

Relazione di impatto 2023



Come Società Benefit siamo tenuti a redigere un report di impatto contenente le attività svolte e gli obiettivi futuri per il raggiungimento delle finalità di beneficio comune, come indicato dalla Legge italiana 28-12-2015 n.208, Commi 376-3 8 4.

Indice

pag. 05	Introduzione
pag. 06	Lettera del Presidente di Chiesi Italia
pag. 08	Lettera dell'Amministratore Delegato
pag. 10	Nota Metodologica
pag. 11	Le finalità di Beneficio Comune di Chiesi Italia
pag. 12	Processi innovativi e sostenibili
pag. 20	Benessere delle persone e dei pazienti
pag. 34	Sviluppo delle comunità locali
pag. 44	Collaborazione con gli stakeholder
pag. 56	Misurazione d'impatto con lo standard BIA
pag. 58	Conclusioni
pag. 59	Appendice su B Corp e Società Benefit

Introduzione

In Chiesi vogliamo ridisegnare i confini del settore farmaceutico tradizionale attraverso un nuovo modo di fare business. L'obiettivo primario che cerchiamo di raggiungere è di restituire alla società e all'ambiente più valore di quello che utilizziamo per operare, riconoscendo la complessità della sfida che questo rappresenta, così come la responsabilità che abbiamo di affrontarla con urgenza.

Come Chiesi Italia e insieme alle altre filiali del Gruppo, intendiamo quindi dimostrare al settore farmaceutico che fare business per il bene collettivo è possibile e profittevole.

Crediamo fermamente nella forza che un tale cambio di mentalità racchiude ed operiamo per avvicinarci ogni giorno al modello di innovazione verso la sostenibilità che vorremmo rappresentare per le altre aziende del settore.

Lo facciamo interpretando e applicando la vocazione e le finalità di beneficio comune del Gruppo Chiesi con un impegno formale e sostanziale, che ci consente oggi di affermare che quelle stesse finalità sono parte del DNA di Chiesi e costituiscono i tratti distintivi della nostra attività e modo di operare.

Siamo nati per contribuire al benessere delle persone e sappiamo che un obiettivo così alto passa per una presa di posizione di fronte alle grandi sfide dell'umanità e per un allineamento con i grandi movimenti internazionali che sostengono lo sviluppo sostenibile, come l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, il target di neutralità carbonica dell'Europa al 2050 e il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Guardando al grande cambiamento che viviamo, di cui gli impegni internazionali citati sono testimonianza, abbiamo elaborato la nostra vision al 2026, che vede il nostro contributo alla sostenibilità incentrato sull'eccellenza italiana nella Ricerca & Sviluppo nell'area del Respiratorio e nello sviluppo delle Business Unit Special Care, Rare Diseases e Consumer Healthcare.

La presente Relazione di Impatto è la testimonianza del nostro impegno ed il racconto tangibile di come le nostre finalità di beneficio si declinino in azione e in obiettivi di miglioramento, delineati anno dopo anno.

Lettera del Presidente

Alessandro Chiesi



Il Gruppo Chiesi è una B Corp certificata ed una Società Benefit in Italia, negli Stati Uniti (Benefit Corporation), e in Francia (Société à Mission) ed ha confermato nel 2022 la stessa certificazione con un punteggio di 103,8/ 200, aumentato di 16,3 punti rispetto al 2019.

Siamo riconosciuti come una realtà leader globale impegnata ad usare il business come forza positiva e la nostra attività economica, per impegno statutario, oltre a generare profitto, mira a creare un impatto positivo su persone, società e ambiente. Aver ottenuto un punteggio verificato superiore alla prima certificazione significa che tale impatto positivo sta migliorando nel tempo e che l'azienda è impegnata in un percorso ambizioso.

Abbiamo entusiasmo e crediamo fermamente che la direzione intrapresa sia quella giusta.

In Chiesi ne siamo certi, ad ogni livello aziendale, e ogni giorno lavoriamo per diffondere il senso di responsabilità che muove le nostre scelte, in modo che quel percorso sia sostenuto da tutte le persone che fanno parte del nostro ecosistema: i lavoratori e le lavoratrici, la filiera, la comunità e, soprattutto, i nostri pazienti.

La centralità del paziente è alla base dell'identità del Gruppo e guida la nostra vocazione verso l'innovazione, la ricerca e lo sviluppo di soluzioni terapeutiche in grado di migliorare la salute delle persone.

L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha dichiarato che il cambiamento climatico rappresenta la più grande minaccia alla salute globale del 21° secolo e, dall'estate 2022, le Nazioni Unite hanno riconosciuto tra i diritti fondamentali dell'uomo quello di vivere in un ambiente salubre.

Come Chiesi, sentiamo profondamente la responsabilità di contribuire affinché tale diritto sia diffuso e garantito, anche alla luce della stretta correlazione tra l'inquinamento, i cambiamenti climatici e le patologie respiratorie. In quest'area Chiesi ha, storicamente, mosso i primi passi come azienda e continuato negli anni a guidare la propria ricerca.

Considerare come centrale il benessere del paziente significa anche impegnarsi per ridurre l'impatto ambientale delle proprie attività industriali.

Tale impegno trova per noi concretezza in azioni specifiche, misurabili e condivise volte al raggiungimento degli obiettivi dichiarati e che si riconoscono nello slogan #ActionOverWords.

La campagna #ActionOverWords è pensata proprio per accendere i riflettori sull'importanza di avere un movimento globale orientato alla sostenibilità aziendale ed è tramite la stessa campagna che abbiamo reso pubblico il target di raggiungere Zero Emissioni Nette entro il 2030 sulle emissioni di gas serra dirette e indirette derivanti dall'acquisto di elettricità e calore (scopo 1 e 2) ed entro il 2035 su tutte le altre emissioni di gas serra indirette (scopo 3). Gli obiettivi che ci siamo prefissati in tal senso sono stati approvati dalla Science Based Target Initiative (SBTi), in linea con gli obiettivi definiti dall'Accordo di Parigi e a livello nazionale ed europeo.

Come B Corp ci impegniamo, inoltre, a contribuire allo sviluppo sostenibile della comunità in cui operiamo. Obiettivo che perseguiamo investendo risorse, mettendo a disposizione le nostre competenze, sostenendo le iniziative delle organizzazioni del territorio e promuovendo il volontariato d'impresa.

A coronamento dello sforzo continuo verso l'innovazione al servizio della salute, anche nel 2022 siamo al primo posto tra le aziende farmaceutiche italiane per investimenti in Ricerca & Sviluppo, pari a oltre il 21,4% del fatturato del Gruppo, 42 progetti attivi e 7 centri di ricerca a livello globale.

I traguardi raggiunti costituiscono da sempre la nostra identità e sono per noi motore e spinta, per proseguire con passo instancabile nel cammino del cambiamento.

Alessandro Chiesi

Presidente di **Chiesi Italia**

Lettera dell' Amministratore Delegato

Raffaello Innocenti



L'innovazione è da sempre un elemento distintivo di tutto il Gruppo Chiesi e, tramite la costanza nella ricerca e la spinta al miglioramento continuo, ci impegniamo a soddisfare le esigenze espresse e inesprese per il benessere delle persone di Chiesi e che a Chiesi si rivolgono come pazienti.

Sentire la responsabilità per il benessere delle persone parte dal riconoscere l'interdipendenza che lega gli esseri umani all'ecosistema in cui vivono e permea ogni scelta aziendale, in linea con i valori della filosofia B Corp, che abbiamo sposato dal 2019 a livello di Gruppo e confermato come Chiesi Italia con l'adozione dello status di Società Benefit nel 2020, di cui questo documento è espressione.

Essere Società Benefit ci richiede e consente di indirizzare in modo efficace e strutturato le risorse di Chiesi Italia, secondo quattro finalità di beneficio comune scelte in linea con quelle di Chiesi Farmaceutici e perseguite con l'impegno quotidiano nelle attività specifiche per la nostra realtà. Le finalità sono sintetizzate secondo i seguenti punti:

- operare secondo processi innovativi e sostenibili;
- favorire il benessere delle persone e dei pazienti;
- agire per lo sviluppo delle comunità locali;
- collaborare attivamente con i nostri stakeholder;

e per ognuna di esse, nel 2022, abbiamo realizzato determinate azioni, il cui svolgimento è stato monitorato costantemente nell'anno, attraverso il coinvolgimento del Comitato d'Impatto di Chiesi Italia.

La nostra azione verso l'applicazione di processi innovativi e sostenibili è ormai parte integrante nella progettazione del nostro piano per raggiungere Zero Emissioni Nette, in linea con il target del gruppo al 2035 e con un focus sull'efficientamento degli spostamenti dei dipendenti e la conversione della flotta aziendale in auto elettriche e/o ibride, prevista per il 2023.

Inoltre, abbiamo implementato nuove azioni su due progetti che ci rendono particolarmente orgogliosi: 'Recupera e Respira', focalizzato sulla sensibilizzazione e consapevolezza ambientale, e il 'Sentiero del Respira', con la restituzione alla comunità locale, e non solo, di un percorso naturalistico-educativo colpito dalla tempesta di Vaia.

Per quanto riguarda il benessere di persone e pazienti, i nostri sforzi si sono concentrati in

numerose azioni di sensibilizzazione e prevenzione e nell'avvio di nuovi servizi di assistenza al paziente, svolte al fine di educare, coinvolgere e supportare gli stessi nell'adozione di sane abitudini, migliorando la propria salute.

La massima attenzione al paziente si affianca all'altro grande focus di Chiesi: la cura delle proprie persone, nella consapevolezza che dietro ogni servizio, prodotto e iniziativa c'è l'impegno e la passione di migliaia di lavoratori e lavoratrici. Il nostro impegno in questo senso è stato riconosciuto con due importanti certificazioni: 'Great Place to Work', da cui discende un piano di miglioramento continuo delle pratiche aziendali nella gestione e valorizzazione delle nostre persone, che ci porterà fino alla ricertificazione nel 2023, e la Certificazione di 'Parità di genere' in base alla nuova best practice italiana - UNI/PdR 125:2022, risultato fondamentale nel nostro percorso verso un ambiente di lavoro più inclusivo ed equo.

La terza direttrice di Chiesi nella creazione di impatto positivo si basa sul coinvolgimento attivo delle comunità. In questo senso nel 2022 abbiamo collaborato con numerosi attori per la realizzazione di campagne informative e di sensibilizzazione oltre ad eventi sul territorio di coinvolgimento della comunità.

Nel 2022, inoltre, siamo stati chiamati a riflettere in modo approfondito sul concetto di comunità, per realizzare che il suo significato va oltre quello della realtà locale, soprattutto in situazioni di emergenza umanitaria. È per questo che abbiamo voluto supportare una raccolta interna di fondi a sostegno delle popolazioni colpite dalla guerra in Ucraina, donando farmaci a organizzazioni di volontariato e generatori elettrici, essenziali per il funzionamento di ospedali e scuole.

Infine, rispetto alla finalità che ci impegna nella collaborazione attiva con gli stakeholder, nel corso dell'anno abbiamo indirizzato le nostre energie in attività di formazione, sia per il pubblico esteso, che per target specifici di settore (medici, anestesisti, field force, farmacisti) insieme alle Associazioni di Pazienti che supportiamo e a partner strategici con cui abbiamo realizzato numerose iniziative riportate in questa Relazione, come il progetto pilota 'Farmacia sostenibile', realizzato con la Cooperativa CEF, nato da una riflessione sul tema della decarbonizzazione del sistema sanitario, coerentemente con il concetto di interdipendenza al quale ci ispiriamo.

Queste progettualità costituiscono anche l'occasione per diffondere all'esterno dell'organizzazione le motivazioni e il senso che ha per noi essere B Corp e Società Benefit. È quanto successo durante tutto l'arco dell'anno anche nelle varie occasioni in cui siamo stati chiamati a testimoniare il nostro impegno di sostenibilità aziendale a lungo termine e sensibilizzare i partecipanti, se non addirittura invogliarli a seguire il nostro stesso percorso.

Se per noi queste tematiche hanno ormai il peso di guidare le nostre scelte, abbiamo voluto misurare la sensibilità degli Health Care Professional (HCP) verso gli stessi argomenti, attraverso un'indagine svolta dal Gruppo Chiesi in collaborazione con DoxaPharma. Dalle risposte degli HCP è emersa una buona propensione, particolarmente forte per alcuni medici, a considerare la sostenibilità durante la loro pratica lavorativa e, dato per noi ancor più incoraggiante, ne è risultato un comune riconoscimento di Chiesi come azienda leader per impegno sociale e ambientale, in un settore invece ancora poco consapevole sul tema.

Il riscontro dei professionisti del settore, insieme a quello di tutte le persone coinvolte e raggiunte durante l'anno con le attività descritte, ci dimostrano ogni giorno che le nostre scelte di azienda hanno un impatto.

Per questo continuiamo e continueremo, con accresciuta energia, ad operare affinché questo impatto sia positivo, per la collettività, per il pianeta e per noi di Chiesi.

