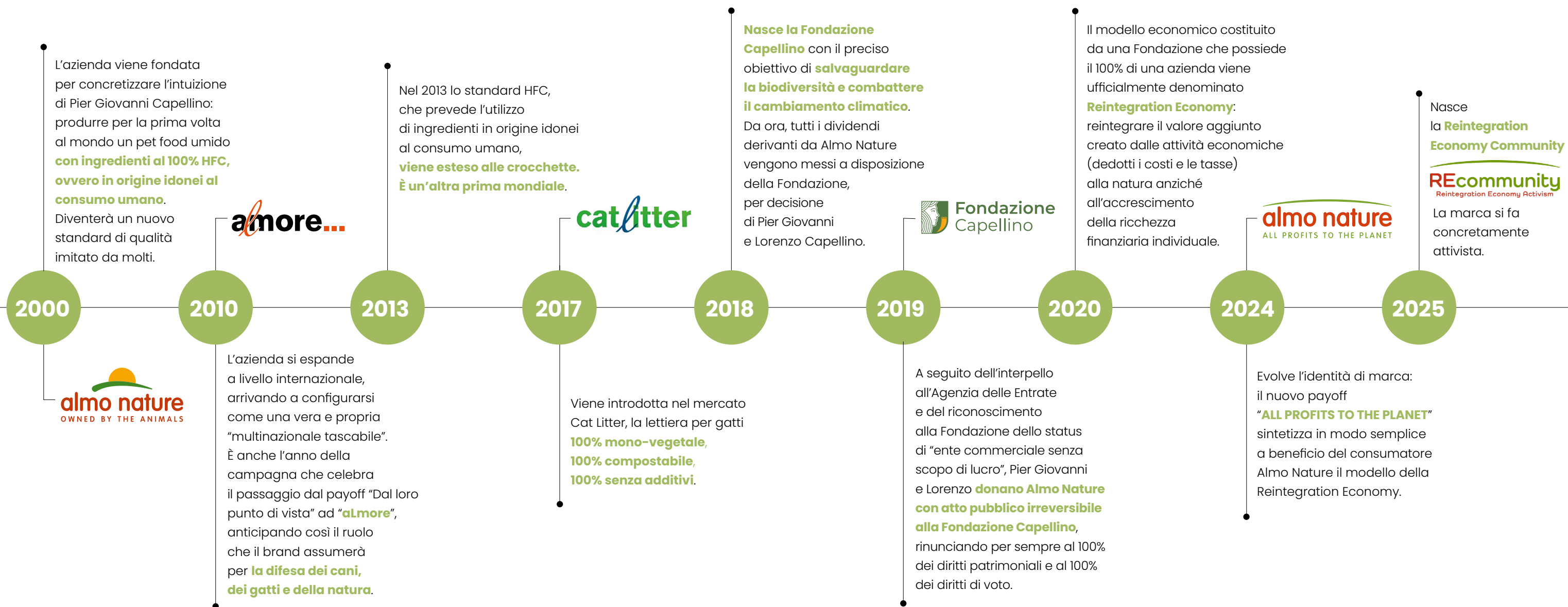
Esiste per essere il marchio non-profit, attivista ed etico, leader a livello globale nel settore del pet food, che ispira la transizione da modelli di comportamento umano guidati dall’ego verso una nuova era fondata su un’ecologia della mente che privilegia il benessere di tutte le forme di vita sul pianeta.

COME RAGGIUNGERE QUESTO OBIETTIVO

1. **Dimostrando una costante fedeltà verso cani e gatti.**
2. **Riducendo l’impatto ambientale** dei nostri alimenti per animali.
3. **Impegnandoci nell’attivismo** sostenendo progetti di transizione e non-profit.
4. **Lavorando in squadra** e imparando gli uni dagli altri.
5. **Destinando** i profitti del nostro cibo per animali di alta qualità alla **reintegrazione della natura**, attraverso un modello economico alternativo chiamato **Reintegration Economy**.
6. **Promuovendo la Reintegration Economy.**

I NOSTRI VALORI

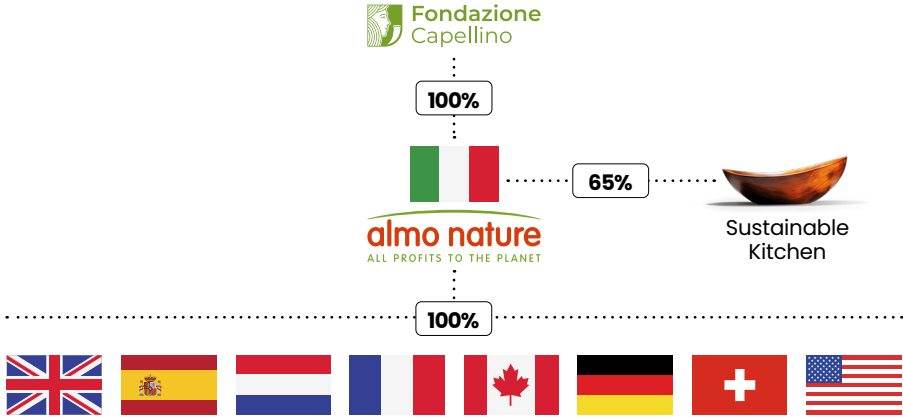
1. **AUDACIA STRATEGICA**
Sii coraggioso e non codardo; lotta quando necessario.
2. **DEDIZIONE ALLA MISSIONE**
Dedica ogni giorno la tua energia al nostro scopo.
3. **COERENZA NELL’AZIONE**
Mantieni la coerenza con lo scopo.
4. **SCOPO INCLUSIVO E COMPASSIONEVOL**
Assicurati che lo scopo sia empatico e inclusivo.
5. **IL NOSTRO CAMMINO VERSO LA CRESCITA**
Impara e migliora continuamente.
6. **COLLABORAZIONE CONSAPEVOLE**
Pensa come parte di un tutto, respira e condividi.
7. **INNOVAZIONE**
Continua a imparare e ad applicare nuove intuizioni.



PRESENZA
NEL MONDO

Oggi Almo Nature mantiene il quartier generale in Italia, a Genova, ma è presente attraverso otto società operative in USA, Canada, Paesi Bassi, UK, Francia, Germania, Svizzera e Spagna con un catalogo di oltre 500 differenti prodotti.

La presenza internazionale consente ad Almo Nature di operare in mercati caratterizzati da differenti sensibilità culturali, normative e commerciali, **favorendo la diffusione del modello della Reintegration Economy in un contesto sempre più globale.**



Società	Paese	Sede legale	Identificativi fiscali
Almo Nature Benefit S.p.A.	Italia	Piazza dei Giustiniani 6, 16123 Genova	P. IVA IT02529870103
Almo Nature UK Ltd	Regno Unito	38 Craven Street, London WC2N 5NG	VAT GB912162068
Almo Nature España S.L.	Spagna	Paseo de la Castellana 143, 28046 Madrid	NIF ES-B19787530
Almo Nature Netherlands B.V.	Paesi Bassi	Ophelialaan 83, 1431 HK Aalsmeer	VAT NL852487307B01 KvK 57218854
Almo Nature France SARL	Francia	16 Rue Auber, 75009 Paris	TVA FR14490361417 SIREN 490361417
Almo Nature Canada Inc.	Canada	895 Boulevard du Séminaire Nord, Suite 205, Saint-Jean-sur- Richelieu, Québec J3A 1J2	TPS 844188615RT001 TVQ 1213534331TQ0001
Almo Nature Deutschland GmbH	Germania	Franz-Josef-Strauß-Str. 41, 82041 Oberhaching	VAT DE813537028
Almo Nature Swiss GmbH	Svizzera	Lindenstrasse 6, CH-6340 Baar	CHE-110.034.751
Almo Nature USA Inc.	Stati Uniti	4770 Biscayne Boulevard, Suite 400, Miami, FL 33137	FEIN 263034104
Sustainable Kitchen S.r.l.	Italia	Via Cavicchini 2, 44037 Jolanda di Savoia (FE)	C.F. e P. IVA 02162260380

PRODOTTI

Le famiglie di alimenti per cani e per gatti Almo Nature si dividono in tre segmenti: **HFC Super Premium**, **Premium** e **Daily**, secondo l’origine e la qualità degli ingredienti utilizzati, ciascuna comprendente prodotti umidi e secchi.

