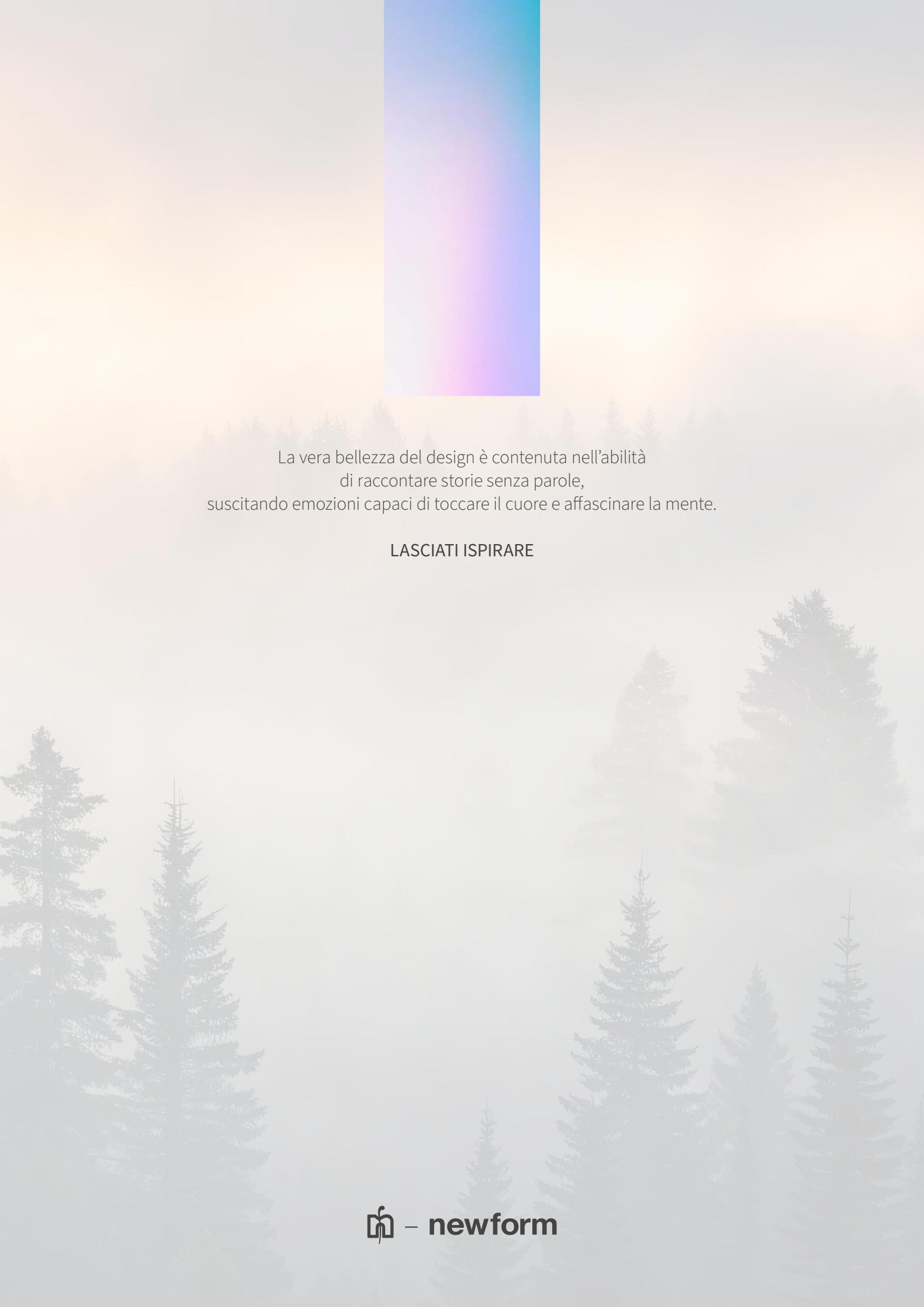


REPORT DI SOSTENIBILITÀ

Good Design: dove l'Etica incontra l'Estetica

2024

 - newform



La vera bellezza del design è contenuta nell'abilità
di raccontare storie senza parole,
suscitando emozioni capaci di toccare il cuore e affascinare la mente.

LASCIATI ISPIRARE

 – newform

40 ANNI DI INNOVAZIONE E TRADIZIONE

– La storia

Fondata nel 1981, oggi Newform, dopo la scomparsa del suo fondatore Tiziano Gessi, è saldamente guidata da Alessandra Gessi, che continua a scrivere la storia di questo successo tutto italiano.



Prima decade (1981-1990)

Newform, fin dalla nascita, lega la sua storia alla tradizione Valsesiana, al suo territorio e ai suoi elementi, primo fra tutti l'acqua, materia prima e ragione di vita dell'azienda stessa che sorge sulle sponde del fiume Sesia.

Da sempre l'azienda vanta una produzione di rubinetti per bagno e cucina completamente made in Italy, dalla fase di progettazione alla realizzazione del prodotto finito. La capacità innovativa di Newform nell'ambito della rubinetteria monoforo e l'attenzione al design, danno vita al rubinetto Igloo, prima serie iconica dell'azienda.

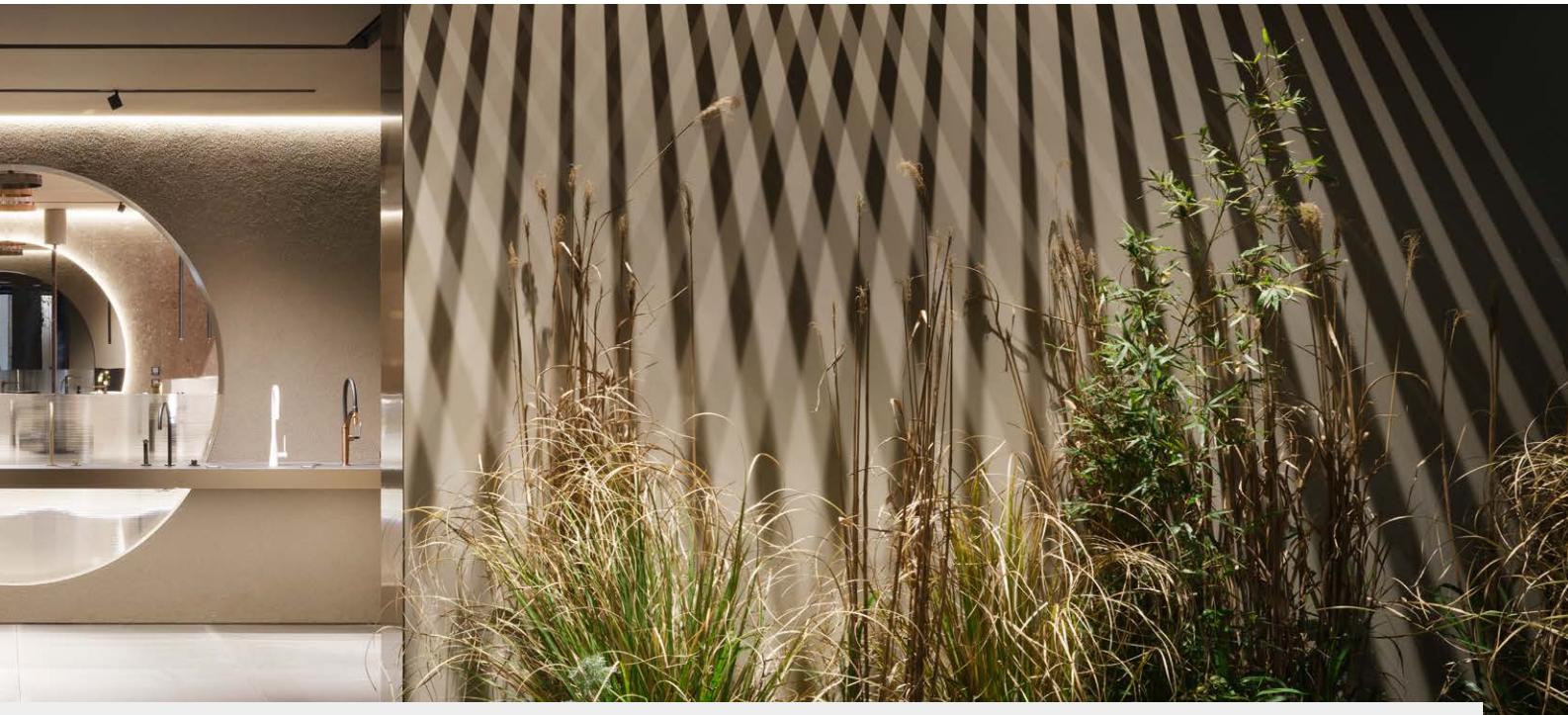


Seconda decade (1991-2000)

Il 1993 segna un'importante tappa nel percorso di crescita dell'azienda, che trasferisce il proprio stabilimento produttivo e gli uffici all'interno di una nuova sede realizzata in cristallo e acciaio, immersa nel paesaggio di Serravalle Sesia, in un equilibrio armonico tra natura e modernità.