Raffaello Innocenti

Amministratore Delegato di **Chiesi Italia**

Nota Metodologica

La seguente relazione di impatto è stata redatta ai sensi della Legge italiana 28-12-2015 n. 208, Commi 376-384, che richiede alle Società Benefit di rendicontare e pianificare l'impatto generato, rispetto alle finalità specifiche di beneficio comune inserite nello Statuto.

In Chiesi Italia, come Società Benefit, abbiamo quindi misurato i nostri contributi in termini di valore generato per le persone e l'ambiente nel corso del 2022, abbiamo rendicontato rispetto agli obiettivi che ci eravamo posti nel 2021, per poi pianificare e delineare gli obiettivi per il 2023. Attraverso questo documento raccontiamo i nostri contributi e le nostre progettualità a tutti gli stakeholder, riconoscendo il loro ruolo chiave nella realizzazione della nostra vocazione: *making the world feel better*.

Questa Relazione di Impatto è frutto della collaborazione tra Chiesi Italia e NATIVA, *regenerative design company*, e si ispira ai valori di trasparenza, fiducia e interdipendenza essendo progettata per garantire l'attendibilità e la precisione di quanto riportato.

Tale percorso ci ha permesso di approcciare correttamente la misurazione di impatto utilizzando lo strumento B Impact Assessment e l'impegno generale nell'operare continuamente e in modo efficace per il progressivo raggiungimento delle nostre finalità specifiche di beneficio comune.

Nello specifico, per ognuna delle quattro finalità di beneficio comune scelte da Chiesi Italia, abbiamo mappato e raccolto le iniziative, le azioni e i progetti svolti nell'anno trascorso, in accordo con il piano di Sostenibilità di Chiesi Italia e attraverso un processo di coinvolgimento che ha riguardato l'intero Leadership Team.

Tutti i referenti di Business Unit, così come le ulteriori figure responsabili delle iniziative svolte, sono stati infatti intervistati per raccogliere le informazioni sullo stato di avanzamento dei singoli progetti, per individuare i KPI di rendicontazione sia qualitativi che quantitativi e per concordare le azioni di evoluzione da intraprendere nel 2023.

Questa interazione ci ha portato a realizzare una mappatura dell'impegno di Chiesi Italia nell'operare per l'interesse di tutti gli stakeholder ed ha costituito la base per la selezione di quelle iniziative che per rilevanza, stato di completamento o scelta strategica sono riportate in questa Relazione. Alcune di queste si sono trasformate in vere e proprie Storie di Impatto, come racconti delle azioni che, più di tutte, abbiamo l'orgoglio di comunicare al nostro ecosistema.

Le finalità di Beneficio Comune

di Chiesi Italia

Sono quattro le finalità specifiche che nel 2020 abbiamo indicato nel nostro Statuto, diventando Società Benefit, che rappresentano le modalità distintive con cui come Chiesi Italia decidiamo di creare valore condiviso nel lungo termine:

- 1 **Impegno nell'innovazione continua verso la sostenibilità dei processi e di tutte le pratiche aziendali al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio, verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica;**
- 2 **Impatto positivo sulle persone e sui pazienti, con l'obiettivo di migliorarne la salute, il benessere e la qualità della vita;**
- 3 **Contributo allo sviluppo delle comunità locali in cui la Società opera;**
- 4 **Promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa, anche attraverso il dialogo collaborativo con gli stakeholder.**

Accanto a questi impegni specifici rivolti a uno o più attori dell'ecosistema di Chiesi Italia, la società persegue - oltre gli obiettivi economici propri di una attività imprenditoriale - una finalità generale di beneficio comune, che si esplicita nell'operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

Le pagine successive sono organizzate in modo che ogni finalità specifica costituisca un capitolo, in cui vengono riportati:

- la rendicontazione delle attività rispetto all'anno 2022;
- le attività e i target da raggiungere nel corso del 2023.

Processi innovativi e sostenibili:

Impegno nell'innovazione continua verso la sostenibilità dei processi e di tutte le pratiche aziendali, al fine di minimizzare gli impatti negativi e amplificare gli impatti positivi sulle persone, sulla biosfera e sul territorio, verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.

Nel corso del 2022 abbiamo impiegato le nostre migliori energie per l'innovazione continua e la sostenibilità dei nostri processi. Di seguito riportiamo le storie di impatto che abbiamo scelto di raccontarvi e che esprimono l'impegno di Chiesi Italia in questa direzione.

Recupera e Respira

Chiesi Italia ha lanciato nel 2022 il progetto **Recupera e Respira, il primo progetto di raccolta e smaltimento nell'Unione Europea degli inalatori utilizzati**¹. Il progetto vuole creare sensibilizzazione e consapevolezza ambientale sui pazienti in merito all'uso degli **inalatori respiratori spray e polvere** attraverso la loro **raccolta organizzata**, in collaborazione con tutte le oltre 400 farmacie territoriali del Friuli-Venezia Giulia.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, nel mondo 9 persone su 10 respirano aria inquinata.² L'inquinamento atmosferico è tra i principali responsabili dell'aumento delle malattie respiratorie come l'asma e la broncopneumopatia cronica ostruttiva.³

È un'iniziativa unica, realizzata da Chiesi Italia in partnership con **Federfarma**, l'associazione che riunisce le oltre 18mila farmacie private in Italia, in sinergia con la **Regione Friuli-Venezia Giulia**, il patrocinio di **FIMMG** (Federazione Italiana Medici di Famiglia), **SNAMI** (Sindacato Nazionale Medici Italiani), **FOFI** (Federazione Ordini Farmacisti Italiani) e la collaborazione di **Assinde** e del **Gruppo EcoEridania**.

Gli inalatori respiratori, al pari di tutti i medicinali, non andrebbero dispersi né gettati tra i rifiuti urbani indifferenziati. La raccolta organizzata di Recupera e Respira dentro le farmacie territoriali e il loro successivo corretto smaltimento in termovalorizzatori

certificati, permette di tutelare l'ambiente e limitare anche l'effetto della dispersione in atmosfera dei gas propellenti HFA contenuti negli inalatori spray che contribuiscono in piccolissima parte, meno dello 0,1% a livello globale, al surriscaldamento. Inoltre, si innesca anche un circolo virtuoso con il recupero energetico durante lo smaltimento producendo energia elettrica da immettere nella rete regionale.

Per agevolare i pazienti nella raccolta degli inalatori esauriti, Recupera e Respira raccoglie e smaltisce tutte le forme di inalatori presenti sul mercato farmaceutico, siano essi spray o polvere, e, soprattutto, non raccoglie solo quelli prodotti da Chiesi ma di tutte le aziende farmaceutiche.

L'obiettivo di **Recupera e Respira** è di diffondere la cultura e la pratica di azioni consapevoli e responsabili, sensibilizzando le persone a prendersi cura di se stesse con un corretto uso dell'inalatore ma anche dell'ambiente, del territorio in cui vivono.

Recupera e Respira è stato fortemente voluto da Chiesi Italia nell'ambito del suo impegno a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2035, anticipando gli obiettivi europei e nazionali del 2050.

Coerentemente con questo impegno, il Gruppo Chiesi è stato il primo gruppo farmaceutico al mondo ad annunciare lo sviluppo di inalatori spray (pMDI) a minimo impatto ambientale, sostituendo l'attuale propellente (HFA 134a) con un'alternativa classificata come a basso Global Warming Potential (HFA 152a). Il piano di sviluppo, del valore

di 350 milioni di euro, ha l'obiettivo di introdurre tra il 2025 e il 2028 un portafoglio di nuove formulazioni che ridurranno l'impronta di carbonio degli inalatori pMDI del 90% senza nessuna ripercussione sulle opzioni terapeutiche attualmente disponibili per i pazienti.

I pazienti che utilizzano un qualsiasi inalatore respiratorio, una volta utilizzato completamente, possono riportarlo in una delle oltre 400 farmacie territoriali del Friuli-Venezia Giulia e deporlo negli appositi raccoglitori Recupera e Respira.

Assinde, società specializzata nella raccolta e smaltimento dei medicinali scaduti, si occuperà di ritirare periodicamente in ogni farmacia gli inalatori raccolti e di smaltirli in termovalorizzatori certificati.



Il progetto di raccolta e smaltimento degli inalatori esauriti è parte di un più ampio piano strategico di sostenibilità. Chiesi, impegnata a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2035, sta sviluppando inalatori spray a minimo impatto ambientale per garantire ai pazienti sempre tutte le opzioni terapeutiche. I pazienti e i farmacisti sono protagonisti di un circolo virtuoso di sostenibilità che evita che gli inalatori vadano nell'immondizia indifferenziata

Stefano Mecchia

Communication & Corporate Public Affairs Director
Chiesi Italia

Referenze

- ¹ Il progetto è stato attuato sulla base di un Accordo di programma stipulato tra Federfarma e il Ministero della Transizione Ecologica e autorizzato a dicembre 2021 dal presidente della Regione Friuli-Venezia Giulia.
- ² WHO. The Health Argument for Climate Action, 2021: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/346168/9789240036727-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ³ WHO. Chronic obstructive pulmonary disease (COPD): [https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/chronic-obstructive-pulmonary-disease-\(copd\)](https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/chronic-obstructive-pulmonary-disease-(copd))

Il Sentiero del Respiro



Sentiero del Respiro

Il **Sentiero del Respiro** nasce nell'ambito dell'impegno di Chiesi nell'area respiratoria ed in linea con i valori di azienda certificata B Corp; è un percorso naturalistico-educativo che coniuga ambiente, salute e sviluppo sostenibile realizzato nel comune di Livinallongo del Col di Lana (BL) cuore delle Dolomiti bellunesi, patrimonio dell'Umanità dell'Unesco.

Esempio virtuoso di partenariato pubblico-privato a beneficio della collettività, il sentiero è stato **realizzato da Veneto Agricoltura e dal corpo Forestale del Veneto** col patrocinio della **Regione Veneto**. In particolare, **Chiesi Italia, con una donazione alla regione**, ha co-creato il progetto con l'**Assessorato alla Salute** per riqualificare il territorio colpito dalla tempesta Vaia, che nel 2018 ha abbattuto oltre 18 milioni di alberi. Il progetto è, inoltre, patrocinato da **FederAsma e Allergie ODV**, l'Associazione nazionale dei pazienti affetti da malattie respiratorie.

Inaugurato a maggio 2022, il Sentiero del Respiro prevede la valorizzazione turistico-ricettiva e il rimboscimento dell'area con 10.000 cirmoli, con l'intento di generare un impatto positivo sull'assorbimento delle emissioni di gas climalteranti, in linea con l'impegno di Chiesi a raggiungere le Zero Emissioni Nette entro il 2035.

I primi 400 metri sono stati realizzati per essere **fruibili anche da bambini in carrozzina, persone disabili e non vedenti**, a ulteriore conferma della sensibilità e della volontà di inclusione con cui Chiesi Italia e la Regione Veneto concepiscono l'accessibilità della natura e delle sue bellezze.

Il Sentiero del Respiro è anche un **luogo vocato all'educazione alla salute**; lungo il tragitto, cartelli informativi oltre a valorizzare i punti di interesse naturalistico, tramite QR Code, accompagnano in una immersione multimediale che mira a sensibilizzare i visitatori sull'importanza del benessere respiratorio, fisico e psicologico.

Per il 2023 la Forestale sta preparando ulteriori interventi migliorativi come la realizzazione di altra area verde per ospitare eventi e conferenze e provvederà al restauro di un vecchio mulino in legno del 1.700 che si trova sul Sentiero del Respiro che con il movimento delle sue pale caricherà delle batterie per illuminare parte del sentiero.



Il **Sentiero del Respiro** inizia dentro il **Castello di Andraz**, dell'anno 1000, simbolo del comune di Livinallongo del Col di Lana-Arabba (BL), e **si articola con un sentiero organizzato di 4 km** che valorizza i vecchi tracciati di terreni agro-silvo-pastorali e militari, offrendo un cammino unico in Italia nella natura incontaminata e nell'aria pura, per godere appieno di storia e cultura.



