

SANOFI CONSUMER HEALTHCARE ITALIA

Relazione di impatto

2023



Relazione di impatto 2023

SANOFI CONSUMER HEALTHCARE ITALIA

Indice

01	Lettera del GM	3
02	Sanofi Consumer Healthcare Italia	5
	a. Chi siamo: Opella Healthcare Italy Srl	5
	b. Un impegno globale:	6
	i. La nostra Mission: Health in Your Hands	6
	ii. La nostra strategia: Benessere delle persone, Salute del pianeta	6
	c. La governance di sostenibilità	7
03	Siamo una Società Benefit	10
	Introduzione, processo di trasformazione, risultati 2023 e obiettivi 2024	10
	Finalità 1 - Semplificare la pratica del Self-care	10
	Finalità 2 - Impatto sulle Comunità	17
	Finalità 3 - Le nostre Persone	24
	Finalità 4 - Azione climatica, Rifiuti ed Ecosistema	34
04	Misura degli impatti	40
	Il B Impact Assessment	40
05	Conclusione: verso il 2024	41
06	Nota metodologica	42

01 Lettera del GM



È con grande piacere che vi presento la prima edizione della Relazione di Impatto Non Finanziario di Sanofi Consumer Healthcare Italia. Il 2023 è stato un anno caratterizzato da momenti importanti che testimoniano la determinazione dell'azienda nel confermare il proprio impegno sociale e ambientale.

Le storie di successo e i traguardi che abbiamo raggiunto rappresentano solamente il primo passo di un percorso profondo e duraturo. Sono orgoglioso del lavoro svolto e dei risultati ottenuti che trovate illustrati in questa relazione.

Su tutti, ricordiamo che il 2023 ha visto il riconoscimento giuridico del percorso aziendale verso un futuro sostenibile: Sanofi CHC Italia, che è la denominazione commerciale con cui opera sul mercato la Opella Healthcare Italy S.r.l., è diventata Società Benefit. Una trasformazione che estende l'oggetto sociale verso scopi d'impresa orientati al beneficio collettivo, rinvigorendo la nostra missione di azienda impegnata a sostenere attivamente le persone, le comunità e il pianeta.

La salute e il benessere delle persone rappresentano il fondamento della nostra missione.

Un altro momento importante è stato per noi l'ottenimento della certificazione B Corp, con un punteggio di 90 punti, un riconoscimento che ci incoraggia a proseguire in questa direzione.

Gli obiettivi raggiunti rappresentano tappe essenziali per garantire trasparenza e misurabilità dell'implementazione della nostra agenda di sostenibilità.

Questo processo ha coinvolto formalmente gli stakeholder nelle nostre decisioni, una condizione necessaria per assicurare l'efficacia e la durata delle nostre azioni nel tempo.

Questa trasformazione è stata possibile grazie soprattutto al coinvolgimento dei professionisti che compongono la nostra azienda, ai quali desidero ancora una volta esprimere la mia gratitudine. La salute e il benessere delle persone rappresentano il fondamento della nostra missione.

Nel 2023 abbiamo ottenuto la Certificazione sulla Parità di Genere, investito in opportunità di 'reskilling' professionale per persone con disabilità, sviluppato programmi a supporto dell'equità lavorativa, come dimostrato dalla nostra "Gender Neutral Parental Leave policy"; questi sono solamente alcuni dei parametri che dimostrano il nostro impegno su questi temi così importanti.

Consci che le nostre soluzioni per il benessere e la salute sono scelte da oltre 30 milioni di italiani ogni anno, siamo consapevoli che la responsabilità di Sanofi CHC si estende ben oltre i confini fisici delle nostre sedi. Per questo ci impegniamo a comunicare e a sostenere i valori in cui crediamo anche attraverso i nostri brand. Sosteniamo le comunità attraverso partnership e programmi specifici, come nel caso della partnership tra Enterogermina Integratori Alimentari e Save the Children, o attraverso campagne di comunicazione guidate dal nostro brand Buscofen Premestruale, incentrate sull'empowerment delle donne combattendo stereotipi e tabù ancora oggi legati alla sfera femminile o ancora attività rivolte ai consumatori sensibilizzandoli sulle metodiche per prendersi cura di se stessi e delle loro famiglie attraverso un'automedicazione consapevole.

Guardando al futuro, non vedo l'ora di vedere questo tipo di iniziative radicarsi sempre più e crescere nel corso del 2024.

Sembra ovvio – ma a volte occorre ripeterselo – che le persone e il pianeta sono profondamente interconnessi ed è proprio su questa connessione che vogliamo lavorare per creare un impatto positivo. La tutela dell'ambiente, e, in particolare, dei territori in cui operiamo, con particolare attenzione alla riduzione delle risorse e alla mitigazione dell'impatto delle nostre attività produttive, rappresenta il nostro principale obiettivo.



Un esempio tangibile di questo impegno è rappresentato dalla riduzione del 20% delle emissioni di gas serra presso il nostro sito produttivo ad Origgio (VA), pur raddoppiando i volumi di produzione. Un risultato incoraggiante che dimostra che la via intrapresa è quella giusta. Colgo questa occasione per sottolineare che solo attraverso la volontà, la ricerca e l'azione concreta possiamo realizzare trasformazioni sistemiche.

Questi sono gli elementi chiave che ci consentono di ispirare fiducia nella nostra capacità di influire positivamente per un futuro equo, sano e consapevole.

Matteo Scarpis,
General Manager Sanofi CHC Italia

02 Sanofi Consumer Healthcare Italia

Chi siamo: Opella Healthcare Italy Srl

Sanofi Consumer Healthcare (Sanofi CHC) è un'azienda innovativa e globale che si occupa di salute. È presente in 50 Paesi e conta più di 10.000 collaboratori. Ogni giorno sfida i confini della scienza per migliorare la vita delle persone. Sanofi è strutturata in quattro business unit globali, una delle quali è Sanofi CHC.

In Italia, Sanofi CHC costituisce la denominazione commerciale con cui opera sul mercato la Opella Healthcare Italy S.r.l.



A gennaio 2022, con atto di conferimento di Ramo d'Azienda, Sanofi S.r.l. ha conferito alla società Opella Healthcare Italy S.r.l., controllata al 100% da Sanofi S.r.l., il ramo d'azienda costituito dalla Business Unit Consumer Healthcare e dal sito produttivo di Origgio.

La società si attesta come azienda leader nel mercato dell'automedicazione in Italia, operando principalmente nelle seguenti aree categorie: benessere digestivo, cura del dolore, allergia, benessere fisico e mentale e tosse, raffreddore e influenza.

Opella Healthcare Italy S.r.l. vanta nel settore Consumer Healthcare ("CHC") una presenza industriale importante sia per il mercato nazionale che per il settore export, grazie al sito produttivo situato a Origgio (Varese). Lo stabilimento produce farmaci CHC destinati a tutto il mondo e offre soluzioni farmacologiche innovative che costituiscono risposte ai bisogni medici anche dei Paesi in via di sviluppo.

Al 31 dicembre 2023 la Società occupava complessivamente 373 dipendenti, così suddivisi: 21 Dirigenti, 73 Quadri, 142 Impiegati e 137 Operai.

Il nostro sito di Origgio è una testimonianza delle nostre competenze manifatturiere, ospitando l'intera linea di produzione del marchio globale Enterogermina per tutto il gruppo Sanofi CHC. La nostra sede legale e operativa si trova a Milano e a Roma siamo presenti con la nostra sede istituzionale.

Attraverso la ricerca, la produzione e la distribuzione dei nostri prodotti, trasformiamo l'innovazione scientifica in soluzioni che rispondono ad innumerevoli bisogni di salute e benessere delle persone. Mettiamo al centro il consumatore, offrendogli un'ampia scelta di prodotti per la cura e il benessere, spesso incentrati alla soluzione di disturbi minori, il tutto promuovendo un'automedicazione responsabile e accessibile.

Offriamo le nostre soluzioni di automedicazione alle strutture sanitarie del Servizio Sanitario Nazionale e agli ospedali, partecipando alle gare d'appalto bandite dagli enti sanitari pubblici e privati, regionali e locali.

Ogni anno Sanofi CHC Italia accompagna 30 milioni di italiani nel proprio percorso di salute e benessere. Ci siamo impegnati a fondo per guadagnarci questa fiducia e continueremo a lavorare per migliorarci nel 2024.

Un impegno globale

La nostra mission: Health in Your Hands

Mettere la salute nelle mani dei singoli, è una parte fondamentale della nostra ambizione.

In Sanofi CHC vogliamo un futuro più sano aiutando le persone ad aiutare loro stesse. *'Health In Your Hands'* - mettere la salute nelle mani dei singoli, è una parte fondamentale della nostra ambizione. Desideriamo supportare le persone nel prendere decisioni consapevoli riguardo alla propria salute e al benessere personale, semplificando l'accesso alla cura. Attraverso questo approccio, miriamo anche mitigare parte delle considerevoli pressioni che gravano sui sistemi sanitari e a contribuire alla riduzione del loro impatto sociale e ambientale. Questa riflessione sottolinea l'importanza di analizzare in modo completo tutti gli aspetti che riguardano la salute di un individuo, non limitandosi a trattare i sintomi evidenti, e mette in luce l'interconnessione tra l'individuo stesso, le comunità e l'ambiente. I nostri brand, attraverso attività di *brand purpose*, contribuiscono ad affrontare questi aspetti, sensibilizzando le persone e l'opinione pubblica sull'importanza di corretti stili di vita.

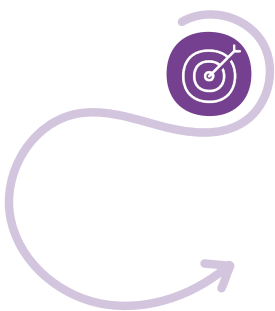
Sanofi CHC ha l'ambizione di diventare la miglior azienda Fast Moving Consumer Healthcare nel mondo e per il mondo: attraverso i nostri prodotti e le nostre soluzioni ispirate dai bisogni dei consumatori e fondati sulla scienza, vogliamo aiutare le persone per consentirle di essere nella miglior condizione per occuparsi di sé, delle proprie comunità e del nostro pianeta.

La nostra strategia: Benessere delle Persone, Salute del pianeta

A livello Global, Sanofi CHC si impegna a utilizzare la propria attività di business come motore per il progresso, generando un impatto positivo sulla società e sull'ambiente.

Attraverso le nostre azioni, possiamo contribuire ad affrontare sfide globali come il cambiamento climatico e le disuguaglianze sociali. Per riuscire in queste sfide, integriamo la sostenibilità in tutti gli aspetti della nostra organizzazione, analizzando e riformulando costantemente le nostre pratiche aziendali per migliorare il nostro impatto positivo. Crediamo fermamente che intraprendere un percorso di miglioramento continuo sia l'unica strada che ci permetterà di realizzare la nostra missione, servendo al contempo i nostri consumatori, i nostri clienti e il nostro pianeta.

