



Relazione di Impatto 2022



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 376-384.

Indice

1. Introduzione	pag.	04
2. Lettera del Presidente di Chiesi Italia	pag.	06
3. Lettera dell'Amministratore Delegato	pag.	08
4. Nota Metodologica	pag.	11
5. Le finalità di Beneficio Comune di Chiesi Italia	pag.	12
7. Processi innovativi e sostenibili:	pag.	14
6. Benessere delle persone e dei pazienti:	pag.	20
9. Sviluppo delle comunità locali:	pag.	30
8. Collaborazione con gli stakeholder:	pag.	36
10. Misurazione d'impatto con lo standard BIA	pag.	42
11. Conclusioni	pag.	44
12. Appendice su B Corp e SB	pag.	46

Introduzione

Chiesi in qualità di più grande azienda farmaceutica a livello globale certificata B Corp vuole 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 al nostro contesto, alle nostre persone e a tutti gli stakeholder con un impegno che nel 2020 è stato formalizzato nell'adozione dello status legale di Società Benefit. Oggi 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 quindi, per un allineamento valoriale e sostanziale con i grandi movimenti internazionali che sostengono lo sviluppo sostenibile, come l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, il target di neutralità carbonica dell'Europa 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 in R&D nell'area del respiratorio e nello sviluppo delle business unit special Care, Rare Disease e Consumer Health Care.

La presente Relazione di Impatto è la prova vivente del nostro impegno ed il racconto tangibile di come le nostre finalità di beneficio si declinino del nostro operato. E' il primo passo di un percorso che inizia oggi e si proietta al futuro, tramite i nostri obiettivi di miglioramento, delineati anno dopo anno.



Includere la sostenibilità nel business è possibile e la nostra organizzazione, ascoltando i bisogni dei diversi stakeholder, crede responsabilmente in un modello di “business sostenibile” in grado di portare risultati positivi e duraturi nel tempo, sulla società e sull'ambiente.

Stefania Chinca

Finance & Sales Operations Director
Chiesi Italia

La cura è stata sempre al centro dell'operato di Chiesi, fin da quando il nostro fondatore, Giacomo, mescolava eccipienti e principi attivi in un piccolo laboratorio annesso ad una farmacia di provincia. Oggi, quel laboratorio è diventato un gruppo che, a livello globale, continua ad aver cura dei propri pazienti, ma non solo: al centro delle nostre azioni quotidiane ci sono i nostri dipendenti, la comunità tutta e l'ambiente in cui viviamo. Abbiamo l'orgoglio di essere un'azienda B Corp impegnata a costruire un futuro migliore per noi stessi e per i nostri figli.



Lucia Quagliano

HR Director
Chiesi Italia



Lavoriamo affinché il modello di business sostenibile, in cui siamo stati i primi a credere nel settore farmaceutico, diventi comune a tutte le imprese.

Federico Esposito

Legal & Compliance Manager
Chiesi Italia



Lettera del Presidente

Alessandro Chiesi

Abbiamo trattenuto il fiato per tanti mesi. La pandemia sta solo ora dando segnali di rallentamento e finalmente possiamo tornare a respirare. Un respiro fatto senza mascherina, almeno a volte, almeno all'aria aperta. Un respiro di sollievo, nel guardare indietro e pensare che il culmine della pandemia sia stato superato.

Non dimenticheremo mai il senso di responsabilità che ci ha mosso durante l'emergenza globale e per molto tempo saranno nitidi gli sforzi che questo ci ha richiesto. Oggi, ci troviamo a riflettere sulla grande sfida che abbiamo affrontato in prima linea e appare evidente come questo tipo di dinamiche siano correlate al perpetuarsi di un modello socio economico che emerge sempre più chiaramente come inadeguato e insostenibile.

Eppure, mentre nei tavoli di COP 26 le grandi economie emergenti rimandavano l'impegno alla decarbonizzazione, in altre parti del mondo si assisteva alla chiusura delle scuole cittadine a causa di una concentrazione di polveri sottili nell'aria così alta da renderne nocivo il contatto. Assistiamo a questi fatti e non possiamo fare a meno di rimanere perplessi di fronte alla logica dominante del solo risultato economico, insensibile anche quando questo è direttamente legato all'impatto negativo che comporta per le persone e l'ambiente.

Come azienda farmaceutica, dedita alla vita e alla qualità di vita dei pazienti, abbiamo maturato una chiara consapevolezza che oggi la salute, principalmente quella respiratoria, è seriamente minacciata dal cambiamento climatico e dall'inquinamento ed è proprio questa consapevolezza a darci la spinta a metterci in prima linea nella diffusione di un nuovo modo di fare impresa, che generi valore, insieme, per gli azionisti, per le persone, il territorio, la comunità e la biosfera.

Siamo il più grande gruppo farmaceutico internazionale certificato B Corp, certificazione che non è per noi solo un traguardo, ma il punto di partenza verso un modello di business sempre più rigenerativo, con l'obiettivo di creare un impatto positivo concreto e misurabile verso tutti gli stakeholder del nostro ecosistema. È grazie al miglioramento costante di questo impatto, che possiamo raggiungere il nostro pieno potenziale di azienda fatta da persone, per le persone.

In Chiesi Italia questo significa condividere gli stessi valori del Gruppo e mantenere una visione di lungo periodo, valutando tutte le sfide e le opportunità anche nel presente e valorizzando le diversità delle nostre persone per farne un punto di forza, con l'obiettivo di realizzare il cambiamento, a partire dal nostro territorio nazionale.

Nelle aree in cui siamo impegnati poniamo grande attenzione all'efficacia e alla sicurezza delle nostre soluzioni terapeutiche, ponendo al centro oltre ai bisogni dei pazienti e dei caregiver, anche il benessere del pianeta e della comunità in cui operiamo. Lo facciamo quotidianamente anche come individui, come team di lavoro e grazie all'impegno di tutti i ruoli aziendali che agiscono con la stessa passione e profonda convinzione, affinché il paziente non debba mai ritrovarsi a dover scegliere tra la propria salute e quella della società, delle generazioni future e dell'ambiente.



Lettera dell' Amministratore Delegato

Raffaello Innocenti

Gli ultimi due anni sono stati per noi una grande prova di coraggio, tenacia e solidità.

Ora, che ci troviamo sulla via del ritorno a una nuova normalità, possiamo dire con orgoglio che durante la pandemia abbiamo impiegato le nostre migliori energie per garantire la sicurezza delle nostre persone e il benessere dei nostri pazienti, in ogni momento.

L'elemento positivo della grande sfida che abbiamo affrontato è che avere un nemico comune può essere uno straordinario motivo di collaborazione e oggi ci sentiamo parte di una comunità più coesa, come una squadra dopo aver affrontato insieme una partita difficile e, ancora stupiti di quanto fosse impensabile quello

che abbiamo attraversato, tiriamo le fila di quanto di buono possiamo portare nel nostro bagaglio di esperienza.

La pandemia ci ha insegnato, infatti, l'importanza della fiducia, della solidarietà, e della partecipazione, mostrandoci con forza travolgente quando fosse e quanto ancora sia insostenibile il sistema socio economico di cui siamo parte.

Da qui deriva il nostro impegno ad essere leader del settore per la performance di sostenibilità e a farci esempio e convinti apripista di un nuovo modo di fare impresa, in cui il valore che generiamo verso le persone e l'ambiente è al pari e in sinergia di quello che creiamo per l'economia.