L'azienda cresce negli anni fino a diventare una delle grandi protagoniste del settore dell'arredamento cucina e bagno, grazie ad una filosofia distributiva sul territorio italiano e all'estero, che segue una precisa scelta di diffusione selettiva attraverso le formule di vendita che meglio identificano il brand.

In un periodo in cui la rubinetteria si presenta in un'unica finitura, il cromo, Newform, coglie l'opportunità di evolversi e innovare attraverso una gamma di finiture completa, in grado di adattare ogni prodotto alle esigenze stilistiche dei vari ambienti del living.



Terza decade (2001-2010)

Nel 2005 Newform inaugura una delle zone chiave della sua nuova sede: la cupola, che costituisce il nuovo spazio esclusivo in cui l'azienda si riunisce con i propri stakeholder, con i piedi ancorati a terra e lo sguardo rivolto al cielo. Nel nuovo rubinetto Morpho la funzione di regolare e miscelare l'erogazione dell'acqua, anche se tecnicamente perfetta, passa in secondo piano rispetto al carattere predominante della forma e del design, che la rende un successo intramontabile.

Gli investimenti in ambito produttivo hanno sempre giocato un ruolo fondamentale nel raggiungimento dell'eccellenza qualitativa e nel supporto all'innovazione.

La realizzazione di un magazzino d'avanguardia totalmente automatico e la movimentazione del materiale attraverso navette computerizzate rappresentano solo parte di una struttura ad alto valore tecnologico, che affianca e agevola l'insostituibile lavoro manuale dei collaboratori dell'azienda.

A partire dal 2007, anno dell'ottenimento della Certificazione ISO 14001 del Sistema di Gestione Ambientale, prende concretamente forma il percorso dell'azienda verso una maggiore consapevolezza della propria responsabilità ambientale e sociale.



Quarta decade (2011-2020)

Le collezioni proposte in questi anni rappresentano la costante ricerca di nuove soluzioni nell'ambito del design stilistico e tecnologico e rendono evidente la conoscenza tecnica ma anche artigiana di Newform.

L'azienda fa della sostenibilità uno dei propri elementi distintivi e si impegna a migliorare in modo graduale ma costante le proprie prestazioni attraverso una riorganizzazione dei processi finalizzata alla riduzione delle emissioni e una progettazione ecosostenibile, per la realizzazione di prodotti che assicurino un uso razionale dell'acqua e dell'energia.



Quinta decade (2021-oggi)

Attraverso un importante percorso di riflessione strategica progettato al futuro, l'azienda sceglie di ridefinire il posizionamento del brand. Un'evoluzione che si concretizza in strategie di marketing e commerciali mirate, sostenute dal lancio di collezioni innovative di design, che non solo esprimono l'eccellenza estetica, da sempre cifra distintiva di Newform, ma che introducono anche un approccio consapevole al risparmio idrico ed energetico. In questo dialogo armonico tra estetica ed etica, Newform ridefinisce il concetto stesso di abitare: lo spazio diventa esperienza, un luogo in cui immergersi per ritrovare sé stessi e vivere ogni giorno con eleganza, responsabilità e rispetto per le risorse.

MISSIONE

La missione di Newform è progettare e produrre rubinetti innovativi che combinino estetica, funzionalità e sostenibilità, contribuendo alla conservazione delle risorse idriche e al benessere delle generazioni future.

L'azienda persegue una visione etica e responsabile del business, riducendo l'impatto ambientale e promuovendo pratiche sostenibili lungo l'intera catena del valore.

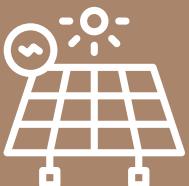


R
I
O
L
O
A
V



1. Conservazione dell'Acqua

Consapevole dell'importanza di una risorsa vitale come l'acqua, Newform adotta tecnologie e soluzioni innovative per garantire l'efficienza idrica senza compromettere le prestazioni dei propri prodotti.



2. Produzione Responsabile

L'azienda adotta processi produttivi a basso impatto ambientale, investendo in tecnologie pulite e in pratiche responsabili di gestione dei rifiuti. In questo percorso, la sostituzione del cromo esavalente con quello trivale rappresenterà un passo fondamentale, anticipando di anni il termine sulla ns. concessione di impiego prevista per il 2030.



3. Responsabilità Sociale

Oltre a garantire il pieno rispetto dei diritti dei lavoratori, l'azienda promuove la formazione continua e l'equilibrio tra vita lavorativa e privata, sostenendo il benessere professionale e personale dei propri collaboratori.





4. Trasparenza e Etica

Newform opera con integrità e trasparenza, comunicando chiaramente i propri principi di sostenibilità e traducendoli in iniziative concrete e autentiche.



5. Collaborazione e Partnership

L'azienda crede nella forza della cooperazione per raggiungere obiettivi comuni e collabora con clienti, fornitori e partner per promuovere pratiche sostenibili che abbiano un impatto positivo sull'ambiente.



6. Educazione e Sensibilizzazione

Newform promuove la consapevolezza sull'uso responsabile delle risorse tra clienti e dipendenti attraverso campagne di sensibilizzazione volte a diffondere pratiche eco-friendly.

Questi valori guidano le decisioni quotidiane e definiscono gli impegni a lungo termine dell'azienda verso un futuro più sostenibile e responsabile, assicurando che i prodotti non solo soddisfino le esigenze dei clienti, ma offrano anche un contributo positivo nella tutela del pianeta.

STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, a cui fanno diretto riferimento il Next Generation EU e il PNRR, individua le priorità alle quali tutti i Paesi sono chiamati a rispondere e pone le basi per un nuovo modello di sviluppo capace di garantire un presente e un futuro migliore al nostro pianeta e alle persone che lo abitano.

In questo contesto, Newform ha deciso di assumere un ruolo attivo nel cambiamento, integrando progressivamente la sostenibilità nel proprio modello di business.

Il Report di Sostenibilità si pone come strumento di dialogo aperto e collaborativo con tutti gli stakeholder, con l'obiettivo di raccogliere aspettative, esigenze e visioni, per costruire insieme un percorso condiviso di crescita responsabile.

– Stakeholder

La costruzione di relazioni umane autentiche, dirette e durature è al centro della visione strategica di Newform e guida ogni azione all'interno del suo ecosistema aziendale. Con i Clienti, per comprenderne e anticiparne i bisogni, offrendo soluzioni funzionali, sostenibili e di design. Con partner e venditori, portavoce e ambasciatori del brand in tutto il mondo. Con i fornitori, attori strategici nella creazione di sinergie orientate a una crescita condivisa. Con le Persone Newform, vero motore di sviluppo aziendale.

I canali di dialogo attivati con gli stakeholder e le attività di coinvolgimento promosse durante l'anno – dai contenuti editoriali, alla partecipazione a fiere di settore, fino ai progetti sviluppati insieme ai clienti – si sono rivelati strumenti essenziali per comprendere in modo più profondo il contesto di sostenibilità in cui Newform opera. Le prospettive, esigenze e aspettative emerse da queste interazioni rappresentano un contributo chiave per aggiornare i temi materiali e definire con precisione le priorità strategiche dell'azienda.

Nel 2024 Newform ha aggiornato la lista degli Stakeholder rivedendo e allineando il grado di rilevanza degli stessi rispetto al loro effettivo ruolo all'interno dell'attuale contesto aziendale.





| Categoria di Stakeholder | Canali di Coinvolgimento | Rilevanza |
|------------------------------------|--|-----------|
| PROPRIETÀ | Assemblee e Comitati periodici | 10/10 |
| PERSONE NEWFORM | Programmi di formazione Comunicazione interna Momenti di incontro Canali di segnalazione | 7/10 |
| CLIENTI | Sito Social Newsletter Eventi e fiere Incontri e visite | 7/10 |
| END-USERS | Sito Social Newsletter Canali di assistenza post-vendita | 6,5/10 |
| ARCHITETTI E VENDITORI SHOWROOM | Programmi di formazione Incontri e visite | 6,5/10 |
| FORNITORI E CONSULENTI | Momenti di incontro Audit | 6,5/10 |
| ODV E SINDACI | Incontri periodici Audit | 6/10 |
| ENTI PUBBLICI E DI CERTIFICAZIONE | Audit | 6/10 |
| AGENTI COMMERCIALI | Programmi di formazione Momenti di incontro | 6/10 |
| ISTITUTI DI CREDITO | Relazioni finanziarie | 5/10 |
| ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA | Tavoli di confronto | 4/10 |
| DESIGNER E BUSINESS PARTNER | Co-progettazione | 4/10 |
| MEDIA, STAMPA E INFLUENCER | Campagne di comunicazione Conferenze stampa | 3/10 |
| COMUNITÀ | Attivazione di percorsi formativi con gli Istituti del territorio Convenzioni con attività commerciali locali | 3/10 |

*Il grado di Rilevanza è determinato in base al livello di influenza dello stakeholder all'interno delle decisioni aziendali e alla dipendenza dello stesso dall'andamento del business.