A queste si aggiungono le due **lettiere di origine vegetale**

SOFT TEXTURE CAT LITTER **GRAIN TEXTURE CAT LITTER**

Natural Cat Litter **è la gamma di lettiera per gatti amiche dell’ambiente**, agglomeranti, biodegradabili, smaltibili nell’umido di casa e compostabili, sicure per la salute del gatto e di tutta la famiglia.

Cat Litter Soft Texture grazie alla composizione 100% vegetale e 100% naturale ha ottenuto da TUV Austria la certificazione 100% biodegradabile e 100% compostabile. Il sacchetto, 100% politene, è riciclabile e smaltibile nella plastica.

Cat Litter Grain Texture grazie alla composizione 100% vegetale ha ottenuto da TUV Austria la certificazione 100% biodegradabile e 100% compostabile. Il sacchetto è di pura carta, quindi riciclabile e smaltibile nella carta.

Ingredienti in origine **idonei al consumo umano**

Con **ingredienti naturali**

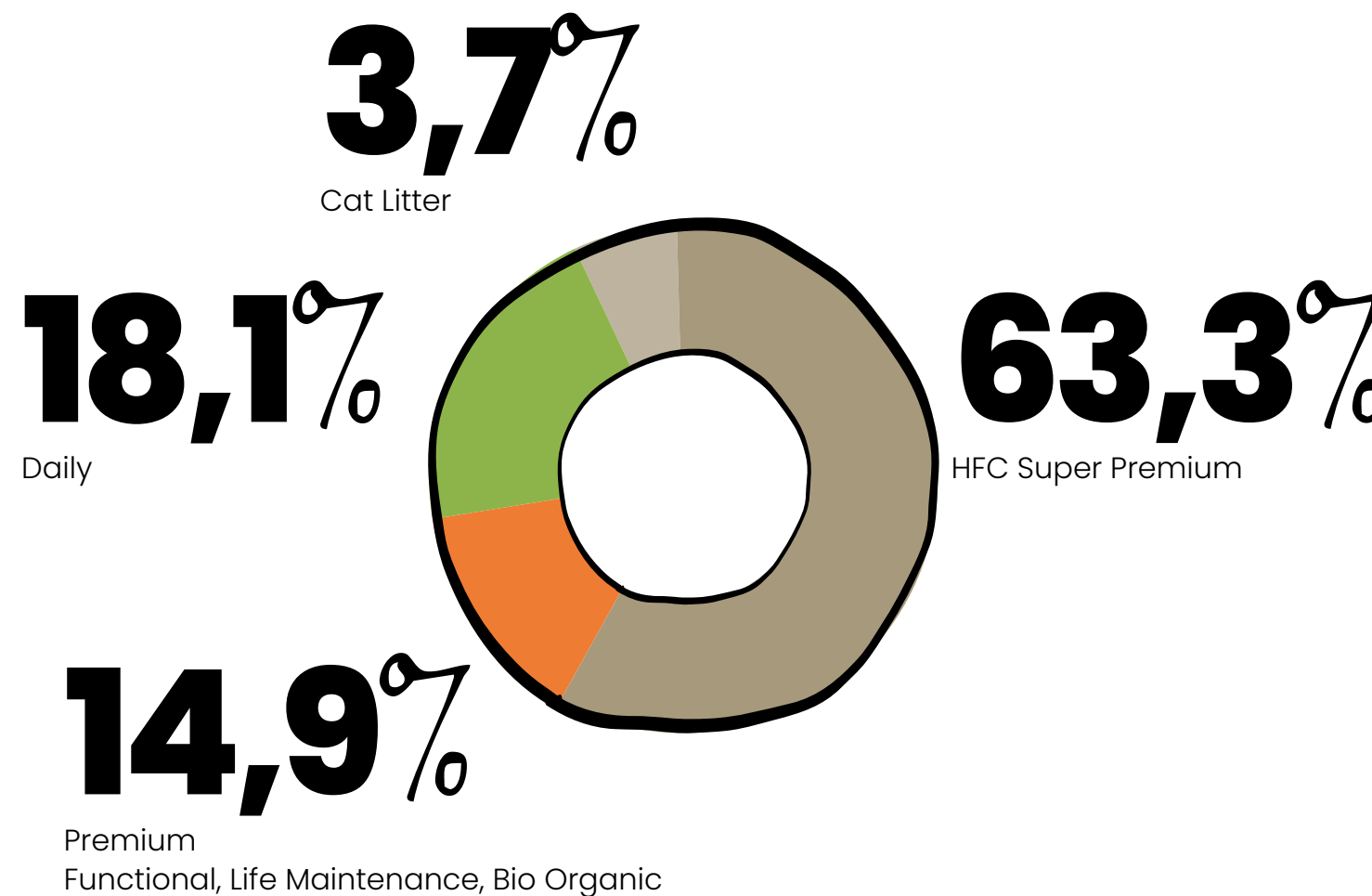
		HFC SUPER PREMIUM		PREMIUM		DAILY				
GATTO										
FUNCTIONAL WET FOOD	KITTEN HFC		HYDRATION HELP HFC		URINARY HELP HFC		Sterilised Intestinal HELP Anti Hairball Urinary HELP			
	NATURAL LIGHT MEAL HFC		STERILISED HFC		HIGHLY APPETIZING HFC					
MAINTENANCE WET FOOD	NATURAL HFC		COMPLETE HFC		MOUSSE HFC		JELLY HFC		Bio organic	Daily
FUNCTIONAL DRY FOOD	HFC Our Best						Sterilised Intestinal HELP Anti Hairball Urinary HELP		Daily	
MAINTENANCE DRY FOOD	HFC Our Best						Life Maintenance		Daily	
CANE										
MAINTENANCE WET FOOD	NATURAL HFC		COMPLETE HFC		Bio organic		Daily			
FUNCTIONAL DRY FOOD									Daily	
MAINTENANCE DRY FOOD	HFC Our Best						Life Maintenance		Daily	

Nel 2025, il fatturato dell'azienda è stato generato prevalentemente dalla **linea Super Premium (HFC)**, che rappresenta il **63,3% dei ricavi complessivi**. Questa categoria costituisce il principale contributo economico dell'azienda e **riflette il posizionamento orientato a prodotti di elevata qualità**.

Le linee **Daily e Premium contribuiscono rispettivamente per il 18,1% e il 14,9% del fatturato**, evidenziando una presenza significativa di diverse proposte di prodotto in grado di rispondere a differenti esigenze dei consumatori.

La categoria **Cat Litter rappresenta il 3,7% del fatturato totale**, completando l'offerta dell'azienda nell'ambito della cura e del benessere degli animali da compagnia.