Il cuore di questo percorso è il Sustainable Care Pledge (SCP), che ben rappresenta la strategia che guida la nostra trasformazione: è alla base di tutto ciò che facciamo e funge da bussola per le decisioni aziendali e per le nostre relazioni con i principali stakeholder. Il nostro Sustainable Care Pledge si basa su due impegni fondamentali: il benessere delle persone e la salute del pianeta. Tre aree di azione rafforzano ciascun impegno. La tabella seguente fornisce una panoramica dei pilastri del nostro SCP con i relativi obiettivi.



La lista completa degli obiettivi inclusi nella strategia di sostenibilità di Sanofi Consumer Healthcare Global è disponibile e consultabile all'interno del report globale e del sito web a partire da fine giugno 2024

In Sanofi CHC Italia aderiamo con convinzione ai principi del Sustainability Care Pledge e facciamo in modo che questi fondamenti influenzino le nostre decisioni, la nostra governance interna e le strategie operative. Integrando questa politica globale a livello nazionale, personalizziamo ogni ambito di intervento per adattarlo alle dinamiche specifiche della nostra sede commerciale e del nostro sito produttivo di Origgio. Attraverso un'analisi accurata e un miglioramento costante, adattiamo ogni pilastro per massimizzare la rilevanza e la durata del nostro impatto sui nostri consumatori, sulle comunità e sull'ambiente.

Nelle sezioni che seguono, approfondiamo le specifiche dei pilastri del Sustainable Care Pledge, descrivendo le nostre azioni in queste aree. Questi capitoli testimoniano l'impegno del team di Sanofi CHC Italia, evidenziando i progressi, i risultati raggiunti e gli ambiziosi obiettivi fissati per il nostro prossimo futuro.

Sebbene il nostro percorso di sostenibilità sia un lungo viaggio, siamo soddisfatti dei risultati raggiunti nel 2023 e guardiamo avanti al nostro impegno per promuovere una società sana, ospite di un pianeta sano.

La Governance di Sostenibilità

Quando si parla di governance di sostenibilità, si intende un insieme di regole, politiche e controlli messi in atto per indirizzare il comportamento aziendale verso un orizzonte di impegno sociale ed ecologico. La governance della sostenibilità implica una rete complessa di stakeholder, incaricati di guidare l'azienda verso progressi significativi in tali ambiti.



Nel corso del 2023, Sanofi CHC Global ha lavorato assiduamente per integrare le pratiche di 'sustainability governance' attraverso una struttura dinamica che permea l'intera organizzazione. Queste pratiche sono dirette dal CEO e dal team di leadership globale, che approvano la strategia di sostenibilità di Sanofi CHC, e che viene successivamente supportata da due comitati distinti, entrambi responsabili di esaminare i progressi dell'azienda in materia di performance ambientale e operare come garante delle priorità generali di sostenibilità. Questi due organi si avvalgono della consulenza del Sustainability Advisory Board, che ne rafforza l'esecuzione e la leadership.

L'esecuzione è affidata al lavoro dell' 'Extended Sustainability team' che guida l'implementazione. Qui entrano in gioco due gruppi di lavoro - Core e Functional - che si occupano dell'impatto sociale, del 'purpose' dei nostri brand, del conseguimento e mantenimento delle certificazioni ottenute, della governance complessiva e della comunicazione esterna. Attraverso questa struttura, i nostri principi di sustainability governance permeano l'intera organizzazione.

A livello locale, Sanofi CHC Italia, porta avanti i medesimi impegni inseriti nella strategia di sostenibilità Global. Fondamentali per il nostro percorso sono i traguardi raggiunti nel 2023: diventare Società Benefit e ottenere la certificazione B Corp.

Dall'agosto del 2023, Sanofi CHC Italia si è trasformata in Società Benefit, ovvero ha esteso il proprio oggetto sociale inserendo specifici target di beneficio collettivo. Questa trasformazione implica anche l'inclusione formale degli stakeholder nelle scelte aziendali ed è finalizzata a concretizzare gli obiettivi di e misurarne il successo. Nello specifico, i nostri target di beneficio collettivo si articolano attorno al benessere delle persone - dei nostri consumatori, delle comunità e dei nostri lavoratori - e alla salute del pianeta.

Le nostre finalità di beneficio comune:



1 SEMPLIFICARE LA PRATICA DEL SELF-CARE

Aiutare le persone a stare bene, semplificando la pratica del self-care, anche grazie al coinvolgimento degli interlocutori con cui l'azienda opera lungo la catena del valore



2 IMPATTO SULLE COMUNITÀ

Sostenere le comunità, attraverso partnership e/o programmi di supporto



3 LE NOSTRE PERSONE

Prendersi cura del benessere dei lavoratori, favorendo lo sviluppo e la crescita professionale e personale, la sicurezza e la valorizzazione delle diversità, attraverso la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo



4 AZIONE CLIMATICA, RIFIUTI, ECOSISTEMA

Limitare l'impatto delle proprie attività e operazioni sull'ambiente e gli ecosistemi attraverso azioni che costruiscano un percorso verso la neutralità climatica, migliorando il profilo ambientale dei prodotti e dei dispositivi.

Questi obiettivi non solo fanno parte del nostro oggetto sociale esteso (che siamo tenuti a perseguire per legge), ma costituiscono il cuore di questo rapporto. Nelle pagine che seguono si approfondiscono ognuna di queste quattro priorità e le iniziative sviluppate nel corso dell'ultimo anno per avvicinarci agli obiettivi.



Questi impegni sono accompagnati dallo sforzo per l'ottenimento della certificazione B Corp. Il Movimento B Corp è un movimento globale di persone che utilizzano il business come forza trasformatrice. Al termine del 2023 abbiamo ricevuto la certificazione B Corp con un punteggio di 90 su 200; un ottimo inizio, ma che lascia ancora spazio di intervento. Un ulteriore passo che aiuta a garantire che la nostra governance sia guidata da uno scopo comune e che le strutture di governance stesse prendano in considerazione nuovi e fondamentali stakeholder, che affiancati a quelli tradizionali, guidano il processo decisionale. Parliamo dei dipendenti, della comunità, dei clienti, dei fornitori e, naturalmente, dell'ecosistema.

Sanofi CHC Italia è membro di Assosalute, un'associazione che riunisce le aziende italiane e internazionali che producono e commercializzano farmaci di automedicazione in Italia. La sostenibilità è una delle priorità dell'associazione. Sanofi è anche parte dell'Unione Italiana Food, la principale associazione di categoria in Italia per la rappresentanza diretta delle imprese del settore alimentare. L'adesione alle suddette associazioni rappresenta un ulteriore incoraggiamento a garantire una governance equilibrata delle nostre attività.

Compliance a sostegno della governance

La compliance è uno dei pilastri più importanti di una governance aziendale di successo, soprattutto nelle multinazionali che sono anche società benefit. Compliance in Sanofi CHC Italia non significa solamente aderire alle regole e alle leggi applicabili (sia le leggi specifiche del Paese, sia i requisiti delle autorità di regolamentazione e le direttive e le procedure interne all'azienda), ma soprattutto scegliere di promuovere e adottare i valori ed i principi etici e sostenibili.

In Sanofi CHC Italia, la compliance comprende vari aspetti della governance aziendale (dall'anticorruzione, al conflitto di interessi, all'anti-riciclaggio, alla gestione dei rischi inerenti all'ingaggio delle Terze Parti, al whistleblowing ecc.). Ai fini del presente documento, vengono approfondite due macroaree principali: il dlgs. 231/2001 e la compliance antitrust.

II DLGS. 231/2001

Sanofi CHC Italia è consapevole dell'importanza di prevenire la commissione di reati da parte dei propri amministratori, dipendenti, collaboratori e fornitori.

Quest'anno, l'azienda ha ritenuto necessario, oltre che conforme alle proprie politiche aziendali, dotarsi di un sistema di controllo interno per la suddetta prevenzione, adottando e attuando un modello di organizzazione, gestione e controllo in linea con le disposizioni di cui al Decreto Legislativo n. 231/2001. Tale decreto stabilisce la responsabilità amministrativa dell'impresa, nel caso in cui alcuni specifici reati siano attuati nell'interesse o a vantaggio della società stessa da soggetti in posizione apicale o da soggetti posti sotto la direzione o la vigilanza dei primi.

L'adozione di questo modello è necessaria al fine di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività di business, nella salvaguardia della reputazione e dell'immagine di cui la società gode nel mercato, nonché delle aspettative dei propri stakeholders interni ed esterni. Per questi motivi, nella seduta del 13 marzo 2023 il Consiglio di Amministrazione della Opella Healthcare Italy S.r.l. ha approvato l'adozione del "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" predisposto ai sensi del decreto legislativo n. 231/2001, nella relativa parte generale e speciale e reso disponibile sul sito internet della società. In conformità con quanto previsto nel Modello 231, il Consiglio di Amministrazione ha nominato anche un Organismo di Vigilanza composto da tre membri con il compito di vigilare sulla corretta implementazione, efficacia e osservanza del Modello 231 all'interno di Sanofi CHC Italia, con lo scopo di prevenire la commissione dei reati previsti dal Decreto.

A sostegno di questa adozione, sono stati istituiti canali dedicati di comunicazione verso l'Organismo di Vigilanza, una procedura locale ad hoc sul whistleblowing e attività di formazione e training, che, insieme alle attività di condivisione di informazione, rappresentano una componente indispensabile per garantire l'efficace attuazione del modello organizzativo 231. Le attività di training sono state indirizzate a tutte le funzioni aziendali, la cui partecipazione è stata resa obbligatoria.

L'approvazione del modello rappresenta un ulteriore impegno verso il rigore, la trasparenza e il senso di responsabilità nei rapporti interni e con il mondo esterno. Soprattutto, ci permette nel complesso di rafforzare il proprio sistema di controllo interno e di governo a tutela di tutti gli stakeholder.

La Compliance Antitrust

La 'compliance antitrust' è costituita da un insieme di regole e processi che un'impresa può adottare per instillare una cultura di rispetto del diritto della concorrenza al suo interno. L'obiettivo principale è quello di prevenire la violazione delle normative nazionali e comunitarie antitrust riguardanti gli abusi di posizione dominante e le intese restrittive della concorrenza.

Al centro di questa area di compliance vi è l'implementazione di un programma specifico volto a prevenire comportamenti illeciti di natura antitrust. Nel caso di Sanofi CHC Italia, questo programma include, tra le altre cose, corsi di formazione e aggiornamento destinati al personale aziendale.

03 Siamo una Società Benefit

Il percorso di trasformazione di Sanofi CHC Italia Srl

Uno dei passi significativi compiuti da Sanofi CHC Italia è stata la acquisizione della qualifica di Società Benefit (SB) nell'agosto 2023, un impegno tangibile verso la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa.