Il Gruppo Chiesi dal 2018 ha abbracciato questa direzione e attualmente rappresenta la più grande B Corp del settore farmaceutico al mondo. Come Chiesi Italia concorriamo agli obiettivi di sostenibilità di gruppo e, sin dalla costituzione della società nel 2020 siamo società Benefit. La responsabilità del mandato per tutto il management consiste quindi nel considerare la sostenibilità un elemento strategico e trasversale per tutte le attività che svolgiamo. Nello statuto di Chiesi sono esplicitate quattro specifiche finalità di beneficio comune da perseguire nel nostro operato:

- Favorire il benessere delle persone e dei pazienti;
- Operare secondo processi innovativi e sostenibili;
- Collaborare attivamente con i nostri stakeholder;
- Agire per lo sviluppo delle comunità locali.

Ciò significa integrare la sostenibilità in ogni scelta di business, agendo in modo da perseguire il benessere di tutte le persone, senza arrecare danno al pianeta che abitiamo.

Negli anni della pandemia, lo status di Società Benefit e questi specifici obiettivi hanno guidato un cambio del mindset a tutti i livelli dell'azienda, con una profonda trasformazione delle procedure operative. Dai top manager al resto del team, tutti hanno dovuto imparare un modo di lavorare diverso, più agile e flessibile, con maggiore apertura all'esterno, alle diversità, alla collaborazione.

In Chiesi Italia abbiamo mantenuto un grande focus sulla progettualità in chiave sostenibile, anche in tempi straordinari come gli ultimi anni, non solo perché ormai consideriamo la sostenibilità come la sola strada possibile, ma anche perché siamo convinti dei vantaggi che questo approccio comporti in termini di creatività e crescita. Oggi facciamo tesoro della flessibilità acquisita, per considerare sempre di più nel nostro piano strategico i bisogni e le opportunità delle persone, della comunità e del territorio in cui operiamo.

Il 2021 è anche l'anno in cui ci siamo riorganizzati nelle aree Air, Rare e Care, ispirate al linguaggio non medico utilizzato dai pazienti, in una evoluzione verso l'integrazione di un approccio empatico rivolto al paziente in tutti i processi aziendali. Inoltre, ad ognuno degli ambiti in cui si declina la nostra vocazione, abbiamo dedicato progettualità, iniziative, azioni e collaborazioni:

Per i nostri pazienti abbiamo ideato campagne di sensibilizzazione e prevenzione, per promuovere la corretta conoscenza delle patologie e degli stili di vita e per migliorare il percorso di benessere degli individui.

Abbiamo agito per migliorare costantemente l'ambiente di lavoro, tanto da ottenere anticipatamente la certificazione Great Place to Work 2021. Abbiamo consolidato i nostri valori, attraverso un programma strutturato per diffonderli in azienda in maniera capillare, oltre ad un processo di innovazione digitale per supportare l'evoluzione aziendale verso un digital mindset. Infine, è stato avviato un piano di azioni focalizzate sulla diversità ed inclusione in linea con l'impegno del Gruppo che si è classificata al 10° posto al mondo nella classifica annuale Diversity Leaders del Financial Times nel 2020.

In ambito di innovazione ad impatto positivo c'è stato un importante focus in direzione della carbon neutrality, per il quale abbiamo un impegno di Gruppo al 2035. Tra le varie iniziative a 360 gradi di minimizzazione del nostro impatto sulla biosfera e di attenzione alle persone e comunità, sicuramente spicca la certificazione LEED Platinum per il nostro HQ, accanto agli sforzi per l'elettificazione del parco auto e le iniziative di economia circolare per il recupero dei nostri asthma device.

Come contributo al territorio ci siamo impegnati in progetti per combattere la povertà sanitaria insieme ad associazioni già attive sul tema e in campagne di sensibilizzazione per la comunità locale.

Infine, abbiamo coronato il nostro impegno di collaborazione con gli stakeholder, coinvolgendo la catena di distribuzione del farmaco, varie start up ed università per creare soluzioni innovative dedicate ai pazienti, tramite l'approccio di open innovation focalizzato sulla Digital Health.

Tutto quello che è accaduto è raccontato nella nostra prima Relazione di Impatto, che diventa lo strumento con cui rendiamo espliciti a tutte le parti dell'ecosistema Chiesi gli impegni, i progetti, i successi, ma anche le sfide che quotidianamente affrontiamo con l'impegno di essere un'azienda che vuole accogliere e guidare il cambiamento.

Nota Metodologica

La seguente relazione di impatto è stata redatta ai sensi dalla 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 2021, per poi pianificarne e delinearne gli sviluppi futuri. Attraverso questo documento li raccontiamo 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, ispirata ai valori di trasparenza, fiducia e interdipendenza e 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 2022.

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 2021;
- le attività e i target da raggiungere nel corso del 2022.



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 2021 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:

Progetto Pilota “Recupera e Respira”

Nel corso del 2021 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: Chiesi si è impegnata pubblicamente a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2035, in linea con gli obiettivi europei e nazionali al 2050. Il viaggio verso la decarbonizzazione è iniziato con un'attenta analisi della nostra carbon footprint, e riguarda anche i pochi grammi contenuti negli erogatori che produciamo per la cura delle patologie respiratorie anche se a livello globale i gas HFA contenuti nei device contribuiscono in un anno allo 0,08 % del surriscaldamento globale. Ma siamo consci che i grandi cambiamenti iniziano da piccoli passi e Chiesi è stato il primo gruppo farmaceutico al mondo ad annunciare l'intenzione di sviluppare 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)¹. Il piano di sviluppo, del valore di 350 milioni di euro, coinvolgerà ricercatori e professionisti tra l'Italia e la Francia e 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. Questa è la direzione in cui ci muoviamo come gruppo e, per Chiesi Italia, si traduce nell'impegno a contribuire localmente al risultato globale. Nel 2021 abbiamo ideato la prima iniziativa sul riciclo dei devices europea, che nel 2022 avvia come progetto pilota nella regione del Friuli Venezia Giulia. Il progetto “Recupera & Respira” consiste praticamente nell'iniziare a raccogliere e smaltire correttamente più inalatori respiratori possibili, spray e polvere, mediante un recupero organizzato; inalatori che altrimenti rischierebbero di andare nell'immondizia urbana. Tutelare l'ambiente e limitare anche l'effetto della dispersione in atmosfera di residui dei gas propellenti HFA contenuti negli inalatori spray che contribuiscono in piccolissima parte, meno dell' 0,1% a livello globale, ai cambiamenti climatici. La raccolta avverrà presso tutte le 408 farmacie private del Friuli. Per sollevare dal dubbio di analisi il paziente, raccoglieremo non soltanto gli inalatori prodotti da Chiesi ma quelli di tutto il mercato farmaceutico, per avviarli poi ad uno smaltimento dedicato con termovalorizzazione, l'operazione che oltre a eliminare il rifiuto dall'ambiente consente anche un recupero energetico producendo energia elettrica da immettere nella rete. L'iniziativa nasce dalla collaborazione con Federfarma, Assinde, col patrocinio della presidenza della Regione Friuli Venezia Giulia e del Ministero della Transizione Ecologica e della Federazione degli ordini dei farmacisti (FoFI) e dei medici di medicina generale FIMMG e SNAMi. La nostra idea innovativa sarà sostenuta da una campagna di comunicazione diffusa anche via social-media. Nel primo quadrimestre 2022 inizierà la distribuzione dei box di raccolta degli inalatori e la campagna di comunicazione.