TEMI MATERIALI

La matrice di materialità, definita dallo standard GRI come base di partenza per redigere un Report di Sostenibilità, offre un quadro sintetico e chiaro di quali sono le tematiche di sostenibilità economica, sociale ed ambientale rilevanti per l'azienda e per i suoi portatori di interesse.

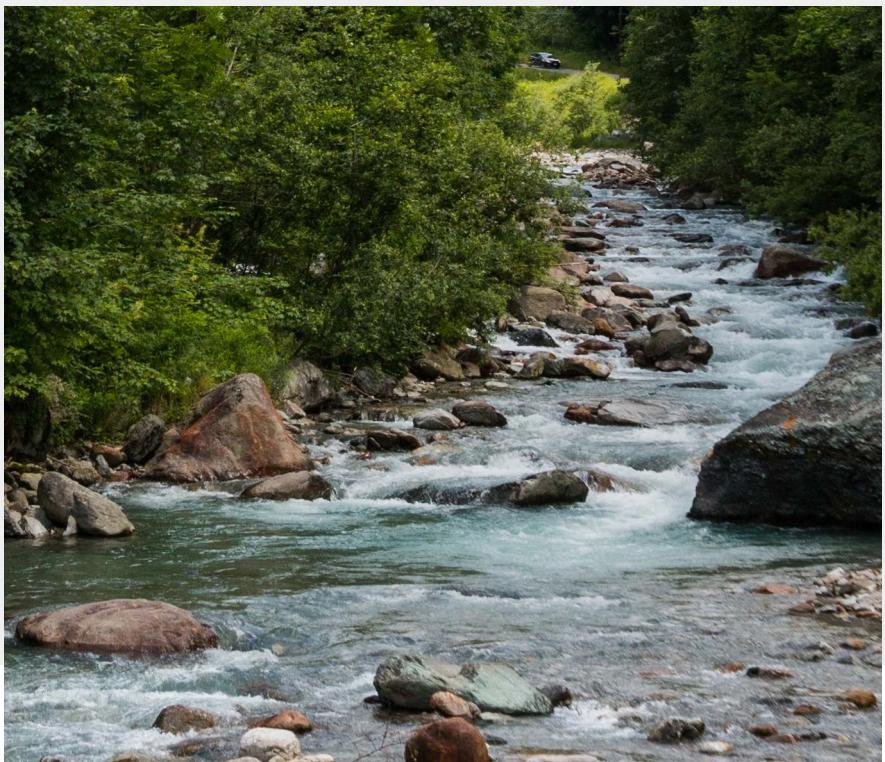
L'analisi di materialità si basa sul **concetto di impatto**, in conformità ai Global Reporting Initiative (GRI) Universal Standards 2021. Gli impatti lungo l'intera catena del valore vengono identificati, prioritizzati in base alla loro magnitudo (nel caso di impatti effettivi e potenziali) e alla probabilità di accadimento (nel caso di impatti potenziali) su una scala da 1 a 5, dove 1 rappresenta la soglia minima affinché un impatto possa essere considerato rilevante, ed infine raggruppati in temi.

Il processo di revisione annuale, che coinvolge attivamente i Responsabili di funzione sotto la supervisione della Direzione e con il supporto di consulenti esterni specializzati, si basa su un'analisi approfondita del contesto interno ed esterno dell'azienda. Nell'edizione di quest'anno, l'analisi ha integrato una valutazione dettagliata

dell'elenco delle questioni di sostenibilità definite dagli **ESRS (European Sustainability Reporting Standards)**, riconducendo a queste i temi materiali dell'azienda al fine di garantire un maggiore allineamento con le recenti evoluzioni normative in materia di sostenibilità.

A seguito di questo approfondimento, è stata confermata la validità dei Temi materiali individuati nel Report precedente, che risultano sostanzialmente invariati.

Il collegamento dei Temi Materiali agli **SDGs, gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile** promossi dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, evidenzia il contributo offerto dell'azienda al raggiungimento dei target definiti a livello globale.





| ESRS | ESG | SDGs | Temi materiali | Impatti | Pos / Neg | Eff / Pot | Rilevanza |
|---|------------|--------------|--|---|------------------|------------------|------------------|
| G1 - Condotta delle imprese | G | 8, 12 | Eticità del Business | La conformità alle normative e una corretta due diligence garantiscono un comportamento aziendale responsabile ed etico. | P | E | 5 |
| | | | | Episodi di non conformità legislativa potrebbero generare danni finanziari e reputazionali nei confronti degli stakeholder | N | P | 1 |
| E1 Climate change - Mitigazione dei cambiamenti climatici E1 Climate change – Energia | E | 7, 12, 13 | Efficienza energetica e emissioni | Generazione di emissioni da parte delle attività produttive dell'azienda | N | E | 3 |
| | | | | Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di CO2 grazie ad iniziative di efficientamento | P | E | 3 |
| E2 - Inquinamento - Sostanza preoccupanti E5 - Uso delle risorse ed economia circolare - Rifiuti | E | 12 | Tracciabilità delle sostanze e gestione dei rifiuti | Produzione di rifiuti pericolosi e non | N | E | 4 |
| | | | | Smaltimento responsabile delle sostanze pericolose e dei rifiuti (incluse iniziative di recupero e riciclo) | P | E | 4 |
| E3 - Acque e risorse marine - Acque E5 - Uso delle risorse ed economia circolare - Afflussi di risorse, compreso l'uso delle risorse E5 - Uso delle risorse ed economia circolare - Deflussi di risorse connessi a prodotti e servizi | E | 12 | Economia circolare e gestione delle risorse | Minor impatto ambientale grazie all'efficientamento dell'utilizzo della risorsa idrica | P | E | 3 |
| | | | | Minore utilizzo di risorse e materie prime grazie all'attenzione al recupero nei processi produttivi | P | E | 2 |
| S4 - Consumatori e utilizzatori finali | E | 8, 12 | Innovazione e progettazione sostenibile | Utilizzo di materiali con minore impatto sulla salute | P | E | 3 |
| | | | | Riduzione consumo di acqua e energia in fase di utilizzo | P | E | 3 |
| S1 - Forza lavoro propria - Condizioni di lavoro S1 - Forza lavoro propria - Parità di trattamento e di opportunità per tutti | S | 4,5,8 | Valorizzazione e tutela del Capitale umano | La garanzia di adeguate condizioni contrattuali e retributive creano benessere economico e sociale per i dipendenti e il territorio | P | E | 4 |
| | | | | Possibile peggioramento del livello di soddisfazione dei dipendenti a causa di un ambiente di lavoro ostile, trattamenti differenziati e inadeguata valorizzazione delle capacità individuali | N | P | 2 |
| S1 - Forza lavoro propria - Condizioni di lavoro | S | 3, 8 | Salute e sicurezza sul lavoro | L'attenzione alla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro consentono di ridurre incidenti e malattie professionali aumentando il benessere dei dipendenti | P | E | 4 |
| | | | | Il mancato rispetto degli obblighi normativi e un inadeguato presidio delle tematiche di salute e sicurezza potrebbe contribuire a causare incidenti e malattie professionali | N | P | 1 |
| S4 - Consumatori e utilizzatori finali - Sicurezza personale dei consumatori e/o degli utilizzatori finali S4 - Consumatori e utilizzatori finali - Impatti legati alle informazioni per i consumatori e/o per gli utilizzatori finali | S | 12 | Qualità del prodotto e marketing responsabile | La salubrità dei prodotti garantita attraverso standard di qualità elevati e un sistema di gestione certificato garantiscono la tutela della salute dei consumatori | P | E | 4 |
| | | | | Aumento di fiducia da parte degli stakeholder grazie ad una comunicazione chiara e trasparente | P | E | 3 |
| | | | | Riduzione dell'impatto ambientale grazie alla diffusione di una maggiore consapevolezza rispetto a modelli di consumo sostenibili | P | E | 3 |
| G1 - Condotta delle imprese S2 - Lavoratori nella catena del valore - Condizioni di lavoro | S | 8, 12 | Gestione responsabile della supply chain | La scelta di fornitori locali riduce l'impatto ambientale e contribuisce alla creazione di valore sul territorio | P | E | 2 |
| | | | | Incidenti o casi di non rispetto delle normative lungo la catena di fornitura possono causare una perdita di operatività e danni reputazionali | N | P | 1 |

*Il grado di Rilevanza è determinato in base al livello di influenza dello stakeholder all'interno delle decisioni aziendali e alla dipendenza dello stesso dall'andamento del business.