La decisione di diventare una Società Benefit è stato un passo ponderato, di estrema rilevanza, preceduto da una profonda analisi dei valori e degli obiettivi aziendali. Questo processo ha coinvolto tutto il management insieme al team esteso, guidato da un approccio partecipativo e da un forte allineamento delle parti coinvolte.

La trasformazione in SB ha richiesto una ridefinizione dell'oggetto sociale inserito a statuto, che ora integra - oltre al perseguimento del profitto - l'impatto sociale e ambientale generato attraverso le attività dell'azienda. Questo cambiamento ha reso necessaria un'evoluzione della governance, che ora include in modo ancora più esplicito metriche e indicatori relativi alla sostenibilità. Tutte le decisioni aziendali sono ora prese considerando questi aspetti.

Attraverso le "Human Exploration", i rappresentanti di ogni funzione aziendale sono stati coinvolti nel processo decisionale, assicurando una partecipazione autentica e una definizione condivisa della visione a lungo termine dell'azienda; iscritta nelle Finalità Specifiche di beneficio comune. Questa trasformazione ha influenzato profondamente anche la cultura aziendale, promuovendo una maggiore consapevolezza e responsabilità. Tutte le persone si sono sentite responsabilizzate nel processo decisionale, contribuendo attivamente alla definizione degli obiettivi e delle azioni aziendali associati a ciascuna finalità.



Finalità 1 - Semplificare la pratica del Self-care

Promuovere società più sane è uno dei principali pilastri su cui si basa il Sustainability Care Pledge di Sanofi CHC a livello globale. Guardando a questo principio, l'obiettivo cardine di Sanofi CHC Global è quello di **raggiungere ogni anno 100 milioni di persone¹ in tutto il mondo** con **messaggi di prevenzione e cura della persona**, per far crescere la **consapevolezza sulla salute** e puntare l'attenzione su un **uso responsabile dei farmaci**.

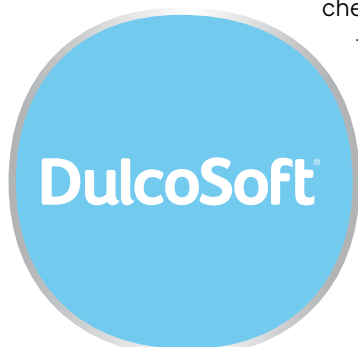
L'accesso a prodotti farmaceutici e la supervisione medica è essenziale per il benessere delle persone, ma in Sanofi CHC crediamo fermamente in questo: **la cura della propria salute inizia a casa**. Ecco perché riteniamo utile e necessario **offrire alle persone più risorse per prendersi cura di sé stesse e della propria famiglia, così da facilitare e incoraggiare la pratica del self-care**.

In Sanofi CHC Italia, ci impegniamo a farlo attraverso una **comunicazione trasparente**, la **condivisione di informazioni rilevanti** sulla salute e sui nostri prodotti, **un sistema di ascolto** continuo e **il coinvolgimento degli interlocutori** con cui operiamo lungo la catena del valore. È così che contribuiamo a **rendere la salute sempre più accessibile e il settore farmaceutico sempre più inclusivo**.

Nel 2023, abbiamo creato e sostenuto diversi progetti e servizi orientati a questi scopi. Numerosi team sono stati impegnati nell'attuazione di iniziative volte a migliorare la trasparenza dei prodotti, a educare i nostri consumatori e ad apprendere dai nostri clienti per migliorare le nostre attività. In questo capitolo presentiamo 4 progetti rilevanti per questa finalità e i risultati ottenuti nel 2023.

1. Dato definito dal fornitore terzo Omnicron Group (Omni Studio), che fornisce i dati ufficiali sulla "reach".

1. DulcoSoft Edutainment



Adoperandosi per una società più sana, Sanofi CHC utilizza i suoi brand per sostenere cause che risuonano con l'essenza dei brand stessi. Il lavoro svolto quest'anno dal nostro team DulcoSoft ne è un esempio. DulcoSoft è un lassativo con un'azione delicata e naturale che agisce sulla stitichezza di adulti e bambini. **Oltre alla missione specifica di prodotto, l'ambizione di questo brand è diffondere messaggi sul benessere intestinale**, condividendo buone pratiche per prevenire o risolvere la costipazione parlando dell'uso dei lassativi in modo chiaro e trasparente.

Perseguendo questo obiettivo, il nostro team ha affrontato una criticità: **il tema della costipazione e dei lassativi è largamente percepito come un tabù**. Di conseguenza, è spesso difficile che le persone che soffrono di costipazione ne parlino apertamente per risolvere il problema, per esempio andando in farmacia e chiedendo un prodotto per questa specifica esigenza. Abbiamo affrontato la questione con il progetto DulcoSoft Edutainment.

Il Progetto

Una delle primissime iniziative di advertising in ottica edutainment in casa Sanofi CHC Italia, il progetto DulcoSoft Edutainment è stato attivato nel corso del 2023 con l'obiettivo di **educare i sofferenti di stipsi su abitudini e stili di vita sani e su buone pratiche per il self-care nell'ambito del benessere intestinale**.

In particolare, stringendo una partnership con **Rai**, abbiamo portato in **TV** uno **speciale format di video-pillole educative** intitolato "Consigli di benessere by DulcoSoft", con suggerimenti e informazioni utili su benessere dell'intestino, costipazione e lassativi. Nello specifico, abbiamo mandato in onda 1 video-pillola di 20" al giorno per un totale di 9 settimane, nei periodi gennaio-aprile e giugno -settembre, per un totale di circa 120 passaggi.

Inoltre, per rafforzare la visibilità del brand, il team ha utilizzato **altri punti di contatto strategici**, tra cui i principali portali di news e canali social: abbiamo stretto una **partnership con YouTube e Amazon** per amplificare la portata dei contenuti video e valorizzare la proposizione del brand. Abbiamo collaborato inoltre con **Spotify** per raggiungere il consumatore tramite spot audio e playlist Estate Italiana in un momento di alta stagionalità.

I Risultati

Consideriamo DulcoSoft Edutainment il nostro progetto pilota nell'ambito dell'edutainment: abbiamo imparato molto su come utilizzare l'advertising a fini educativi, intrattenendo e informando al contempo.

I nostri contenuti informativi hanno raggiunto 2 Milioni di persone. In particolare, siamo felici di aver portato all'attenzione del pubblico contenuti rilevanti per il benessere e la cura di sé.

Questo ci invoglia a fare sempre di più e sempre meglio e per il 2024 abbiamo in cantiere diversi progetti per continuare a educare il nostro pubblico, semplificando e incoraggiando la cura di sé e delle buone pratiche di automedicazione.



Prossimi Passi

Nel corso del 2024, i nostri team continueranno a lavorare sul progetto di edutainment con l'obiettivo di sviluppare altre tipologie di contenuti, come le infografiche, strumenti utili per facilitare la fruizione delle informazioni.

Anche il brand **Enterogermina** sarà attivato nell'ottica dell'edutainment con una campagna di comunicazione dedicata all'uso delle fiale dell'integratore alimentare Enterogermina Benessere Intestinale in esclusiva sul canale ecommerce Amazon che coinvolgerà **social e influencer per creare engagement e amplificare il lancio**.

Nel 2024 intendiamo incrementare le attività di edutainment anche attraverso altri brand storici, come **Maalox e Bisolvon**. Nello specifico, aspiriamo a creare e mettere a disposizione del nostro pubblico **contenuti educativi ad hoc**, come articoli, video, infografiche, **per aiutare i consumatori a reperire informazioni chiare e trasparenti sui nostri prodotti**: come agiscono, come assumerli correttamente, quali sono i loro benefici. **Per semplificare l'accesso alle informazioni**, diffonderemo i contenuti prodotti per i diversi progetti attraverso **vari canali digitali**, come il sito web, i canali social e l'e-commerce dei prodotti stessi.

2. Sensibilizzare i consumatori sul corretto smaltimento dei farmaci

Per Sanofi CHC, **educare le persone sull'utilizzo dei farmaci**, che siano farmaci per l'automedicazione o meno, significa divulgare informazioni chiare e utili anche relativamente al loro **corretto smaltimento**. Ci impegniamo quindi ad **aumentare la consapevolezza dei consumatori sulla "vita del farmaco"**, concentrandoci non solo sulla sua gestione nella fase dell'uso e della conservazione, ma anche su quella, altrettanto importante, dello smaltimento, fondamentale per **rendere l'impiego dei farmaci più sostenibile a livello ambientale**.

Sanofi CHC Italia aderisce ad **ASSOSALUTE** – associazione parte di Federchimica – che riunisce le aziende che producono e commercializzano farmaci di automedicazione per il mercato italiano. Da indagini condotte fra 2022 e 2023 da IPSOS e dall'Istituto The Fool per conto di ASSOSALUTE, è emerso che **oltre il 70% delle persone intervistate non sa cosa debba essere gettato negli appositi contenitori, relativamente ai farmaci**.² Questo e altri dati rilevati dalle indagini denotano un vuoto di conoscenza che inevitabilmente grava sull'ambiente.

È nata così l'iniziativa *"Non mi scadere sui farmaci"*, che ci siamo impegnati a sviluppare come promotori e membri di una task force dedicata alla sostenibilità all'interno dell'associazione stessa e a sostenere come azienda.

"Non mi scadere sui farmaci" è una **campagna di comunicazione digitale ideata da ASSOSALUTE sul corretto smaltimento dei farmaci scaduti**. Lanciata a **ottobre 2023**, questa campagna ha viaggiato sulle **principali piattaforme social**: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok.

È stato progettato anche un sito **web ad hoc** – nonmiscaderesuifarmaci.it – che, attraverso contenuti video e testuali e quiz interattivi, **educa e spiega in modo chiaro e semplice** come e **dove buttare i medicinali scaduti**.

Per massimizzare l'impatto dell'iniziativa **è anche stato coinvolto come testimonial il conduttore televisivo Enrico Papi**.



2. Indagine condotta dall'istituto di ricerca IPSOS a dicembre 2022; Indagine condotta dall'istituto di ricerca The Fool a settembre 2023. Citate in: Federchimica Assosalute. 2023. Comunicato Stampa. ASSOSALUTE – FEDERCHIMICA LANCIATA LA CAMPAGNA "NON MI SCADERE SUI FARMACI" PER EDUCARE IL CITTADINO AL CORRETTO SMALTIMENTO DEI FARMACI SCADUTI. Disponibile qui: https://assosalute.federchimica.it/docs/default-source/allegati/cs-non-mi-scadere-sui-farmaci-1710.2023eb85c3f9-c154-441f-ac8f-70bc7f120a6f.pdf?sfvrsn=bc237d6b_1

Le indagini commissionate da ASSOSALUTE hanno evidenziato che la mancanza di conoscenza sul corretto smaltimento è un **tema critico soprattutto per le giovani generazioni**, anche se sono proprio loro le più interessate alle tematiche ambientali. Un motivo in più per dar vita a una campagna interamente digitale che ha sfruttato i canali social e web per **stimolare comportamenti virtuosi anche e soprattutto nelle fasce di popolazione più giovani**. Nel 2024, continueremo a dare il nostro contributo alla crescita di consapevolezza e corretto smaltimento.