Il progetto di raccolta e recupero nasce dalla consapevolezza che la salute, anche respiratoria, è correlata alla qualità dell'ambiente. Chiesi è impegnata a raggiungere la neutralità carbonica entro il 2035 sviluppando anche inalatori spray (pMDI) a minimo impatto ambientale senza alcun tipo di svantaggio per i pazienti che possono essere da subito protagonisti di un circolo virtuoso di sostenibilità.

Stefano Mecchia

Corporate Public Affairs Manager

Chiesi Italia

Sentiero del Respiro

La Carbon Neutrality, si raggiunge anche piantando alberi. Analizzando il territorio nazionale italiano ci siamo concentrati negli effetti ancora visibili della tempesta di Vaia, che nel 2018 in tre giorni ha abbattuto oltre 18 milioni di alberi in Veneto. Il progetto ci vedrà impegnati al fianco della Regione Veneto nella piantumazione di 10.000 Pini Cembri o Cirmoli, unica pianta che sembra sia resistente ai venti per un apparato radicale molto sviluppato. Il progetto è stato concepito nel 2021 e verrà realizzato dagli ingegneri e le maestranze della regione Veneto nel corso del 2022.

Il consigliere regionale Fabiano Barbisan, l'Assessore regionale alla salute Manuela Lanzarin, il Direttore della Forestale Dr Somnavilla, il Direttore Nicola Dell'acqua di Veneto Agricoltura sostengono la Nostra iniziativa che attueremo in comune di Livinalongo del Col di Lana (BL). Per aumentare l'attrattività dell'area abbiamo deciso di affiancare l'azione di rimboschimento con la realizzazione di un sentiero educativo di 3 km, che prende il nome di "Sentiero del Respiro".

Grazie alla sua natura duale, il progetto ha la virtuosità di generare un impatto positivo in termini di compensazione delle emissioni, come conseguenza della

piantumazione di alberi, e allo stesso tempo di svolgere un'importante azione formativa ed informativa e turistica per coloro che vorranno visitare il sentiero del respiro. Lungo tutto il cammino, infatti, è prevista l'installazione di cartelli pensati per sensibilizzare le persone sul tema dell'ambiente, della salute in particolare del respiro con molteplici richiami tematici.

Il sentiero nasce anche con un carattere particolarmente inclusivo: i primi 400 m saranno pavimentati in legno e dedicati specialmente per ipovedenti e non deambulanti. Ulteriore contributo che intendiamo apportare con questa iniziativa è la valorizzazione del territorio interessato, sostenendo l'attività turistica: "il sentiero del Respiro" inizierà dentro alla visita del meraviglioso Castello di Andraz dell'anno 1000 da cui ci si addenterà nel bosco circostante. L'iniziativa di Chiesi Italia vuole creare valore per l'ambiente, le persone e il patrimonio culturale e turistico locale affermando il brand Chiesi come partner delle istituzioni.



Il Sentiero del Respiro vuole riconnettere la natura alle persone, puntando alla valorizzazione ricettiva e boschiva del territorio tramite un percorso di tipo naturalistico-educazionale.

Stefano Mecchia

Corporate Public Affairs Manager

Chiesi Italia

Processi innovativi e sostenibili: le iniziative svolte nel 2021 e gli impegni per il 2022

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	AZIONI NEL 2021	OBIETTIVI AL 2022	KPIs
Institutional and Public Affairs	Ambiente	Progetto pilota per smaltimento device: progetto pilota sul riciclo dei devices in Friuli, tramite installazione di contenitori per la raccolta dei rifiuti all'interno della farmacia	Progettazione del concept del progetto (unico in Europa) attraverso la collaborazione con pazienti, medici e farmacie Recupero di tutti i device in farmacia Creazione dei box con icone e texture	Da Gennaio distribuzione box sul territorio in tutte le farmacie del Friuli grazie alla collaborazione con Federpharma Approvato dal ministero della transizione ecologica Campagna di sensibilizzazione (locandine, leaflet + campagna social concordata anche con Governatore Friuli)	Kg di rifiuti riciclati Numero di device Numero Farmacie coinvolte
Institutional and Public Affairs	Territorio	Sentiero del respiro piantumazione alberi regione Veneto: piantumazione di Cirmoli come compensazione delle emissioni, in una zona ad alto impatto	Pianificazione del rimboschimento a seguito della tempesta di Vaia (18 mln di alberi abbattuti) con Assessore Lanzarin - indirizzato al secondo comprensorio sciistico del Veneto	Piantumazione effettiva di Cirmoli Creazione con la Forestale di un sentiero di 4 km con Cartelli formativi, senza barriere architettoniche (per 400 m) per persone con disabilità visive Valorizzazione del territorio tramite visita al castello con visite turistiche	Numero di alberi piantati Quantità di CO2 assorbita
Finance & Fleet management	Ambiente	Verso la Carbon Neutrality Progettazione del piano di implementazione per raggiungere zero emissioni nette	Progettazione del piano per raggiungere un parco auto ad emissioni zero entro 2030 (500 auto) percorrenze medie KM/Litro nel 2021 (17,5 KM/Litro)	Le vetture pool a gasolio, non verranno rese visibili nel tool di prenotazione ma, su richiesta degli utenti, verranno riservate esclusivamente ad esigenze particolari Profilazione dei driver al fine di individuare la soluzione di mobilità migliore Inserimento in flotta di ulteriori modelli Full Electric e Hybrid Plug-in Finalizzazione delle 12 postazioni di ricarica predisposte con montaggio di paline di ricarica	Percentuale del parco auto convertita Tonnellate di CO2 ridotte

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 2021 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:

Campagna di awareness Donny per la sensibilizzazione alla donazione del sangue

In situazioni di emergenza o di particolari patologie, le terapie trasfusionali si rivelano cruciali per il benessere e la sopravvivenza dei pazienti. Queste terapie, per quanto fondamentali, sono interamente dipendenti dalle donazioni delle persone e da un complesso sistema di coordinamento tra diversi stakeholder. L'Italia vanta una rete trasfusionale efficace, che riesce a garantire annualmente l'autosufficienza nazionale di sangue ed emoderivati interamente grazie alla donazione altruistica, che genera un enorme beneficio per persone e pazienti.

La pandemia di Covid-19 però ha influito negativamente sul sistema in atto, comportando una diminuzione del 5% sulla raccolta dei globuli rossi nel 2020 ed una diminuzione del 4,9% nel 2021.

In questo contesto è stata concepita l'iniziativa di awareness "Donny", nata grazie alla collaborazione tra il nostro Medical Department e la Business Unit Rare Diseases e ideata con il fine di sensibilizzare le persone in Chiesi sull'importanza della donazione di sangue.

Il coinvolgimento della popolazione aziendale è iniziato con una survey, che ha riscontrato un tasso di partecipazione oltre ogni aspettativa, con più di 700 colleghi che hanno aderito. Questa sorprendente risposta ha rivelato quanto il tema sia sentito dalle nostre persone ed i risultati della survey sono stati elaborati per l'organizzazione di un primo evento formativo, aperto a tutta l'azienda. Obiettivo del webinar è stato quello di diffondere un'informazione corretta sui criteri di idoneità, sulle procedure di sicurezza, sulle modalità di accesso alla donazione e sul destino del sangue donato, per stimolare una risposta partecipata e consapevole.

Il successo dell'iniziativa ci spinge ad organizzare una seconda edizione dell'evento, che verrà ulteriormente rafforzata tramite l'attivazione di partnership con i player chiave della rete di raccolta e distribuzione sangue. La finalità principale rimarrà quella della sensibilizzazione, cercando di aumentare ulteriormente il coinvolgimento delle persone Chiesi e di consolidare il ruolo fondamentale delle aziende farmaceutiche nel rispondere ad uno specifico bisogno della società.