“Come azienda certificata B Corp, stiamo facendo la nostra parte a tutela della salute delle persone, della sostenibilità sociale ed ambientale. Il Sentiero del Respiro è un progetto di partenariato con la regione Veneto ed i suoi enti che punta alla valorizzazione turistico-ricettiva e boschiva del territorio più colpito dalla tempesta di Vaia del 2018, perché diventi simbolo di un'azione B Corp di sviluppo sostenibile”

Stefano Mecchia

Communication & Corporate Public Affairs Director

Chiesi Italia

Processi innovativi e sostenibili: le iniziative svolte nel 2022 e gli impegni per il 2023

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Finance & Sales Operation	Ambiente	Obiettivo 'Net Zero' Parco auto - Progettazione del piano di implementazione per raggiungere zero emissioni nette entro il 2030	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> • Percentuale del parco auto convertita in auto elettriche e/o ibride • Tonnellate di CO2 ridotte 	<ul style="list-style-type: none"> • 3,6% del parco convertito con conseguente riduzione di emissioni di CO2 • Attivazione di un gruppo di lavoro per impatti e fattibilità dell'Home Charging 	<p>Implementazione Home Charge project entro il Q4 2023</p> <p>Inserimento di auto elettriche nel pool di auto aziendali a disposizione di tutti i dipendenti</p>
Finance & Sales Operation	Ambiente	Obiettivo 'Net Zero' Parco auto - Progettazione del piano di implementazione per raggiungere zero emissioni nette entro il 2030	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Riduzione KM/litri di gasolio per vettura • Emissioni CO2 	Riduzione del numero di auto del parco auto e riassegnazione delle auto tecnologicamente più nuove e con livelli di inquinamento più basse ai colleghi con auto più vecchie (rapporto km/litri gasolio) con conseguente riduzione di KM/litri di gasolio per vettura e emissioni di CO2	Mantenimento
Finance & Sales Operation	Ambiente	Obiettivo 'Net Zero' Parco auto - Progettazione del piano di implementazione per raggiungere zero emissioni nette entro il 2030	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Numero di colonnine installate: 27 	Installazione 27 colonnine nei cortili aziendali	Mantenimento
Finance & Sales Operation	Ambiente	Obiettivo 'Net Zero' - Mappatura spostamenti casa-lavoro nell'ambito delle politiche per incentivare e migliorare la mobilità sostenibile. I risultati dell'indagine ci consentiranno di redigere il Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL).	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Survey compilata da almeno il 50% delle persone 	<ul style="list-style-type: none"> • Erogazione di una survey alle persone di sede realizzata con l'obiettivo di raccogliere idee e proposte per rendere lo spostamento casa-lavoro ancor più sostenibile. • Più del 50% della popolazione di sede, ha risposto alla survey 	Implementazione eventuali azioni emerse dalla survey

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Communication & Public Affairs	Ambiente	Progetto 'Recupera e Respira' - Primo progetto nell'Unione Europea di sensibilizzazione e consapevolezza ambientale mirata a raccogliere e smaltire correttamente gli inalatori respiratori spray e polvere, di tutti i brand, grazie ad una raccolta organizzata con raccoglitori posizionati nelle farmacie del Friuli-Venezia Giulia, prima regione coinvolta nel progetto.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> • Coinvolgimento Farmacie • Campagna di Sensibilizzazione KPI <ul style="list-style-type: none"> • Kg di rifiuti riciclati • Numero di device recuperati rispetto al mercato del FVG • Numero Farmacie Coinvolte 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione del progetto con il coinvolgimento di 408 farmacie di cui 8 comunali. • Sulle 400 farmacie private il 95% dei titolari ha aderito ed esposto il box di recupero degli inalatori. • Creazione di una lista di 40 farmacie (10% del totale) su cui mensilmente si verifica lo stato del progetto. • Realizzazione della campagna di sensibilizzazione con materiali distribuiti nelle farmacie, una landing page e campagna social. 	<p>Giugno 2023 bilancio degli inalatori recuperati sui venduti.</p> <p>Il prosieguo dell'attività nel 2023 dipenderà da tale bilancio.</p> <p>Campagna di comunicazione per farmacisti al fine di aumentare l'engagement.</p>
Communication & Public Affairs	Territorio	Progetto 'Sentiero del respiro' Percorso naturalistico - educativo di 3 km affiancato da un'operazione di rimboscimento di 10.000 alberi nell'area che circonda il suggestivo Castello di Andraz, nel cuore delle Dolomiti bellunesi, vicino Arabba, tra Alleghe e Cortina. Secondo comune per impatto distruttivo della tempesta di Vaja.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> • Numero di alberi piantati • Quantità di CO2 assorbita 	<ul style="list-style-type: none"> • 18 maggio è stato inaugurato il Sentiero con un evento e la realizzazione della conferenza stampa con stakeholder pubblici e associazioni di pazienti. • Piantumati 5.000 alberi, cirmoli e abeti, con CO2 totale sequestrata per anno di 155 t/anno* 	<p>Piantumazione di ulteriori 5.000 alberi</p> <p>Realizzazione area verde dedicata a eventi e conferenze</p>
			Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Numero di fruitori del sentiero - Incremento visite al Castello 	<ul style="list-style-type: none"> • Inserimento di cartellonistica generica dedicata al sentiero con focus percorso con esercizi per il respiro. • Completamento dell'area lastricata nei primi 400 m, fruibile anche da persone con disabilità, presenti 20 panchine e tavoli per il pic-nic. Apertura completa del Sentiero dalla primavera 2023. 	<p>Restauro del mulino in legno con sistema di autogenerazione elettricità per castello e sentiero</p>
			Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Campagna web e social 	<p>Canali aperti il 16 maggio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web: oltre 2.500 visite al sito, oltre 1.000 utenti unici, durata media della visita 1m 04s, eventi totali 7.843. • Social <p>Facebook 2.637 follower, visite 1178, 239 interazioni</p> <p>Instagram 1078 follower, visite 894, 21 interazioni</p>	<p>Incremento del 50%</p>

*Assunzioni e considerazioni - La principale caratteristica di una pianta legata al sequestro di CO2 è la sua grandezza. Sono state quindi individuate 5 classi di grandezza delle piante e attribuito valori medi annui di stoccaggio di CO2 a ciascuna classe. Il periodo totale di sequestro è considerato di 50 anni. E' stato attribuito un valore medio annuo tramite approssimazione, poiché ogni pianta ha un incremento annuo di stoccaggio variabile, che risulta minimo nei primi anni di vita avendo poche foglie e tronco e radici piccole, e più elevato una volta raggiunta la maturità, per poi decrescere successivamente. Le classi di grandezza individuate sono le seguenti: I classe (h>25 metri, acero montano, frassino maggiore, platano, querce maggiori, conifere maggiori, ecc) = 35 kg/anno II classe (h 15-25, ippocastano, carpini, tigli, olmi, ecc) = 25 kg/anno III classe (h 8-15, aceri minori, orniello, gelsi, sorbi, acacia, cornioli, ecc) = 15 kg/anno IV classe arbusti di I grandezza (nocciolo, prugnolo, ginepro, sambuco, ...) = 3 kg/anno V classe arbusti di II grandezza (rosmarino, rosa, arbusti tappezzanti...) = 1 kg/anno Fonte: <https://www.kilometroverdeparma.org/calcolo-co2/>

Benessere delle persone e dei pazienti:

Impatto positivo sulle persone e sui pazienti, con l'obiettivo di migliorarne la salute, il benessere e la qualità di vita.

Nel corso del 2022 abbiamo impiegato le nostre migliori energie per migliorare il benessere delle nostre persone e pazienti. Di seguito riportiamo le storie di impatto che abbiamo scelto di raccontarvi e che esprimono l'impegno di Chiesi Italia in questa direzione.

Change Detector

Il Digital Day è l'evento annuale di Chiesi Italia in cui team interni di lavoratori e lavoratrici presentano all'azienda le loro idee di innovazione riguardanti la ricerca, il customer care, il marketing, l'e-commerce o la sostenibilità. Le migliori idee sono scelte per essere implementate nel corso dell'anno successivo e, nel 2022, il progetto **Change Detector** si è distinto per innovatività e utilità, con la proposta di un **Patient Support Program (PSP) domiciliare**.



L'idea del progetto Change Detector si basa su un device in grado di **migliorare e personalizzare il monitoraggio terapeutico dei pazienti affetti da Alfa-Mannosidosi** mediante l'utilizzo di sensori inerziali. Questi sensori, applicati al corpo del paziente, sono in grado di rilevare le variazioni di posizione e movimento, che vengono analizzate e trasmesse ai medici curanti. In questo modo, è possibile valutare in modo preciso e personalizzato l'efficacia delle terapie somministrate ai pazienti.

Questo PSP rappresenta un importante passo avanti nella gestione e nel monitoraggio terapeutico dei pazienti affetti da Alfa Mannosidosi - una malattia ultra-rara da accumulo lisosomiale che provoca gravi disabilità motorie e neurocognitive - e per questo di grande valore per la loro salute, sia per l'implementazione di una tecnologia innovativa e personalizzabile, che per la corretta gestione della terapia.

Inoltre, rappresenta un'opportunità di rafforzamento della partnership con la comunità medico-

scientifica, grazie al coinvolgimento nel progetto di nuovi stakeholder, come il Dipartimento di I Biomedica dell'Università della Tuscia.

In definitiva, Change Detector sottolinea l'impegno di Chiesi nel migliorare la qualità di vita dei pazienti, proponendo soluzioni innovative e flessibili nella gestione e nel monitoraggio terapeutico della malattia e dimostrando l'importanza di coinvolgere nuovi stakeholder nella ricerca di soluzioni per le malattie rare.



“Change detector è un progetto che sottolinea l'impegno di Chiesi nei confronti del paziente, nel migliorare la sua esperienza di malattia. È un'attività con un importante impatto sul sistema salute e sulla società, da diversi punti di vista: propone un Patient Support Program innovativo nella tecnologia e flessibile nella sua implementazione, garantisce la corretta gestione della terapia e il suo monitoraggio nel tempo, rafforza la partnership con la comunità medico-scientifica, in cui si inserisce un nuovo stakeholder nel network delle malattie rare, per continuare insieme a trovare soluzioni che migliorino la qualità di vita del paziente.”

Laura Franzini

Medical Director

Chiesi Italia

Parkinson Rehab

La **Malattia di Parkinson** è una patologia neurologica degenerativa che colpisce principalmente le persone anziane, ma può manifestarsi anche in età più giovane ed è caratterizzata da sintomi motori come tremore, rigidità muscolare, bradicinesia e instabilità posturale, ma anche da sintomi non motori come depressione, ansia, disturbi del sonno e della memoria.

La terapia farmacologica rappresenta il principale approccio terapeutico per la malattia di Parkinson, ma la riabilitazione neuro-motoria è di fondamentale importanza per mantenere la funzionalità motoria e migliorare la qualità di vita dei pazienti. La riabilitazione cognitiva, inoltre, può aiutare a mantenere a prevenire il deterioramento cognitivo associato alla malattia.

Parkinson Rehab è una Web App registrata come Medical Device CE di classe 1 che offre un **trainer virtuale** con voce guida per supportare i pazienti con Parkinson e i loro familiari nell'**esecuzione corretta degli esercizi di riabilitazione neuro-motoria suggeriti dai clinici**. Inoltre, offre esercizi specifici a supporto della parte cognitiva.

Il progetto Parkinson Rehab è stato realizzato grazie al supporto scientifico dell'**Università e del Policlinico San Martino di Genova** ed al contributo tecnico di **Drop Solution**, e costituisce un esempio di innovazione digitale in sanità che ha ricevuto il **premio FIASO nella categoria "Innovazione digitale in sanità" 2022**, riconoscimento che testimonia l'impatto che siamo riusciti ad avere sul miglioramento della qualità di vita dei pazienti con malattia di Parkinson.



Il nostro impegno per migliorare la salute, il benessere e la qualità di vita delle persone con Malattia di Parkinson non si ferma alla commercializzazione di soluzioni terapeutiche sicure ed efficaci. Con Parkinson Rehab vogliamo rendere disponibile a tutti, direttamente a casa propria, uno strumento certificato e testato per il supporto delle funzioni motorie e cognitive.

Boris Bocchino

Marketing Manager Area Pain & Vascular, Parkinson e IBD – Business Unit Special Care

Chiesi Italia

Lorenzo Loffi

Business Unit Special Care Director

Chiesi Italia

Matteo Rossi

Senior Brand Manager area Pain, Parkinson e IBD Business Unit Special Care

Chiesi Italia

Diversità ed Inclusionione

In Chiesi ci impegniamo ogni giorno a valorizzare ed accogliere la diversità, un impegno che nel 2022 è stato formalizzato nei nostri Valori e Comportamenti con la creazione di una politica D&I di Gruppo. Crediamo infatti nella valorizzazione come ciò che ci rende unici, generi ricchezza e impatto positivo sulle persone, così come sulla comunità globale e locale con cui interagiamo ogni giorno.

In linea con questa strategia, Chiesi Italia ha inserito nel proprio staff un ruolo dedicato alla Diversità e Inclusionione, dimostrando quanto questo tema sia parte integrante del nostro business.

Nel novembre 2021 abbiamo lanciato il primo evento focalizzato sui temi della D&I per comunicare la nostra strategia e le azioni che ci avrebbero accompagnato negli anni successivi per raggiungere un ambiente di lavoro più inclusivo ed equo. **Questo processo è proseguito nel 2022 con un'analisi quantitativa** dell'intera popolazione, con dati suddivisi per genere, età, anzianità, sesso, ecc., **seguita da un'analisi qualitativa** che ha raccolto feedback e bisogni dalle persone attraverso l'organizzazione di tre gruppi di lavoro con individui selezionati. Questo primo passo ci ha portati a confermare la necessità di formazione dedicata e di progetti con focus specifici su temi inclusivi. Per questo motivo e in linea con la strategia globale, Chiesi Italia ha organizzato **corsi specifici sul tema dei bias inconsci**, come primo stimolo per porre l'attenzione sul mondo dei pregiudizi inconsapevoli e un modo per rendere il nostro mindset e le nostre scelte più eque ed inclusive. Queste iniziative, prima circoscritte all'intero Comitato Esecutivo e ai manager, raggiungono oggi l'intera popolazione aziendale. Insieme al Gruppo, Chiesi Italia ha implementato anche varie attività di formazione D&I durante l'anno, compreso un corso di formazione dedicato al **linguaggio inclusivo**, con un focus su temi come le diverse generazioni, i generi e il mondo delle disabilità.