Prossimi Passi

Con l'obiettivo di educare sempre più le persone alla corretta gestione dei farmaci, anche nella fase di smaltimento, come Sanofi CHC Italia **nel 2024 immetteremo sul mercato italiano i primi farmaci con pittogrammi di smaltimento sul packaging**. Questo renderà più accessibili le informazioni per differenziare in modo corretto i medicinali esauriti.

3. Formazione e coinvolgimento dei farmacisti

Il **coinvolgimento degli interlocutori con cui operiamo lungo la catena di valore** è uno dei principali approcci di Sanofi CHC Italia per **promuovere società più sane**.

In quest'ottica, promuoviamo la collaborazione con i farmacisti attraverso programmi formativi e iniziative volte ad offrire una visione approfondita della **nostra azienda e dei nostri processi produttivi**.

I **farmacisti** sono spesso i primi a interfacciarsi con i consumatori e hanno **un ruolo di primaria importanza nell'educazione delle persone al self-care**. Un nostro obiettivo cardine, dunque, è **aiutare ad aiutare**. E per assicurarci che i farmacisti abbiano gli strumenti e le risorse adeguate, ci impegniamo a strutturare per loro **attività di formazione ed esperienze di valore**.

Le Attività

Tra gli eventi di training dedicati ai farmacisti del 2023, spicca il progetto **Intestinum Lab**, attraverso il quale abbiamo formato i partecipanti relativamente all'approccio scientifico che sta alla base dei nostri prodotti. In questo modo, potranno fornire ai consumatori informazioni e spiegazioni dettagliate.

Durante Intestinum Lab vengono presentati ai farmacisti dei contenuti strettamente connessi alla base scientifica di Enterogermina, con particolare enfasi sulla sua formulazione distintiva, comprendente 4 ceppi di spore di Bacillus Clausii, le caratteristiche delle spore (tra cui l'alta resistenza agli acidi gastrici e agli antibiotici), la loro capacità di proliferare nell'intestino e i molteplici benefici di Enterogermina nel trattamento e nella prevenzione dei disturbi intestinali derivanti dall'alterazione della flora intestinale.

Un'altra iniziativa in cui abbiamo coinvolto i farmacisti nel 2023 è legata alle visite presso lo **stabilimento di Origgio**, in provincia di Varese, motivo di grande orgoglio per noi di Sanofi CHC Italia. Qui produciamo **prodotti chiave per l'automedicazione**, prodotti che arrivano nelle farmacie di tutta Italia e, nel caso del brand Enterogermina, di 55 Paesi nel mondo.

Per far scoprire ai farmacisti il dietro le quinte dei prodotti **Enterogermina**, abbiamo organizzato delle **visite allo stabilimento**, durante le quali gruppi di 20 professionisti alla volta hanno potuto **seguire e studiare da vicino i processi produttivi**.

sanofi
ti invita alla **nuova** edizione di
Intestinum Lab

APPROFONDIMENTI SCIENTIFICI
TECNICHE COMMERCIALI
ESPERIENZE INTERATTIVE

Enterogermina | DulceSoft

Per data e luogo il tuo agente di zona ti darà maggiori informazioni

Agenda
20:00-20:45
• Buffet di benvenuto
• Esperienze interattive
21:00 - 22:30
Nuove evidenze dal mondo dei probiotici e lassativi
Enterogermina Active Age: caratteristiche e modo d'uso
DulceSoft: punti di differenziazione e vantaggi del prodotto
Strategie commerciali per un giusto consiglio

sanofi HA IL PIACERE DI INVITARTI A
Origgio Tour

29 GIUGNO 2023
Viale Europa, 11 - 21040 Origgio (VA)

PROGRAMMA

ore 9:00
• Accoglienza e registrazione
• Welcome Drink
• Il sito di Origgio
• La storia di Bacillus Clausii
• 10 caratteristiche di Enterogermina
• Visita allo stabilimento
• Visita allo stabilimento

ore 12:15-13:15
• Lunch Break

Sanofi CHC Italia
e partneri con il consenso della Microbiologia



I Risultati

Nel 2023 abbiamo registrato un notevole aumento delle attività di formazione e coinvolgimento dei farmacisti. Nel corso dell'anno sono stati raggiunti 1700 professionisti, attraverso ben 42 giornate di Intestinum Lab e 3 eventi nello stabilimento di Origgio.

Gli eventi organizzati ci hanno consentito di offrire ai farmacisti risorse utili per la formazione e la crescita professionale e, allo stesso tempo, ci hanno consentito di rendere Sanofi CHC Italia sempre più trasparente, anche per la categoria dei farmacisti. Tramite queste attività contribuiamo sempre di più alla diffusione della cultura dell'automedicazione e allo sviluppo sicuro della pratica della self-care.



Prossimi Passi

Nel 2024 continueremo a organizzare eventi di formazione e visite ai nostri stabilimenti.

Le esperienze del 2023 hanno confermato l'importanza del coinvolgimento dei farmacisti per la creazione di valore nei confronti dei consumatori, affinché si sentano guidati e ascoltati.

*E "ascolto"
è proprio la parola
chiave delle
prossime pagine.*



4. Medical Information, Controllo Qualità e farmacovigilanza

L'ascolto è parte integrante del nostro processo di miglioramento continuo. **Senza ascoltare i nostri consumatori e clienti non sarebbe possibile crescere e portare avanti gli impegni che abbiamo con tutti i nostri stakeholder**, dai farmacisti alle persone che scelgono i nostri prodotti per prendersi cura di sé e delle persone vicine. Facilitare il contatto da parte dei nostri interlocutori per rispondere alle loro domande e alle loro esigenze è quindi un nostro impegno costante.



Per noi è fondamentale avere **canali strutturati** dedicati ad ascoltare in modo attivo e rispondere con puntualità, risolvendo dubbi ed eventuali criticità. In Sanofi CHC Italia ci serviamo a tale scopo del **portale Medical Information**, del lavoro del team **Controllo Qualità** e della **Farmacovigilanza**.

Nell'arco di tutto il 2023 abbiamo ascoltato consumatori e farmacisti attraverso il portale Medical Information, che ha gestito 1.200 richieste provenienti da pazienti e operatori sanitari.

Il nostro team Controllo Qualità ha contribuito a questo scopo, attivandosi in caso di segnalazioni di natura tecnica sui prodotti, mettendo in moto tutte le azioni necessarie per fare verifiche e per poter rispondere in modo circostanziato e trasparente.

Infine, particolare importanza riveste la funzione della farmacovigilanza, indispensabile per raccogliere e valutare in modo strutturato dati che riguardano la sicurezza dei prodotti e agire tempestivamente per minimizzare i rischi identificati, informare gli stakeholder coinvolti e per sottoporre i dati alle autorità competenti.

I Risultati

Questi tre servizi ci hanno permesso di aiutare i nostri interlocutori con risposte accurate e supportate da dati.

Un esempio emblematico di questo processo è il caso di Dulcolax Supposte.

Nell'estate del 2023, il nostro team di Controllo Qualità ha ricevuto diverse segnalazioni da farmacisti in merito a una criticità di queste supposte: il prodotto perdeva la sua forma. Dopo aver condotto analisi su lotti storici, i nostri team hanno capito che il problema nasceva dalla modalità di conservazione, e che in caso di temperature molto elevate, il prodotto andava tenuto al fresco. Abbiamo dunque inviato a tutti i farmacisti le istruzioni per la corretta conservazione, informazioni importanti che poi trasferiscono ai consumatori.

Ma può anche capitare che farmacisti e consumatori utilizzino i nostri canali di ascolto per specifiche richieste: sempre nel 2023, per motivi di business, avevamo previsto di fermare la produzione di Dulcolax Supposte, farmaco usato per alleviare la stitichezza occasionale. Quando le scorte hanno iniziato a diminuire, proprio tramite il portale Medical Information sono arrivate tantissime richieste per far tornare in farmacia il prodotto. Abbiamo appreso che il formato specifico di questo prodotto era di grande utilità per determinati gruppi demografici, tra cui persone con alcune disabilità specifiche. Abbiamo quindi deciso di non interrompere la produzione di Dulcolax Supposte e Sanofi CHC Italia continua a produrlo ancora oggi. Questo caso evidenzia che l'ascolto guida anche le nostre scelte commerciali: le esigenze dei nostri consumatori vengono prima di tutto.



Prossimi Passi

Nel **2024**, oltre a continuare a utilizzare i servizi di ascolto già attivi, implementeremo l'utilizzo di TradeAudit Farmacie di **TradeLab**, strumento che consente di monitorare la customer satisfaction del farmacista. Questo strumento ci darà l'opportunità di ricevere **feedback da parte di 1.400 farmacie** su tutto il territorio italiano. TradeLab quindi si aggiunge ai preziosi strumenti di ascolto che useremo per continuare a migliorare. Per i nostri stakeholder e per tutte le persone che scelgono di curarsi avvalendosi dei nostri brand.

Cos'altro vogliamo fare nel 2024

Nel 2024, facilitare e incoraggiare la pratica del self-care continuerà a essere un impegno centrale. **Aiutare le persone a prendersi cura di sé e delle proprie famiglie** con serenità e consapevolezza è **fondamentale per migliorare la qualità di vita e promuovere società più sane**. In quest'ottica abbiamo in previsione attività che contribuiranno ad aumentare sempre di più la trasparenza sui prodotti, la condivisione di informazioni utili e rilevanti, l'ascolto e il coinvolgimento dei nostri clienti e consumatori.

In aggiunta agli obiettivi di sviluppo dei progetti raccontati nelle pagine precedenti, intendiamo realizzare le seguenti iniziative:

A. Ingredienti in chiaro per le persone

Dal 2024 quasi tutti i siti web dei brand Sanofi Customer Healthcare Italia avranno una sezione dedicata all'ingredientistica, dove i consumatori potranno trovare con semplicità informazioni chiare e aggiornate sugli ingredienti dei nostri prodotti.

The screenshot shows the website interface for Enterogermina. The navigation bar includes 'Home', 'Prodotti', 'L'intestino', 'Disturbi Intestinali', 'Le Cause', 'I Probiotici', and 'I Nostri Valori'. The main menu has 'Come funziona?', 'I benefici', 'Come assumere?', 'Ingredienti', and 'FAQ'. The 'Ingredienti' section is active, displaying '1 flaconcino al giorno da somministrare a intervalli regolari' with an illustration of a person. Below this, there are two expandable sections: 'Principio attivo' and 'Eccipienti'. The 'Principio attivo' section lists 'Bacillus clausii (poliantibiotico resistente)' and provides two bullet points: 'È costituito da spore, ovvero batteri in grado di adattarsi all'ambiente circostante per arrivare vivi fino all'intestino' and 'È utile per il ripristino della flora batterica intestinale alterata ed è in grado di alleviare i sintomi dei disturbi intestinali, compresa diarrea (anche causata da terapia antibiotica) e dolore addominale.'

