LUCART
SHARING THE FUTURE

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2025

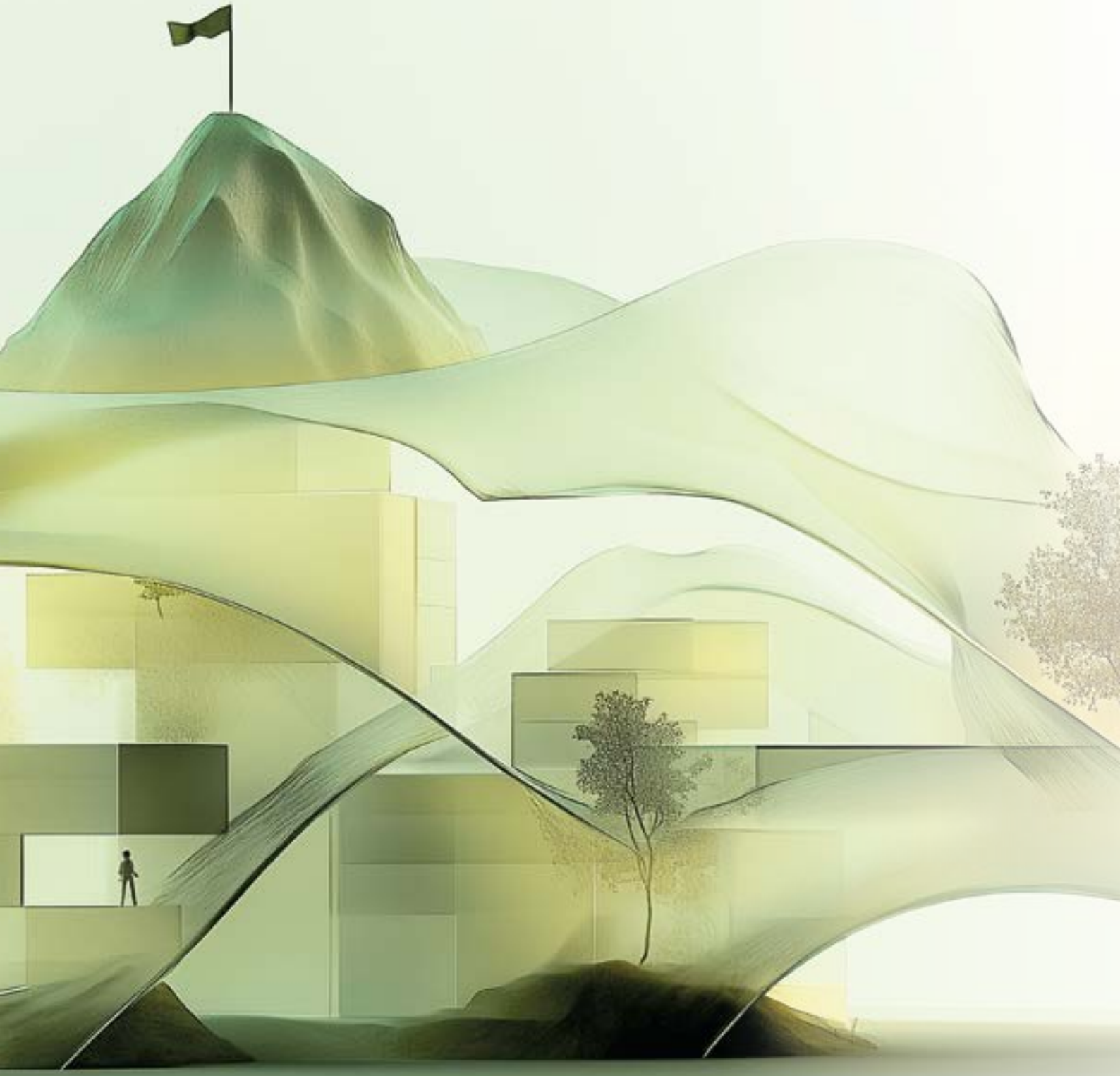
21ª edizione



LUCART
SHARING THE FUTURE

RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2025

21ª edizione



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Gentili Stakeholder,

il 2025 è stato per Lucart un anno di crescita responsabile, caratterizzato da scelte strategiche che rafforzano il nostro impegno verso la sostenibilità, l'innovazione e la creazione di valore condiviso. Nel solco della nostra visione "Sharing the Future", abbiamo continuato a trasformare il nostro modo di produrre, trovare nuove soluzioni per ridurre gli impatti ambientali e investire nel benessere delle persone e delle comunità in cui operiamo.

Sul fronte ambientale, i risultati raggiunti confermano la solidità del nostro percorso. Quasi tutti i principali indicatori mostrano un miglioramento significativo: dalle riduzioni delle emissioni di CO_2 alle performance energetiche, dalla gestione circolare delle risorse idriche al costante incremento dell'utilizzo di materiali riciclati e rinnovabili. È un'evoluzione resa possibile dai continui investimenti in tecnologie più efficienti, dall'ottimizzazione dei processi e dalla crescente integrazione di pratiche industriali basate su principi scientifici e approcci sistemici.

In questo quadro, **l'approvazione dei nostri target da parte della Science Based Targets initiative (SBTi)** rappresenta un passaggio cruciale. Nell'allinearci agli obiettivi dell'Accordo di Parigi, abbiamo scelto di misurare e rendicontare i nostri impegni con la massima trasparenza, assumendoci un ruolo attivo nella transizione verso un'economia a basse emissioni. Allo stesso modo, **il superamento dell'audit BSCI** conferma il nostro impegno a garantire condizioni di lavoro eque, sicure e rispettose dei più alti standard internazionali lungo tutta la catena del valore.

Il 2025 è stato anche un anno di grande evoluzione per il nostro Gruppo. **A dicembre abbiamo completato l'acquisizione di Cartindustria Eurocarta**, un passo strategico che amplia la nostra capacità produttiva, rafforza la presenza industriale in Europa e ci consente di sviluppare nuove sinergie tecnologiche e commerciali. A tutte le persone di Eurocarta va il nostro più caloroso benvenuto in Lucart: siamo certi che insieme potremo generare nuove opportunità, condividere competenze e accelerare il nostro percorso comune di crescita sostenibile.

Parallelamente, abbiamo completato **progetti strategici legati al nostro carbon footprint systematic approach**, metodo che ci consente di tradurre la complessità della sostenibilità in scelte chiare, misurabili e coerenti nel tempo. Questo approccio continua a guidarci nell'identificazione delle priorità, nella definizione degli obiettivi e nella loro integrazione nei processi decisionali, rafforzando un modello di governance ESG sempre più **trasparente** e orientato al miglioramento continuo.

Tutto ciò non sarebbe possibile senza l'impegno quotidiano delle nostre persone, che rappresentano la vera forza del Gruppo. La loro competenza, dedizione e capacità di innovare alimentano il nostro cammino verso un futuro industriale più sostenibile, inclusivo e resiliente.

Guardiamo al 2026 con determinazione e senso di responsabilità. Continueremo a investire in tecnologie pulite, a promuovere modelli di produzione circolare e a sviluppare prodotti che migliorino la qualità della vita dei nostri clienti e delle comunità. Lo faremo con la convinzione che la sostenibilità non sia solo un dovere, ma la condizione essenziale per costruire un futuro in cui crescere insieme.



Francesco Pasquini
Amministratore Delegato





INDICE

Lettera agli stakeholder 3

IDENTITÀ AZIENDALE E INDICATORI DI PERFORMANCE

Gruppo Lucart in sintesi 6
Risultati e obiettivi di miglioramento 8
Vision e Mission 10
Catena del valore e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile 12
I Principi del Global Compact 14
Rating di Sostenibilità 15
SBTi e impegno climatico trasparente 16
Amfori BSCI e impegno sociale-etico 17
Analisi di Materialità 18

GOVERNANCE

1.1 Gruppo Lucart, la storia 25
1.2 Stabilimenti del Gruppo 28
1.3 Tipologia di Carte Prodotte 30
1.4 Capacità produttiva 31
1.5 Il Processo Produttivo e ciclo di vita del prodotto tissue 32
1.6 Il Processo Produttivo e ciclo di vita del prodotto cosmetico 34
1.7 Aree di Business 36
1.8 Area Away from Home (AFH) 38
1.9 Area Consumer 43
1.10 Area Business to Business (BtoB) 46
1.11 Certificazioni 47
1.12 Circolarità e sostenibilità come leve strategiche di business 49
1.13 Organizzazione 52
1.14 Modello di organizzazione 54
1.15 Codice etico 55
1.16 Gestione del Rischio 57

SOCIETÀ E PERSONE

2.1 Principi 66
2.2 Principali tipologie e canali di comunicazione con gli stakeholder 66
2.3 Relazioni con il Personale 67
2.4 Struttura del personale Lucart 69
2.5 Salute e Sicurezza sul Lavoro 77
2.6 Relazioni con gli altri stakeholder 79
2.7 Attività di comunicazione Multistakeholder 92

AMBIENTE

3.1 Valutazione degli Impatti ambientali 100
3.2 Dichiarazione ambientale di prodotto (EPD®) 101
3.3 Materie prime 103
3.4 Imballaggi 106
3.5 Risorse idriche 108
3.6 Risorse energetiche 112
3.7 Emissioni in atmosfera 116
3.8 Logistica 118
3.9 Gestione dei rifiuti 120
3.10 Bilancio quantitativo finale 124

Nota Metodologica 126
Analisi degli impatti correlati ai temi materiali 127
GRI Content Index 128
Relazione della società di revisione indipendente sul bilancio di sostenibilità 2025 133

GRI 2-6 201-1 203-1 301-2

LUCART IN SINTESI

IL GRUPPO

PERSONE IMPIEGATE	MACCHINE DA CARTA	STABILIMENTI PRODUTTIVI	CENTRI LOGISTICI
1.700+	12	11	2

CAPACITÀ PRODUTTIVA

SETTORE CARTA

CIRCA **400mila**

Tonnellate/Anno
capacità produttiva

SETTORE SKIN CARE

12 milioni

Litri/Anno
capacità produttiva

AREE DI BUSINESS

AWAY FROM HOME

LUCART PROFESSIONAL · FATO · Velo

CONSUMER

Tenderly · Grazie EcoNatural · Tutto · Smile

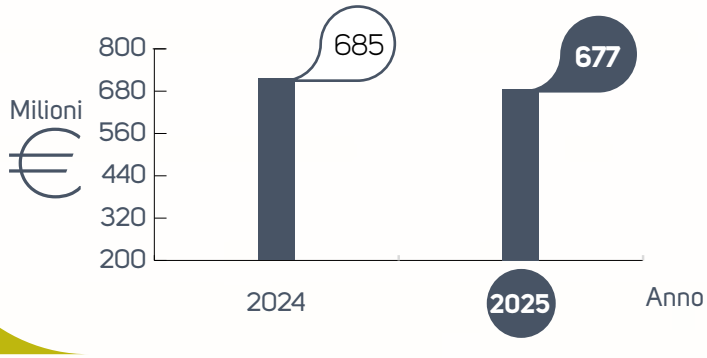
BtoB


Carta tissue


Carta monolucida


Carta airlaid

FATTURATO



677 M€

PAESI SERVITI

70+

MATERIE PRIME UTILIZZATE

Carta da riciclare **54%**

Cellulosa vergine **46%**

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO[1]

2024
642 M€

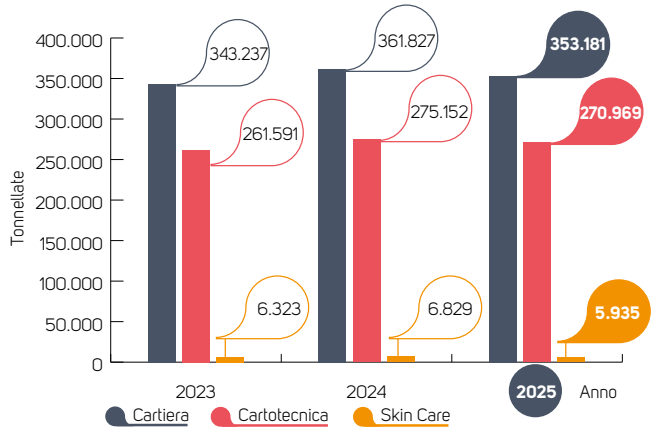
2025
643 M€
distribuito tra:

- **77,1%** Acquisti di beni e servizi
- **17,4%** Costo del Lavoro
- **3,4%** Finanziario
- **2,1%** Stato

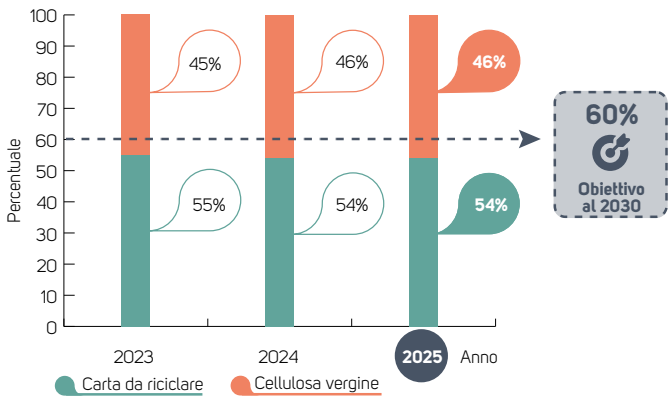
[1] I dati finanziari relativi al fatturato (ricavi netti) e al valore economico distribuito agli stakeholder sono riferiti alla Capogruppo Lucart S.p.A. e non più a Pasfin S.p.A. Per ragione di comparazione, il valore sul 2024 è stato ricalcolato per essere allineato con i dati 2025. Il valore totale generato (ricavi netti, variazioni di stock e altri ricavi) è pari a 695 M€ a fronte di un valore trattenuto pari a 52 M€. La voce relativa al valore distribuito alla comunità sarà integrata nelle future rendicontazioni.

RISULTATI E OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

PRODUZIONE TOTALE

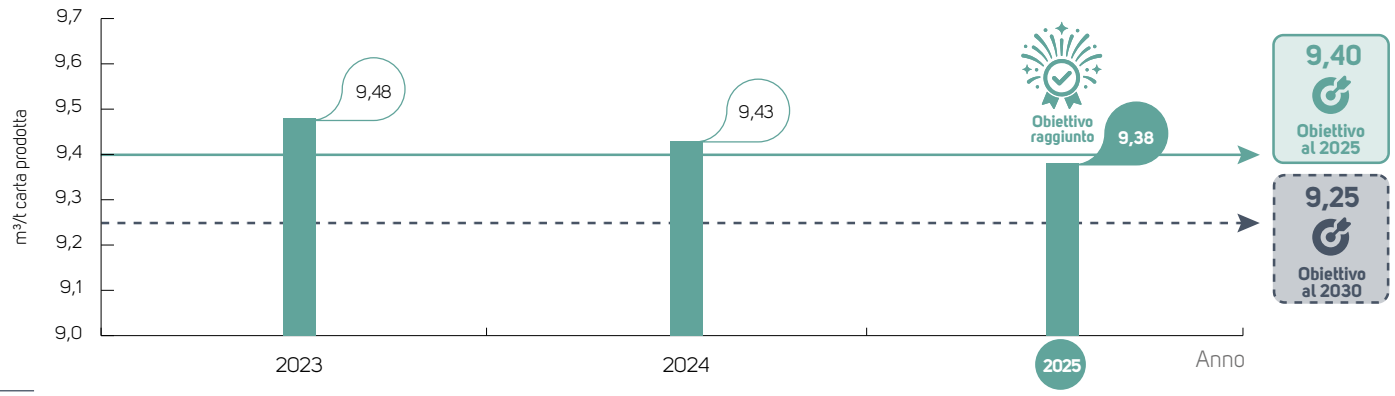


MATERIE PRIME CONSUMATE

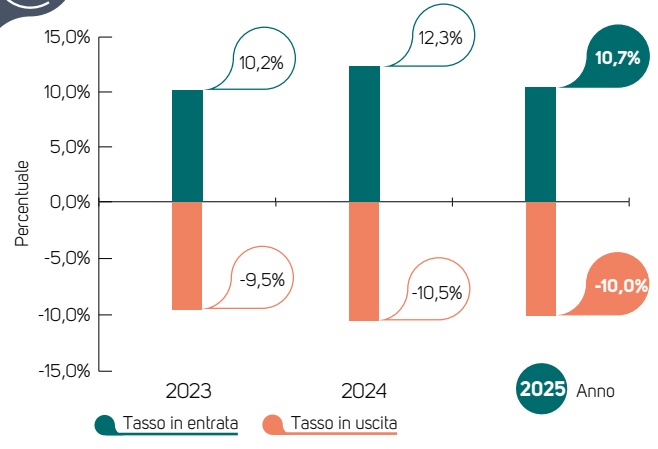


RISORSE IDRICHE

CONSUMO IDRICO SPECIFICO – SETTORE CARTA

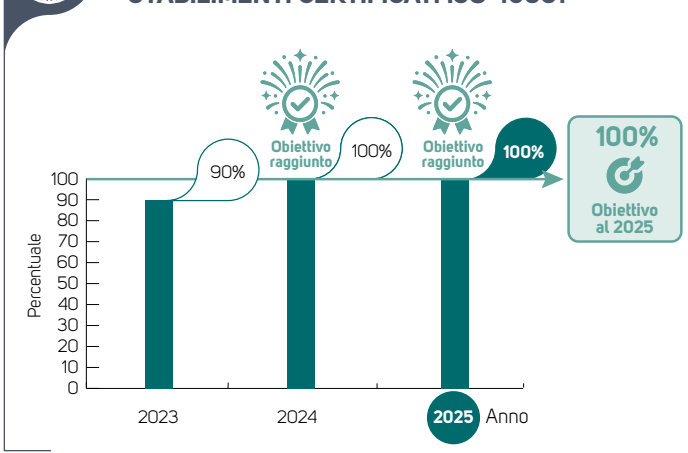


TURNOVER GRUPPO



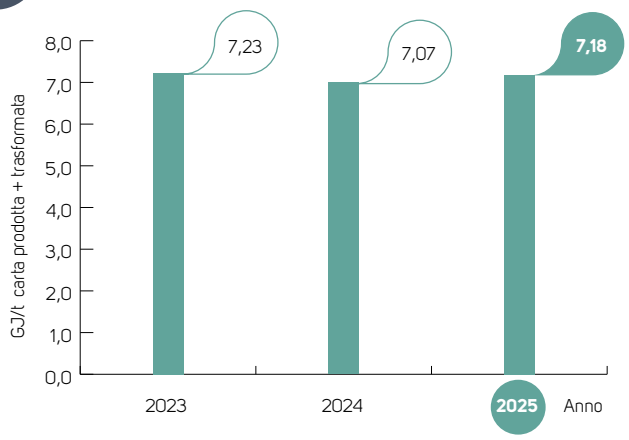
SICUREZZA SUL LAVORO

STABILIMENTI CERTIFICATI ISO 45001



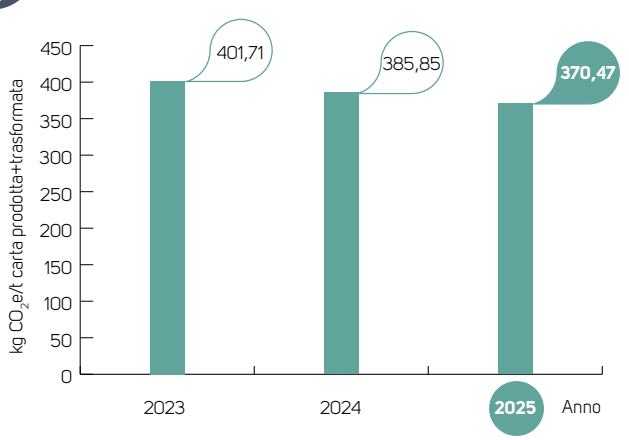
RISORSE ENERGETICHE

CONSUMO DI ENERGIA SPECIFICO (INTENSITÀ)



EMISSIONI IN ATMOSTEFERA*

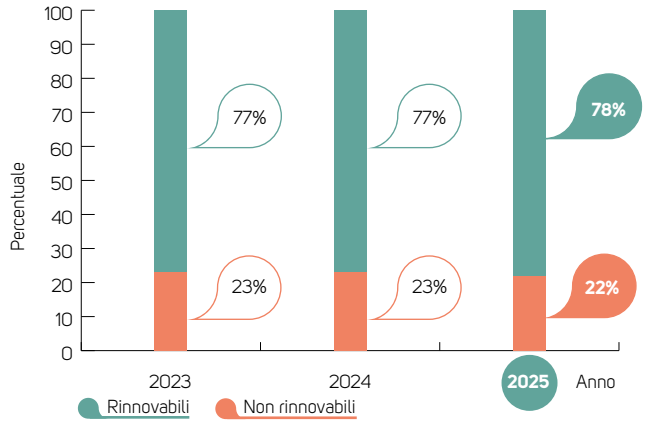
EMISSIONI CO_2e SPECIFICHE (INTENSITÀ)



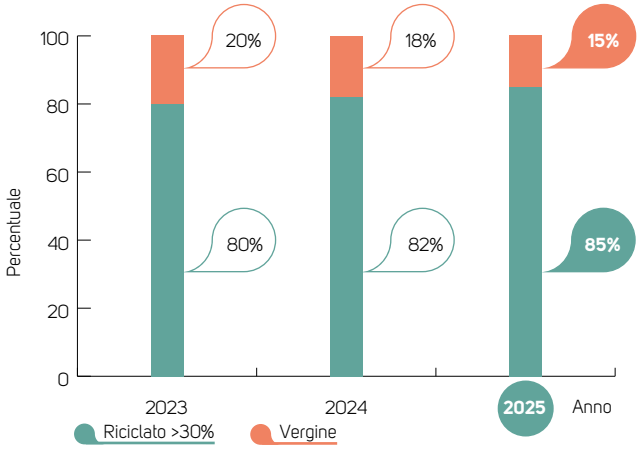
IMBALLAGGI SETTORE CARTA

Anche nel 2025 il 100% degli imballaggi di Lucart sono riciclabili o compostabili

% IMBALLAGGI RINNOVABILI/NON RINNOVABILI

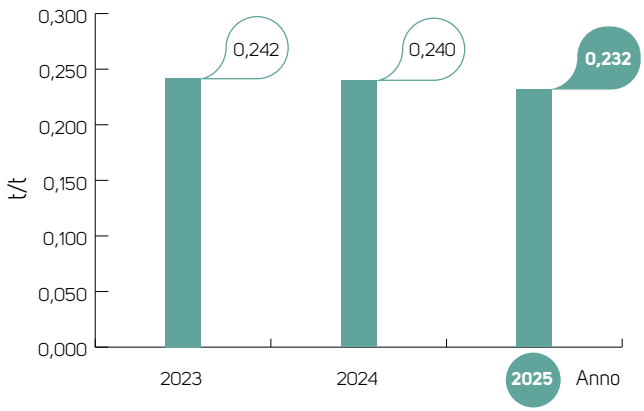


% IMBALLAGGI RICICLATI/VERGINI

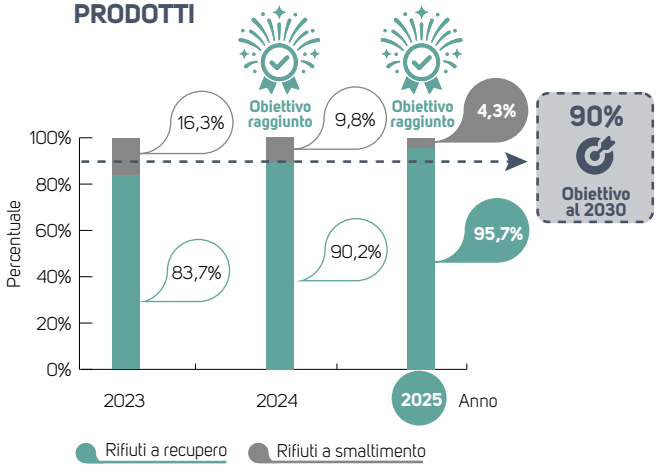


RIFIUTI

RIFIUTI PRODOTTI SU TONNELLATA DI CARTA PRODOTTA



RIFIUTI PRODOTTI



Come specificato all'interno della Nota Metodologica, lo stabilimento di Cartaindustria Eurocarta (acquisito in data 01/12/2025), per i dati sociali e ambientali è escluso dal perimetro di rendicontazione per l'annualità 2025. Questo ultimo sarà incluso a partire dall'esercizio successivo, una volta integrato nei sistemi di raccolta informativi del Gruppo. Si precisa che i valori qui sopra riportati sono adeguatamente descritti all'interno dei capitoli Ambiente e Società & Persone ai quali si rimanda per completa comprensione delle diverse tematiche qui rappresentate.

LUCART VISION E MISSION

VISION

Ci impegniamo a realizzare modelli di business circolari per rigenerare e accrescere i capitali naturali, sociali ed economici, perché vogliamo condividere un futuro sostenibile con i nostri stakeholder.

MISSION

Ci prendiamo cura delle persone e degli ambienti in cui vivono e lavorano con soluzioni per l'igiene e la protezione dei prodotti. La sostenibilità è l'elemento che ispira le nostre innovazioni e le relazioni con i nostri stakeholder per la costruzione di un futuro migliore.

LA POLITICA INTEGRATA DELLA SOSTENIBILITÀ

Nel corso del 2025 il Consiglio di amministrazione di Lucart S.p.A. ha approvato la Politica integrata di sostenibilità del Gruppo Lucart. Si tratta di un impegno da comunicare a tutti gli stakeholder, interni ed esterni. La Politica integrata di sostenibilità si compone di una parte generale, dove sono definiti i principi trasversali che guidano l'agire quotidiano del Gruppo e delle sue Società, e cinque politiche tematiche sugli ambiti che necessitano di uno specifico presidio: clima; ambiente; sicurezza, salute, benessere e soddisfazione delle persone; filiera etica (nel rispetto dell'ambiente e dei diritti umani); business etico. La presente Politica fa riferimento alle principali iniziative e linee guida sullo sviluppo sostenibile e sulla condotta responsabile delle imprese[2]. La Politica integrata della sostenibilità è pubblicamente condivisa sul sito del Gruppo e accessibile a tutti gli stakeholder.

Leggi la politica della sostenibilità Lucart

L'agire quotidiano del Gruppo Lucart è regolato da quattro **principi fondamentali**, che definiscono l'approccio del Gruppo nella conduzione del business e fungono da guida per le politiche tematiche specificate a seguire. Per le modalità di azione e gli obiettivi si rimanda alla lettura della Politica integrata della Sostenibilità nella sua completezza.

IMPATTO POSITIVO

Lucart vuole creare prodotti di qualità rispettando le risorse dell'ambiente e il benessere delle persone. Le scelte che regolano i processi produttivi e la filiera devono pertanto tenere in considerazione il possibile impatto che possono direttamente o indirettamente generare sugli ecosistemi e sulle comunità. Il Gruppo si impegna a identificare periodicamente i possibili impatti negativi derivanti dalle sue azioni e a implementare le migliori tecnologie disponibili e i migliori approcci gestionali affinché questi vengano eliminati o mitigati. Il Gruppo intende farsi promotore del progresso economico, sociale e ambientale dei territori con cui si relaziona e nel farlo si impegna a identificare e implementare azioni che apportino un impatto positivo per le comunità.

[2] Le Linee guida dell'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE) per le imprese multinazionali sulla condotta responsabile d'impresa; il Codice di Condotta AMFORI BSCI; I diritti dell'Infanzia e i principi d'impresa delle Nazioni Unite; le dimensioni di genere dei Principi Guida delle Nazioni Unite su Imprese e Diritti Umani; i documenti di orientamento settoriali dell'OCSE; il Global Compact delle Nazioni Unite; l'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite; le convenzioni e raccomandazioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL); la Dichiarazione universale dei diritti umani delle Nazioni Unite (ONU); i Principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani (UNGP).

QUALITÀ

Non è solo l'eccellenza dei prodotti, ma una cultura che si traduce nel valore del servizio, nella trasparenza dei rapporti, nel rispetto delle persone, nella volontà di migliorare. L'attenzione alla qualità prende forma con la scelta accurata delle materie prime, con l'implementazione di processi produttivi sicuri e controllati per il benessere dell'ambiente e dei lavoratori, con la certificazione dei prodotti finiti per garantire la massima trasparenza ai clienti e agli utilizzatori finali. Ma è anche qualità nelle relazioni: il Gruppo Lucart mira a costruire sempre rapporti corretti e collaborativi con tutti i suoi stakeholder, i suoi partner e i suoi competitor.

INNOVAZIONE

Il Gruppo Lucart ama immaginare il futuro e creare soluzioni per viverlo meglio, alla ricerca continua di modelli di business sempre più innovativi e sostenibili. Nella convinzione che non possa esserci sostenibilità senza innovazione, Lucart investe costantemente risorse per trovare soluzioni inedite a problemi complessi, favorendo vere e proprie partnership con fornitori e clienti. Una continua e duratura collaborazione, infatti, è indispensabile per sviluppare progetti di ecodesign che consentano di coniugare la sostenibilità ambientale dei prodotti e dei processi e garantire al contempo alti livelli di qualità del prodotto e competitività sul mercato.

INTEGRITÀ

Per il Gruppo Lucart è legalità, responsabilità e trasparenza del business. Significa agire in modo leale e imparziale nei confronti di lavoratori e collaboratori, combattendo ogni forma di discriminazione e promuovendo la crescita dell'individuo. Significa relazionarsi con le comunità che ospitano i nostri siti produttivi con sincerità e trasparenza; gestire i rapporti con fornitori e clienti nel rispetto degli accordi contrattuali; operare una concorrenza giusta sul mercato.

IL MANIFESTO DELLA SOSTENIBILITÀ LUCART

Nel corso del 2026 a fini comunicativi verrà adottato il "Manifesto della sostenibilità Lucart" che riporterà in sintesi i principi, le modalità di azione e gli obiettivi principali individuati all'interno della Politica integrata della sostenibilità.



CATENA DEL VALORE E OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Il 25 settembre 2015, l'Assemblea Generale delle Nazioni Unite ha approvato l'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile, che include 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) validi per il periodo 2016 - 2030. Gli SDGs rappresentano il percorso più concreto per la costruzione di un mondo più inclusivo, equo e rispettoso dell'ambiente.

La strategia di sostenibilità di Lucart si integra perfettamente all'interno del quadro di azione delineato dagli SDGs. A conferma di tale scelta nel 2020 Lucart ha ufficialmente aderito al Global Compact Network Italia delle Nazioni Unite.

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Dopo una riflessione interna per identificare il contributo dell'Azienda al raggiungimento dei 17 obiettivi, sono stati scelti i seguenti obiettivi prioritari:



EDUCAZIONE E RICERCA

Portiamo la cultura della sostenibilità nelle scuole, perché siamo convinti che solo l'attiva collaborazione fra impresa e cittadini possa garantire lo sviluppo di una società sostenibile. I nostri prodotti devono ispirare i consumatori a uno stile di vita consapevole e sostenibile. Sosteniamo l'Università e la ricerca scientifica.



MOBILITÀ SOSTENIBILE

Favoriamo soluzioni di mobilità sostenibile come il trasporto su rotaia sia delle materie prime sia del prodotto finito ove possibile.



PARTNERSHIP

Favoriamo vere e proprie partnership con i nostri fornitori, con i clienti e con le associazioni. Una continua e duratura collaborazione, infatti, è indispensabile per sviluppare nuove soluzioni innovative e sostenibili.



MATERIE PRIME SOSTENIBILI

Scegliamo con cura le materie prime, utilizziamo solo fibre recuperate e cellulose provenienti da filiere gestite secondo riconosciuti criteri di sostenibilità.



IL NOSTRO OBIETTIVO È LA **CREAZIONE DI VALORE PER TUTTI I NOSTRI STAKEHOLDER**

AUTOPRODUZIONE DI ENERGIA E CALORE

Autoproduciamo gran parte dell'energia utilizzata nel processo produttivo con turbine in cogenerazione a gas metano ad alta efficienza e favorendo le energie alternative.



PRODUZIONE SOSTENIBILE

Minimizziamo gli sprechi e riutilizziamo gli scarti di produzione con soluzioni all'avanguardia.

Rispettiamo le procedure previste dai nostri sistemi di gestione per garantire ai clienti e agli utilizzatori finali la qualità, la sicurezza e l'idoneità all'uso dei nostri prodotti.

Favoriamo l'utilizzo di packaging sostenibile impiegando materiali riciclati e riciclabili o compostabili.



SISTEMI DI GESTIONE INTEGRATI

Garantiamo la qualità, l'igiene, il rispetto dell'ambiente e la sicurezza dei lavoratori implementando la cultura del miglioramento continuo e adottando sistemi di gestione integrati.



I PRINCIPI DEL GLOBAL COMPACT

Lucart aderisce al **Global Compact Network Italia** delle Nazioni Unite e si impegna al rispetto e alla promozione dei 10 principi universali adottati dall'organizzazione e relativi a: **diritti umani, standard lavorativi, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione.**

IMPEGNI

Diritti Umani

- Promuoviamo e rispettiamo i diritti umani universalmente riconosciuti e ci assicuriamo di non essere, neppure indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

Lavoro

- Sosteniamo la libertà di associazione dei lavoratori e riconosciamo il diritto alla contrattazione collettiva;
- non accettiamo forme di lavoro forzato, obbligatorio e minorile;
- eliminiamo ogni forma di discriminazione in materia di impiego e professione.

Ambiente

- Sosteniamo un approccio preventivo nei confronti delle sfide ambientali e intraprendiamo iniziative che promuovano una maggiore responsabilità ambientale;
- incoraggiamo lo sviluppo e la diffusione di tecnologie che rispettino l'ambiente.

Lotta alla Corruzione

- Ci impegniamo a contrastare la corruzione in ogni sua forma, incluse l'estorsione e le tangenti.

RATING DI SOSTENIBILITÀ

A settembre 2025 Ecovadis ha attribuito al Gruppo Lucart il rating Platinum per il quarto anno consecutivo: una valutazione ottenuta solo dall'1% delle imprese analizzate a livello mondiale.

EcoVadis
Sustainability Rating

CHI È ECOVADIS

Ecovadis è l'Agenzia internazionale di **rating ESG** che ogni anno esamina più di 150.000 aziende di oltre 250 settori produttivi nel mondo **valutando le attività** e i sistemi di gestione **sotto il profilo dell'attenzione all'ambiente e della responsabilità sociale.**

MODELLO DI VALUTAZIONE ECOVADIS

Ecovadis misura le performance di sostenibilità riferite a **4 aree**

- **Ambiente**
- **Approvvigionamento sostenibile**
- **Lavoro e diritti umani**
- **Etica**

PERCORSO DI MIGLIORAMENTO

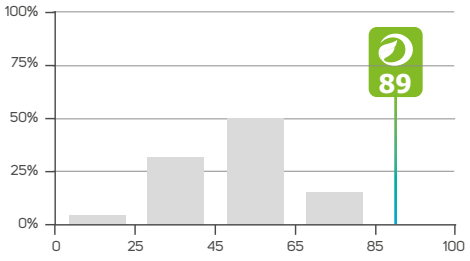
Lucart ha costantemente migliorato il proprio rating di sostenibilità:



IL PUNTEGGIO DI LUCART NEL 2025 NELLE 4 AREE ANALIZZATE

AMBIENTE	LAVORO E DITRITTI UMANI	ETICA	APPROVIGIONAMENTO SOSTENIBILE
96/100	90/100	75/100	88/100

RISPETTO ALLE AZIENDE DEL SETTORE



Percentile ottenuto dalle aziende valutate da EcoVadis nel settore Fabbricazione di altri articoli di carta e cartone.

SBTI E IMPEGNO CLIMATICO TRASPARENTE

SCIENCE BASED TARGETS
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Lucart a ottobre 2025 ha compiuto un ulteriore passo avanti nella propria strategia climatica con la convalida ufficiale da parte della Science Based Target initiative (SBTi) dei propri obiettivi di riduzione delle emissioni a breve termine. Un risultato che rafforza l'impegno dell'azienda nel contribuire concretamente agli obiettivi dell'Accordo di Parigi, allineando il proprio percorso industriale alle traiettorie necessarie a mantenere il riscaldamento globale entro 1,5°C.

Gli obiettivi presentati e adesso validati a tutti gli effetti dalla SBTi, definiscono un piano di decarbonizzazione che coinvolge l'intero perimetro aziendale e la sua catena del valore.

ENTRO IL 2035, IL GRUPPO SI IMPEGNA A

- Ridurre le emissioni assolute di Scope 1 e 2 del 67,8% rispetto al 2019.
- Ridurre le emissioni di Scope 3 legate a combustibili ed energia del 40% rispetto al 2019[3].
- Coinvolgimento dei partner strategici della filiera: il 94,42% dei fornitori identificati per emissioni dovrà dotarsi di obiettivi basati sulla scienza entro il 2030, in linea con gli standard SBTi.

La strategia climatica di Lucart riflette le migliori evidenze scientifiche disponibili e mira a una progressiva eliminazione delle emissioni dirette e indirette di gas climalteranti. È un impegno che integra scelte industriali, investimenti, innovazione tecnologica e gestione responsabile dei capitali naturali, sociali ed economici.

Nata nel 2015 dall'accordo tra CDP (ex Carbon Disclosure Project), il Global Compact delle Nazioni Unite (UNGC), il World Resources Institute (WRI) e il World Wide Fund for Nature (WWF), la SBTi supporta le aziende nel definire buone pratiche e fissare obiettivi basati su evidenze scientifiche in linea con quanto stabilito nel 2015 dall'Accordo della COP21 di Parigi in merito al riscaldamento climatico (contenere il riscaldamento globale al di sotto di 2°C rispetto alla temperatura dell'epoca preindustriale impegnandosi a limitarlo a 1,5°C) e valuta in modo indipendente i programmi delle aziende con l'intento di aumentare il loro vantaggio competitivo nel passaggio a un'economia a basse emissioni di carbonio.

A conferma di un approccio rigoroso e misurabile, Lucart, nel corso del 2025, ha, inoltre, certificato a livello di Gruppo il proprio inventario complessivo delle emissioni GHG ottenendo la certificazione ISO 14064 per l'annualità 2024. Questo standard internazionale assicura che la misurazione della carbon footprint aziendale sia completa, verificabile e coerente, includendo emissioni dirette, consumi energetici, logistica, gestione dei rifiuti e impatti lungo tutta la supply chain. La ISO 14064, in particolare, fornisce uno strumento strategico per individuare le aree di miglioramento, monitorare l'efficacia delle azioni intraprese e garantire ai diversi stakeholder trasparenza e responsabilità nel processo di decarbonizzazione.

[3] Si precisa che all'interno della presente rendicontazione non saranno riportate le emissioni di Scope 3 su annualità 2025, in quanto la loro elaborazione è a oggi in corso e non si concluderà entro le tempistiche di validazione del presente rapporto.

AMFORI BSCI E IMPEGNO SOCIALE-ETICO

Lucart nel corso del 2025 ha proseguito il percorso verso una gestione sempre più responsabile della propria catena del valore, portando a termine con esito positivo la verifica di conformità etica e sociale BSCi (Business Social Compliance initiative), condotta nell'headquarter di Porcari. L'azienda nel medesimo anno ha anche pubblicamente sottoscritto il Codice di Condotta BSCi, formalizzando il proprio impegno verso i più elevati standard di responsabilità sociale.

La Business Social Compliance initiative (BSCi), promossa da Amfori, è un sistema internazionale, sviluppato nel 2003, che supporta le aziende nel migliorare le condizioni sociali lungo la propria catena di fornitura. Si basa su un Codice di Condotta che integra i principi delle convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) e definisce criteri stringenti in materia di diritti dei lavoratori, salute e sicurezza, tutela ambientale ed etica aziendale. L'audit BSCi valuta in modo rigoroso l'adesione agli standard internazionali di conformità sociale, che includono il rispetto dei diritti dei lavoratori, l'equa retribuzione, la salute e la sicurezza sul lavoro, la tutela dell'ambiente e la gestione etica dell'impresa.

La visione di BSCi è promuovere un commercio che generi benefici sociali, ambientali ed economici per tutti gli attori coinvolti. L'adesione a questa iniziativa consente a Lucart di monitorare e migliorare in modo continuo le proprie performance di responsabilità sociale, non solo all'interno dei confini aziendali ma anche nei rapporti con partner, fornitori e collaboratori.

Questo nuovo traguardo si inserisce nella più ampia strategia di sostenibilità del Gruppo, che pone al centro trasparenza, etica e attenzione alle persone come leve imprescindibili per uno sviluppo d'impresa innovativo e competitivo.

Lucart, a partire dal secondo semestre 2026, avvierà una fase due del percorso intrapreso per lo sviluppo di un monitoraggio sempre più strutturato e di una adeguata *due diligence* in ambito etico, sociale e ambientale da applicare sia internamente che lungo la propria catena del valore attraverso lo sviluppo di un sistema di gestione sociale certificato da parte terza allineato allo standard PAS 24000 sviluppato dalla British Standards Institution (BSI).

▸ GRI 2-12 2-13 2-15 2-25 2-29 3-1 3-2

ANALISI DI MATERIALITÀ

In linea con quanto richiesto dai Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI standards), il presente Rapporto di Sostenibilità si focalizza sui temi rilevanti (cd. "materiali"), che rappresentano gli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui loro diritti umani, lungo le proprie attività e relazioni commerciali..

I temi materiali sono stati individuati tramite l'analisi di materialità, processo aggiornato annualmente al fine di recepire i mutamenti del contesto e le più recenti indicazioni metodologiche fornite dagli standard di rendicontazione di riferimento. Nel 2025 l'analisi è stata rinnovata anche con la partecipazione del management aziendale.

Lucart ha fondato l'analisi di materialità nella mappatura e valutazione degli impatti dell'organizzazione verso l'economia, l'ambiente, le persone e i loro diritti umani, percorrendo i seguenti passi:

Il processo di analisi di materialità svolto si è basato in primis sull'identificazione degli impatti attuali e potenziali, positivi e negativi maggiormente rilevanti per l'Azienda e per il contesto all'interno del quale essa opera, suddivisi nelle tre dimensioni della sostenibilità: economica e di governance, sociale e ambientale. Per valutare quali impatti fossero più significativi è stato sottoposto un questionario al comitato ESG istituito dalla direzione aziendale (per maggiori dettagli su tale Comitato si rimanda a pagina 52, paragrafo 1.13).

Per ogni impatto identificato è stato definito un livello di rilevanza, basato sugli aspetti di importanza e probabilità a esso collegati.

In base ai punteggi ottenuti, è stata compilata una lista di temi prioritari. La lista di temi materiali e di impatti correlati è stata validata dalla direzione aziendale in Comitato ESG in data 9 dicembre 2025.



I temi materiali aggiornati a seguito dell'analisi svolta sono i seguenti:

AMBITO	I TEMI MATERIALI DI LUCART	
GOVERNANCE	CULTURA D'IMPRESA	Conduzione del business e delle relazioni con gli stakeholder nell'ottica della legalità, dell'etica, della trasparenza e della sicurezza dei dati.
	CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA	Attenzione a prevenire fenomeni di corruzione e garantendo una concorrenza leale.
	GESTIONE DEI RAPPORTI CON I FORNITORI E DIRITTI UMANI NELLA CATENA DEL VALORE	Acquisto di beni e servizi sulla base di indicatori di carattere ambientale, sociale e di Governance, nel rispetto dei diritti umani e in coerenza con i valori aziendali.
	TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI AI CONSUMATORI FINALI	Volontà di soddisfare o superare le aspettative dei clienti e consumatori finali fornendo informazioni trasparenti e di qualità riguardo la filiera e i suoi processi produttivi.
SOCIALE	SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	Rispetto della normativa cogente in materia di salute e sicurezza sul luogo di lavoro (ad es. monitoraggio degli incidenti, misure di prevenzione, percorsi di educazione e formazione in ambito salute e sicurezza, ecc.).
	SVILUPPO E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO	Strategie aziendali in materia di programmi di formazione e sviluppo delle competenze, nonché, le politiche in materia di uguaglianza e non discriminazione di genere e implementazione di un welfare aziendale vicino alle esigenze dei dipendenti, orientato al miglioramento del benessere delle persone e a una migliore conciliazione fra vita privata e lavoro.
	SOSTEGNO DELL COMUNITÀ LOCALE	Considerare una ridistribuzione della ricchezza mediante il coinvolgimento di partner strategici appartenenti al territorio di riferimento (ad es. relazioni con il territorio per progetti specifici, ecc.).
AMBIENTALE	CONTRASTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI	Adozione di politiche e interventi tecnico-impiantistici di riduzione e ottimizzazione delle emissioni dirette e indirette, dei consumi energetici, idrici e degli scarti derivanti dall'attività di business (ad es. produzione e acquisto di energia da fonti rinnovabili, riciclo delle acque, impianti di recupero, riduzione della disponibilità di risorse idriche, ecc.).
	PREVENZIONE DELL'INQUINAMENTO	Gestione dei processi interni e delle attività produttive volta a prevenire l'inquinamento atmosferico.
	GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA	Realizzazione di prodotti nel rispetto della gestione responsabile della risorsa idrica.
	SFRUTTAMENTO E DIPENDENZE DAI SERVIZI ECOSISTEMICI	Mantenimento di un alto grado di attenzione verso il tema della gestione responsabile della risorsa forestale.
	USO CIRCOLARE DELLE RISORSE	Realizzazione di prodotti nel rispetto della gestione responsabile delle risorse materiali, con particolare attenzione alla riduzione dell'impatto legato alla produzione di rifiuti e all'investimento in attività di ricerca e sviluppo che prevedono il coinvolgimento di enti locali come Università, Scuole, Centri di ricerca, ecc.