Lavoriamo ogni giorno per assicurare che le nostre persone vivano la diversità come una ricchezza all'interno ed esterno dell'azienda, e che apprendano giorno dopo giorno nuove realtà e modalità di agire con un mindset più inclusivo.

Francesca Bandieri

Innovation, D&I and HR project specialist – HR

Chiesi Italia

Lucia Quagliano

HR Director

Chiesi Italia

Benessere delle persone e dei pazienti: le iniziative svolte nel 2022 e gli impegni per il 2023

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Consumer Healthcare	Prevenzione	Progetto 'Farmacia del respiro' - FAD 'Respira 2.0' rivolta al farmacista e successiva attività di screening e prevenzione attraverso auto spirometrie nelle farmacie mettendo a disposizione spirometri e supporto dell'esperto.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> • Collaborazione con due catene di farmacie • Fornitura di circa 400 spirometri a disposizione per altrettante farmacie Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Numero di spirometri in comodato d'uso all'interno del corso di formazione per i farmacisti sponsorizzato da Chiesi Italia 	<ul style="list-style-type: none"> • Nr 224 farmacie coinvolte/ spirometri distribuiti • Nr 2831 spirometrie effettuate 	Aumentare la fornitura alle farmacie con: 200 spirometri 2000 spirometrie
			Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Numero di ore di formazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Erogato corso di formazione della durata di 7 ore. 	Mantenimento
			Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Numero di farmacisti formati 	<ul style="list-style-type: none"> • Nr iscritti: 489 • Nr discenti/crediti acquisiti: 253 	Formazione di 400 farmacisti
Business Unit Consumer Healthcare	R&D e nuovi servizi al paziente	'Capitan Doctor' - app per tablet e smartphone rivolta ai bambini in età prescolare, che trasforma l'aerosol in una divertente caccia ai batteri, aiutando i piccoli pazienti a eseguire correttamente la terapia.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> • Aumento del database utenti iscritti alla newsletter • Aumento dei download e dell'awareness dell'applicazione Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> • Piano media, ottimizzazione dell'app e website e progetto social mami club 	<ul style="list-style-type: none"> • Progressivo incremento del numero di download e avvio del database di iscritti alla newsletter. • 70.355 download app (ios + android) • 247 database iscritti alla newsletter 	Mantenimento
Business Unit Special Care	R&D e nuovi servizi al paziente	Progetto di Digital Therapy 'Churchill' - Sviluppo di una terapia digitale per pazienti infartuati e/o con coronaropatia stabile che ha l'obiettivo di supportarli nella riabilitazione cardiaca, aiutandoli a modificare stili di vita errati con specifici esercizi.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> • Proseguimento dello sviluppo dell'APP e trasformazione in medical device. Feasibility lato business partnership e definizione delle caratteristiche "core" dell'APP e passi necessari per valutare la fattibilità di una digital therapy per ottenimento della marcatura CE (Medical Device Classe 2a) 	Conclusione analisi ed esito positivo di fattibilità (Medica, Regolatoria) entro Dicembre 2022	Avvio indagine clinica entro 2023

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Special Care	Campagna di sensibilizzazione	Iniziativa 'Care before Cure in Cystic Fibrosis': Vite Salate - Campagna web e social di sensibilizzazione ed informazione rivolta a pazienti con fibrosi cistica per promuovere l'importanza del prendersi cura di sé e degli altri malati prima ancora della "cura" stessa.	<p>Nuovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sito web: Min 6k utenti; min 25k visualizzazioni <p>Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> Facebook: min 11k like; min 10k visualizzazioni/anno. Instagram: min 1,7k followers, min 15k visite/anno a pagina 	<ul style="list-style-type: none"> Utenti 12k Visualizzazioni 32k <p>Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> Like pagina 11.7k Visite al Profilo 19.4K Visualizzazioni 41.7k <p>Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> Like 1.9k Visite al Profilo: 24.8k Visualizzazioni 41.7k 	Proseguo attività Stessi KPIs 2022
Human Resources	Persone	Digitalization & Innovation - Accompagnare l'evoluzione culturale dell'organizzazione supportando tutto il personale nello sviluppo delle digital skills e di un mindset innovativo.	<p>Nuovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Innovation Award: Celebrazione dei Vincitori durante un evento aziendale - Contest in cui tutte le persone dell'organizzazione sono invitate a partecipare proponendo le loro idee innovative: le prime tre vengono premiate e realizzate nel corso dell'anno successivo. Oscar dell'Innovazione: Celebrazione dei Vincitori durante un evento aziendale - Contest in cui tutte le persone dell'organizzazione sono invitate a partecipare proponendo i loro progetti innovativi realizzati o in realizzazione nel corso dell'anno: il vincitore viene scelto tramite votazione online aperta a tutta l'organizzazione. Numero di interazioni (votazioni, mi piace etc..). <p>Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022:</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione del Digital Day anche per la field force: numero partecipanti in presenza e online 	<p>Premiazione Vincitori alla Cena di Natale 2022</p> <p>Numero totale candidature 2022: 14 Numero totale idonei: 5 Numeri totali vincitori: 2</p> <p>Premiazione Vincitori alla Cena di Natale 2022</p> <p>Numero totale candidature 2022: 14 Numero totale idonei: circa 6 Numeri totali vincitori: 2</p> <p>Quest'anno si è svolta la sesta edizione del Digital Day, l'appuntamento di Chiesi Italia dedicato al mondo digitale e dell'innovazione nel quale approfondire insieme ad esperti i cambiamenti legati alla digitalizzazione, con un focus sul mondo della cura e della terapia. Partecipanti tra persone di sede e field force: in presenza 103 e online 76. Coinvolgimento dell'Innovation Committee nella progettazione del Digital Day 2023</p>	<p>Aumentare ingaggio delle persone a partecipare/consultare/votare e prendere consapevolezza del progetto innovation award.</p> <p>Implementazione dei progetti vincitori del 2022.</p> <p>Creare un momento/evento dedicato per premiare i vincitori</p> <p>Aumentare ingaggio delle persone a partecipare/consultare/votare e prendere consapevolezza del progetto innovation award.</p> <p>Creare un momento/evento dedicato per premiare i vincitori</p> <p>Realizzazione del Digital Day 2023</p>
Business Unit Rare Diseases	Campagna di sensibilizzazione	Iniziativa di sensibilizzazione 'Donny' - Azione di sensibilizzazione alla donazione di sangue rivolta alla popolazione di Chiesi Italia.	<p>Nuovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione Report coi risultati dell'iniziativa Realizzazione Evento di sensibilizzazione Numero di persone raggiunte tramite i canali social 	<ul style="list-style-type: none"> Report realizzato Evento realizzato nelle sedi Chiesi: visita di idoneità in azienda Canale Instagram: 16 post, 226 follower, 452 average likes In aggiunta risultati canali Chiesi Italia istituzionali 	<p>Sottomissione Report per pubblicazione online</p> <p>Iniziativa completata</p> <p>Iniziativa completata</p>

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Special Care	R&D e nuovi Servizi AI Paziente	APP Parkinson Rehab - Sponsorizzazione APP Parkinson Rehab realizzata per la riabilitazione da casa dei pazienti con Parkinson; utilizzata anche dalla Società italiana disturbi del movimento e Parkinson (LIMPE)	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero 500 Utenti Unici Registrati Riconoscimento del livello innovativo 	<ul style="list-style-type: none"> 580 utenti unici registrati Award - Premio Innovazione Digitale in Sanità del Polimi 	<p>Utenti unici registrati: +20%</p> <p>Iniziativa completata</p>
Business Unit Special Care	R&D e nuovi Servizi AI Paziente	Progetto Case Lific	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Aumento della copertura città (Sud Italia) 	KPI non raggiunto. Collaborazione con LIFC concentrata su altre progettualità	Continua la collaborazione con le Associazioni Pazienti con Fibrosi Cistica
Human Resources	Persone	#SpeakUpBeHeard - Piattaforma di ascolto interno messo a disposizione dell'organizzazione per la segnalazione di situazioni critiche in azienda, anonime e non.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Divulgazione dell'iniziativa 	<p>Mass mail inviata a tutte le persone dell'azienda a febbraio e a dicembre 2022 e posizionamento notizia nella Home della intranet aziendale</p> <p>Sponsorizzazione dell'iniziativa nella presentazione D&I in onboarding</p>	Rilanciare la Comunicazione
Human Resources	Persone	Diversity & Inclusion - Piano d'azione sul tema D&I - focus gender pay gap e numero di promozioni alle donne - e implementazione delle azioni in base alle priorità dell'organizzazione.	<p>Nuovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diminuzione/azzeramento del gender pay gap - colmare il gap per il 50% <p>Nuovi:</p> <ul style="list-style-type: none"> Aumento delle donne nelle posizioni di responsabilità - Mappatura delle posizioni <p>Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: Realizzazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> D&I Talk disabilità Focus Groups D&I Unconscious Bias Workshops for manager FF e sede 	<p>Gap analysis di partenza: 2.01% per un totale di 34 colleghe su cui intervenire</p> <p>41% delle posizioni tra Leadership Team e Grade 14 o superiore</p> <p>33% Grade 14 o superiore (non compreso Leadership Team)</p> <p>Aumento della consapevolezza e maggior partecipazione grazie alla realizzazione di 8 workshop su diverse tematiche: diversità, inclusione, disabilità, unconscious bias, linguaggio inclusivo.</p> <p>163 partecipanti totali tra persone di sede e field force.</p> <p>Dicembre 2022 ottenimento della Certificazione 'Parità di genere': prassi di Riferimento UNI/PdR 125:2022, che definisce le linee guida sul Sistema di Gestione della Parità di Genere: comprende la strutturazione e l'adozione di un set di indicatori di performance (KPI) relativi alle politiche di Parità di Genere nelle organizzazioni.</p>	<p>Azzeramento del gap con politiche retributive</p> <p>Condurre una nuova analisi</p> <p>Incremento delle posizioni con l'obiettivo di azzerare il gap entro il 2030</p> <p>Continuare l'evoluzione sulla cultura dell'organizzazione</p>

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Human Resources	Persone	Garanzia di parcheggi interni - Parcheggi interni a disposizione di tutti i dipendenti (precedenza alle donne, a parità di ruolo). Il parcheggio è garantito all'interno degli spazi aziendali su prenotazione indipendentemente dal grade e dal fatto che l'auto sia aziendale o personale.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Istituzione di un parcheggio aziendale per tutti i dipendenti all'interno di uno spazio aziendale Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero di parcheggi aggiunti 	<ul style="list-style-type: none"> Copertura totale delle richieste. Totale parcheggi 126, di cui 27 con colonnine di ricarica e 46 a disposizione dei dipendenti senza vettura aziendale assegnata 	Iniziativa completata
			Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Soddisfazione degli employee 	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione Survey volta a ricevere feedback dalle persone 	Implementazione eventuali azioni emerse
Human Resources	Persone	Piano d'azione GPTW - A seguito della certificazione GPTW 2019 completamento delle iniziative volte al miglioramento nelle aree oggetto di certificazione.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Completamento delle azioni previste nel Piano d'Azione 2019-2022 	<ul style="list-style-type: none"> Completamento di 26 azioni del piano su 28. Le due non completate sono ad oggi ongoing. 	Implementazione azioni ora ongoing
			<ul style="list-style-type: none"> Integrazione action plan rispetto alle indicazioni della survey 	<ul style="list-style-type: none"> Presentazione al GPTW Global Team 4 nuove azioni da implementare nel prossimo action plan e 2 azioni ongoing. Definizione azioni da portare avanti a livello globale e a livello locale. 	Implementazione azioni ora ongoing
Human Resources	Persone	Realizzazione di un Ristorante aziendale - Creazione di un ristorante aziendale in cui le persone passano consumare il pasto e socializzare.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti 	<ul style="list-style-type: none"> Inaugurazione del ristorante aziendale il 1 luglio. Ad oggi tutto il personale di sede, quando presente in ufficio anche per mezza giornata, usufruisce del ristorante aziendale (anche in modalità di prenotazione asporto). Media 55 pasti al giorno 	<p>Se le normative Covid lo permetteranno, aumento spazi sala ristorante.</p> <p>Realizzazione Survey 2023.</p> <p>Implementazione azioni emerse dalla survey.</p>
Human Resources	Persone	Smart working nel new normal - Garantire un buon equilibrio tra lavoro e vita privata ed allo stesso tempo ridurre al minimo le emissioni di CO2 e preservare le risorse del pianeta grazie a un diverso approccio al lavoro.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero di persone richiedenti lo smart working Numero di giornate medie di smart working realizzate Kg di emissioni di CO2 ridotte 	<ul style="list-style-type: none"> Tutti i dipendenti eligible per le attività di Smart Working hanno firmato l'accordo individuale e effettuano regolarmente giornate in smart working come da policy aziendale 	Mantenimento
				<ul style="list-style-type: none"> Possibilità di 2 giornate/settimana medie di smart working per tutti i colleghi di sede 	Mantenimento
				<ul style="list-style-type: none"> L'aumento delle giornate di Smart Working usufruite da tutta la popolazione di sede ha permesso una riduzione di emissioni di CO2 dato dal trasferimento casa-lavoro 	Iniziativa completata
Human Resources	Persone	Values & Behaviours - Integrazione dei Valori a supporto di tutti i processi HR	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Integrazione dei Valori a supporto di tutti i processi HR - Numero di Values & behaviours presenti negli IDP (Individual Development Plans) delle persone 	<ul style="list-style-type: none"> Valori presenti in IDP per almeno il 50% delle persone. Nel dettaglio, 343 persone hanno inserito IDP di cui: We ACT as a force for good: 11 persone We ACT with integrity and trust: 15 persone We unlock our potential to improve and to develop: 153 persone We collaborate as an inclusive team: 59 persone We generate innovation and value putting the patient first: 56 persone 	Integrazione dei Valori a supporto di tutti i processi HR, ad esempio integrazione negli IDP (Individual Development Plan).