La distribuzione del fatturato mostra un portafoglio prodotti diversificato, con una prevalenza delle linee ad alto valore aggiunto e una presenza complementare di categorie che contribuiscono ad ampliare l'offerta complessiva. Questa composizione riflette la strategia aziendale volta a **coniugare qualità, innovazione e attenzione** alle esigenze degli animali e dei loro proprietari.

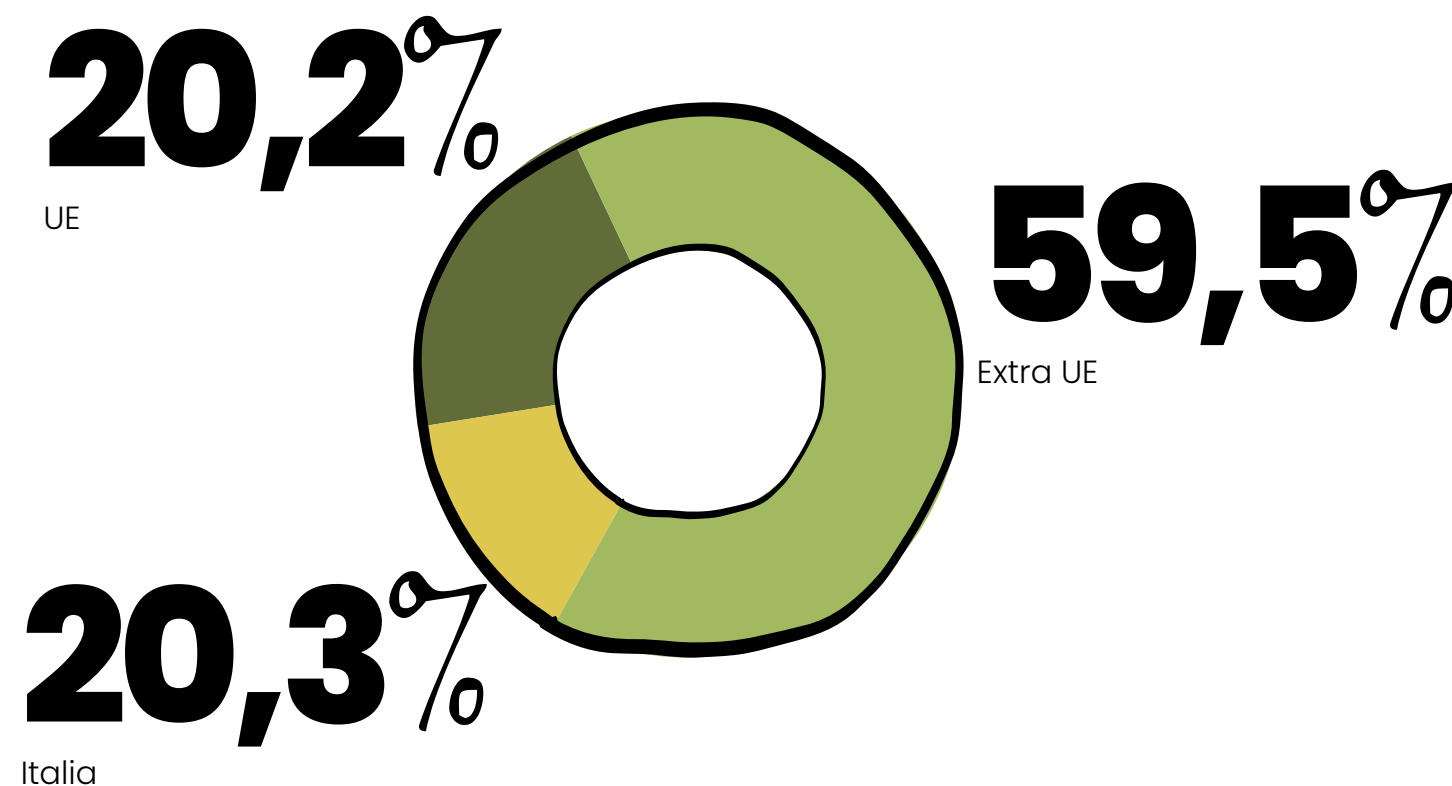


Composizione del fatturato per linea di prodotto

CATENA DEL VALORE

Almo Nature, come ogni altra azienda di pet food, è parte di una filiera rigida che inizia dalla produzione di carne, pesce e vegetali e che prosegue con la trasformazione in ingredienti che a loro volta sono lavorati e confezionati come alimenti per animali.

La produzione degli alimenti Almo Nature viene affidata a 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.



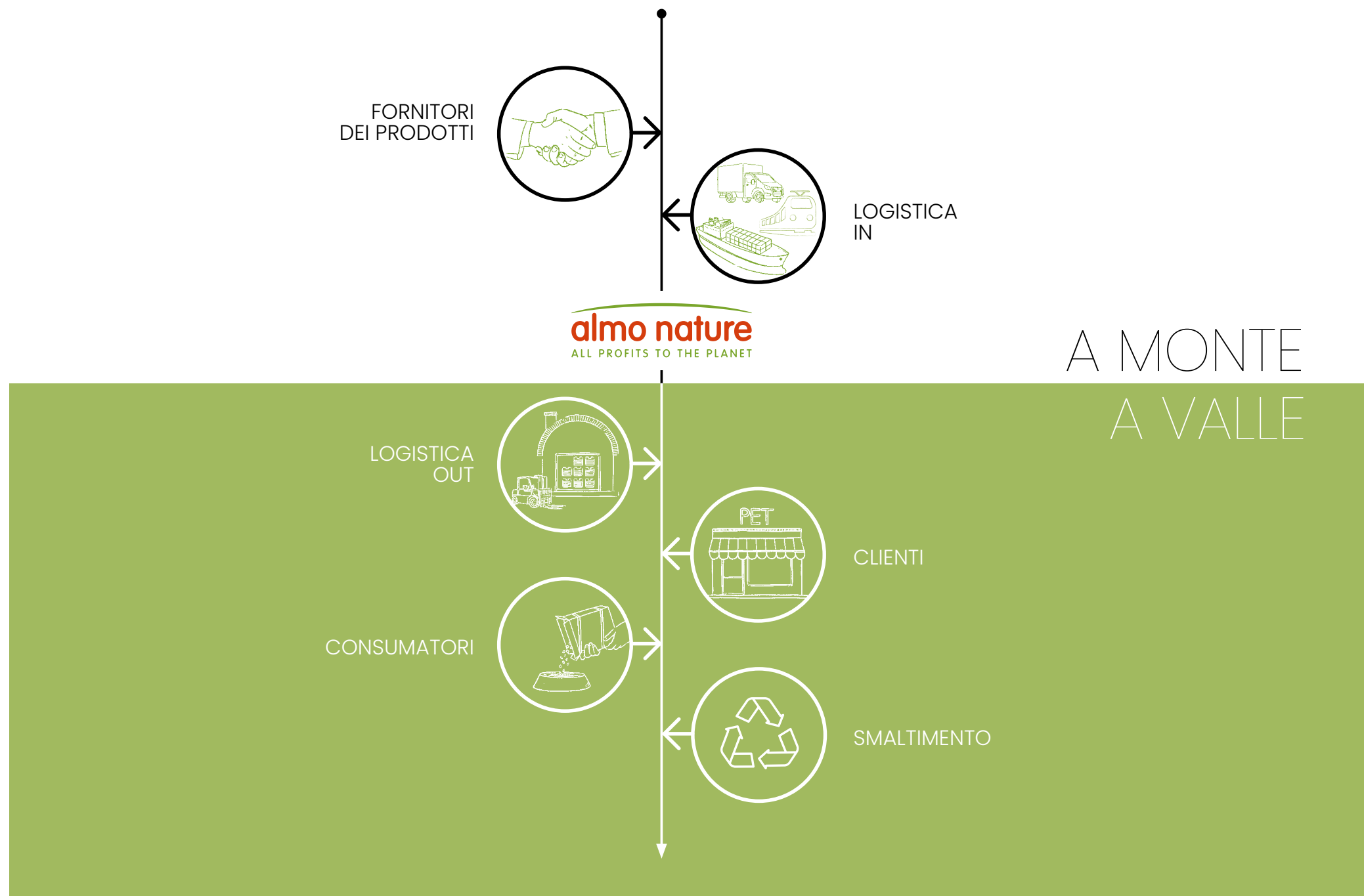
Distribuzione acquisti merce per area geografica e % di spesa

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.