La lista degli impatti significativi è riportata al capitolo "Analisi degli impatti correlati ai temi materiali" a pag. 127.

Contestualmente è stata aggiornata al 2025 l'attività di stakeholder engagement, sottoponendo le tematiche materiali alla valutazione degli stakeholder prioritari del Gruppo Lucart tramite diverse modalità.

Categorie di stakeholder per Lucart

- Clienti e consumatori finali
- Azionisti e finanziatori
- Dipendenti
- Fornitori
- Comunità locale
- Enti di regolamentazione e istituzioni
- Media
- Scuole/Università ed Enti di ricerca
- Associazioni di categoria
- Organizzazioni sindacali
- ONG
- Partner Strategici per la circolarità
- Concorrenti

Ai rappresentati delle categorie Dipendenti, Azionisti e Finanziatori, ONG, Media, Fornitori, Clienti e consumatori Finali, e Associazioni di Categoria è stato inviato un questionario focalizzato sugli impatti che le attività di Lucart determinano o possono generare sull'ambiente e le persone, per determinarne la significatività dal punto di vista degli stakeholder.

Per le categorie Sindacati, Comunità locale, Enti di regolamentazione, Scuole/Università ed Enti di ricerca, e Partner strategici per la circolarità, è stata svolta un'analisi documentale, andando a rintracciare, per parole chiave nei documenti e pagine web pubblicamente disponibili, l'eventuale presenza delle tematiche di sostenibilità prioritarie per Lucart.

Le attività di *engagement* fin qui descritte hanno permesso di comprendere il punto di vista degli stakeholder prioritari per Lucart e quanto le aspettative e istanze esterne aderiscano al punto di vista dell'azienda rispetto a quali siano le tematiche prioritarie e più urgenti che Lucart dovrebbe gestire.

La *Cultura d'impresa, Trasparenza delle informazioni ai consumatori finali* e il *Sostegno alle comunità locali* risultano i temi più attenzionati dagli stakeholder di Lucart, insieme al *Contrasto ai cambiamenti climatici* e all'*Uso circolare delle risorse*.

SVILUPPO PRELIMINARE DI ANALISI DI MATERIALITÀ FINANZIARIA

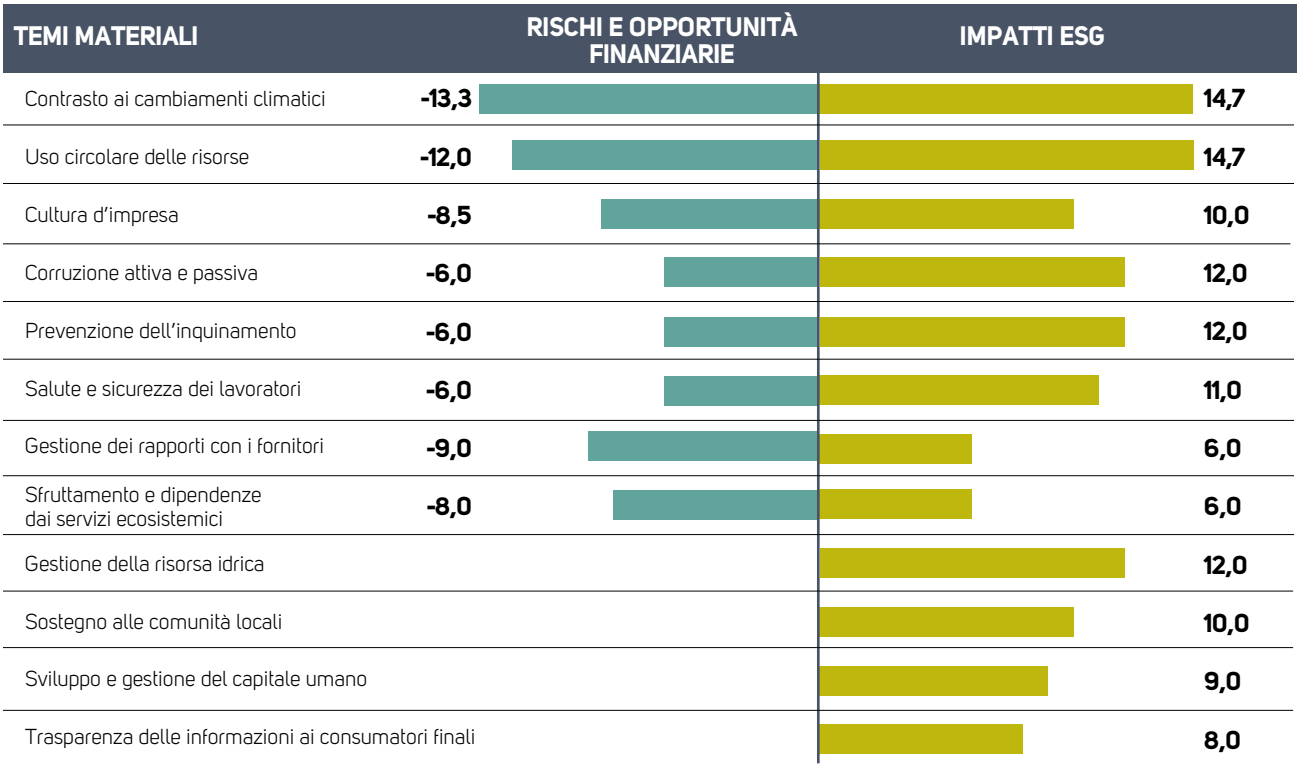
A partire dal 2023 la Società ha svolto un esercizio preliminare di analisi di materialità finanziaria ispirato agli standard europei per la rendicontazione della sostenibilità ESRS, in particolare con il concetto di doppia materialità compresa in essi. Tale esercizio non è stato considerato nella definizione dei temi materiali relativi al presente Rapporto di Sostenibilità; pertanto, lo stesso e la relativa disclosure non sono oggetto di assurance da parte del revisore, così come l'informativa relativa alla gestione dei rischi.

Con la collaborazione del Comitato Rischi di Gruppo, Lucart ha aggiornato al 2025 la valutazione dei rischi e opportunità di natura finanziaria significativi per il Gruppo connesse ai temi di sostenibilità.

L'analisi di materialità risultante è riportata nel grafico a seguire.

ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ 2025

(La rappresentazione non è oggetto di assurance da parte del revisore).



Tale rappresentazione grafica non include i risultati dello stakeholder engagement, in quanto la valorizzazione dei temi materiali da parte degli stakeholder descritta in alto è basata unicamente su una valutazione d'impatto. Per poter garantire un livello adeguato di comparabilità tra i punteggi attribuiti agli impatti, da un lato, e a rischi ed opportunità finanziari dall'altro, il grafico riporto solo le valutazioni di doppia materialità svolte internamente a Lucart dal Comitato ESG[4].

[4] La rappresentazione non è oggetto di assurance da parte del revisore.


LUCART

GOVERNANCE

Ci prendiamo cura delle persone con soluzioni globali per l'igiene e la protezione dei prodotti. Ci impegniamo a realizzare un modello di governance etico ed efficace perché vogliamo essere un punto di riferimento sui temi della sostenibilità.

SDGs



1



1.1 GRUPPO LUCART, LA STORIA

L'innovazione è l'attitudine che contraddistingue il Gruppo dalle origini e oggi si traduce in prodotti d'avanguardia, attraverso la creazione di soluzioni innovative per vivere meglio il futuro e rispondere alle nuove sfide del mercato.



1953 CARTIERA LUCCHESE DEI F.LLI PASQUINI: LA FONDAZIONE

La famiglia Pasquini è attiva nella produzione della carta ufficialmente dal 1953 quando i fratelli Alessandro, Eliseo, Fernando, Raffaello e Tarcisio fondarono la "Cartiera Lucchese dei F.lli Pasquini" in un piccolo paese sulle colline lucchesi chiamato Villa Basilica, ma erano attivi nel produrre carta già dagli anni '30 del secolo scorso. È una storia quella della famiglia Pasquini e di Lucart che si intreccia con quella del territorio, poiché proprio a Villa Basilica fra il 1830 e il 1840, il farmacista Stefano Franchi inventò un modo per produrre carta partendo dalla paglia, una materia reperibile in loco e disponibile in buone quantità.

La produzione di carta paglia e carta per imballaggi, iniziata nel primo stabilimento dei fratelli Pasquini a Botticino e poi continuata nel "Cartierino" in località Biecina di Villa Basilica, verrà affinata nello stabilimento di Lucca situato nel centro città, dove la forza dell'acqua che movimentava le macine di pietra rappresentava l'affascinante processo produttivo dell'epoca.

Oggi parleremmo di economia circolare perché si utilizzava uno scarto dell'agricoltura come materia prima per l'industria manifatturiera. Proprio per questa ragione storica, anche se oggi non si usa più la paglia ma si usa la pura cellulosa o la carta da riciclare, in provincia di Lucca si è sviluppato un distretto fortemente attivo sia nella produzione di carta per imballo sia di carta per uso igienico sanitario.



LA NOSTRA STORIA INDUSTRIALE E DI MERCATO

1966 1983 Sviluppo e consolidamento del settore delle carte monolucide per imballaggi flessibili

1988 1996 Nascita e sviluppo dello stabilimento integrato di Borgo a Mozzano
Introduzione di prodotti tissue in carta riciclata in Italia

2008 2021

1966 — **1953** FONDAZIONE CARTIERA LUCCHESE

1987 — Ingresso nel mercato delle carte "tissue" per uso igienico sanitario

1988

2007 — Acquisizione di Fato, brand leader nel tableware. Rafforzamento nell'Ho.Re.Ca.

2008

LA NOSTRA STORIA DI SOSTENIBILITÀ

1989 — Impianto di disinchiostrazione maceri

1990 — Impianto di autoproduzione di energia elettrica e termica con turbina ad alta efficienza

1997 — Lancio di EcoLucart
- 1° Carta ecologica riciclata e rigenerata del mercato italiano
- 1° Prodotto con imballaggio compostabile al mondo

1998 — 1° Azienda certificata Ecolabel in Italia

2002 — ISO 14001

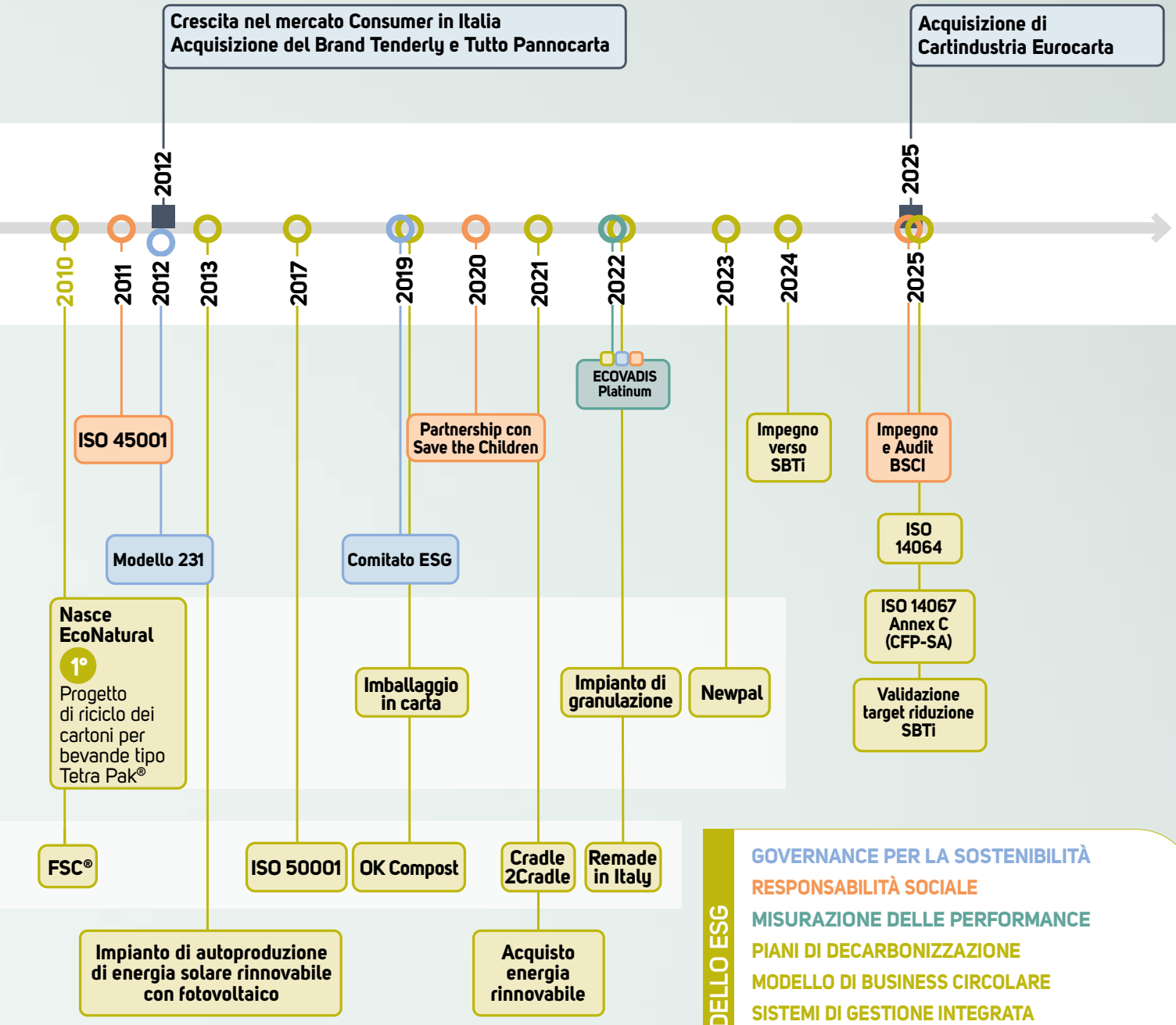
2004 — Primo Rapporto Ambientale

2006 — EMAS

2009 — PEFC

Tematica Sociale · Tematica Governance · Tematica Ambientale

Acquisizioni in Francia (2008), Ungheria (2016), Spagna (2018), UK (2021). Sviluppo del Brand Lucart Professional



MODELLO ESG

- GOVERNANCE PER LA SOSTENIBILITÀ
- RESPONSABILITÀ SOCIALE
- MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE
- PIANI DI DECARBONIZZAZIONE
- MODELLO DI BUSINESS CIRCOLARE
- SISTEMI DI GESTIONE INTEGRATA
- CERTIFICAZIONI DI PROCESSO E DI PRODOTTO
- IMBALLAGGI SOSTENIBILI
- PRODUZIONE DI CARTA RICICLATA DI ALTA QUALITÀ
- PRODUTTORE E UTILIZZATORE DI ENERGIA AD ALTA EFFICIENZA E RINNOVABILE

1.2 STABILIMENTI DEL GRUPPO

Al 31 dicembre 2025



LUCART S.P.A. (Headquarter)
Porcari
Lucca (Italia)

Quartier Generale del Gruppo, attivo dal 1966, produce bobine jumbo di carta tissue bianca e colorata e carta monolucida per imballaggi flessibili da pura cellulosa vergine, carta da riciclare e mix delle due.

Macchine da carta 3



LUCART S.P.A.
Castelnuovo di Garfagnana
Lucca (Italia)

Stabilimento integrato con un reparto di cartiera e uno di cartotecnica dedicati principalmente alla produzione degli articoli a marchio Tenderly e Tutto.

Macchine da carta 1 Linee di trasformazione 4



CARTINDUSTRIA EUROCARTA S.R.L.
Porcari - Lucca (Italia)

Stabilimento di sola trasformazione dedicato al mercato Away from Home, lo stabilimento è entrato nel Gruppo Lucart a partire dal 1° dicembre 2025; per i dati sociali e ambientali è escluso dal perimetro di rendicontazione per l'annualità 2025. Questo ultimo sarà incluso a partire dall'esercizio successivo, una volta integrato nei sistemi di raccolta informativi del Gruppo.

Linee di trasformazione 7



LUCART S.P.A.
Borgo a Mozzano, Diecimo
Lucca (Italia)

Il più grande stabilimento integrato del Gruppo: produce e trasforma bobine jumbo in carta tissue da pura cellulosa vergine e da carta da riciclare a proprio marchio e per la grande distribuzione. È il punto di riferimento in Italia per il riciclo dei poliaccoppiati per la produzione di carta tissue Fiberpack®. È dotato anche di un granulatore per il completo recupero del polietilene e dell'alluminio presenti nei cartoni per alimenti.

Macchine da carta 3 Linee di trasformazione 19

UFFICI COMMERCIALI
Francoforte
(Germania)

CIRCULAR SHIELD D.O.O.
Lubiana
(Slovenia)



LUCART S.P.A.
Avigliano
Potenza (Italia)

Stabilimento integrato per la produzione e la trasformazione della carta airlaid. La carta airlaid si distingue per l'innovativa tecnologia di produzione che non utilizza acqua nel processo produttivo e viene utilizzata per la realizzazione di prodotti super-assorbenti.

Macchine da carta 1 Linee di trasformazione 4



LUCART S.P.A.
Torre di Mosto
Venezia (Italia)

Stabilimento di sola trasformazione dedicato al brand Fato, il brand leader in Italia per l'apparecchiatura della tavola. Realizza prodotti in carta stampati, decorati e personalizzati, destinati principalmente al mercato Ho.Re.Ca.

Linee di trasformazione 16



LUCART S.P.A.
Altopascio
Lucca (Italia)

Centro Logistico automatizzato dedicato ai prodotti Away from Home. Situato nei pressi dell'Autostrada A11 Firenze-Mare, si estende su una superficie di più di 24.000 mq.

Centro Logistico





LUCART SAS
Laval-sur-Vologne (Francia)

Situato nel dipartimento dei Vosgi, lo stabilimento produce e trasforma bobine jumbo in carta tissue da pura cellulosa e carta da riciclare. Il sito è il punto di riferimento in Francia per il riciclo dei poliaccoppiati per la produzione di carta tissue Fiberpack®.

Macchine da carta 2 | Linee di trasformazione 9



LUCART SAS
Saint-Dié-des-Vosges (Francia)

Centro Logistico automatizzato dedicato ai prodotti Away from Home. Situato nella zona commerciale di Hellieule, si estende su una superficie di più di 22.000 mq.

Centro Logistico



LUCART KFT.
Nyergesújfalu (Ungheria)

Stabilimento di sola trasformazione dedicato alla produzione di articoli per il settore Away from Home specializzato nel servizio dei mercati del centro e dell'est Europa.

Linee di trasformazione 4



LUCART TISSUE & SOAP S.L.U.
Artziniega (Spagna)

Stabilimento dedicato ai prodotti per l'igiene. Trasforma le bobine jumbo in carta tissue prodotte nello stabilimento di Aranguren in prodotti finiti e realizza prodotti cosmetici quali saponi, detergenti e sanitizzanti per il mercato Away from Home.

Linee di trasformazione carta 4 | Linee skin care 2



LUCART TISSUE & SOAP S.L.U.
Aranguren (Spagna)

Stabilimento di sola cartiera per la produzione di carta tissue in bobina jumbo da cellulosa vergine e da carta da riciclare.

Macchine da carta 2



LUCART HYGIENE LTD.
Blackmore Park (Regno Unito)

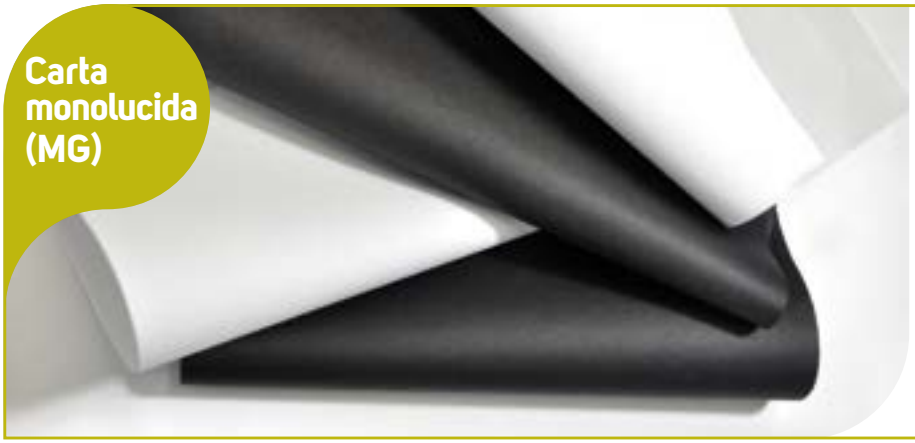
Stabilimento di sola trasformazione dedicato principalmente alla produzione di articoli in carta tissue per l'igiene per il settore Away from Home.

Linee di trasformazione 5

1.3 TIPOLOGIA DI CARTE PRODOTTE

NEGLI STABILIMENTI DEL GRUPPO VENGONO PRODOTTE TRE DIVERSE TIPOLOGIE DI CARTE

Carta monolucida (MG)



Carta realizzata utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due.

Carta tissue



Carte bianche e colorate realizzate utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due.

Carta airlaid (a secco)



Carta realizzata utilizzando cellulosa "fluff" a fibra lunga con un processo che non prevede l'utilizzo di acqua per creare i legami tra le fibre. La carta così ottenuta è particolarmente resistente e assorbente, tant'è che può essere riutilizzata più volte.

1.4 CAPACITÀ PRODUTTIVA

CAPACITÀ PRODUTTIVA SETTORE CARTA

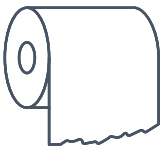
Il Gruppo al 31 dicembre 2025 ha una capacità produttiva complessiva annuale di circa 400.000 tonnellate di carta, così distribuite:

LINEA	SOCIETÀ	STABILIMENTO	CAPACITÀ PRODUTTIVA (t/a)			
			TISSUE	MONOLUCIDA	AIRLAID	TOTALE
PM3	Lucart S.p.A.	Porcari		50.000		
PM4	Lucart S.p.A.	Porcari	25.000			
PM5	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano -Diecimo	25.000			
PM6	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano -Diecimo	25.000			
PM7	Lucart S.p.A.	Borgo a Mozzano -Diecimo	60.000			
PM9	Lucart SAS	Laval-sur-Vologne	25.000			
PM10	Lucart SAS	Laval-sur-Vologne	40.000			
PM11	Lucart S.p.A.	Castelnuovo di Garfagnana	50.000			
PM12	Lucart S.p.A.	Porcari	35.000			
PM13	Lucart Tissue & Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
PM14	Lucart Tissue & Soap S.L.U.	Aranguren	25.000			
AM01	Lucart S.p.A.	Avigliano			15.000	
TOTALE			**335.000**	**50.000**	**15.000**	**400.000**

CAPACITÀ PRODUTTIVA SETTORE SKIN CARE

Nello stabilimento di Artziniega sono presenti due linee di produzione in grado di realizzare prodotti cosmetici per il settore Away from Home quali saponi, detergenti e sanitizzanti. La capacità produttiva è di circa 12 milioni di Litri/anno.

Capacità produttiva settore carta



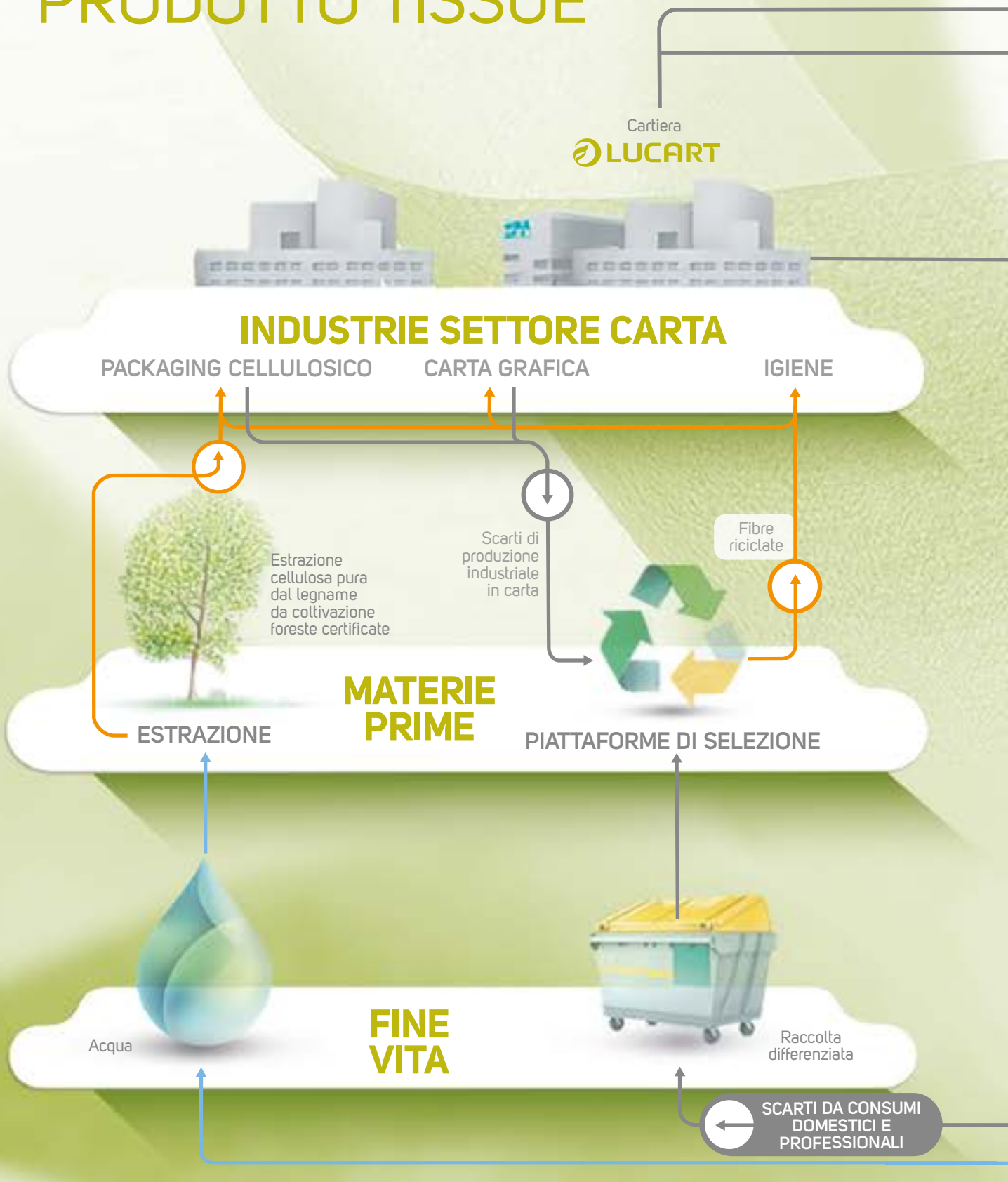
CIRCA
400mila
tonnellate/anno
capacità produttiva

Capacità produttiva settore skin care



CIRCA
12 milioni
litri/anno
capacità produttiva

1.5 IL PROCESSO PRODUTTIVO E CICLO DI VITA DEL PRODOTTO TISSUE



Recupero per produzione compostaggio - ammendante agricolo (Lucart SAS)

Recupero per produzione laterizi





RECUPERO

SCARTI

SMALTIMENTO

FANGHI: FIBRE DI SCARTO E SOSTANZE INERTI

SCARTO PULPER: RESIDUI DI PLASTICA, LEGNO, METALLO



Cartotecnica LUCART

CARTOTECNICA → PRODOTTI

PRODUZIONE



Altre cartotecniche





GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA

DISTRIBUZIONE

RISTORAZIONE COLLETTIVA DISTRIBUTORI PROFESSIONALI





Industrie
Hotel
Scuole
Ristoranti
Bar
Musei
Istituzioni
Grandi eventi
Ospedali
Gelaterie
Uffici

CONSUMI DOMESTICI

USO

CONSUMI PROFESSIONALI

SCARICHI ACQUA

1.6 IL PROCESSO PRODUTTIVO E CICLO DI VITA DEL PRODOTTO COSMETICO



MATERIE PRIME

FRAGRANZE EMOLLIENTI TENSIOATTIVI

ACQUA
Trattamento di purificazione e preparazione





MISCELAZIONE

PRODUZIONE



RIEMPIMENTO

SCARTI





Residui chimici → Smaltimento





Scarti Plastici → Recupero altre aziende





Scarti in carta e cartone → Recupero altre aziende

ACQUA



Trattata e immessa nel processo di produzione





DISTRIBUZIONE

STAGIONATURA
Tempo di maturazione e rilascio delle proprietà microbiologiche

STAGIONATURA E DISTRIBUZIONE



1.7 AREE DI BUSINESS

L'OFFERTA COMMERCIALE DEL GRUPPO È ORGANIZZATA PER SODDISFARE LE ESIGENZE DI **TRE DIFFERENTI AREE DI BUSINESS**

AWAY FROM HOME

Prodotti in carta per l'igiene e saponi per i consumi non domestici

CONSUMER

Prodotti in carta per l'igiene per i consumi domestici

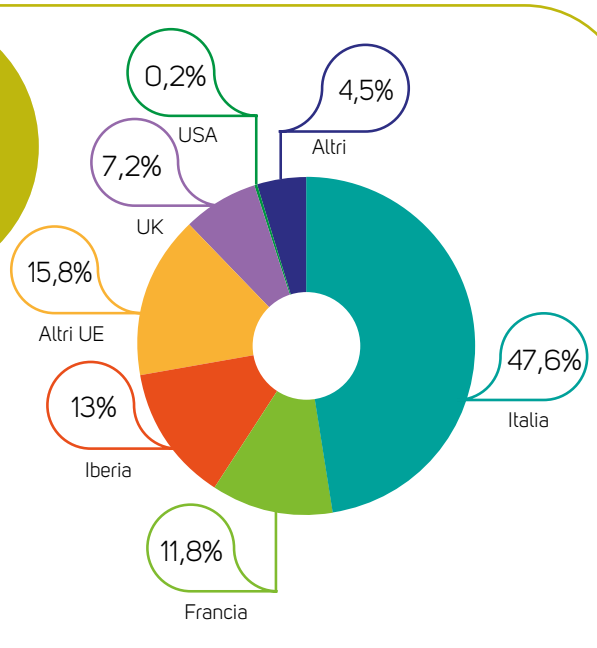
BtoB

Bobine Jumbo carte monolucide

Bobine jumbo carte tissue

Bobine jumbo carte airlaid

Ripartizione % dei ricavi per area geografica



Soluzioni innovative per l'igiene composte da prodotti dispensati realizzati in carta tissue, ottenuta con fibre vergini, riciclate e rigenerate, e in carta airlaid, sistemi di dispensazione e saponi consumati da comunità, ristorazione, industrie, imprese di pulizia, ecc.

POSIZIONE DI MERCATO AWAY FROM HOME

2° *PLAYER* europeo in termine di volumi di prodotti tissue.

LEADER di mercato **in Italia.**

Prodotti in carta tissue e carta airlaid, quali carta igienica, carta casa e tovaglioli, consumati a casa.

POSIZIONE DI MERCATO CONSUMER

LEADER in Italia per le carte tissue ecologiche.

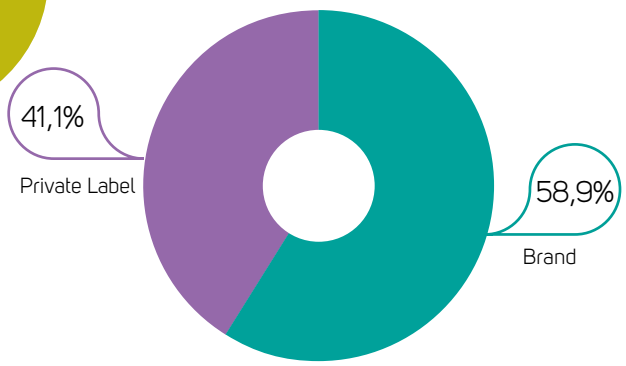
Tenderly e Tutto fra i primi brand **in Italia.**

Bobine jumbo in grandi formati destinate ad altre industrie cartotecniche produttrici di sacchetti, carta regalo, carte accoppiate a polietilene o alluminio, tovaglie e altri imballaggi flessibili o trasformatrici di carte tissue o airlaid.

POSIZIONE DI MERCATO BtoB

Leader a livello **europeo** nel settore delle carte monolucide di bassa grammatura e partner delle principali industrie trasformatrici europee di carte tissue e carte airlaid.

Ripartizione % delle vendite (a Valore) per Brand / Private Label



Peasi serviti

+ 70

Nel 2025 i prodotti del Gruppo hanno soddisfatto le esigenze di partner commerciali e utilizzatori finali in più di 70 paesi nel mondo.

1.8 AREA AWAY FROM HOME (AFH)

AWAY FROM HOME

La divisione AFH propone soluzioni innovative per l'igiene composte da prodotti dispensati realizzati in carta tissue, ottenuta con fibre vergini, riciclate e rigenerate, e in carta a secco "airlaid", che utilizza l'aria nel processo di lavorazione delle fibre di cellulosa, sistemi di dispensazione e soluzioni per l'igienizzazione delle mani. La divisione si propone inoltre quale player internazionale nel mercato dei saponi.

I brand della divisione si pongono quali partner per gli operatori del settore garantendo la massima qualità del servizio nella piena soddisfazione dell'utente finale.

LUCART PROFESSIONAL

Il marchio Lucart Professional offre al mercato AFH soluzioni igieniche avanzate e sostenibili. Una gamma completa di carta tissue, carta a secco airlaid, saponi e sistemi di erogazione per tutti i settori di utilizzo. Grazie a un approccio innovativo e a tecnologie all'avanguardia, Lucart Professional offre soluzioni igieniche per il mercato del fuori casa che non solo rispettano l'ambiente ma migliorano anche la vita quotidiana dei nostri clienti, combinando prestazioni, innovazione, qualità e sostenibilità.



In un mondo in cui la sostenibilità è più che mai al centro delle nostre scelte, Lucart Professional si distingue come **leader dell'economia circolare nel settore**, grazie alla **linea EcoNatural**, a cui si affiancano numerose altre attività volte a ridurre l'impatto ambientale dei propri prodotti, come il Sustainable Packaging Programme. A questo si affiancano anche i progetti di educazione alla sostenibilità nelle scuole e le collaborazioni con le municipalità e aziende private per migliorare i processi di riciclo.



Un'attenzione alla sostenibilità economica oltre che ambientale con la proposta di soluzioni di dispensazione che riducono i consumi e i costi in uso.

Una vocazione all'innovazione globale che aiuta la filiera commerciale a raggiungere risultati eccellenti e il mondo a diventare un luogo migliore dove vivere.

SUSTAINABLE PACKAGING PROGRAMME

In Lucart Professional tecnologia e responsabilità ambientale si combinano in maniera armoniosa con l'obiettivo di migliorare il benessere delle persone e del pianeta.

È così da sempre dal punto di vista del prodotto. Ed è così oggi anche dal punto di vista dei confezionamenti. Il Sustainable Packaging Programme rappresenta l'impegno di Lucart Professional per realizzare **imballaggi sempre più sostenibili** ambientalmente tramite l'utilizzo di tecniche e di materiali dal ridotto impatto ambientale negli imballi sia primari sia secondari.



Una ricerca continua finalizzata ad adottare confezionamenti in plastica riciclata (minimo 60%) o, laddove tecnicamente possibile, in carta riciclata, all'utilizzo di anime in cartone riciclato e riciclabile, e alla riduzione degli spessori dei confezionamenti e degli scarti di processo, per limitare sempre di più l'impatto ambientale dei propri prodotti.

GAMMA SKINCARE BY LUCART PROFESSIONAL

Nel 2025 Lucart Professional ha ulteriormente ampliato la propria gamma soap, interamente sviluppata e prodotta internamente secondo elevati standard di qualità. Tutte le formulazioni sono dermatologicamente testate, vegane e biodegradabili, a conferma dell'impegno concreto del brand verso la sostenibilità.

L'estensione della gamma permette oggi di rispondere in modo ancora più puntuale a esigenze differenti, grazie a una proposta ricca e diversificata per fragranze e funzionalità. Accanto alla soluzione per l'uso quotidiano, come **Classic** arricchita con olio di mandorla, e il **Frequent Foam**, ipoallergenico con estratto di aloe vera, si affiancano referenze di fascia più alta come il **Premium liquid**, con un'elegante profumazione alla camelia, e soluzioni versatili come **l'Essential Foam**.



Nel corso del 2025, l'offerta si arricchisce inoltre con il lancio di un nuovo sapone in gel Hair & Body arricchito con ginkgo biloba, e con un sapone antimicrobico, consolidando un portafoglio completo, sostenibile e in grado di soddisfare ogni esigenza.

NUOVO CATALOGO GENERALE LUCART PROFESSIONAL

Nel 2025 Lucart Professional ha lanciato il nuovo catalogo generale, caratterizzato da un layout completamente rinnovato e da un'**impostazione grafica più strutturata e funzionale**. La revisione è stata orientata a garantire una **maggiore leggibilità** dei contenuti e a migliorare complessivamente l'esperienza di consultazione.

Contestualmente, è stato sviluppato uno storytelling più chiaro, coerente e immediato, volto a valorizzare in modo efficace l'offerta e i valori aziendali. Con questo nuovo approccio, Lucart Professional mira a rafforzare l'efficacia della comunicazione verso gli stakeholder, facilitando l'accesso alle informazioni e rendendo il catalogo uno strumento ancora più strategico.

Velo

Un abbinamento di carte certificate ecologiche e sistemi di dispensazione, imbattibili nella riduzione dei consumi, distribuito da selezionati concessionari su tutto il territorio italiano. Il brand Velo è garanzia di qualità, professionalità e servizio nel mercato Away from Home.

Nel 2025, il brand Velo ha proseguito con successo la sua attività, focalizzandosi su un abbinamento vincente di carte certificate ecologiche e sistemi di dispensazione, distribuiti da selezionati concessionari su tutto il territorio italiano. Questo approccio ha permesso di ottenere risultati eccezionali nella **riduzione dei consumi**, confermando Velo come sinonimo di **qualità, professionalità e servizio nel mercato Away from Home**.

Grazie alla collaborazione con concessionari selezionati, Velo raggiunge una vasta clientela, offrendo soluzioni sostenibili ambientalmente e di alta qualità. Questo modello di business non solo promuove la sostenibilità ambientale, ma crea anche un valore aggiunto per i clienti, che riconoscono e apprezzano l'impegno del brand nel fornire prodotti eccellenti e rispettosi dell'ambiente.





FATO

FATO è il brand del gruppo Lucart specializzato nel tovagliato monouso in carta Tissue e Airlaid per il mercato Ho.Re.Ca., grazie all'eccellenza della materia prima e al design rigorosamente Made in Italy.

Tovaglie, tovaglioli, runner, buste portaposate, tovagliette e molto altro ancora: ogni prodotto FATO combina la qualità delle materie prime, l'igiene e la comodità del monouso, con un forte impegno verso il rispetto dell'ambiente e la ricerca di soluzioni sempre più innovative. La selezione di FATO è fresca e contemporanea, reinterpretando in chiave originale i nuovi trend di cromie e trame, arricchendo così la gamma di prodotti texturati.

La nuova collezione FATO abbraccia tutte le linee di prodotti, rispondendo alle diverse esigenze dei ristoratori. Dalle apparecchiature più raffinate in Airlaid, declinate in chiave contemporanea con il nuovo smart runner che può vestire tavole di diverse dimensioni, alle nuove texture del canvas, fino alle tovagliette in carta paglia stampate, ideali per pizzerie e birrerie che desiderano ripensare l'apparecchiatura della tavola in chiave moderna.

L'impegno di FATO verso la sostenibilità ambientale si riflette nella scelta di materiali ecologici certificati, come le carte Tissue e Airlaid, che garantiscono un impatto ambientale ridotto senza compromettere le prestazioni. Le carte utilizzate sono certificate FSC e PEFC, assicurando che i prodotti rispettano rigidi criteri di tutela ambientale durante tutto il loro ciclo di vita.

Queste certificazioni attestano l'impegno del brand nel garantire prodotti sicuri, di alta qualità e rispettosi dell'ambiente, attraverso un processo produttivo trasparente e certificato.



FATO: SINERGIA TRA DESIGN RIGENERATIVO E INNOVAZIONE DIGITALE PER L'HO.RE.CA.





Nel corso del 2025, FATO ha consolidato la propria posizione di riferimento nel mercato del tovagliato monouso, accelerando un percorso di sostenibilità che fonde l'eccellenza del design Made in Italy con soluzioni d'avanguardia nell'economia circolare. L'azione del brand si è sviluppata lungo due direttrici fondamentali: l'evoluzione della gamma prodotti in chiave ecologica e il potenziamento degli strumenti digitali, offrendo ai professionisti della ristorazione soluzioni concrete per ridurre l'impatto ambientale senza rinunciare all'estetica e alla funzionalità.

Il cuore di questa strategia è rappresentato dal rilancio della linea EcoNatural, vera punta di diamante del modello circolare del Gruppo Lucart. Questa gamma, nata dal recupero delle fibre di cellulosa dei cartoni





per bevande post-consumo, è stata profondamente rinnovata nel 2025 per dimostrare come la sostenibilità ambientale possa evolversi in un elemento di design distintivo, attraverso l'introduzione dei nuovi decori Flora, Blossom, Good Morning e Think Natural,

La ricerca costante ha inoltre permesso di mantenere standard di resistenza e morbidezza eccellenti, garantendo una materia prima riciclata al 100% che assicura un ciclo di vita del prodotto trasparente, sicuro e certificato.

Parallelamente al focus sulla circolarità, l'offerta FATO per il 2025 si è espansa per interpretare i nuovi linguaggi dell'ospitalità contemporanea. L'introduzione del pattern geometrico Fabric rappresenta un'innovazione capace di esaltare la texture della carta, offrendo un'alternativa sofisticata alla tinta unita e ottimizzando la gestione degli allestimenti tavola. La versatilità d'uso è stata ulteriormente potenziata nelle linee Tablewear, Star e Tissue & Co, dove nuovi formati e pieghe rispondono alla necessità di un'apparecchiatura rapida e igienica, ideale per ogni format ristorativo, dal fine dining alle pizzerie e birrerie più moderne con i decori dedicati Pizza Passion e Cheers & Beer.

In questo percorso, l'innovazione digitale gioca un ruolo cruciale nel promuovere un'esperienza d'acquisto sempre più consapevole e orientata alla riduzione degli sprechi. Nel 2025, il potenziamento del Configuratore 3D ha permesso di ottimizzare radicalmente l'esperienza dell'utente finale grazie a un database costantemente aggiornato con tutte le texture e i decori della nuova collezione. Questo strumento consente ai clienti di simulare in tempo reale l'effetto finale della tdella tavola. L'approccio di FATO verso la transizione ecologica si completa infine con l'integrazione della Realtà Aumentata e l'ottimizzazione del sito web in ottica di Digital Sustainability, riducendo le emissioni di CO_2 equivalenti legate alle infrastrutture digitali e confermando l'impegno del brand nel proteggere l'ambiente in ogni fase della propria attività.



LANCIO LUCARTFORME

Lucart mette a disposizione un'esclusiva area riservata destinata alla filiera commerciale, per garantire una connessione costante con il mondo Lucart.

Dall'area riservata è possibile accedere, infatti, a tutti i tool commerciali Lucart Professional, Velo e FATO, ossia il Consumption Simulator, l'Environmental Saving Calculator, il Design Studio, il Tree challenge, il configuratore FATO e l'area riservata Velo.



1.9 AREA CONSUMER

CONSUMER

La divisione Consumer posiziona Lucart fra i principali attori a livello italiano e partner della Grande Distribuzione Organizzata europea sia per prodotti in pura cellulosa sia in carta riciclata.

I nostri brand sono parte della vita quotidiana di milioni di persone, durante le consuete attività di home e personal care: prodotti in carta tissue e carta airlaid come carta casa, tovaglioli, tovagliette, carta igienica, asciugamani, fazzoletti e veline.

Tra i brand leader del mercato italiano, Tenderly ha festeggiato nel 2025 i suoi 50 anni di presenza sul mercato, prendendosi cura delle famiglie con un'offerta di gamma composta da prodotti premium, destinati alla cura e all'igiene della persona, dermatologicamente testati e prodotti con cellulosa certificata FSC® Mix. L'aspetto distintivo di Tenderly è rappresentato dalla morbidezza, una caratteristica universalmente riconosciuta dai consumatori e che contribuisce a rendere la brand un importante riferimento nel segmento Cura Persona.

LA CARTA IGIENICA

Nel corso del 2025, l'offerta nel segmento igieniche ha visto una prima razionalizzazione all'interno della linea Kilometrica utile a portare beneficio nella distribuzione, passando da 3 a 2 sub linee di prodotto, arricchendo tuttavia l'offerta con un nuovo formato scorta da 16 rotoli. Il segmento delle igieniche speciali si è ulteriormente arricchito grazie al lancio di **Tenderly Petali**, nei formati scorta da 12 e 16 rotoli, profumata, decorata e dermatologicamente testata.