Con questo progetto abbiamo voluto contribuire a fare informazione ed educazione sulla donazione del sangue e fare la nostra parte, in prima persona, per dare una risposta al continuo bisogno di sangue con un gesto che può salvare la vita di migliaia di persone.

Alessandra Vignoli

*Head of Mediterranean Cluster / Head of Marketing
Europe and Emerging Markets - Rare Diseases
Chiesi Italia*

Podcast Pazienti in Rete

Nel corso del 2021 dalle persone del nostro Medical Department è emerso il desiderio di creare uno spazio dedicato ai pazienti, per raccontare e condividere le loro storie di sfide e successi nonostante, ma anche grazie, alla malattia. Nasce così “Pazienti in rete”, il podcast promosso da Chiesi Italia in collaborazione con Radio 24, che nell’arco di 6 puntate dà voce alle testimonianze di sei persone affette da differenti patologie, sia croniche che rare, che spaziano dalla neuropatia ottica di Leber, all’asma, dalla bpco all’alfa mannosidosi, dal morbo di parkinson alla fibrosi cistica.

Pazienti in rete, è il racconto in prima persona di un percorso di discese e salite, di gioie e dolori, incontri e scoperte, sempre guidato dalla consapevolezza che la sfida con la malattia si possa vincere grazie a una collaborazione funzionale con caregivers e con il prezioso supporto delle associazioni di pazienti. Facendo rete, quindi - da cui deriva il nome del podcast - nella convinzione che, supportati da un tessuto relazionale, di competenze e di fiducia, le persone con patologie possano sentirsi parte di una comunità a cui affidare le proprie cure.

A moderare le storie di chi ha preso il coraggio di raccontarsi, c’è Nicoletta Carbone, conduttrice su Radio 24 di “Obiettivo salute” e giornalista di riferimento sul tema del benessere psicofisico.

Il podcast, registrato negli ultimi mesi del 2021 grazie al supporto di Chiesi Italia come sponsor, è stato pubblicato su tutte le piattaforme di broadcasting ed ha trovato negli ascoltatori una risposta ampia, attenta e sensibile.

600.000 sono state le impressioni sulle piattaforme digitali nel corso di 3 mesi, anche grazie alla diffusione dell’iniziativa tramite una campagna di comunicazione realizzata con il team di Radio 24, che ha raggiunto 250.000 utenti tramite i canali social della radio e delle associazioni di pazienti coinvolte.

22



Pazienti in rete ha dato e continua a dare veramente e concretamente la voce ai pazienti e per i pazienti.

Laura Franzini

Medical Director
Chiesi Italia

Chiesi Italia Great Place to Work

Great Place to Work è una società di consulenza in ambito risorse umane, dedicata all’analisi, riconoscimento e miglioramento del clima aziendale. Coinvolgendo e ascoltando i lavoratori attraverso survey e comparando i risultati con benchmark nazionali, individuano i contesti aziendali in cui l’ambiente lavorativo assicura i migliori livelli di benessere alle persone.

Ogni anno le aziende che si distinguono per garantire un clima lavorativo d’eccellenza ottengono la certificazione Great Place To Work (GPTW) ed entrano nella classifica delle migliori aziende per le quali lavorare.

In Chiesi Italia siamo orgogliosi di aver ottenuto la certificazione GPTW nel 2021, con un anno di anticipo rispetto a quanto pianificato, grazie al costante lavoro del dipartimento Human Resources. Raggiungere un risultato di questo tipo passa necessariamente per la realizzazione di progetti di miglioramento dell’ambiente di lavoro dal punto di vista del clima lavorativo e di continuo rafforzamento della fiducia tra le persone e nella relazione persone - azienda.

L’analisi dietro la certificazione GPTW è stata condotta da CRF Institute attraverso il HR Best Practices Survey™, uno strumento di indagine scientifico e oggettivo che prende in esame ogni anno parametri tra cui: l’ambiente di lavoro, le opportunità di carriera offerte ai collaboratori, gli investimenti in formazione e la cultura aziendale.

La certificazione è una conseguenza del forte allineamento di tutte le nostre persone attorno ai valori condivisi di fiducia, inclusione sostenibilità, sviluppo delle potenzialità delle persone e, quindi, dell’azienda.

Questo risultato si somma alla soddisfazione per l’ottenimento nel 14° anno consecutivo della certificazione Top Employers Italia, in riferimento alla sede italiana del Gruppo Chiesi, di cui fa parte il nostro HQ e tutti gli uffici di Chiesi Italia.

GPTW oltre a premiare le realtà virtuose aiuta le aziende a innescare meccanismi di miglioramento continuo, il che in Chiesi Italia si traduce nell’impegno all’attuazione di un piano di ulteriore miglioramento dell’ambiente lavorativo e delle relazioni aziendali, che ha come punto cardine il coinvolgimento delle nostre persone.

23

“



Sono orgogliosa di annunciare che Chiesi Italia è stata certificata Great Place to Work. Un segnale positivo che attesta il corretto cammino che stiamo percorrendo insieme e che dà forza alle azioni concrete attuate. Continueremo ad ascoltare le nostre persone e lavorare fianco a fianco con loro per un continuo miglioramento del nostro ambiente di lavoro.

Lucia Quagliano

HR Director

Chiesi Italia

24

Eroi anonimi campagna di sensibilizzazione

Ad oggi, in Italia, le persone in lista d'attesa per un trapianto di organi sono più di 8000. L'associazione AIDO (Associazione Italiana per la Donazione di Organi) da oltre mezzo secolo si occupa di promuovere i principi di solidarietà sociale per la cultura della donazione di organi, tessuti e cellule post mortem. In Chiesi Italia vogliamo supportare i pazienti che vivono una condizione complessa come quella di doversi sottoporre ad un trapianto, collaborando attivamente con l'associazione AIDO e mettendo a disposizione le nostre conoscenze e partecipazione attiva.

All'interno del Medical Department è stata elaborata la campagna di comunicazione #Eroianonimi sull'importanza della donazione di organi in collaborazione con la stessa AIDO. Risultato di questa collaborazione è stata la produzione di un podcast di 7 puntate sulle storie di donatori e riceventi, promosso tramite il sito web www.eroianonimi.it con l'obiettivo comune di aumentare nella popolazione la consapevolezza del contributo prezioso che ogni cittadino può dare per salvare vite umane.

La diffusione del podcast è stata supportata da un testimonial di eccezione, nella figura di Nek, che ha prestato la sua voce alla campagna pubblicitaria del podcast. I risultati sono stati di oltre 20.000 utenti atterrati in landing page, + 10.000 ascoltatori e un reach di + 850.000 persone tramite i canali social, sia quelli diretti di eroi anonimi che quelli di Nek.

L'impegno che prendiamo oggi è quello di proseguire la campagna, con un nuovo focus sulla cura del dono, per toccare tematiche sensibili come l'applicazione di una corretta terapia per il ricevente del trapianto.