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Medical Department	Prevenzione	Screening per le oligosaccaridosi - Piattaforma AlphaLab, realizzata in collaborazione col provider HNP e l'Ospedale Bambin Gesù, e rivolta a medici specialisti interessati ad eseguire il test di screening per le oligosaccaridosi.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero di 20 Test inseriti nella piattaforma 	<ul style="list-style-type: none"> 31 test in piattaforma 	50 test in piattaforma
Medical Department	R&D e Nuovi Servizi al Paziente	Studio 'Arcangelo' - Studio osservazionale finalizzato a fornire nuovi dati sulla sicurezza ed efficacia di un farmaco (principio attivo cangrelor) nella pratica clinica, valutando come obiettivo primario gli eventi emorragici nel periodo di 30 giorni in pazienti con sindrome coronarica acuta (ACS) che lo ricevono durante procedura di angioplastica.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Riconoscimento del livello innovativo 	<ul style="list-style-type: none"> Award - Premio Life Science Excellence Awards 	Iniziativa completata
Medical Department	Campagna di Sensibilizzazione	'Pazienti in Rete' : podcast su Radio 24 col coinvolgimento dei pazienti - Iniziativa che ha visto il coinvolgimento dei pazienti nel raccontare le proprie storie di sfida e successo nonostante e grazie alla malattia	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Riconoscimento del livello innovativo 	<ul style="list-style-type: none"> Award - Premio Life Science Excellence Awards 	Iniziativa completata
Medical Department	R&D e Nuovi Servizi al Paziente	Programma di supporto al paziente 'Change Detector' - Progetto 'Change Detector': avviato il primo Patient Support Programme per il monitoraggio domiciliare e personalizzato della disabilità motoria tramite sensori inerziali in alfa-mannosidosi con la collaborazione dell'ingegneria biomedica Università della Toscana.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Implementazione nuova campagna Tacrolimus 	<ul style="list-style-type: none"> 2 Persone coinvolte - Pazienti coinvolti nel programma 	6
			Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Centri coinvolti 	<ul style="list-style-type: none"> 1 Centro coinvolto 	3 Centri
Innovation and Customer Experience	Persone	Voice of Employee : GLINT survey di Employee Experience Interstellar erogata alle persone di sede e Field Force	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Erogazione survey alle persone di sede e della Field Force in 3 wave 	Tasso di risposta: <ul style="list-style-type: none"> nel 2021 59%, nel 2022 I Wave 89% e II Wave 81% Performance sul Customer Focus Index: <ul style="list-style-type: none"> nel 2021 74, nel 2022 72 alla I Wave e 77 alla II Wave «% Believers»: nelle 3 wave sono stati 6%, 8% e 15%	Previsto allargamento alle persone MBO non eleggibili
Innovation and Customer Experience	R&D e Nuovi Servizi al Paziente	Voice of Customer : NPS Relazionale, survey sulla Customer Experience erogata agli operatori sanitari. In base all'andamento delle 4 wave di misurazione viene raggiunta una valutazione come filiale tra le seguenti opzioni: "outstanding", "beyond expectations", "In line", "room for improvement", "not in line".	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> NPS Relazionale Quattro wave di valutazione erogate tra Q2 2022 e Q1 2023 	Wave 1 Inviata: 38.525 Tasso risposta: 5,3% NPS: 57 Wave 2 Inviata: 37.908 Tasso risposta: 4,2% NPS: 59 Wave 3 Inviata: 24.026 Tasso risposta: 4,3% NPS: 56 Wave 4 Inviata: 25.471 Tasso risposta: 5,4% NPS: 55 Risultato delle 4 wave: "In line"	Due wave nel corso dell'anno

Sviluppo delle comunità locali:

Contributo allo sviluppo delle comunità locali in cui la Società opera.

Nel corso del 2022 abbiamo impiegato le nostre migliori energie per lo sviluppo sostenibile delle nostre comunità di riferimento. Di seguito riportiamo le storie di impatto che abbiamo scelto di raccontarvi e che esprimono l'impegno di Chiesi Italia in questa direzione.

Le Vie del Respiro

Le patologie respiratorie come asma e BPCO (Bronco Pneumopatia Cronica Ostruttiva) sono spesso collegate alle condizioni atmosferiche del luogo in cui viviamo e l'inquinamento atmosferico o i pollini possono condizionare sensibilmente la vita del paziente che ne è affetto.

Oggi, nell'insieme delle malattie croniche respiratorie, costituiscono la terza causa di morte in Europa, come anche in Italia, e sono spesso diagnosticate con ritardo, a causa della sottovalutazione da parte dei pazienti dei sintomi iniziali. Questo comporta il sopraggiungere di stadi più aggravati della malattia prima di rivolgersi a uno specialista e avviare l'iter diagnostico, sottoponendosi all'esame spirometrico, che potrebbe, invece, confermare in fase precoce queste patologie, l'inquadramento del paziente e la corretta terapia.

In Chiesi Italia abbiamo deciso di dare un contributo concreto al tema, con un **progetto innovativo, di carattere sociale e ambientale: Le Vie del Respiro**. L'iniziativa vuole rispondere positivamente sia alla sfida della salute del paziente, che di quella del nostro pianeta, ed ha coinvolto tre comuni italiani nel **misurare lo stato di salute dell'aria dei loro territori e la condizione respiratoria dei rispettivi abitanti**.

Fine ultimo di **Le Vie del Respiro** è stato quello di **sensibilizzare e informare i cittadini sui temi del respiro**, svolgendo azioni di prevenzione respiratoria sul territorio e coinvolgendo



le istituzioni in attività dedicate alla salute dell'aria. Iniziative di comunicazione, quali gli spot radio, una campagna social e la cartellonistica, hanno permesso di raggiungere la cittadinanza. Il progetto, realizzato a fine 2021, ha raggiunto una partecipazione volontaria di 643 cittadini che, oltre al consulto medico, hanno effettuato l'esame spirometrico condotto da specialisti pneumologi in collaborazione con MMG e Farmacisti del territorio.

Questa iniziativa, di alto valore sociale per l'impegno nello sviluppo sostenibile delle nostre comunità, ha ottenuto uno **speciale riconoscimento nel 2022, il premio 'Le Eccellenze dell'Informazione Scientifica e Centralità del Paziente'**, l'unico premio dove sono i medici a decidere, per la Categoria "Informazione Scientifica Multicanale".



“Collaborare attivamente con i cittadini, istituzioni e medici per lo stato di salute dell'aria nelle nostre aree urbane e per quella del respiro dei suoi abitanti favorendo comportamenti virtuosi, è un modo concreto di contribuire allo sviluppo delle comunità locali impegnandosi veramente per il bene sociale.”

Cristiana Bertolucci

Group Brand Manager Area Respiratoria, Business Unit Primary Care

Chiesi Italia

Giornata della prematurità

Il **17 novembre** si celebra la **Giornata Mondiale della Prematurità**.

Ogni anno in Italia nascono circa 25.000 bambini prematuri, condizione che riguarda quei neonati venuti al mondo prima della 37^a settimana di gestazione e per i quali è necessaria l'assistenza in reparti di Terapia Intensiva Neonatale, personale altamente specializzato e attrezzature moderne.

Per sensibilizzare le persone sui temi che coinvolgono i nati prematuri e i loro genitori, come Chiesi Italia abbiamo organizzato nel 2022 una **campagna di awareness e sensibilizzazione: Un futuro da ricordare**.



La campagna ha previsto la realizzazione di diversi contenuti, come **video, videointerviste e podcast**, che hanno coinvolto tutte le figure che ruotano attorno alla prematurità come famiglie, caregiver, enti e organizzazioni dedicati. Ogni contenuto raccontava una storia diversa, come quella di Olga, infermiera che ha lavorato nella stessa Terapia Intensiva Neonatale in cui è stata ricoverata da piccola prematura, o quella di Giovanni e Carolina, che hanno dovuto affrontare l'esperienza di genitori di un bambino prematuro.

Inoltre, in sinergia con il gruppo di studio della **Care Neonatale della Società Italiana di Neonatologia**, abbiamo distribuito in tutte le Terapie Intensive Neonatali le indicazioni nazionali sulla **Kangaroo Care**, tecnica che consiste nel tenere il neonato prematuro sul petto della mamma o del papà in modo da promuovere un contatto diretto. Questo semplice gesto è importantissimo per la stabilizzazione del neonato migliorando la termoregolazione, l'ossigenazione, l'attività respiratoria e cardiaca e il ritmo sonno-veglia, riducendo lo stress.

La Giornata della Prematurità è stata anche l'occasione per celebrare l'impegno trentennale di **Chiesi in Neonatologia, 30 anni di storia al fianco dei piccoli nati prematuri e delle loro famiglie**. Un impegno per continuare a sensibilizzare l'opinione pubblica su questi temi, perché proprio attraverso la conoscenza e la condivisione possiamo supportare e mostrare la nostra vicinanza a tutte le famiglie dei bambini nati prematuramente.



“ Il 17 novembre abbiamo celebrato la Giornata mondiale della prematurità con una campagna di awareness e sensibilizzazione realizzata per supportare i reparti di Terapia Intensiva Neonatale e sensibilizzare le persone sui temi che coinvolgono i nati prematuri e le loro famiglie. ”

Deborah Filippini

Brand Manager Area Neonatologia, Business Unit Special Care

Chiesi Italia

Giro d'Italia Under 23

Dal 11 al 18 giugno 2022 si è tenuta la settima edizione del **Giro d'Italia Giovani U23, con sette tappe che si sono svolte in sei regioni d'Italia**, per un totale di 1.008 chilometri di strada percorsa in bicicletta, molta salita, tanto sudore e tanta capacità tattica e di posizionamento. La competizione ha visto emergere i migliori atleti della categoria, accompagnati da una carovana di 700 persone appassionate che ha animato le strade del nostro paese.

Il Giro ha rappresentato non solo una sfida per i migliori ciclisti U23 al mondo e un palcoscenico internazionale per aziende e territori, ma anche un'occasione per promuovere messaggi di solidarietà sociale. In particolare, L'Associazione italiana per la donazione di organi, tessuti



e cellule (AIDO), con il supporto non condizionato di Chiesi Italia, era sponsor della Maglia Bianca, simbolo che contraddistingue il miglior giovane della classifica generale, con l'obiettivo di divulgare la cultura della donazione di organi, tessuti e cellule.

Durante la manifestazione, i volontari AIDO hanno incontrato il pubblico in ogni tappa, promuovendo il concetto di “dono” e l'importanza della donazione d'organo, tessuti e cellule. **La partnership di AIDO con il Giro d'Italia** ha permesso di veicolare un messaggio sociale prezioso: **la cultura della donazione d'organo può restituire speranza agli oltre 8.000 pazienti in lista d'attesa per trapianto.**

Inoltre, la testimonianza di alcuni ciclisti e sportivi portatori di trapianto che hanno attraversato simbolicamente il traguardo ufficiale dopo aver percorso gli ultimi chilometri della tappa, è stata un esempio vivo di gratitudine e speranza.

Al termine della gara, **Flavia Petrin, presidente nazionale di AIDO**, ha sottolineato così l'importanza della scelta del consenso alla donazione: «*AIDO Nazionale per il terzo anno consecutivo è stata sponsor etico del Giro d'Italia Giovani U23, portando la cultura della donazione di organi, tessuti e cellule con i ciclisti trapiantati che hanno testimoniato il ritorno alla vita. Da 50 anni l'AIDO informa i cittadini affinché possano fare in vita la loro scelta in tema di donazione di organi, tessuti e cellule. Vogliamo ringraziare gli organizzatori del gruppo ExtraGiro, i nostri amici di Chiesi Italia, fino agli instancabili volontari AIDO, che rappresentano il cuore pulsante dell'Associazione. Una scelta, quella del consenso alla donazione di organi, di grande valore etico e sociale, una scelta di solidarietà. Una scelta di vita.*».