La linea premium 3 veli **Ultra Comfort** ha visto il lancio di un nuovo formato da 4 rotoli, con un ruolo strategico all'interno delle fasce prezzo presidiate.

I FAZZOLETTI E VELINE

Nel corso del 2025, nella categoria veline, è stato lanciato il formato **cubotto da 60 pezzi** 3 veli super morbide, come completamento della linea carezza per offrire un formato alternativo all'astuccio da 80 pezzi 4 veli lanciato nel 2024.

In occasione del Natale, l'offerta dei fazzoletti si è ulteriormente arricchita con una **stecca special edition natalizia da 10 pezzi,** con i pacchettini assortiti in stile Christmas Jumper.





Nel 2025 Tutto, brand storico specializzato nella pulizia e igiene della casa, ha festeggiato 40 anni di presenza sul mercato, grazie all'iconico e inimitabile Pannocarta. Tutto è l'unico brand italiano in carta airlaid, più comunemente conosciuta come "carta a secco", una carta che presenta performance strabilianti in termini di assorbenza e di resistenza. Oggi la sua offerta si completa ulteriormente, rafforzando il segmento delle bobinette con delle nuove referenze e il rilancio della category tovaglioli.





ASCIUGATUTTO

Il 2025 rappresenta da un lato un anno di consolidamento della nuova gamma asciugatutto rilanciata tra il '23 e il '24, mentre dall'altro un anno che si apre con delle nuove sfide legate al segmento bobinette e monorotoli. Vengono lanciati sul mercato prodotti alto performanti come **Tutto Strong**, la bobinetta 3 veli in pura cellulosa specialista delle pulizie e **Tutto Pannomagico**, il primo panno in rotolo da 90 pezzi, con strappi XL, realizzato in airlaid. Tutto Dappertutto, la bobinetta multiuso con 400 strappi già sul mercato da alcuni anni, viene rivisitata e assume le vesti del nuovo system della gamma. I nuovi lanci si concludono poi con **Tutto Cucina Shabby Chic**, il monorotolo da 150 strappi, gradevolmente decorato, che arricchisce il segmento degli asciugatutto con decoro, già presidiato da Tutto Cucina Style.

TOVAGLIOLI

Nel corso del secondo semestre il tovagliolo **Tutto a Tavola** 45 pz 38x38 cm è stato rivisto ed è passato a un decoro a due colori, mentre il restyling del system grafico ha consentito alla nuova category tovaglioli di fare sinergia a scaffale con gli asciugatutto. Per questo rilancio di category è stato selezionato un nuovo film avvolgente con un contenuto di plastica riciclata minimo del 60% certificato PSV Food. Allo scopo di presidiare anche l'importante segmento del monovelo bianco, è stato lanciato Tutto tovaglioli Jolly nel pacco scorta da 400 tovaglioli 30x30 cm.







In occasione del Natale, sono arrivati sugli scaffali due tovaglioli in edizione natalizia: **Tutto Natale a Tavola** 30 pz 38x38 cm, in pura cellulosa rossa, e **Tutto Buone Feste** 20 pz 40x40 cm, decorati con soggetti natalizi, in pregiata carta airlaid.

Brand leader nel segmento dei prodotti tissue dal DNA ecosostenibile, Grazie EcoNatural rappresenta la prima gamma di prodotti tissue, destinata al mercato Consumer, realizzata attraverso il recupero e riciclo delle fibre di cellulosa contenute nei cartoni per bevande tipo Tetra Pak®. Tutti i prodotti della gamma Grazie EcoNatural, dedicati all'igiene della persona e alla cura della casa sono dermatologicamente testati, adatti al contatto alimentare e privi di coloranti e sbiancanti aggiunti oltre ad essere certificati Ecolabel e FSC® Recycled.

Grazie EcoNatural è un brand dall'animo internazionale, decisamente ambizioso e desideroso di far conoscere la propria ragione d'essere anche oltre i confini italiani. Sulle proprie confezioni, infatti, sono presenti i key benefit in lingua inglese, mentre altre informazioni più dettagliate destinate al consumatore sono riportate in ben 4 lingue: italiano, inglese, francese e tedesco.



Smile, offre al mercato una gamma di prodotti in grado di coniugare il soddisfacimento dei bisogni dei consumatori e lo spirito d'innovazione che caratterizza l'azienda Lucart. Le linee che compongono l'offerta di gamma, Carta Igienica, Asciugatutto e Bobine, sfruttano la tecnologia denominata "ibrida", che prevede l'abbinamento di veli in pura cellulosa a veli 100% carta riciclata.

La carta è certificata PEFC e le confezioni sono prevalentemente realizzate in polietilene riciclato minimo 50%. Nel corso del 2025 sono state lanciate due nuove igieniche profumate da 4 rotoli e un formato scorta da 10 maxi rotoli.

1.10 AREA BUSINESS TO BUSINESS (BtoB)

BtoB

La divisione BtoB propone al mercato bobine jumbo in grandi formati destinate ad altre industrie cartotecniche, garantendo qualità e costanza del prodotto nel tempo, alto livello di servizio, affidabilità verso la clientela e le più importanti certificazioni di prodotto e di processo.

LE PRINCIPALI TIPOLOGIE DI CARTE PRODOTTE NEGLI STABILIMENTI DEL GRUPPO



CARTA TISSUE

Carte bianche e colorate realizzate utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due, destinate a essere trasformate in prodotti in carta per l'igiene come asciugatutto, carta igienica, asciugamani, tovaglioli, fazzoletti, strofinacci e lenzuolini medici.



CARTA AIRLAID

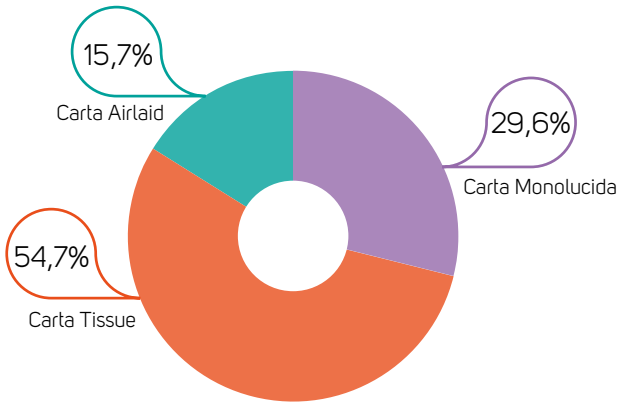
Carta realizzata utilizzando cellulosa "fluff" a fibra lunga con un processo di produzione che non prevede l'utilizzo dell'acqua per creare i legami tra le fibre. La carta così ottenuta è particolarmente resistente e assorbente e può essere riutilizzata più volte. Le bobine jumbo sono destinate ad altre aziende cartotecniche per essere usate nella produzione di assorbenti, salviettine umidificate, imballaggi speciali, tovaglioli, tovaglie, asciugatutto e strofinacci.



CARTA MONOLUCIDA

Carta realizzata utilizzando come materia prima carta da riciclare, cellulosa vergine o un mix delle due, destinata ad altre industrie cartotecniche produttrici di sacchetti, carta regalo, carte accoppiate a polietilene o alluminio, tovaglie e altri imballaggi.

RIPARTIZIONE % DELLE VENDITE (A VALORE) BtoB PER TIPOLOGIA DI CARTA



1.11 CERTIFICAZIONI

La qualità dei nostri prodotti trova conferma in importanti certificazioni. (schema aggiornato al 31 dicembre 2025[5]).

ECOLABEL

È il marchio di qualità ecologica rilasciato dall'Unione Europea che contraddistingue prodotti e servizi a basso impatto ambientale durante l'intero ciclo di vita.



BEST PERFORMANCE

Lucart è stata la prima azienda a ottenere la certificazione Ecolabel in Italia nel 1998 e in Ungheria nel 2020.

FSC®
(Forest Stewardship Council®)

FSC
www.fsc.org
FSC® C100456

Il marchio della gestione forestale responsabile

FSC®

Il marchio FSC® indica che la carta proviene da foreste gestite secondo criteri definiti dal Forest Stewardship Council, organizzazione internazionale indipendente per la gestione responsabile delle risorse forestali (INT-CW-001076, INT-COC-001076).

PEFC
(Programme for the Endorsement of Forest Certification)

PEFC
PEFC/18-32-05

PEFC

Il marchio PEFC certifica l'origine della materia prima da foreste gestite in modo sostenibile nell'ambito di sistemi di certificazione forestale nazionali riconosciuti dal PEFC.

IL CFP

Systematic Approach (CFP-SA)

Definito nell'Allegato C della norma **ISO 14067**, è una metodologia strutturata che consente alle organizzazioni di calcolare e gestire l'impronta di carbonio di più prodotti in modo autonomo e continuativo, senza necessità di verifica esterna per ogni nuovo studio.

ISO

Gli stabilimenti italiani del Gruppo sono stati tra i primi in Europa a ottenere, per lo specifico settore merceologico dei prodotti in carta tissue e monolucida, la certificazione Sistemi di Gestione Qualità ISO 9001 e ambiente ISO 14001.

La **ISO 9001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Qualità.

La **ISO 14001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Ambientale.

La **ISO 50001** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione Energetico.

La **ISO 22716** è una norma internazionale di carattere volontario che definisce le linee guida per la produzione, il controllo, la conservazione e la spedizione dei prodotti cosmetici con la finalità di garantire al consumatore elevati standard igienico-sanitari e di sicurezza.

La **ISO 45001** è una norma di carattere volontario che definisce come deve essere sviluppato un efficace Sistema di Gestione della Sicurezza e della Salute dei lavoratori. Tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo sono certificati ISO 45001:2018 mediante un certificato multisito.

La **ISO 14064** è una norma internazionale di carattere volontario che fornisce i requisiti per la quantificazione, il monitoraggio, la rendicontazione e la verifica degli inventari di gas serra (GHG) delle organizzazioni.

EMAS

EMAS
GESTIONE AMBIENTALE VERIFICATA
reg. n. I-000470

(Eco-Management and Audit Scheme)

Lo stabilimento produttivo di Borgo a Mozzano e quello di Castelnuovo di Garfagnana sono stati tra i primi stabilimenti integrati europei per la produzione di tissue (cartiera e cartotecnica nello stesso sito) ad aver ottenuto la registrazione ambientale EMAS, il sistema comunitario di eco-gestione e audit destinato alle organizzazioni che desiderano impegnarsi nel valutare e migliorare la propria efficienza ambientale.

DER BLAUE ENGEL

La certificazione ecologico-ambientale di prodotto tedesca assegnata allo stabilimento francese di Laval-sur-Vologne e allo stabilimento italiano di Borgo a Mozzano.

IFS HPC

(International Featured Standard Household and Personal Care)

Lo standard IFS HPC è uno schema internazionale di certificazione finalizzato a garantire, attraverso audit di certificazione di organismi terzi, il rispetto di specifici standard di sicurezza e qualità dei prodotti per la cura della persona e della casa a marchio del distributore.

[5] In tabella viene riportato il quadro complessivo delle certificazioni a livello di sistema e di prodotto per il 2025 riferite ai siti produttivi di Lucart.

OK COMPOST

Il marchio "Ok Compost Industrial" certifica che il prodotto è compostabile negli impianti di compostaggio industriale.

REMADE IN ITALY®

La certificazione che attesta il contenuto di materiale riciclato/sottoprodotti all'interno di un prodotto o di un materiale. Certificazione in possesso dello stabilimento di Borgo a Mozzano e del centro logistico di Altopascio.

OK RECYCLED

Il marchio "OK Recycled" certifica la percentuale di materiale riciclato (sia post-consumo sia industriale) presente in un prodotto. Certificazione in possesso del centro logistico di Altopascio.

CHSA

Schema di accreditamento delle aziende che producono articoli per la pulizia e l'igiene nel Regno Unito.

CRADLE TO CRADLE™

La certificazione che riconosce a livello mondiale i prodotti più sicuri e sostenibili realizzati per l'economia circolare.

AUDIT AMFORI BSCI

(Business Social Compliance Initiative)

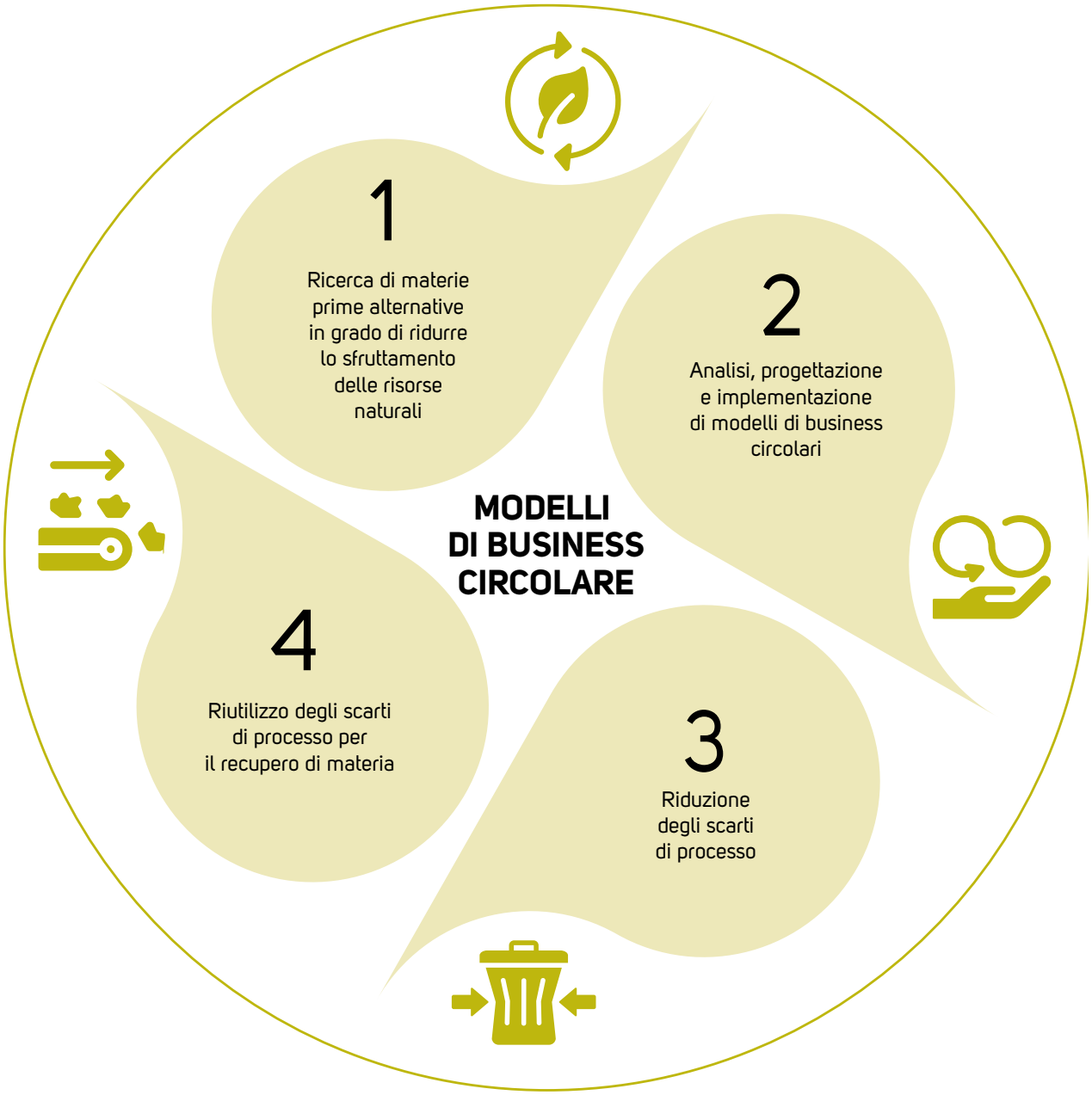
Valutazione indipendente delle prestazioni sociali interne a una organizzazione aziendale e nella catena di fornitura, volta a verificare il rispetto del codice di condotta Amfori BSCI. Basato sugli standard dell'ILO, monitora condizioni di lavoro, diritti umani, retribuzioni, salute e sicurezza, etica e prestazioni ambientali.

	Porcari	Borgo a Mozzano (Diecimo)	Torre di Mosto	Castelnuovo di Garfagnana	Avigliano	Laval-sur-Vologne	Nyergesújfalu	Artziniega	Aranguren	Blackmore Park
ISO 9001	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ISO 14001	●	●		●	●	●	●	●	●	●
EMAS		●		●						
ISO 50001	●	●		●		●		●	●	
ISO 45001	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
ISO 22716								●		
CHSA										●
ISO 14064	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
BSCI	●									
EU ECOLABEL	●	●	●	●		●	●	●	●	
DER BLAUE ENGEL		●				●		●		
PEFC	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
FSC	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
IFS HPC		●		●	●		●			
OK COMPOST			●		●					
CRADLE TO CRADLE						●				
REMADE IN ITALY		●								
CFP SA (ISO 14067)		●		●		●		●	●	

1.12 CIRCOLARITÀ E SOSTENIBILITÀ COME LEVE STRATEGICHE DI BUSINESS

Lucart è fortemente determinata ad accelerare la transizione da una economia di tipo lineare a una di tipo circolare.

La strategia di Lucart pone la circolarità dei modelli di business al centro della propria azione e in particolare favorisce:



IL PROGETTO ECONATURAL

Nel 2010 il reparto di ricerca e sviluppo di Lucart per l'utilizzo delle fibre alternative alla cellulosa vergine, ha avviato un ambizioso progetto che si poneva lo scopo di recuperare tutti i materiali contenuti nei cartoni per alimenti tipo Tetra Pak®. Questo tipo di imballaggio è molto utilizzato, infatti, in ambito alimentare sia per le caratteristiche di protezione e conservazione degli alimenti sia per l'alto contenuto di fibre di cellulosa naturali che lo rendono più ecologico rispetto ad altri materiali da imballo di origine fossile.

A causa della sua composizione mista fatta di fibre di cellulosa (74%), alluminio (4%) e polietilene (22%), questo materiale spesso non veniva recuperato a fine vita, o veniva recuperato solo parzialmente.

LE FASI DEL PROGETTO:

1

Le nuove materie prime recuperate

Nella prima fase del Progetto Lucart ha raggiunto l'obiettivo, attraverso la modifica e l'ottimizzazione del tradizionale processo di recupero della carta da riciclare in cartiera, di creare due nuove materie prime da avviare a distinti processi di recupero.

www.fiberpack.com
FIBERPACK
Cellulosa riciclata dai cartoni per bevande
IN COLLABORAZIONE CON Tetra Pak®

al.pe® aluminium polyethylene

Il marchio Fiberpack® identifica la materia prima fibrosa ottenuta attraverso l'esclusivo processo produttivo di trattamento dei cartoni per alimenti che viene utilizzata per produrre le referenze a marchio Lucart Professional EcoNatural, Fato EcoNatural, Velo EcoNatural e Grazie EcoNatural.

Il marchio Al.Pe.® identifica il materiale omogeneo composto dalla componente di polietilene e alluminio presente nei cartoni per bevande con il quale altre industrie fabbricano manufatti dalle molteplici destinazioni: dall'edilizia all'arredo urbano, da oggetti di uso comune quali penne e righelli, ai pali di ormeggio e piattaforme galleggianti a Venezia, ai pallet per il trasporto delle merci ai dispenser per la distribuzione degli asciugamani e carta igienica per il settore Away from Home.

2

Il sistema carta + dispenser

La seconda fase di sviluppo del Progetto EcoNatural ha visto la combinazione delle due nuove materie prime, precedentemente ottenute, in una unica proposta di valore per i nostri clienti con il sistema carta Fiberpack® + Dispenser in Al.Pe.®



3

Simbiosi industriale

La terza fase si è concretizzata con la nascita di Newpal S.p.A., la società compartecipata con CPR System, che è dedicata allo stampaggio di pallet riciclati di alta qualità.

Nello stabilimento di Borgo a Mozzano è stato installato un nuovo impianto in grado di ottenere un granulo plastico dal materiale omogeneo composto da polietilene e alluminio ricavati dal processo di riciclo dei cartoni per alimenti. Il granulo, denominato Granplast, diventa la materia prima per Newpal S.p.A. che, con un impianto progettato appositamente per utilizzare plastiche non vergini, stampa pallet in plastica riciclata. Il progetto consente quindi, di chiudere completamente il cerchio del recupero dei contenitori per bevande poliaccoppiati, creando grandi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business.

I pallet realizzati da Newpal sono utilizzati da CPR System, azienda leader in Italia nella produzione, movimentazione e riciclo degli imballaggi in plastica a sponde abbattibili e dei pallet. CPR System **recupera e riutilizza i pallet** che, a fine vita e dopo molteplici utilizzi, non vengono smaltiti in discarica ma sono reinseriti nel processo industriale.



Questa collaborazione tra Lucart e CPR System, porta nuovi vantaggi per l'ambiente e nuove opportunità di business:

- **valorizza uno scarto di produzione e crea valore condiviso;**
- **realizza un prodotto riutilizzabile nel circuito gestito da CPR System, che a fine vita viene effettivamente riciclato per la produzione di nuovi pallet;**
- **propone al mercato un pallet di qualità in plastica riciclata a un prezzo fortemente competitivo.**

Risultati complessivi del progetto EcoNatural

Nel periodo 2013 – 2025 Lucart, considerando le tonnellate di carta Fiberpack® prodotte, ha contribuito a:

RECUPERARE PIÙ DI
14,2 Miliardi
DI CARTONI PER BEVANDE[6]

=

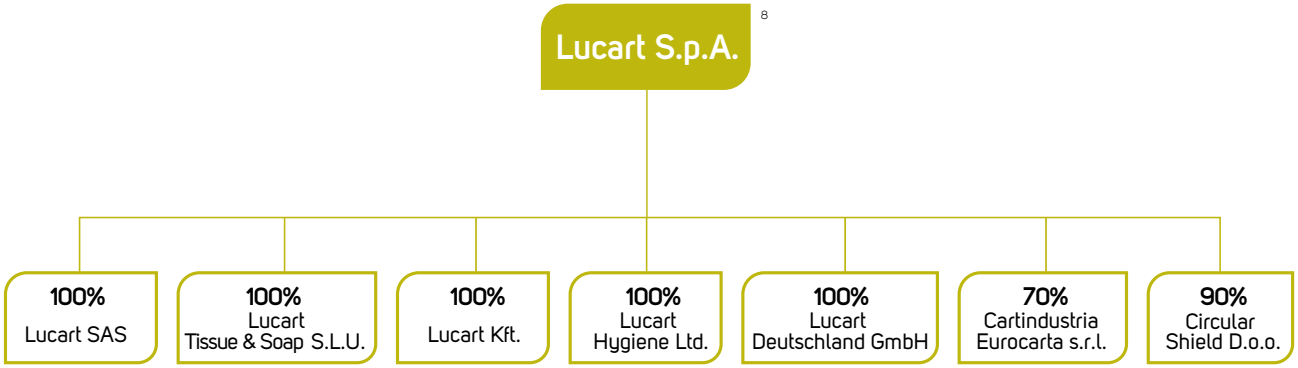
UNA DISTANZA PARI A
82 volte
IL GIRO DELLA TERRA[7]

[6] Considerando cartoni per bevande da 1L
[7] Considerando cartoni stesi uno dopo l'altro

1.13 ORGANIZZAZIONE

COMPOSIZIONE SOCIETARIA DEL GRUPPO E RAPPORTI DI PARTECIPAZIONE

al 31 dicembre 2025



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

al 31 dicembre 2025

Il **Consiglio di Amministrazione** di Lucart S.p.A., la società operativa alla guida del Gruppo Lucart con sede a Porcari (LU), è nominato dall'Assemblea dei Soci ed è composto da 12 membri[9] che hanno le competenze necessarie per una gestione responsabile dell'Azienda nel rispetto del piano strategico da essi stessi redatto e presentato all'Assemblea dei Soci.

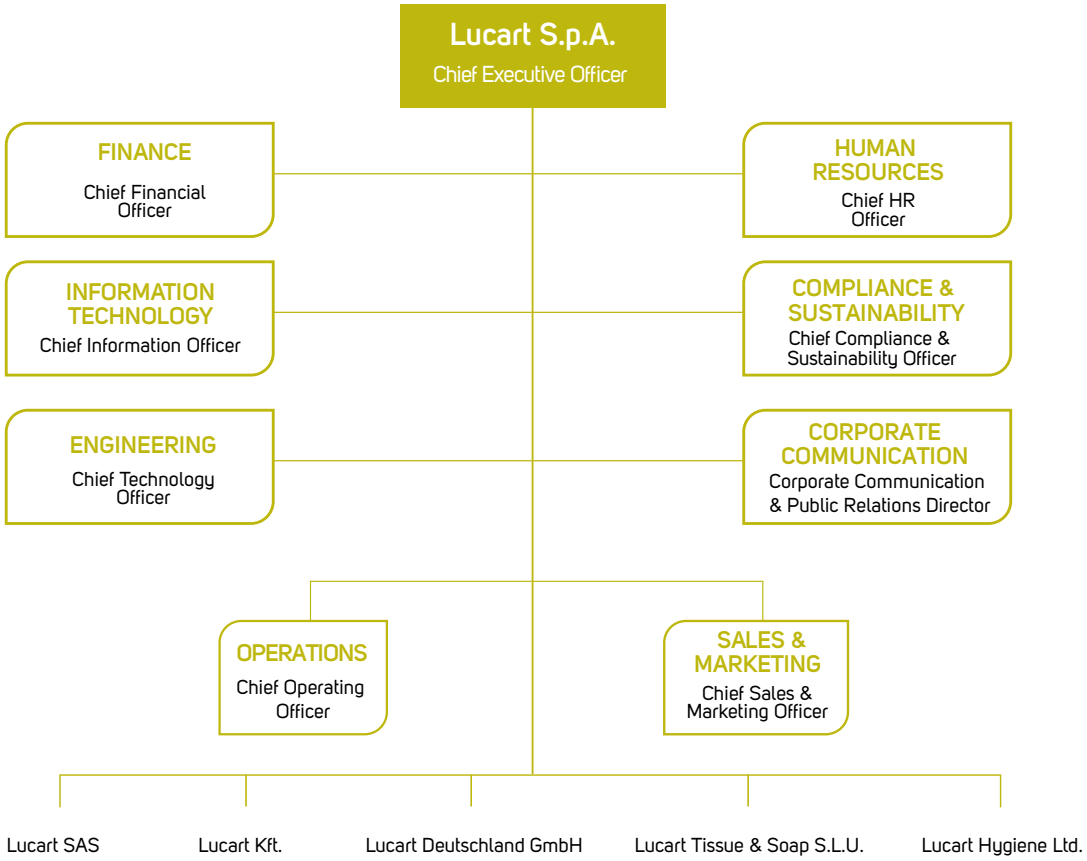
Massimo Pasquini (Presidente del Consiglio di Amministrazione)	69 anni	Esecutivo
Francesco Pasquini (Amministratore Delegato)	46 anni	Esecutivo
Lorenzo Pasquini (Consigliere)	53 anni	Esecutivo
Alessandro Pasquini (Consigliere)	49 anni	Esecutivo
Tommaso De Luca (Consigliere)	51 anni	Esecutivo
Andrea Fano (Consigliere)	43 anni	Esecutivo
Cristina Ferrari (Consigliera)	45 anni	Non Esecutiva
GianErnesto Bernardi (Consigliere)	44 anni	Non Esecutivo
Federico Lovadina (Consigliere)	46 anni	Non Esecutivo
Massimo Innocenti (Consigliere)	63 anni	Non Esecutivo
Giacomo Pasquini (Consigliere)	49 anni	Non Esecutivo
Franco Pasquini (Consigliere)	60 anni	Non Esecutivo

Il CdA di Lucart S.p.A. è affiancato da un **Collegio Sindacale** composto da tre professionisti.

[8] Lucart S.p.A. ha ceduto nel 2022 una quota di minoranza (37%) di Lucart Hygiene Ltd. a SIMEST S.p.A., l'Agenzia governativa italiana a sostegno dell'internazionalizzazione delle imprese italiane. Il supporto di SIMEST S.p.A. si realizza attraverso l'acquisto a termine di una partecipazione azionaria di minoranza. SIMEST spa agisce come socio "silente" e sul Bilancio di Lucart S.p.A. la partecipazione SIMEST è contabilizzata come "altro debito" e non come cessione di "capitale".

[9] Il Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. è composto da 11 uomini e 1 donna: il 58% di età compresa fra 30 e 50 anni e il 42% di età superiore a 50 anni. I membri del Consiglio di Amministrazione, eletti dall'Assemblea, salvo delibere in senso limitativo della stessa, durano in carica per tre esercizi e scadono alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio della loro carica.
Gli Amministratori sono rieleggibili.

ORGANIGRAMMA



COMITATI

Al fine di gestire con la maggiore efficacia possibile le attività operative di Lucart S.p.A. e l'implementazione degli indirizzi strategici aziendali sono stati istituiti i seguenti comitati:

Comitato Strategico	è composto dall'Amministratore Delegato, dai consiglieri esecutivi del Consiglio di Amministrazione, dal CFO e dal COO. Verifica l'avanzamento dei progetti più significativi e strategici del Gruppo ed esegue i provvedimenti discussi e approvati dal Consiglio di Amministrazione.
Comitato ESG (Environmental, Social, Governance)	è presieduto dall'Amministratore Delegato e ha il compito di supportare i processi di business legati alla sostenibilità e all'economia circolare e di allinearli agli obiettivi strategici del Gruppo.
Comitato di Direzione	si riunisce ogni due settimane e ha il compito di coordinare le attività operative di Lucart per il raggiungimento della massima efficacia.
Comitati Ambiente e Sicurezza	hanno il compito di assicurare l'implementazione dei requisiti ambientali e di sicurezza all'interno di tutti gli stabilimenti e gli ambienti di lavoro del Gruppo.
Comitato Innovazione e Finanza Agevolata (CIFA)	fornisce una "interfaccia" tra la funzione Grants&Benefits, le funzioni tecniche specifiche e la direzione strategica aziendale
Comitato Rischi Finanziari	definisce le linee guida di copertura e la strategia di gestione dei rischi finanziari del Gruppo: tasso di interesse, valutario, commodity, credito.
Comitato Gestione e Sviluppo Circolare	presidia la gestione degli scarti di processo al fine di individuare e sviluppare le migliori pratiche volte alla valorizzazione circolare degli scarti e delle risorse lungo la filiera produttiva.

1.14 MODELLO DI ORGANIZZAZIONE

Il Modello di organizzazione, gestione e controllo, introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del D.Lgs. 231/2001 è stato approvato nella sua prima stesura in data 26 giugno 2012 ed è stato complessivamente revisionato e aggiornato in data 18 marzo 2022. Nel corso dell'esercizio 2023 è stato integrato per recepire la novella legislativa del Whistleblowing e successivamente costantemente aggiornato in relazione alle modifiche organizzative e agli interventi normativi.

Il Modello è finalizzato a prevenire la possibilità di commissione degli illeciti rilevanti ai sensi del decreto – tra cui anche quelli relativi ai conflitti di interesse – e, conseguentemente, a ridurre la responsabilità amministrativa della società. Il Modello adottato, partendo da un'accurata analisi delle attività aziendali finalizzata a individuare le attività potenzialmente a rischio, è un insieme di principi generali, regole di condotta, strumenti di controllo e procedure organizzative, attività formativa, informativa e sistema disciplinare finalizzato ad assicurare, per quanto possibile, la prevenzione della commissione di reati.



ORGANISMO DI VIGILANZA

Il Consiglio di Amministrazione ha nominato un Organismo di Vigilanza (OdV), cui è stato affidato il compito di vigilare sul corretto funzionamento del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo, sull'efficacia dello stesso e sulla necessità di curarne l'aggiornamento.

Il Presidente dell'Organismo di Vigilanza e gli altri membri sono stati scelti per le particolari competenze in materia di responsabilità amministrativa degli enti, dei processi aziendali, di corporate governance e in materia di ambiente e sicurezza. L'OdV per gestire in autonomia le attività, è dotato di un proprio budget di spesa, predispone un piano di attività e di audit e riferisce periodicamente al Consiglio di Amministrazione di Lucart S.p.A. L'OdV, inoltre, ha un regolare scambio di informazioni con il Collegio Sindacale e con la Società di revisione. Partecipa, inoltre, alle riunioni del Comitato di Crisi, del Comitato di Sicurezza e del Comitato Ambiente.

1.15 CODICE ETICO

I valori fondanti di Lucart diventano regole di condotta attraverso l'attuazione e il rispetto del Codice Etico. Una guida di principi, norme e regole per amministratori, sindaci, organi di controllo, dirigenti, dipendenti, collaboratori e tutti coloro che intrattengono relazioni di qualunque tipo con le aziende del Gruppo.

L'ultima revisione del Codice Etico, in linea con le migliori prassi internazionali, che definisce i principi e i valori fondanti dell'etica aziendale, le regole di comportamento e le norme di attuazione relative, è stata approvata ad agosto 2023.

Il Codice viene consegnato a tutti i dipendenti e collaboratori della società affinché ne recepiscano i contenuti e i valori. Il Codice Etico è vincolante per i comportamenti di tutti i collaboratori del Gruppo (amministratori, sindaci, dipendenti e coloro che agiscono in nome di Lucart in virtù di specifici mandati o procure); viene inoltre portato a conoscenza di tutti coloro che, a qualsiasi titolo e a prescindere dalla tipologia, intrattengono con la società relazioni d'affari (clienti, fornitori, consulenti, ecc.) già a partire dalla fase di negoziazione.

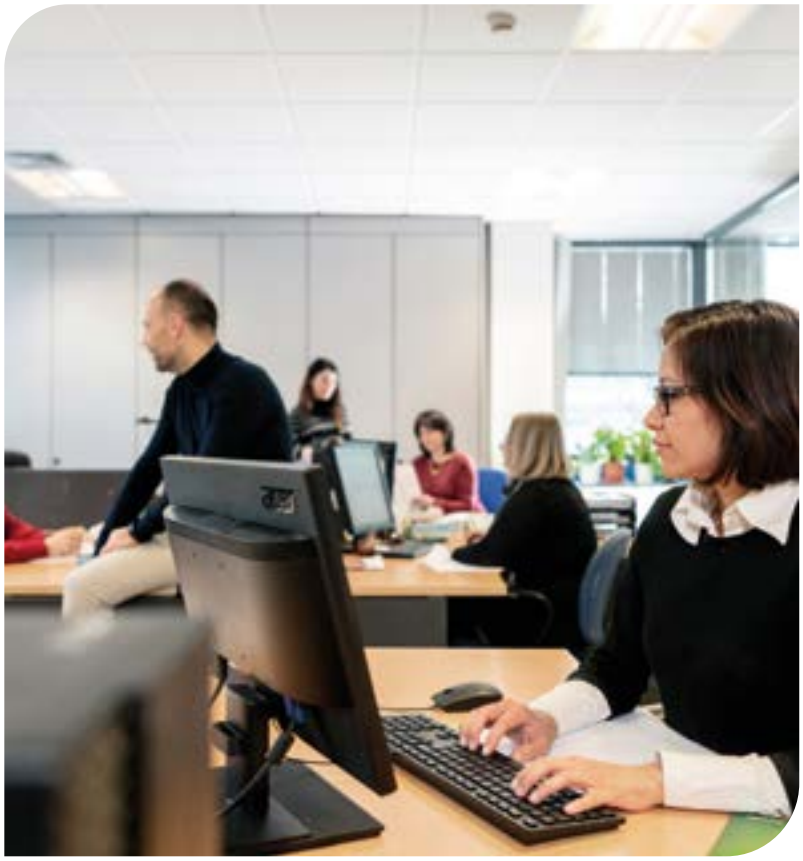
Sfoglia il Codice Etico

Il Codice Etico è parte integrante del "Modello di organizzazione, gestione e controllo", introdotto al fine di prevenire la responsabilità della società ai sensi del decreto legislativo 231/2001. Si presenta, inoltre, come uno strumento essenziale per contrastare eventuali rischi in materia di abuso dei diritti fondamentali dell'uomo e di ogni forma di corruzione attiva e passiva. L'etica nell'attività imprenditoriale è un elemento di fondamentale importanza per il successo e la credibilità di un'azienda. È il fattore che identifica e rafforza i valori dell'Azienda, per renderli fondamenta e motore per uno sviluppo socioeconomico competitivo nel tempo. Alla base del Codice Etico sono i principi che da sempre sostengono e guidano il nostro fare azienda: correttezza, buona fede, trasparenza, fedeltà e lealtà.

BEST PERFORMANCE

Rating di Legalità

Lucart è stata una delle prime aziende in Italia a richiedere e ottenere il **Rating di legalità** rilasciato dall'Autorità Garante della Concorrenza e del mercato (AGCM) alle aziende che operano secondo determinati principi di legalità ed etici. Il punteggio attribuito in fase di rinnovo in data 17/12/2024 è stato di **3 stelle su un massimo di 3**.

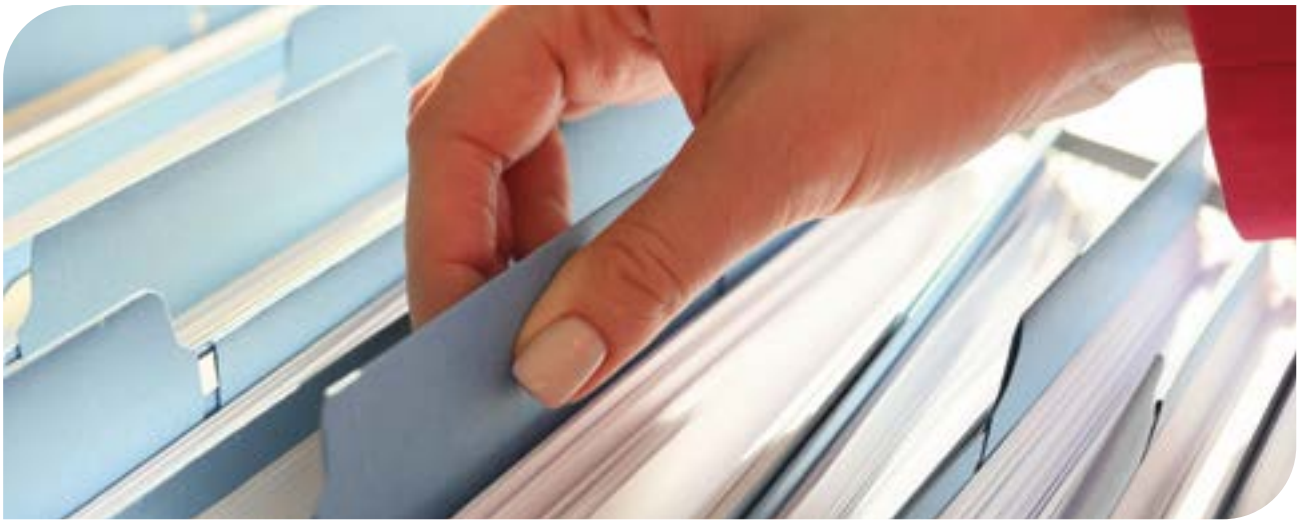


WHISTLEBLOWING

Tutti i Soggetti Destinatari del Codice Etico possono segnalare per iscritto, attraverso canali informativi protetti, ogni violazione o sospetto di violazione del Codice Etico; le segnalazioni possono essere anche anonime e, comunque, ciascuna di esse sarà oggetto di valutazione da parte degli organi competenti che, nel garantire la riservatezza a chi ha effettuato la segnalazione, giudicheranno di volta in volta l'opportunità di iniziare un procedimento istruttorio in considerazione delle circostanze concrete. È assicurata la riservatezza, nonché la tutela del segnalante contro atti di ritorsione o discriminatori, fatti salvi gli obblighi di legge. A tale scopo il Gruppo ha messo a disposizione un canale alternativo di segnalazione (Digital PA) idoneo a garantire, con modalità informatiche, la riservatezza dell'identità del segnalante, disponibile al seguente indirizzo: https://Lucartgroup.segnalazioni.net

Area di segnalazione

Nel corso del 2025 l'Organismo di Vigilanza ha ricevuto una segnalazione. A seguito degli approfondimenti effettuati, ha ritenuto tale segnalazione nella sostanza non riscontrata e non fondata.



RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Nel rapporto con la Pubblica Amministrazione, Lucart presta particolare attenzione al pieno rispetto delle norme nazionali e sovranazionali vigenti. Si impegna inoltre ad adempiere a tutte le procedure di tipo burocratico relative a ogni atto, comportamento, accordo o procedura di negoziazione o assegnazione, affinché ogni condotta di Lucart punti alla massima trasparenza, correttezza e legalità. A febbraio 2022 è stata anche approvata dal Consiglio di Amministrazione una specifica Policy anticorruzione. Tale Politica è disponibile sul sito web del Gruppo e, in tal modo, risulta accessibile alla totalità dei dipendenti, dei membri degli organi di governance e dei partner commerciali.

Nel corso delle trattative d'affari in essere oppure richieste, o ai rapporti commerciali con la Pubblica Amministrazione, dovranno essere tenuti comportamenti tali da non influenzare in modo non corretto la decisione della controparte, in conformità a quanto prescritto dalle procedure aziendali.

La gestione di trattative, l'assunzione di impegni e l'esecuzione di rapporti di qualsivoglia genere con la Pubblica Amministrazione, sono riservati esclusivamente ai soggetti interni, muniti degli appositi poteri, a ciò preposti. Non sono ammesse pratiche e comportamenti collusivi di qualsiasi natura o forma, pratiche di corruzione attiva o passiva.

Non è consentito esaminare o proporre opportunità di impiego e/o commerciali che possano avvantaggiare dipendenti della Pubblica Amministrazione a titolo personale o indiretto, oppure sollecitare od ottenere informazioni riservate che possano compromettere l'integrità o la reputazione di entrambe le parti. Durante l'esecuzione dei rapporti di affari si deve rispettare quanto stabilito nel contratto, evitando sostituzioni non autorizzate e predisponendo adeguati meccanismi di controllo e di salvaguardia, avvalendosi solo della collaborazione di persone competenti e adeguate.

Qualora la Società utilizzi un consulente o un soggetto terzo per essere rappresentata nei rapporti verso la Pubblica Amministrazione, nei confronti di tali soggetti e del loro personale si applicano le stesse direttive valide per i dipendenti dell'Ente.

In caso di controlli da parte delle Autorità di Vigilanza, Lucart garantisce la massima collaborazione e assistenza, supportando le autorità durante le procedure ispettive e impegnandosi a fornire sollecito riscontro ed esecuzione alle richieste avanzate.

1.16 GESTIONE DEL RISCHIO

Per la natura della propria attività, il Gruppo Lucart risulta esposto ad alcuni rischi e incertezze che il management fronteggia attraverso una continua attività di analisi. Questa analisi è propedeutica all'individuazione e classificazione dei rischi e alla predisposizione degli strumenti necessari per la loro mitigazione, in linea con la politica aziendale volta alla massima cautela.

Si evidenzia che le informazioni incluse in tale sezione sono incluse nella relazione sulla gestione del bilancio consolidato del Gruppo. Le stesse non sono richieste dai GRI Standard pertanto non sono soggette a limited assurance.

Per una maggiore chiarezza espositiva abbiamo raggruppato i rischi e le incertezze in due macrocategorie:

- rischi e incertezze legati al business, all'organizzazione e al contesto
- rischi finanziari



1) RISCHI E INCERTEZZE LEGATI AL BUSINESS, ALL'ORGANIZZAZIONE E AL CONTESTO

1.1 Rischi legati all'andamento dell'economia globale

Rischio (Descrizione del rischio)

Come per tutte le aziende operanti nel nostro settore, alcuni fattori di costo possono essere controllati in modo solo parziale in quanto sono influenzati dagli andamenti macroeconomici internazionali.
Il mercato di riferimento del Gruppo è indirettamente dipendente dalle disponibilità economiche e dalla propensione di spesa dei consumatori, nonché dal generale andamento dell'economia. Eventi di instabilità politica e/o recessione economica in un mercato geografico significativo per le vendite del Gruppo potrebbero avere ripercussioni negative sulla nostra situazione economica, finanziaria e patrimoniale.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

La diversificazione dei mercati geografici, l'ampliamento del portafoglio clienti e del mix prodotti, le politiche di fidelizzazione e di servizio costituiscono azioni concrete di mitigazione del rischio descritto.
Per quanto riguarda l'eventuale impatto dell'andamento dell'economia globale sui prezzi di acquisto nei nostri principali fattori della produzione, si rimanda al paragrafo relativo al Rischio di Prezzo.

1.2 Rischi di concorrenza

Rischio (Descrizione del rischio)

Il Gruppo, come qualsiasi altra impresa operante nel settore, è soggetto alle azioni di altri produttori che potrebbero causare una contrazione della propria quota di mercato.
Il rischio in oggetto è legato alla possibilità che concorrenti possano immettere sul mercato nuovi prodotti concorrenziali rispetto a quelli del Gruppo.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Oltre al monitoraggio continuo del mercato allo scopo di individuare per tempo l'ingresso di nuovi prodotti concorrenti, il Gruppo gestisce il rischio perseguendo sia una politica di continua innovazione dei propri prodotti e processi, sia una politica di ampliamento del proprio portafoglio prodotti.
Non è inoltre da sottovalutare il fatto che il know-how nel trattamento delle fibre cellulosiche di recupero e nel produrre carta riciclata di elevata qualità, acquisito in oltre 70 anni di storia, rappresenta un ulteriore importante vantaggio competitivo rispetto a molti concorrenti.