Inoltre, sempre nell'ambito dei supporto all'associazione AIDO, Chiesi Italia ha supportato, e continuerà a supportare, la campagna di sensibilizzazione di AIDO - Associazione italiana per la donazione di organi, tessuti e cellule, nell'ambito del 44° Giro d'Italia Giovani Under 23, tenutosi tra il 3 e il 12 giugno 2021. La squadra AIDO ha partecipato al fianco delle persone che hanno ricevuto organi, le quali hanno effettuato tratti del percorso in bicicletta tagliando poi il traguardo, simbolo di rinascita dopo la donazione. Durante la manifestazione, suddivisa in 10 tappe in tutta Italia, sono state condivise esperienze e racconti di pazienti trapiantati, pazienti in attesa di trapianto e casi di trapianto da vivente, attraverso i canali social di Chiesi Italia, di AIDO e del Giro D'Italia Under 23.

25

“

Per il bene dei pazienti che necessitano di trapianto di organi, metterci in primo piano per favorire la donazione degli organi significa veramente mettersi al fianco dei pazienti.

Laura Franzini

Medical Director

Chiesi Italia

Benessere delle persone e dei pazienti: le iniziative svolte nel 2021 e gli impegni per il 2022

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	AZIONI NEL 2021	OBIETTIVI AL 2022	KPIs
BU Rare Disease/ Medical Department	Campagne di sensibilizzazione	Campagna di awareness Donny per la sensibilizzazione donazione sangue	Azione di sensibilizzazione interna sulla popolazione Chiesi Italia per la donazione sangue Survey interna su quanto si sa della donazione e ricevuto 700 questionari compilati (l'obiettivo era 500). A valle della survey è stato erogato un webinar per una comprensione maggiore della donazione di sangue.	Reiterazione attività e campagna esterna di sensibilizzazione Pubblicazione online dei risultati	Numero di partnership attivate per ampliare progetto Numero di persone raggiunte
Medical Department	Prevenzione	Podcast radio 24 coinvolgimento pazienti: i pazienti raccontano storie di sfida e successo nonostante e grazie alla malattia	6 puntate nella trasmissione di Nicoletta Carbone Episodi rilanciati sui social della Radio e delle Associazione dei Pazienti di riferimento 600.000 impressioni digitali audio 250.000 impressions su Radio24.it 6.331.000 individui over 14 anni raggiunti	Non confermato	Impressioni digitali Persone coinvolte
HR	Persone	GPTW certification: migliorare l'ambiente di lavoro dal punto di vista del clima lavorativo e rafforzare la fiducia tra le persone e nella relazione persone - azienda.	Lancio survey GPTW Ottenimento della Certificazione GPTW.	Integrazione action plan rispetto alle indicazioni survey	Realizzazione Action Plan di ulteriore miglioramento
Medical Department	Campagne di sensibilizzazione	Eroi anonimi campagna di sensibilizzazione: campagna sull'importanza della donazione di organi in collaborazione con le associazioni AIDO e le società scientifiche di trapianti in forma di podcast che raccontano storie di donatori e riceventi con Nek come ospite	20.000+ utenti landing page 10.000+ ascoltatori del podcast 850.000+ persone raggiunte A questi dati si aggiunge l'ampia visibilità data al progetto sui canali social del talent Nek che contano in totale più di 2.000.000 di follower	Proseguimento dell'attività con Nek Avvio di una nuova campagna con focus sul prendersi cura del dono, ossia aderire correttamente alle terapie, per il ricevente	Persone raggiunte (tra ascoltatori ed utenti)
BU Primary Care	Campagne di sensibilizzazione	Asma DAY e BPCO day: Campagna di sensibilizzazione su Asma e BPCO con l'obiettivo di sensibilizzare operatori sanitari e pazienti su queste malattie croniche ad alto impatto sociale	Instagram Asthma Day: 71.827 impressions Facebook Asthma Day: 58.086 impressions Instagram BPCO Day: 3.228 impressions Facebook BPCO Day: 14.819 impressions	Proseguimento della campagna tramite una seconda edizione	Realizzazione dell'iniziativa Numero di persone coinvolte
BU Special Care	Campagne di sensibilizzazione	Celebrazione della giornata della prematurità: supporto alle attività di associazioni pazienti e genitori e realizzazione artigianale di piccoli manufatti in lana così che i bambini li tengano stretti come fossero mani	Campagna di sensibilizzazione multichannel (social, sito web e in persona) Realizzazione di 1250 manufatti distribuiti in terapia intensiva neonatale da parte di informatori e da associazione pazienti	Proseguimento della campagna tramite una seconda edizione con nuove modalità	Numero di manufatti Numero di bambini raggiunti
BU Primary Care	Campagne di sensibilizzazione	“Un respiro di salute”: campagna educativa di Aerosol Therapy “evidence based” rivolta a consumatori e operatori sanitari	Ad oggi sono state raggiunte oltre 800.000 persone via facebook	Proseguimento della campagna tramite una seconda edizione con nuove modalità	Realizzazione dell'iniziativa Numero di persone coinvolte
BU Special Care	Prevenzione	Cardio Awareness: Iniziativa in collaborazione con la Società Scientifica GISE di sensibilizzazione per sintomatologie di cuore per riconoscere sintomi dell'infarto e comunicare ai possibili potenziali pazienti l'importanza di andare in ospedale anche durante l'emergenza pandemic	Supporto alla realizzazione della campagna di sensibilizzazione Sicuri al cuore con Claudio Amendola 9000 utenti 800.000 visualizzazioni clip	Non previsto	Numero di persone raggiunte con la campagna
BU Consumer Healthcare	Prevenzione	Farmacia Del respiro: Attività di screening e prevenzione attraverso auto spirometrie in farmacie mettendo a disposizione spirometri in farmacia ed aiutando il farmacista	Attività non realizzata nel 2021 in funzione delle difficoltà realizzative in farmacia causate dalla pandemia	Collaborazione con due catene di farmacie Fornitura di circa 400 spirometri a disposizione per altrettante farmacie	Numero di spirometri Numero di giornate di formazione Numero di farmacisti formati
BU Special Care	Campagne di sensibilizzazione	Progetto “case life”: Supporto, tramite la fornitura di case con standard particolari di pulizia per i pazienti e i familiari a pazienti con fibrosi cistica che, in caso di trapianto di polmone, debbano spostarsi di città	Contributo in denaro città con alloggi disponibili: Bergamo, Milano, Padova Torino 14 pazienti supportati	Aumento della copertura città (Sud Italia)	Numero di alloggi a disposizione rispetto al 2021 Numero di pazienti assegnati agli alloggi