La comprensione della catena del valore rappresenta un elemento essenziale per la gestione degli impatti ambientali e sociali associati all'attività aziendale. Per questa ragione Almo Nature continua a rafforzare il dialogo con fornitori, partner logistici e distributori, nella consapevolezza che il miglioramento delle performance di sostenibilità richiede il coinvolgimento dell'intero ecosistema produttivo.

Nel 2026, in collaborazione con l'Istituto di Management della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, è stato avviato il progetto per la mappatura analitica della catena del valore di Almo Nature, dalle materie prime allo smaltimento.



IL NOSTRO 2025 ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE)

Informazioni ambientali (E)

La misurazione degli impatti ambientali rappresenta una componente essenziale del percorso di trasparenza e consapevolezza di Almo Nature.

Pur non disponendo di siti produttivi propri, l'azienda è consapevole che la propria attività genera impatti climatici e ambientali lungo l'intera catena del valore, dalla produzione delle materie prime alla distribuzione e smaltimento dei prodotti.

Per questa ragione il 2025 è stato caratterizzato dal rafforzamento degli strumenti di misurazione e analisi degli impatti, con particolare attenzione alle emissioni di gas a effetto serra secondo le indicazioni del GHG Protocol.

L'obiettivo è disporre progressivamente di informazioni sempre più accurate e complete, in grado di supportare decisioni efficaci e orientare le future strategie di miglioramento.

Corporate Carbon Footprint Emissioni Scope 1 e Scope 2 (2025)

Le emissioni di gas a effetto serra sono rendicontate secondo le indicazioni dello standard internazionale Greenhouse Gas Protocol. La rendicontazione delle emissioni costituisce un indicatore chiave per valutare la performance ambientale dell'organizzazione e supportare il miglioramento continuo richiesto dall'approccio VSME.

Le emissioni di Scope 1 comprendono le emissioni dirette derivanti dal consumo di combustibili per il riscaldamento degli uffici e dalla flotta aziendale compresi gli agenti monomandatari.

Le emissioni di Scope 2 comprendono invece le emissioni indirette associate alla produzione dell'energia elettrica acquistata e consumata nelle sedi aziendali.

La misurazione di tali emissioni consente di identificare le principali fonti di impatto climatico, definire priorità di intervento e monitorare nel tempo i progressi verso una gestione più sostenibile delle attività. I gas serra coperti dal calcolo sono quelli previsti dal protocollo di Kyoto (CO₂, CH₄, N₂O, HFC, PFC, SF₆, NF₃).

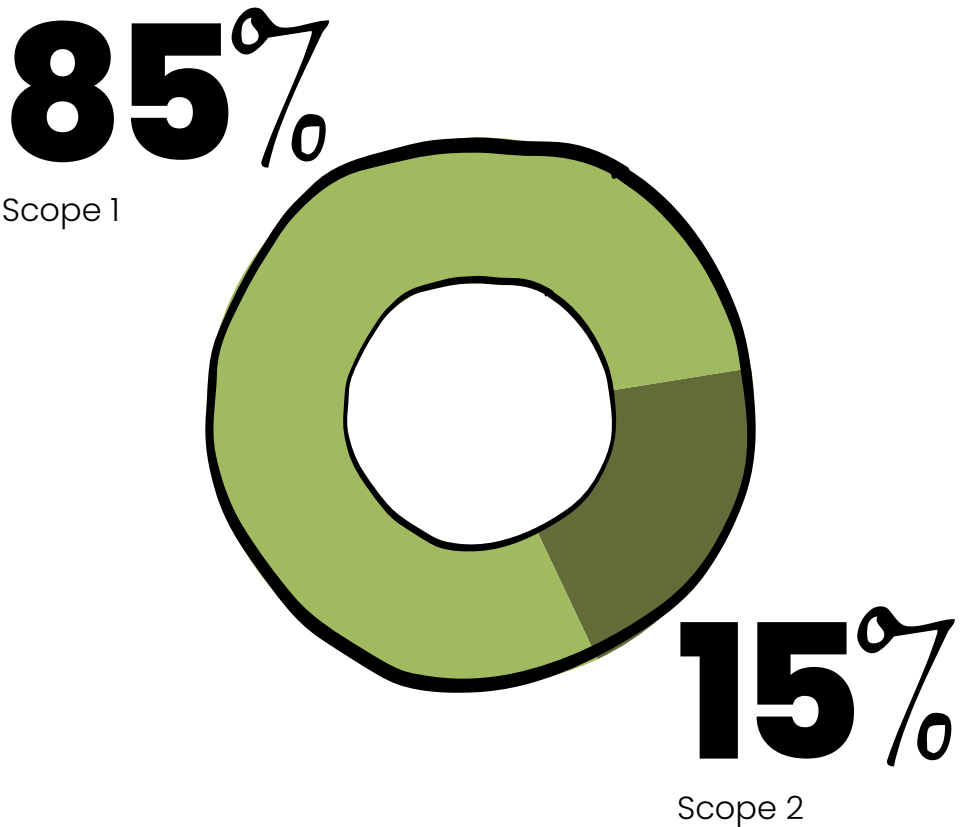
INFORMAZIONI SUI CONSUMI

Consumi dei siti aziendali	Elettricità (kWh)	Gas naturale (metano m³)
Ufficio Baar	23.482,01	1.620,23
Ufficio Genova	50.664,00	3.337,03
Ufficio Cesena	2.494,00	1.505,00
Ufficio Miami	5.118,00	-

Nel 2025 le emissioni complessive di Scope 1 e Scope 2 sono state pari a 90,94 tCO₂e.

Le emissioni dirette (Scope 1) rappresentano l’85% del totale, mentre le emissioni indirette da energia elettrica (Scope 2) incidono per il restante 15%.

RIPARTIZIONE DELLE EMISSIONI PER SCOPE



EMISSIONI PER FONTE EMISSIVE

Fonte emissiva	Scope 1 (tCO ₂ e)	Scope 2 (tCO ₂ e)	Totale (tCO ₂ e)	Incidenza
Edifici	13,36	13,89	27,24	30%
Flotta aziendale	63,70	-	63,70	70%
Totale	77,05	13,89	90,94	100%

VALUTAZIONE E PROSPETTIVE

L’analisi evidenzia come la flotta aziendale (compresi gli agenti monomandatari) rappresenti la principale fonte emissiva dell’organizzazione, contribuendo per circa il 70% delle emissioni complessive.