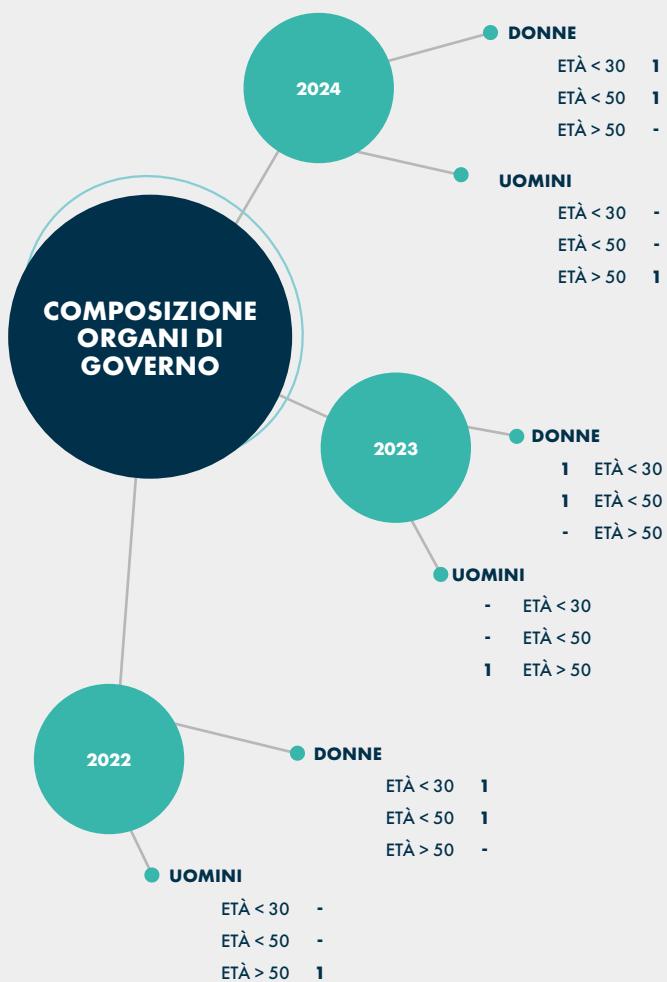


GOVERNANCE

Newform adotta un modello di governance tradizionale, i cui organi sociali sono rappresentati dall'Assemblea dei Soci, dal Consiglio di Amministrazione e dal Collegio Sindacale. Tutti i componenti degli Organi di Governo dell'azienda sono figure di riferimento nell'ambito finance e giuridico/legale, che vantano comprovate competenze tecniche ed esperienze pluriennali.

Inizialmente costituita sotto forma di società a responsabilità limitata, Newform ha poi assunto la forma giuridica di società per azioni conservando, tuttavia, una base familiare, essendo condotta nel 2024 da Tiziano Gessi, fondatore e Presidente del CdA e Alessandra Gessi, Vicepresidente del CdA.

Il Collegio Sindacale, che vigila sull'osservanza della legge e dell'atto costitutivo, sull'adeguatezza della struttura organizzativa, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'affidabilità del sistema di controllo interno, è composto da tre membri: nelle persone del dott. Duilio Liburdi, Presidente, Dott. Fabio Piazzano e dott. Tiziano Galusi, Sindaci Effettivi.



LEGALITÀ, ONESTÀ, CORRETTEZZA,
RISERVATEZZA, TRASPARENZA



IL CODICE ETICO

Il Codice Etico è espressione dei principi e dei valori assunti da Newform nella conduzione delle attività aziendali e rappresenta le misure che la società intende adottare sotto un profilo etico-comportamentale, al fine di adeguare la propria struttura ai requisiti previsti dal d.lgs. 8 giugno 2001, n. 231 e di predisporre le linee di condotta interne ed esterne da seguire nella realizzazione degli obiettivi aziendali.

Ai destinatari del Codice Etico, ovvero tutti coloro che, direttamente o indirettamente, stabilmente o occasionalmente, operano con o per Newform, è richiesto di comportarsi nel rispetto dei principi e delle procedure descritte nel Codice e di segnalare tempestivamente eventuali violazioni. Nei loro confronti l'azienda si impegna a garantire la diffusione e la formazione sui contenuti del Codice, a verificare l'osservanza dello stesso e ad adottare

adeguati strumenti di prevenzione e idonee misure sanzionatorie.

I principi del Codice Etico sono ispirati a: legalità, onestà, correttezza, riservatezza, trasparenza, rispetto della dignità delle persone, pari opportunità, sicurezza, salvaguardia della salute e delle condizioni del lavoro, lavoro individuale e di squadra, responsabilità sociale, impegno per lo sviluppo sostenibile e tutela dell'ambiente.

PRIVACY E SICUREZZA INFORMATICA



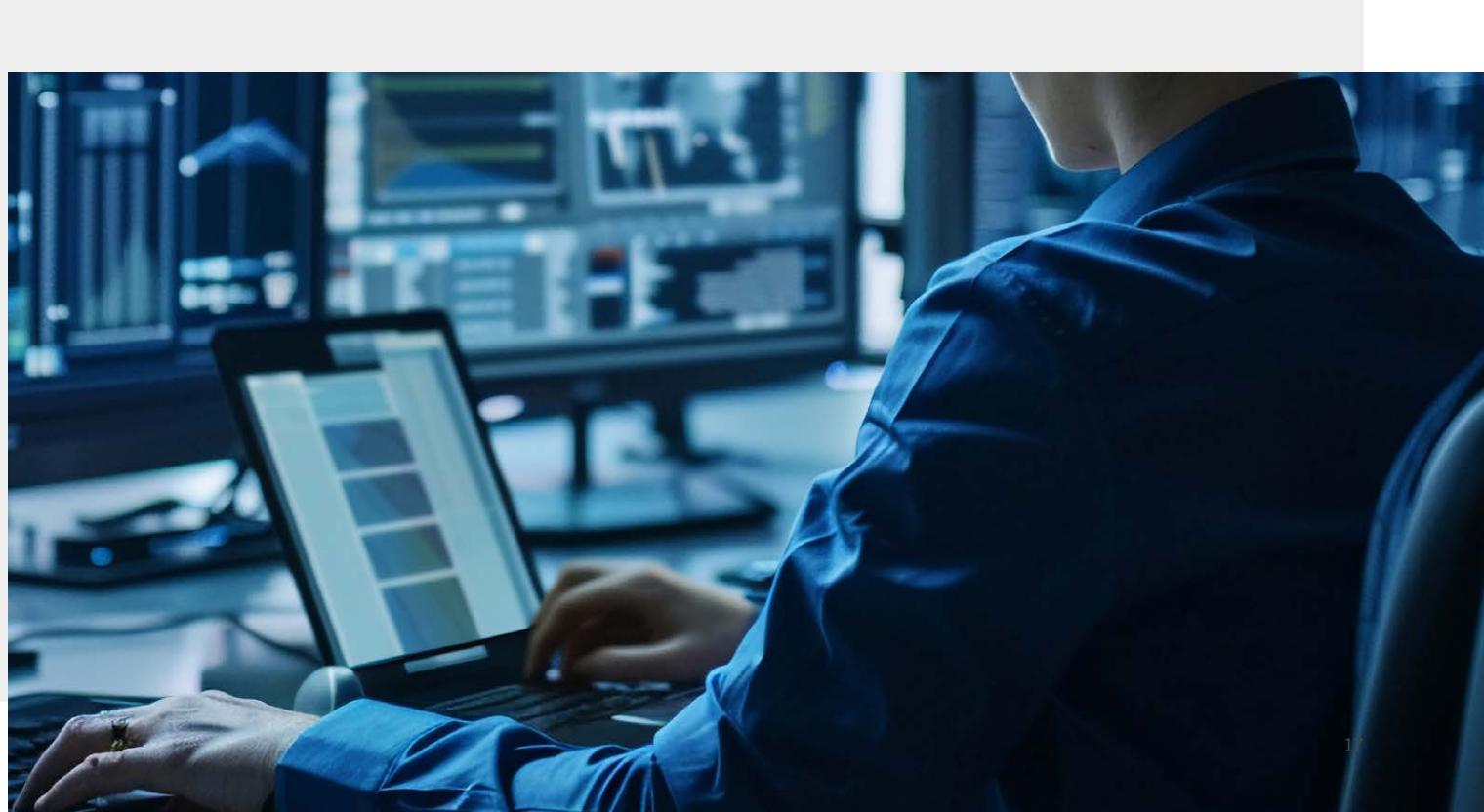
FIREWALL E ANTIVIRUS COSTANTEMENTE AGGIORNATI

Oltre a rispettare quanto previsto dal GDPR (Regolamento UE 2016/679) in materia di tutela dei dati personali e dal D.Lgs. 231/2001 sui reati informatici e il trattamento illecito delle informazioni, l'azienda, in attuazione della Direttiva europea 2022/2555 (NIS 2), si impegna a potenziare le attuali misure di gestione del rischio e i sistemi di sicurezza. A tal fine, entro il 2026 saranno introdotti specifici piani di formazione del personale e un security plan aziendale.