“ Sono orgoglioso che il contributo di Chiesi Italia abbia consentito ad AIDO di essere presente alla più importante delle corse ciclistiche, il Giro d'Italia Giovani U23, e per il terzo anno consecutivo fare un grande gesto di solidarietà e cultura. ”

Giuseppe Spairani

Brand & Territory Manager, Business Unit Special Care

Chiesi Italia

Sviluppo delle comunità locali: le iniziative svolte nel 2022 e gli impegni per il 2023

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023																								
Business Unit Consumer Healthcare	Comunità	Combattere la povertà sanitaria: 'In Farmacia per i Bambini' - Supportare attivamente la Fondazione Rava nella realizzazione della Giornata 'In Farmacia per i bambini' tramite la divulgazione dell'iniziativa nelle farmacie e con attività di comunicazione.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: • Aumentare la partecipazione di Chiesi nell'attività	<ul style="list-style-type: none"> • 100 farmacie coinvolte • 3 grossisti e 7500 farmacie raggiunte tramite distributori intermedi • 10 giornate di volontariato • 10 volontari Chiesi 	Mantenimento																								
Business Unit Primary Care	Comunità	Giornata della BPCO - Campagna di sensibilizzazione su BPCO con l'obiettivo di sensibilizzare le nostre persone, operatori sanitari e pazienti su queste malattie croniche ad alto impatto sociale.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: • Proseguimento della campagna	<ul style="list-style-type: none"> • Realizzazione diretta Facebook sulla pagina Prendiamo Fiato: 150 partecipanti 	200 partecipanti																								
Business Unit Primary Care	Comunità	Giornata dell'Asma - Campagna di sensibilizzazione su Asma con l'obiettivo di sensibilizzare operatori sanitari e pazienti su queste malattie croniche ad alto impatto sociale.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: • Proseguimento della campagna	<table border="0"> <tr> <td>Facebook</td> <td>Instagram</td> </tr> <tr> <td>• 33.204 persone raggiunte</td> <td>• 17.467 persone raggiunte</td> </tr> <tr> <td>1099 like</td> <td>1309 like</td> </tr> <tr> <td>869 clic sul post</td> <td></td> </tr> <tr> <td>152 condivisioni</td> <td></td> </tr> <tr> <td>111 commenti</td> <td></td> </tr> </table>	Facebook	Instagram	• 33.204 persone raggiunte	• 17.467 persone raggiunte	1099 like	1309 like	869 clic sul post		152 condivisioni		111 commenti		<table border="0"> <tr> <td>Facebook</td> <td>Instagram</td> </tr> <tr> <td>• 40.000 persone raggiunte</td> <td>• 20.000 persone raggiunte</td> </tr> <tr> <td>1200 like</td> <td>1500 like</td> </tr> <tr> <td>1000 clic sul post</td> <td></td> </tr> <tr> <td>200 condivisioni</td> <td></td> </tr> <tr> <td>150 commenti</td> <td></td> </tr> </table>	Facebook	Instagram	• 40.000 persone raggiunte	• 20.000 persone raggiunte	1200 like	1500 like	1000 clic sul post		200 condivisioni		150 commenti	
Facebook	Instagram																												
• 33.204 persone raggiunte	• 17.467 persone raggiunte																												
1099 like	1309 like																												
869 clic sul post																													
152 condivisioni																													
111 commenti																													
Facebook	Instagram																												
• 40.000 persone raggiunte	• 20.000 persone raggiunte																												
1200 like	1500 like																												
1000 clic sul post																													
200 condivisioni																													
150 commenti																													
Business Unit Primary Care	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Airlab' - Realizzazione di 30 eventi locali in presenza rivolti alla cittadinanza tra marzo e giugno (sito dedicato, spirometrie, incontri con fisioterapista su respirazione e esercizi fisici e materiali informativi).	Nuovi: • Numero di persone coinvolte maggiore o uguale a 1280	<ul style="list-style-type: none"> • 1.350 persone coinvolte 	1.000 persone coinvolte																								

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Primary Care	Comunità	Prendiamo fiato - Campagna web e social con consigli rivolti al pubblico su asma e BPCO.	Nuovi: • Numero di persone raggiunte web 100.000 e Facebook 10.000	• Web: 125.976 • Facebook 11.440	Web: 100.000 Facebook 15.000
Business Unit Rare Diseases	Comunità	Giornata Malattie Rare: Evento 'Facciamo Centro' - Giornata di sensibilizzazione dedicata alla comunità locale con attività ludico-motoria in collaborazione con UNIAMO.	Nuovi: • Numero partecipanti	• Grande soddisfazione da parte dei partecipanti e delle associazioni coinvolte: circa 5-600 partecipanti	Replica dell'iniziativa
Business Unit Rare Diseases	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Issiamo le vele': Vento in poppa per la ricerca - Convegno di presentazione dell'iniziativa che si concretizza in un viaggio in barca a vela volto alla sensibilizzazione sulle malattie rare con approdo nei porti da Napoli a Marsiglia.	Nuovi: • Partecipanti evento di presentazione	• Realizzazione evento con 45-50 partecipanti	Iniziativa completata
Business Unit Special Care	Comunità	Giornata della prematurità - Campagna di sensibilizzazione sulla popolazione sulle tematiche della gestione dei neonati prematuri.	Dichiarati nella Relazione d'impatto 2022: • Proseguimento della campagna con nuove modalità Nuovi • Iniziativa 'Unfuturodaricordare'. • Sito: min 600 click • Video: Min 5k visualizzazioni • Instagram: # followers • Campagna Social "Chiesitalia_Neonatology_for_Life" ripresa anche sui canali social istituzionali di Chiesi Italia: LinkedIn e Facebook	• Realizzazione iniziativa Unfuturodaricordare. • Sito: 2.189 click • Video: 82.705 visualizzazioni • Instagram: 119 followers Campagna Social "Chiesitalia_Neonatology_for_Life" ripresa anche sui canali social istituzionali di Chiesi Italia: LinkedIn e Facebook	Proseguo attività con una nuova campagna di sensibilizzazione. KPI da definire
Business Unit Special Care	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Giro d'Italia Under 23' - Iniziativa di sensibilizzazione alla donazione di organi: sponsorizzazione per la partecipazione dell'Associazione AIDO all'iniziativa attraverso le testimonianze di ciclisti ex-trapiantati che, ad ogni tappa, tagliano il traguardo per mandare il messaggio positivo della rinascita.	Nuovi: • # persone presenti alle varie tappe; Visibilità sui social (impact, engagement, menzioni)	• Oltre 5M di persone raggiunte mediante i social di AIDO (Facebook, Instagram, Twitter del Giro U23); 70k persone presenti nei villaggi delle 7 tappe; 80k contatti attraverso brochure tecnica della gara	L'impegno in ambito trapianti continua con la progettualità Eroi Anonimi
Business Unit Special Care	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Parkinson & Sport' - Attività pluriennale di supporto alle associazioni per l'awareness e l'empowerment dei pazienti affetti da Parkinson: atleta/coach che organizza giri in bicicletta.	Nuovi: • Sponsorizzazione: numero partecipanti all'iniziativa - persone raggiunte dall'iniziativa (12.000 visualizzazioni del Blog "Parkinson & Sport")	• 20 partecipanti all'iniziativa e 13.260 visualizzazioni del Blog "Parkinson & Sport" ad oggi	Visualizzazioni del Blog "Parkinson & Sport": +20%

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Special Care	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Swim for Parkinson' - Attività pluriennale di supporto alle associazioni per l'awareness e l'empowerment dei pazienti affetti da Parkinson: gara di nuovo.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Sponsorizzazione: numero partecipanti all'iniziativa e visualizzazioni youtube (30 pax partecipanti ad iniziativa e 400 visualizzazioni su youtube) 	<ul style="list-style-type: none"> 30 partecipanti ad iniziativa & circa 500 visualizzazioni (youtube) 	Stessi KPI 2022
Medical Department	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione '125 Miglia per un Respiro' - Supporto all'iniziativa realizzata da Alessandro Gattafoni che lo ha visto coinvolto in una traversata in kayak del mare Adriatico per sensibilizzare e raccogliere fondi da destinare ai progetti LIFC (Lega Italiana Fibrosi Cistica) in favore delle attività del Servizio Sociale, a tutela dei pazienti e dei loro familiari.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti all'iniziativa 	<ul style="list-style-type: none"> Youtube: 204 visualizzazioni. Facebook: 47.046 visualizzazioni, 2.093 interazioni. Instagram: 10.208 visualizzazioni, 665 interazioni. 	Proseguo attività (Aned Sport - supporto partecipazioni atleti paraolimpiadi Australiane)
Medical Department	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Eroi anonimi' - Campagna sull'importanza della donazione di organi in collaborazione con l'associazione AIDO e le società scientifiche di riferimento: serie di podcast che raccontano storie di donatori e riceventi con la voce narrante dell'artista Nek.	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Proseguimento dell'attività con Nek Avvio di una nuova campagna con focus sul prendersi cura del dono, ossia aderire correttamente alla terapia, per il ricevente Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Riconoscimento del livello innovativo 	<ul style="list-style-type: none"> Nuova campagna con Nek. 1 milione di persone raggiunte <ul style="list-style-type: none"> Award - Premio AboutPharma Digital Awards nella categoria CSR. 	Lancio di una nuova campagna di comunicazione a medici, pazienti e pubblico generico. Iniziativa completata
Business Unit Primary Care	Comunità	'Le vie del Respiro' - Evento sul territorio che ha coinvolto tre comuni italiani nei quali sono state fatte spirometrie gratuite, analisi dei servizi al cittadino.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Riconoscimento del livello innovativo 	<ul style="list-style-type: none"> Award - Premio Life Science Excellence Awards 	Iniziativa completata
Business Unit Primary Care	Comunità	Campagna educativa 'Un respiro di salute' Continua la Campagna educativa sull'aerosolterapia 'evidence based' rivolta a consumatori e operatori sanitari.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> KPI Sito web: 300.000 utenti raggiunti KPI Numero 12.500 persone coinvolte - Fan Facebook KPI Sondaggio asma: 400 partecipanti KPI Sondaggio educativo 'Vero o Falso': 2.500 partecipanti 	<ul style="list-style-type: none"> Raggiunti oltre 350.000 utenti Raggiunti oltre 13.700 utenti Raggiunto oltre 400 partecipanti Raggiunto oltre 2.800 partecipanti 	300.000 utenti 13.800 utenti Proseguimento della campagna con eventuali nuove modalità Proseguimento della campagna con eventuali nuove modalità
Business Unit Rare Diseases	Comunità	Iniziativa di sensibilizzazione 'Rarità e Cultura' - Evento di presentazione della raccolta di contributi artistici sul significato di rarità e relativa campagna social.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti in presenza Contatti Campagna Social Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Contatti Campagna Social 	<ul style="list-style-type: none"> 50 partecipanti 37 opere realizzate <ul style="list-style-type: none"> Campagna social realizzata sui canali istituzionali di Chiesi Italia 	Si ripete con coinvolgimento delle scuole

Collaborazione con gli stakeholder:

Promozione di un modo consapevole e sostenibile di condurre l'attività d'impresa, anche attraverso il dialogo collaborativo con gli stakeholder.

Nel corso del 2022 abbiamo impiegato le nostre migliori energie per la collaborazione con gli attori del nostro ecosistema. Di seguito riportiamo le storie di impatto che abbiamo scelto di raccontarvi e che esprimono l'impegno di Chiesi Italia in questa direzione.

Hack4Breath

Le patologie respiratorie come asma e BPCO (Bronco Pneumopatia Cronica Ostruttiva) sono problemi di salute pubblica che richiedono attenzione e risorse adeguate per essere gestiti efficacemente. Tuttavia, spesso i pazienti incontrano problemi nell'elaborazione della diagnosi o nel seguire la terapia prescritta, il che può causare problemi non solo per la loro salute, ma anche per il sistema sanitario nazionale.



Per affrontare questo problema, in Chiesi Italia abbiamo organizzato l'**Hack4breath**, un hackathon che ha coinvolto studenti, giovani professionisti e colleghi dell'azienda per **identificare soluzioni innovative per i pazienti con patologie respiratorie**. I partecipanti hanno lavorato insieme per 24 ore, sotto la guida di tre medici specialisti pneumologi, con l'obiettivo di capire meglio le esigenze dei pazienti e sviluppare soluzioni che possano migliorare la loro qualità di vita. Coinvolgendo persone esterne all'organizzazione, il team ha acquisito nuovi punti di vista e raccolto esperienze differenti che si sono mescolate con le competenze interne per sviluppare progetti innovativi.

Questa iniziativa dimostra come la collaborazione tra diverse parti interessate e l'inclusione della diversità possano portare a soluzioni innovative e positive per il benessere della società.

Il progetto vincitore dell'Hackathon si è distinto per il focus sul miglioramento della consapevolezza della malattia e l'aderenza alla terapia e potrà contribuire a motivare i pazienti migliorando la loro salute e riducendo il costo per il sistema sanitario nazionale.