1.3 Rischi legati alla situazione geopolitica

Rischio (Descrizione del rischio)

In un mercato globalizzato come quello in cui operiamo, non è possibile escludere a priori che gli eventi causati dalla politica estera di un paese influenzino in modo imprevedibile le dinamiche politiche interne e l'economia di un altro paese o di un'altra regione.
Come hanno purtroppo dimostrato il conflitto tra Russia e Ucraina e la situazione nella striscia di Gaza, questo rischio può incidere in modo significativo anche ai costi energetici e/o ai costi e ai traffici intercontinentali via mare.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

La differenziazione geografica dei fornitori di materie prime e ausiliarie, ma anche l'ampliamento dei nostri mercati di sbocco a livello europeo, fanno parte delle azioni messe in atto per attenuare il rischio in oggetto in tutte le società del Gruppo.

Per quanto riguarda i costi energetici occorre evidenziare che un'eventuale interruzione delle forniture di gas o energia elettrica provocherebbe inevitabilmente un arresto degli impianti produttivi coinvolti.

Con riferimento al recente inasprimento del quadro geopolitico internazionale, conseguente all'escalation del conflitto in Iran, evolutosi dall'inizio di marzo 2026 in una fase particolarmente critica e caratterizzato da operazioni militari su vasta scala, si evidenzia come il Gruppo monitori quotidianamente l'attuale contesto per valutare i potenziali effetti futuri diretti e indiretti, con specifico riferimento alle dinamiche inflattive sui mercati di approvvigionamento delle materie prime (cellulosa in particolare) e dei costi energetici. Preme a tal proposito evidenziare che il Gruppo non ha esposizioni nelle zone interessate da conflitti in corso e che la maggioranza delle materie prime e ausiliare consumate non transitano dai territori direttamente interessati.

Alla data attuale, se da un lato si può ritenere non rilevanti gli effetti diretti, dall'altro non si esclude che effetti indiretti impattanti costi delle materie prime ed energia/gas possano comportare una riduzione della marginalità e un assorbimento di liquidità. Gli amministratori continueranno a monitorare l'evoluzione dello scenario attuale adottando le opportune misure volte a preservare la profittabilità del Gruppo, tenuto conto di come il contesto attuale potrebbe riverberarsi sulla gestione dei "Rischi finanziari".

1.4 Rischi legati ai cambiamenti climatici

Rischio (Descrizione del rischio)

I cambiamenti climatici potrebbero in primo luogo generare danni ai nostri stabilimenti produttivi a causa di fenomeni metereologici di portata eccezionale.
È inoltre molto probabile che la lotta ai cambiamenti climatici comporterà un aumento dei costi energetici.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Sul fronte di eventuali danni ai nostri stabilimenti produttivi legati a fenomeni meteorologici, le analisi e gli studi fatti non hanno evidenziato situazioni di particolare rischio o pericolosità. Inoltre, la ripartizione dell'attività produttiva su più stabilimenti in località diverse rappresenta una forma indiretta di assicurazione sulla possibile continuità del business in caso di disastri ambientali circoscritti a specifiche aree geografiche.
Per quanto riguarda gli impatti sui costi energetici, il Gruppo, oltre a perseguire una politica di decarbonizzazione ed efficienza energetica sui propri impianti produttivi, anche attraverso un sempre maggiore ricorso a fonti rinnovabili, effettua specifiche coperture, ove opportuno, per proteggersi da eventuali repentini incrementi nei costi dell'energia.
Il Gruppo si è inoltre dotato da anni di un Comitato Ambientale, che fra le sue prerogative ha anche l'analisi della situazione ambientale, climatica e idrogeologica nelle aree geografiche dove sono collocati gli stabilimenti produttivi.
I danni da eventi atmosferici sono coperti anche da un'apposita polizza assicurativa.

1.5 Rischi connessi alla normativa e alla regolamentazione dei settori di attività di riferimento

Rischio (Descrizione del rischio)

Le normative e i regolamenti nazionali e comunitari possono impattare in modo significativo in vari ambiti dell'attività delle aziende del Gruppo, come ad esempio la sicurezza, la tutela ambientale, gli aspetti fiscali e doganali, il diritto del lavoro, il trattamento dei dati personali, ecc.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

I manager di Lucart, anche tramite il supporto dell'ufficio legale del Gruppo, la partecipazione alle associazioni di categoria e il continuo confronto con consulenti ed esperti di settore, si occupano dell'analisi dei rischi legati a obblighi normativi e regolamentari nel proprio ambito di competenza.
La società Lucart S.p.A. ha adottato il modello di organizzazione, gestione e controllo per la prevenzione dei reati presupposti di cui al D.Lgs. 231/2001 con la creazione di un Organismo di Vigilanza a ciò preposto.

Nel 2022 il modello organizzativo è stato complessivamente revisionato per aggiornarlo ai cambiamenti dell'organizzazione e ai più recenti orientamenti giurisprudenziali e dottrinali ed è comunque sottoposto ad aggiornamenti, almeno annuali, in caso di modifiche nell'organizzazione o di interventi del legislatore.
Da segnalare che per garantire il corretto comportamento dei propri dipendenti in tutti i contesti sono stati definiti e adottati, altresì, un codice etico e una policy anticorruzione di Gruppo.
Nell'ambito del trattamento dei dati personali, Lucart ha adottato una policy che definisce le regole e i presidi generali applicati per garantire il rispetto di tutti gli adempimenti, nonché un insieme di procedure e istruzioni operative. Pur in assenza di un obbligo giuridico, Lucart ha nominato un DPO esterno.

1.6 Rischi connessi a contenziosi e passività potenziali

Rischio (Descrizione del rischio)

Eventuali contenziosi con clienti, fornitori, dipendenti o altri attori, possono generare passività potenziali che devono essere opportunamente stimate e valutate.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo, attraverso il proprio ufficio legale interno, ma su tematiche specifiche anche attraverso il supporto di professionisti esterni, valuta tutti i possibili rischi connessi a contenziosi legali, definendo caso per caso, la necessità di eventuali accantonamenti a fondi rischi.

1.7 Rischi informatici

Rischio (Descrizione del rischio)

Questa è una tematica la cui rilevanza è cresciuta molto negli ultimi anni, come pure le casistiche note di aziende che hanno subito attacchi informatici con conseguenti impatti negativi sulla continuità dell'attività operativa e produttiva o addirittura la necessità di pagare "riscatti".

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo, attraverso il proprio reparto IT, ha identificato le principali aree di rischio e implementato adeguati strumenti di protezione. Essendo questa una tematica in continua evoluzione, il monitoraggio dei rischi informatici è fatto in modo costante e continuativo.
Il Gruppo ha anche stipulato un'apposita polizza assicurativa a copertura di eventuali danni generati da "attacchi" informatici, e a partire dal 2021 è stato introdotto un servizio di monitoraggio 24x7 degli attacchi informatici con la *practice cybersecurity*.

1.8 Rischi di prodotto

Rischio (Descrizione del rischio)

Benché la maggior parte dei nostri prodotti abbia limitati rischi relativi a eventuali problemi qualitativi, nocività, pericolosità d'uso o scadenza, non è comunque possibile escludere a priori il rischio di resi o necessità di richiami, con conseguenti danni di immagine o, nel peggiore dei casi, contenziosi in caso di rischio per il cliente.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo ha definito il campo di applicazione dei sistemi di gestione qualità, ambiente e sicurezza prodotto, all'interno del quale applicare i processi di *risk management* per l'identificazione e la valutazione dei relativi rischi.
Sulla base dell'esito della valutazione, la Direzione valuta la necessità di attuare eventuali misure di monitoraggio e/o mitigazione del rischio specifico.

1.9 Rischi connessi alla compliance fiscale

Rischio (Descrizione del rischio)

Le normative fiscali nazionali e internazionali possono incidere in modo significativo sull'operatività del Gruppo, richiedendo un presidio costante dei processi tributari e delle politiche di transfer pricing. Evoluzioni regolamentari, interpretazioni difformi o verifiche delle autorità possono generare rischi di contenzioso, sanzioni e impatti economico-reputazionali, rendendo la tax governance un ambito rilevante di rischio per il Gruppo Lucart.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Lucart adotta un modello di ***tax governance*** fondato su principi di piena conformità alla normativa fiscale, impegnandosi a (i) rispettare sia la lettera sia lo spirito delle leggi nei Paesi in cui opera e (ii) adeguare i processi per implementare le novità normative domestiche e internazionali (quali il Country by Country reporting e la Global Minimum Tax/Pillar II).
Il prezzo delle operazioni infragruppo viene determinato secondo il principio dell'*arm's length*; il Gruppo ha adottato politiche di transfer pricing e si dota annualmente di Master File e Country file in linea con le Linee Guida OCSE e le normative dei paesi in cui opera.
Al fine di mitigare e prevenire eventuali rischi fiscali di tipo interpretativo, Lucart adotta strumenti di collaborazione e trasparenza con l'Amministrazione Fiscale, quale la presentazione di interpelli e advance *pricing agreement* in tema di Transfer Pricing o la predisposizione di memorandum da parte di consulenti esterni specializzati.

1.10 Rischi connessi alla compliance Antitrust

Rischio (Descrizione del rischio)

A dicembre 2025 il Consiglio di Amministrazione della Società ha approvato il Programma di Compliance Antitrust, definendo le relative regole di comportamento da adottare in tutte le aree aziendali potenzialmente esposte a rischi di violazioni della normativa sulla concorrenza. L'inosservanza delle disposizioni antitrust potrebbe comportare per il Gruppo significative sanzioni economiche, danni reputazionali e limitazioni operative.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Per garantire un presidio adeguato, è stato nominato un Antitrust Compliance Officer esterno, dotato di comprovata esperienza specialistica e della necessaria autonomia e indipendenza. Tale figura ha il compito di vigilare sull'adeguatezza e sull'efficacia del Programma, proporre eventuali aggiornamenti in relazione all'evoluzione normativa e alle *best practice*, nonché verificare lo stato di attuazione e riferire periodicamente al Consiglio di Amministrazione.

2) RISCHI FINANZIARI

2.1 Rischio di mercato

Rischio (Descrizione del rischio)

Il rischio di mercato è il rischio relativo agli effetti imprevisti sul valore di mercato di attività e passività generati da variazioni avverse dei prezzi di mercato.
Il rischio di mercato comprende tre tipi di rischio: il rischio di prezzo, il rischio di tasso di cambio e il rischio di tasso di interesse.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Con lo scopo di mitigare l'impatto dei rischi finanziari di mercato sui risultati economici e patrimoniali, il Gruppo regolarmente monitora le esposizioni ai rischi e ricorre a strumenti, prevalentemente derivati, di copertura (*hedging*).
I rischi finanziari di mercato sono supervisionati da un comitato per assicurare che l'esposizione al rischio complessivo non ecceda la capacità patrimoniali ed economiche del Gruppo, con l'obiettivo di garantire performance sostenibili nel lungo periodo.
Il Gruppo ha predisposto una procedura per la gestione e il monitoraggio dei rischi finanziari di mercato definendo anche ruoli e responsabilità nell'ambito dell'organizzazione e le attività di copertura consentite.
I rischi finanziari e gli strumenti di copertura sono gestiti e monitorati centralmente attraverso la funzione di Tesoreria di Gruppo.

2.1.1 Rischio di prezzo (o rischio di *commodity*)

Rischio (Descrizione del rischio)

Le principali materie prime da noi utilizzate sono le fibre di cellulosa vergine e riciclata (carta da macero), il cui prezzo di mercato è determinato dall'andamento della domanda e offerta a livello mondiale.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

La nostra politica di approvvigionamento prevede un'accurata selezione e differenziazione dei fornitori e la continua ricerca di materie prime e fonti alternative e si basa su rapporti di fornitura consolidati con primari fornitori.
Inoltre, anche se con reattività e tempistiche diverse tra le nostre tre aree di business, esiste una correlazione tra il costo di acquisto delle materie prime fibrose e i prezzi di vendita dei prodotti.
Infine, il management del Gruppo valuta sempre con attenzione l'opportunità di attivare sia specifiche coperture (*hedging*) sul prezzo della cellulosa, sia variazioni negli stock di questi materiali, al fine di beneficiare di condizioni di prezzo più favorevoli.
Si veda inoltre quanto riportato in precedenza nei commenti al "Rischi legati alla situazione geopolitica e macroeconomica".

2.1.2 Rischio di tasso di cambio

Rischio (Descrizione del rischio)

Il Gruppo Lucart è esposto al rischio finanziario derivante dalla variazione dei tassi di cambio che si origina operando in un contesto internazionale in cui le transazioni, commerciali e finanziarie, possono essere denominate in una valuta diversa da quella di conto.
I principali rapporti di cambio rispetto all'Euro che rappresentano un rischio per il Gruppo sono nei confronti delle seguenti valute: dollaro statunitense (USD), fiorino ungherese (HUF), sterlina inglese (GBP).

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo Lucart adotta una politica di copertura del rischio di cambio orientata sia a proteggere la marginalità di budget (copertura di flussi attesi) sia a proteggere poste patrimoniali in essere denominate in una valuta diversa da quella di conto.
Il rischio di oscillazione dei cambi è mitigato principalmente mediante opzioni o contratti di acquisto a termine di valuta esclusivamente di copertura.

2.1.3 Rischio di tasso di interesse

Rischio (Descrizione del rischio)

Il Gruppo Lucart utilizza risorse finanziarie esterne sotto forma di debito e impiega le liquidità disponibili in depositi bancari. Variazioni nei livelli dei tassi d'interesse di mercato influenzano il costo e il rendimento delle varie forme di finanziamento e di impiego, incidendo pertanto sul livello degli oneri e dei proventi finanziari.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il management valuta regolarmente l'esposizione al rischio di variazione dei tassi di interesse e la gestisce ricorrendo alle forme di finanziamento meno onerose.
Il costo dell'indebitamento bancario è parametrato, prevalentemente, al tasso Euribor di periodo più uno spread che dipende dalla tipologia di linea di credito utilizzata. I margini applicati sono paragonabili ai migliori standard di mercato.
Il Gruppo utilizza strumenti finanziari derivati di copertura (*plain vanilla*) al fine di ridurre il rischio di fluttuazione dei tassi d'interesse sui finanziamenti in essere a medio lungo termine.

2.2 Rischio di credito

Rischio (Descrizione del rischio)

Il Gruppo Lucart risulta esposto al rischio di credito derivante dalle sue attività commerciali con i propri clienti.
Il rischio è rappresentato dai potenziali effetti che emergerebbero, qualora una delle controparti non fosse in grado di ottemperare alle proprie obbligazioni in modo temporaneo o definitivo.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo, pur adottando politiche commerciali interne volte a monitorare la solvibilità della clientela, assicura la maggior parte dei suoi crediti con primarie compagnie assicurative, così da ridurre ulteriormente i rischi di mancato incasso.
Inoltre, una buona parte dei nostri clienti sono rappresentati da realtà internazionali e da strutture appartenenti al canale della Distribuzione Organizzata, per le quali sono disponibili sul mercato informazioni tempestive riguardanti l'andamento economico/finanziario.
Tuttavia, la complessa situazione economico finanziaria mondiale ha avuto un impatto sugli affidamenti e pertanto la solvibilità dei clienti viene attentamente valutata anche dai nostri addetti alla gestione del credito, che in alcuni casi possono concedere una extra-fido rispetto a quello garantito dalla società di assicurazione.
Per completezza si evidenzia che nel corso del 2025 non sono state riscontrate significative perdite su crediti.



2.2 Rischio di liquidità

Rischio (Descrizione del rischio)

Il rischio di liquidità riguarda la disponibilità di risorse finanziarie e l'accesso al mercato del credito.
I principali **fattori interni** che incidono sulla situazione di liquidità del Gruppo Lucart sono, da una parte, le risorse generate e assorbite dalla gestione operativa e, dall'altra, quelle impiegate negli investimenti effettuati per lo sviluppo produttivo e strategico e nel servizio del debito.
Significativi **fattori esterni** che possono influenzare la disponibilità di adeguate risorse finanziarie per il Gruppo sono rappresentati dall'andamento del mercato del credito a livello internazionale, che è strettamente collegato all'andamento dell'economia globale, e dal contesto geopolitico internazionale.

Azioni (Azioni messe in atto per la riduzione del rischio)

Il Gruppo Lucart monitora costantemente l'andamento delle disponibilità liquide, dei flussi finanziari (consuntivi e previsionali) e delle linee disponibili attraverso adeguati report di tesoreria.
Nonostante perdurino le incertezze a livello geopolitico con impatto diretto sui prezzi delle materie prime, i buoni livelli di redditività registrati dalla società hanno consentito di chiudere l'esercizio con oltre 100 milioni di euro di liquidità.
In ogni caso, laddove le necessità di liquidità lo dovessero richiedere, anche al fine di rispettare i livelli dei parametri finanziari previsti dai contratti in essere, la direzione è pronta a rivedere la tempistica degli investimenti da effettuare, rimodulandola in coerenza con i piani di sviluppo, confermando comunque gli interventi volti a mantenere elevati livelli di efficienza produttiva e qualità.
Si segnala infine che ad oggi il Gruppo dispone di linee di credito su differenti istituti adeguate alle esigenze di liquidità, anche alla luce della struttura patrimoniale del Gruppo e del bilanciamento tra fonti ed impieghi a breve e medio/lungo termine.
Conseguentemente, la Direzione stima che, alla luce delle ipotesi di andamento del mercato di riferimento e dei dati economico-finanziari attesi per i prossimi esercizi, il Gruppo abbia la capacità di adempiere alle obbligazioni assunte in un orizzonte prevedibile.
Si evidenzia a tal proposito che la Direzione sta attentamente monitorando l'attuale contesto geopolitico e macroeconomico, formulando simulazioni su scenari basati su incrementi plausibili dei costi di produzione e senza considerare alcun intervento sulla politica dei prezzi di vendita: sulla base delle analisi svolte, l'ipotetica riduzione di marginalità attesa non avrebbe effetti tali da compromettere la capacità del Gruppo di operare come un'entità in funzionamento e il rispetto dei parametri finanziari, per lo meno nel breve periodo.



PROTEZIONE DATI PERSONALI E PRIVACY

Lucart, da sempre attenta al cambiamento e all'innovazione, ha definito un modello organizzativo in materia di protezione dei dati personali, identificando ruoli e responsabilità sia all'interno sia all'esterno delle funzioni di governance, fruitori del trattamento dei dati. Ha definito inoltre le procedure per la gestione dei requisiti del GDPR in ottemperanza al regolamento e nel corso del 2021 Lucart S.p.A. ha provveduto a nominare un responsabile della protezione dei dati (DPO) esterno.


LUCART

SOCIETÀ E PERSONE

Coinvolgiamo le persone condividendo con tutti il nostro ideale per un futuro migliore.

Siamo una realtà fatta di persone che collaborano seguendo un modello organizzativo basato sui seguenti principi: condivisione, cura, responsabilità, vision.

SDGs



2

2.1 PRINCIPI

CONDIVISIONE

È la capacità di condividere informazioni e valori in modo preciso, trasparente e completo, per instaurare e mantenere relazioni di lungo periodo con i colleghi e con tutti gli stakeholder dell'Azienda.

CURA

È l'attitudine a prendersi cura di se stessi, dei colleghi e della collettività, creando rapporti di fiducia reciproca che si basano sul rispetto della persona, dell'ambiente e della sostenibilità del business.

RESPONSABILITÀ

É la capacità di rispettare gli impegni, di risolvere le situazioni impreviste, di essere sempre un riferimento disponibile e affidabile per colleghi, collaboratori e altri stakeholder.

VISION

È la volontà di migliorare la propria professionalità, proponendo o contribuendo alla riuscita di nuove soluzioni organizzative e di processo a vantaggio di tutti gli stakeholder.

2.2 PRINCIPALI TIPOLOGIE E CANALI DI COMUNICAZIONE CON GLI STAKEHOLDER

Oltre all'attività di stakeholder engagement svolta ai fini della lista di temi materiali prioritari, Lucart svolge diverse attività di coinvolgimento degli stakeholder. In particolare, i canali di informazione con i diversi stakeholder hanno periodicità di aggiornamento diverse che possono essere settimanali per il sito web e i social network, mensili o trimestrali per alcuni incontri su temi specifici con le organizzazioni sindacali o annuali per survey, visite guidate negli stabilimenti, open day, convention agenti.

2.3 RELAZIONI CON IL PERSONALE

Le persone sono il fulcro intorno al quale ruota l'essenza del Gruppo Lucart.

Per questo motivo Lucart tutela e promuove il loro valore, il loro sviluppo e il loro successo, allo scopo di migliorare e accrescere il proprio patrimonio e la propria competitività.

Lucart offre pari opportunità a tutti i dipendenti sulla base delle loro qualifiche professionali e capacità, senza alcuna discriminazione di religione, sesso, genere, razza, credo politico o sindacale, adottando unicamente criteri meritocratici, di competenza ed esperienza.

Nel 2025 il rapporto tra la retribuzione annua totale massima e la retribuzione mediana degli altri dipendenti (esclusa la persona che riceve la retribuzione massima) è stato pari a 5,98. Si segnala, inoltre, che il rapporto tra l'aumento percentuale della retribuzione annua totale e quello relativo alla retribuzione mediana degli altri dipendenti è risultato essere pari a 3,28[10].



VALUTAZIONE DELLE COMPETENZE

Lucart crede fermamente che esplicitare e formalizzare il processo di valutazione delle competenze dei collaboratori porti un significativo valore aggiunto all'interno dell'organizzazione: è un atto di trasparenza, chiarezza e lealtà che aiuta l'organizzazione e le persone che ne fanno parte, ad avere piena consapevolezza dei valori in cui crede e degli stili relazionali che intende promuovere per migliorare il benessere delle persone e le loro performance.

Per Lucart, quindi, la valutazione delle Risorse Umane è un processo attraverso il quale le persone si orientano e possono valorizzare le competenze distintive utili, migliorarne i risultati e accrescere il valore del capitale umano.
La valutazione delle competenze (Performance Review) è il processo di valutazione delle soft e technical skill dei dipendenti Lucart con l'obiettivo di individuare sia eventuali aree di miglioramento sia punti di forza da valorizzare, ma anche di orientamento delle persone ai comportamenti ritenuti strategici dall'Azienda (Evaluation e Improvement Plan).

Coerentemente con questa visione, Lucart ha strutturato il processo di valutazione delle competenze affinandone gli strumenti ed estendendone la platea, consapevole che si tratta di un processo in continua trasformazione sia per i presupposti metodologici sottesi, sia per la progressiva e inevitabile evoluzione tecnologica, che porterà con sé la possibilità di semplificare la parte amministrativa e supporterà gli utenti (valutati e valutatori) nella lettura, analisi e interpretazione delle valutazioni effettuate.

[10] Nel conteggio per il 2025, non è stato possibile inserire l'Ungheria in quanto a metà anno ha cambiato il proprio fornitore di gestione buste paga. Un allineamento ai gestionali del Gruppo è stato avviato per garantire piena copertura sul 2026.

Il processo di Performance Review del 2025 (relativo al periodo gennaio – dicembre 2024) è stato portato a termine con il software HCM (Human Capital Management), garantendo un processo standard di Gruppo per la valutazione di tutto il personale interno. In Q3 2025 è stato inoltre ultimato il processo di adozione del suddetto software in Inghilterra, ultimo Stato rimanente per l'integrazione.

Questa finalizzazione ha determinato un notevole incremento percentuale dei dipendenti che nel 2025 ha ricevuto una valutazione regolare del proprio sviluppo di carriera rispetto a quanto realizzato nel 2023 e 2024 (vedasi tabella a seguire).

PERCENTUALE DEI DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE REGOLARE DELLO SVILUPPO DI CARRIERA PER CATEGORIA E GENERE

QUALIFICA	ANNO	M	F
MANAGER	2023	38%	68%
	2024	27%	35%
	2025	**98%**	**96%**
IMPIEGATI	2023	40%	31%
	2024	18%	11%
	2025	**90%**	**83%**
OPERAI	2023	21%	68%
	2024	18%	58%
	2025	**22%**	**78%**

LAVORO AGILE (SMARTWORKING)

Dopo aver sperimentato largamente diverse modalità di lavoro agile a partire dal 2020, Lucart attualmente ha un sistema definito di smartworking per cui tutti coloro che lavorano negli uffici possono, previo accordo individuale così come previsto dal Decreto-legge 81/2017, usufruire del lavoro agile un giorno per settimana lavorativa.

COMUNICAZIONE INTERNA

La Newsletter aziendale, ormai strumento consolidato di condivisione delle informazioni interne riguardanti il Gruppo, viene redatta dall'Ufficio Comunicazione Corporate che, di concerto con le varie Direzioni, raccoglie le notizie rilevanti, le collaborazioni, le partnership e gli obiettivi raggiunti dai vari stabilimenti.

Nel 2025 sono stati realizzati 10 numeri della Newsletter ed è stata completamente rinnovata la veste grafica per rendere la lettura più semplice e coinvolgente.

Le principali notizie riguardanti il Gruppo vengono riportate sulle bacheche aziendali poste nei reparti produttivi degli stabilimenti, sugli schermi informativi e sul portale web "Zucchetti" a disposizione dei lavoratori di Lucart S.p.A. in Italia.

2.4 STRUTTURA DEL PERSONALE LUCART

I dati riportati nelle seguenti tabelle si riferiscono alla struttura societaria al 31 dicembre 2025 con esclusione di Cartindustria Eurocarta.

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI PER GENERE

ANNO	M	F	TOT.
2023	1.490	231	1.721
2024	1.510	238	1.748
2025	**1.519**	**241**	**1.760**

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI PER LEGAL ENTITY

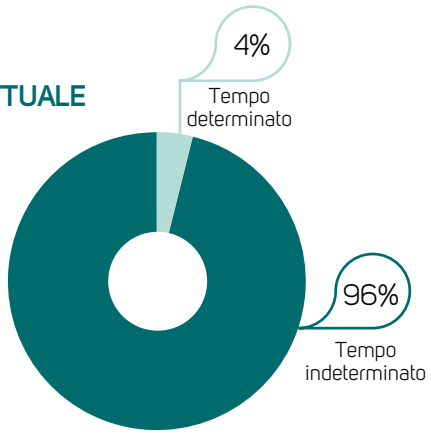
ANNO	ITALIA	FRANCIA	SPAGNA	UK	UNGHERIA	SLOVENIA	GERMANIA	TOT.
2023	1.000	326	220	90	75	4	6	1.721
2024	982	349	232	99	74	4	8	1.748
2025	**1.003**	**334**	**246**	**95**	**70**	**4**	**8**	**1.760**

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CON RELATIVA SCOMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE E GENERE

TIPO DI CONTRATTO [11]	ANNO	M	F	TOT.
TEMPO DETERMINATO	2023	53	15	68
	2024	67	14	81
	2025	**66**	**13**	**79**
TEMPO INDETERMINATO	2023	1.437	216	1.653
	2024	1.443	224	1667
	2025	**1.453**	**228**	**1.681**

Nel 2025 il numero di lavoratori non dipendenti del Gruppo Lucart è pari a 120 di cui 109 in somministrazione, 10 in tirocinio e 1 collaborazione.

% DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE



[11] In nessuna delle sedi di Lucart ci sono dipendenti con contratto a ore non garantite.

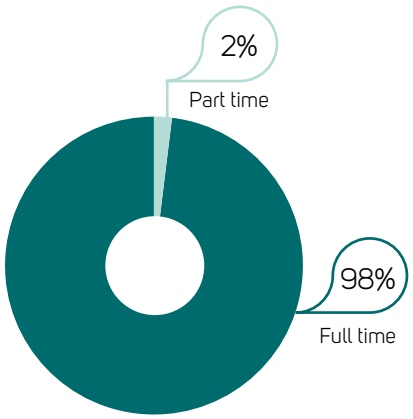
NAZIONALITÀ DEI DIPENDENTI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE[12]

TIPO DI CONTRATTO	ANNO	ITALIA	FRANCIA	SPAGNA	UK	UNGHERIA	SLOVENIA	GERMANIA	EUROPA (ALTRI PAESI)	RESTO DEL MONDO	TOT.
INDETERMINATO	2023	960	285	199	76	75	2	4	29	23	1.653
	2024	959	301	196	79	73	2	6	34	17	1.667
	2025	**973**	**302**	**204**	**77**	**69**	**2**	**7**	**32**	**15**	**1.681**
DETERMINATO	2023	11	39	16	0	0	0	0	1	1	68
	2024	4	47	29	0	0	0	0	0	1	81
	2025	**11**	**29**	**37**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**2**	**79**

NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CON RELATIVA SCOMPOSIZIONE PER TIPOLOGIA E GENERE

TIPO DI CONTRATTO	ANNO	M	F	TOT.
FULL TIME	2023	1.484	219	1.703
	2024	1.500	223	1.723
	2025	**1.506**	**226**	**1.732**
PART TIME	2023	6	12	18
	2024	10	15	25
	2025	**13**	**15**	**28**

% DIPENDENTI PART TIME E FULL TIME



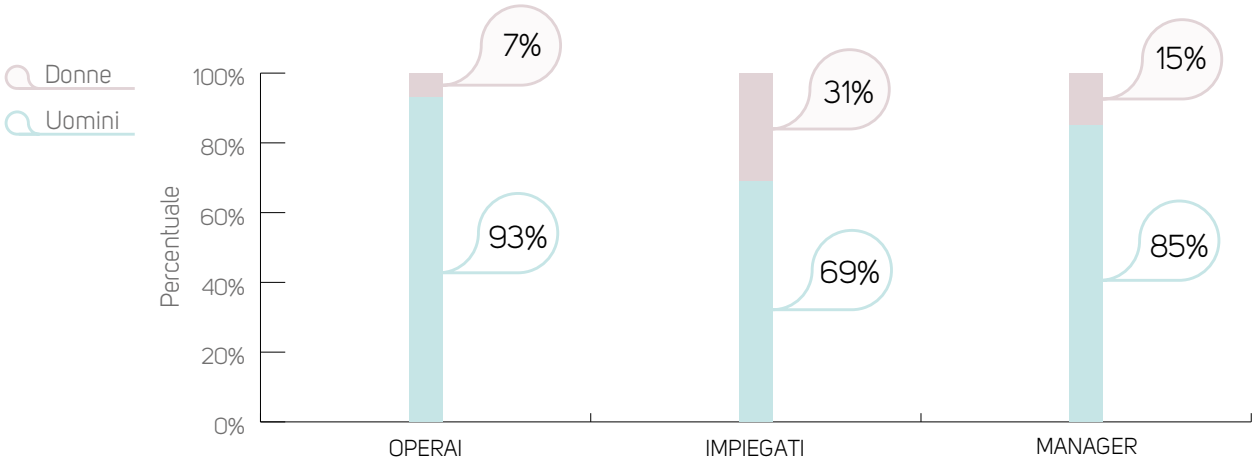
Sono considerati come dipendenti con contratto "Full Time" tutti i dipendenti il cui orario di lavoro contrattualizzato coincide con le ore/giornata lavorabili secondo la legge dello stato in cui sono assunti.

[12] I Senior Manager operanti nelle Company provengono per il 100% dalla comunità locale.

SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER ETÀ, QUALIFICA E GENERE

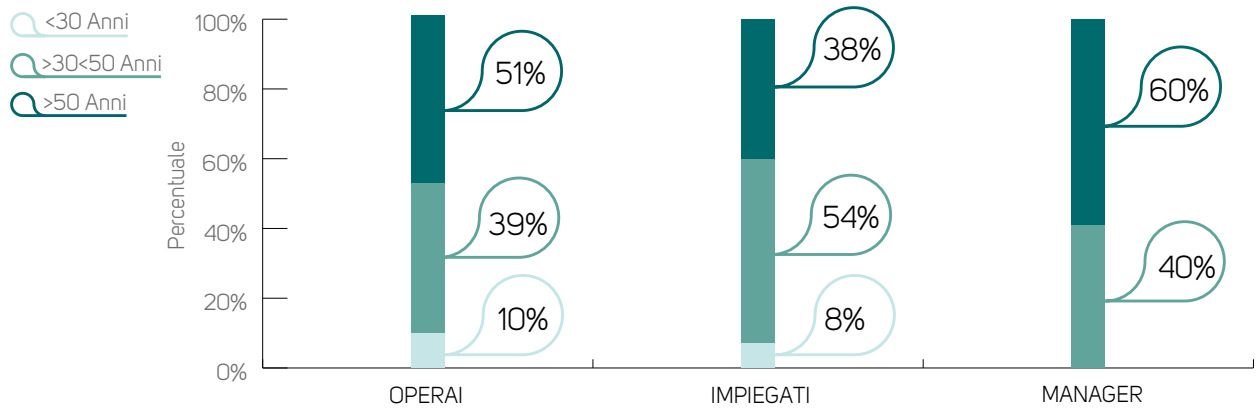
QUALIFICA	ANNO	<30 ANNI		30-50 ANNI		>50 ANNI		TOT.
		M	F	M	F	M	F	
MANAGER	2023	1	0	59	15	71	4	150
	2024	0	0	46	16	86	4	152
	2025	**0**	**0**	**44**	**17**	**86**	**6**	**153**
IMPIEGATI	2023	28	10	142	88	108	39	415
	2024	22	9	142	86	126	45	430
	2025	**26**	**11**	**157**	**82**	**124**	**44**	**444**
OPERAI	2023	77	9	502	37	502	29	1.156
	2024	96	15	463	37	529	26	1.166
	2025	**98**	**14**	**421**	**35**	**563**	**32**	**1.163**

PERCENTUALE UOMINI E DONNE PER QUALIFICA (ANNO 2025)



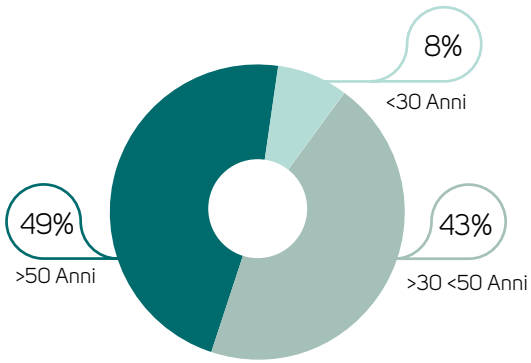
QUALIFICA	ANNO	% M	% F
MANAGER	2023	87%	13%
	2024	87%	13%
	2025	**85%**	**15%**
IMPIEGATI	2023	67%	33%
	2024	67%	33%
	2025	**69%**	**31%**
OPERAI	2023	94%	6%
	2024	93%	7%
	2025	**93%**	**7%**

PERCENTUALE FASCE DI ETÀ PER QUALIFICA (ANNO 2025)

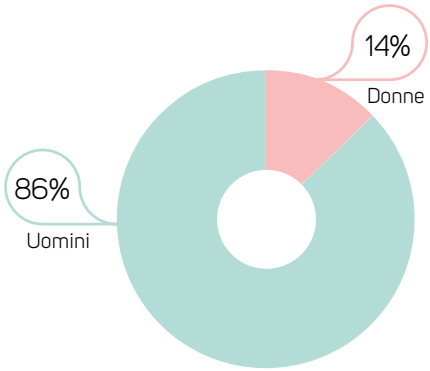


QUALIFICA	ANNO	<30 ANNI	30-50 ANNI	>50 ANNI
MANAGER	2023	1%	49%	50%
	2024	0%	41%	59%
	2025	**0%**	**40%**	**60%**
IMPIEGATI	2023	9%	55%	35%
	2024	7%	53%	40%
	2025	**8%**	**54%**	**38%**
OPERAI	2023	7%	47%	46%
	2024	10%	43%	48%
	2025	**10%**	**39%**	**51%**

SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER ETÀ



SUDDIVISIONE DEI DIPENDENTI PER GENERE



Nell'anno rendicontato si denota un equilibrio tra tasso in entrata e tasso in uscita come evidenziato già per le precedenti annualità.

NUOVE ASSUNZIONI PER ETÀ E GENERE[13]

ANNI	GENERE	2023		2024		2025	
<30 ANNI	M	53	50,0%	59	50,0%	**56**	**45,2%**
	F	12	63,2%	22	91,7%	**13**	**52,0%**
>30<50 ANNI	M	67	9,5%	83	12,7%	**60**	**9,6%**
	F	16	11,4%	17	12,2%	**18**	**13,4%**
>50 ANNI	M	23	3,4%	31	4,2%	**29**	**3,8%**
	F	4	5,6%	1	1,3%	**12**	**14,6%**
TOTALE ASSUNZIONI		175	10,2%	213	12,2%	**188**	**10,7%**

CESSAZIONI PER ETÀ E GENERE[14]

ANNI	GENERE	2023		2024		2025	
<30 ANNI	M	33	31,1%	29	24,6%	**32**	**25,8%**
	F	10	52,6%	10	41,7%	**11**	**44,0%**
>30<50 ANNI	M	46	6,5%	61	9,4%	**63**	**10,1%**
	F	17	12,1%	13	9,4%	**19**	**14,2%**
>50 ANNI	M	50	7,3%	60	8,1%	**45**	**5,8%**
	F	8	11,1%	7	9,3%	**6**	**7,3%**
TOTALE CESSAZIONI		164	9,5%	180	10,3%	**176**	**10,0%**

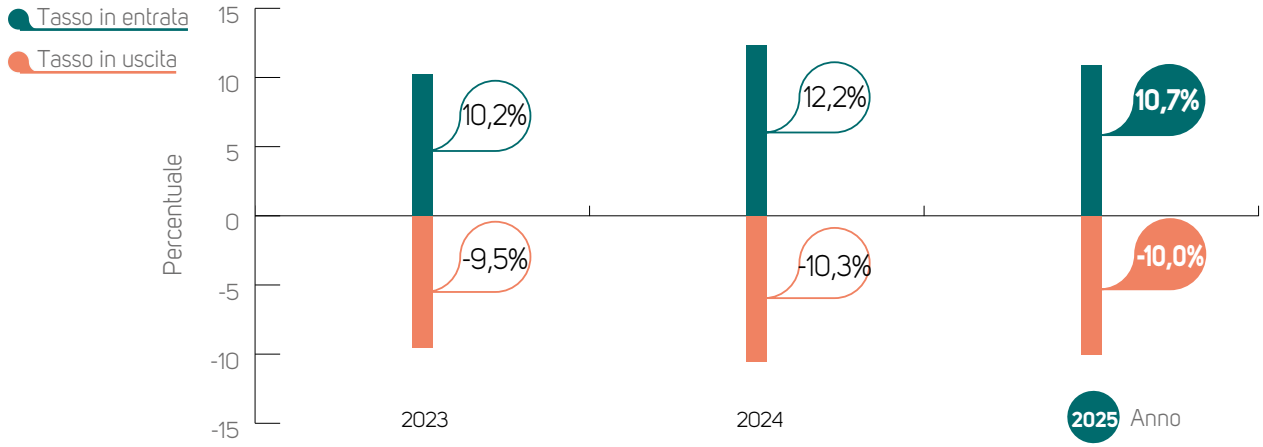
[11] Tutte le percentuali riportate sono calcolate utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti per fascia di età e genere, fatta eccezione per la percentuale riferita al totale delle assunzioni che è calcolata utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti.

[12] Tutte le percentuali riportate sono calcolate utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti per tal fascia di età e genere, fatta eccezione per la percentuale riferita al totale delle cessazioni che è calcolata utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti.

TURNOVER PER AREA GEOGRAFICA[15]

TASSI IN ENTRATA						
AREA GEOGRAFICA	2023		2024		2025	
ITALIA	62	6,2%	42	4,3%	**51**	**5,1%**
SPAGNA	24	10,9%	51	22,0%	**49**	**19,9%**
FRANCIA	42	12,9%	70	20,1%	**38**	**11,4%**
UK	34	37,8%	37	37,4%	**38**	**40,0%**
UNGHERIA	11	14,7%	13	17,6%	**8**	**11,4%**
SLOVENIA	1	25,0%	0	0,0%	**0**	**0,0%**
GERMANIA	1	16,7%	0	0,0%	**4**	**50,0%**

TASSI IN USCITA						
AREA GEOGRAFICA	2023		2024		2025	
ITALIA	37	3,7%	62	6,3%	**30**	**3,0%**
SPAGNA	24	10,9%	13	5,6%	**35**	**14,2%**
FRANCIA	53	16,3%	62	17,8%	**53**	**15,9%**
UK	36	40,0%	28	28,3%	**42**	**44,2%**
UNGHERIA	13	17,3%	15	20,3%	**12**	**17,1%**
SLOVENIA	1	25,0%	0	0,0%	**0**	**0,0%**
GERMANIA	0	0,0%	0	0,0%	**4**	**50,0%**



[13] I tassi riportati per area geografica sono calcolati utilizzando come denominatore il totale dei dipendenti per singola *legal entity* del Gruppo.

FORMAZIONE E COMPETENZE TECNICHE TRASVERSALI

Tutti i percorsi formativi, che non rientrano nell'ambito della sicurezza sul lavoro, vengono pianificati a partire dalla rilevazione dei fabbisogni formativi.

Nella pianificazione annuale la Direzione Risorse Umane, in collaborazione con le singole Direzioni aziendali, raccoglie e definisce le richieste dei fabbisogni formativi dei dipendenti Lucart per l'anno successivo. Tale raccolta avviene in concomitanza del Performance Review, in quanto il processo prevede un momento di scambio di feedback tra manager e collaboratori sulle necessità formative di questi ultimi, volte a colmare eventuali lacune di carattere tecnico e/o trasversale.

In base ai criteri di priorità formativa ed equità della distribuzione delle risorse, la Direzione Risorse Umane pianifica le azioni formative da implementare, scegliendo i Professionisti idonei con i quali andrà a definire i contenuti specifici e gestirà gli aspetti organizzativi dell'intervento.

Eventuali richieste aggiuntive, emerse in momenti successivi rispetto a quelli iniziali di raccolta dei fabbisogni formativi o successive al mutamento degli scenari organizzativi, tecnologici e normativi, vengono discusse e valutate dalla Direzione Risorse Umane di concerto con i Responsabili di funzione.

Il percorso formativo implementato per le singole risorse non è mai standardizzato sulla tipologia di ruolo aziendale, ma è strutturato ad hoc in base alle conoscenze e competenze del dipendente, al fine di colmare eventuali lacune rispetto a quanto richiesto dal ruolo, sia in termini di conoscenze tecniche sia in termini di competenze trasversali.

Nel 2025 sono inoltre proseguiti i percorsi di formazione e aggiornamento sia di natura tecnica sia linguistica, così come l'attività formativa legata alla sicurezza sul lavoro, alla cybersecurity e AI, alla qualità e i principi di Lean Manufacturing e Six Sigma.

BEST PRACTICE

Tutti gli impiegati e manager neoassunti ricevono un piano di onboarding su misura per il ruolo che ricoprono in azienda, comprensivo di formazione tecnica e formazione obbligatoria prevista da normativa vigente. All'interno di questo piano, inoltre, è prevista la partecipazione a una "Induction Week". Si tratta di una settimana in cui il neoassunto ha modo di conoscere concretamente la vision e la mission dell'Azienda, l'impegno verso la sostenibilità, i Principi di Leadership, le particolarità e le sfide del nostro business; il tutto attraverso il racconto diretto di responsabili e colleghi delle diverse Funzioni aziendali.

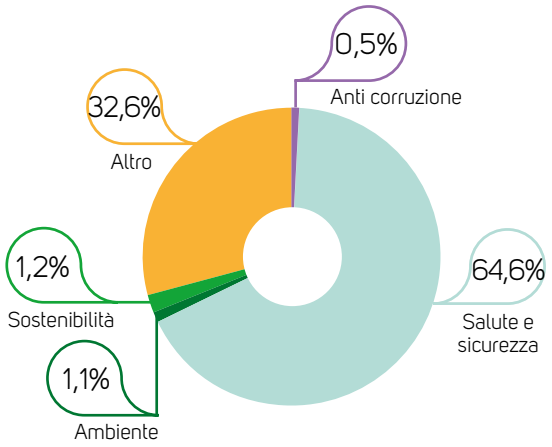
La riduzione sia delle ore medie pro-capite erogate per dipendente che per i temi formativi trattati legati alla sostenibilità, osservabile per l'annualità 2025 rispetto al 2024, è ascrivibile all'importante programma formativo specifico in ambito Sostenibilità – ESG, erogato nel corso dello scorso anno e attivato grazie al bando Fondo Nuove Competenze (seconda edizione). Tale formazione aveva coinvolto la totalità degli impiegati, quadri e dirigenti di Lucart S.p.A. per circa 60 ore pro-capite.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE PRO CAPITE PER I DIPENDENTI PER QUALIFICA E GENERE

QUALIFICA	ANNO	M	F	TOT
MANAGER	2023	19,6	17,6	19,3
	2024	30,9	28,8	30,6
	2025	**14,3**	**10,0**	**13,7**
IMPIEGATI	2023	17,5	15,0	16,7
	2024	27,3	37,1	30,5
	2025	**10,9**	**10,2**	**10,7**
OPERAI	2023	5,9	7,9	6,1
	2024	8,0	6,0	7,9
	2025	**11,2**	**3,4**	**10,6**

ARGOMENTI TRATTATI NELLE FORMAZIONI

Anche nel 2025 si rendiconta il dettaglio delle tematiche che sono state oggetto della formazione svolta verso i propri dipendenti: 1) anticorruzione, incluso tema antitrust (come richiesto dal GRI 205-2); 2) salute e sicurezza; 3) ambiente (es. gestione rifiuti, sistema gestione ambientale, ecc.); 4) sostenibilità (tematiche ESG, Codice di Condotta AMFORI-BSCI, politica integrata sostenibilità, formazione specifica su Diversity & Inclusion); 5) altro (es. corsi manageriali e di leadership, corsi di lingua, formazione sul demand planning, formazioni specifiche per nuove direttive europee come NIS 2, ecc.).