A oggi, l'infrastruttura IT è già protetta da firewall e antivirus costantemente aggiornati, e viene monitorata da una società esterna specializzata nella sicurezza informatica. L'azienda ha inoltre adottato il "Disciplinare di posta

elettronica", un regolamento interno che stabilisce le corrette modalità di utilizzo della mail e dei dispositivi aziendali, con particolare attenzione alla protezione dei dati sensibili. Tutta la documentazione informativa e regolamentare viene consegnata ai nuovi assunti al momento dell'ingresso in azienda, per garantire da subito un'adeguata consapevolezza e responsabilizzazione sui temi della sicurezza e della privacy.











EFFICIENZA PRODUTTIVA

Ottimizzazione consumi ed emissioni

Anche quest'anno, l'efficienza energetica e la riduzione delle emissioni sono stati confermati come temi materiali prioritari per l'azienda. Gli investimenti compiuti negli ultimi anni in questi ambiti hanno permesso a Newform di raggiungere risultati significativi e di consolidare un sistema di monitoraggio della produzione sempre più accurato.

Dal 2021, la collaborazione con professionisti di settore consente un **monitoraggio puntuale dei consumi reali di energia elettrica e gas metano**, con l'obiettivo di rilevare tempestivamente eventuali inefficienze dell'impianto. Per supportare queste analisi, l'utilizzo di una piattaforma di Business Intelligence consente di monitorare indicatori chiave di prestazione (KPIs) sull'uso dell'energia per fasce orarie e sull'andamento dei picchi di domanda, facilitando l'identificazione di eventuali anomalie e individuando possibili aree di intervento.

L'impianto di distribuzione dell'aria compressa, oggetto di interventi di efficientamento negli anni tramite l'installazione combinata di compressori dotati di inverter e compressori a regime fisso (on/off), è attualmente sottoposto a un'attività di monitoraggio periodico con cadenza mensile, resa possibile dall'introduzione di una nuova strumentazione. Newform ha infatti investito nell'acquisizione di una termocamera acustica, specificamente progettata per l'individuazione di micro-perdite lungo la rete dell'impianto.

L'azienda ha in progetto la completa **transizione dal cromo esavalente al cromo trivale** nell'impianto automatico, anticipando il termine normativo previsto per il 2030.

Tale intervento rappresenterà il fulcro di un progetto integrato di revamping, che interesserà diversi ambiti di miglioramento,

tra cui l'implementazione di un sistema di adduzione vapore per il riscaldamento delle vasche, dotato di scaricatori di condensa di ultima generazione; il rifacimento completo del quadro elettrico e l'aggiornamento del software di controllo di processo.

A seguito di queste implementazioni, l'impianto migliorerà propri standard in termini di sicurezza operativa, impatto ambientale e qualità del prodotto finito. Il cromo esavalente rimarrà presente esclusivamente nell'impianto manuale, per il quale è prevista una progressiva dismissione negli anni a venire.

Nel corso dell'anno è stata avviata, con il supporto di una società specializzata, un'analisi energetica finalizzata alla realizzazione di una mappatura dettagliata dei consumi e dello stato energetico attuale. Tale attività rappresenta un passaggio propedeutico all'accesso al **Programma Industria 5.0**, nell'ambito del quale si prevede l'installazione di un impianto fotovoltaico per l'autoconsumo, integrato in un intervento più ampio di ottimizzazione della qualità dell'energia (Power Quality). Il progetto di Power Quality prevede l'implementazione di un sistema avanzato di stabilizzazione della tensione e della frequenza, in grado di mitigare interruzioni, distorsioni e disturbi di rete generati sia dall'infrastruttura elettrica esterna sia dalle apparecchiature interne. Oltre a ridurre i costi di manutenzione degli impianti, il sistema garantirà un incremento dell'efficienza operativa, con un risparmio energetico stimato superiore al 4%. L'impianto fotovoltaico, della portata di circa 800 kw, sarà dimensionato per soddisfare integralmente il fabbisogno energetico aziendale, con la possibilità di generare un surplus da reimettere nella rete elettrica nazionale.

| [MJ/anno/euro] | 2024 | 2023 | 2022 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Intensità energetica | 0,656 | 0,585 | 0,624 |
| Intensità energetica combustibili | 0,432 | 0,382 | 0,403 |
| Intensità energetica energia elettrica | 0,225 | 0,204 | 0,220 |

NOTA: L'Indice di Intensità Energetica è stato calcolato come il consumo totale di combustibili e il consumo totale di energia (o la somma dei due), rapportato al fatturato del relativo anno d'esercizio. Il calcolo del fatturato somma le voci di Bilancio A.1-Ricavi delle vendite e delle prestazioni e A.2-Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti.

Per garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro, è previsto un monitoraggio delle emissioni, sia interne che esterne, da parte di società specializzata. L'attività prevede ogni tre anni campionamenti in undici postazioni di emissione e la verifica dei sistemi di controllo, mediante operazioni di taratura e controllo supportate da strumentazione avanzata.

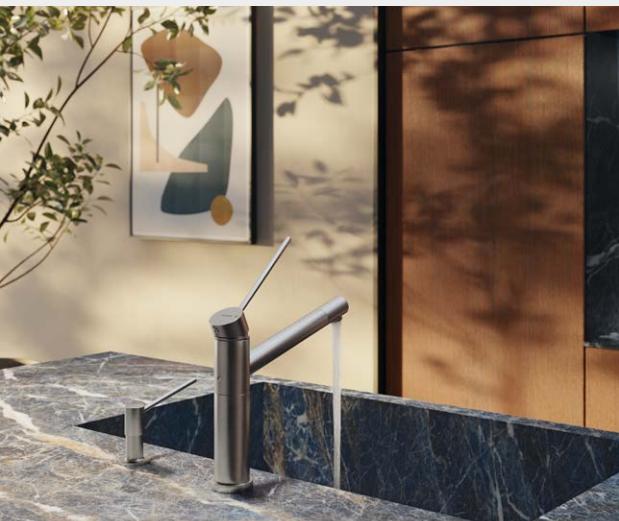
Inoltre, Newform registra e monitora scrupolosamente tutti i dati necessari per il calcolo delle proprie emissioni dirette e di una parte di quelle indirette, in conformità con il Greenhouse Gas Protocol, standard internazionale



la seconda considera gli strumenti contrattuali specifici relativi alla fornitura di energia elettrica a Newform. Nel 2024, il calcolo è stato nuovamente aggiornato, adottando fattori di emissione più recenti provenienti da fonti ufficiali e affidabili (DEFRA, AIB, ISPRA) sempre in linea con il GHG Protocol, al fine di garantire una maggiore conformità agli standard richiesti. Come per gli anni 2023 e 2022, anche nel 2024 nel calcolo delle emissioni di Scope 1 sono state incluse le emissioni fuggitive derivanti dai gas refrigeranti utilizzati negli impianti di climatizzazione.