B. Accesso semplificato alle informazioni tecniche per i farmacisti

Nell'arco del 2024 è in previsione lo sviluppo di e-Hub, **un portale che permetta ai farmacisti di accedere agevolmente a informazioni tecnico-scientifiche sui nostri prodotti**. Inoltre, vogliamo creare **nuove risorse e nuovi canali di comunicazione** con le farmacie, per esempio attraverso la creazione di una newsletter dedicata proprio a loro.

Con queste attività vogliamo contribuire ulteriormente a rendere **la salute sempre più accessibile, il settore farmaceutico sempre più inclusivo, e la nostra realtà sempre più trasparente**.



Finalità 2 - Impatto sulle Comunità

Avere un impatto diretto e positivo sulle comunità è un altro pilastro fondamentale del nostro impegno per **promuovere società più sane**, in linea con la nostra strategia di sostenibilità. Sanofi CHC Global è impegnata a dare un contributo significativo alla salute e al benessere delle comunità di tutto il mondo: **entro il 2030 vogliamo raggiungere in modo diretto 5 milioni di persone con programmi locali in partnership con NGO.**³ Tutti i team CHC di Sanofi condividono questa ambizione, impegnandosi a studiare e implementare progetti specifici nelle rispettive comunità, al fine di sostenere iniziative locali, affrontare le principali sfide territoriali e apportare miglioramenti tangibili nella vita delle persone.

Noi di **Sanofi CHC Italia** contribuiamo a questi sforzi globali attivando il purpose dei nostri brand **per affrontare le disparità e le disuguaglianze all'interno delle nostre comunità e dei territori in cui siamo presenti.**

Nel corso del **2023**, i nostri **team di Enterogermina e Buscofen**, due dei nostri brand principali, hanno compiuto significativi progressi in questo ambito, attraverso la creazione di **partnership e l'implementazione di progetti mirati.** Sono stati perseguiti obiettivi ambiziosi, come esploreremo in questo capitolo, analizzando le iniziative avviate e il loro impatto.

1. Enterogermina Integratori Alimentari - Il progetto educativo "Viva la Pancia" e l'assistenza pediatrica nelle comunità svantaggiate

Il Brand

Enterogermina rappresenta la nostra eccellenza nel settore dei probiotici, essendo il brand leader, in Italia e nel mondo, all'interno di questa categoria.

Studiati per supportare il **benessere dell'intestino**, i prodotti della linea Enterogermina sono riconosciuti come valide soluzioni per ripristinare l'equilibrio della flora batterica intestinale alterata, e quindi trattare, o supportare, il trattamento di vari disturbi intestinali.

All'interno della vasta gamma, sono presenti *Enterogermina Integratori Alimentari*, prodotti con cui si è deciso di sostenere l'attività di Save the Children Italia, attraverso una partnership triennale che sarà dettagliata in seguito.

Il Purpose

Oltre a prendersi cura del benessere intestinale delle persone, i team globali di Enterogermina si dedicano con impegno a proteggere e **promuovere la salute intestinale all'interno delle comunità svantaggiate, con l'obiettivo di ridurre la mortalità infantile causata da diarrea in alcuni paesi del Terzo Mondo** come Brasile, India, America centrale, e altri ancora.

Attraverso questo brand, infatti, **portiamo la nostra esperienza e il nostro supporto soprattutto al servizio di bambini che vivono in contesti di vulnerabilità**, bambini che affrontano problemi intestinali, come la diarrea, esacerbati dalle precarie condizioni igieniche e dall'accesso limitato all'acqua potabile, al cibo o all'assistenza sanitaria.

E anche in Italia vogliamo fare la nostra parte.



3. Numero di beneficiari diretti cumulativi a cui i nostri programmi sono disponibili, dal 2022 al 2030.

Il Problema

Nonostante l'Italia sia un Paese sviluppato, **circa 1.400.000 bambini vivono al di sotto della soglia di povertà**.⁴

Di fronte a questo dato impressionante, **il nostro team di Enterogermina Integratori Alimentari si è attivato per identificare le aree del territorio nazionale in cui più servono competenze e interventi mirati**, con l'obiettivo di sostenere l'educazione e le condizioni sanitarie dei bambini che vivono in queste zone, in modo da poter sia garantire un impatto positivo sul loro presente e anche sulle prospettive future. È nato così un virtuoso progetto in partnership con Save the Children Italia della durata di tre anni.

Il Progetto

Nell'ottobre del 2023 il team italiano di Enterogermina Integratori Alimentari ha siglato la **partnership con Save the Children**, la più importante organizzazione internazionale indipendente che da oltre 100 anni lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro⁵, che da anni porta avanti iniziative e progetti rivolti a bambini e bambine per ottenere cambiamenti positivi immediati e duraturi nella loro vita. In Italia abbiamo deciso di sostenere Save the Children tramite 2 pilastri principali di intervento: l'educazione e la salute, mettendo a punto una duplice strategia: **1) creare programmi di educazione sanitaria "divertente" su misura** attraverso il progetto "Viva la pancia" e **2) fornire supporto socio sanitario in alcune aree con carenza di servizi attraverso l'impiego di unità mobili socio-sanitarie**.

1) Il programma educativo "Viva la Pancia" nei Punti Luce di Save the Children

In Italia, Save the Children gestisce 26 Punti Luce sparsi su tutto il territorio nazionale. Si tratta di spazi, situati nelle periferie, che **offrono opportunità di formazione e istruzione gratuite a bambini e ragazzi tra i 6 e i 17 anni**.⁶

In molte di queste aree, fattori come l'attività criminale diffusa, la forte presenza di persone immigrate costrette a vivere in situazioni di degrado e di emarginazione e l'alta densità della popolazione contribuiscono all'instabilità e incidono in modo significativo sulle prospettive educative dei più giovani.

Abbiamo quindi deciso di attivarci in 10 Punti Luce di Save the Children per offrire gratuitamente il **programma educativo "Viva la Pancia"**, progettato ad hoc per diffondere le nostre conoscenze su sani stili di vita, pratiche igieniche e buona nutrizione. I 10 Punti Luce che saranno coinvolti nell'iniziativa sono: Milano Giambellino e Quarto Oggiaro, Ancona, Napoli Chiaiano, Palermo ZEN e ZISA, Casal di Principe, Platì, Scalea e San Luca.

Articolato in 10 "lezioni" in ciascun Punto Luce (per un totale quindi di 100 lezioni) da svolgersi nel corso del 2024, con una frequenza di circa una sessione al mese, ciascun modulo del programma è stato concepito per approfondire argomenti cruciali legati alla salute e al benessere. Tra questi, sono inclusi temi quali "Batteri benefici e dannosi", l'importanza dell'igiene personale e di un'alimentazione sana.

⁴. Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT). Poverty in Italy. 2021. Disponibile qui: https://www.istat.it/it/files/2022/07/REPORT_POVERTA_2021_Eng_def.pdf - ⁵. SANOFI. Comunicato Stampa: Sanofi CHC Italia ottiene la Certificazione B Corp per il suo impegno continuo nei confronti della società e dell'ambiente. 2024. Disponibile qui: https://www.sanofi.com/assets/countries/italy/docs/Notizie/sanofi_italia_consumer-healthcare-b-corp_30.01.2024.pdf - ⁶. I Punti Luce, Save the Children, 2024. Disponibile qui: <https://www.savethechildren.it/cosa-facciamo/campagne/illuminiamo-il-futuro/punti-luce> - ⁷. Enterogermina insieme a Save the Children. 2024. <https://www.enterogermina.com/it-it/i-nostri-valori-Enterogermina-Viva-la-Pancia>. 2024. Disponibile qui: <https://www.youtube.com/watch?v=thJNEZnl8As&t=2s>

Per rendere il progetto particolarmente inclusivo per bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni, e incentivare l'apprendimento e la curiosità sia di coloro che prediligono “materie umanistiche” che di quelle “scientifiche”, ogni “lezione divertente” di Viva la Pancia è composta da 2 parti: una lettura di una storia per bambini tramite la tecnica narrativa del Kamishibai, la messa in pratica di tali nozioni educative tramite un Laboratorio Scientifico, dedicato ai bambini – per l'occasione diventati “piccoli scienziati”.

Per realizzare il progetto, il team di Enterogermina Integratori Alimentari si è avvalso della collaborazione di esperti del settore. Nello specifico, per la realizzazione delle storie del Kamishibai, di un autore e di una illustratrice professionisti di libri per bambini, insieme anche all'associazione “Arte Bambini”⁸, una casa editrice accreditata dal MIUR con oltre trent'anni di esperienza nel settore della formazione e principale ente italiano esperto impegnato nella diffusione della tecnica del Kamishibai. Per la realizzazione dei “laboratori scientifici” invece abbiamo collaborato con “Scienza divertente”⁹ leader mondiali nell'edutainment scientifico per bambini e presenti in 45 Paesi del mondo.

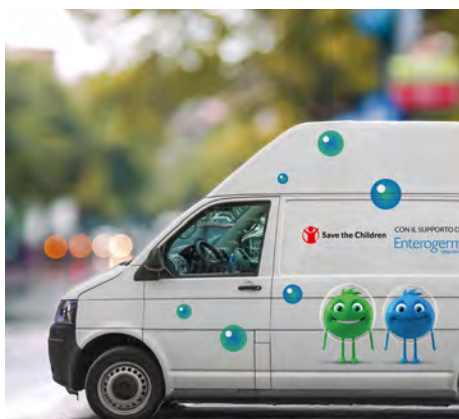
La realizzazione di storie e narrazione tramite la tecnica del Kamishibai (o “teatro di carta”) è considerata particolarmente inclusiva perché permette ai bambini di ascoltare le storie guardando solo tavole illustrate facilitando la comprensione anche per i bambini - di lingua straniera.

Al termine delle sessioni di narrazione, i bambini indossano i “camici da laboratorio” e, guidati dagli educatori di Save the Children, **conducono esperimenti relativi alle lezioni apprese**. In ogni sessione sono eseguiti vari esperimenti, alcuni dei quali volti alla produzione di sostanze come, ad esempio, gel disinfettante per le mani, dentifricio e yogurt che resteranno in dotazione ai Punti Luce o che i bambini potranno portare a casa.

Avviato come pilota nel Punto Luce del quartiere Giambellino a Milano nell'ottobre 2023, il programma si è esteso a tutti e 10 i Punti Luce già dal gennaio 2024. Con una media di partecipanti compresa tra i 20 e i 30 bambini per sessione, miriamo a coinvolgere oltre 200 bambini delle scuole elementari entro la fine del 2024.