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	AZIONI NEL 2021	OBIETTIVI AL 2022	KPIs
Medical Department	R&D e nuovi servizi al paziente	Patient support program (in area malattie rare): Attività di terapia a domicilio di Lamzede (Alfa Mannosidosis) che di base sarebbe somministrato solamente in ambiente ospedaliero. Il servizio invece ha permesso continuità terapeutica ai pazienti.	Ad oggi 6 pazienti attivi in monitoraggio continuo e supporto di eventuali complicanze attraverso altri specialisti e infermieri 10 centri coinvolti, 200+ pazienti coinvolti per i trapianti	Implementazione della nuova campagna Tacrolimus at home possibilità di terapia farmacologica e monitoraggio laboratoristico e clinico direttamente a domicilio Aumento del numero di pazienti e dei centri coinvolti	Persone e centri coinvolti
BU Consumer Healthcare	R&D e nuovi servizi al paziente	Capitan Doctor: Creazione di una 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	34.900 download dal lancio ad oggi Adattamento APP per smartphone (ios e Android) Creazione di un format per raccolta di database utenti iscrizione alla newsletter Aggiunta di contenuti e nuovi scenari di gioco Piano media con il coinvolgimento di Influencer sui social instagram e Tik Tok	Aumento del database di utenti iscritti alla newsletter Aumento dei download e dell'awareness dell'applicazione	Numero di download dell'app
HR	Persone	Smart-working for new normal: Garantire un buon equilibrio tra lavoro e vita privata, ridurre al minimo le emissioni, ridurre i danni e preservare le risorse del pianeta grazie a un diverso approccio al lavoro	Sperimentazione del New Normal secondo un modello ibrido di lavoro (2 giorni di smart working a settimana + 3 in sede con massima flessibilità basata su esigenze specifiche dei lavoratori) Riconoscimento del Buono Pasto per tutte le giornate di smart working	Formalizzazione del modello ibrido new normal	Numero di persone richiedenti lo smart working Numero di giornate medie di smart working realizzate (obiettivo non scendere al di sotto di 2 giornate a settimana per persona) Kg di emissioni di CO2 ridotte
HR	Persone	Digitalization & Innovation: Accompagnare evoluzione culturale dell'organizzazione supportando tutto il personale nello sviluppo di digital skills e di un mindset innovativo	Realizzazione di Oscar dell'innovazione per il progetto realizzato più innovativo e Innovation Award per l'idea più innovativa da realizzare Realizzazione di un Digital Day con intervista ad Alessandro Baricco sulla digital transformation	Istituzione del digital day anche per la field-force	Coinvolgimento di tutta la field force/ Numero di interazioni (votazioni, mi piace etc..)
HR	Persone	Garanzia di parcheggi interni: parcheggi interni a disposizione di tutti i dipendenti (Precedenza alle donne all'interno, a parità di ruolo) - Parcheggio garantito all'interno su prenotazione, anche se non hai grade e se non si possiede la macchina aziendale	Ad oggi viene sostenuto da Chiesi un abbonamento alle righe blu e la possibilità di prenotazione dei parcheggi (per via dello smart working)	Istituzione di un parcheggio aziendale per tutti i dipendenti all'interno di uno spazio aziendale	Numero di parcheggi aggiunti Soddisfazione degli employees
HR	Persone	Diversity & Inclusion: Piano di azioni sul tema D&I (lavorando su Gender Pay Gap e sul numero di promozioni per donne) e implementazione in base alle priorità dell'organizzazione	D&I MAP su tutta l'organizzazione su Gender, seniority, generation, level of education Realizzazione di un incontro sul tema D&I presentando i risultati a tutta l'organizzazione e la visione dell'azienda su questi temi Realizzazione workshop per Executive Committee e managers sui bias cognitivi in tema D&I ed un workshop sul linguaggio inclusivo Realizzazione delle D&I talks (Generation, inclusione LGBTQ+)	Realizzazione delle D&I talks sul tema delle disabilità Realizzazione focus group sui temi D&I (per analisi qualitativa) Workshop sul tema degli unconscious bias esteso alla field force	Diminuzione/azzeramento del gender pay gap/ Aumento delle donne nelle posizioni di responsabilità/ Numero di partecipazione ai workshop sui temi D&I
HR	Persone	Values & behaviours Supportare intera organizzazione nell'adozione di comportamenti allineati ai valori	Piano di comunicazione interna ed esterna sui valori Chiesi Realizzazione di un workshop "Train the values and behaviours" di ingaggio e formazione a tutti (sede e field force) Scelta dei V&B ambassador (portavoce di area) che hanno gestito i workshop con le loro persone, individuando V&B best performer di Team, con final celebration & award Integrazione dei valori nei processi HR (performance management) Integrazione del Codice di Condotta con parte valoriale Formalizzazione e diffusione di una linea guida sui temi D&I (con sottoscrizione per tutti)	Proseguimento della comunicazione e formazione sui V&B Integrazione dei valori in tutti i processi HR grazie anche a nuovi strumenti	Numero di partecipazione ai workshop sui temi values & behaviors/ Numero di Values & behaviours presenti negli IDP (Individual Development Plans) delle persone

Sviluppo delle comunità locali:

Contributo allo sviluppo delle comunità locali in cui la Società opera

Nel corso del 2021 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:

Care before Cure in Cystic Fibrosis: campagna Vite Salate

Ogni settimana, in Italia, nascono 4 neonati affetti da Fibrosi Cistica. Questo dato la rende la più diffusa malattia genetica grave del nostro paese, con un numero totale di pazienti che supera le seimila persone. Si tratta di una patologia multiorgano dovuta alla mutazione del gene CFTR e, sebbene i bambini che nascono con questa malattia hanno oggi la possibilità di raggiungere l'età adulta in buone condizioni di salute, vivere con la Fibrosi Cistica resta un'enorme sfida.

La Business Unit Special Care di Chiesi Italia, nel 2021, ha deciso di dare un contributo al tema, con una campagna social incentrata sull'importanza del *prendersi cura di sé* e degli altri malati prima e al di là della terapia curativa. L'iniziativa, che ha ottenuto il patrocinio della Lega Italiana Fibrosi Cistica (LIFC), ha l'obiettivo di diffondere un messaggio basilare e importante: prima di essere pazienti si è innanzitutto persone.

Il fine ultimo è stato quello di creare una comunità social per mettere in contatto le persone vicine a questa condizione, dare loro l'opportunità di fare rete, parlare e confrontarsi, rafforzando anche il legame tra pazienti, associazioni, cliniche,

operatori sanitari ed altri stakeholder coinvolti.

Dall'interazione, la parola e l'ascolto di queste persone, sono state raccolte le loro storie positive di vita vissuta, raccontate sotto forma di video pillole dal titolo "Vite Salate". Oggi queste testimonianze sono disponibili sul sito internet www.vitesalate.it dove è possibile trovare, inoltre, consigli pratici su molti aspetti della vita quotidiana dei pazienti, anche grazie all'aiuto da parte di specialisti della patologia, così come informazioni sulle tante iniziative che la community realizza in tutto il territorio italiano.

Tramite i nostri canali di comunicazione, la campagna ha raggiunto risultati importanti in termini di interazioni online, che ci spingono a continuare l'iniziativa anche nel 2022. Sono stati oltre 11000 i "mi piace" su Facebook, 170000 i minuti video visualizzati, 1500 follower acquisiti sul canale Instagram, 9000 interazioni video e ben 6 podcast realizzati sul tema.

Questa progettualità dall'alto valore sociale, ha ottenuto uno speciale riconoscimento, vincendo nel 2021 il premio OMAR - Osservatorio Malattie Rare, che ci rende orgogliosi degli sforzi fatti per chi, ogni giorno, convive con una malattia rara.



Siamo persone prima che pazienti!
Questo è il messaggio di Vite Salate per chi vive con la Fibrosi Cistica: vivere al massimo e prendersi cura di se stessi e degli altri.

Lorenzo Loffi

Business Unit Special Care Director
Chiesi Italia

Combattere la povertà sanitaria: in Farmacia per i Bambini

La povertà sanitaria è una condizione di mancato accesso alle cure mediche non coperte dal Servizio Sanitario Nazionale, a causa di un reddito troppo basso. In Italia rappresenta un problema sociale rilevante e in aumento, acuito dalle conseguenze economiche della pandemia Covid - 19. Nel 2021, infatti, si è registrato un aumento del trend del 37% rispetto all'anno precedente.

In Chiesi Italia sentiamo la tematica dell'accesso ai farmaci come prioritaria e, guidati dalla nostra Business Unit di Consumer Healthcare, abbiamo nel 2021, per il sesto anno consecutivo, partecipato all'iniziativa "In Farmacia per i bambini", realizzata in collaborazione con la Fondazione Francesca Rava.