“
 Capire veramente come possiamo aiutare i nostri pazienti con patologie respiratorie: questo è l'obiettivo che ci siamo posti quando abbiamo pensato ad Hack4breath un format moderno per dialogare con giovani innovatori per creare nuove idee che migliorino in modo concreto la qualità di vita dei pazienti con patologie respiratorie.
 ”

Gino Di Vito

Senior Brand Manager Area Respiratoria,
 Business Unit Primary Care

Chiesi Italia

Farmacia sostenibile: verso un modello Carbon Neutral

Nel corso del 2022, Chiesi Italia e la Cooperativa Esercenti Farmacia (CEF) hanno avviato il progetto ambizioso di creare un movimento di farmacie impegnate nella creazione di un impatto positivo per l'ambiente e la società, con particolare attenzione alla salute respiratoria. L'iniziativa è stata realizzata in collaborazione con NATIVA - *regenerative design company* che accompagna le aziende in percorsi di evoluzione rigenerativa - e ha coinvolto sei farmacie pilota in un percorso composto da quattro fasi fondamentali:

- approfondire la cultura, la consapevolezza sulle sfide emergenti della *carbon neutrality*;
- misurare i principali impatti ambientali della farmacia in termini di emissioni e qualità dell'aria;
- individuare soluzioni per la riduzione delle emissioni per creare la prima rete di farmacie *carbon neutral* in Italia
- differenziare il proprio operato agli occhi dei consumatori attraverso azioni di ingaggio e comunicazione.

MANIFESTO

In un tempo di grandi cambiamenti la salute del pianeta deve **tornare a respirare**.

Abbiamo deciso di agire con azioni concrete progettando la **farmacia di domani**, con un **impatto sociale ed ambientale positivo**.

Con la nostra esperienza, strumenti innovativi e le best-practice globali stiamo disegnando **la rete di farmacie a prova di futuro**.

Prendi parte al cambiamento.

Verso un modello di farmacia carbon neutral.

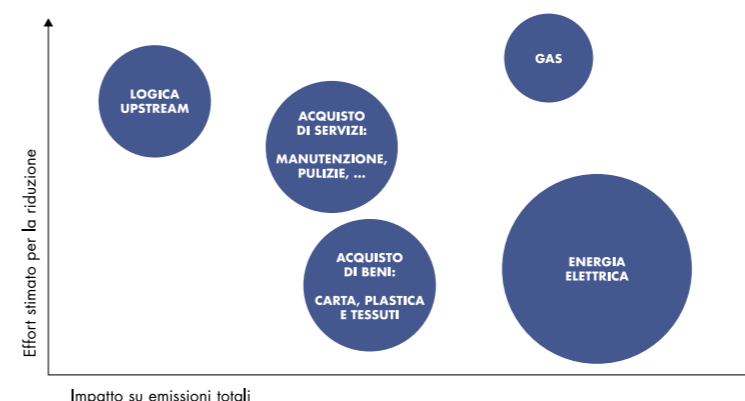
Uno dei passaggi cruciali del progetto è stato la raccolta dei dati necessari per identificare i "punti focali" (hotspot) di emissione di ogni farmacia, ovvero le attività che contribuiscono maggiormente alle emissioni di gas serra.

Durante i sopralluoghi nelle farmacie pilota del network CEF, i responsabili delle farmacie sono stati intervistati, le caratteristiche architettoniche ed impiantistiche sono state analizzate e sono state effettuate misurazioni sul campo per comprendere nel dettaglio le modalità di funzionamento ed organizzative delle farmacie, al fine di sviluppare un sistema di raccolta dati relativi alle emissioni di una farmacia tipo. Successivamente, i dati sono stati studiati, approfonditi con incontri dedicati con ogni farmacia e aggregati al fine di identificare gli hotspot.

Dall'analisi ne è emersa la fotografia attuale della matrice degli hotspot

Mappatura Hotspot di Emissione di una farmacia tipo (CO2eq)

MATRICE DEGLI HOTSPOT ATTUALE



In media, è stato stimato che ogni singola farmacia emette annualmente la quantità di emissioni catturate da 2.000 alberi al culmine della loro crescita durante un intero anno, l'equivalente della quantità di emissioni generata da 40 voli intercontinentali. Oltre alla quantificazione degli Hotspot in termini di CO2 equivalente, è stata valutata la fattibilità tecnica ed economica di una riduzione al minimo degli impatti rilevati.

Le soluzioni innovative individuate per la riduzione delle emissioni sono state raccolte in un manuale di pratiche virtuose, come risposta concreta agli obiettivi europei di neutralità climatica e a quelli nazionali di transizione ecologica.

Grazie al successo dell'iniziativa, il progetto pilota è stato esteso a tutta la rete CEF e, dal 2023, proposto alle singole farmacie indipendenti tramite la rete di agenti di Chiesi Italia.



“Come azienda B Corp crediamo fortemente nell'interdipendenza tra tutti gli stakeholder, promuovendo la collaborazione come leva alla base del valore azionario; dobbiamo quindi assumere un ruolo di protagonista verso una catena del valore sostenibile, per il progresso e la crescita reciproca. Da qui nasce il progetto di Chiesi Italia con l'ambizione di sviluppare una cultura territoriale diffusa sul tema della carbon neutrality grazie alla collaborazione della rete pilota di Farmacie CEF”

Giulia Ardenti Morini

Trade Marketing & Digital Manager Business Unit Consumer Healthcare

Chiesi Italia

Gianluigi Pertusi

Business Unit Consumer Healthcare Director

Chiesi Italia

Collaborazione con gli stakeholder: le iniziative svolte nel 2022 e gli impegni per il 2023

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Rare Diseases	Stakeholder Collaboration	Giornata delle Malattie Rare: Sponsorizzazione evento di sensibilizzazione di UNIAMO: EsplorARE 'Digitalizzazione e Innovazione per le Malattie Rare'.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti - HCP come relatori e partecipanti, Istituzioni 	<ul style="list-style-type: none"> Brandizzazione Chiesi Global Rare Diseases pensilina Metro di Milano con codice QR code che rimandava al sito GRD. 	Continua la collaborazione con UNIAMO con il supporto alla Campagna 'Il viaggio'
Business Unit Rare Diseases	Stakeholder Collaboration	Giornata delle Malattie Rare: Sponsorizzazione OMAR - Sponsorizzazione iniziativa di OMAR: #TheRareSide: campagna social e digital per dare voce a coloro che direttamente o indirettamente vivono la rarità. Verranno trasmesse 10 puntate e 13 storie live sui canali web e social.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione dell'attività 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicati stampa fatti da rare lab: 178 uscite sulla stampa e quasi 2.500.000 visitatori giornalieri 	Replica dell'iniziativa
Business Unit Rare Diseases	Stakeholder Collaboration	Giornata Malattie rare: sponsorizzazione UNIAMO - Sponsorizzazione dell'iniziativa di sensibilizzazione di UNIAMO: Campagna social 'Accendiamo le luci' sui monumenti italiani e campagna out of door 'Il viaggio'.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione dell'attività 	<ul style="list-style-type: none"> Illuminazione del battistero a parma. 	Non sarà replicata per sensibilità verso i problemi energetici.
Business Unit Rare Diseases	Stakeholder Collaboration	Iniziativa di formazione rivolta alla comunità: 'Malattie rare al centro' - Sito web dedicato alle malattie rare con informazioni e racconti di pazienti, caregiver e clinici.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione campagna di comunicazione con rimando al sito 	<ul style="list-style-type: none"> Campagna realizzata. Pubblicazioni di articoli sulle patologie rare Campagna Social sui canali istituzionali di Chiesi Italia 	Mantenimento
Business Unit Special Care	Stakeholder Collaboration	ECM rivolto agli anestesisti organizzato presso la sede di Dynamo Camp: sessione formativa sul tema B Corp.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti invitati 50; NPS positivo; Csat positivo. 	Realizzato evento: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti effettivi 37; NPS 100; Csat 4,55 	FAD con sezione dedicata a contenuti B Corp. Partecipanti: 100

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Primary Care	Stakeholder Collaboration	Convegno AIPO: sessione AIRevolution - Intervento al Congresso AIPO con una sessione rivolta ai partecipanti sul tema B Corp.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti 	<ul style="list-style-type: none"> 177 	160
Business Unit Primary Care	Stakeholder Collaboration	Convegno ISDE: Medici per l'ambiente - Sponsorizzazione e contribuzione all'iniziativa tramite la realizzazione di un manifesto da appendere negli studi medici per la divulgazione dei comportamenti suggeriti ai pazienti sui temi dell'ambiente.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero partecipanti: 380 Numero Manifesti consegnati: 700 	<ul style="list-style-type: none"> 380 700 	<ul style="list-style-type: none"> 500 700
Business Unit Primary Care, Special Care, Consumer Healthcare E Medical Department	Stakeholder Collaboration	Formazione Operatori Sanitari in ambito B Corp - Attività di divulgazione tramite la Field Force e MSL	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> KPI: mantenimento dello stesso numero di medici coinvolti (60.000 max capienza) 	<ul style="list-style-type: none"> Contatti oltre 88.000 medici 	Mantenimento (80.000 max capienza)
Business Unit Primary Care	Open Innovation	Hackathon: 'Chiesi Hack 4 Breath' - Organizzazione di un hackathon in cui studenti e innovatori si sono sfidati per sviluppare soluzioni innovative per migliorare la vita dei pazienti affetti da asma e BPCO.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> KPI: Numero 45 giovani raggiunti dall'iniziativa 	<ul style="list-style-type: none"> 47 	Iniziativa completata
Business Unit Primary Care	Open Innovation	APP Lifully - APP che insegna a respirare bene attraverso semplici esercizi con l'obiettivo di incoraggiare l'adozione di una nuova routine di benessere per vivere meglio.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> KPI: Numero 60.000 downloads KPI: Numero 4.500 Utenti Attivi mese Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> KPI: realizzazione nuove features e/o nuovi esercizi 	<ul style="list-style-type: none"> 60.000 5.350 Implementate nuove features ed esercizi 	<ul style="list-style-type: none"> 75.000 6.000 Mantenimento
Medical Department	Stakeholder Collaboration	Progetto 'Rising star' - Gruppo Facebook per la formazione di giovani medici sul tema delle malattie metaboliche.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Avvio della progettualità Numero di partnership avviate 	<ul style="list-style-type: none"> Progetto attivato e Gruppo Facebook aperto 2 advisory board effettuati 	Iniziativa completata
Market Access & Pricing	Stakeholder Collaboration	BPCO: presa in carico e gestione del paziente - Realizzazione di un evento per migliorare la presa in carico e la gestione dei pazienti con BPCO in collaborazione con CittadinanzAttiva e altri partner del settore.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione evento Numero di persone coinvolte 	<ul style="list-style-type: none"> Evento realizzato il 27 ottobre, divulgato comunicato stampa 16 partecipanti: Presidenti delle Soc. Scientifiche 	Iniziativa completata

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Market Access & Pricing	Stakeholder Collaboration	Evento '9a Edizione Summer School' - Evento di Motore Sanità 'Il PNRR tra economia di guerra ed innovazione dirompente' con intervento Chiesi sul tema B Corp. Partecipazione di direttori sanitari, farmacisti, alcuni clinici, etc...	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Realizzazione evento 	Evento che ha coinvolto 200 relatori e circa 6000 persone collegate tra Zoom e Facebook, l'indice OTS, e cioè il numero di persone venute a contatto con le notizie e i comunicati prodotti da Summer School, sono circa 32 Milioni Speech di Laura Franzini su tema B Corp.	Evento sul territorio con speech sul tema B Corp in collaborazione con Summer School
Medical Department	Stakeholder Collaboration	Progetto 'Digital Academy - Respiratory area' - Progetto in collaborazione con HPS: realizzazione di 3 webinar e una piattaforma di scambio/learning per aumentare la cultura digitale in campo respiratorio con il coinvolgimento di 30 clinici.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero di webinar Numero di clinici da coinvolgere 	<ul style="list-style-type: none"> Realizzati 3 Webinar 30 clinici partecipanti al progetto 	Report sul livello di gradimento dell'iniziativa
Medical Department	Stakeholder Collaboration	Webinar in collaborazione con l'Osservatorio Sanità Digitale, Polimi - Webinar ideati con il coinvolgimento del Politecnico di Milano per scouting su nuove idee e proposte in aree materiali per Chiesi.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Numero di incontri 	<ul style="list-style-type: none"> Realizzati 3 Webinar in tema digital di divulgazione interna 	3
Market Access & Pricing	Stakeholder Collaboration	Progetto 'EXPLORARE - Rare Disease Access Deepdive' : Sponsorizzazione dell'iniziativa realizzata da ISPOR Italy - Rome Chapter con la collaborazione di MA Provider ed un board composto da rappresentanti delle società scientifiche e dell'Accademia e con il coinvolgimento di Uniamo.	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> Avvio dei tavoli ed elaborazione bozze (Y/N) 	<ul style="list-style-type: none"> Realizzati tavoli di lavoro con rappresentanti delle società scientifiche e accademiche per proposte volte a semplificare l'accesso ai farmaci per le malattie rare. Presentata bozza proposte alla faculty. Pubblicazione e realizzazione evento. Campagna Social: su Instagram 86 interazioni, 18 condivisioni, 4670 visualizzazioni; su Facebook 8870 visualizzazioni; su LinkedIn 5094 visualizzazioni, 106 interazioni Articoli su Pharmastar 3980 visualizzazioni 	1Q 2023 pubblicazione proposte e evento finale di presentazione
Business Unit Consumer Healthcare	Stakeholder Collaboration	Convegno a Cosmofarma	Nuovi: <ul style="list-style-type: none"> KPI: Numero 70 partecipanti 	70 persone	Mantenimento
Business Unit Consumer Healthcare	Stakeholder Collaboration	Collaborazioni con startup (SMAU) e università (Polimi)	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: <ul style="list-style-type: none"> Ampliamento del numero di incontri Aumento del numero di startup coinvolte e progettualità emerse 	SMAU - Partecipazione di alcuni colleghi dell'Innovation Team a Smau Safary al fine di ampliare il network di partner esterni specializzate nell'healthcare. Presi contatti con 2 start up nel 1Q 22 e 8 nel 4Q 22 POLIMI - Partecipazione agli incontri dedicati del Digital Health da parte di Innovation Team, MSL e KOL.. 3 progettualità partite nel 2022 e 1 nel 2023	Mantenimento del numero di incontri e del numero di startup coinvolte e progettualità emerse