Infine la tabella seguente riporta i valori di intensità emissiva (tCO₂e/M€). L’intensità emissiva rappresenta le emissioni generate per ogni milione di euro di fatturato e consente di valutare l’efficienza ambientale dell’azienda indipendentemente dalle variazioni di volume d’affari. La sua evoluzione nel tempo permette di monitorare i progressi nella riduzione dell’impatto climatico rispetto al valore economico generato.

	tCO ₂ e/M€
Scope 1	0.58
Scope 2	0.11
Totale	0.69

EMISSIONI DI SCOPE 3

Nel 2025 Almo Nature, consapevole dall’irrelevanza delle emissioni di Scope 1 e 2 in termini di materialità dei propri impatti lungo tutta la catena del valore ha realizzato un’analisi di significatività delle emissioni indirette (Scope 3) secondo il GHG Protocol, finalizzata a identificare le categorie emissive maggiormente rilevanti lungo la propria catena del valore.

MATRICE ANALISI DI SIGNIFICATIVITÀ

Categoria Scope 3	Applicabilità	Magnitudo	Accessibilità al dato	Livello di influenza	Accuratezza dei dati	Livello complessivo	Significativo?
Purchased goods and services	SI	1	2	2	2	1,75	SI
Capital goods	SI	3	2	2	3	2,5	NO
Fuel and energy related activities	SI	3	1	2	1	1,75	SI
Upstream transportation and distribution	SI	3	1	2	2	2	SI
Waste generated in operations	NO					NA	NO
Business travel	SI	3	1	2	1	1,75	SI
Employee commuting	si	3	2	2	2	2,25	NO
Upstream leased assets	NO					NA	NO
Downstream transportation and distribution	SI	3	3	2	2	2,5	NO
Processing of sold products	NO					NA	NO
Use of sold products	NO					NA	NO
End-of-life tratment of sold products	SI	3	2	2	2	2,25	NO
Downstream leased assets	NO					NA	NO
Franchises	NO					NA	NO
Investments	SI	3	3	2	3	2,75	NO

Fonte: Analisi di significatività Scope 3 GHG Protocol – GreenRouter, 2025.

L'analisi di significatività ha evidenziato una **forte concentrazione degli impatti climatici nelle fasi a monte della catena del valore. In particolare, la categoria “Purchased Goods and Services”, che comprende materie prime, ingredienti e imballaggi, rappresenta oltre l'80% delle emissioni indirette stimate**, confermandosi come il principale ambito di intervento per le future strategie di riduzione.

Le altre categorie considerate rilevanti – attività correlate all'energia, trasporti a monte, trasporti a valle e viaggi di lavoro – mostrano singolarmente un'incidenza inferiore al 5%.

L'approfondimento condotto sulle materie prime mostra, inoltre che gli impatti si concentrano principalmente nelle referenze umide HFC provenienti dalla Thailandia (38%), seguite dai prodotti umidi non HFC (33%) e dai prodotti secchi non HFC (20%). Le restanti referenze contribuiscono complessivamente per circa il 9% delle emissioni associate alle materie prime.

Al contrario, le emissioni associate ai trasporti e ai viaggi di lavoro, pur rilevanti ai fini del monitoraggio, presentano un'incidenza sensibilmente inferiore.

L'analisi evidenzia inoltre l'importanza di rafforzare progressivamente la disponibilità di dati primari lungo la catena del valore, con particolare riferimento ai processi produttivi, agli ingredienti e agli imballaggi, al fine di migliorare l'accuratezza delle future quantificazioni e supportare la definizione di obiettivi climatici sempre più efficaci e misurabili.

Nel corso del 2026 Almo Nature completerà il calcolo delle emissioni Scope 3 relative alle categorie individuate come maggiormente rilevanti, con l'obiettivo di pubblicare i risultati nella prossima Relazione di Sostenibilità e definire progressivamente strumenti e priorità di miglioramento.

Informazioni sociali (S)

Nel 2025 Almo Nature ha consolidato la propria presenza internazionale con **52 dipendenti distribuiti in 8 Paesi** e una **forza lavoro complessiva di 72 persone** con un'età media di 42,5 anni (il 25% ha più di 50 anni).

L'organizzazione si distingue per la **stabilità occupazionale**

(100% contratti permanenti), una presenza femminile maggioritaria (54%) e la copertura integrale della contrattazione collettiva.

La sicurezza sul luogo di lavoro è una priorità e il risultato è **zero infortuni** nel 2025: questo dato è strettamente correlato al nostro modello di business che non comprende siti produttivi.

Indicatore chiave	Valore
Dipendenti	52
Persone complessive nel team	72
Donne sul totale	54%
Età media dipendenti	42,5
Contratti a tempo indeterminato	100%
Paesi con personale dipendente	8
RAL media dipendenti	€ 59.000
Costo aziendale medio dipendenti	€ 79.000

In dettaglio i KPI richiesti dallo standard V-SME:

Persone	Occupazione	Presenza internazionale
72 persone nel team	+10,6% crescita dell'organico	8 Paesi con dipendenti
52 dipendenti	14,4% turnover	33 dipendenti in Italia
13 agenti monomandatari 7 amministratori e collaboratori	100% contratti permanenti	19 in Europa e Nord America (7 Canada, 2 USA, 2 Netherlands, 3 Spagna, 2 Svizzera, 2 Germania, 1 UK)

Diversità e inclusione	Formazione	Retribuzione
54% donne	3,95 ore medie di formazione	€ 59.000 RAL media dipendenti
46% uomini	4,4 ore per le donne	€ 79.000 costo aziendale medio dipendenti
33% donne nel management*	3,5 ore per gli uomini	100% copertura CCNL

*riporti diretti di apicale

Salute e sicurezza	Diritti umani
0 infortuni sul lavoro	0 incidenti confermati
0 decessi correlati al lavoro	
87.120 ore lavorate	

GENDER GAP

La composizione della nostra popolazione aziendale evidenzia una prevalenza femminile (54% donne e 46% uomini), dato che testimonia la capacità dell'organizzazione di attrarre e valorizzare talenti femminili.

Tuttavia, questa distribuzione non trova oggi un corrispondente equilibrio nei ruoli di vertice, dove la presenza femminile risulta ancora molto limitata. Riteniamo importante rappresentare questo dato con trasparenza: non si tratta di una scelta organizzativa, bensì di una difficoltà che riflette una dinamica più ampia del mercato del lavoro e dei percorsi di leadership.

In molti settori, infatti, il numero di donne che raggiungono posizioni apicali rimane inferiore rispetto alla loro presenza complessiva nella forza lavoro, per effetto di fattori culturali, sociali e professionali che continuano a influenzare le opportunità di carriera.

Consapevoli di questa sfida, continuiamo a promuovere pratiche orientate all'inclusione, allo sviluppo delle competenze e alla valorizzazione del merito, con l'obiettivo di ampliare nel tempo il bacino di leadership femminile e contribuire, nel nostro ambito di azione, a una maggiore equità nelle opportunità di accesso ai ruoli decisionali.