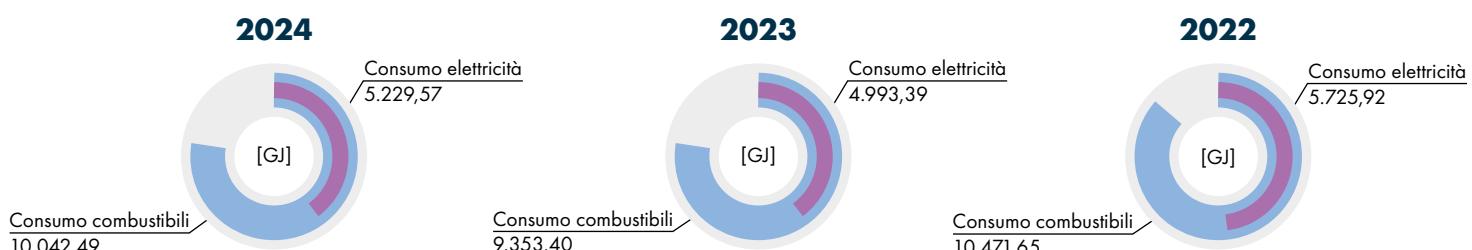
di riferimento per la misurazione delle emissioni di CO₂ equivalente. Tale metodologia consente di distinguere tra le emissioni di **scope 1** (dirette) e quelle di **scope 2** (indirette derivanti dall'approvvigionamento energetico). Per quanto riguarda lo Scope 2, le emissioni vengono calcolate con la modalità location-based e market-based. La prima tiene conto del fattore di emissione relativo al mix nazionale di produzione energetica, mentre



| Emissioni GHG [t CO ₂ e] | 2024 | 2023 | 2022 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|
| Combustione stazionaria | 508,36 | 483,03 | 546,27 |
| Combustione mobile | 70,79 | 44,050 | 49,320 |
| Emissioni fuggitive dall'impianto di condizionamento | 24,04 | 54,99 | 31,93 |
| Scope 1 - Total | 603,18 | 582,07 | 627,52 |
| Scope 2 - Location based | 374,79 | 420,83 | 482,57 |
| Scope 2 - Market based | 640,91 | 634,09 | 727,11 |
| TOT Location based | 977,97 | 1.002,90 | 1.110,09 |
| TOT Market based | 1.244,09 | 1.216,16 | 1.354,63 |

| [kgCO ₂ e/anno/keuro] | 2024 | 2023 | 2022 |
|--|--------------|--------------|--------------|
| Intensità Scope 1 | 25,92 | 23,75 | 24,16 |
| Intensità Scope 2 - Location based | 16,11 | 17,17 | 18,58 |
| Intensità Scope 2 - Market based | 27,54 | 25,87 | 28,00 |
| Intensità emissioni totali di GHG Location based (Scope 1 + Scope 2 Location based) | 42,02 | 40,92 | 42,75 |
| Intensità emissioni totali di GHG Market based (Scope 1 + Scope 2 Market based) | 53,46 | 49,63 | 52,16 |

NOTA: L'intensità emissiva è stata calcolata come totale emissioni per categoria in kg di CO₂ equivalente diviso il fatturato annuo in migliaia di euro. Il calcolo del fatturato somma le voci di Bilancio A.1-Ricavi delle vendite e delle prestazioni e A.2-Variazione delle rimanenze di prodotti in corso di lavorazione, semilavorati e finiti.



INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ



Save Water



Energy Saving



QR-Code
con Istruzioni di utilizzo
e smaltimento a fine vita

L'acqua rappresenta una risorsa primaria da preservare con responsabilità. Newform adotta soluzioni tecnologiche avanzate finalizzate alla tutela dell'acqua, sia nei propri processi produttivi che nell'utilizzo quotidiano da parte del consumatore finale. Per contribuire in modo concreto al risparmio idrico domestico, l'azienda ha integrato riduttori di flusso nei nuovi modelli di miscelatori, che limitano la portata dell'acqua a 9 litri al minuto, riducendo significativamente i consumi senza compromettere le prestazioni funzionali. In alcuni modelli, la portata è ulteriormente contenuta a 5 litri al minuto, consentendo un risparmio idrico fino al 50% rispetto ai rubinetti tradizionali.

I rubinetti Newform sono dotati di una tecnologia che permette l'erogazione di acqua fredda con la leva del miscelatore in posizione centrale, attivando l'acqua calda solo con uno spostamento verso sinistra, evitando l'avvio involontario della caldaia. Questo meccanismo riduce il consumo energetico, contribuendo a limitare gli sprechi senza compromettere il comfort d'uso.

Il libretto delle istruzioni, che potrà progressivamente essere sostituito da sistemi QR-code, offre informazioni esaustive riguardo ai materiali utilizzati sia per il prodotto che per il suo imballaggio, illustrandone le corrette modalità di smaltimento. Inoltre, fornisce indicazioni pratiche per l'uso e la manutenzione, contribuendo a preservare nel tempo le caratteristiche funzionali ed estetiche del prodotto. Questo approccio supporta una strategia di economia circolare, favorendo un allungamento della durata e un impatto ambientale ridotto.

Negli ultimi anni Newform ha intrapreso un percorso di trasformazione profonda, allineandosi ai principi dell'**Industria 5.0**, un paradigma evolutivo promosso dalla Commissione Europea che supera la logica puramente automatizzata dell'Industria 4.0. L'attenzione si sposta verso un modello produttivo più umano-centrico, sostenibile e resiliente. Le implementazioni tecnologiche e digitali sono estese a tutti i livelli: dai sistemi di monitoraggio energetico, fino ai controlli di qualità e allo sviluppo di modelli produttivi alternativi più efficienti e a minor impatto.

Tra le iniziative strategiche, Newform ha avviato una mappatura completa del parco macchine e una **raccolta sistematica dei dati energetici**, come base per l'adozione di un

sistema integrato di produzione energetica da fonti rinnovabili, tramite l'installazione di un impianto fotovoltaico e di un sistema di power quality, finalizzati a garantire un approvvigionamento energetico stabile, efficiente e a basso impatto ambientale.

Parallelamente, prosegue l'integrazione delle tecnologie già consolidate in ambito 4.0, come l'interconnessione in tempo reale delle macchine e il magazzino verticale automatizzato, che consente una gestione informatizzata di materiali e attrezzature, ottimizzando i flussi interni e migliorando la sicurezza. Il sistema gestionale integrato è supportato da interfacce e pannelli digitali a bordo macchina, connessi a un portale web-based che consente una supervisione dinamica

delle commesse a partire dalla definizione delle priorità operative.

Nel 2024, Newform ha inoltre potenziato il sistema di controllo qualità introducendo una **macchina a raggi X per ispezioni non distruttive** (NDT – Non Destructive Testing) degli spessori, una tecnologia avanzata che consente verifiche ad alta precisione senza compromettere l'integrità del pezzo, riducendo significativamente sprechi e rilavorazioni.

L'azienda nel corso degli ultimi anni ha investito nell'**Additive Manufacturing** attraverso l'acquisizione di due stampanti 3D professionali.

Questa tecnologia, che realizza oggetti tridimensionali mediante la sovrapposizione di strati successivi da modelli CAD, è impiegata sia per la prototipazione, sia per la produzione di micro-lotti.

I benefici in termini di riduzione del lead time, uso ottimale dei materiali, flessibilità produttiva e applicabilità a una vasta gamma di materiali aprono prospettive per una futura espansione dell'uso di questa tecnologia a supporto dell'innovazione nei processi produttivi.







Persone Newform

La forza del Team

Newform si impegna a promuovere una cultura aziendale fondata su valori condivisi di lealtà, trasparenza, integrità e responsabilità. Questi principi, formalizzati nel **Codice Etico**, guidano ogni decisione e azione quotidiana. Nel rispetto delle normative nazionali e delle Convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), l'azienda adotta pratiche di gestione delle risorse umane che garantiscono pari opportunità, rifiutando ogni forma di discriminazione nei processi di selezione, crescita professionale e retribuzione.

Per rafforzare la trasparenza e la responsabilità interna, tutti i dipendenti sono stati adeguatamente formati sul **Modello Organizzativo 231**, strumento essenziale per prevenire i reati aziendali. Il sistema disciplinare interno, coerente con tale modello, assicura il rispetto delle regole condivise.

Le best practice aziendali sono raccolte in un **Regolamento interno** che definisce con chiarezza le norme di sicurezza e i comportamenti attesi, promuovendo un clima di rispetto reciproco e collaborazione.

Ogni collaboratore riceve un'informativa dettagliata e accetta le Modalità di gestione dei dati personali, che Newform gestisce nel pieno rispetto del **Regolamento Europeo 2016/679 (GDPR)**, garantendo trasparenza sulle finalità e modalità del trattamento.

Questi strumenti rappresentano i pilastri dell'identità aziendale di Newform e vengono condivisi fin dal primo giorno con ogni nuovo collaboratore, affinché tutti possano contribuire alla costruzione di un ambiente di lavoro etico, sicuro e inclusivo.