Sebbene “Viva la Pancia” sia un programma educativo rivolto ai bambini, i principali beneficiari diretti, molti di loro hanno partecipato insieme ai genitori o ai fratelli maggiori. Inoltre, gli educatori di Save the Children attivi nei Punti Luce, hanno ricevuto una formazione completa sul progetto all'inizio di gennaio e per ciascuna sessione successiva. Questo includeva l'apprendimento del metodo Kamishibai e la riproduzione degli esperimenti scientifici di Scienza Divertente per coinvolgere i bambini, ampliando così l'efficacia dell'iniziativa.

2) Le Unità Sanitarie Mobili



Esempio di personalizzazione della unità mobile

Il secondo tassello della strategia messa in campo da Save the Children in collaborazione con i partner territoriali a seguito di una analisi e rilevazione dei bisogni, mira a **offrire un supporto socio sanitario al fine di garantire che tutti i bambini, le bambine e gli adolescenti del territorio possano avere accesso all'assistenza sanitaria e a una adeguata conoscenza dei servizi a loro disposizione**.

Nel 2023, Enterogermina Integratori Alimentari ha sostenuto Save the Children nell'acquisto di due unità sanitarie mobili, delle dimensioni di piccoli pulmini, per offrire servizi socio-sanitari gratuiti nei contesti di intervento che mostrano dati di vulnerabilità: il quartiere ZEN di Palermo e l'area di Ostia Ponente a Roma.

Gli interventi sono in fase di co-progettazione con le realtà territoriali e con le istituzioni di riferimento. A Palermo il progetto vedrà inoltre una stringente

8. Arte Bambini. 2024. Chi Siamo. Disponibile qui: <https://www.artebambini.it/chi-siamo/>

9. Scienza Divertente. 2024. Disponibile qui: <https://roma.scienza-divertente.com/>

collaborazione con il presidio ambulatoriale socio-sanitario presente allo Zen e già nella rete dei programmi sostenuti da Save the Children permettendo in questo modo una estensione e potenziamento dell'azione generando un impatto maggiore.

L'unità mobile si configura come un hub itinerante che offre un servizio di prima visita pediatrica, di promozione della salute e di orientamento ai servizi sociosanitari del territorio.

Oltre al/alla pediatra, periodicamente affiancato/a da un medico specialista per favorire campagne di prevenzione, un operatore/trice accoglierà gli adulti di riferimento per orientarli ai servizi del territorio. Attraverso specifici protocolli con le realtà territoriali e con le istituzioni di riferimento, saranno attivati, in continuità con quanto già posto in essere dal presidio ambulatoriale socio sanitario in quartiere, percorsi mirati.

Per il lancio di questo importante progetto, è andata online una **campagna digital tra novembre e dicembre '23**, utilizzando formati video su YouTube con l'obiettivo di generare awareness e indirizzare il pubblico alla sezione del sito dedicata all'iniziativa. In collaborazione con editori premium come RCS, abbiamo garantito una visibilità significativa. Anche l'attività sui social, con un'azione su Meta, ha mirato a generare traffico al sito e coinvolgere gli utenti. I risultati includono una **copertura del 65% del target Adulti 25-54 anni** (raggiungendo circa 14,7 milioni di individui), **oltre 8,3 milioni di visualizzazioni complete dei video e più di 330.000 click sulla landing page dell'iniziativa**. Le attività di comunicazione continueranno nel 2024 con progetti editoriali, coinvolgendo anche alcuni influencers a Milano, Napoli e Palermo per comunicare il messaggio in modo diretto.

Il Purpose Day

Nel corso del Purpose Day 2023, un evento annuale di grande risonanza all'interno di Sanofi CHC, tutti i colleghi hanno preso parte a un'iniziativa che ha catturato la loro attenzione. Questo giorno speciale, promosso da CHC Global, si è tenuto il 13 ottobre 2023 e ha rappresentato un'opportunità unica per mettere in pratica il nostro impegno sociale attraverso il volontariato.

La giornata è stata dedicata all'aiuto agli altri e al perseguimento di uno scopo comune. È stata un'occasione in cui tutti i partecipanti, insieme agli operatori di Save the Children, hanno avuto la possibilità di essere formati per poter condurre, nel corso dei prossimi mesi, i momenti di workshop significativi all'interno dei Punti Luce di Save the Children.



È stato un giorno emozionante e gratificante, in cui abbiamo potuto vedere il potenziale trasformativo del nostro impegno collettivo. L'iniziativa ha dimostrato ancora una volta quanto sia importante per Sanofi CHC promuovere valori di solidarietà e responsabilità sociale, e come il nostro Purpose Day continui a essere un faro di ispirazione per tutti noi.





Prossimi Passi

Per il 2024, il team di Enterogermina Integratori Alimentari si impegna a **completare l'iniziativa "Viva la Pancia" in tutti i Punti Luce designati e sta esplorando con Save the Children l'estensione del programma ad altre città italiane nel 2025.**

Inoltre, pianifichiamo di implementare pienamente l'attività **dell'unità socio-sanitaria mobile di Ostia** entro la fine del 2024 e di esplorare ulteriormente il potenziale delle nostre unità mobili. Intendiamo migliorare l'analisi dei dati di entrambe le iniziative, con particolare attenzione all'impatto delle unità socio sanitarie mobili per valutare con precisione il numero di beneficiari e **allocare il sostegno dove serve di più.**

Anche dal punto di vista del volontariato, il 2024 promette di essere un anno ricco di ulteriori opportunità legate a questa preziosa iniziativa. Nel corso dell'anno in corso, i nostri colleghi che hanno partecipato ai momenti formativi durante il Purpose Day, avranno l'occasione di dedicare una giornata al volontariato presso uno dei Punti Luce coinvolti nell'attività educativa "Viva la Pancia". Questa estensione del tempo dedicato al servizio comunitario è una testimonianza tangibile dell'impegno crescente di Sanofi CHC verso la responsabilità sociale. È importante sottolineare che nel corso del 2024, le giornate di volontariato si ampliano da una sola giornata a due intere giornate, offrendo ai nostri collaboratori un'opportunità ancora maggiore di fare la differenza nelle vite delle persone che ne hanno più bisogno.

2. Buscofen¹⁰ - Il progetto di edutainment "Free from Taboos" e il sostegno di "Run4Inclusion"

Il Brand

Buscofen è il brand Sanofi CHC Italia specifico per il ciclo mestruale. Si tratta di una linea di prodotti che possono aiutare le donne sia nella fase premestruale (aiutando a ridurre stanchezza e affaticamento) che durante le mestruazioni (per combattere rapidamente il dolore da ciclo). Ciò che caratterizza Buscofen rispetto agli altri antidolorifici è proprio il fatto di essere un prodotto pensato esclusivamente per l'universo femminile sia per il suo posizionamento che per la strategia di comunicazione da sempre basata su messaggi di vicinanza alle donne.

Il Purpose

Buscofen si impegna a combattere i tabù e gli stereotipi relativi alle donne, contribuendo all'empowerment femminile e quindi a ridurre la disegualianza di genere. Questa missione si concretizza in progetti di education rivolti alle giovani donne, che hanno l'obiettivo di renderle più consapevoli delle loro aspirazioni e desideri senza sentirsi limitate o condizionate da stereotipi e pregiudizi di genere.

Il Problema

Dati alla mano, **con la comparsa delle mestruazioni molte ragazze abbandonano lo sport.** Tra le adolescenti di 15-17 anni, il tasso di abbandono è addirittura il doppio rispetto ai coetanei maschi.¹¹ Come mai? Da una parte ci sono i **disagi legati al ciclo mestruale**, dall'altra pesano gli **stereotipi culturali che colpiscono le donne.**

Proprio lo sport, dunque, un ambito della vita prezioso per crescere, scoprirsi e lavorare sull'accettazione di sé, diventa un campo fertile per tabù e luoghi comuni.

Il team Buscofen si è quindi messo al lavoro per definire azioni mirate a influire su questo trend. Nel 2023, l'impegno su questo fronte ha preso una forma concreta con alcuni importanti progetti.

¹⁰. Il Nome Internazionale Non-Proprietario (INN) del marchio Buscofen è Ibuprofen. La lista completa degli INN si può esaminare nell'annex di questa relazione. - ¹¹. Banca Ifis. Osservatorio sullo sport system. 2022. CENSIS. Respect. 2020.

Il Progetto

Già nel 2022 il team ha avviato un progetto di comunicazione per aprire un dialogo sul tema del disagio emotivo derivante dai tabù e dagli stereotipi di genere che colpiscono le donne. **Nel 2023, abbiamo voluto convogliare i nostri sforzi verso un focus e un pubblico specifici: lo sport e la generazione Z.**

Perché lo sport dovrebbe essere una risorsa preziosa per chiunque, indipendentemente dal genere, soprattutto nelle fasi della vita in cui avvengono cambiamenti importanti, come l'adolescenza.

A. La campagna di edutainment “Free from Taboos”

Nel settembre 2023, in **partnership con TikTok**, abbiamo lanciato un **progetto di edutainment** con l'obiettivo di **contribuire ad avvicinare le giovani donne al territorio dello sport, sfatando tabù e stereotipi che oggi possono rendere la pratica dello sport più difficile da parte loro.**

La campagna “Free from Taboos” promossa da Buscofen® Premestruale, in cui abbiamo coinvolto sia ragazze e ragazzi che atlete professioniste, è stata strutturata in 3 fasi.



Nella **prima fase** abbiamo mostrato, tramite **street interview**, quanto siano radicati tabù e stereotipi sulle donne nello sport, portando a galla la necessità di parlare di questi temi e di fare chiarezza.¹²

La **seconda fase**, partita a inizio ottobre 2023, ha visto come protagoniste **sei grandi atlete e TikTok creator**: la personal trainer **Caterina Falhi**; la campionessa europea di tuffi **Chiara Pellacani**; la ballerina professionista **Giulia Stabile**; la pole dancer e performer **Simona Spataro**; la calciatrice, parte anche della nazionale italiana, **Cristiana Girelli**; la triatleta e divulgatrice **Deborah Spinelli**. Attraverso brevi **video-pillole**, le atlete hanno dispensato **consigli basati sulla propria esperienza sul campo**, parlando di ascolto del proprio corpo; dell'importanza del dialogo aperto sui disagi del ciclo mestruale; di ciclo mestruale e competizioni; di adattamento della routine di allenamento in base al periodo del mese.¹³



Nella **terza fase** la campagna si è concentrata su **contenuti che potessero offrire esempi e motivazione per cambiare il proprio sguardo sul tema delle donne nello sport**: lo abbiamo fatto attraverso le testimonianze delle atlete sulle difficoltà vissute in prima persona e su come sono riuscite a superarle.