Informazioni di governance (G)

Il Consiglio di Amministrazione della capogruppo 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 2025 il Consiglio di Amministrazione di Almo Nature Benefit Spa è composto da:

- **Pier Giovanni Capellino** > Presidente e CEO
- **Lorenzo Capellino** > Vice Presidente
- **Siva Prasad Reddy Bhimireddy** > Consigliere
- **Cinzia Boller** > Consigliere
- **Giorgio Raffetto** > Consigliere
- **Marco Sorrentino** > Consigliere indipendente
- **Davide Ferrando** > Consigliere indipendente

Il Comitato di Controllo è l'organo nominato all'interno del Consiglio di Amministrazione ed è composto da:

- **Marco Sorrentino** > Dott. commercialista e revisore contabile
- **Davide Ferrando** > Dott. commercialista e revisore contabile

Il **nuovo consiglio di amministrazione della capogruppo**, in carica dal 24 giugno 2026 fino all'approvazione del bilancio 2026, è composto da:

- **Pier Giovanni Capellino** > Presidente Esecutivo
- **Lorenzo Capellino** > Vice Presidente
- **Cinzia Boller** > Vice Presidente
- **Paul Savant** > Amministratore Delegato
- **Siva Prasad Reddy Bhimireddy** > Consigliere
- **Giorgio Raffetto** > Consigliere
- **Marco Sorrentino** > Consigliere indipendente
- **Davide Ferrando** > Consigliere indipendente

Oltre al ruolo essenziale giocato all'interno del modello della *Reintegration Economy*, Almo Nature dal 2018 è società benefit.

Generazione di profitto e creazione di valore per gli stakeholder rappresentano la duplice finalità del fare impresa: questa l'essenza del modello di impresa "for benefit".

La forma giuridica di Società Benefit, note nel mondo come benefit corporation, è stata introdotta in Italia, primo Paese in Europa, a gennaio 2016 e sono a fine 2025 oltre 5.500 le imprese che sono state create o si sono trasformate in Società Benefit, con un tasso di crescita del 20% rispetto al 2024.

Le Società Benefit affiancano al tradizionale scopo di lucro anche la finalità di generare un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, dichiarandolo in Statuto.

Almo Nature è tra le prime SpA italiane ad avere deciso, nel 2018, di trasformarsi in società benefit, modificando il proprio oggetto sociale e rendendo ufficiale all'interno dello Statuto il perseguimento, accanto all'utile, di una serie di finalità di beneficio comune.

LE FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE DI ALMO NATURE

Come descritto dello Statuto, Almo Nature Benefit SpA persegue – congiuntamente agli obiettivi economici propri di un'attività imprenditoriale – finalità di beneficio comune così definite:

ART 4.2 La Società persegue la propria finalità benefit attraverso il progetto **"Companion for Life"** a favore dei cani e dei gatti, nonché attraverso il programma solidale denominato **"Shared Fate"**, che la Fondazione Capellino ha adottato a favore di tutti i dipendenti e collaboratori pro-tempore delle società controllate qualora venissero a trovarsi in condizione di difficoltà.

ART 4.3 La Società è parte del modello economico denominato della *Reintegration Economy*, ideato da Pier Giovanni Capellino e condotto dalla Fondazione Capellino. C'è *Reintegration Economy* quando un'azienda destina i propri profitti (dedotti i costi, tasse e quanto necessario alla continuità aziendale) a valori in favore della vita rappresentata da tutti gli esseri viventi e non solo dal genere umano: Almo Nature destina tutto, anche sé stessa, attraverso la Fondazione Capellino suo azionista unico.

Almo Nature è soggetta alla direzione e coordinamento della Fondazione Capellino, la quale esercita le proprie prerogative con specifico riferimento alle attività benefit.

COMPANION FOR LIFE: DALLA PROPRIETÀ ALLA RESPONSABILITÀ

Almo Nature promuove una visione olistica della relazione tra umani e cani e gatti che va ben oltre i prodotti che vende: **Companion for Life è il suo progetto for benefit che mira a far evolvere il concetto di “proprietà” verso quello di “responsabilità” nei confronti dei propri compagni animali**, elevando il rispetto della specificità dei nostri compagni animali.

Le attività di Companion for Life nel 2025 si sono articolate in tre filoni principali:

1. Bando Companion for Life

Nell'ambito del suo statuto benefit, Almo Nature ha promosso un bando europeo dedicato alle associazioni non profit impegnate nel benessere di cani e gatti, con l'obiettivo di favorire una cultura della responsabilità verso gli animali da compagnia e sostenere iniziative che ne tutelino le specificità e il benessere. Il bando si inserisce nella visione del progetto più ampio Companion for Life, che propone un'evoluzione del rapporto tra esseri umani e animali, dal concetto di proprietà a quello di responsabilità.

Nel 2025 il bando è stato attivato in sette Paesi europei: Italia, Francia, Germania, Belgio, Paesi Bassi, Spagna e Regno Unito. Si è sviluppato tra il 2 aprile e il 30 ottobre 2025.

Per ciascuno dei sette Paesi, Almo Nature ha destinato 45.000 euro (45.000 sterline nel Regno Unito) al finanziamento di sette progetti locali, per un totale di 325.000 euro e 49 progetti. I progetti candidati riguardavano ambiti quali educazione e formazione, ricerca sul benessere animale, promozione delle adozioni consapevoli, prevenzione del randagismo, supporto alle famiglie adottanti in difficoltà, identificazione degli animali e valorizzazione di pratiche di allevamento responsabili.

almo nature
Bando
Companion for Life
from ownership to responsibility

PER TUTELARE I CANI E I GATTI,
OGGI CI SERVE IL TUO VOTO.
NON I TUOI SOLDI.

**DAL 24 LUGLIO
AL 22 OTTOBRE
VOTA IL PROGETTO
CHE RITIENI PIÙ MERITEVOLE:**
CON UN SEMPLICE CLICK,
PUOI FARE LA DIFFERENZA PER
IL BENESSERE DI CANI E GATTI.

Almo Nature,
attraverso il bando
Companion for Life,
mette a disposizione
45.000€ ripartiti tra
7 progetti di associazioni
non profit che promuovono
il benessere di cani e gatti.
COSA PUOI FARE TU?
Vota ed entra a far parte
della REcommunity:
attivati insieme a noi
per ristabilire l'armonia tra
umani e i loro compagni
animali con tutte
le altre vite del pianeta.

almo nature
ALL PROFITS TO THE PLANET

Fondazione
Capellino

100%
riciclati



La selezione è avvenuta attraverso una prima valutazione tecnica da parte di una commissione internazionale di esperti, seguita da una fase di voto pubblico online. Oltre al contributo economico, il bando ha offerto alle associazioni partecipanti un'importante opportunità di visibilità, valorizzando il lavoro svolto quotidianamente sul territorio a favore dei compagni animali.

Inoltre, per ampliare l'impatto dell'iniziativa, le associazioni che non sono risultate beneficiarie del contributo economico e che ne hanno fatto richiesta entro i termini stabiliti hanno ricevuto una donazione di pet food Almo Nature per i cani e i gatti di cui si prendono cura. In questo modo, il progetto ha potuto offrire un sostegno concreto a un numero ancora più ampio di realtà impegnate quotidianamente nella tutela degli animali da compagnia.

Il bando ha premiato 7 progetti in 7 Paesi europei, con un massimo di 11.000 euro per il primo classificato e importi a scalare per i successivi, fino ad un massimo dell'80% del costo del progetto.

La somma complessiva stanziata è pari a 45.000 euro per ognuno dei 7 Paesi coinvolti (45.000 £ per UK), per un totale di 315.000 euro.