L'iniziativa, della durata di una settimana - in corrispondenza della Giornata Mondiale dei Diritti dell'Infanzia - consiste nella raccolta di prodotti pediatrici da banco e prodotti baby care donati dai clienti delle farmacie aderenti, lungo tutto il territorio nazionale.

Beneficiari dell'iniziativa sono stati i bambini che vivono in condizione di disagio in Italia, ma anche l'Ospedale Pediatrico St. Damien di Haiti.

All'interno delle farmacie aderenti all'iniziativa, farmacisti e volontari della Fondazione hanno consigliato ai clienti l'acquisto di prodotti da poter donare, abilitando l'accesso a questa opera di bene a chiunque entri all'interno della farmacia e creando un network virtuoso tra Chiesi, la fondazione, le farmacie ed i clienti.

Chiesi Italia, inoltre, ha donato alle farmacie sciroppi e prodotti per l'infanzia, e supportato economicamente la campagna di comunicazione della fondazione Rava. Abbiamo scelto di partecipare attivamente all'iniziativa tramite attività di volontariato delle persone di Chiesi, direttamente nei punti di raccolta.

Nel corso dell'anno il progetto ha portato al coinvolgimento da parte di Chiesi Italia di 114 farmacie che si sono aggiunte ad oltre un migliaio che hanno aderito all'iniziativa e ha visto la partecipazione di 13 nostri volontari durante la settimana dell'iniziativa in farmacia.

Nella settimana dal 15-20 novembre 2021, sono stati raccolti più di 1.200.000 prodotti, che hanno permesso di aiutare circa 40.000 bambini e 743 enti beneficiari in Italia, oltre che di fornire sostegno all'ospedale di Haiti.

Visto il successo dell'iniziativa l'obiettivo al 2022 è quello di aumentare ulteriormente la partecipazione di Chiesi Italia nell'attività tramite l'aumento del numero di giornate di volontariato e delle farmacie aderenti e, di conseguenza, il numero di farmaci donati.



Crediamo che rapporti collaborativi lunga la filiera possano creare valore per il business e per la società.

Gianluigi Pertusi

Consumer Healthcare Director

Chiesi Italia

Sviluppo delle comunità locali: le iniziative svolte nel 2021 e gli impegni per il 2022

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	AZIONI NEL 2021	OBIETTIVI AL 2022	KPIs
BU Special Care	Comunità	Care before Cure in Cystic Fibrosis (Vite Salate): Campagna social di sensibilizzazione ed informazione verso i pazienti con fibrosi cistica, attraverso i social media per promuovere l'importanza del prendersi cura di sé e degli altri malati di FC prima ancora della "Cura" stessa.	Realizzazione campagna social via Facebook, Instagram e piattaforma web Coinvolgimento di pazienti, associazione pazienti, clinici ed altri stakeholder dei centri fibrosi cistica nella creazione di contenuti e storie da condividere. 11000 Facebook like 170k minuti video visualizzati 1500 follower Instagram 9000 interazioni video Lancio di 6 podcast spotify (Note salate) Riconoscimenti: premio OMAR (osservatorio malattie rare) 2021	Previsto campagna social anche in 2022	Numero di persone raggiunte attraverso la campagna Numero di persone aderenti alla rete sociale.
BU 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 e sviluppare la sua visibilità nelle farmacie.	Coinvolgimento di 114 farmacie Coinvolgimento 13 volontari nella settimana dal 15-20 novembre 2021	Aumentare partecipazione di Chiesi nell' attività	Numero di farmacie coinvolte Numero di giornate di volontariato Numero volontari Chiesi

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 2021 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:

Piattaforma Lifully

Lifully è l'app del respiro che insegna a rendere più conscio l'atto involontario di respirare e permette così di vivere una vita piena (dall'inglese a "full life"). E' il risultato di una collaborazione tra la nostra Business Unit Primary Care e la Digital Native Agency Caffaina ed è finalizzata a guidare i pazienti nel miglioramento delle pratiche respiratorie tramite esercizi specifici, incentivando così l'adozione di una routine di benessere ispirata ai principi della mindfulness: l'attenzione al respiro, per vivere a pieno l'attimo presente.

Respirare bene è infatti la chiave del benessere ed ha impatti diretti sul metabolismo, la qualità del sonno, l'ossigenazione di organi e tessuti oltre ad aiutare nella gestione dell'ansia e dello stress.

Lifully si modella sulle caratteristiche e le esigenze degli utenti, tramite programmi e tutorial personalizzati, un'interfaccia intuitiva ed un processo di gamification,

per cui gli utenti possono seguire un percorso articolato in prove e ricompense, con la possibilità di monitorare la loro routine di benessere. Inoltre, offre la possibilità di impostare dei promemoria che ricordano gli esercizi da eseguire per avanzare nel proprio percorso verso una respirazione più consapevole.

Con questa iniziativa confermiamo la nostra continua attenzione alle pratiche del respiro e siamo felici di condividere i risultati di questo impegno: dalla sua creazione l'app è già stata scaricata da 30.000 persone e prevediamo per il 2022 di incentivare ulteriormente l'uso, con una nuova veste grafica e nuovi esercizi da sperimentare.



È un'applicazione gratuita e disponibile su tutti gli stores, sviluppata da Caffaina per Chiesi, per supportare il wellbeing delle persone partendo dal Respiro. Lifully offre vari programmi e numerosi esercizi per migliorare il sonno, la concentrazione ed il respiro.

Matteo Rumi

Marketing Manager Primary Care
Chiesi Italia

Progetto Churchill per la digital therapy

Ad oggi in Italia il 70% persone colpite da arresto cardiaco vengono dimesse ad emergenza conclusa, senza un programma di riabilitazione cardiaca, che avrebbe, invece, un'importanza rilevante nel ridurre la mortalità dei pazienti fino al 30%.

Per rispondere a questa mancanza il nostro Medical Department ha ideato il progetto Churchill, in ambito Open Innovation, che prevede lo sviluppo di un dispositivo per la riabilitazione dei pazienti post infartuati, da svolgere comodamente a casa.

Nel 2021 si è lavorato sulla definizione dell'App che, attraverso esercizi, indicazioni di nutrizione e comportamentali, mira ad assicurare un recupero efficace di tutti i pazienti. L'obiettivo al 2022 è quello di continuare lo sviluppo dell'App fino a trasformarla in un medical device.

L'iniziativa si inserisce nell'ambito della digital health di Chiesi, nello specifico nel ramo delle terapie digitali, che hanno in comune con le terapie farmaceutiche il fatto che siano sviluppati attraverso sperimentazioni cliniche, autorizzate da enti regolatori e prescritti dai medici, se richiesto dal caso. A differenza delle terapie tradizionali, però agiscono tramite software anziché tramite i principi attivi dei farmaci, potendosi quindi considerare sostitutive delle terapie farmacologiche o rappresentarne un fondamentale supporto.

Agendo tramite stimoli sensoriali o in potenziamento alle terapie tradizionali, rappresentano la nuova frontiera nella cura di diverse patologie.



Fornire la possibilità di una terapia riabilitativa post infarto attraverso una terapia digitale potrebbe essere la grande rivoluzione che permetterebbe veramente a tutti i pazienti di poterne usufruire.