Il sostegno all'iniziativa “Run4Inclusion”

Per ribadire l'impegno a sostegno delle donne e della parità di genere, il nostro team ha anche reso Buscofen® Premestruale **sponsor dell'edizione 2023 di “Run4Inclusion”**, una corsa non competitiva dedicata a temi della *diversity e inclusion* che si è tenuta a Milano il 24 settembre 2023.¹⁴

Durante questa giornata di sport, il team è stato presente con uno stand: qui i partecipanti alla

¹². SANOFI CHC Italia. Comunicato Stampa: Al via “Free from Taboos powered by Buscofen® Premestruale”; Online il progetto in partnership con TikTok per sfatare tabù e stereotipi legati alle donne nello sport. 2023. Disponibile a: <https://www.mediakey.tv/leggi-news/al-via-free-from-taboos-powered-by-buscofen-premestruale-online-il-progetto-in-partnership-con-tiktok-per-sfatata-tabu-e-stereotipi-legati-alle-donne-nello-sport> - ¹³. Tecno Medicina. “Free from Taboos” powered by Buscofen Premestruale: campagna contro il gender gap che sfata tabù e stereotipi legati alle donne nello sport. 2023. Disponibile qui: <https://www.tecnomedicina.it/free-from-taboos-powered-by-buscofen-premestruale-campagna-contro-il-gender-gap-che-sfata-tabu-e-stereotipi-legati-alle-donne-nello-sport/> - ¹⁴. Comune di Milano. Sport. Torna a Milano “Run for inclusion”, la corsa non competitiva nata per sostenere i valori di inclusione, diversità e sostenibilità. 2023. Disponibile qui: <https://www.comune.milano.it/-/sport.-torna-a-milano-run-for-inclusion-la-corsa-non-competitiva-nata-per-sostenere-i-valori-di-inclusione-diversita-e-sostenibilita>

manifestazione sono stati invitati a lanciare il proprio messaggio contro tabù e stereotipi di genere e a condividerlo sui propri canali social. Inoltre, i nostri dipendenti hanno voluto partecipare fisicamente alla corsa formando una running crew, un gesto con cui il team ha voluto mostrare ancora di più il proprio sostegno a questa importante causa.¹⁵

I Risultati

Il team Buscofen si è impegnato per far arrivare i messaggi della campagna “Free from Taboos” a quante più persone possibili, puntando soprattutto alle ragazze e ai ragazzi della generazione Z.

Oltre a coinvolgere atlete con un ampio seguito sui canali social, è stato attivato un piano media che ha presidiato TikTok in modo sistematico e capillare da settembre a dicembre 2023.

Con la campagna media abbiamo raggiunto 12 milioni di persone con un articolato video content plan.¹⁶

Inoltre, il progetto è stato veicolato anche tramite earned media: più di 40 testate hanno parlato di Free from Taboos (fra cui Vanity Fair e TG Com 24), portando i messaggi della campagna ad ulteriori 26 Milioni di persone.



Prossimi Passi

L'impegno di Buscofen per sradicare tabù e stereotipi sulle donne e contribuire a colmare il gender gap – in linea con il Sustainable Development Goal 5 definito dalle Nazioni Unite, ovvero raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze – è cominciato nel 2019, partendo da un'analisi dei valori del brand a cui sono seguiti momenti di confronto con il pubblico.

I progetti del team che hanno visto la luce tra 2022 e 2023 sono frutto di questo profondo lavoro di analisi e dialogo, un lavoro che proseguirà negli anni a venire, consapevoli del fatto che **un obiettivo così ambizioso come raggiungere la parità di genere ha bisogno di un impegno costante e a lungo termine.**

Nel corso del 2024, **creeremo uno spazio dedicato sul nostro sito per raccontare tutto ciò che abbiamo fatto finora e tutto ciò che continueremo a fare.** In questo modo, renderemo più facile accedere alle informazioni sul nostro impegno e sull'impatto che genera sulle comunità.

Verso il 2024

Ringraziamo i team di Enterogermina e Buscofen, che si sono adoperati per costruire e implementare progetti rilevanti per le comunità, progetti che hanno reso concreto e significativo il nostro impegno a promuovere società più sane.

Attivarsi per ridurre disparità sociali e di genere significa convergere verso una stessa direzione: promuovere cambiamenti fondamentali per avanzare verso società più inclusive. In Sanofi Customer Healthcare Italia vogliamo essere protagonisti di questi cambiamenti e ci impegniamo a continuare in questa direzione anche nel 2024.

¹⁵. YouMark. Run for Inclusion e Buscofen Premestruale insieme nella lotta contro tabù e stereotipi di genere. 2023. Disponibile qui: <https://youmark.it/ym-entertainments-and-arts/run-for-inclusion-e-buscofen-premestruale-insieme-nella-lotta-contro-tabu-e-stereotipi-di-genere/>

¹⁶. PHD media report on “Free from Taboos” Tik Tok campaign, total reach KPI



Finalità 3 - Le nostre Persone

L'impegno di **Sanofi CHC** per promuovere società più sane prende vita a partire da noi stessi. Seguendo il nostro Sustainability Care Pledge, che sta alla base della nostra strategia di sostenibilità, e in qualità di azienda attiva nel campo della salute e del benessere delle persone, riteniamo di avere la stessa responsabilità sia verso i consumatori che verso i nostri collaboratori: tutelare e promuovere il loro benessere.

Andando oltre il rispetto dei requisiti di legge, le nostre politiche in materia di Diversity, Equity e Inclusion (DE&I) e i nostri programmi di welfare sono guidati da un'appassionata volontà di **promuovere una cultura aziendale inclusiva, garantire ambienti di lavoro sicuri e progettare strategie di crescita che tengano conto del benessere dei nostri collaboratori.**

Con lo scopo di misurare l'impatto del nostro impegno, ci siamo dati obiettivi precisi: uno dei principali, a livello globale, è **incrementare la rappresentanza di genere in posizioni manageriali/dirigenziali entro il 2025**.¹⁷ In Italia perseguiamo questo obiettivo, e nel 2023 abbiamo già raggiunto una percentuale di donne in posizioni manageriali pari al 52%.

In **Sanofi CHC Italia** abbracciamo gli standard e le ambizioni globali. Nello specifico, i nostri sforzi si concentrano su due scopi: **migliorare la diversità e l'inclusione attraverso il cambiamento culturale e supportare i dipendenti, salvaguardando sempre più il loro benessere e la loro sicurezza.** Vogliamo che tutti i nostri uffici e siti produttivi siano ambienti in cui le persone siano orgogliose di lavorare, sentendosi tutelate e rappresentate.

Questo capitolo racconta l'impegno per le nostre persone, pilastro fondamentale della nostra realtà: nelle prossime pagine **illustriamo molte delle risorse e dei programmi attivati nel 2023**, iniziative che vogliamo continuare a sviluppare anche nel 2024.

1. Migliorare la diversità e l'inclusione attraverso il cambiamento culturale

Il 2023 è stato un anno di intenso impegno verso il miglioramento della diversità e dell'inclusione, durante il quale **le nostre politiche DE&I hanno prodotto risultati straordinari in tutte le aree in cui abbiamo operato:** parità di genere, empowerment femminile e genitorialità; sostegno alla comunità LGBTQIA+; inserimento professionale per persone con disabilità e comprensione delle disabilità psicofisiche; dialogo intergenerazionale.

Siamo entusiasti di condividere le numerose attività a cui noi e i nostri team ci siamo dedicati, e l'impatto che abbiamo generato grazie ai nostri sforzi e alla nostra **determinazione nel promuovere un cambiamento culturale profondo, passo dopo passo.**

Parità di genere, empowerment femminile e genitorialità

Crediamo fermamente che raggiungere la piena parità di genere nei contesti aziendali sia fondamentale per il progresso della società nel suo complesso. Pertanto, anche nel 2023, abbiamo continuato ad impegnarci per **promuovere una cultura aziendale che superi gli stereotipi** sostenendo attivamente le donne con risorse e iniziative volte al loro benessere e alla loro sicurezza.

Il nostro cammino verso il raggiungimento di questo obiettivo è cominciato da diversi anni e nel 2019 siamo state **tra le prime aziende in Italia a ottenere il "Bollino Rosa"** ovvero la Certificazione Gender Equality rilasciata da Winning Women Institute per le politiche di genere.¹⁸

¹⁷ L'obiettivo è riferito ai due livelli superiori dell'organizzazione: senior manager e dirigenti

¹⁸ VITA. A Sanofi il "bollino rosa" grazie a smart working, campus e mentorship. 2019. Disponibile qui: https://www-vita-it.translate.google.com/translate/a-sanofi-il-bollino-rosa-grazie-a-smart-working-campus-e-mentorship/?_x_tr_sl=it&_x_tr_tl=en&_x_tr_hl=en&_x_tr_pto=sc

Il nostro impegno è proseguito con un progetto ambizioso e articolato: **l'implementazione di un Sistema di Gestione per la Parità di Genere, volta ad ottenere la certificazione di conformità alla norma UNI/PdR 125:2022**. È importante sottolineare che non si tratta di una misura dettata da obblighi di legge, ma di una scelta guidata dalla nostra determinazione a **portare la piena parità di genere in Sanofi CHC Italia seguendo un processo strutturato**.

Il percorso per ottenere la certificazione del sistema di gestione, infatti, ha richiesto: **una valutazione preventiva del livello qualitativo e quantitativo di conformità** secondo 33 indicatori (KPI) relativi a 6 aree tematiche (recruiting; gestione della carriera; equità salariale; cura genitoriale; work-life balance; prevenzione delle molestie); **la messa a punto di un processo di sviluppo del sistema di gestione** controllato da un comitato direttivo, espressione di leadership, supportato dall'adozione di una policy globale sull'uguaglianza di genere e coadiuvato da un piano d'azione per la sua attuazione e il suo monitoraggio fino al 2025, oltre che da un piano di formazione e un piano di comunicazione; **un audit interno per l'attivazione** del sistema di gestione, e infine, **una verifica da parte di organismi terzi accreditati**.

Questo sistema di gestione ha contribuito al successo delle numerose iniziative avviate in Italia per promuovere la parità di genere:

- la formazione con **sessioni di sviluppo e crescita focalizzati sugli early talent (under 35) e progetti di mentoring cross company con Valore D**;
- l'attivazione di **partnership** significative con varie realtà attive sui temi della parità di genere, della diversità e dell'inclusione, come Fondazione Libellula e Fondazione Onda;
- l'offerta di **webinar e sessioni formative dedicati a tematiche DE&I**;
- la creazione di un **sondaggio** per tutti i dipendenti e di un **webinar** sul tema della **violenza contro le donne** al fine di cogliere eventuali spunti e suggerimenti per attivare nuove azioni in un prossimo futuro;
- la **policy Gender Neutral Parental Leave**, che consente il congedo parentale retribuito esteso a 14 settimane anche per i padri, le coppie omogenitoriali e i genitori adottivi;
- la concessione di **permessi integrativi** a supporto della genitorialità e dell'assistenza a familiari non autosufficienti;
- ulteriori attivazioni che rispecchiano il nostro impegno non solo verso il gender balance, ma anche verso il **work-life balance**, come l'adozione di **smart working e flessibilità oraria**.