Oltre 272.000 i voti pervenuti, così suddivisi:

Paese	Voti	% sul totale
Italia	141.655	51,9%
Francia	49.557	18,2%
Spagna	18.326	6,7%
Germania	17.917	6,6%
Belgio	15.732	5,8%
UK	14.931	5,5%
Paesi Bassi	14.703	5,4%
Totale	272.821	100,0%

Con oltre 141.000 voti complessivi, l'Italia si conferma il Paese con la maggiore partecipazione, rappresentando quasi il 52% del totale. Seguono Francia (18,2%) e, a distanza, Spagna, Germania, Belgio, Regno Unito e Paesi Bassi, ciascuno con quote comprese tra il 5% e il 7%.

www.almonature.com/it/companion-for-life

2. Advocacy a livello europeo

Elaborazione del **Libro Bianco “The protection of cats and dogs in the EU Law”** in collaborazione con The European Institute for Animal Law & Policy, presentato dall’europarlamentare Dario Nardella il 17 ottobre 2025 e tradotto in francese dall’associazione 30 Millions d’Amis e in italiano dalla Fondazione Capellino.
<https://www.almonature.com/it/la-protezione-di-cani-e-gatti-nel-diritto-dellue>

Il Libro Bianco si è posto come stimolo per il legislatore europeo in sede di elaborazione della proposta del nuovo Regolamento per il benessere e la tracciabilità dei cani e dei gatti in UE: 6 dei 9 punti sottoposti all’attenzione dei parlamentari sono stati accolti.
<https://eur-lex.europa.eu/IT/legal-content/glossary/animal-welfare.html>

L’11 dicembre 2025 è stato siglato l’accordo di compromesso sul testo del nuovo Regolamento in sede di Comitato dei Rappresentanti Permanenti (COREPER) e il Parlamento europeo ha votato favorevolmente il 28 aprile scorso 2026. Gli Stati membri avranno quindi due anni di tempo per adeguare di conseguenza la propria legislazione nazionale.

3. Love Food Bank

Donazioni pasti solidali sia a realtà che ne hanno fatto richiesta “one shot”, sia nell’ambito di progetti di collaborazione strutturati e duraturi, come quelli dedicato ai Cani da Guardiania in collaborazione con il Parco delle Foreste Casentinesi e il Cheetah Conservation Fund.

Paese	Cani	Gatti	Totale pasti	% sul totale
Italia	4.401	7.581	359.460	35,1%
Francia	1.472	5.798	218.100	21,3%
Germania	8.556	4.333	386.670	37,7%
Paesi Bassi	796	1.229	60.750	5,9%
Totale	15.225	18.941	1.024.980	100,0%

Nel 2025 sono stati distribuiti oltre **1 milione di pasti (1.024.980)** a cani e gatti. La **Germania** rappresenta la quota maggiore del totale **(37,7%)**, seguita dall’**Italia (35,1%)** e dalla **Francia (21,3%)**. I **Paesi Bassi** contribuiscono per il restante **5,9%**. Complessivamente, l’iniziativa ha raggiunto **15.225 cani e 18.941 gatti**.

Fondazione Capellino è proprietaria al 100% di Almo Nature ed è oggi la prima e unica *enterprise foundation* in Italia:

una fondazione proprietaria di impresa, distinta dalle tradizionali corporate *foundation*, che operano invece come emanazione di un'azienda.

Questo modello di governance rappresenta la concreta applicazione della Reintegration Economy, un modello economico che prevede la destinazione integrale dei profitti generati da Almo Nature alla tutela della biodiversità e alla promozione di iniziative di interesse generale.

In tale modello, il valore creato dall'attività d'impresa non viene distribuito a singoli azionisti, ma reinvestito a beneficio degli ecosistemi attraverso progetti di conservazione, ricerca scientifica e sensibilizzazione pubblica.

Nello svolgimento della propria missione, la Fondazione individua, sviluppa e sostiene progetti ad alto valore ambientale, avvalendosi della collaborazione di istituti scientifici nazionali e internazionali, università ed esperti di settore.

L'attività della Fondazione si articola in quattro aree di intervento:

- **RESTORING BIODIVERSITY:**
contrasto alla frammentazione degli habitat naturali attraverso la creazione e il consolidamento di corridoi ecologici e infrastrutture verdi.
- **CLIMATE CHANGE:**
sviluppo e sostegno di progetti finalizzati alla mitigazione e al contenimento degli effetti del cambiamento climatico.
- **IMPACT ON BIODIVERSITY:**
sviluppo di metodologie e strumenti per la misurazione degli impatti delle attività umane sugli ecosistemi e sul capitale naturale.
- **VILLA FORTUNA:**
recupero e valorizzazione del patrimonio storico e architettonico del complesso Villa Fortuna, sede della Fondazione a San Salvatore Monferrato (AL). Ricerca e promozione di modelli agricoli capaci di integrare produttività e conservazione della biodiversità.

La Fondazione opera sia attraverso progetti gestiti direttamente sia mediante iniziative sviluppate in collaborazione con partner qualificati, ai quali può essere affidata la responsabilità operativa delle attività.

Ulteriori informazioni sui programmi e sul loro stato di avanzamento sono disponibili sul sito istituzionale della Fondazione Capellino.

Accanto alle attività progettuali, Fondazione Capellino e Almo Nature promuovono iniziative di sensibilizzazione volte a rafforzare la consapevolezza pubblica sul valore della biodiversità e sulla necessità di porla al centro delle decisioni economiche, sociali e politiche.

Nel corso del 2025 sono state realizzate due principali campagne di sensibilizzazione e advocacy.

1. Niente Giustifica la Caccia

Nell'autunno del 2025 la Fondazione Capellino ha promosso la campagna **"Niente Giustifica la Caccia"**, finalizzata a sensibilizzare cittadini e istituzioni sull'importanza della tutela della fauna selvatica e sui potenziali effetti dell'ampliamento delle attività venatorie previsto dalla proposta di riforma della normativa sulla caccia.

L'iniziativa si inserisce nel più ampio impegno della Fondazione per la salvaguardia della biodiversità e per la promozione di politiche coerenti con la conservazione degli ecosistemi.

La campagna ha favorito il dibattito pubblico sui temi della protezione della natura, coinvolgendo un ampio numero di cittadini e raccogliendo a fine 2025 oltre 154.000 firme a sostegno della richiesta di una maggiore tutela della fauna selvatica che sono state consegnate in Parlamento il 26 febbraio 2026. Alla data di pubblicazione di questa relazione le firme raccolte sono più di 185.000.

Attraverso questa iniziativa, la Fondazione ha contribuito ad accrescere l'attenzione pubblica sul rapporto tra attività umane, conservazione delle specie e integrità degli ecosistemi, consolidando il proprio ruolo di soggetto attivo nel confronto sui temi ambientali.

NIENTE GIUSTIFICA LA CACCIA.

Firma l'appello al Parlamento su
fondazionecapellino.org/it/recommunity/stop-legge-caccia





2. Un elefante in città. Ripensare il futuro a partire dalla biodiversità

Nel maggio 2025 Almo Nature e Fondazione Capellino hanno promosso, in collaborazione con Palazzo Ducale Fondazione per la Cultura di Genova, il ciclo di incontri **“Un elefante in città. Ripensare il futuro a partire dalla biodiversità”**, un percorso di approfondimento e confronto pubblico dedicato alle relazioni tra biodiversità, economia e società.

L'iniziativa ha coinvolto studiosi, imprenditori, rappresentanti delle istituzioni e cittadini, con l'obiettivo di stimolare una riflessione condivisa sulla necessità di ripensare gli attuali modelli di sviluppo alla luce delle sfide ambientali contemporanee. Per tutta la durata della manifestazione, Palazzo Ducale ha ospitato l'installazione “L'elefante della biodiversità”, simbolo della crisi ecologica globale e della necessità di riportare la tutela della vita e degli ecosistemi al centro delle decisioni collettive.