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	KPI 2022	AZIONI 2022	OBIETTIVI 2023
Business Unit Consumer Healthcare	Stakeholder Collaboration	Convegno a SDA	Nuovi: • Numero partecipanti: 30	30 persone	Mantenimento
Business Unit Consumer Healthcare	Stakeholder Collaboration	Progetto 'Farmacia sostenibile' - In collaborazione con la Cooperativa CEF ed il supporto di Nativa selezionate 5 farmacie per misurare la sostenibilità in farmacia e creare un vademecum/playbook.	Nuovi: • Realizzazione documento (Y/N) • Realizzazione workshop e numero di partecipanti	Realizzato workshop con la partecipazione delle farmacie della Cooperativa CEF e la collaborazione di Nativa per la presentazione del progetto e dell'handbook realizzato	Convegno istituzionale sulla farmacia sostenibile ed allargare iniziativa pilota ad altre farmacie
Business Unit Consumer Healthcare	Open Innovation	APP Beats: dedicata alle farmacie la app presenta una sezione dedicata alle tematiche B Corp	Nuovi: • KPI: numero di iscritti 1.500	1500 farmacie iscritte	Mantenimento
Business Unit Consumer Healthcare	Stakeholder Collaboration	Coinvolgimento di stakeholder della filiera di distribuzione del farmaco	Dichiarati nella Relazione d'Impatto 2022: • KPI: numero di clienti coinvolti	Nessun incontro ad oggi perchè l'iniziativa converge nella Farmacia Sostenibile	Iniziativa completata
Business Operations Management	Open Innovation	Progetto 'Centralizzazione acquisti delle cooperative' - In collaborazione con Federfarmaco implementazione di un progetto che vede la centralizzazione degli acquisti delle cooperative. Riavvio dialogo con Federfarmaco riguardo listino commerciale filiale italiana come <i>pilot project</i> . Obiettivo di riduzione delle emissioni a seguito dell'ottimizzazione dello scambio merci. Studio di fattibilità, impatto su emissioni e contrattualistica.	Nuovi: • Realizzazione Studio di fattibilità (Y/N)	Avviato Studio fattibilità	Avvio progettualità

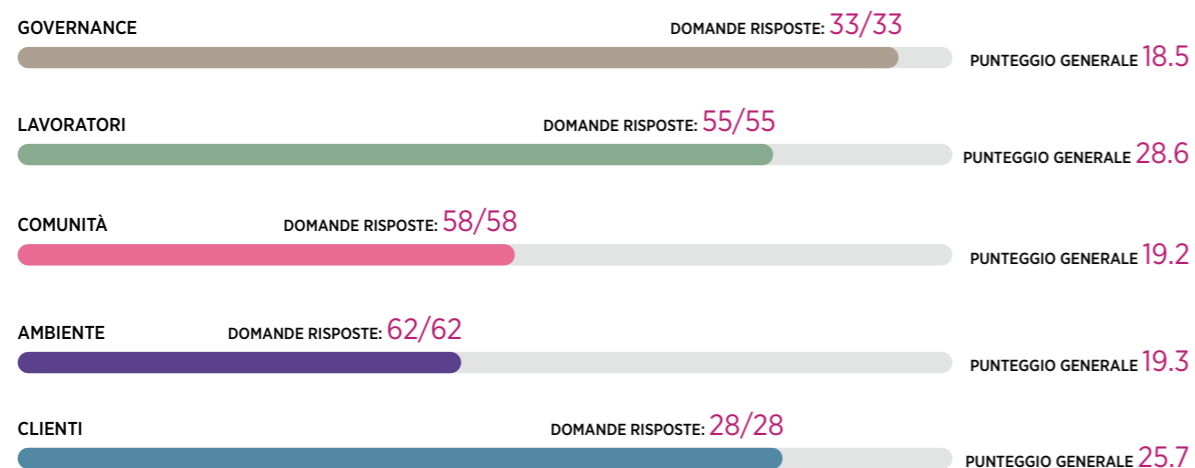
Misurazione dell'impatto

con lo standard BIA



Chiesi Italia S.p.A.

Per la data di fine anno fiscale:
31 Dicembre 2022



Per ottemperare agli obblighi di legge che accompagnano lo status di Società Benefit, Chiesi Italia si è sottoposta alla misura d'impatto attraverso lo standard di terza parte **B Impact Assessment**, che rappresenta lo strumento di valutazione alla base della certificazione B Corp.

Nel 2022, oltre all'assessment realizzato come Chiesi Italia insieme a Chiesi Farmaceutici e che ci ha portato alla ricertificazione, abbiamo effettuato anche un'autovalutazione della performance di sostenibilità del perimetro italiano, completando il questionario BIA nella sua versione n.6, con un punteggio risultante di 111.5/200.

Il risultato, dato dal confronto con l'autovalutazione del 2021, ci permette di confermare il consolidamento delle nostre azioni volte alla continua riduzione del nostro impatto e per le quali, in ottica di un continuo miglioramento, continueremo ad impegnarci grazie all'attuazione di un **Piano di Azioni** che ci accompagnerà nei prossimi anni e focalizzato sulle 5 aree: Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti.

La definizione di un piano di attività è stato un esercizio che ci ha consentito una maggiore attenzione sulla nostra realtà e sul suo contributo al benessere dell'ecosistema in cui opera, permettendoci quindi di ottenere una migliore percezione di quanto già realizziamo per la creazione di valore condiviso.

L'analisi del perimetro Italia, infatti, ci garantisce una migliore consapevolezza dei nostri mezzi, soprattutto per decidere verso quali direzioni strategiche vogliamo impiegare le nostre energie. Il risultato che ne deriva è di innescare un meccanismo di evoluzione continua, che può riguardare tutti gli ambiti della nostra operatività, sia interni, che esterni, fino a coinvolgere l'intera filiera, i partner, le persone e la biosfera, in un percorso in cui la sostenibilità è parte integrante di ogni nostra scelta.

Alla luce dei requisiti normativi derivanti dallo status legale di Società Benefit, già dallo scorso anno abbiamo inoltre nominato un **Comitato di Impatto** composto da tre responsabili identificati nelle figure di **Stefania Chinca** (Finance & Sales Operations Director), **Lucia Quagliano** (HR Director) e **Federico Esposito** (Legal & Compliance Manager), che si assumono di fatto la responsabilità di definire gli obiettivi di sostenibilità di Chiesi Italia, in coerenza con le finalità di beneficio comune, valutando anche i risultati conseguiti nel tempo, rispetto agli impegni presi.

Queste figure sono inoltre responsabili del processo di misura dell'impatto con lo strumento BIA, che aggiornano annualmente coordinando il contributo di tutte le funzioni aziendali coinvolte. Infine, a loro è affidato il compito di redigere la Relazione di impatto annuale di Chiesi Italia, assicurandone la trasparenza dei dati attraverso la condivisione del documento sui canali pubblici.

Conclusioni

Nel 2022 pubblicavamo la prima Relazione di Impatto e, a distanza di un anno, siamo orgogliosi di poter contare su un processo interno strutturato e partecipato per il monitoraggio e la rendicontazione di Chiesi Italia come Società Benefit.

Oggi rinnoviamo quindi la convinzione che questo modello possa aiutarci a evolvere in modo concreto ed efficace verso una performance di sostenibilità via via migliore, generando un valore sia per gli stakeholder che per la nostra stessa attività economica.

Per far questo **dal 2023** abbiamo pensato di coinvolgere l'intero Management aziendale all'interno del **Comitato d'Impatto**, che dal 2023 sarà composto da: **Raffaello Innocenti** (CEO), **Stefania Chinca** (Finance & Sales Operations Director), **Lucia Quagliano** (HR Director), **Federico Esposito** (Legal & Compliance Manager, Data Protection Officer), **Stefano Mecchia** (Communication & Corporate Public Affairs Director), **Matteo Borraccino** (Business Operations Management Director), **Claudio Puppo** (Business Unit Primary Care Director), **Lorenzo Loffi** (Business Unit Special Care Director), **Gianluigi Pertusi** (Business Unit Consumer Healthcare Director), **Giovanni Gigante** (Medical Director), **Elisa Crovato** (Market Access & Pricing Director), **Daniele Stragapede** (Innovation & Customer Experience Director) e **Elena Tommesani** (Business Development & Licensing Director).

Intendiamo avere un ruolo attivo nella transizione ecologica e siamo consapevoli che solo attraverso la collaborazione reciproca e l'impegno di ciascuno potremo raggiungere gli ambiziosi obiettivi che ci siamo posti come umanità, in primis quello della decarbonizzazione.

Lo facciamo, credendo fermamente che supportare la rigenerazione della biosfera si trasformi in un beneficio diretto per la salute delle persone, concorrendo così all'obiettivo primario con cui Chiesi è nata: contribuire al benessere dei pazienti.

Appendice B Corp e Società Benefit

Le Società Benefit, note nel mondo come Benefit Corporation, rappresentano uno dei modelli più avanzati in termini di impatto positivo sociale e ambientale d'impresa.

Sono società a scopo di lucro che esplicitano all'oggetto sociale un duplice obiettivo: creare valore sia per gli shareholder che per gli stakeholder. Insieme costituiscono un movimento globale di **Purpose Driven Businesses** che ha l'obiettivo di diffondere un paradigma economico più evoluto, che vede le aziende come protagoniste nel rigenerare la società e la biosfera. La Visione delle Benefit è innescare una competizione positiva tra tutte le aziende, perché siano misurate e valutate nel loro operato secondo uno stesso metro: l'impatto positivo sulla società e il pianeta, oltre ai risultati economici.

L'Italia dal 2016 è il primo stato sovrano al mondo e il primo Paese dopo gli Stati Uniti, ad introdurre le Società Benefit, una nuova forma giuridica d'impresa, che costituisce una solida base per allineare e proteggere la missione dell'azienda, oltre a creare valore condiviso nel lungo termine.

Le **Società Benefit** scelgono di:

- esplicitare nel proprio statuto lo scopo per il quale esiste l'azienda e di bilanciare l'interesse degli azionisti con quello di tutti gli altri portatori di interesse;
- misurare in maniera completa tutti i propri impatti e comunicarli con trasparenza attraverso una relazione di impatto, che si integra con la tradizionale reportistica dell'azienda;
- dotarsi di una governance che consenta di gestire l'azienda come una forza di rigenerazione della società e della biosfera.

La forma giuridica di Società Benefit ha dato origine ad un nuovo ruolo che serve a trasformare le aziende dal loro interno: il responsabile dell'impatto è la persona a cui è affidato, di concerto con il management, il compito di assicurare che la società, nello svolgere le proprie attività, punti anche ad avere un impatto positivo sulle persone, sulla società e sull'ambiente e persegua gli scopi di beneficio dichiarati nel proprio statuto.

Nel misurare i propri impatti le Società Benefit utilizzano una piattaforma tecnologica di misura, il **B Impact Assessment** (BIA) sviluppato dalla non profit **B Lab**. Questo protocollo, disponibile gratuitamente online in tutto il mondo, consente di misurare se un'azienda crei più valore di quanto distrugga, ovvero se sia rigenerativa. Nel caso in cui una data azienda, misurando tutti i propri impatti economici, ambientali e sociali attraverso il protocollo BIA, superi una soglia di eccellenza di 80 punti, verificati dallo Standards Trust di B Lab su una scala da 0 a 200, allora essa è eligibile come B Corp Certificata. Le B Corp certificate sono le aziende che in tutto il mondo si impegnano a diffondere paradigmi più evoluti di Business e che hanno promosso, a partire dal 2006, la forma giuridica di Benefit Corporation / Società Benefit nel mondo.

Le oltre 6.400 B Corp e le 200.000 aziende che ne usano gli strumenti, in 85 paesi e 150 industrie, rappresentano una soluzione concreta, positiva e scalabile che crea valore sia per gli azionisti che per gli stakeholder.

Uno dei principi fondamentali delle B Corp è l'interdipendenza, ovvero la corresponsabilità tra le B Corp, la responsabilità verso tutti gli stakeholder e verso le generazioni future. Attualmente in Italia si contano più di 220 B Corp certificate e oltre 3.000 Società Benefit, la community con tasso di crescita tra i più alti al mondo.

<https://bcorporation.eu/>
<http://www.societabenefit.net/>



Chiesi Italia S.p.A. con socio unico

Via Giacomo Chiesi, 1 - 43122 Parma - Italy

Tel. +39 0521 2791

www.chiesi.it