CONGEDO DI MATERNITÀ/PATERNITÀ

QUALIFICA	2024			2025		
	M	F	TOT	M	F	TOT
NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CON DIRITTO AL CONGEDO PARENTALE	1.510	238	1.748	**1.519**	**241**	**1.760**
NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CHE HANNO GODUTO DEL CONGEDO PARENTALE	46	11	57	**42**	**15**	**57**
NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CHE SONO RIENTRATI AL LAVORO NEL PERIODO DI RENDICONTAZIONE AL TERMINE DEL CONGEDO PARENTALE	46	8	54	**42**	**14**	**56**
NUMERO TOTALE DEI DIPENDENTI CHE SONO RIENTRATI AL LAVORO AL TERMINE DEL PERIODO DI CONGEDO PARENTALE E CHE SONO ANCORA IMPIEGATI 12 MESI DOPO IL RIENTRO	23	5	28	**42**	**8**	**50**
PERCENTUALE DEI DIPENDENTI TORNATI AL LAVORO DOPO IL CONGEDO PARENTALE	100%	73%	95%	**100%**	**93%**	**98%**
TASSO DI PERMANENZA	92%	100%	93%	**91%**	**100%**	**93%**

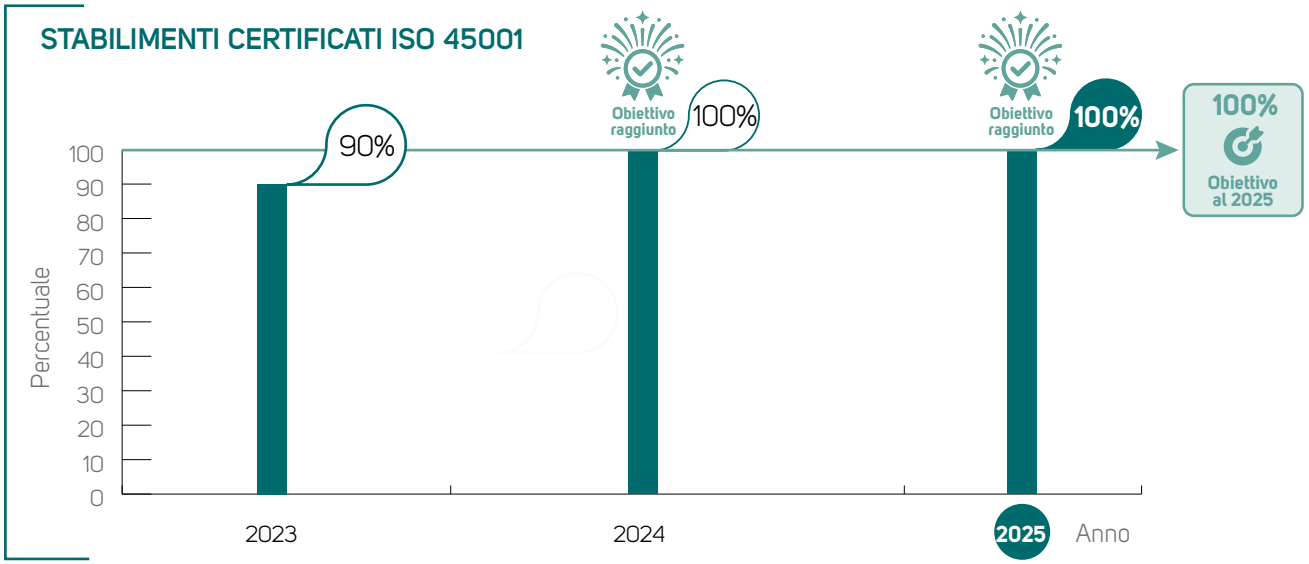
GRI 403-1 403-2 403-3 403-4 403-5 403-6 403-7 403-9

2.5 SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

La volontà di Lucart è quella di minimizzare gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali garantendo ai propri dipendenti e a tutti coloro che lavorano negli stabilimenti e uffici un ambiente di lavoro salubre e sicuro. Per raggiungere questo obiettivo l'Azienda si è dotata di sistemi integrati e strutturati, all'interno dei quali viene declinata, implementata e monitorata la Politica della Sicurezza Aziendale. Dal 2020 tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo hanno ottenuto la certificazione multisito ISO 45001:2018. Nel 2022 lo stabilimento di Blackmore Park nel Regno Unito ha ottenuto la certificazione ISO 45001:2018. Nel 2023 anche gli stabilimenti di Laval-sur-Vologne, Artziniega e Nyergesújfalu hanno raggiunto tale certificazione. Nel 2024 anche lo stabilimento di Aranguren ha ufficialmente raggiunto questo importante risultato, permettendo di raggiungere completa copertura degli stabilimenti produttivi del gruppo da parte della certificazione ISO 45001:2018.

Per Lucart risultano centrali il coinvolgimento dei lavoratori e la loro costante sensibilizzazione sulle tematiche relative alla sicurezza in azienda insieme al consolidamento di positive relazioni con le organizzazioni sindacali di stabilimento e territoriali. Tutto questo ha reso possibile, di comune accordo, il perseguimento di target sempre più ambiziosi per la sicurezza sul lavoro e la tutela della salute dei lavoratori.

In maniera continuativa le Risorse Umane hanno portato avanti, attraverso una forte sinergia con l'area sicurezza, l'aggiornamento dei programmi di formazione previsti dall'Accordo Stato Regioni del 2011-2012 e s.m.i. per tutti gli stabilimenti italiani del Gruppo.



FORMAZIONE PER LA SICUREZZA SUL LAVORO

Lucart fornisce e garantisce ai propri dipendenti un adeguato ciclo formativo sul tema della sicurezza sul lavoro.

Al momento dell'ingresso del nuovo dipendente in azienda, a seconda del gruppo omogeneo di appartenenza (individuato dal documento di valutazione dei rischi), viene pianificata la formazione necessaria.

Il "Corso di formazione obbligatoria lavoratori" precede qualsiasi attività operativa, e rappresenta il primo ciclo di formazione in azienda. Questo tipo di formazione può avere durata di 8 o 16 ore in base al gruppo omogeneo di appartenenza.

Il Servizio di Protezione e Prevenzione di Stabilimento informa la Direzione Risorse Umane delle attività che svolgerà il nuovo assunto.

L'Azienda ha individuato dei "Ruoli di Sicurezza" ai quali è associato un percorso formativo mirato che la Direzione Risorse Umane attiverà per la risorsa specifica. I lavoratori ricevono quindi sia la formazione obbligatoria di base sia gli aggiornamenti richiesti dalla normativa vigente.

Tale percorso formativo viene seguito non soltanto al momento di ingresso dei nuovi assunti, ma anche in caso di variazione/integrazione di mansione e/o "Ruolo di Sicurezza".

BEST PRACTICE

Periodicamente viene riunito il **Comitato di Sicurezza** al quale partecipano tutti gli attori[16] principali, a partire dal Datore di Lavoro; il comitato esamina i risultati confrontandoli con gli obiettivi e definisce le azioni strategiche e operative necessarie. Ogni Stabilimento è poi dotato di strumenti di analisi e controllo ben definiti quali i **Safety Meeting**, gli **Audit** per reparto e area, i **Programmi di Miglioramento** e di **Formazione**. Ai Safety Meeting partecipano inoltre le Rappresentanze Sindacali dei singoli stabilimenti.

Gli infortuni, in particolare, sono controllati su tutti gli stabilimenti del Gruppo tramite una registrazione degli indicatori di riferimento, quali il NUMERO di INFORTUNI[17] nel periodo, gli INDICI di FREQUENZA[18] e di GRAVITÀ[19].

Particolare attenzione viene dedicata alla registrazione e all'analisi dei mancati infortuni in modo da progettare e attuare le azioni correttive necessarie secondo il principio di prevenzione.

Per quanto riguarda gli stabilimenti italiani del Gruppo, tutte le attività di cui sopra sono realizzate in stretta relazione con l'Organismo di Vigilanza ai sensi del D.Lgs. 231/2011.

Si riportano di seguito gli andamenti degli infortuni e degli indicatori IF (indice di frequenza) e IG (indice di gravità) per tutti i siti produttivi, centri logistici e magazzini del Gruppo Lucart.

Nel corso del 2025, l'impegno intrapreso da Lucart in ambito Salute e Sicurezza sul Lavoro ha portato a una importante riduzione degli infortuni sia in termini di frequenza che di gravità rispetto al 2024 (si ricorda che per i dipendenti si erano registrati 42 infortuni totali, di cui uno >180 gg, IF pari a 15,66 e IG a 0,37; per i non dipendenti si erano registrati 5 infortuni non gravi con IF pari a 30,93).

NUMERO INFORTUNI E INDICI INFORTUNISTICI[20] 2025 - DIPENDENTI

UNITÀ PRODUTTIVA	NUMERO INFORTUNI TOTALE	NUMERO INFORTUNI >180 GG	IF	IG
ITALIA	9,00	0	**5,79**	**0,00**
FRANCIA	10,00	0	**19,89**	**0,00**
SPAGNA	9,00	0	**26,52**	**0,00**
UNGHERIA	0	0	**0,00**	**0,00**
UK	0	0	**0,00**	**0,00**
TOTALE	**28**	**0**	**10,54**	**0,00**

Si segnala inoltre che, a fronte di 2.657.683 ore lavorate dai dipendenti del Gruppo, il tasso di infortuni >180gg è pari a 0. Per i lavoratori non dipendenti si registrano 3 infortuni non gravi a fronte di 226.132 ore lavorate (tasso di infortuni pari a 13,27; tasso di infortuni >180gg pari a 0). Non si registrano decessi né fra i dipendenti né fra i non dipendenti.

"OBIETTIVO ZERO"

Negli ultimi anni l'impegno del Gruppo nel percorso di abbattimento degli infortuni sul lavoro ha portato diversi successi: nel 2025 si segnala che lo stabilimento di Torre di Mosto in Italia, lo stabilimento ungherese e quello inglese non hanno registrato infortuni tra i dipendenti nel corso dell'anno, raggiungendo il prestigioso "Obiettivo Zero".

[16] Il comitato di Sicurezza è composto da: gli Amministratori delle società del Gruppo, il Chief Operations Officer, i delegati sicurezza, gli RSPP/ASPP degli stabilimenti italiani, i referenti sicurezza delle altre società del Gruppo, il Chief HR Officer, il Legal Counsel, il Chief Technology Officer, l'Organismo di Vigilanza, HSE, HS.

[17] La metodologia di calcolo degli infortuni, a partire dall'anno 2023, è stata adeguata a quanto richiesto dallo standard GRI 403, che prevede di conteggiare tutti gli infortuni con certificato medico indipendentemente dal numero di giorni di assenza a questi relativi, a differenza della normativa italiana che considera tre giorni di assenza ai fini del conteggio come infortunio (approccio utilizzato fino al 2022).

[18] Indice di Frequenza (IF): Numero di infortuni/Ore lavorate x 1.000.000.

[19] Indice di Gravità (IG) (a partire dall'anno 2023 è stato adeguato il calcolo di tale indice a quanto richiesto dal GRI 403-9): Giorni di assenza per infortuni > 180gg/Ore lavorate x 1.000.000.

[20] Il conteggio degli infortuni tiene conto degli infortuni con certificato medico, indipendentemente dal numero di giorni di assenza a questi associati. Si considerano gli infortuni in itinere solo quando il viaggio è organizzato dall'azienda. Sono escluse dal conteggio degli infortuni le filiali commerciali in Germania e Slovenia. Le principali tipologie di infortunio sono rappresentate da contusioni, ferite, fratture e traumi da schiacciamento.

2.6 RELAZIONI CON GLI ALTRI STAKEHOLDER

Le relazioni con gli stakeholder dell'Azienda (clienti e consumatori finali, azionisti e finanziatori, dipendenti, fornitori, comunità locale, media, organizzazioni sindacali, enti di regolamentazione, organizzazioni non governative, associazioni di categoria, scuole/università ed enti di ricerca, partner strategici per la circolarità), sono improntate al rispetto del sistema normativo del Codice Etico di Lucart con i suoi principi di legalità, lealtà, trasparenza, imparzialità e indipendenza.
Il dialogo con gli stakeholder si concentra sulle tematiche rilevanti così come individuate dall'Analisi di Materialità descritta nel capitolo "Identità aziendale e indicatori di performance".

CLIENTI E CONSUMATORI FINALI

Lucart si impegna a soddisfare i propri clienti in adempimento agli obblighi fissati dalla normativa, dai contratti e dagli standard di qualità prefissati.

Gli obiettivi principali sono la soddisfazione e la tutela dei propri clienti, la sicurezza del prodotto, l'attenzione alle richieste specifiche, il miglioramento della qualità dei prodotti e l'offerta di nuove prospettive di business. Tutto questo nella logica di una partnership orientata a soluzioni di avanguardia stabili nel tempo e di semplice utilizzo, che creino valore.

Le attività di comunicazione con i clienti e i consumatori finali, si sono concentrate sulle tematiche individuate come rilevanti secondo l'analisi di materialità e hanno quindi riguardato in particolare: integrità e sostenibilità del business, contrasto ai cambiamenti climatici, sostenibilità di prodotto e di processo, approvvigionamento responsabile delle risorse lungo la filiera, sicurezza del prodotto, soddisfazione del cliente.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sostenibilità di prodotto e di processo**
- **Approvvigionamento responsabile**
- **Sicurezza del Prodotto**
- **Soddisfazione dei clienti**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Newsletter	App Mobile	Packaging Prodotto
Convention	Social Network	Cataloghi
Incontri	Visite Guidate Stabilimento	Comunicazioni Commerciali
Survey	Comunicati Stampa	Certificazioni
Sito Web	Fiere	Rapporto di Sostenibilità
Agenti	Numero Verde	Campagne pubblicitarie

AREA AWAY FROM HOME

Tree Challenge

L'incentivazione su scala internazionale Tree Challenge nasce con l'obiettivo di creare maggiore consapevolezza intorno al progetto EcoNatural e maggiore sensibilità verso progetti ad alto contenuto ecosostenibile.

La competizione internazionale è rivolta ai venditori dei nostri partner principali, premiando i più efficaci nel salvaguardare gli alberi e fornendo allo stesso tempo la possibilità a tutti i partecipanti di richiedere uno o più premi sulla base del livello maturato.

Il numero degli alberi non utilizzati rappresenta il metodo di calcolo della stessa incentivazione, che mantiene la caratteristica fondamentale della gamma di prodotti sulla quale si basa: la sostenibilità ambientale. I venditori dei partner partecipanti hanno, da un lato, la possibilità di incrementare il loro personale numero di alberi salvati, gareggiando tra loro e, dall'altro, ottenere il loro contestuale **Certificato di Risparmio Ambientale** sul quale vengono riportati, oltre agli alberi non utilizzati, anche la CO_2 equivalente non emessa e i cartoni per bevande recuperati.



Environmental Saving Calculator

Nel 2025 è proseguito il rinnovamento dell'Environmental Saving Calculator (ESC), uno strumento online che permette di calcolare l'impatto ambientale positivo derivante dall'acquisto dei prodotti della linea EcoNatural, realizzati in Fiberpack, la materia prima ottenuta dal riciclo delle fibre di cellulosa dei cartoni per bevande. Grazie a questa nuova versione, il tool è diventato ancora più user-friendly, grazie a un'interfaccia intuitiva e accattivante, semplificando l'esperienza dell'utente. Inoltre, il rinnovamento ha permesso di rafforzare il metodo di calcolo, ora consolidato da Ergo, spin-off della Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Grazie a questo consolidamento, i dati ottenuti tramite l'ESC sono supportati da un rigoroso approccio scientifico, assicurando maggiore trasparenza e precisione nel calcolo del contributo ambientale in termini di cartoni per bevande riciclati, alberi non utilizzati e CO_2e evitata.

LAN – Lucart Accelerator Network

Dal 27 al 29 ottobre 2025 si è tenuta a Bologna l'annuale evento LAN.

Il Lucart Accelerator Network (LAN) racchiude i nostri partner più importanti a livello mondiale: veri acceleratori di business, grandi sostenitori di Lucart e sempre pronti ad accogliere in modo attivo e proattivo novità e stimoli dall'azienda.
Il fil rouge dell'evento è stato "Shaping Tomorrow Together", perché crediamo che l'innovazione sia il motore di tutto e che debba essere sostenibile per garantire un futuro migliore per la comunità e il pianeta. Ma c'è un aspetto fondamentale: solo condividendo un percorso insieme può trasformarsi in un vero successo.
Durante l'evento non sono mancati momenti di scambio e condivisione, nonché interventi esterni di professionisti del mercato che hanno arricchito la nostra visione con le loro conoscenze e hanno motivato e rafforzato la convinzione che la chiave del successo sia appartenere a un team coeso e unito verso lo stesso obiettivo; un team che condivida gli stessi valori e che allo stesso tempo riconosca nella peculiarità di ogni singolo la ricchezza e la forza del gruppo. Come sempre, nel corso delle giornate si sono alternati ai momenti di alta professionalità anche momenti di puro svago e convivialità, i quali hanno rafforzato ulteriormente il clima di stima e fiducia reciproca.



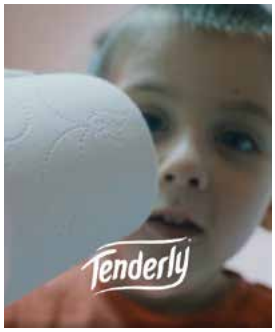
Convention Velo

Dal 31 marzo al 6 aprile 2025 si è svolta in Madagascar la 25° edizione della tradizionale Convention dedicata ai concessionari Velo, un appuntamento esclusivo riservato al nostro storico network di partner sul territorio italiano.
L'evento ha posto al centro il confronto professionale, la condivisione delle strategie aziendali e la costruzione di una visione comune per lo sviluppo del business. Durante le giornate di lavoro si sono alternati momenti di analisi dei progetti in corso, presentazioni di nuove iniziative e sessioni dedicate alle migliori pratiche messe in campo dai concessionari, con l'obiettivo di rafforzare l'allineamento e guidare una crescita coordinata.
Un ruolo centrale è stato dedicato anche ai workshop tematici, progettati per stimolare la collaborazione e generare idee innovative su cui costruire le prossime evoluzioni del marchio Velo.
All'interno dell'affascinante cornice del Madagascar, l'agenda ha previsto anche alcuni spazi informali che hanno favorito la relazione tra i partecipanti, contribuendo a creare un clima di fiducia e di condivisione, elementi essenziali per una partnership solida e duratura.
Questa formula conferma la volontà di Velo di valorizzare il proprio network, offrendo un'occasione privilegiata per consolidare rapporti, ascoltare le esigenze dei concessionari e lavorare insieme, anno dopo anno, alla crescita del brand e allo sviluppo delle opportunità comuni.



AREA CONSUMER

Nel 2025 abbiamo messo nuovamente al centro l'importanza della tenerezza e dei gesti piccolini, intesi come quei piccoli gesti d'amore quotidiano, protagonisti del nuovo spot televisivo grazie a un cast composto da grandi e piccini, il cui concept creativo è stato curato dall'agenzia Armando Testa. Oltre allo spot "classico" per la televisione tradizionale e on demand nei tagli da 15, 20 e 30", abbiamo realizzato anche una versione natalizia, per presidiare il periodo delle festività con un messaggio pubblicitario coerente.



In occasione del Giffoni Film Festival, svoltosi in estate, Tenderly è stata protagonista di un'importante installazione con "Save the Children Imagination", per esplorare assieme ai visitatori del festival la crisi climatica attraverso le fiabe classiche.





Sui canali social abbiamo adottato una strategia "always on" con un piano editoriale dall'animo leggero e giocoso, con momenti di tenerezza grazie alle **interviste piccoline**.



Sempre nel corso dell'estate, i canali social di Tenderly hanno vissuto un momento definito "bold", grazie a un'activation dedicata al delicato momento dello **spannolinamento** dei bambini. L'attività ha coinvolto una mamma influencer in target e una puericultrice, che assieme a Tenderly hanno supportato i genitori con piccoli trucchi, suggerimenti e aneddoti e tutta la tenerezza dei nostri prodotti.

Tenderly, ha scelto di supportare Fondazione Veronesi e le **Pink Runner**, seguendo da vicino il team femminile durante la preparazione alla corsa e supportando la campagna di comunicazione per la prevenzione dei tumori femminili.



Anche per il 2025 si è rinnovata la **partnership con SCJohnson** che ha reso possibile l'operazione a premi con le brand Duck Fresh Discs e Glade, con coupon sconto da ritagliare sui nostri prodotti più distribuiti come Tenderly Kilometrica Fior di Lino, Carezza di Latte, Pink.



Nella seconda parte dell'anno abbiamo celebrato un importante traguardo: **i 50 anni della brand sul mercato**. I festeggiamenti si sono concretizzati in un concorso a premi instant win dedicato ai consumatori di Tenderly, volto a celebrare la morbidezza in tutti i suoi aspetti. Acquistando un prodotto della gamma, infatti, il consumatore ha avuto la possibilità di vincere uno dei 10 morbidi peluche Tenderly in palio ogni giorno e di partecipare all'estrazione finale di una maxi-fornitura di prodotti Tenderly per un anno.

In primavera è ricominciata la campagna 100% digital che vede protagonisti dei nuovi episodi della serie TuttoRIAL, la campagna che spiega le nuove tecnologie di gamma, parlando contestualmente dei prodotti nuovi ed esistenti: Pannomagico, Strong, Dappertutto, Pannocarta, Cucina Più e Cucina Style. Sempre con l'arrivo della Primavera la brand e i suoi prodotti pillar, sono stati protagonisti di un'importante digital activation che ha coinvolto Casa Facile con Pannocarta e Sale e Pepe con Cucina Più / Style e alcuni importanti content creator.



A inizio estate la campagna digitale avviata in primavera è stata ulteriormente rinforzata con una campagna di influencer marketing con una "squad" di 4 creator, con nomi molto conosciuti in ambito di Food Content, come ad esempio **Daniele Resconi** (IG: 1,4M follower) ed **Emanuele Ferrari** (IG: 700k follower), con l'obiettivo di accrescere la brand awareness di Tutto presso un pubblico più giovane, rafforzando la percezione di qualità e convenienza.



Nel periodo antecedente alle festività natalizie, infine, una nuova digital activation con **Casa Facile** ha visto protagonisti i nuovi tovaglioli natalizi, con un focus sulla tavola di Natale.

Il rinnovo della partnership con **SCJohnson** ha dato luogo a una nuova operazione a premi rimasta valida fino a dicembre 2025, grazie alla quale sulla confezione di Tutto Pannocarta 2 rotoli e Tutto Pannomagico monorotolo era presente un coupon sconto da 1€, utilizzabile per l'acquisto di prodotti a marchio Pronto, celebre brand del segmento pulizie.

Nell'ultima parte dell'anno, infine, il focus si è spostato sulla celebrazione dei **40 anni di vita di Tutto Pannocarta**, con una consumer promo instant win che ha scelto di celebrare la tecnologia (inclusa quella dei nostri prodotti), con ben 40 robot aspirapolvere Severin e una pioggia di buoni acquisto in palio.





Se nel 2024 Grazie EcoNatural era stato protagonista, sui canali social italiani e francesi, della campagna dall'animo innovativo inerente il nuovo movimento attivista dei "**SosteNinja**" (un neologismo che fonde la parola sostenibilità con la parola ninja), nel 2025 la strategia digital adottata ha avuto come obiettivo quello di consolidare il posizionamento del brand in Italia e di rafforzare la sua awareness in Francia e Germania. È stata infatti lanciata la nuova campagna "**Fai la scelta giusta**", il cui scopo è stato quello di creare un forte richiamo alla natura e l'impatto che ogni giorno le nostre scelte hanno su di essa. Fare la scelta giusta implica scegliere Grazie EcoNatural non solo per sé stessi, ma anche per il pianeta che ci circonda, scegliendo di dare una seconda vita ai materiali che utilizziamo quotidianamente e che, se correttamente recuperati e riciclati, possono creare altrettanti prodotti, utilizzabili per la cura della persona e della casa. In Italia, la strategia si è avvalsa anche dell'aiuto di una influencer, creatrice di contenuti e divulgatrice ambientale, esperta di ecologia e di riciclo, Elisa Nicoli, meglio conosciuta come Eco Narratrice (IG: 264k follower). I suoi post hanno conquistato il web offrendo una grande visibilità ai prodotti Grazie EcoNatural, grazie a post e reel dedicati alle 4 categorie presenti in gamma: carta igienica, tovaglioli, fazzoletti e veline. Oltre al prodotto, Elisa ha mostrato al suo pubblico la realtà produttiva di Lucart, con una visita allo stabilimento di Diecimo a Borgo a Mozzano, per illustrare da vicino l'intero processo produttivo.

In Francia e Germania, invece, oltre alla collaborazione con due importanti influencer, il consumatore è stato intercettato anche attraverso una campagna di attivazione con Shopfully: una tech company internazionale, leader nel drive-to-store, che connette milioni di consumatori con i negozi fisici locali, trasformando la ricerca online in acquisti in negozio. Grazie a questa collaborazione, migliaia di utenti in target sono stati raggiunti da banner e video pubblicitari dei prodotti Grazie EcoNatural e sono stati incentivati all'acquisto nei negozi della catena francese Biocoop e la tedesca Dennree.







AZIONISTI E FINANZIATORI

Lucart si è da sempre contraddistinta per un rapporto costante e trasparente con gli stakeholder finanziari, promuovendo una partnership finanziaria attiva improntata a una costante condivisione delle strategie aziendali e di investimento per concertare le più adeguate e avanzate soluzioni capaci di fornire supporto ai fabbisogni finanziari e non solo.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sostenibilità di prodotto e di processo**
- **Approvvigionamento responsabile**
- **Ricerca, Sviluppo e Innovazione**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa	Incontri Dedicati
Contatti Diretti	Survey
Sito Web	Rapporto di Sostenibilità
Social Network	

La collaborazione strategica con Azzurra Capital, che ha acquisito una quota di minoranza nel Gruppo Lucart a fine 2024, rappresenta una testimonianza concreta dell'impegno del Gruppo verso una crescita sostenibile. A ciò si aggiunge la sottoscrizione del primo sustainability linked loan nel 2022, che ha segnato l'inizio di un percorso virtuoso: oggi, oltre il 90% del debito bancario di Lucart è caratterizzato da impegni ESG condivisi con gli istituti finanziari. Questi risultati evidenziano come il Gruppo sia attivamente impegnato a promuovere partnership finanziarie innovative e responsabili, favorendo uno sviluppo consapevole in linea con i valori della sostenibilità.

FORNITORI

La selezione dei fornitori e la determinazione delle condizioni d'acquisto sono basate su una valutazione della qualità, del TCO (Total Cost of Ownership) dei beni e servizi richiesti, della capacità di fornire e garantire tempestivamente beni e servizi di livello adeguato alle specifiche esigenze della Società.

Lucart adotta un criterio di selezione del fornitore improntato al rispetto della normativa vigente, del regolamento interno e del codice etico; in nessun caso un fornitore dovrà essere preferito a un altro in ragione di rapporti personali, favoritismi o vantaggi diversi da quelli dell'esclusivo interesse e beneficio di Lucart.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sostenibilità di prodotto e di processo**
- **Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Sito Web	Comunicati Stampa
Social Network	Survey
Incontri Dedicati	Rapporto di Sostenibilità
Contatti Diretti	

Per l'acquisto delle cellulose vergini al di fuori della Comunità Europea in particolare, l'acquisto avviene solo dopo attenta valutazione ai sensi dell'EU Timber Regulation (Reg. n. 995/2010 e s.m.i.). La totalità delle cellulose utilizzate proviene da catene di custodia certificate e le certificazioni adottate (FSC®, PEFC e SFI®) oltre al rispetto della corretta gestione ambientale, garantiscono anche il rispetto dei diritti dei lavoratori e delle comunità locali.

Gli acquisti sono per lo più concentrati in Italia, Francia, Spagna, Ungheria e UK, paesi che al momento ospitano gli stabilimenti del Gruppo. Nella tabella che segue abbiamo considerato come acquisti locali tutti gli acquisti effettuati all'interno del paese sede della società. La società Lucart Kft. è dotata di uno stabilimento produttivo di sola trasformazione e conseguentemente importa bobine di carta da trasformare dalle altre filiali del Gruppo. Funge anche da centro di distribuzione per l'est Europa di prodotti finiti AFH che in parte sono prodotti in altri stabilimenti del Gruppo.

DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA ACQUISTI

La metodologia per rendicontare la seguente informativa è stata revisionata per rafforzare ulteriormente il quadro rappresentato. Sono incluse le voci seguenti: costi sostenuti per l'approvvigionamento di materie prime, consumabili e altri beni; costi sostenuti per i servizi e per l'utilizzo di beni-assets di terze parti.

Percentuale di acquisti concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative.

LUCART S.P.A.	LUCART SAS	LUCART TISSUE & SOAP S.L.U.	LUCART KFT.	LUCART HYGIENE LTD.
Italia 64%	Francia 58%	Spagna 62%	Ungheria 13%	UK 54%
Estero 36%	Estero 42%	Estero 38%	Estero 87%	Estero 46%

COMUNITÀ LOCALE

Lucart intrattiene regolari rapporti con le istituzioni locali, con associazioni di volontariato, come la Croce Rossa o le Misericordie o la Protezione Civile e con le scuole pubbliche presenti sul territorio al fine di contribuire al benessere delle comunità locali. I contatti diretti permettono di arrivare velocemente alla conoscenza delle effettive esigenze e al loro soddisfacimento.

Nel 2025 Lucart ha donato alle istituzioni locali e alle Misericordie prodotti in carta per l'igiene. Prodotti a uso igienico sanitario sono stati donati ad associazioni attive sul territorio a supporto delle famiglie in difficoltà.

Come ogni anno, in osservanza del Codice Etico della società, i regali inviati dai fornitori ai dipendenti del Gruppo sono stati raccolti e donati ad associazioni del territorio.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sostenibilità di prodotto e di processo**
- **Approvvigionamento responsabile lungo la filiera**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa
Rapporto di Sostenibilità
Sito Web
Social Network
Contatti Diretti
Survey
Visite Guidate
Stabilimento

MEDIA

I rapporti con i Media sono improntati ai principi della trasparenza e della collaborazione e sono gestiti dall'Ufficio Comunicazione Corporate, che raccoglie le richieste provenienti dai giornalisti e provvede a fornire le informazioni richieste.

Nel 2025 l'Ufficio Stampa Lucart ha svolto un'intensa attività di comunicazione, con una particolare attenzione ai temi ESG, alla sostenibilità, all'economia circolare, agli investimenti e alle iniziative con finalità sociale sul territorio. Nel corso dell'anno sono stati diffusi 15 comunicati stampa e si sono registrati 316 articoli dedicati a Lucart, oltre a 15 interviste al Board e al Management, contribuendo a consolidare il posizionamento dell'azienda sui media nazionali, locali e trade.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sicurezza del Prodotto**
- **Sostegno delle comunità locali**
- **Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa
Rapporto di Sostenibilità
Sito Web
Social Network
Contatti Diretti
Survey
Visite Guidate
Stabilimento

La copertura mediatica ha mostrato un miglioramento qualitativo, supportata anche dal rafforzamento del posizionamento ESG grazie ai riconoscimenti e alle certificazioni ottenute, tra cui la medaglia di platino EcoVadis per il quarto anno consecutivo e le validazioni SBTi e BSCi. La presentazione del 20° Rapporto di Sostenibilità, organizzata a Milano, ha generato oltre 20 articoli (di cui 5 internazionali) e ha contribuito a rafforzare il legame con la comunità finanziaria.

L'attività di relazione con i Media è proseguita anche in Francia e Ungheria con buoni risultati in termini di posizionamento.

ORGANIZZAZIONI SINDACALI

Da sempre Lucart mantiene con le Organizzazioni Sindacali un sistema di Relazioni Industriali strutturato, basato su un confronto costruttivo, sia a livello locale e provinciale, sia a livello internazionale con il CAE – Comitato Aziendale Europeo.

Nel 2025 non ci sono stati incontri del Comitato Aziendale Europeo in quanto, pur essendo vigente un accordo a riguardo, il ruolo di rappresentante sindacale internazionale è diventato vacante e i sindacati non hanno ancora nominato un sostituto.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Salute e sicurezza dei lavoratori**
- **Approvvigionamento responsabile lungo la filiera**
- **Sviluppo e gestione del capitale umano**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa	Incontri dedicati
Rapporto di Sostenibilità	Gruppi di lavoro
	Contatti Diretti

Nelle aziende italiane del Gruppo viene applicato il Contratto Collettivo Nazionale del Lavoro "Cartaio e Cartotecnico Industria" e, oltre a questo, sono presenti accordi aziendali di secondo livello il cui obiettivo è gestire, d'intesa con le rappresentanze dei diversi stabilimenti, le crescenti sfide di business e le esigenze dei lavoratori.

Ad agosto 2025 si è conclusa la trattativa per il rinnovo del contratto integrativo dello stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana, con una durata fino al 31 dicembre 2027. Nelle consociate estere del Gruppo il rapporto di lavoro è regolamentato da contrattazione collettiva in Francia e Spagna (per la totalità dei dipendenti) e individuale negli altri Paesi.

ORGANIZZAZIONI NON GOVERNATIVE

Lucart sostiene le organizzazioni non Governative con le quali condivide principi e valori. Fra queste ricordiamo:

Save the Children

Da diversi anni Lucart ha instaurato una collaborazione con Save the Children, l'Organizzazione Internazionale che da oltre 100 anni lotta per salvare la vita delle bambine e dei bambini e garantire loro un futuro migliore. Lucart ha scelto di sostenere, in particolare, tre importanti progetti dedicati ai bambini e ai loro genitori. A partire dal 2023, oltre a sostenere le iniziative "**Fiocchi in ospedale**" e "**Spazi mamme**", ha sostenuto anche i "**Punti Luce**".

FIOCCHI IN OSPEDALE

Fiocchi in Ospedale è un progetto di Save the Children nato nel 2012 per favorire la salute di bambine e bambini e dei loro genitori nei primi 1000 giorni, per ascoltare e accompagnare futuri e neogenitori in un periodo cruciale per lo sviluppo delle capacità cognitive e relazionali di bambine e bambini. Inoltre, il programma prevede il riconoscimento dei servizi più appropriati per rispondere con continuità ai bisogni di tutti i futuri e neogenitori, oltre alla identificazione di particolari fragilità che richiedono interventi in emergenza, come il disagio psicosociale che porta a una diffusa condizione di ansia e disorientamento che spesso non trovano una risposta adeguata e tempestiva.

Il progetto Fiocchi in Ospedale è realizzato in collaborazione con Aziende Sanitarie Locali, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari e associazioni territoriali di 9 città italiane: Torino, Milano, Pescara, Roma, Napoli, Bari, Sassari, Brindisi, Ancona.







SPAZI MAMME

Gli Spazi Mamme di Save the Children sono luoghi dove i genitori e i loro bambini dagli 0 ai 5 anni possono essere sostenuti gratuitamente nell'individuazione e nel rafforzamento delle proprie competenze, nella gestione delle risorse economiche e nell'emancipazione del nucleo familiare da condizioni di deprivazione. Ma anche il luogo dove i bambini e le bambine possono crescere vivendo esperienze e occasioni di socialità. Obiettivo del progetto è quello di contrastare i fattori che favoriscono l'incremento della povertà minorile e di prevenire il fenomeno della povertà educativa. Tutto questo attraverso l'accompagnamento dei bambini e delle bambine che già vivono una situazione di vulnerabilità nei quartieri più difficili delle nostre città italiane e attraverso percorsi di sostegno personalizzati che vedono coinvolti le famiglie, le comunità e i servizi territoriali.

PUNTI LUCE

I Punti Luce di Save the Children sono spazi ad alta densità educativa, che sorgono nei quartieri e nelle periferie maggiormente svantaggiate delle città per offrire opportunità formative ed educative gratuite a bambine, bambini, ragazze e ragazzi tra i 6 e i 17 anni. All'interno di questi spazi i minori e le famiglie possono usufruire di diverse attività completamente gratuite, tra cui: sostegno allo studio, laboratori artistici, musicali e di educazione alla cittadinanza attiva, promozione della lettura, accesso alle nuove tecnologie, gioco e attività motorie. Si offrono inoltre consulenze legali, psicologiche, pediatriche e di supporto alla genitorialità ai genitori o alle figure adulte di riferimento dei bambini.



PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera**
- **Sostegno delle comunità locali**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa
Sito Web
Social Network
Contatti Diretti
Rapporto di Sostenibilità
Visite Guidate Stabilimento

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA E ALTRI ENTI

Lucart partecipa attivamente a numerose associazioni di categoria e ad altri istituti, tra i quali ricordiamo:

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

CONFINDUSTRIA
ASSOCARTA[21]
comieco
ISTITUTO ITALIANO IMBALLAGGIO The ITALIAN INSTITUTE of PACKAGING The packaging community
ETS
afidamp[22]
edana
CENTROMARCA
COPACEL
PAPEST
REVIPAC GARANTITO DI RICICLAGE
GROUP'HYGIÈNE
ASPAPEL
CLUSTERPAPEL
ASE
IPPR
chsa cleaning & hygiene suppliers association
Enkarterri Group

ASSOCIAZIONI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

WE SUPPORT UN GLOBAL COMPACT
Kyoto Club
ICESP
FONDAZIONE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE
Sustainable Development Foundation



PROGETTO MODELLI DI SVILUPPO SOSTENIBILI DI CONFINDUSTRIA VENETO EST

Continua la collaborazione al "Progetto Modelli di Sviluppo Sostenibili" promosso da Confindustria Veneto Est e coordinato da Mario Paronetto e Silvia Dal Cin. Le 80 società aderenti condividono, attraverso incontri dedicati e visite degli stabilimenti, le pratiche messe in atto in tema di modelli di sviluppo sostenibile e responsabilità sociale d'impresa.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sviluppo e gestione del capitale umano**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Contatti Diretti
Incontri Dedicati
Comunicati Stampa
Sito Web
Social Network
Rapporto di Sostenibilità
Gruppi di Lavoro

[21] Nel 2025 Massimo Pasquini, Presidente di Lucart S.p.A., ha ricoperto la carica di Vicepresidente.

[22] Da aprile 2025 Francesco Pasquini, Amministratore Delegato del Gruppo Lucart, ha ricoperto la carica di Presidente.

SCUOLE, UNIVERSITÀ ED ENTI DI RICERCA

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Sviluppo e gestione del capitale umano**
- **Sostegno delle comunità locali**
- **Ricerca, Sviluppo e Innovazione**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Contatti Diretti	Sito Web
Incontri Dedicati	Gruppi di Lavoro
Visite Guidate Stabilimento	Social Network
Survey	Rapporto di Sostenibilità

ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

Lucart è fermamente convinta che la qualità dei processi e dei prodotti sia strettamente connessa con la qualità delle competenze delle persone. Per questa ragione progetta e realizza programmi interni di sviluppo e partnership con istituzioni formative esterne, per facilitare e consolidare lo sviluppo delle competenze dei dipendenti e per aiutare i giovani a costruire una professionalità spendibile negli stabilimenti del Gruppo e nel tessuto economico locale.

In questo senso, Lucart ha avviato numerose collaborazioni con scuole tecniche in Italia, in Francia, in Ungheria, in Spagna e UK, con l'obiettivo di contribuire all'orientamento dei giovani, promuovendo i percorsi formativi a indirizzo cartario.

Molti professionisti Lucart portano la propria conoscenza direttamente all'interno delle scuole, tenendo lezioni e seminari sui processi di produzione e trasformazione della carta. In questo modo consentono agli studenti di comprendere e apprezzare l'applicazione pratica dei concetti teorici appresi nel loro percorso scolastico.
Infine, oltre a svolgere presso le scuole attività di orientamento, Lucart coopera all'attuazione dei piani di studio dei percorsi tecnici, ospitando studenti per periodi di tirocinio in Azienda: si tratta di un passaggio fondamentale per consolidare le competenze teoriche acquisite a scuola con un'esperienza diretta negli stabilimenti e nei laboratori dell'Azienda. Questi momenti di scambio rappresentano, tra l'altro, anche per l'Azienda un'occasione unica per entrare in contatto con molti potenziali candidati interessanti che diventeranno in futuro i tecnici più qualificati.

ISTITUTI TECNICI SUPERIORI (ITS)

Lucart dal 2019 ha portato a compimento, insieme con Assocarta, Confindustria e altre aziende del territorio lucchese, la progettazione e la partenza del primo ITS - Paper in Toscana, entrando a far parte della Fondazione che sovrintende l'erogazione dei corsi sotto l'autorizzazione della Regione. Nello specifico il corso intende formare figure altamente qualificate per lo svolgimento del processo produttivo nelle industrie del settore cartario.Dopo aver contribuito alla progettazione e all'organizzazione del corso, Lucart porta avanti la propria partnership nella formazione ITS anche nelle attività di day by day, con docenze specifiche tenute dai propri responsabili tecnici ed effettuando formazione in azienda agli studenti attraverso stage specifici.

PROGETTO SCUOLA - AREA AWAY FROM HOME

Il *Progetto Scuola* nasce con l'obiettivo di educare le nuove generazioni ad agire in modo sostenibile, promuovendo conoscenze, competenze e comportamenti responsabili. Il programma didattico dedicato all'economia circolare è rivolto prevalentemente agli alunni della scuola primaria e comprende strumenti didattici divertenti e coinvolgenti, progettati per catturare l'attenzione dei più piccoli e accompagnarli alla scoperta di temi complessi come l'impatto ambientale e l'economia circolare, anche attraverso attività pratiche ed esperienziali. La prima implementazione del progetto ha coinvolto 66 scuole tra Slovenia e Lettonia. Un successo particolarmente significativo è stato raggiunto nel Regno Unito, grazie alla collaborazione con una rete di oltre 40 distributori che hanno creduto nel valore dell'iniziativa e supportato Lucart nella diffusione dell'educazione alla sostenibilità in 650 istituti scolastici. Questo risultato si traduce in un impatto concreto: oltre 2 milioni di studenti nel Regno Unito utilizzano ogni giorno la carta EcoNatural. A partire dal 2025, abbiamo ricevuto riscontri positivi anche da altri Paesi, avviando così le prime implementazioni del progetto in Spagna e Italia. Il nostro slogan riassume perfettamente lo spirito dell'iniziativa: "**Let's make the school cool – Dove l'educazione incontra la sostenibilità**"

MASTER CARTA E LAUREA MAGISTRALE IN TECNOLOGIA E PRODUZIONE DELLA CARTA E DEL CARTONE

Lucart è da molti anni partner del Master Carta Celsius di Lucca e ha sempre contribuito all'organizzazione con propri dipendenti come docenti d'aula. Nel 2020 il Master Carta è stato affiancato e in parte sostituito dal nuovo corso di laurea magistrale in Tecnologia e Produzione della Carta e del Cartone dell'Università di Pisa. Lucart contribuisce allo sviluppo del percorso universitario attraverso donazioni, docenze e tavoli tecnici dedicati. Nel processo di formazione continua dei propri dipendenti sponsorizza inoltre la partecipazione a moduli specifici di formazione.

ENTI DI REGOLAMENTAZIONE E ISTITUZIONI

Rappresentano gli organismi essenziali per la regolazione e lo sviluppo della società e del mercato. Si tratta sia delle Autorità di Regolamentazione a livello nazionale e internazionale sia delle Agenzie e degli Istituti a supporto di queste ultime.

Lucart opera nel rispetto delle normative vigenti e investe in soluzioni gestionali sempre più avanzate per anticipare i futuri obblighi di legge.