Newform si impegna a offrire **contratti di lavoro stabili** e un **equo livello retributivo**, **garantendo pari opportunità** in tutti gli ambiti del People management. La ricchezza del Capitale umano – caratterizzato da una diversità di genere, età e professionalità – alimenta il dialogo e rappresenta un vero motore di competitività.





27

| | | 2024 | |
|-------------------|---------------------|------|----|
| GRI 2-7 | | ♂ | ♀ |
| Totale dipendenti | Tempo indeterminato | 94 | 77 |
| | Tempo determinato | 0 | 0 |
| | Full time | 92 | 77 |
| | Part time | 2 | 0 |
| Totale dipendenti | | 171 | |

*dato al 31.12, tutta la popolazione aziendale è impiegata in Italia

| 2024 | | | | | | |
|-------------------|------------|---|-----------|----|--------|----|
| GRI 405-1 | <= 30 ANNI | | 30 < < 50 | | > = 50 | |
| N. dipendenti | ♂ | ♀ | ♂ | ♀ | ♂ | ♀ |
| Manager | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Quadri | 0 | 0 | 2 | 0 | 3 | 0 |
| Impiegati | 1 | 4 | 15 | 22 | 9 | 1 |
| Operai | 9 | 3 | 42 | 35 | 13 | 12 |
| Totale dipendenti | 171 | | | | | |

*dato al 31.12, tutta la popolazione aziendale è impiegata in Italia



TALENTO E FORMAZIONE PER LA CRESCITA AZIENDALE

Newform gestisce i diversi ambiti del People management con strumenti e procedure dedicati, con l'obiettivo di garantire massima trasparenza e piena disponibilità nei confronti delle proprie risorse.

Fin dal momento dell'assunzione, viene creata la Scheda Personale di ciascun dipendente, un documento che raccoglie dati anagrafici, job description e competenze individuali, costantemente aggiornato e integrato nel tempo. La gestione degli aspetti retributivi avviene tramite un portale dedicato, che mette a disposizione dei dipendenti, attraverso un'area riservata, tutti i documenti e le informazioni legate alla loro retribuzione in modo sicuro e accessibile.

Newform si impegna da sempre a valorizzare i talenti presenti nel territorio in cui opera. Per questo, collabora da anni con scuole di ogni ordine e grado, organizzando giornate di incontro tra studenti e mondo aziendale. In particolare, con gli Istituti Tecnici locali sono attivi percorsi di alternanza scuola-lavoro, che rappresentano un'opportunità per i giovani per acquisire conoscenze utili per il loro futuro professionale e, allo stesso tempo, permettono all'azienda di costruire relazioni di valore.

2024

| GRI 401-1 | | ♂ | ♀ |
|--|----------------|----|---|
| N. assunzioni nel periodo di rendicontazione | età <= 30 anni | 1 | 1 |
| | 30 < età < 50 | 5 | 3 |
| | età >= 50 anni | 2 | 0 |
| Totale assunzioni per genere | | 8 | 4 |
| N. cessazioni nel periodo di rendi- contazione | età <= 30 anni | 3 | 1 |
| | 30 < età < 50 | 4 | 1 |
| | età >= 50 anni | 3 | 1 |
| Totale cessazioni per genere | | 10 | 3 |
| Turnover in entrata (N. assunzioni/N. Dipendenti al 31.12 AP) | | 7% | |
| Turnover in uscita (N. assunzioni/N. Dipendenti al 31.12 AP) | | 8% | |





Newform accompagna la crescita professionale delle Persone attraverso un costante impegno nella formazione continua, a partire dal primo periodo di inserimento, con un'attività di on-boarding, realizzata in stretta collaborazione con i responsabili di funzione, per garantire un inserimento graduale e consapevole nel contesto aziendale.

L'HR Manager, in collaborazione con i Responsabili di funzione e con i Capi reparto, si occupa di redigere annualmente il Piano di Formazione, aggiornato durante l'anno in base all'emergere di nuove esigenze formative, di organizzare gli interventi formativi e di valutarne l'efficacia.

La formazione, erogata attraverso corsi in aula, workshop, webinar e training on-the-job da personale interno o da Enti esterni qualificati, ricopre diversi ambiti:

1 **Formazione obbligatoria:**

volta a migliorare gli standard di qualità definiti a livello di azienda e ad ottimizzare il sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul luogo di lavoro, in linea con quanto previsto dal D.Lgs. 81/08.

Nel corso del 2024, in questo ambito sono stati organizzati interventi mirati, tra cui la formazione generale e specifica sulla sicurezza, corsi antincendio, aggiornamenti per i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) e per i preposti e corsi per l'utilizzo di piattaforme di lavoro elevabili (PLE).

2 **Formazione specifica:**

si riferisce alle esigenze formative caratteristiche delle singole funzioni.

In particolare, i percorsi formativi realizzati durante l'anno hanno riguardato l'approfondimento delle nuove direttive ambientali e doganali, l'utilizzo di software e strumenti digitali, come la programmazione robotica, e il potenziamento della conoscenza della lingua inglese.

I dati relativi all'efficacia degli interventi didattici costituiscono un elemento di ingresso nel Riesame della Direzione e contribuiscono alla pianificazione dei percorsi formativi successivi, sia in termini di ulteriore miglioramento che di recupero delle condizioni non raggiunte.

Nel corso dell'anno sono state erogate **oltre 1.300 ore di formazione**, che hanno visto il coinvolgimento di tutta la popolazione aziendale.

ASCOLTO E COMUNICAZIONE

Sulla base delle principali esigenze emerse, Newform si impegna a supportare il benessere dei propri dipendenti e delle loro famiglie attraverso una serie di iniziative che toccano diversi ambiti della vita lavorativa e personale. Tra queste, la possibilità di usufruire di una palestra aziendale completamente attrezzata all'interno della sede e di un'area mensa, l'erogazione di buoni carburante e convenzioni con attività commerciali del territorio.

Particolare attenzione è rivolta all'ascolto delle proprie persone e all'adozione di soluzioni concrete, mirate a rispondere alle esigenze individuali e a favorire l'equilibrio tra vita privata e professionale, tra cui il lavoro ibrido, la flessibilità oraria e i congedi dedicati all'assistenza familiare. L'azienda promuove un dialogo costante e trasparente, incentivando il confronto attraverso una comunicazione diretta e continua, supportata da canali dedicati che permettono di segnalare con sicurezza eventuali criticità.

GRI 403-8,9,10

2024

N. Dipendenti coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro certificato da ente terzo

171
100%

N. Infortuni sul lavoro registrabili

2

Tasso di infortuni sul lavoro

*Base di calcolo 200.000 ore lavorative

1,45

N. casi di malattia professionale registrabili

0





TUTELA DELLE PERSONE

Il principio di tutela del lavoro, ribadito all'interno del Codice Etico e della Politica per la Qualità, l'Ambiente e la Sicurezza di Newform, è applicato attraverso un efficace sistema di gestione, conforme agli standard di sicurezza più elevati (ISO 45001).

Il processo di identificazione, valutazione dei rischi e individuazione delle misure di prevenzione, effettuato dal datore di lavoro in collaborazione con l'RSPP e il medico competente, previa consultazione del RLS, viene formalizzato all'interno del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), rielaborato periodicamente e in occasioni di modifiche dell'organizzazione ritenute significative. Dopo aver definito i fattori di rischio, le loro reciproche interazioni, e la loro entità, si definiscono le misure di miglioramento adottabili per la prevenzione, l'eliminazione o la riduzione dei rischi e si valuta la loro adattabilità.