Stefania Torti

Field and Marketing Manager, Hospital Business

Business Unit Special Care

Chiesi Italia

Collaborazione con gli stakeholder: le iniziative svolte nel 2021 e gli impegni per il 2022

OWNER	AREA	PROGETTUALITÀ	AZIONI NEL 2021	OBIETTIVI AL 2022	KPIs
BU Primary Care	Open Innovation	Piattaforma LIFULLY: App che insegna come respirare tramite esercizi specifici	Creazione della app e messa sugli store 30.000 downloads	Inserire nuove features dell'app prevederanno nuovi esercizi	Numero di downloads e tempo di utilizzo dell'app Valutazione dell'ap da parte degli utenti
Medical Department	Open Innovation	Digital therapy (progetto Churchill): Sviluppo di una digital therapy in collaborazione con altre società ed università per avere un dispositivo per riabilitazione post infarto a casa	Versione Demo dell'App che mira ad essere un software riabilitativo per i pazienti post infartuati (indicazioni di riabilitazione, nutrizione, ...)	Proseguimento dello sviluppo dell'App e trasformazione in medical device	Numero di download
BU Primary care & Special care	Stakeholders collaboration	Formazione medici in ambito B Corp	60.000 medici (massimo capienza raggiunta) a cui è stata fatta sensibilizzazione con il materiale allegato sia primary care che special care	Mantenimento dello stesso numero di medici (max capienza)	Numero di medici formati Numero di ore di formazione erogate
BU Consumer Healthcare	Stakeholders collaboration	Coinvolgimento di stakeholder della filiera di distribuzione del farmaco: Realizzazione di incontri una volta all'anno per informare la filiera su attività Chiesi + incontri individuali a seconda del cliente.	Incontri realizzati coinvolgendo clienti della distribuzione intermedia	Proseguimento nella condivisione della modalità Chiesi di fare business Aumento del numero di clienti coinvolti	Numero di clienti coinvolti
BU Consumer Healthcare	Open Innovation	Collaborazioni con startup (SMAU) e università (PoliMi)	Coinvolgimento di startup per scouting nuove idee e proposte in aree materiali per Chiesi (Customer Experience) Oltre 100 start up / aziende coinvolte Due progettualità in fase di valutazione	Ampliamento del numero di incontri Aumento del numero di startup coinvolte e progettualità emerse	Numero di incontri Numero di progettualità effettivamente avviate

Misurazione dell'impatto con lo standard BIA

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 2021 è stata effettuata 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.

Per la prima volta abbiamo utilizzato il BIA in maniera distinta da Chiesi Farmaceutici e a partire da questa baseline, ci aspettiamo nel tempo di poter migliorare il nostro score, grazie all'attuazione di piani strategici di miglioramento sulle direttive di Governance, Mission, People, Community, Environment e Patients.

Questo esercizio ci ha consentito di focalizzare l'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.

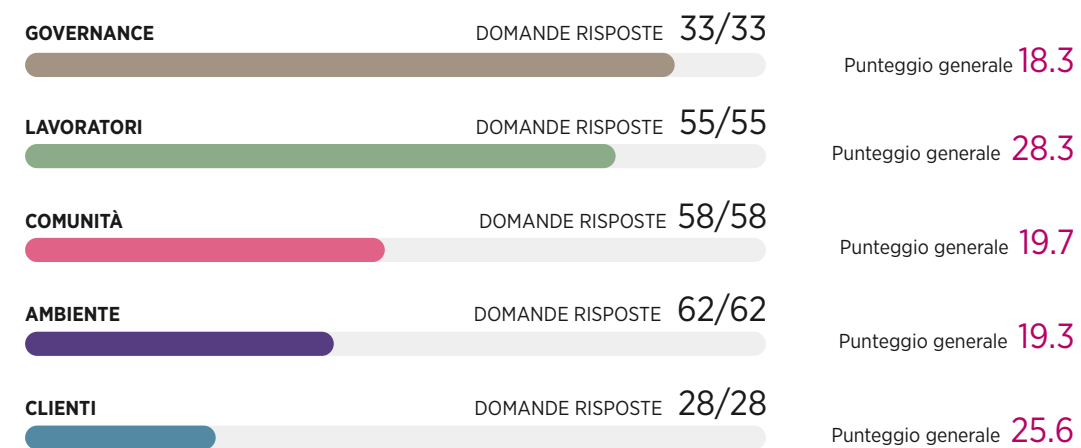
Fino ad oggi, come Chiesi Italia abbiamo misurato parte di questo impatto per integrare le nostre metriche di monitoraggio alla valutazione complessiva del Gruppo Chiesi e l'attuale considerazione del perimetro Italia garantisce ora una migliore consapevolezza dei nostri mezzi, soprattutto per decidere 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.

111.5

Chiesi Italia S.p.A.

Per la data di fine anno fiscale:
31 Dicembre 2021



Alla luce dei requisiti normativi derivanti dallo status legale di Società Benefit, 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

Nella prima Relazione di Impatto come Società Benefit ci siamo misurati con quanto già facciamo per il bene comune, ma anche con cosa intendiamo fare domani e nei prossimi anni per ampliare sempre più il valore che siamo in grado di restituire all'ecosistema in cui operiamo.

Rinnoviamo la convinzione che il modello benefit possa aiutarci a evolvere in modo concreto ed efficace verso questa direzione, rendendoci non solo un'azienda migliore per gli altri, ma anche un business più resiliente e con una migliore capacità di adattamento, qualità che riteniamo fondamentale in tempi di grande trasformazione come quelli che viviamo.

Operiamo e continueremo ad agire richiedendo a noi stessi impegno e passione, con la consapevolezza che grandi risultati deriveranno da grande collaborazione, tra le nostre persone e tra Chiesi Italia e tutte le parti con cui interagiamo.

Con coesione interna, sguardo attento all'esterno e speranza in un futuro da costruire, portiamo avanti la vocazione di garantire, sempre, il benessere delle persone e dell'ambiente.

44



Diventare società benefit ha radicalmente cambiato l'approccio e la relazione con i nostri customer commerciali. Stiamo guidando un cambiamento entusiasmante nella relazione strategica con i nostri partner del mondo farmaceutico: ogni giorno spostiamo sempre di più il paradigma della relazione commerciale verso nuove frontiere di beneficio comune per l'intera società

Matteo Borraccino

Business Operations Manager
Chiesi Italia



Essere una Società Benefit significa essere profondamente consapevoli dello spazio che si occupa nella comunità e della forza positiva che possiamo generare, mettendo a disposizione capacità e competenze, per costruire assieme un percorso di sviluppo sostenibile e miglioramento della comunità. Ci impegniamo a valorizzare con i nostri partners la nostra scelta di essere una Società Benefit, consapevoli dell'impatto positivo e della creazione di valore sia per la comunità sia per l'azienda.

Elena Tommesani

Head of licensing
Chiesi Italia



Prima di essere BCorp eravamo orgogliosi di essere Chiesi in quanto il nostro motto "I nostri valori siamo noi, perché ognuno di noi è diverso. Ognuno di noi è Chiesi" non è uno slogan ma è la realtà. Da quando siamo BCorp, pensando a cosa realmente voglia dire esserlo, il nostro orgoglio nell'essere Chiesi è addirittura aumentato. Questo essere BCorp ci da una marcia in più sia nel nostro lavoro sia nella nostra vita.

Claudio Puppo

Director Business Unit Primary Care
Chiesi Italia

Appendice su B Corp e SB

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 di 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 4500 B Corp e le 150.000 aziende che ne usano gli strumenti, in 75 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 140 B Corp certificate e oltre 1000 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.

Via Giacomo Chiesi, 1 - 43122 Parma - Italy

Tel. +39 0521 2791

www.chiesi.it