Nel corso degli anni Lucart ha stabilito con le Istituzioni (ad esempio giunte e consigli comunali, provinciali e regionali, ministeri) e le Autorità di Regolazione (ad esempio l'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente – ARERA), gli Enti di Vigilanza (ad esempio Agenzia Regionale per la Protezione Ambientale Toscana – ARPAT) e gli organi di Pubblica Sicurezza (ad esempio Corpo Forestale dello Stato, Uffici Doganali) un rapporto costruttivo per una sempre più concreta transizione verso uno Sviluppo Sostenibile e Circolare, oltre che di fattiva collaborazione a garanzia di una condotta etica e trasparente. Il dialogo con le autorità e i regolatori si è concretizzato prioritariamente attraverso incontri e tavoli tecnici.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Approvvigionamento responsabile delle Risorse lungo la filiera**
- **Salute e sicurezza dei lavoratori**
- **Sicurezza del Prodotto**
- **Sostegno delle comunità locali**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Contatti Diretti
Incontri Dedicati
Sito Web
Rapporto di Sostenibilità

PARTNER STRATEGICI PER LA CIRCOLARITÀ

Per la corretta creazione e gestione dei modelli di business circolari Lucart intrattiene relazioni con alcuni stakeholder strategici che non rientrano nella filiera tipica del settore cartario. Tali relazioni sono gestite con il coinvolgimento continuo non solo della Direzione Generale, ma anche delle aree Ricerca e Sviluppo, Comunicazione, Commerciale, Acquisti, Tecnica e Legale. Gli argomenti da affrontare possono, infatti, riguardare molteplici aspetti e richiedono una gestione attenta e continuativa di molti stakeholder diversi.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Ricerca, Sviluppo e Innovazione**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa
Sito Web
Social Network
Contatti Diretti
Rapporto di Sostenibilità
Visite Guidate Stabilimento
Incontri Dedicati
Gruppi di Lavoro
Survey
Fiere

CONCORRENTI

I rapporti di Lucart con i concorrenti sono improntati alla massima correttezza e al rigoroso rispetto della normativa antitrust. In linea con il Programma di Compliance Antitrust e con le relative Regole di Comportamento, il Gruppo vieta qualsiasi scambio di informazioni sensibili e assicura la piena autonomia nelle decisioni commerciali. Ogni interazione avviene quindi nel pieno rispetto dei principi di lealtà, trasparenza e tutela della concorrenza.

PIANO DI COMUNICAZIONE

TEMATICHE MATERIALI

- **Integrità e sostenibilità del Business**
- **Contrasto ai cambiamenti climatici**
- **Soddisfazione dei clienti**
- **Sostenibilità di prodotto e di processo**

MEZZI DI COMUNICAZIONE

Comunicati Stampa
Sito Web
Social Network
Contatti Diretti in Associazioni di Categoria
Rapporto di Sostenibilità

2.7 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE MULTISTAKEHOLDER

COMUNICAZIONE DIGITAL

COMUNICAZIONE WEB

Nel corso dell'anno è continuato lo sviluppo e aggiornamento di tutti i siti internet del Gruppo, al fine di utilizzare questo strumento come efficace mezzo di contatto e interazione con i nostri stakeholder.

ISTITUZIONALI

www.lucartgroup.com

Il sito web corporate Lucart rappresenta la principale fonte di informazione del Gruppo. La sezione Newsroom, in particolare, consente di condividere con tutti gli stakeholder i principali avvenimenti del mondo Lucart.

Per favorire la comunicazione e la lettura dei contenuti, il sito web viene costantemente aggiornato in sei lingue: italiano, inglese, francese, spagnolo, ungherese e tedesco.

www.lucartgroup.com



AWAY FROM HOME

www.lucartprofessional.com



www.fato.com



www.veloweb.it



CONSUMER

www.tenderly.it



www.tuttoxtutto.it



www.grazieeconatural.it



SOCIAL NETWORK

Nel 2025 l'account Lucart Group su LinkedIn ha continuato a crescere in modo significativo, registrando **più di 3.000 nuovi follower** nell'anno e raggiungendo un elevato livello di visibilità, con **118 post** pubblicati e performance particolarmente positive sui contenuti video e sui temi legati alla sostenibilità e agli eventi corporate.

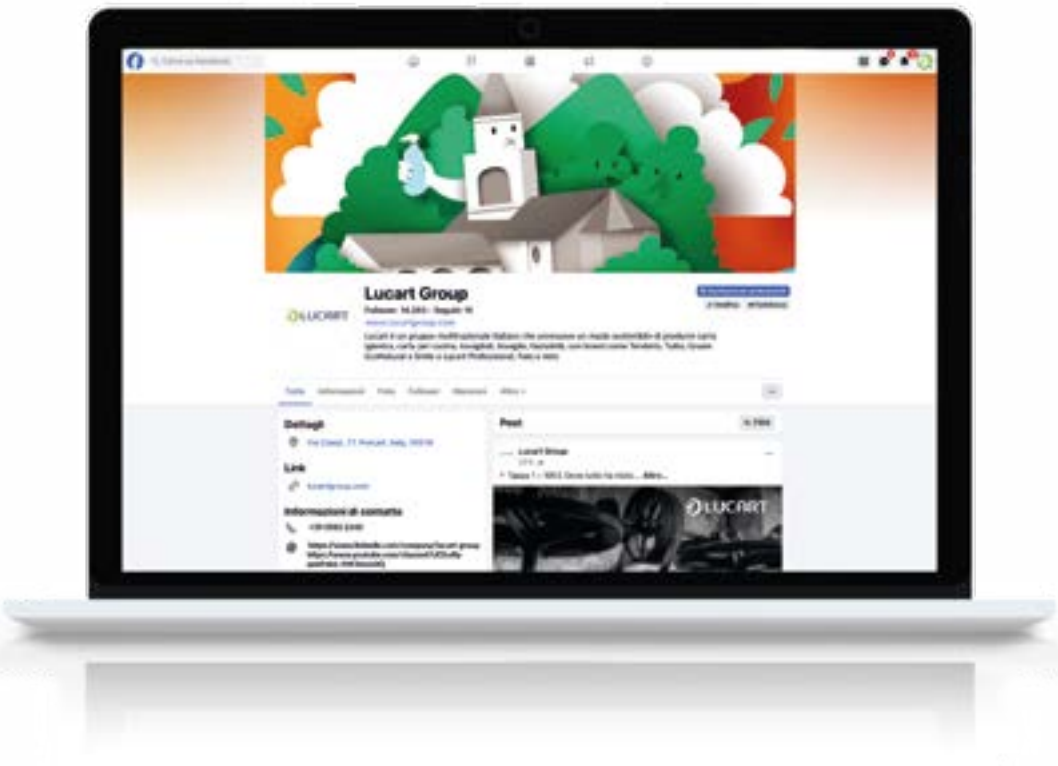
Nel corso del 2025 è proseguita l'evoluzione della presenza social del Gruppo: l'account X è stato definitivamente dismesso e si è consolidata la nuova pagina corporate su Facebook, che ha registrato **più di 2.500 nuovi follower** nell'anno. La pagina ha pubblicato **56 post**, contribuendo a una crescita rilevante in termini di visibilità e interazioni.

Le informazioni condivise sui canali social, collegate alla newsroom del sito web corporate, sono pubblicate in italiano e in inglese e seguono un calendario editoriale che include i principali eventi istituzionali, le campagne dei brand, gli investimenti strategici, i risultati ambientali del Gruppo, le iniziative ESG, i progetti sul territorio e le attività dedicate ai dipendenti.

+3.000
follower



Lucart Group su LinkedIn



+2.500
follower

ALTRE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE E PUBBLICHE RELAZIONI

CALENDARIO LUCART

Per il decimo anno, Lucart ha voluto raccontare la propria identità attraverso la creatività di un illustratore di fama internazionale. Per il 2026 Lucart ha scelto **Bomboland** per rappresentare i propri luoghi: le 12 tavole del calendario raffigurano infatti i luoghi che ospitano i 12 stabilimenti del gruppo.



CONVEGNI

Numerosi sono stati i convegni e altri eventi in cui i Manager di Lucart sono stati invitati in qualità di relatori, fra i quali ricordiamo:

- **Settimana della Sostenibilità** – Treviso
- **EcoForum Legambiente** – Roma
- **MIAC** – Lucca
- **Fiera Ecomondo** – Rimini
- **Conferenza Nazionale sull'Industria del Riciclo della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile** – Milano



Conferenza Nazionale sull'Industria del Riciclo della Fondazione per lo Sviluppo Sostenibile

FIERE

Nel 2025 il Gruppo ha partecipato, con una propria area espositiva, alle più importanti manifestazioni del settore.

- **Ecomondo** – Fiera Corporate – Rimini, Italia
- **Marca** – Fiera Consumer – Bologna, Italia
- **PLMA** – Fiera Consumer – Amsterdam, Olanda
- **The Cleaning Show** – Fiera AFH - Londra, Gran Bretagna
- **IssaPulire** – Fiera AFH – Milano, Italia
- **CMS Berlin** – Fiera AFH – Berlino, Germania
- **Hygienalia** – Fiera AFH – Madrid, Spagna

Ecomondo – Fiera Corporate – Rimini, Italia



Marca – Fiera Consumer – Bologna, Italia



PLMA – Fiera Consumer – Amsterdam, Olanda



EVENTI

PRESENTAZIONE RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2024



Alla presenza di numerosi stakeholder, Lucart ha presentato a Milano, presso il Museo Nazionale Scienza e Tecnologia Leonardo da Vinci, il 20° Rapporto di Sostenibilità del Gruppo.

L'evento, moderato dalla giornalista ambientalista Tessa Gelisio, è stato arricchito dalla presenza di autorevoli relatori e partner di progetti strategici che hanno condiviso con il pubblico la loro visione del futuro della sostenibilità sociale, ambientale ed economica.

RICICLO APERTO



Lucart ha aperto le porte dello stabilimento di Borgo a Mozzano con "Riciclo Aperto", iniziativa della filiera cartaria ideata da Comieco, nell'ambito della quinta edizione della Paper Week che nel 2025 ha scelto come capitale Lucca.

Una giornata di informazione e sensibilizzazione dove scuole, privati e cittadini possono scoprire il mondo del riciclo della carta nell'unica cartiera di tissue italiana in grado di riciclare i cartoni per bevande tipo Tetra Pak®.

SPONSORIZZAZIONI

ECOFORUM



L'EcoForum, organizzato da Legambiente, nasce per stimolare un dibattito e un confronto tra Governo, istituzioni nazionali, regionali e locali, imprese, consorzi di filiera, operatori del settore e associazioni. L'Azienda ha sponsorizzato l'evento come Partner Principale.

ESTATE PORCARESE – IL VILLAGGIO DEL BAMBINO

L'evento, organizzato dal comune di Porcari è rivolto alle nuove generazioni e rappresenta un'occasione di divertimento ma anche l'opportunità di sensibilizzare i bambini delle scuole primarie sul tema del riciclo e dei rifiuti. Lucart come Main Sponsor, ha assegnato un premio all'elaborato più creativo sul tema del riciclo.

C'È DA RIDERE



Un progetto ideato da Paolo Kessisoglu che unisce comicità, musica e momenti di dialogo per sensibilizzare sulla salute mentale giovanile e promuovere il benessere psicologico. Lucart ha sostenuto l'iniziativa, in linea con il proprio impegno verso le comunità. Il ricavato è destinato all'Associazione C'è Da Fare ETS a supporto dei percorsi psicologici per adolescenti.

EGO WOMEN RUN

Lucart ha sostenuto la marcia non competitiva dedicata alla prevenzione dei tumori femminili e alla sensibilizzazione sul benessere delle donne nel territorio di Lucca. Si tratta di un'iniziativa che riflette la nostra attenzione verso il benessere delle persone e il supporto a progetti di valore sociale.

PARLAMENTO EUROPEO GIOVANI

La 56ª Sessione Nazionale del Parlamento Europeo Giovani è stata ospitata a Lucca, riunendo studenti da tutta Europa per discutere temi legati a innovazione sostenibile, cittadinanza attiva e collaborazione internazionale. Lucart ha sostenuto l'iniziativa perché promuove il dialogo tra giovani, valorizza il pensiero critico e coinvolge il territorio in un percorso di formazione che guarda al futuro dell'Europa con attenzione alla sostenibilità e alla partecipazione civica.

FESTIVAL MONT'ALFONSO SOTTO LE STELLE

Un festival che valorizza la Garfagnana attraverso spettacoli ospitati nella Fortezza di Mont'Alfonso e in altri luoghi simbolo, promuovendo l'identità culturale e paesaggistica del territorio. Lucart ha supportato l'iniziativa per contribuire alla vita culturale del territorio, favorendo la partecipazione della comunità e la scoperta di uno dei patrimoni più suggestivi della provincia di Lucca.

GRACE KELLY CHILDREN'S CANCER TRUST

Lucart ha supportato l'Ente benefico attraverso la sponsorizzazione del Galà di Natale e una raccolta fondi organizzata nello stabilimento di Blackmore Park.

KEMP HOSPICE

Lo stabilimento inglese ha organizzato vari eventi per raccogliere fondi per questo importante Ente di beneficenza con sede nella foresta Wyre.

HEREFORD AND WORCESTER CHAMBER OF COMMERCE

Lucart ha sponsorizzato i forum sulla salute e il benessere che si tengono ogni trimestre presso la camera di Commercio di Herefordshire & Worcestershire.

YOUTH – MALVERN CUBE

Sosteniamo i programmi inclusivi di Malvern Cube, che offrono attività gratuite pensate per accrescere la fiducia, il benessere e le competenze dei giovani studenti di età compresa tra i 6 e i 13 anni. Il nostro contributo aiuta a creare un ambiente sicuro e accogliente in cui possano imparare, socializzare e vivere esperienze positive durante tutto l'anno.

ST RICHARD'S HOSPICE – WOO FEST

Siamo orgogliosi di sponsorizzare Woo Fest, il festival musicale premiato e a misura di famiglia in cui il ricavato dei biglietti sostiene integralmente St Richard's Hospice. Il nostro supporto permette di riunire la comunità attorno a un weekend di musica e solidarietà, generando risorse fondamentali per l'assistenza offerta dall'hospice.

MALVERN HILLS FOODBANK

Sosteniamo Malvern Hills Foodbank nel fornire cibo d'emergenza e aiuti concreti alle persone che attraversano momenti di difficoltà. Il nostro contributo rafforza anche il loro lavoro di prevenzione, assicurando che individui e famiglie ricevano il supporto necessario prima che la situazione diventi critica.

INSTITUT DE CANCÉROLOGIE DE LORRAINE

Lucart sostiene l'iniziativa Ottobre Rosa, promuovendo la prevenzione del tumore al seno attraverso attività di sensibilizzazione e una raccolta fondi dedicata. Grazie alla partecipazione dei nostri collaboratori e al supporto del Gruppo abbiamo fatto una donazione all'Institut de Cancérologie de Lorraine per sostenere la ricerca e la consapevolezza sulla diagnosi precoce.


LUCART

AMBIENTE

Ci impegniamo a realizzare un modello di business circolare per ridurre l'impatto sul pianeta, conservare e accrescere i capitali naturali, sociali ed economici.

Crediamo nel valore della sostenibilità come impegno verso le generazioni presenti e future.

SDGs



3.1 VALUTAZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Lucart, al fine di perseguire il miglioramento continuo delle prestazioni ambientali dei propri stabilimenti, ha implementato un accurato Sistema di Gestione Ambientale e vigila costantemente sul rispetto delle procedure definite dal Sistema stesso.

In particolar modo l'Azienda pone grande attenzione alla valutazione degli impatti ambientali derivanti dalle proprie attività per individuare quelli più significativi su cui intervenire e per alimentare una comunicazione degli stessi verso l'esterno sempre più solida e accurata.

Al fine di ridurli al minimo, l'Azienda effettua periodicamente specifiche Analisi di Ciclo di Vita a livello di prodotto (Life Cycle Assessment - LCA), avvalendosi di enti terzi e rispettando metodologie standard riconosciute a livello internazionale.
Le analisi considerano l'intero ciclo di vita, dall'approvvigionamento delle materie prime sino al fine vita dei prodotti, includendo le fasi di produzione e distribuzione (dalla culla alla tomba).



3.2 DICHIARAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO (EPD®)

A partire dal 2018, Lucart conduce e aggiorna annualmente l'analisi EPD® (Dichiarazione Ambientale di Prodotto - Environmental Product Declaration), basata su studio LCA (Analisi del Ciclo di Vita - Life Cycle Assessment) di due carte igieniche di propria produzione, paragonabili per grammatura, numero di veli, numeri e lunghezza degli strappi, ma realizzate a partire da **fibre di pura cellulosa vergine** l'una e da **fibre riciclate** l'altra. La metodologia LCA quantifica il consumo di risorse e gli impatti ambientali potenziali sull'ambiente circostante, relativamente alle varie fasi del ciclo di vita, associati al prodotto oggetto dello studio.

PERFORMANCE AMBIENTALE CARTA IGIENICA IN FIBRA RICICLATA[23]

CARBON FOOTPRINT
CO_2 -15%

Una **Carbon Footprint**[24] inferiore del 15%, considerando le fasi approvvigionamento materia prima-produzione manifatturiera ("dalla culla al cancello"), rispetto a quelle associate alla carta igienica in cellulosa vergine che corrisponde a una riduzione delle emissioni di CO_2 equivalenti pari a 254,58 kg per tonnellata di carta prodotta.

WATER FOOTPRINT
-59%

Una **Water Footprint**[25] inferiore del 59%, considerando le fasi approvvigionamento materia prima-produzione manifatturiera ("dalla culla al cancello"), rispetto a quella associata alla carta igienica in cellulosa vergine che corrisponde a un consumo di risorse idriche inferiore pari a 324,51 m^3 per tonnellata di carta prodotta.



Versione integrale della Dichiarazione

Nel percorso di realizzazione della dichiarazione EPD® e dello studio LCA che ne costituisce la base scientifica, Lucart S.p.A. si è avvalsa del supporto tecnico e metodologico di **Ergo s.r.l.**, società spin off della **Scuola Sant'Anna di Pisa**.

L'analisi è stata sottoposta a certificazione da parte di un ente terzo.

[23] I dati sono calcolati su 1.000 kg di carta e relativo imballaggio.

[24] Nella EPD® associata, si fa riferimento all'impatto ambientale "Global Warming Potential (GWP)". Aggiornamento 2025

[25] Nella EPD® associata, si fa riferimento all'impatto ambientale "Water Deprivation Potential". Aggiornamento 2025

DICHIARAZIONE AMBIENTALE DI PRODOTTO

La **Dichiarazione Ambientale di Prodotto** (Environmental Product Declaration – EPD®) è uno schema di certificazione volontaria, sviluppato in applicazione della norma UNI EN ISO 14025:2010. Le prestazioni, riportate nella EPD®, devono basarsi sull'Analisi del Ciclo di Vita (Life Cycle Assessment - LCA) in accordo con le norme della serie ISO 14040, fondamento metodologico da cui scaturisce l'oggettività delle informazioni fornite e rispetta le Regole di Categoria di Prodotto "PCR: TISSUE PRODUCTS. Product Category Classification: UN CPC 32131. PCR 2011:05, VERSION 3.0.1" sviluppate dall'International EPD® System, il Programme Operator scelto come riferimento.

L'obiettivo principale di una EPD® è quello di fornire informazioni rilevanti, verificate e confrontabili relative all'impatto ambientale di un prodotto o di un servizio.

CARBON FOOTPRINT SECONDO SYSTEMATIC APPROACH

Nel corso del 2023, l'azienda ha avviato un nuovo progetto avente come obiettivo lo sviluppo di uno strumento gestionale e tecnico-operativo, c.d. **"Carbon Footprint of Product (CFP) secondo Systematic Approach"**, finalizzato al calcolo autonomo e rapido dell'impronta di carbonio dei prodotti tissue realizzati presso gli stabilimenti del Gruppo secondo lo standard "ISO 14067:2018 - Annex C" certificato da parte terza.

Il presente progetto nasce con un duplice obiettivo: sia per supportare l'identificazione di nuove opportunità da implementare per il raggiungimento della riduzione dell'impronta ambientale di prodotto, sia per supportare una corretta e trasparente comunicazione verso tutte le parti interessate, *compliant* con le future direttive e richieste europee.



Tale nuovo percorso ha trovato un primo importante risultato nel corso del 2024 con lo sviluppo di uno strumento certificato da parte terza avente come focus i prodotti tissue realizzati presso lo stabilimento italiano di Diecimo.

Nel 2025, Lucart ha esteso questo strumento gestionale anche agli stabilimenti di Castelnuovo di Garfagnana (IT), Laval-sur-Vologne (FR) e Aranguren-Artziniega (ES).

CARBON FOOTPRINT SECONDO SYSTEMATIC APPROACH

Il **"Carbon Footprint of Product (CFP) secondo Systematic Approach"** è un elemento innovativo della norma ISO 14067:2018. Attraverso tale strumento gestionale un'azienda può quantificare in modo autonomo e rapido le impronte di carbonio dei propri prodotti (beni o servizi) senza dover svolgere uno studio specifico per ciascuno di essi.
Adottare un "Carbon Footprint of Product (CFP) secondo Systematic Approach" significa anche dotare la funzione di progettazione, ricerca e sviluppo di uno strumento in grado di quantificare in tempi rapidi e in modo dinamico gli impatti in termini di emissioni di CO_2 e delle diverse scelte progettuali che si vogliono intraprendere.

3.3 MATERIE PRIME

Nel corso del 2025, Lucart ha acquistato complessivamente 506.368 tonnellate di materiali[26] da impiegare nel proprio processo produttivo, di cui il 96% di natura rinnovabile (materie prime fibrose 96% e imballaggi in carta/cartone/legno e in bio-materiali 4%) e il 4% di natura non rinnovabile (imballaggi in plastica e altri materiali di processo[27]).



MATERIALI IMPIEGATI NEL PROCESSO PRODUTTIVO
96%
rinnovabili

MATERIE PRIME FIBROSE ECOSOSTENIBILI E CERTIFICATE

Lucart produce carta a partire sia da cellulosa vergine sia da carta da riciclare.

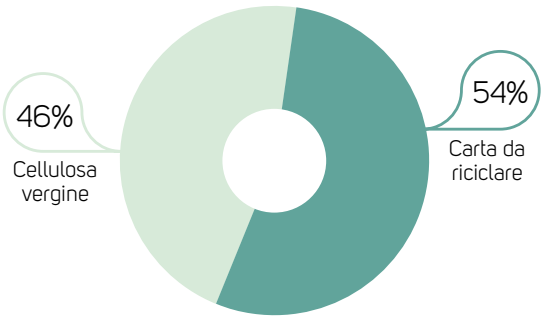
Gli stabilimenti di Porcari, Borgo a Mozzano, Laval-sur-Vologne e Aranguren, hanno impianti in grado di produrre carta utilizzando sia carta da riciclare sia cellulosa vergine. Lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana lavora principalmente cellulosa vergine e piccole percentuali di carta da riciclare di prima qualità.

Lo stabilimento di Avigliano utilizza solo cellulosa vergine per la fabbricazione di carta airlaid.

Gli stabilimenti di Torre di Mosto, Nyergesújfalu, Artziniega e Blackmore Park sono dotati esclusivamente di impianti di trasformazione.

RIPARTIZIONE PER TIPOLOGIA DI MATERIE PRIME FIBROSE CONSUMATE DALL'ORGANIZZAZIONE

L'Azienda persegue la linea di sostenibilità della propria carta, e si impegna a incrementare progressivamente la percentuale di carta da riciclare utilizzata rispetto alla cellulosa vergine, compatibilmente con le richieste del mercato. I risultati raggiunti nel 2025 si sono mantenuti costanti rispetto al biennio precedente, confermando il percorso intrapreso dall'Azienda per raggiungere entro il 2030 l'obiettivo di utilizzare per il 60% carta da riciclare come materia prima in ingresso.



BEST PRACTICE

I processi e le tecnologie implementati negli stabilimenti permettono di utilizzare un'ampia gamma di materiali riciclati fra cui le fibre di cellulosa presenti nei cartoni per alimenti (Progetto EcoNatural). Il successo delle linee EcoNatural consente di risparmiare fibre vergini dando nuova vita alle fibre presenti nei poliaccoppiati.

[26] I dati sono riferiti ai materiali acquistati per il settore cartario. Sono esclusi prodotti e materie prime che vengono acquistati da Lucart, ma dati in uso ai clienti. Il packaging terziario non include i pallet. Lucart si sta strutturando per rendicontare in futuro anche i materiali acquistati per il settore skin care.

[27] Prodotti chimici, lubrificanti, latex, ecc. (si precisa che arrivano presso gli stabilimenti già diluiti). Si assume cautelativamente che tutti i prodotti chimici siano non rinnovabili. Lucart si sta strutturando per poter tracciare internamente anche questo tipo di informazione per tale categoria di ausiliari.

CELLULOSA VERGINE



Le cellulose vergini utilizzate in Azienda provengono da filiere gestite secondo criteri eco-sostenibili, ossia prodotte da aziende che adottano **sistemi di gestione forestale sostenibili** conformi a schemi di certificazione riconosciuti a livello internazionale, assicurando così la continuità dell'ecosistema forestale senza alterarne l'equilibrio.

La scelta dei fornitori, accuratamente selezionati secondo gli standard Lucart e le procedure previste dai sistemi di gestione aziendale, consente di rivolgersi a produttori che aderiscono a **standard di gestione forestale sostenibile riconosciuti e a standard di catena di custodia** (PEFC, FSC®, SFI® ecc.) nel rispetto delle normative comunitarie EU Timber Regulation (Reg. n. 995/2010 e s.m.i.) e internazionali. Anche per il 2025, il 100% delle cellulose vergini approvvigionato dal Gruppo è risultato essere certificato secondo gli standard FSC® o PEFC e/o Controlled Wood.

CARTA DA RICICLARE

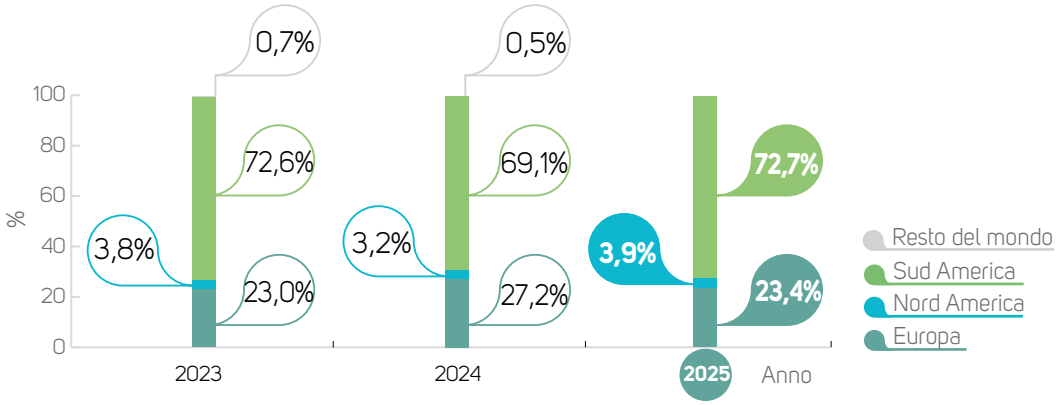


Il riciclo della carta consente un migliore utilizzo delle risorse disponibili e un minor impatto ambientale complessivo.

La carta da riciclare viene sottoposta a **procedimenti di preparazione impasti e disinchiostrazione all'avanguardia che non prevedono l'utilizzo di sostanze inquinanti**, ma utilizzano principalmente processi di separazione meccanica e termica consentendo di produrre carte di elevato standard qualitativo. La carta da riciclare utilizzata negli stabilimenti Lucart risponde ai requisiti previsti dagli standard riconosciuti dai sistemi di certificazione PEFC e FSC®, e alle norme UNI-EN 643. Nel 2025, il 70% della carta da riciclare approvvigionato dal Gruppo è risultato essere certificato secondo gli standard FSC® o PEFC.

AREE DI PROVENIENZA CELLULOSA VERGINE



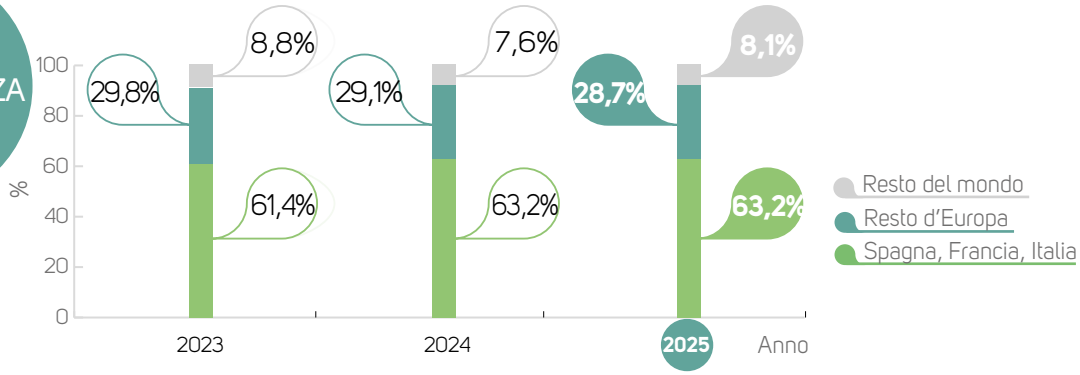


I principali produttori di cellulosa vergine sono situati in America del Sud e in Europa.



AREE DI PROVENIENZA CARTA DA RICICLARE





92% Europa

Relativamente alla carta da riciclare, l'approvvigionamento avviene prioritariamente su scala locale. Nel 2025, il 92% della carta da riciclare approvvigionata da Lucart proveniva dall'Europa. Si evidenzia che più del 60% risultava proveniente da Italia, Francia e Spagna, le nazioni dove sono presenti le sedi operative dimensionalmente più significative del Gruppo.

3.4 IMBALLAGGI

LINEE GUIDA IMBALLAGGI SOSTENIBILI

Lucart ha adottato un piano di sviluppo con orizzonte 2020-2030 finalizzato alla realizzazione di una visione circolare nella quale gli imballaggi impiegati nel settore cartario non diventano mai un rifiuto, attraverso l'implementazione dei seguenti 5 punti chiave:

I 5 PUNTI CHIAVE

- **tutti gli imballaggi problematici e/o superflui devono essere eliminati mediante riprogettazione e innovazione;**
- **tutti gli imballaggi devono essere riutilizzabili o riciclabili o compostabili al 100%;**
- **tutti gli imballaggi devono essere realmente riutilizzati o riciclati o compostati;**
- **ove possibile deve essere preferito l'uso di risorse rinnovabili e deve conseguentemente essere ridotto se non eliminato l'uso di risorse non rinnovabili;**
- **tutti gli imballaggi, indipendentemente dal materiale di cui sono composti, devono rispettare le normative vigenti e devono rispettare la salute, la sicurezza e i diritti di tutte le persone coinvolte.**

IMBALLAGGIO PROBLEMATICO O SUPERFLUO

- non è riutilizzabile o riciclabile o compostabile;
- può essere eliminato (o sostituito da un modello di riutilizzo) mantenendo l'utilità;
- ostacola o interrompe la riciclabilità o la compostabilità di altri oggetti;
- ha un'alta probabilità di essere disperso o smaltito nell'ambiente naturale.

Lucart ha preso in considerazione prioritariamente gli imballaggi utilizzati negli stabilimenti del Gruppo siti in Italia, Francia e Spagna e dal 2022 anche quelli utilizzati negli stabilimenti in Inghilterra e Ungheria. Sono stati analizzati tutti gli imballaggi primari, secondari e terziari utilizzati sia per la produzione di carta, sia per la trasformazione di questa in prodotti finiti e la relativa spedizione. Gli imballaggi sono stati poi divisi in categorie a seconda dei materiali che li compongo con particolare attenzione a:

rinnovabilità | **riciclabilità** | **presenza di materiale riciclato** | **riutilizzabilità** | **compostabilità**

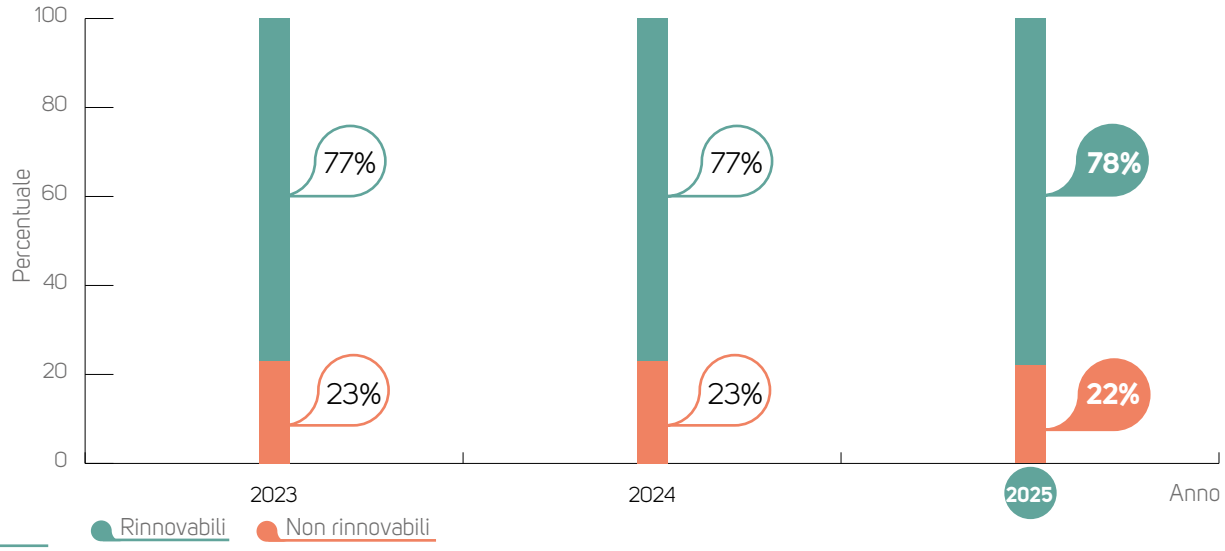


OBIETTIVO **nuovamente CONFERMATO**

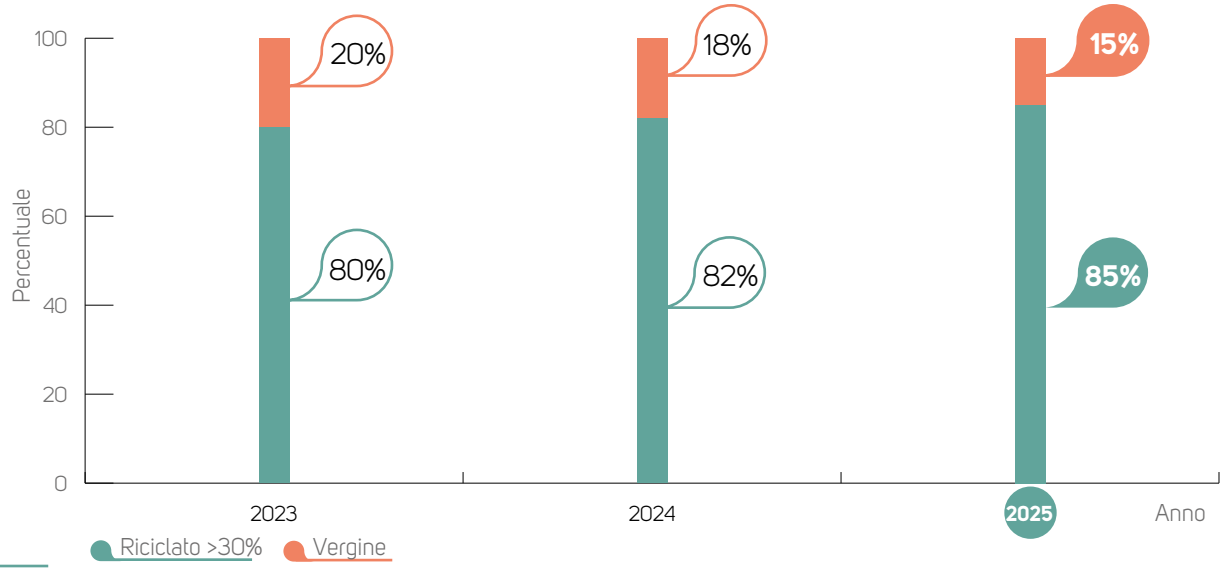
Il **100%** degli imballaggi utilizzati nel Gruppo Lucart nel settore cartario anche per il 2025 è risultato essere **riutilizzabile o riciclabile o compostabile**.

I risultati dell'analisi e le azioni intraprese negli ultimi anni di sostituzione di alcuni imballaggi in polietilene con imballaggi in carta, di riduzione degli spessori degli imballaggi a parità di prestazioni e l'introduzione di imballaggi in tutto o in parte composti da materie prime riciclate, sono ben rappresentati dai seguenti numeri[28], coerenti con le linee guida adottate. In particolare, si segnala l'ulteriore incremento raggiunto nel 2025 nell'impiego di imballaggi aventi un contenuto di materie prime riciclate superiore al 30% (incremento del 3% rispetto al 2024) e la conseguente riduzione nell'utilizzo di imballaggi vergini (-14% rispetto al 2024).

% IMBALLAGGI RINNOVABILI/NON RINNOVABILI



% IMBALLAGGI RICICLATI/VERGINI



[28] Le analisi sono riferite all'acquisto di tutti gli imballaggi primari, secondari e terziari impiegati nel settore cartario da parte degli stabilimenti di Lucart in Italia, Spagna, Francia, Regno Unito e Ungheria e non includono i pallet per il trasporto e la spedizione delle merci.

3.5 RISORSE IDRICHE

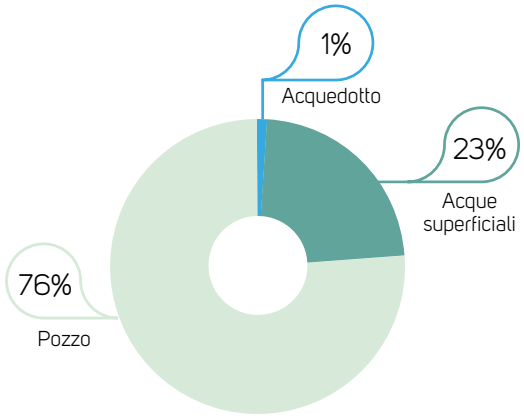
L'Azienda, in tema di risorse idriche, è da sempre impegnata a:

- Cercare soluzioni per un sempre maggior recupero delle acque di processo
- Monitorare la qualità degli scarichi idrici
- Monitorare i consumi nelle varie fasi del processo produttivo
- Ottimizzare il consumo idrico in tutte le fasi del processo produttivo

FONTI DI APPROVVIGIONAMENTO IDRICO

La produzione della carta richiede generalmente l'utilizzo di una grande quantità di acqua.

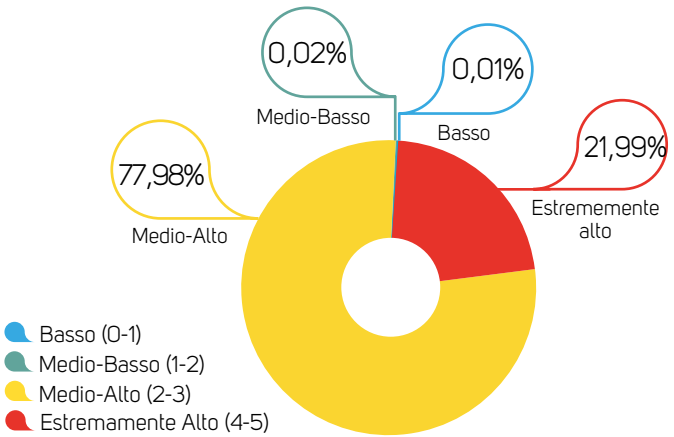
Le principali fonti di approvvigionamento idrico per usi industriali sono costituite dai pozzi presenti all'interno degli stabilimenti o dalle acque superficiali, dietro specifica autorizzazione delle Autorità competenti.



ANALISI STRESS IDRICO

Lucart, utilizzando lo strumento messo a disposizione dall'Aqueduct Water Risk Atlas[29], ha condotto un'analisi dello stress idrico delle aree nelle quali sono presenti i propri stabilimenti produttivi. Per stress idrico si intende la capacità di soddisfare la domanda di acqua sia per le persone sia per l'ambiente e può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua.

RIPARTIZIONE PER CLASSIFICAZIONE DEL LIVELLO DI STRESS DELL'AREA DI APPROVVIGIONAMENTO ANNO 2025



STABILIMENTO	RISCHIO
PORCARI	Estremamente Alto
BORGO A MOZZANO	Medio-Alto
CASTELNUOVO DI GARFAGNANA	Medio-Alto
AVIGLIANO	Estremamente Alto
TORRE DI MOSTO	Medio-Alto
ALTOPASCIO	Estremamente Alto
LAVAL-SUR-VOLOGNE	Medio-Alto
SAINT-DIÉ-DES-VOSGES	Medio-Alto
ARANGUREN	Medio-Alto
ARTZINIEGA	Medio-Alto
NIERGESÚJFALU	Basso
BLACKMORE PARK	Medio-Basso

[29] https://www.wri.org/aqueduct

Per ciascun livello di stress idrico si riporta nella tabella seguente il dettaglio delle diverse fonti di approvvigionamento utilizzate dall'Azienda insieme all'indicazione della categoria di acqua prelevata.

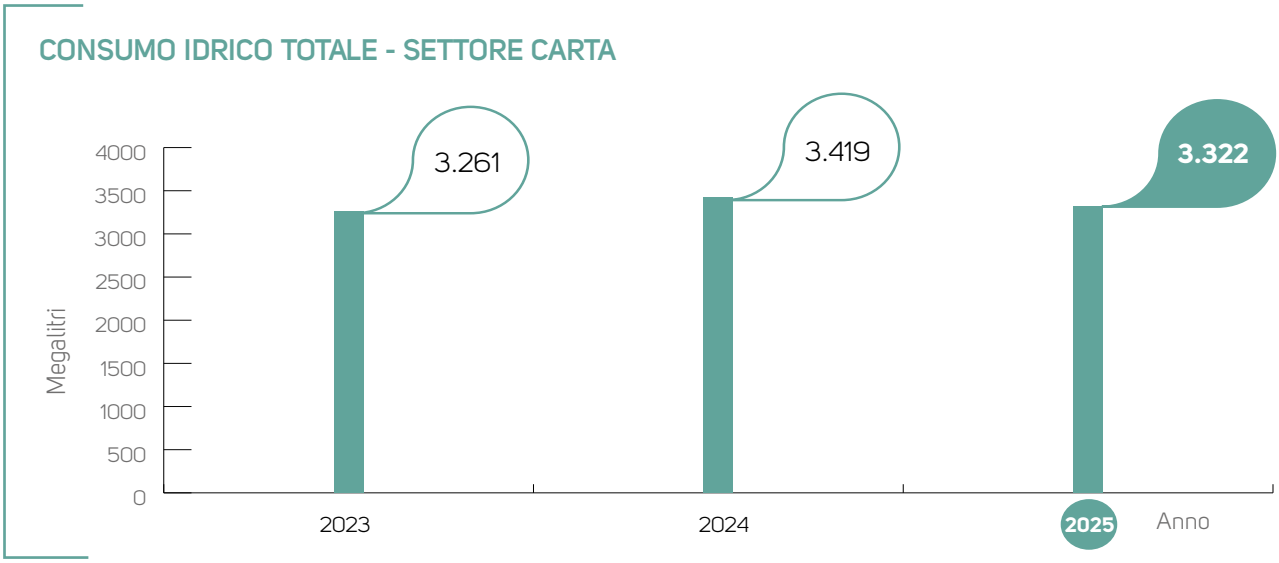
LIVELLO STRESS IDRICO	TOTALE 2025	SUPERFICIALE	POZZI (FALDA)	ACQUEDOTTO	CATEGORIA ACQUA (DOLCE[30] /ALTRE TIPOLOGIE DI ACQUA[31])
Basso	0,7	0	0	0,7	100% acqua dolce
Medio-Basso	0,26	0	0	0,26	100% acqua dolce
Medio-Alto	2.594,41	560,88	2.025,70	7,82	100% acqua dolce
Alto (3-4)	0	0	0	0	100% acqua dolce
Estremamente Alto	731,99	194,62	501,93	35,44	100% acqua dolce
Totale megalitri prelevati	**3.327,36**	**755,50**	**2.527,64**	**44,22**	

OTTIMIZZAZIONE DEL CONSUMO IDRICO[32]

La volontà di tutelare la risorsa idrica, coniugata con le necessità produttive del processo di fabbricazione della carta, ha spinto l'Azienda a investire nei processi di ottimizzazione dei consumi, favorendo il recupero di acque di processo per il loro riutilizzo ai fini industriali.

Il consumo idrico totale[33] varia soprattutto in funzione delle tonnellate di carta prodotte. Per il 2025 si evidenzia un lieve decremento coerente con la diminuzione produttiva evidenziata nell'anno.

Si precisa che per il processo in essere il consumo idrico coincide con il prelevato idrico. Pertanto, la ripartizione riportata nella precedente tabella descrivente il dettaglio degli approvvigionamenti per ciascun livello di stress idrico è da ritenersi valida anche sotto il profilo dei consumi idrici.



[30] Acqua dolce che presenta un livello di solidi disciolti totali inferiore ai 1.000 mg/l.