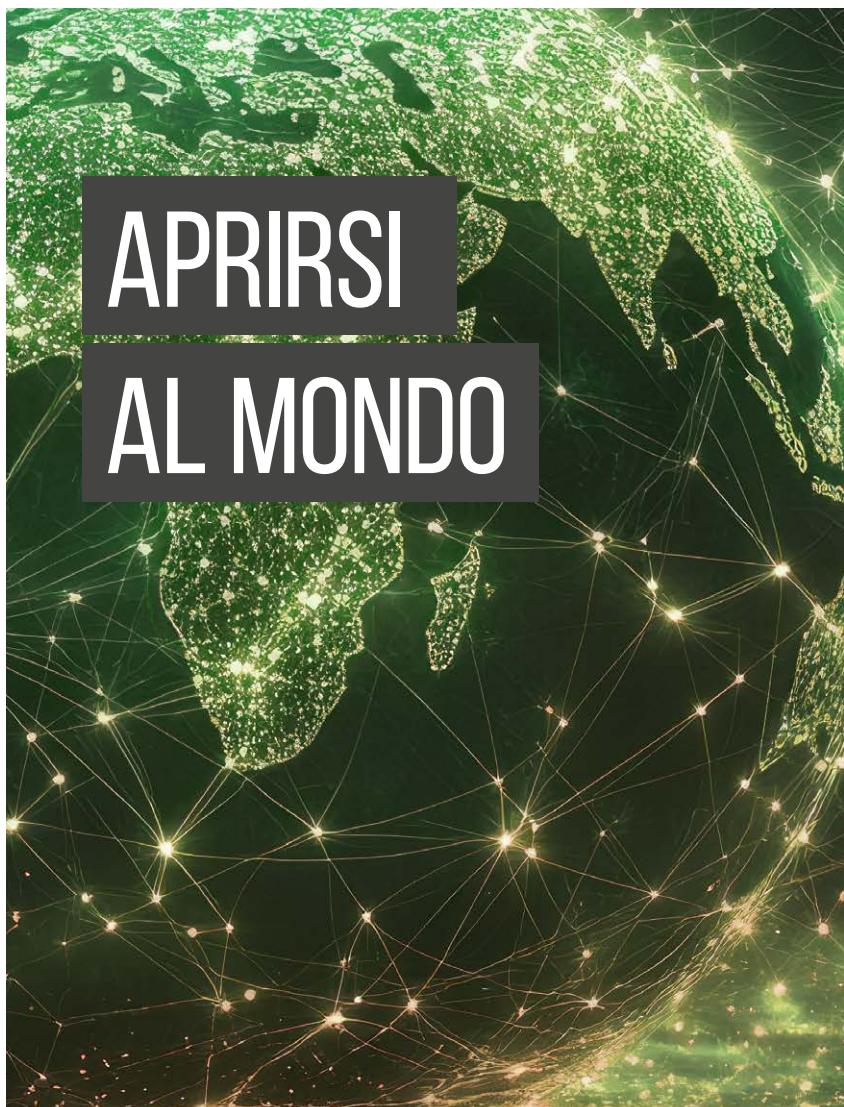
Oltre al monitoraggio rispetto all'efficacia delle azioni identificate, Newform svolge regolarmente attività di audit interno e di terza parte, al fine di verificare il rispetto delle leggi, dei regolamenti locali e degli standard internazionali in materia di Salute e Sicurezza.

Nel corso degli anni, in linea con gli obiettivi del **Sistema di Gestione per la**

Salute e Sicurezza sul Lavoro, l'azienda ha implementato una serie di iniziative mirate a garantire un ambiente di lavoro sicuro e consapevole. Gli operatori ricevono una formazione specifica in base alle attività svolte e sono attivamente coinvolti nel segnalare tempestivamente i near miss, ovvero eventi potenzialmente pericolosi. Particolare attenzione è stata riservata alla corretta informazione sull'uso dei dispositivi di protezione individuale (DPI) e al rispetto rigoroso della segnaletica di sicurezza presente all'interno del plant. Queste azioni integrate hanno consolidato una cultura della sicurezza condivisa, contribuendo a minimizzare gli infortuni. Gli incidenti verificatisi nel corso dell'anno sono stati analizzati con attenzione per individuarne le cause profonde, permettendo così di sviluppare interventi formativi specifici rivolti agli operatori, con l'obiettivo di prevenire il ripetersi di tali situazioni.

Inoltre, gli investimenti effettuati nel corso degli anni per aumentare l'automazione del sistema produttivo e per sostituire progressivamente lavorazioni e sostanze pericolose con alternative più sicure, contribuiscono in modo sostanziale a **ridurre i rischi per i lavoratori e a migliorare sensibilmente le condizioni di lavoro complessive**.

APRIRSI AL MONDO



Comunicazione e engagement

Fondiamo il rapporto con i clienti sul valore della Responsabilità, ponendo al primo posto la correttezza e la trasparenza delle nostre politiche di comunicazione e il pieno rispetto delle norme a tutela della privacy nell'acquisizione, nel trattamento e nella conservazione dei dati personali.

In Newform la comunicazione non è più concepita come una semplice trasmissione di informazioni, ma come un racconto autentico, capace di coinvolgere il pubblico nei valori e nella visione dell'azienda. Il recente rebranding ha segnato un passo decisivo verso una **comunicazione integrata e coerente**, capace di restituire un'immagine forte e riconoscibile del brand.

La sostenibilità, da sempre parte integrante della filosofia aziendale, è oggi pienamente incorporata nell'offerta di prodotti e nella strategia comunicativa. Newform promuove un modo di fare impresa etico, in cui il design va oltre l'estetica per abbracciare il concetto di "good design": una bellezza consapevole, espressione di qualità, innovazione e responsabilità.

Questi valori prendono forma attraverso una strategia multicanale, che adatta i contenuti ai diversi pubblici di riferimento:



PROFESSIONISTI DEL SETTORE

Rivenditori e distributori qualificati che contribuiscono a rafforzare l'identità del brand.



ARCHITETTI E DESIGNER

Protagonisti del mondo dell'interior design che scelgono Newform per progetti d'eccellenza.



CONTRACT E HOSPITALITY

Ambiti in cui l'azienda propone soluzioni su misura e di alta gamma.



CONSUMATORI FINALI

sempre più attenti ai valori etici e ambientali dietro ogni scelta d'acquisto.

Le fiere di settore rappresentano da sempre un pilastro della strategia di comunicazione di Newform, che considera questi momenti come importanti opportunità per raccontare la propria identità, condividere know-how e creare nuove relazioni.

Nel 2024, l'azienda ha partecipato al **Salone del Mobile di Milano** con

THE ORGANIC HOUSE

uno stand immersivo tra architettura e natura, che ha fatto da palcoscenico al lancio di due grandi novità: **Ionika** e **Alkimia**.

In parallelo, la presenza al Fuorisalone ha amplificato la visibilità presso un pubblico eterogeneo di appassionati, creativi e influencer, generando un forte ritorno mediatico.

8.821

INGRESSI REGISTRATI
(75% PROFESSIONISTI, 25% PRIVATI)

+200

**CONTATTI QUALIFICATI
RACCOLTI**



SHOWROOM

Gli **showroom** rappresentano il cuore pulsante dell'esperienza Newform: spazi espositivi pensati per accogliere architetti, progettisti, clienti e giornalisti, in cui l'identità del brand si vive in modo diretto e coinvolgente. Nel 2024 è stato inaugurato il nuovo flagship store a Shanghai, che interpreta in chiave contemporanea il concetto di total look Newform. A supporto della brand experience, sono stati inoltre attivati **corner personalizzati** presso rivenditori selezionati.

Tra le iniziative più significative, Newform continua a promuovere con entusiasmo **le visite guidate in sede**: un'opportunità unica per offrire ai partner un'immersione autentica nella cultura e nella realtà produttiva aziendale.





ISSN 1592-7458 • Bimestrale • Anno XXIV

n.3 giugno 2024

commercio

IDRO TERMOSANITARIO

MARKETING
PROBLEM SOLVING
& DECISION MAKING
NELLE VENDITE

LOGISTICA
E-CMR, VANTAGGI
E SEMPLIFICAZIONI

NEWFORM
**Mani, testa e cuore
per la rubinetteria
"made in Italy"**

PANORAMA EDITORIALE

Nel panorama editoriale, Newform è presente su testate di riferimento sia B2B che B2C – tra cui Elle Decor, Marie Claire Maison, Il Bagno Oggi e Domani, Ambiente Cucina e Area – con una comunicazione aperta, che favorisce il confronto con il settore e alimenta il dialogo sui principali trend globali.

Newform presidia attivamente anche i canali digitali, tra cui il **sito web** che rappresenta una vetrina dinamica dell'azienda: uno spazio dove trovare informazioni tecniche e documentazione ufficiale (codici, certificazioni, report di sostenibilità, cataloghi), ma anche approfondimenti sulle nuove collezioni, progetti in corso e iniziative speciali.

L'azienda è presente anche su Archiproducts, la piattaforma digitale internazionale dedicata ai professionisti del design, dell'architettura e dell'arredo, che si rivela uno strumento efficace per dare visibilità ai prodotti e generare nuove connessioni B2B.

I **canali social** rappresentano oggi uno strumento fondamentale per parlare in modo diretto e coinvolgente non solo con i professionisti più

digitalizzati, ma anche con famiglie, giovani e appassionati di design. La comunicazione social di Newform punta su contenuti autentici ed emozionali, capaci di raccontare il brand con immediatezza e umanità. È inoltre in corso la valutazione di collaborazioni con influencer selezionati, con l'obiettivo di amplificare la narrazione e dare vita a una community attiva e partecipe.

+58,95%
FACEBOOK

+32,67%
INSTAGRAM

+20,15%
LINKEDIN









newform.it