Il ciclo di incontri si è articolato in tre appuntamenti principali:

- 9 maggio 2025 – L'elefante nella stanza. Il valore (non solo ambientale) della biodiversità, evento inserito nel Festival dello Sviluppo Sostenibile promosso da ASviS, dedicato al ruolo della biodiversità quale fattore essenziale per il benessere sociale, la resilienza dei territori e la prosperità economica.
- 18 maggio 2025 – incontro con il filosofo ed economista giapponese Saitō Kōhei, che ha approfondito il tema dei limiti dei modelli di crescita economica illimitata e delle possibili alternative orientate alla sostenibilità e all'equità intergenerazionale.
- 29 maggio 2025 – Due aziende, un solo scopo, confronto tra Patagonia e Almo Nature sui modelli imprenditoriali che destinano il valore generato dall'impresa a finalità di interesse generale, ambientale e sociale.

L'iniziativa si inserisce nella strategia di sensibilizzazione promossa da Almo Nature e Fondazione Capellino per favorire una maggiore consapevolezza collettiva sul ruolo della biodiversità e sul contributo che cittadini, imprese e istituzioni possono offrire alla sua tutela. La transizione verso modelli economici e sociali più sostenibili richiede infatti non solo innovazione e adeguati strumenti normativi, ma anche un cambiamento culturale capace di riconoscere il valore fondamentale degli ecosistemi per il futuro delle comunità umane.



Guardando al 2026: sfide e priorità

Il percorso intrapreso da Almo Nature e Fondazione Capellino attraverso la Reintegration Economy è per sua natura un progetto di lungo periodo, che richiede un costante impegno di sviluppo, misurazione e miglioramento.

Nel corso del 2026 l'azienda e la Fondazione sono chiamate a consolidare i risultati raggiunti e ad affrontare alcune sfide strategiche particolarmente rilevanti.

Sul piano ambientale, la priorità è completare la misurazione delle emissioni indirette di Scope 3 e rafforzare progressivamente la disponibilità di dati primari lungo la catena del valore, al fine di individuare con maggiore precisione le aree di intervento e le opportunità di riduzione degli impatti.

Per quanto riguarda la Reintegration Economy, il 2026 rappresenta un passaggio cruciale per il consolidamento della REcommunity, con il lancio dell'iniziativa "**Nature has no borders**" (ICE e bando europeo da 4 milioni di euro) e il programma **Shared Fate**, strumenti attraverso i quali

intendiamo ampliare la partecipazione dei cittadini e rafforzare l'impatto delle nostre azioni a favore della biodiversità e allo stesso tempo non lasciare indietro nessun dipendente o collaboratore in difficoltà.

Infine, continueremo a sviluppare i progetti benefit di Almo Nature e le iniziative della Fondazione Capellino, nella convinzione che la tutela della biodiversità, il benessere degli animali e la diffusione di modelli economici orientati all'interesse generale rappresentino sfide tra loro profondamente interconnesse.

Siamo consapevoli che gli obiettivi che ci siamo posti richiedono tempo, competenze, collaborazione e capacità di innovazione.

Questa consapevolezza non riduce la nostra ambizione: al contrario, rafforza la determinazione a proseguire lungo un percorso che intende contribuire concretamente alla costruzione di un rapporto più equilibrato tra attività umane, economia e natura.

SHARED FATE

La Reintegration Economy compie un ulteriore passo nel definirsi concretamente: dopo la reintegrazione della natura, dopo la reintegrazione sociale, con la scelta di ridurre agli investimenti nei media a favore del passaparola, dal 2026 si concentra anche sulle persone che lavorano nel Gruppo.

Il 25 giugno 2026 Fondazione Capellino, con tutti i suoi organi statutari riuniti in seduta plenaria, ha deliberato l'adozione del principio di "**Shared Fate**", che possiamo altrimenti esprimere così: **nessuno dei dipendenti e collaboratori pro-tempore**, quindi inclusi agenti di commercio e professionisti con un rapporto stabile e diretto, della Fondazione e delle società di cui la Fondazione detiene il 100% delle azioni o quote, **verrà lasciato indietro o abbandonato, qualora dovesse trovarsi ad affrontare difficoltà superiori alle sue ordinarie capacità di farvi fronte**.

Il programma "Shared Fate" è stato inserito il 6 luglio 2026 all'art 4.2 (Finalità di beneficio comune) dello Statuto di Almo Nature *"La Società persegue la propria finalità benefit attraverso il progetto "Companion for Life" a favore dei cani e dei gatti, nonché attraverso il programma solidale denominato "Shared Fate", che la Fondazione Capellino ha adottato a favore di tutti i dipendenti e collaboratori pro-tempore delle società controllate qualora venissero a trovarsi in condizione di difficoltà"*.

Questa prima rendicontazione di sostenibilità, che integra la tradizionale Relazione di Impatto pubblicata dal 2020, è di carattere volontario e indirizzata a tutti gli stakeholder. In questo modo Almo Nature compie un ulteriore passo nella direzione della trasparenza del proprio operato, nel breve e nel lungo periodo, con la consapevolezza che i tradizionali strumenti di rendicontazione civilistica non possano da soli fornire una rappresentazione completa del valore creato.

La Relazione di Sostenibilità 2025 di Almo Nature è stato redatto secondo le metodologie e i principi previsti dal Voluntary standard for non-listed SMEs (VSME), piccole e medie imprese non quotate in mercati regolamentati pubblicato da EFRAG – European Financial Reporting Advisory Group nella sua versione definitiva a Dicembre 2024. Almo Nature ha scelto di adeguarsi alle richieste contenute nell'opzione B: modulo base e modulo onnicomprensivo" offerta da VSME.

Le informazioni e i dati richiesti dall'opzione di rendicontazione indicata sono forniti solo se applicabili alla situazione specifica di Almo Nature, in relazione ai temi rilevanti identificati.

La presente relazione risponde inoltre alle richieste dell'art. 1 c.382 L. 208/2015 istitutiva delle Società Benefit per quanto concerne l'obbligo di rendicontazione annuale del beneficio comune.

Perimetro

La relazione rendiconta i dati del Gruppo, comprensivo della Capogruppo e delle società su cui quest'ultima esercita direzione e coordinamento, in coerenza con l'impostazione del Bilancio Consolidato. Rientrano nel perimetro di rendicontazione le seguenti società: Almo Nature Benefit SpA (di seguito "Capogruppo"), Almo Nature Deutschland, Almo Nature France, Almo Nature USA, Almo Nature Canada, Almo Nature UK, Almo Nature Netherlands, Almo Nature Switzerland, Almo Nature Espana.

Anno di riferimento

I dati e le informazioni presenti in questo documento fanno riferimento all'esercizio 2025 (dal 1° gennaio al 31 dicembre). Si è inoltre ritenuto necessario inserire alcuni fatti particolarmente rilevanti avvenuti dopo la chiusura dell'esercizio e fino alla pubblicazione del presente documento.

Natura dei dati

Ai fini di una corretta rappresentazione delle performance e per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime.

Le principali fonti dei dati e delle informazioni sono:

- sistemi gestionali e contabili aziendali
- informazioni e dati forniti dai singoli responsabili aziendali (data owner).

Approvazione

Questo documento è stato approvato dall'Assemblea dei Soci Almo Nature Benefit S.p.A. in data 24 giugno 2026.

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

almonature.com