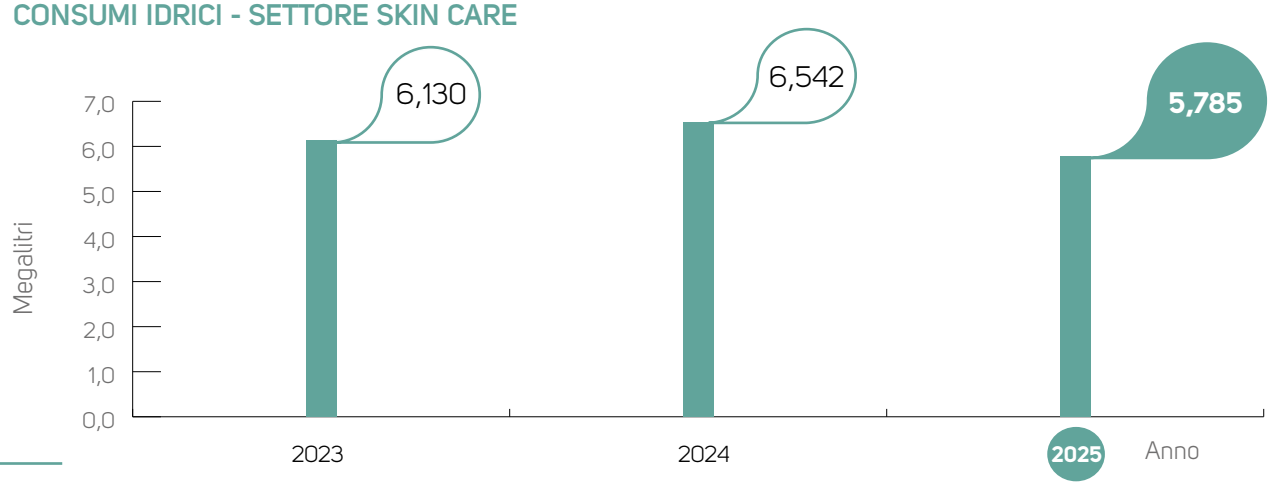
[31] Altre tipologie di acqua che presentano un livello di solidi disciolti totali superiore ai 1.000 mg/l.

[32] I consumi idrici trattati nel seguente paragrafo fanno riferimento: (1) per gli stabilimenti Castelnuovo di Garfagnana, Borgo a Mozzano, Porcari, Aranguren, Laval-sur-Vologne ai soli consumi per uso industriale. Per questi non è stato possibile raccogliere un dato attendibile sui prelievi a uso civile, che pertanto sono stati esclusi dal presente conteggio. Secondo le informazioni a disposizione, tale quota ammonta a meno dell'1% del totale prelevato. (2) per gli stabilimenti di Torre di Mosto, Avigliano, Artziniega, Blackmore Park e Niergesújfalu e i centri logistici di Altopascio e Saint-Dié-des-Vosges ai consumi idrici totali (usi civili e industriali).

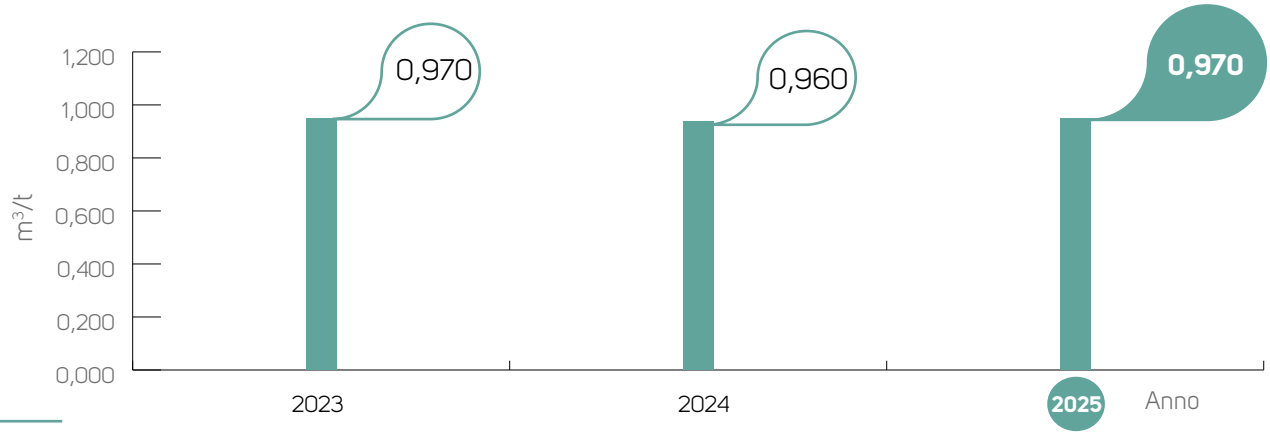
[33] Si fa riferimento al consumo idrico totale per la produzione di carta.

Seppur minimale rispetto al consumo idrico totale per la produzione della carta, l'Azienda, specificatamente al settore Skin Care, nel 2025 evidenza una diminuzione rispetto all'anno precedente che riflette l'andamento delle produzioni (nel 2024 pari a 6.829 ton, nel 2025 pari a 5.935 ton). Grazie agli interventi effettuati per ottimizzare i consumi idrici, i consumi idrici specifici del settore Skin Care sono diminuiti dell'1% rispetto all'annualità 2024.

CONSUMI IDRICI - SETTORE SKIN CARE



CONSUMO IDRICO SPECIFICO - SETTORE SKIN CARE



Miglioramento AMBIENTALE
-27.1% vs. 2013
Consumi idrici specifici (settore carta)

RIDUZIONE DEI CONSUMI

Lucart ha attivato un focus particolare di intervento sulla riduzione del consumo specifico di acqua ai fini produttivi con l'obiettivo di arrivare a un consumo di 9,4 m³ di acqua per tonnellata di carta prodotta entro il 2025 e di 9,25 m³ di acqua per tonnellata di carta prodotta entro il 2030[34].

Rispetto al 2024, i consumi idrici specifici si sono ulteriormente ridotti segnando una riduzione pari allo 0,5%, attestandosi a 9,38 m³/t carta, grazie a una politica di riciclo e di uso razionale della risorsa in tutti i siti produttivi. Questo risultato evidenzia l'impegno intrapreso di riduzione, permettendo a Lucart di raggiungere e superare l'obiettivo di miglioramento prefissato per il 2025.

Il consumo idrico specifico si attesta su valori molto al di sotto dei valori medi di settore[35].

RICICLO DELLE ACQUE

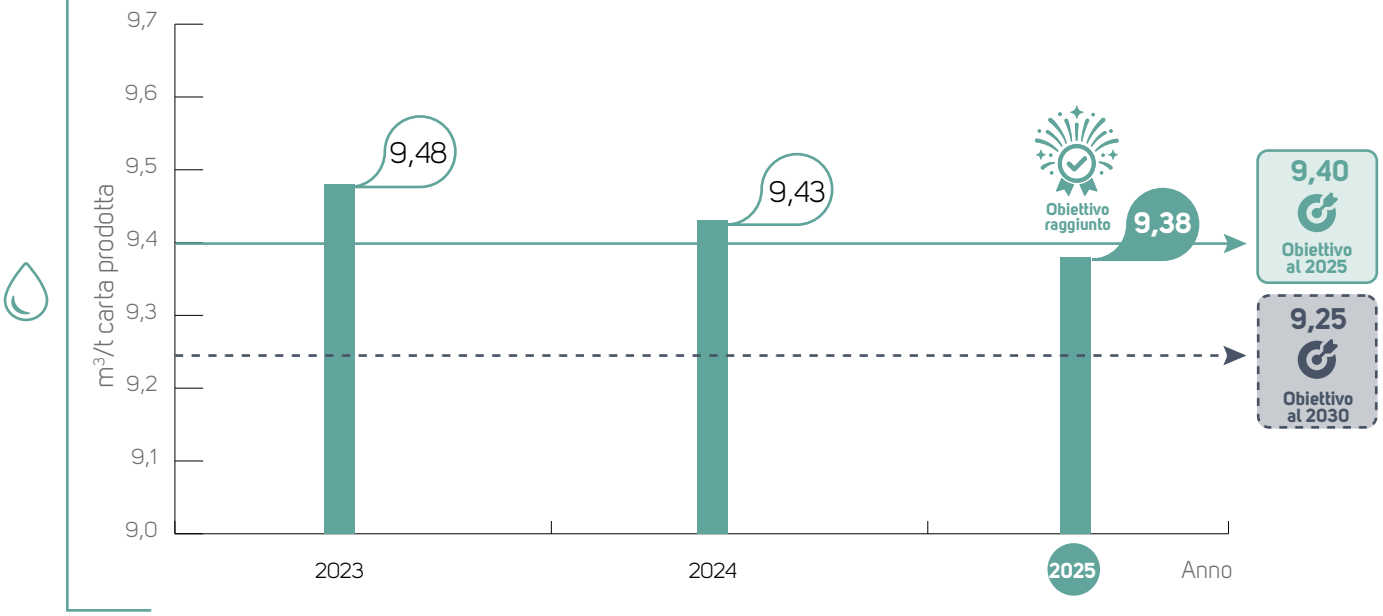
Il riutilizzo delle acque genera un minor impatto ambientale, in particolare:

- riduzione del prelievo di risorse idriche dalla falda;
- riduzione del prelievo di risorse idriche superficiali;
- costanza e affidabilità della risorsa grazie ad acque trattate prodotte in modo continuativo;
- riduzione degli sprechi di risorse naturali.

[34] L'obiettivo di miglioramento al 2030 è stato ricalibrato sulla base dell'attualizzazione dei trend di vendita di prodotti finiti e della qualità delle materie prime, mantenendo un target di riduzione molto ambizioso che si colloca ben oltre le medie di settore, in linea con le migliori tecnologie disponibili e che rappresenta una riduzione del 28% rispetto all'inizio del programma di miglioramento avvenuta nel 2013.

[35] Secondo il Rapporto Ambientale Assocarta 2020, la media di settore è di circa 26 m³ per tonnellata di carta prodotta.

CONSUMO IDRICO SPECIFICO – SETTORE CARTA[36]



BEST PRACTICE

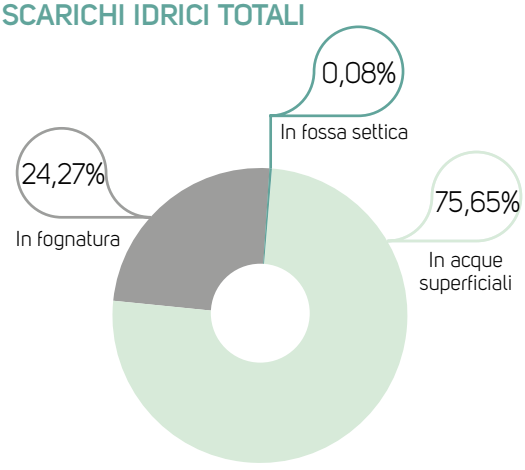
Nel corso del 2025, negli stabilimenti di Borgo a Mozzano, Castelnuovo di Garfagnana, Avigliano e Laval-sur-Vologne sono state implementate azioni volte al recupero di una parte delle acque trattate dello scarico finale per re-immissione nel processo produttivo in sostituzione di reintegro con acqua fresca. Le suddette azioni hanno permesso rispettivamente:

- 0,97% consumi idrici specifici vs. 2024 per **Borgo a Mozzano**	**- 4%** consumi idrici specifici vs. 2024 per **Castelnuovo di Garfagnana**	**- 15%** consumi idrici specifici vs. 2024 per **Avigliano**	**-3,06%** consumi idrici specifici vs. 2024 per **Laval-sur-Vologne**	**- 1%** consumi idrici specifici vs. 2024 per **Aranguren**

SCARICHI IDRICI[37]

La maggior parte degli stabilimenti di Lucart è dotata di propri impianti di trattamento delle acque reflue che garantiscono la qualità delle acque immesse nei recettori nel rispetto dei limiti autorizzativi. I principali scarichi idrici avvengono prevalentemente in acque superficiali o in fognatura e in quota minima in fosse settiche.

SCARICHI IDRICI TOTALI



[36] I consumi idrici specifici sono dati dal rapporto fra i m³ di acqua prelevati a livello di cartiera e le tonnellate di carta prodotte da quest'ultima. Non vengono considerate le tonnellate di carta trasformate in cartotecnica in quanto non rilevanti e i consumi idrici a questa relativi.

[37] Gli scarichi idrici complessivamente per l'anno 2025 sono stati pari a 2.363 Ml (di cui 1.789 Ml in acque superficiali, 572 Ml in fognatura e 2 Ml in fossa settica).

3.6 RISORSE ENERGETICHE

CONSUMO DI ENERGIA TOTALE (DIRETTA E INDIRETTA)

COMBUSTIONE STAZIONARIA E AUTOPRODUZIONE DI EE DA FONTI RINNOVABILI[38]

		2023	2024	2025
EE ACQUISTATA	GJ	590.361,45	622.173,03	**619.204,46**
EE ACQUISTATA DI ORIGINE RINNOVABILE	GJ	185.018,85	228.986,03	**352.932,10**
GASOLIO	GJ	185,83	202,51	**213,54**
OLIO COMBUSTIBILE[39]	GJ	3.180,67	3.547,06	**4.161,42**
GAS NATURALE	GJ	3.794.092,00	3.887.292,88	**3.868.774,25**
EE PRODOTTA DA FONTI RINNOVABILI	GJ	13.794,32	19.292,65	**20.533,95**
EE PRODOTTA DA COGENERAZIONE	GJ	860.191,94	883.481,72	**871.521,18**
EE CEDUTA	GJ	-31.485,81	-27.793,41	**-33.967,05**
TOTALE	**GJ**	**4.370.128,46**	**4.504.714,72**	**4.478.920,57**

COMBUSTIONE MOBILE

		2023	2024	2025
GASOLIO – MOB INTERNA	GJ	14.141,84	14.007,20	**13.569,26**
LNG – MOB INTERNA	GJ	1.191,20	1.723,02	**1.353,27**
GASOLIO – VEICOLI AZIENDALI	GJ	8.200,43	8.778,82	**8.778,40**
BENZINA – VEICOLI AZIENDALI	GJ	453,65	799,53	**458,71**
TOTALE	**GJ**	**23.987,12**	**25.308,57**	**24.159,64**

Il bilancio energetico del Gruppo - per fini di processo - è costituito dall'energia elettrica acquistata dalla rete, dal gasolio e dall'olio combustibile consumati per scopi industriali, dal metano acquistato dalla rete, dall'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili e dall'energia elettrica venduta alla rete. L'energia elettrica acquistata è relativa soprattutto agli stabilimenti che non dispongono di un impianto di cogenerazione interno alimentato a gas metano.

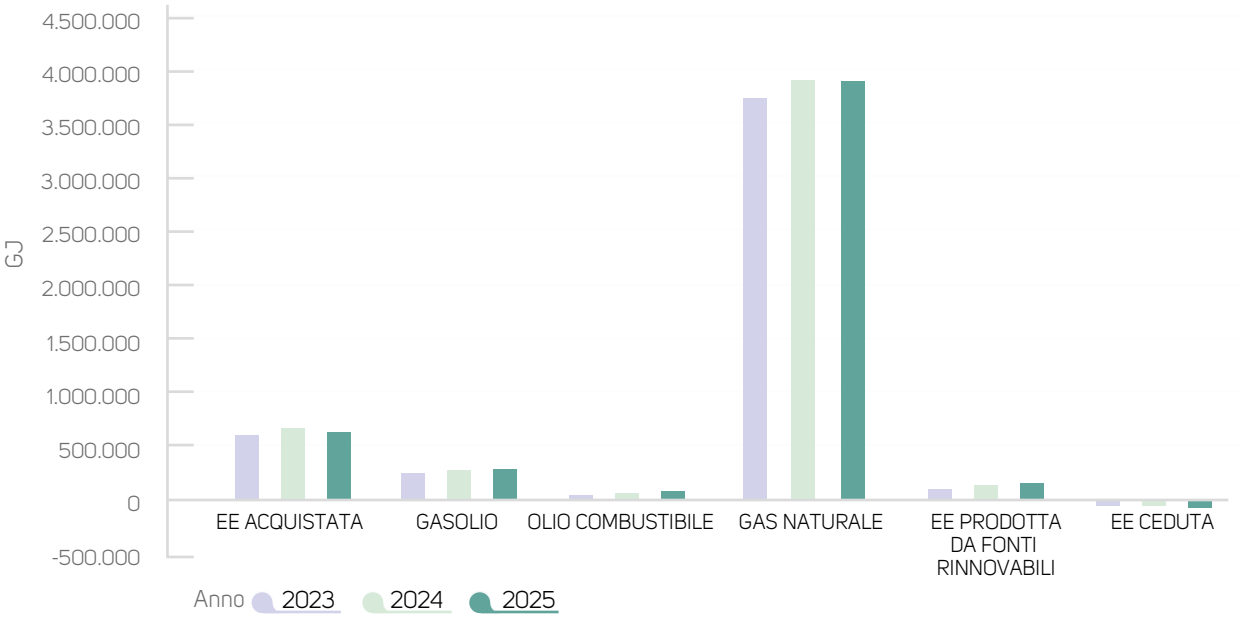
I consumi energetici relativi alla mobilità interna (ad esempio quelli per i carrelli elevatori) e al parco auto aziendale, sono rappresentati prioritariamente dal consumo di gasolio, benzina e LNG.

Nel 2025, i consumi energetici totali – per fini di processo - hanno evidenziato un decremento coerente con l'andamento delle produzioni. Pur rilevando un consumo specifico allineato al profilo definito dall'azienda a partire dal 2022 (7,24 Gj/t), i consumi specifici nel 2025 risultano lievemente aumentati rispetto al 2024 di circa l'1,47%. Tuttavia, risulta possibile ancora evidenziare come il percorso intrapreso da tempo dall'azienda per rafforzare il proprio efficientamento energetico possa definirsi virtuoso.

[38] L'energia elettrica da cogenerazione non è conteggiata nel totale, perché già compresa nella voce "Gas Naturale". L'energia elettrica rinnovabile acquistata è un di cui dell'energia elettrica acquistata totale.

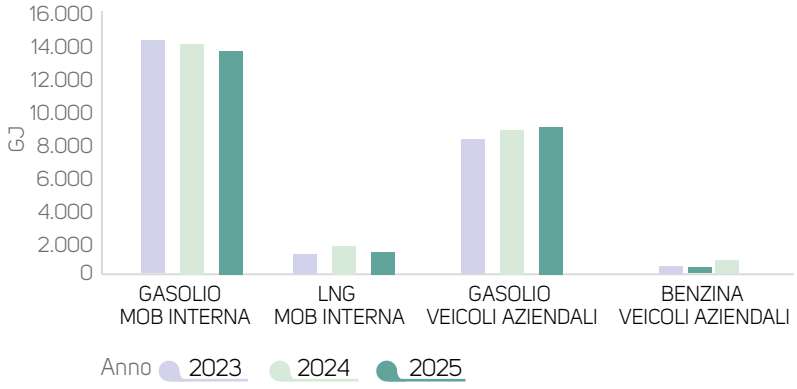
[39] Consumo di olio combustile è da riferirsi al solo stabilimento di Artziniega per il riscaldamento degli spazi.

CONSUMO DI ENERGIA (DIRETTA E INDIRETTA) (GJ)*

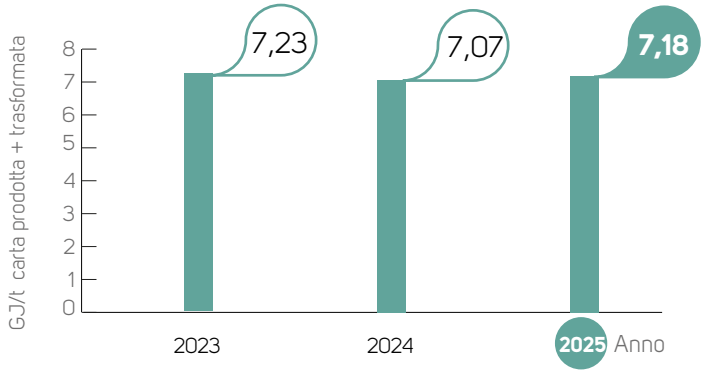


*Consumo di energia a livello di processi industriali: diretta (combustione stazionaria e autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili) e indiretta (acquisto di energia elettrica)

COMBUSTIONE MOBILE (GJ)



CONSUMO DI ENERGIA SPECIFICO (INTENSITÀ)[40]



Miglioramento AMBIENTALE

- 20%
intensità energetica
vs. 2014

+ 54%
di energia elettrica
acquistata da fonti rinnovabili
vs. 2024

+ 6%
di energia elettrica
autoprodotta da fonti rinnovabili
vs. 2024

[40] Il consumo di energia specifico è dato dal rapporto fra il consumo di energia totale – per fini di processo – e le tonnellate di carta prodotte e trasformate negli stabilimenti del Gruppo.

L'EFFICIENZA ENERGETICA NEI PROCESSI PRODUTTIVI

L'importante consumo energetico, tipico del settore cartario, deriva essenzialmente dal fabbisogno necessario al funzionamento delle macchine da carta.

Uno degli obiettivi di Lucart consiste nel migliorare costantemente l'efficienza energetica dei propri processi produttivi.

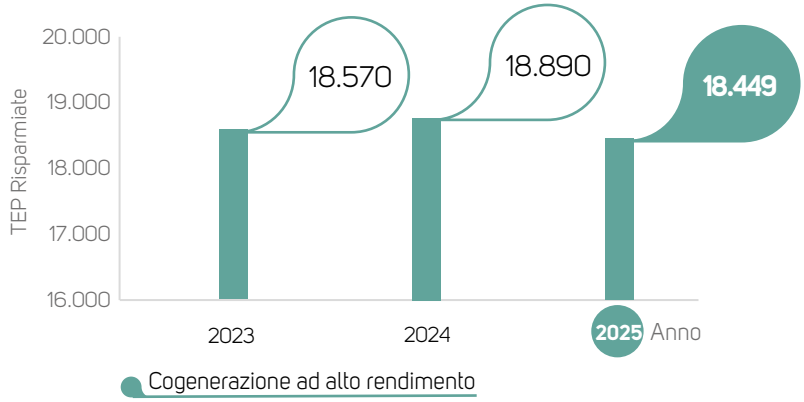
TEP Risparmiate di fonte primaria con Cogenerazione Alto Rendimento

Lucart è stato uno dei primi gruppi cartari europei a puntare sulla tecnica dell'autoproduzione di energia elettrica e termica, sul perimetro Italia, attraverso centrali di cogenerazione ad alto rendimento alimentate a gas metano, che oggi contano di una Potenza Elettrica installata complessiva di 32,5 MWe corrispondente a una Potenza Termica complessiva di 92 MWt.

Nel ciclo di produzione l'energia termica è indispensabile per le fasi di asciugatura della carta per cui la contemporaneità di utilizzo di energia elettrica e termica fa sì che il funzionamento in condizioni ottimali degli impianti consenta di raggiungere elevati rendimenti complessivi (mediamente attorno all'85%) che esprimono notevoli benefici in termini di risparmio di fonte primaria qui di seguito rappresentati ed espressi in Tonnellate Equivalenti di Petrolio risparmiate.

TEP RISPARMIO FONTE PRIMARIA

I dati associati all'annualità 2024 sono stati riallineati, dato che con l'accoglimento della pratica da parte del GSE, sono stati conteggiati un numero maggiore di TEE rispetto a quanto emerso originariamente da calcoli interni



Si nota come l'andamento in figura è sovrapponibile all'andamento della produzione di Gruppo essendo il regime di funzionamento della cogenerazione strettamente correlato.

DATA CENTER SOSTENIBILI

Dal 2021, Lucart ha trasferito i suoi data center interni, situati presso gli stabilimenti di Borgo a Mozzano e Porcari, presso il data center TIM di Acilia (Roma), certificato ISO 27001 per il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni.

Il trasferimento, oltre a migliorare performance e livelli di sicurezza, ha portato un risparmio in termini energetici e di emissioni di CO_2. Il data center di Acilia, infatti, è alimentato esclusivamente da fonti rinnovabili. Rispetto all'utilizzo dei data center interni, la capacità computazionale è raddoppiata ma i consumi energetici sono diminuiti del 50%. Oggi circa l'80% della capacità computazionale del Gruppo è alimentata da energie rinnovabili.

-44
tCO_2e/anno
EMISSIONI EVITATE GRAZIE ALL'ADOZIONE DEL NUOVO DATA CENTER



Miglioramento AMBIENTALE

-2.638 tCO_2e

Emissioni complessivamente evitate nel 2025 grazie agli impianti fotovoltaici di Avigliano e Borgo a Mozzano

FONTI RINNOVABILI

L'Azienda sostiene il proprio impegno ambientale anche attraverso il ricorso sempre più importante a fonti rinnovabili di energia.

Nello specifico si segnalano i due impianti fotovoltaici installati, uno nello stabilimento di Avigliano (attivo dal 2013) e un secondo nello stabilimento di Borgo a Mozzano (attivo dal dicembre 2022) che hanno permesso di evitare per il 2025 l'emissione in atmosfera di 2.638 tCO_2e[41]. Gli impianti fotovoltaici presso gli stabilimenti di Avigliano e di Borgo a Mozzano, nel corso del 2023, sono stati ulteriormente ampliati: il nuovo impianto di Diecimo è stato ufficialmente allacciato dal maggio 2024, mentre il nuovo impianto di Avigliano è stato allacciato nel corso del 2025. A rafforzamento del percorso intrapreso da Lucart a ridurre ulteriormente il proprio impatto ambientale, il 2025 ha visto l'installazione di nuovo impianto fotovoltaico presso lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana, che entrerà ufficialmente in attività nel corso del 2026[42].

Dal 2021, Lucart ha avviato un percorso volto nel tempo all'acquisto di energia elettrica verde (Garanzie di Origine). Nel corso del 2025, questo impegno è stato ulteriormente rafforzato ampliando l'acquisto di energia elettrica certificata da fonti rinnovabili. Relativamente al 2025, pertanto, si segnala che circa il 57% dell'energia elettrica complessivamente acquistata dall'Azienda è stata di origine rinnovabile[43].

[41] Fonte dato "AIB European Residual Mix 2024 IT" per lo stabilimento di Avigliano; per Borgo a Mozzano il calcolo delle tCO2e è stato effettuato utilizzando il fattore di emissione specifico riferito all'autoproduzione di EE. (metodologia di calcolo emissioni evitate da autoproduzione di EE da fonti rinnovabili: Location Based).

[42] La potenza dell'impianto fotovoltaico di Avigliano è pari a 981,96 kWp + 1.971,81 kWp = 2.953,77 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva pari a circa 3.192,07 MWh. La potenza dell'impianto fotovoltaico di Borgo a Mozzano è pari a 2.421,21 kWp + 1.551,54 kWp = 3.972,75 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva pari a circa 4.314,32 MWh. La potenza dell'impianto fotovoltaico di Castelnuovo di Garfagnana è pari a 146,2 kWp che corrisponde a una previsione annua produttiva – una volta a regime – pari a circa 162,0 MWh.

[43] 15.889MWh acquistati con PPA stipulata con Plenitude e 28.971MWh acquistati con garanzie di origine da parte di Lucart S.p.A; 34.879 MWh acquistati con Garanzie di Origine da parte di Lucart SAS; 1.640 MWh acquistati con garanzie di origine da Lucart Hygiene Ltd.; 16.503MWh acquistati con Garanzie di Origine da parte di Lucart Tissue & Soap.

3.7 EMISSIONI IN ATMOSFERA

Le emissioni in atmosfera in un impianto di produzione della carta rappresentano una necessità ai fini della continuità del processo, ma un utilizzo efficiente dell'energia, un impiego razionale delle materie prime e la presenza di impianti di abbattimento degli inquinanti tecnologicamente avanzati e rispondenti alle Migliori Tecnologie Disponibili (BAT), consentono di ottenere importanti risultati dal punto di vista della riduzione degli impatti ambientali.

Le principali fonti di emissione in atmosfera sono rappresentate dalle centrali di cogenerazione, dagli impianti di asciugatura della carta, dagli impianti di essiccamento dei fanghi e dai punti di aspirazione nelle aree di produzione a tutela della salute e sicurezza dei lavoratori.

Tutti gli impianti di emissione in atmosfera sono gestiti in conformità alle Autorizzazioni Integrate Ambientali (AIA) rilasciate dalle Autorità Competenti e, laddove previsto, monitorati costantemente attraverso idonei Sistemi per il Monitoraggio in Continuo delle Emissioni (SMCE).

Gli impianti di combustione utilizzano gas metano, che rappresenta il combustile fossile a minor impatto ambientale sia in termini di efficienza energetica sia perché evita il rilascio di composti secondari inquinanti quali SO_2 e H2S.

EMISSIONI DI CO_2e

Nel grafico seguente sono rappresentate le emissioni dirette e indirette di CO_2e prodotte da Lucart nell'anno 2025.

Secondo le regole contabili fornite da GHG Protocol[44], le emissioni dirette GHG (Scopo1) sono tutte le emissioni di CO_2e provenienti da asset di proprietà dell'azienda o che l'azienda controlla operativamente. Nel calcolo specifico al contesto di Lucart sono state considerate le emissioni dirette originate dalla combustione di combustibili per usi industriali (principalmente gas naturale e minima parte gasolio/olio combustibile), dalla combustione per mobilità sia interna sia relativa al parco auto aziendale, e per la prima volta anche dalle ricariche degli F-Gas e dal trattamento dei reflui. Sono state considerate sia le emissioni da combustibili fossili che quelle associate al cambiamento d'uso del suolo (*land use*). Le emissioni indirette GHG (Scopo 2) sono le emissioni di CO_2e derivanti dall'acquisto di energia elettrica da rete nazionale[45].

Le emissioni dirette derivate dalla combustione presso gli stabilimenti produttivi (Scopo 1) sono state computate in accordo con il sistema europeo di scambio di quote di emissione (European Union Emissions Trading Scheme – EU ETS) che regola le emissioni di CO_2 in Europa per i settori industriali caratterizzati da maggiori emissioni[46] [47]. Le emissioni di Scopo 1 degli stabilimenti non soggetti a ETS sono state stimate utilizzando coefficienti di conversione opportuni per le diverse tipologie di combustibile consumate[48]. Le emissioni di Scopo 1 legate alla mobilità sotto controllo diretto di Lucart, derivanti dalle ricariche degli F-Gas e di processo sono state anch'esse calcolate usando fattori di conversione specifici[49]. Mentre per il calcolo delle emissioni indirette di Scopo 2 è stata adottata la metodologia *Market based* [50].
Tra il 2024 e il 2025 si osserva una importante riduzione delle emissioni di Scopo 2, pari al 46,9%, Si ricorda, come descritto in precedenza, che nel 2025, circa il 57% dell'energia elettrica complessivamente acquistata dall'Azienda è stata di origine rinnovabile. Anche per le emissioni dirette di Scopo 1 è possibile apprezzare una lieve diminuzione (pari all'1,6%), correlabile a quello che è stato l'andamento della produzione di Gruppo, lievemente in calo rispetto al 2024.

[44] WBCSD and WRI, "The Greenhouse Gas Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard revised edition" (2004).

[45] Il calcolo delle emissioni per l'acquisto di energia elettrica (Scopo 2) dalle reti di distribuzione può essere effettuato con due diversi approcci. ***Location-based***: questa metodologia di calcolo delle emissioni prevede l'utilizzo di fattori di emissioni medi relativi agli specifici mix energetici nazionali di produzione di energia elettrica. ***Market-based***: questo approccio prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. In assenza di specifici strumenti contrattuali, è utilizzato il fattore di emissione relativo al mix residuo del fornitore di energia elettrica, dopo la rimozione della componente collegata a sistemi di tracciabilità dell'energia, quali Garanzie di Origine (GO) o altri sistemi di certificazione dell'energia rinnovabile (RECS). I fattori di emissione medi nazionali usati dall'approccio location-based sono di norma più bassi di quelli corrispondenti, calcolati sulla base dei mix residui richiesti dalla metodologia market-based.

[46] Direttiva EU EUTS 2003/87/CE e smi.

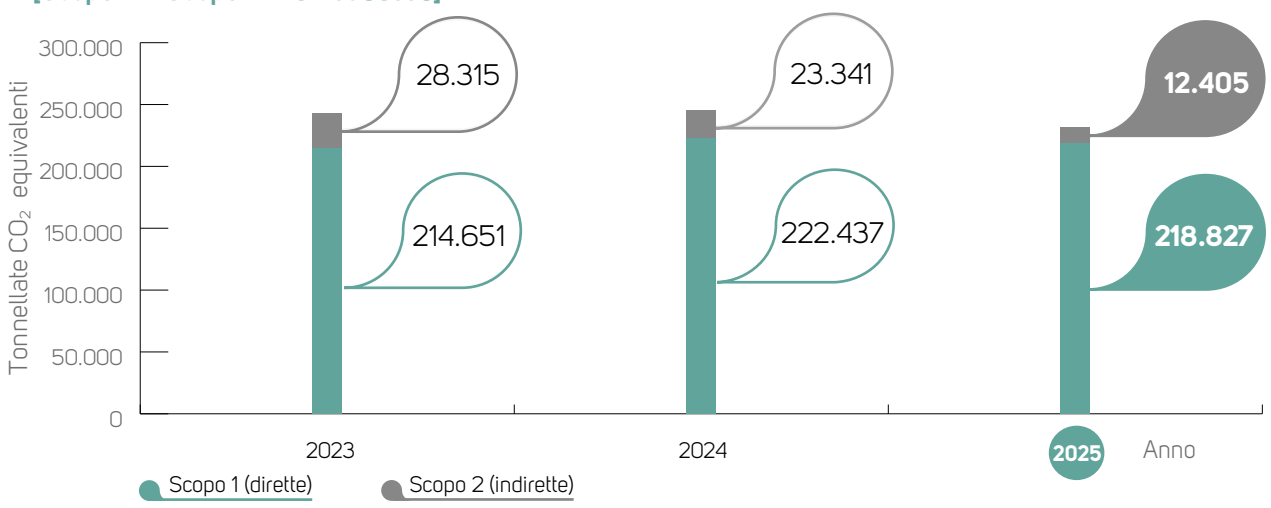
[47] Per gli stabilimenti soggetti a ETS, le tonnellate di CO_2e corrispondono a quelle dichiarate all'ente nazionale (per l'Italia è il MASE) e convalidate da ente certificatore terzo. Sono state corrette mediante opportuno fattore correttivo per includere tutti i GHG e non solo CO_2 (standard nazionali 2025, MASE).

[48] DEFRA, 2025 (Diesel-average biofuel blend; fuel oil e Natural Gas; F-Gas: R407C, R410A, R449A, HFC-32, R134A); Ecoinvent 3.11 (trattamento reflui sia fossil che land); *custom* su scheda tecnica Sinteco 2024 (F-Gas: R452A, 2.139 $kgCO_2e/kg$).

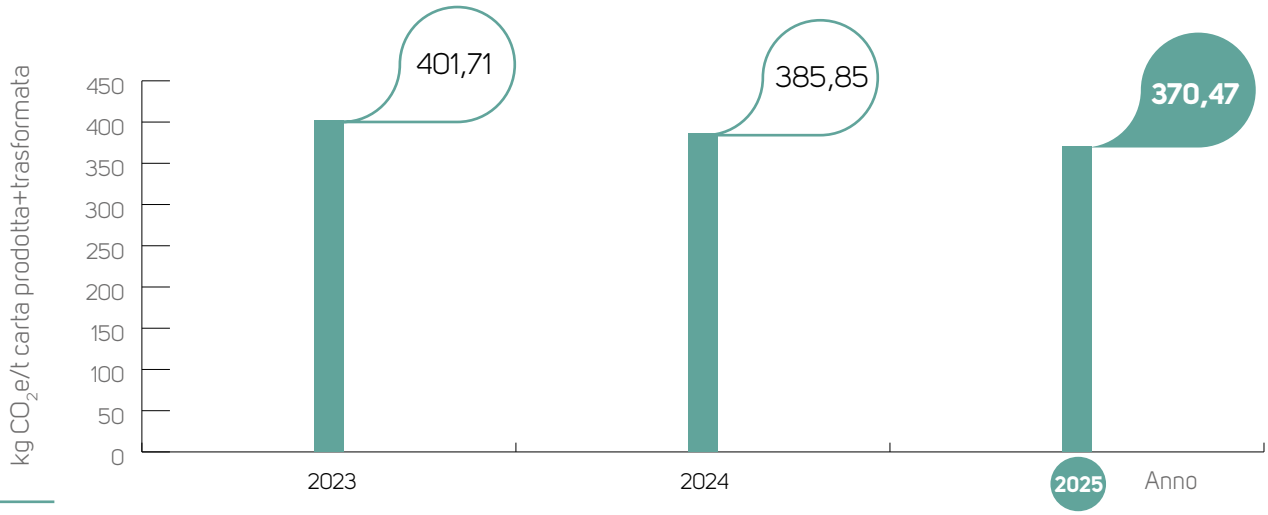
[49] DEFRA, 2025 (Diesel-average biofuel blend e LNG).

[50] Le emissioni di Scopo 2 *Market Based* 2025 sono state calcolate con i coefficienti dei mix residui (AIB European Residual Mix 2024). Le emissioni di Scopo 2 calcolate con metodologia *Location Based* 2025 ammontano, per lo stesso perimetro, a 17.813 tCO_2e. Per tale calcolo sono stati usati i fattori di emissione relativi ai mix nazionali (per coerenza è stata usata la fonte seguente: AIB European Residual Mix 2024). Sono stati allineati i valori del 2024 coerentemente all'aggiornamento dei fattori di conversione AIB.

EMISSIONI DI CO_2e TOTALI (DIRETTE + INDIRETTE)[51]
[Scope 1 + Scope 2 market based]



EMISSIONI CO_2e SPECIFICHE (INTENSITÀ)[52]



Miglioramento AMBIENTALE

- 4%	- 1,6%	- 46,9%
vs 2024 (emissioni specifiche CO_2e)	vs 2024 (emissioni assolute Scopo 1)	vs 2024 (emissioni assolute Scopo 2)

[51] La metodologia di predisposizione delle informazioni di sostenibilità è stata modificata: in particolare, il metodo di quantificazione delle emissioni di Scopo 1 per gli esercizi 2023 e 2024 è stato rivisto rispetto all'anno precedente, includendo il contributo delle emissioni di F Gas nonché delle emissioni di processo derivanti dagli scarichi idrici. Inoltre, il dato relativo alle emissioni di Scopo 2 è stato aggiornato a seguito della revisione del fattore di emissione AIB, come illustrato nella Nota 51. Al fine di garantire la comparabilità dei dati, il valore delle emissioni di Scopo 1 pari a 222.244 tCO_2e, precedentemente rendicontato al 31 dicembre 2024, è stato rideterminato in 222.437 tCO_2e, con una variazione pari a +0,08%. Analogamente, il valore delle emissioni di Scopo 2 pari a 24.607 tCO_2e è stato rideterminato in 23.341 tCO_2e, evidenziando una variazione pari a 5,14%. Con riferimento all'esercizio 2023, il valore delle emissioni di Scopo 1 pari a 214.384 tCO_2e è stato rideterminato in 214.651 tCO_2e, con una variazione pari a +0,12%. Analogamente, il valore delle emissioni di Scopo 2 pari a 28.314 tCO_2e è stato rideterminato in 28.315 tCO_2e, evidenziando una variazione pari allo 0,004%.

[52] Il numeratore è dato dalla somma delle emissioni Scopo 1 e Scopo 2 *market based*. Il denominatore è la somma della carta prodotta e trasformata negli stabilimenti del Gruppo. Non inserite a denominatore le produzioni del settore skin care. Si precisa che la metodologia di predisposizione delle informazioni di sostenibilità è stata oggetto di modifica. In particolare, il dato delle emissioni di Scopo 1 e di Scopo 2 per gli esercizi 2023 e 2024 è stato modificato rispetto all'anno precedente. Per maggiori dettagli si veda la nota precedente. Conseguentemente, è stato rivisto anche il dato relativo all'intensità emissiva. Al fine di garantire la comparabilità dei dati, il valore dell'intensità emissiva pari a 387,53 $kgCO_2e$ per tonnellate di carta prodotta e trasformata, precedentemente rendicontato al 31 dicembre 2024, è stato rideterminato in 385,85 $kgCO_2e$ per tonnellate di carta prodotta e trasformata, evidenziando una diminuzione pari a 0,4%. Analogamente, il valore pari a 401,27 $kgCO_2e$ per tonnellata di carta prodotta e trasformata, precedentemente rendicontato al 31 dicembre 2023, è stato rideterminato in 401,71 $kgCO_2e$ per tonnellata di carta prodotta e trasformata, evidenziando una diminuzione pari a +0,11%.

3.8 LOGISTICA

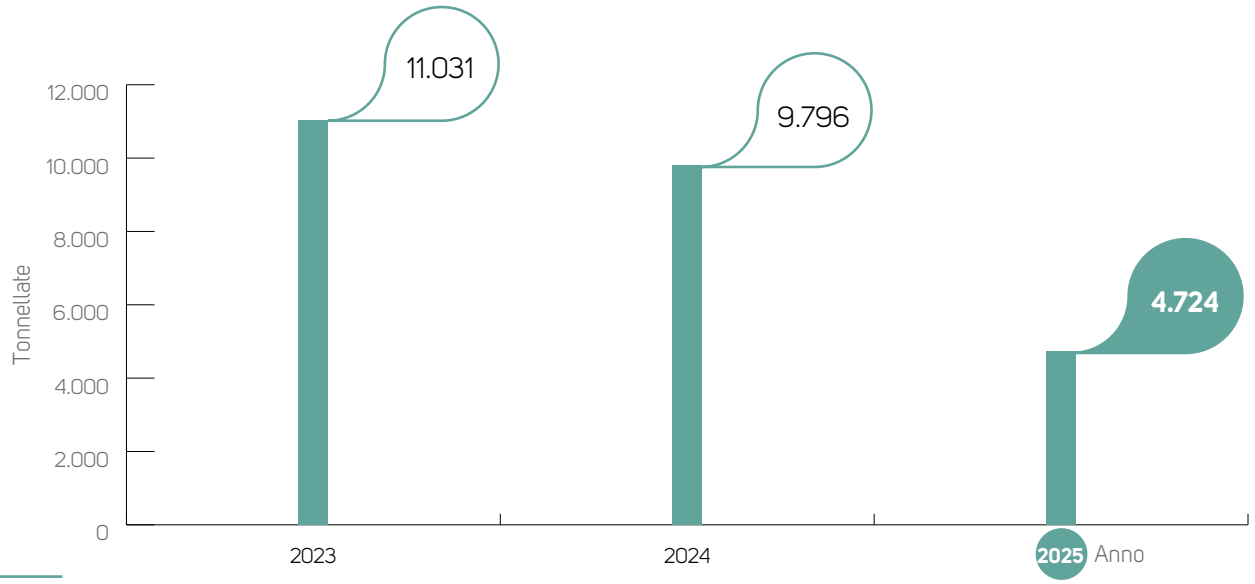
MOBILITÀ SOSTENIBILE

Anche nel 2025 è proseguito il progetto "**Mobilità Sostenibile: trasferimento trasporto materie prime da gomma a rotaia**", presentato nel 2015, il cui obiettivo è quello di utilizzare la rete ferroviaria per ridurre significativamente il trasporto su strada di materia prima e prodotto finito. Il progetto interessa lo stabilimento di Borgo a Mozzano, che dispone di uno scalo ferroviario interno già utilizzato da anni, e lo stabilimento di Castelnuovo di Garfagnana.

Lucart ha stipulato un accordo nell'aprile del 2019 con il Comune di Castelnuovo di Garfagnana, con la Regione Toscana e con RFI per il ripristino dello scalo ferroviario. I lavori sono attualmente in corso.

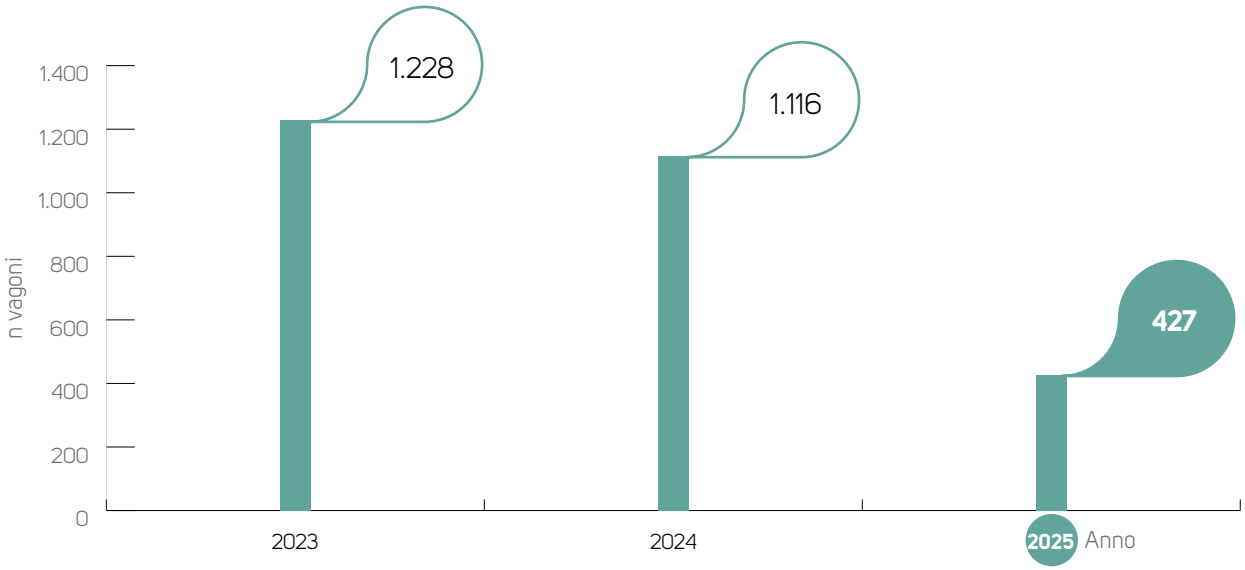
Il numero di tonnellate di prodotto finito (incluso il semilavorato) trasportate nell'anno appena trascorso ha risentito ulteriormente del peggioramento nella qualità del servizio offerto che ha spinto l'Azienda a ricorrere maggiormente al trasporto tradizionale per poter garantire le forniture nei tempi concordati con i clienti. La tendenza ormai evidenziata è di netta diminuzione nell'utilizzo di tale mezzo di trasporto. Ciò nonostante, l'utilizzo del treno ha comunque permesso di evitare l'emissione di **280 tCO_2e** in atmosfera nel corso del 2025. Nel calcolo sono state incluse le tonnellate di prodotto finito e semilavorato consegnate per mezzo rotaia da una piattaforma esterna. Nel calcolo sono state incluse le tonnellate di prodotto finito e semilavorato consegnate per mezzo rotaia da una piattaforma esterna.

TONNELLATE TRASPORTATE SU ROTAIA (t)





TOTALE VAGONI IMPIEGATI (n)



BEST PRACTICE

RIDUZIONE del 95% di tCO_2e per il trasporto di merci da e per il Centro Logistico di Altopascio con mezzi alimentati a BIO-LNG rispetto EURO VI. L'Azienda nel 2023 ha attivato un nuovo progetto finalizzato alla sostituzione del LNG (Gas Naturale Liquido) con BIO-LNG (Gas Naturale Liquido generato dal processo di recupero di liquame suino e sottoprodotti di origine animale) in collaborazione con il provider del servizio di navettaggio da e per il Centro Logistico di Altopascio. Nell'anno appena trascorso il progetto è continuato e il 100% dei viaggi effettuati da e verso l'HUB di Altopascio sono stati eseguiti con mezzi alimentati a BIO-LNG. Questi viaggi hanno evitato l'immissione in atmosfera di **137,9** tCO_2e (BIO-LNG vs EURO VI).

OBIETTIVO DI **Miglioramento**
AZZERAMENTO delle emissioni di particolato



3.9 GESTIONE DEI RIFIUTI

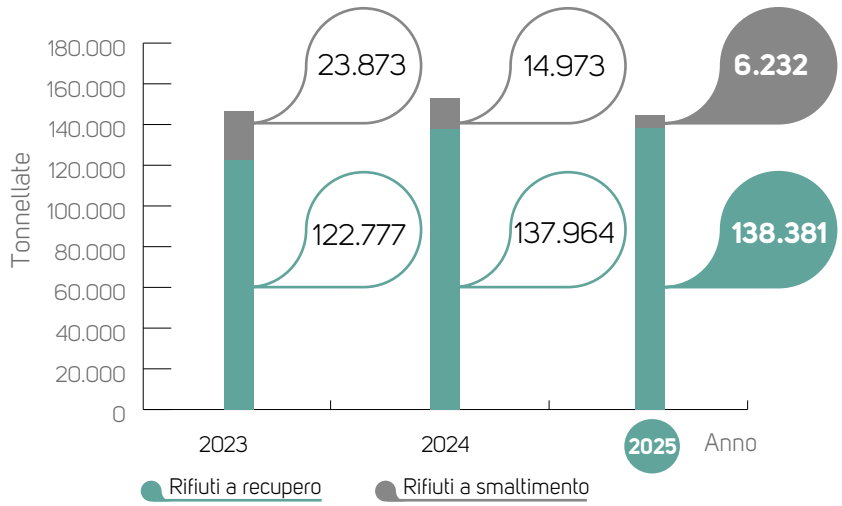
Gli scarti di un impianto di produzione della carta sono costituiti principalmente dagli scarti pulper e dai fanghi di cartiera, direttamente derivanti dal processo di produzione della carta e da recupero delle acque di processo.

Altri rifiuti sono generati dalle attività di trasformazione della carta (scarti di imballaggi) e dalle attività ausiliarie (principalmente manutenzione e logistica interna).

BEST PRACTICE

Il Gruppo a partire dal 2023 ha istituito il **Comitato Gestione e Sviluppo Circolare** al fine di supportare l'individuazione delle più virtuose modalità di gestione dei residui e rifiuti generati negli stabilimenti e delle più virtuose modalità di gestione della risorsa idrica.
Il comitato è composto da EHS Manager, CEO, CFO, COO, CTO, Sustainability Program Sr. Advisor, Chief Sustainable Supply Officer, Group Waste and Water Management & Strategic Project Engineer, Plant manager Borgo a Mozzano e Porcari.
Il Comitato è aggiornato sulla gestione dei rifiuti e dei residui industriali e della risorsa idrica; monitora lo stato di avanzamento di nuovi progetti di ricerca o industriali finalizzati alla massimizzazione del recupero dei rifiuti, valorizzazione dei residui come sottoprodotti e riduzione dei consumi specifici della risorsa idrica; esamina le dinamiche di mercato e le novità normative a esse correlate, in linea con le strategie di sviluppo circolare dell'Azienda.

RIFIUTI PRODOTTI [54]



Rispetto al 2025, la produzione di rifiuti per tonnellata di carta prodotta si è ridotta del 3%. Nel 2025, risulta in aumento **+6,1 %** la percentuale di rifiuti avviata a recupero (pari al 95,7%[53]). Si registra pertanto un ulteriore miglioramento rispetto a quanto raggiunto nel 2024, dato da un primo consolidamento dei nuovi canali di recupero individuati. Sulla base di questo risultato possiamo confermare, in anticipo, il raggiungimento dell'obiettivo previsto al 2030. In un panorama che vede per le attività di recupero un numero ancora limitato di impianti di destinazione disponibili, l'obiettivo sarà quello di mantenerli attivi per limitare oscillazioni sul risultato raggiunto che non possiamo escludere per i prossimi anni.

BEST PERFORMANCE

Nello stabilimento di Borgo a Mozzano:

si segnala un ulteriore aumento dello scarto pulper e fanghi inviati a operazioni di recupero **99%** nel 2025 vs. 96% nel 2024 si segnala che nel 2025 solo il 2% dei fanghi è stato avviato a operazioni di smaltimento

Nello stabilimento di Porcari:

si segnala un ulteriore aumento dello scarto pulper e fanghi inviati a operazioni di recupero **97%** nel 2025 vs. 97% nel 2024 si segnala che nel 2025 solo il 3,7% dei fanghi è stato avviato a operazioni di smaltimento

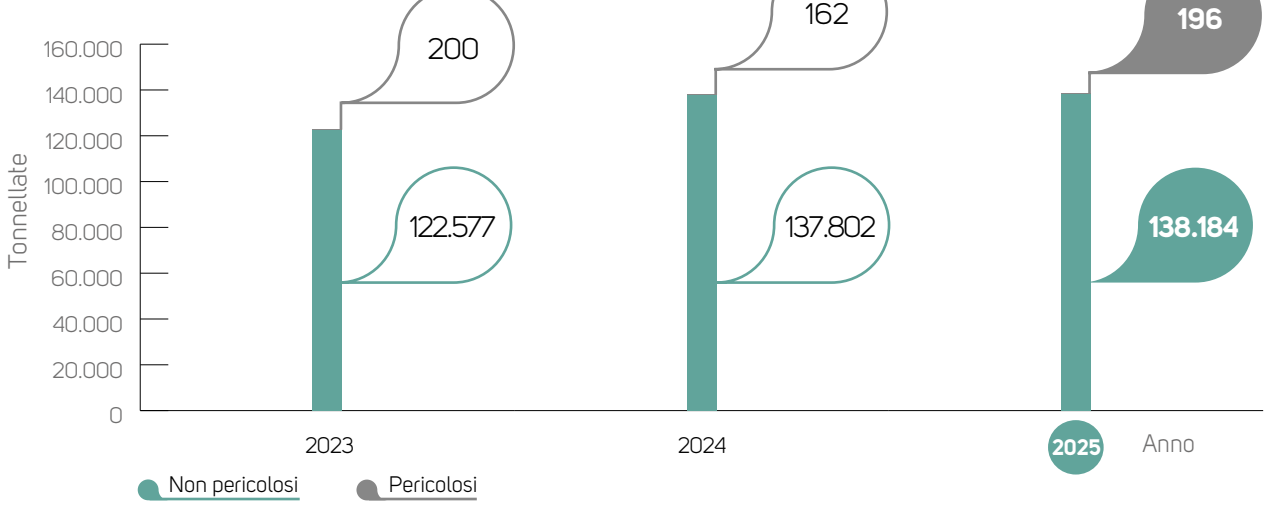
Nello stabilimento di Laval-sur-Vologne:

si segnala un importante aumento dello scarto pulper avviato a operazioni di recupero, **95%** nel 2025 vs. 59% nel 2024

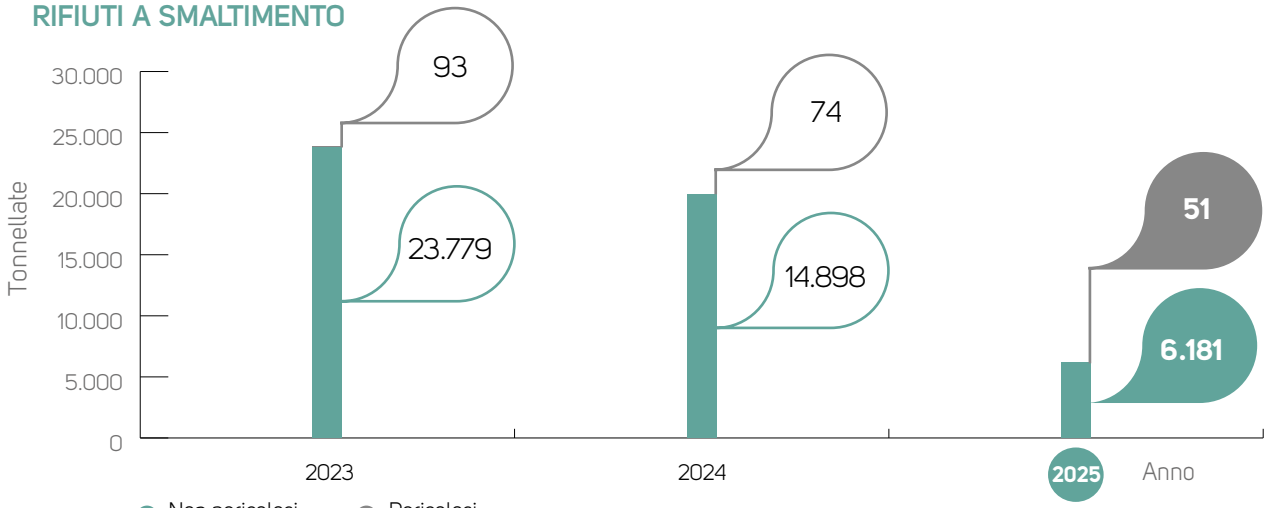
[53] Nel calcolo dei rifiuti avviati a operazioni di recupero - per coerenza con le modalità di monitoraggio interne all'azienda – è stata conteggiata anche la quota parte di rifiuti avviata all'operazione di recupero energetico (R1). Includendo l'operazione R1 nelle operazioni di smaltimento, secondo quanto richiesto dal GRI 306-4,5, si evidenzia ugualmente un incremento dei rifiuti avviati a recupero da parte di Lucart nel 2025 pari al +4,3% (90,7% rifiuti avviati a recupero di materia nell'anno di rendicontazione; nel 2024, secondo GRI 306-4,5, la percentuale risultava pari all'87,0%).

[54] Si ricorda che i rifiuti sono espressi tal quale e non al secco.

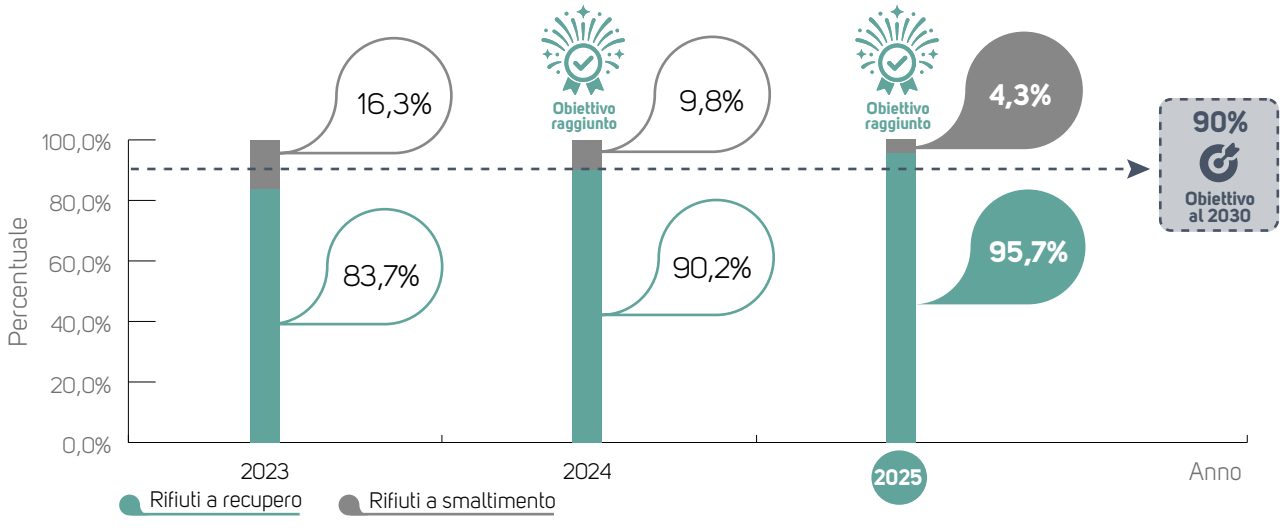
RIFIUTI A RECUPERO



RIFIUTI A SMALTIMENTO



RIFIUTI PRODOTTI - OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO



RIFIUTI PRODOTTI PER CATEGORIA

	CATEGORIA E COMPOSIZIONE DEI RIFIUTI	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI A RECUPERO	RIFIUTI A RECUPERO (ESCLUSO R1) [55]	RIFIUTI A SMALTIMENTO	RIFIUTI A SMALTIMENTO (INCLUSO R1) [56]
3	RIFIUTI DELLA LAVORAZIONE DEL LEGNO E DELLA PRODUZIONE DI PANNELLI, MOBILI, POLPA, CARTA E CARTONE	135.734,20	130.755,50	123.612,60	4.978,70	12.121,60
7	RIFIUTI DEI PROCESSI CHIMICI ORGANICI	188,5	188,5	188,5	0	0
8	RIFIUTI DELLA PRODUZIONE, FORMULAZIONE, FORNITURA E USO DI RIVESTIMENTI (PITTURE, VERNICI E SMALTI VETRATI), ADESIVI, SIGILLANTI E INCHIOSTRI PER STAMPA	1031,5	16,2	16,2	1.015,30	1.015,30
10	RIFIUTI PROVENIENTI DA PROCESSI TERMICI	0,46	0,12	0,12	0,34	0,34
12	RIFIUTI PRODOTTI DALLA SAGOMATURA E DAL TRATTAMENTO FISICO E MECCANICO SUPERFICIALE DI METALLI E PLASTICA	526,6	510,1	510,1	16,5	16,5
13	OLI ESAURITI E RESIDUI DI COMBUSTIBILI LIQUIDI	38,7	28,1	28,1	10,6	10,6
14	SOLVENTI ORGANICI, REFRIGERANTI E PROPELLENTI DI SCARTO	0,2	0,2	0,2	0	0
15	RIFIUTI DI IMBALLAGGIO, ASSORBENTI, STRACCI, MATERIALI FILTRANTI E INDUMENTI PROTETTIVI	3.968,20	3.965,30	3.939,70	2,9	28,5
16	RIFIUTI NON SPECIFICATI ALTRIMENTI	254,6	216,8	216,8	37,8	37,8
17	RIFIUTI DALLE ATTIVITÀ DI COSTRUZIONE E DEMOLIZIONE	673,1	667,9	667,9	5,2	5,2
19	RIFIUTI PRODOTTI DA IMPIANTI DI TRATTAMENTO DEI RIFIUTI, IMPIANTI DI TRATTAMENTO DELLE ACQUE REFLUE FUORI SITO, NONCHÉ DALLA POTABILIZZAZIONE DELL'ACQUA E DALLA SUA PREPARAZIONE PER USO INDUSTRIALE	316,3	303,5	303,5	12,8	12,8
20	RIFIUTI URBANI (RIFIUTI DOMESTICI E ASSIMILABILI PRODOTTI DA ATTIVITÀ COMMERCIALI E INDUSTRIALI NONCHÉ DALLE ISTITUZIONI) INCLUSI I RIFIUTI DELLA RACCOLTA DIFFERENZIATA	1880,3	1.728,50	1.687,60	151,9	192,7
TOTALE		**144.612,60**	**138.380,70**	**131.171,40**	**6.231,80**	**13.441,20**
			95,70%	**90,70**	**4,30%**	**9,30%**

[55] Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

[56] Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

DETTAGLIO GESTIONE FINE-VITA RIFIUTI PRODOTTI A LIVELLO DI GRUPPO

OPERAZIONE RECUPERO (R) O SMALTIMENTO (D)		% RISPETTO AL TOTALE RIFIUTI GENERATO
R1	UTILIZZAZIONE PRINCIPALE COME COMBUSTIBILE O ALTRO MEZZO PER PRODURRE ENERGIA	4,99%
R3	RICICLO/RECUPERO DELLE SOSTANZE ORGANICHE NON UTILIZZATE COME SOLVENTI (COMPRESE LE OPERAZIONI DI COMPOSTAGGIO E ALTRE TRASFORMAZIONI BIOLOGICHE)	44,66%
R4	RICICLO/RECUPERO DEI METALLI O DEI COMPOSTI METALLICI	0,21%
R5	RICICLO/RECUPERO DI ALTRE SOSTANZE INORGANICHE	1,03%
R9	RIGENERAZIONE O ALTRI REIMPIEGHI DEGLI OLI	0,002%
R10	SPANDIMENTO SUL SUOLO A BENEFICIO DELL'AGRICOLTURA	6,05%
R12	SCAMBIO DI RIFIUTI PER SOTTOPORLI A UNA DELLE OPERAZIONI INDICATE DA R1 A R11	5,41%
R13	MESSA IN RISERVA DI RIFIUTI PER SOTTOPORLI A UNA DELLE OPERAZIONI INDICATE NEI PUNTI DA R1 A R12 (ESCLUSO IL DEPOSITO TEMPORANEO, PRIMA DELLA RACCOLTA, NEL LUOGO IN CUI SONO PRODOTTI)	33,35%
D5	MESSA IN DISCARICA SPECIALMENTE ALLESTITA (A ESEMPIO SISTEMATIZZAZIONE IN ALVEOLI STAGNI SEPARATI, RICOPERTI O ISOLATI GLI UNI DAGLI ALTRI E DALL'AMBIENTE)	2,52%
D9	TRATTAMENTO FISICO-CHIMICO NON SPECIFICATO ALTROVE NEL PRESENTE ALLEGATO CHE DIA ORIGINE A COMPOSTI O A MISCUGLI ELIMINATI SECONDO UNO DEI PROCEDIMENTI ELENCATI NEI PUNTI DA D1 A D12 (A ESEMPIO EVAPORAZIONE, ESSICCAZIONE, CALCINAZIONE, ECC.)	1,73%
D10	INCENERIMENTO A TERRA	0,0007%
D13	RAGGRUPPAMENTO PRELIMINARE PRIMA DI UNA DELLE OPERAZIONI DI CUI AI PUNTI DA D1 A D12	0,03%
D15	DEPOSITO PRELIMINARE PRIMA DI UNA DELLE OPERAZIONI DI CUI AI PUNTI DA D1 A D14 (ESCLUSO IL DEPOSITO TEMPORANEO, PRIMA DELLA RACCOLTA, NEL LUOGO IN CUI SONO PRODOTTI)	0,02%

RIFIUTI TIPICI DEL SETTORE CARTARIO

	RIFIUTI PRODOTTI	RIFIUTI A RECUPERO	RIFIUTI A RECUPERO (ESCLUSO R1) [57]	RIFIUTI A SMALTIMENTO	RIFIUTI A SMALTIMENTO (INCLUSO R1) [58]
RIFIUTI TIPICI DEL SETTORE CARTARIO	135.734	130.756	123.613	4.979	12.122
ALTRI RIFIUTI	8.878	7.625	7.559	1.253	1.320
TOTALE	**144.613**	**138.381**	**131.171**	**6.232**	**13.441**

I rifiuti tipici del settore cartario sono quelli identificati dalle prime due cifre 03 del Catalogo Europeo dei Rifiuti (CER) di cui alla Decisione della Commissione Europea 2000/532/CE e successive modifiche e integrazioni.[59]

[57] Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

[58] Secondo quanto richiesto da GRI 306 – 4,5.

[59] Nel calcolo dei rifiuti avviati a operazioni di recupero - per coerenza con le modalità di monitoraggio interne all'azienda – è stata conteggiata anche la quota parte di rifiuti avviata all'operazione di recupero energetico (R1).

3.10 BILANCIO QUANTITATIVO FINALE

	Unità di misura	2023	2024	2025
PRODUZIONE TOTALE				
Cartiera	t	343.237	361.827	**353.181**
Cartotecnica	t	261.591	275.152	**270.969**
RISORSE IDRICHE				
Acqua per tonnellata di carta prodotta	m^3/t	9,48	9,43	**9,38**
RISORSE ENERGETICHE				
Intensità energetica	Gj/t	7,23	7,07	**7,18**
EMISSIONI IN ATMOSFERA				
Intensità emissioni di CO_2e	Kg CO_2e/t	403,75	387,32	**370,47**
RIFIUTI				
Rifiuti prodotti per tonnellata di carta prodotta	t/t	0,242	0,240	**0,232**
Percentuale rifiuti a smaltimento sul totale dei rifiuti prodotti	%	16,28	9,79	**4,31**
Percentuale rifiuti a smaltimento sul totale dei rifiuti prodotti (incluso R1)[60]	%	19,87	13,03	**9,29**
MOVIMENTAZIONE SU ROTAIA				
Totale tonnellate trasportate su rotaia	t	11.031	9.796	**4.724**
SETTORE SKIN CARE				
Produzione Totale	t	6.323	6.829	**5.935**
Consumo totale Acqua	m^3	6.130	6.542	**5.785**
Consumo specifico acqua	m^3/t	0,97	0,96	**0,97**

[60] Secondo standard GRI 306-4,5.

TABELLE RIEPILOGATIVE

LUCART
SHARING THE FUTURE

NOTA METODOLOGICA

Lucart presenta, per il ventunesimo anno consecutivo, il proprio Rapporto di Sostenibilità, con l'obiettivo di evidenziare le informazioni economiche, ambientali e sociali, oltre agli impegni e gli obiettivi di miglioramento dell'Azienda rivolti a tutti gli stakeholder di riferimento.

Il presente Rapporto di Sostenibilità è stato redatto su base volontaria, pubblicato con periodicità annuale e realizzato in conformità agli standard GRI (Global Reporting Initiative).

Il periodo di rendicontazione analizzato copre l'intervallo di tempo compreso tra il **1° gennaio 2025** e il **31 dicembre 2025**. L'elenco puntuale dei GRI Standards presenti nel testo è sintetizzato all'interno del Content Index in coda al documento.

I**l Rapporto prende in considerazione Lucart S.p.A. e le seguenti società da essa controllate**: Lucart SAS, Lucart Tissue & Soap S.L.U., Lucart Deutschland GmbH, Lucart Kft., Lucart Hygiene Ltd. e Circular Shield D.o.o. Nel Rapporto si fa riferimento all'**insieme delle società** con la denominazione di **Gruppo** o Gruppo Lucart.

Rispetto al precedente report, il perimetro si è ampliato a seguito dell'acquisizione da parte di Lucart del 70% di Cartindustria Eurocarta S.r.l., avvenuta il 1° dicembre 2025.

Poiché l'ingresso di Cartindustria Eurocarta nel Gruppo è avvenuto a fine esercizio, per il 2025 sono stati inclusi esclusivamente i dati economici dell'azienda, ritenuti gli unici elementi significativi disponibili ai fini della rendicontazione di sostenibilità. I dati ambientali e sociali completi saranno rendicontati a partire dall'esercizio successivo, una volta integrati nei sistemi di raccolta informativa del Gruppo.

Un'ulteriore novità riguarda la holding di partecipazione del Gruppo, Pasfin S.p.A., che dal 2025 non è più considerata come entità autonoma, essendo stata integralmente assorbita nel perimetro di Lucart mediante fusione inversa per incorporazione.

Nel testo viene messo in evidenza quando un dato è riferito al Gruppo oppure a una o più Società facenti parte di Lucart. Si precisa che la Slovenia – Circular Shield d.o.o. e la Germania – Lucart Deutschland GmbH non sono state incluse nel perimetro dei dati ambientali né nei dati relativi agli infortuni, in quanto trattasi di filiali con attività esclusivamente commerciale.

Il Rapporto contiene informazioni di carattere qualitativo e quantitativo relative ai temi considerati "materiali" per Lucart e per i suoi stakeholder, e individuati attraverso la realizzazione di un'analisi di materialità. I dati sono stati calcolati in modo puntuale sulla base delle risultanze della contabilità generale e degli altri sistemi informativi utilizzati. Nello specifico, i dati e le informazioni presenti all'interno del documento sono stati raccolti dai referenti delle funzioni aziendali coinvolte, attraverso schede di raccolta dati compilate con i dati estratti dai sistemi informatici o da altri strumenti di lavoro utilizzati dalle Società.

I dati relativi ai periodi precedenti sono riportati - quando disponibili - nel Rapporto di Sostenibilità a fini comparativi, per consentire agli stakeholder una valutazione sull'andamento delle attività nel tempo. All'interno del presente Bilancio di Sostenibilità, tutte le modifiche o revisioni delle informazioni quantitative e qualitative rispetto alle rendicontazioni precedenti sono specificamente descritte nelle sezioni tematiche dedicate. Per garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime e limitazioni di perimetro, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Lucart, a ottobre 2025, ha ottenuto la convalida da parte della Science Based Targets initiative (SBTi) dei propri obiettivi di riduzione delle emissioni a breve termine. Tali obiettivi definiscono un piano di decarbonizzazione esteso all'intero perimetro aziendale e alla catena del valore, includendo le emissioni di Scope 1, Scope 2 e Scope 3 legate a combustibili ed energia. Si evidenzia tuttavia che, per l'annualità 2025, le emissioni di Scope 3 non sono oggetto di rendicontazione, in quanto il relativo processo di calcolo è ancora in fase di affinamento.

Il presente documento è stato redatto dal Team Comunicazione Corporate e dal Team Sostenibilità, i quali hanno raccolto i dati riportati coinvolgendo tutte le funzioni direttive interessate.

Il presente Rapporto di Sostenibilità è stato sottoposto alla successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione di Lucart in data 8 maggio 2026. Al fine di migliorare l'efficacia del processo di rendicontazione e garantire a tutti gli stakeholder l'affidabilità delle informazioni riportate, il Rapporto di Sostenibilità 2025 è stato sottoposto a revisione limitata da parte di PricewaterhouseCoopers Business Services S.r.l. Tale attività si è conclusa con il rilascio della "Relazione della società di revisione indipendente sul bilancio di sostenibilità 2025". La relazione, riportata nella sezione finale del documento, descrive i principi adottati, le attività svolte e le relative conclusioni.

Per ulteriori informazioni sui dati, è possibile contattare il seguente indirizzo email:
communication@lucartgroup.com

ANALISI DEGLI IMPATTI CORRELATI AI TEMI MATERIALI

TEMA MATERIALE	IMPATTI	NEGATIVO/ POSITIVO	ATTUALE/ POTENZIALE	STAKEHOLDER IMPATTATO
CONTRASTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI	Produzione di emissioni di GHG direttamente o indirettamente da processi e sviluppo di prodotti	Negativo	Attuale	Comunità locale Azionisti e finanziatori Fornitori
	Uso di energia per i processi produttivi	Negativo	Attuale	Comunità locale
	Uso di una percentuale sempre maggiore di risorse energetiche da fonti rinnovabili	Positivo	Attuale	Comunità locale
PREVENZIONE DELL'INQUINAMENTO	Generazione di emissioni in aria di sostanze quali NOx, SOx COV, PM, ecc.	Negativo	Attuale	Comunità locale
GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA	Prelievo e un consumo significativo d'acqua da siti a elevato stress idrico	Negativo	Attuale	Comunità locale
	Impatti per scarichi reflui post trattamento	Negativo	Attuale	Comunità locale
	Depauperamento in termini di qualità della risorsa idrica utilizzata per i processi produttivi e rilasciata in ambiente	Negativo	Attuale	Comunità locale
SFRUTTAMENTO E DIPENDENZE DAI SERVIZI ECOSISTEMICI	Impatto sulle aree forestali lungo la filiera in termini di deforestazione	Negativo	Potenziale	Comunità locale (nella filiera) Fornitori
USO CIRCOLARE DELLE RISORSE	Generazione di rifiuti non riciclabili e quindi destinati a smaltimento in discarica o incenerimento	Negativo	Attuale	Comunità locale
	Consumo di risorse naturali non rinnovabili o depauperamento delle risorse naturali rinnovabili	Negativo	Attuale	Comunità locale
	Messa in opera di pratiche di riciclo dei materiali innovative ed efficaci	Positivo	Attuale	Comunità locale Clienti e consumatori finali Partner strategici per la circolarità
SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	Infortuni tra i lavoratori tramite una gestione inadeguata di comunicazione, formazione, politiche e procedure in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Negativo	Attuale	Dipendenti
	Danno alla salute dei lavoratori tramite una gestione inadeguata di comunicazione, formazione, politiche e procedure in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Negativo	Potenziale	Dipendenti
SVILUPPO E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO	Accrescimento delle competenze dei collaboratori mediante percorsi di formazione e sviluppo legati alla professione e/o ad altre competenze trasversali	Positivo	Potenziale	Dipendenti
SOSTEGNO DELLE COMUNITÀ LOCALI	Arricchimento e sviluppo socioeconomico del territorio mediante progettualità a beneficio delle comunità locali in termini di diritti civili e/o politici, accesso a risorse, infrastruttura, ecc.	Positivo	Attuale	Comunità locale
	Arricchimento e sviluppo socioeconomico del territorio mediante l'approvvigionamento da fornitori locali e l'offerta di opportunità di lavoro di qualità alla comunità locale	Positivo	Attuale	Comunità locale
TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI AI CONSUMATORI FINALI	Trasparenza delle informazioni sulla filiera e sul processo produttivo	Positivo	Attuale	Clienti e consumatori finali
GESTIONE DEI RAPPORTI CON I FORNITORI E DIRITTI UMANI NELLA CATENA DEL VALORE	Attività aziendali dirette o indirette in aree dove i temi relativi alla tutela dei diritti delle persone non sono ancora gestiti in modo adeguato	Negativo	Potenziale	Comunità locale (nella filiera) Fornitori
CULTURA D'IMPRESA	Arricchimento della cultura etica d'impresa tra stakeholder interni ed esterni (es. Politica Integrata, Amfori BSCI, ecc.)	Positivo	Attuale	Comunità locale Dipendenti Fornitori Azionisti e finanziatori
	Perdita o gestione inadeguata di dati sensibili Intercompany per il quale trattamento l'azienda è responsabile	Negativo	Potenziale	Dipendenti Fornitori
CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA	Lotta alla corruzione tramite la condotta leale e trasparente del business, l'adozione di strumenti efficaci e un'adeguata sensibilizzazione sul tema	Positivo	Attuale	Comunità locale Dipendenti Fornitori Azionisti e finanziatori

GRI CONTENT INDEX

Dichiarazione d'uso Lucart ha redatto un report in conformità agli Standard GRI per il periodo 01/01/2025 - 31/12/2025

GRI 1 utilizzato GRI 1: Foundation 2021

GRI Sector Standard Non applicabile

TEMA / STANDARD GRI	INFORMATIVA	PAGINA	REQUISITO OMESSO	MOTIVAZIONE	SPIEGAZIONE
		INFORMATIVE GENERALI			
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	2-1 Dettagli dell'organizzazione	25-29, 38-42, 52-53			
	2-2 Entità incluse nel perimetro di rendicontazione	126			
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e contatto di riferimento	126			
	2-4 Aggiornamento delle informazioni	126			
	2-5 Assurance esterna	133			
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	6-7, 36-37, 43-46			
	2-7 Dipendenti	70-76			
	2-8 Lavoratori che non sono dipendenti	70-76			
	2-9 Governance e composizione degli organi di governo	52-53			
	2-10 Nomina e selezione degli organi di governo	52-53			
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	52-53			
	2-12 Ruolo del più alto organo di governo nella gestione degli impatti	18-19			
	2-13 Delega delle responsabilità nella gestione degli impatti	52-53, 18			
	2-14 Ruolo del più alto organo di governo nella rendicontazione della sostenibilità	52-53			
	2-15 Conflitti d'interesse	18-19, 54			
	2-16 Comunicazione delle criticità	54			
	2-17 Competenze del più alto organo di governo	52-53			
	2-18 Valutazione delle performance del più alto organo di governo	Non sono ad oggi attive procedure formali di valutazione delle performance dell'alto organo di governo			
	2-19 Politiche retributive	Non sono ad oggi attive politiche formalizzate sulla retribuzione degli organi di governo e degli alti dirigenti			
	2-20 Processo per determinare la retribuzione	Non sono ad oggi attive procedure formali per la determinazione della retribuzione			

TEMA / STANDARD GRI	INFORMATIVA	PAGINA	REQUISITO OMESSO	MOTIVAZIONE	SPIEGAZIONE
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021	2-21 Tasso della retribuzione annua totale	67-69			
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	3, 10			
	2-23 Impegni strategici	10, 55-56, 66			
	2-24 Attuazione degli impegni strategici	12-15, 47-51, 55-56			
	2-25 Processi per rimediare agli impatti negativi	18-19			
	2-26 Meccanismi per richiedere consulenza e sollevare interesse	92-97			
	2-27 Conformità alle leggi e regolamentazioni	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi significativi di non conformità né sono state pagate sanzioni per inottemperanza a leggi e regolamenti.			
	2-28 Associazioni di appartenenza	87-88			
	2-29 Approccio allo stakeholder engagement	18-19, 79-91			
	2-30 Accordi di contrattazione collettiva	87			
TEMI MATERIALI					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	18-19			
	3-2 Elenco dei temi materiali	18-19			
TRASPARENZA DELLE INFORMAZIONI AI CONSUMATORI FINALI					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	47-48, 66, 79-91			
GRI 417: MARKETING ED ETICHETTATURA 2016	417-1 Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	47-48 Le informazioni riportate sulle etichettature del prodotto sono conformi a quanto previsto dalle legislazioni nazionali di riferimento			
CULTURA D'IMPRESA					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	25-57, 66-92			
GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICHE 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	6-7			
GRI 202: PRESENZA SUL MERCATO 2016	202-2 Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale	70-76			
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016	203-1 Investimenti infrastrutturali e investimenti finanziati	6-7, 79-91			
GRI 418: PRIVACY DEL CLIENTE 2016	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel periodo di rendicontazione non si sono verificati casi di violazione della privacy dei clienti			
CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	25-57			
GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016	205-2 Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	55-56, 70-76			

TEMA / STANDARD GRI	INFORMATIVA	PAGINA	REQUISITO OMESSO	MOTIVAZIONE	SPIEGAZIONE
SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	47-48, 52-53, 77-91			
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	77-78			
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	77-78			
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	77-78			
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	77-78			
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	67-69, 77-78			
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	77-78			
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	77-78			
	403-9 Infortuni sul lavoro	77-78			
SVILUPPO E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	66-69, 70-76			
GRI 401: OCCUPAZIONE	401-1 Nuove assunzioni e turnover	70-76			
	401-3 Congedo parentale	70-76			
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	70-76			
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	67-69			
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	67-69			
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016	405-1 Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	52-53, 70-76			
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE 2016	406-1 Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Nel periodo di rendicontazione non sono stati segnalati casi di discriminazione			
SOSTEGNO ALLA COMUNITÀ LOCALE					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	79-91			
GRI 413: COMUNITÀ LOCALI 2016	413-1 Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	79-91			

TEMA / STANDARD GRI	INFORMATIVA	PAGINA	REQUISITO OMESSO	MOTIVAZIONE	SPIEGAZIONE
GESTIONE DEI RAPPORTI CON I FORNITORI E DIRITTI UMANI NELLA CATENA DEL VALORE					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	25-57, 79-91, 103-105			
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO 2016	204-1 Proporzione di spesa verso fornitori locali	15, 85			
CONTRASTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	47-48, 52-53,100-102,112-119			
GRI 302: ENERGIA 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	112-115			
	302-3 Intensità energetica	112-115, 124			
	302-4 Riduzione del consumo di energia	112-115			
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	116-117			
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	116-117			
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	-	305-3 a-g	Non disponibile	Alla data di rendicontazione, la Società ha definito obiettivi di riduzione delle emissioni Scope 3 in linea con la Science Based Targets initiative (SBTi). La Società sta rafforzando i processi di raccolta dati lungo la catena del valore al fine di raggiungere una quantificazione completa e affidabile delle emissioni Scope 3 ai sensi del GRI 305-3
GRI 305: EMISSIONI 2016	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	116-117			
	305-5 Riduzione delle emissioni di GHG	116-117			
PREVENZIONE DELL'INQUINAMENTO					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	47-48, 52-53, 100, 116-117			
INDICATORE QUALITATIVO AZIENDALE	Adozione delle best available technologies per la prevenzione e riduzione dell'inquinamento (BAT)	116-117			
USO CIRCOLARE DELLE RISORSE					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	47-48, 49-53, 100, 103-107, 120-123			
GRI 301: MATERIALI 2016	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	104-105			
GRI 306: RIFIUTI 2020	306-2 Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	49-51			
	306-3 Rifiuti prodotti	120-123			
	306-4 Rifiuti non destinati a smaltimento	120-123			
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	120-123			

TEMA / STANDARD GRI	INFORMATIVA	PAGINA	REQUISITO OMESSO	MOTIVAZIONE	SPIEGAZIONE
SFRUTTAMENTO E DIPENDENZE DAI SERVIZI ECOSISTEMICI					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	49-53, 100, 103-105			
GRI 301: MATERIALI 2016	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	6-7, 49-51, 103-105			

GESTIONE DELLA RISORSA IDRICA					
GRI 3: TEMI MATERIALI 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	47-48, 52-53, 100-102, 108-111			
GRI 303: ACQUA E SCARICHI IDRICI 2018	303-1 Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	108-111			
	303-2 Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	108-111			
	303-3 Prelievo idrico	108-111			
	303-4 Scarico di acqua	108-111			
	303-5 Consumo di acqua	108-111			

Relazione del practitioner indipendente sul bilancio di sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione di Lucart SpA

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato (limited assurance engagement) del bilancio di sostenibilità di Lucart SpA (di seguito "Società") e delle sue controllate (di seguito anche "Gruppo" o "Gruppo Lucart") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025.

Responsabilità degli amministratori per il bilancio di sostenibilità

Gli amministratori di Lucart SpA sono responsabili per la redazione del bilancio di sostenibilità in conformità ai Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards definiti dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), come descritto nella sezione "Nota metodologica" del bilancio di sostenibilità.

Gli amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo Lucart in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della nostra società e gestione della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (incluso International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl

Società a responsabilità limitata a socio unico
Sede legale: **Milano** 20145 Piazza Tre Torri 2 Tel. 02 725091 Cap. Soc. Euro 100.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Reg. Imprese Milano Monza Brianza Lodi 06234620968 – Altri Uffici: **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 080 5640311 Fax 080 5640349 - **Bologna** 40124 Via Luigi Carlo Farini 12 Tel. 051 6186211 - **Bolzano** 39100 Via Alessandro Volta 13A Tel. 0471 066650 - **Brescia** 25121 Viale Duca d'Aosta 28 Tel. 030 3697501 - **Cagliari** 09125 Viale Diaz 29 Tel. 070 6848774 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 055 2482811 Fax 055 2482899 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 010 29041 - **Napoli** 80121 Via del Mille 16 Tel. 081 36181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049 873431 Fax 049 8734399 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 091 6256313 Fax 091 7829221 | 90139 Via Roma 457 Tel 091 6752111 - **Parma** 43121 in Via Pisacane 1/B Tel. 0521 275911 Fax 0521 781844 – **Pescara** 65127 Piazza Ettore Troilo 8 - **Roma** 00154 Largo Fochetti 29 Tel. 06 6320731 - **Rubano** 35030 Via Belle Putte 36 - **Torino** 10122 Via Santa Maria 11 Tel. 011 5773211 Fax 011 5773299 - **Trento** 38121 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461 237004 Fax 0461 239077 | 38121 Via Adalberto Libera 13 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422 315711 Fax 0422 315798 - **Udine** 33100 Piazza Belloni 9/10 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 045 8283001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl

www.pwc.com/it

La nostra società applica il Principio internazionale sulla gestione della qualità (ISQM Italia 1), che richiede di configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che include direttive e procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della nostra società

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del bilancio di sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nell' International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised (reasonable assurance engagement) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel bilancio di sostenibilità, con riferimento alle modalità di analisi e comprensione del contesto di riferimento, identificazione, valutazione e prioritizzazione degli impatti effettivi e potenziali e alla validazione interna delle risultanze del processo;
2. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Lucart in sintesi" del bilancio di sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
3. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel bilancio di sostenibilità.

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

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

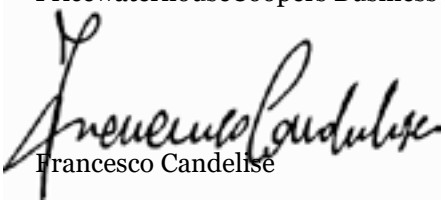
- a livello di capogruppo:
  a. con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel bilancio di sostenibilità, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  b. con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le società Lucart SpA (stabilimento di Borgo a Mozzano – Diecimo) e Lucart SAS, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali su base campionaria circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il bilancio di sostenibilità del Gruppo Lucart relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del bilancio di sostenibilità.

Roma, 25 maggio 2026

PricewaterhouseCoopers Business Services Srl



Francesco Candelise

(Partner)

Firmato digitalmente da:
Francesco Candelise
Data: 25/05/2026 16:26:23

Lucart S.p.A.

SEDE AMMINISTRATIVA E LEGALE:
Via Ciarpi, 77
55016 Porcari (Lucca) Tel. +39 0583 21 40
Fax +39 0583 29 90 51

STABILIMENTI E UFFICI COMMERCIALI:
55016 PORCARI (Lucca)
Via Ciarpi, 77
Tel. +39 0583 21 40

55023 BORGO A MOZZANO (Lucca)
Z.I. Diecimo
Tel. +39 0583 83 701

30020 TORRE DI MOSTO (Venezia)
Via G. Galilei, 4 -Z.I. Tel. +39 0421 31 28 11

55032 CASTELNUOVO DI GARFAGNANA (Lucca)
Via E. Fermi, 13
Tel. +39 0583 64 01

85021 AVIGLIANO (Potenza)
Loc. Serra Ventaruli Tel. +39 0971 70 31 11

CENTRO LOGISTICO:
55011 ALTOPASCIO (Lucca)
Via del Palazzaccio, 56 Tel. +39 0583 83 701

Lucart SAS
F – 88600 Laval-sur-Vologne 10, Rue Maurice Mougeot
BP35 Tel. +33 (0)3 29 55 78 78
Fax +33 (0)3 29 55 78 76

Lucart Kft.
HU – 2536 Nyergesújfalu Iparos utca 1
Tel. +36 33 428 128 // +36 33 428 129
Fax: +36 33 428 130

Lucart Tissue & Soap S.L.U.
E - 48850 Aranguren (Bizkaia) Nicolás María Urgoiti s/n
Tel. +34 946 670 000
Fax +34 946 390 985

Lucart Deutschland GmbH
DE - 60487 Frankfurt Tilsiter Straße 1

Lucart Hygiene Ltd.
UK - WR8 OEF Worcester Blackmore Park Rd, Hanley Swan Tel. +44 (0) 1684 893 797

Cartindustria Eurocarta Srl
Soggetta a direzione e coordinamento di Lucart S.p.A
IT - Via del Centenario, 166
55016 Porcari (Lucca) Tel. +39 0583 211 222

www.lucartgroup.com

Questo documento è proprietà di Lucart. Ogni riproduzione anche se parziale è vietata salvo preventiva autorizzazione scritta.

Progetto grafico
© Corberi Sapori Editori Sas

Fotografia
© Giorgio Leone
© O-Zone
@ Osvaldo Domenici

Stampa
L'Artegrafica srl

Il Team Comunicazione Corporate e il Team Sostenibilità, che hanno curato la redazione del documento, ringraziano tutti i colleghi che hanno attivamente collaborato alla stesura dello stesso e i colleghi che con disponibilità e simpatia hanno partecipato al servizio fotografico.

Documento stampato su carta riciclata "Shiro Echo bianco brillante"



LUCART PROFESSIONAL Velo FATO Tenderly Grazie EcoNatural Tutto Smile

LUCART
SHARING THE FUTURE