Nel 2023, la popolazione femminile aziendale di Sanofi CHC Italia ha raggiunto il 48%.

Sono donne il 60% delle persone che lavorano nelle funzioni di supporto (People & Culture, Procurement, Finance, Customer Invoice to Cash, Supply Chain, Science Hub, Quality e Farmacovigilanza) e delle persone neo-assunte sotto i 35 anni. Nell'ultimo anno, il 57% delle nuove assunzioni è composto da donne, e il 50% delle promozioni riguarda il genere femminile. I ruoli manageriali sono svolti per il 52% da donne.¹⁹

Il nostro Sistema di Gestione della Parità di Genere è stato valutato come conforme alla norma UNI/PdR 125:2022 dall'ente certificatore Rina SpA, **nel giugno 2023; in seguito, abbiamo ottenuto la Certificazione Nazionale sulla Parità di Genere**, rilasciata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.²⁰ Questa certificazione attesta che Sanofi CHC Italia ha adottato politiche e pratiche aziendali che garantiscono la parità di trattamento e di opportunità tra uomini e donne. Per noi e i nostri team questa certificazione è motivo di grande orgoglio.

Un traguardo importantissimo e **un punto di partenza per sviluppare sempre più iniziative nell'ambito della parità di genere, a vantaggio delle nostre persone e delle nostre comunità**.



¹⁹ Sanofi. Comunicato Stampa: Sanofi diventa azienda certificata per l'uguaglianza di genere. 2023. Disponibile qui: https://www.sanofi.com/assets/countries/italy/docs/Notizie/Sanofi_Italia_Certificazione-di-genere_14.06.2023.pdf - ²⁰ Sanità24. Sanofi diventa azienda certificata per l'uguaglianza di genere. 2023. Disponibile qui: <https://www.sanita24.ilsole24ore.com/art/notizie-flash/2023-06-14/sanofi-diventa-azienda-certificata-l-uguaglianza-genere-113033.php?uid=AE4UQsgD>



Prossimi Passi

Nel 2024 il nostro impegno sarà in parte focalizzato sul tema del **gender pay gap**, con un'analisi orientata a identificare differenze retributive per gli stessi ruoli e mettere in campo azioni mirate a ridurre il divario salariale. Questa analisi viene ripetuta annualmente, con un budget stanziato per gli interventi, se necessario.

Nel prossimo anno prevediamo inoltre di avviare campagne di comunicazione interna incentrate sulla violenza contro le donne, supportate da sessioni pratiche e teoriche di autodifesa per le nostre dipendenti, gestiti in coordinamento con l'associazione Fondazione Libellula. In aggiunta a ciò, i nostri team intendono organizzare corsi di formazione e sessioni su temi quali la prevenzione della violenza psicologica, nonché percorsi educativi per i figli dei nostri collaboratori incentrati sul riconoscimento e la prevenzione della violenza a casa, a scuola e nella vita lavorativa.

Infine, nel 2024 intendiamo lanciare un programma di formazione e supporto per i neo-genitori, a sostegno della nostra politica di congedo parentale.

Sostegno alla comunità LGBTQIA+

L'attenzione di Sanofi CHC Italia è rivolta anche al sostegno dei diritti della comunità LGBTQIA+. Nel corso del 2023 abbiamo creato diversi progetti che dimostrano il nostro impegno in tal senso.



I Risultati

Abbiamo partecipato alla Pride Parade di Milano (24 giugno) in qualità di Partner Ambassador e sostenuto il Rainbow Social Fund, fondo di solidarietà istituito per sostenere con vari progetti sociali le persone più fragili sul territorio milanese.²¹

Inoltre, per tutto il mese di giugno abbiamo celebrato il Pride Month attraverso campagne di comunicazione a sostegno della comunità LGBTQIA+, anche attraverso l'attivazione del brand Buscofen, il cui purpose si prefigge di combattere stereotipi e tabù.

Infine, abbiamo organizzato un webinar in partnership con AGEDO, associazione di genitori, parenti, amiche e amici di persone LGBTQIA+ impegnata nella promozione dei cambiamenti sociali e nella lotta per diritti civili delle persone LGBTQIA+.



Prossimi Passi

Nel corso del 2024, introdurremo una nuova **policy dedicata alle persone transgender**, la quale includerà la possibilità di ottenere permessi e supporto economico per coloro che desiderano intraprendere il percorso di transizione di genere.

Inoltre, si intende lanciare una campagna di sensibilizzazione sulle tematiche LGBTQIA+ attraverso i forum interni e i nostri social network, in tempo per la Pride Parade di Milano 2024, alla quale siamo entusiasti di partecipare anche quest'anno.

Reinserimento lavorativo di persone con disabilità e comprensione delle disabilità



Nell'ambito delle nostre politiche DE&I a sostegno delle persone con disabilità, **il nostro obiettivo è creare una cultura aziendale guidata dal principio "Niente senza di noi"**. Crediamo fermamente, infatti, che le diverse caratteristiche individuali siano elementi essenziali per una cultura d'impresa più ricca e consolidata.

Per questo anche nel 2023 abbiamo portato avanti azioni mirate ad abbattere gli stereotipi legati alla disabilità all'interno delle nostre comunità e a valorizzare la diversità come leva per migliorare la produttività dei team e il valore del nostro business.

Il progetto "Isola Formativa" di Origgio

Per supportare concretamente questi obiettivi, nel nostro stabilimento di Origgio (Varese) abbiamo messo a punto **"Isola Formativa", progetto di reinserimento lavorativo di persone con disabilità** attraverso un percorso di riqualificazione delle competenze, da attivare in tutto il contesto aziendale.

21. <https://www.thewaymagazine.it/society/pride-milano-2023-sfilata-unita-delle-diversita/>

L'iniziativa è stata promossa in collaborazione **con Spazio Aperto**²², una cooperativa sociale che si impegna nel reinserimento delle persone con disabilità nel mondo del lavoro e ha coinvolto **un tutor professionista, un educatore specializzato nel sostegno psicologico delle persone con disabilità** acquisita e delle loro famiglie.

Il metodo di formazione scelto è stato il **training on the job**, con l'obiettivo di **formare le persone con disabilità direttamente sul posto di lavoro**, in modo da favorire l'inserimento e l'acquisizione delle competenze professionali e sociali all'interno di un ambiente di lavoro concreto e reale.

In preparazione a questo progetto, abbiamo costituito un team e stabilito partnership specifiche. Successivamente abbiamo definito **compiti interfunzionali** per i nuovi collaboratori, pianificato un **percorso di inserimento** per i nuovi arrivati partecipanti e allestito **un'area ufficio dedicata** presso la sede di Origgio priva di barriere architettoniche.

I nuovi colleghi hanno svolto varie attività, dal supporto alla Qualità all'archiviazione digitale dei documenti, alle attività logistiche di magazzino a quelle HSE per l'accesso dei fornitori esterni.

Fondamentale è stato il ruolo del tutor che ha seguito tutte le fasi dell'inserimento per predisporre un ambiente di lavoro inclusivo e professionale; ha supervisionato le attività, **garantendo elevati standard qualitativi e quantitativi** e ha creato tutte le condizioni per **far collaborare sinergicamente i nuovi colleghi e i team in cui sono stati inseriti**. Ha valutato le performance di tutte le persone coinvolte nel progetto, e implementato nuove attività per favorire la loro crescita tramite la nostra Learning Platform. Infine, ha rappresentato una fonte costante di **sostegno, anche dal punto di vista emotivo, per tutte le persone coinvolte**.

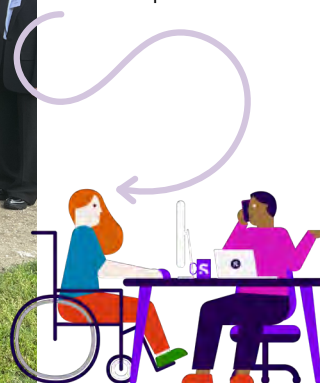
L'iniziativa educativa "Diversità & Dis(Abilità)"

A fianco al progetto "Isola Formativa", nel 2023 abbiamo organizzato per i nostri collaboratori **iniziative rivolte alla comprensione della disabilità**. In particolare, tra maggio e giugno, si sono tenuti **due webinar intitolati "Diversità & Dis(Abilità)"**, uno dedicato alla disabilità fisica e l'altro alla disabilità psichica.

Inoltre, 26 persone hanno partecipato a **una giornata dedicata a laboratori esperienziali sulla disabilità**, che si è tenuta a Milano nella sede di Cascina Biblioteca, cooperativa che si occupa di inclusione sociale e inserimenti lavorativi.²³



Queste iniziative sono necessarie per **diffondere conoscenza e consapevolezza sul tema della disabilità**, condizione indispensabile per costruire una cultura dell'inclusione che vada oltre gli stereotipi.



22. L'alleanza tra imprese e cooperative sociali (varesefocus.it) <https://www.varesefocus.it/vf/dx/L'alleanza-tra-imprese-e-cooperative-sociali-31-Jan-24> - 23. https://www.linkedin.com/posts/sanofi_disability-activity-7077192959456161792-Wi5?utm_source=share&utm_medium=member_desktop

I Risultati

Il progetto “Isola Formativa”, lanciato alla fine del 2022 e portato avanti per tutto il 2023, ci ha permesso di coinvolgere 9 persone tra quelle che hanno seguito il percorso di reinserimento e ha ricevuto il riconoscimento da parte della Regione Lombardia come best practice da condividere con altre aziende.²⁴

Grazie a queste esperienze, oltre ad aver contribuito alla costruzione del futuro lavorativo di persone svantaggiate, abbiamo implementato un nuovo metodo di formazione e rafforzato la cultura aziendale in termini di inclusione.



Prossimi Passi

Siamo profondamente grati ai nostri team e ai nostri partner per averci consentito di compiere ulteriori progressi verso i nostri obiettivi di diversity e inclusion. Puntiamo a lavorare in modo ancora più metodico sull'inclusione. Così come abbiamo fatto per la parità di genere, **nel 2024 ci concentreremo sull'implementazione di un sistema di gestione dedicato**. Questo sistema prevede un'analisi approfondita della nostra realtà, al fine di migliorare le nostre best practice orientate all'inclusività e l'adozione di un **framework DE&I, conforme allo standard internazionale della norma ISO 30415**. Miriamo a diventare la prima filiale Sanofi CHC a ottenere questa certificazione, facendo da apripista e dimostrando il nostro impegno globale nel promuovere l'inclusività e la valorizzazione di tutte le diversità.

Promozione del dialogo intergenerazionale

Riteniamo che la diversità generazionale sia un valore aggiunto all'interno delle aziende. Ogni generazione porta con sé percezioni, stili di problem solving ed esperienze diverse e uniche; dal confronto e dallo scambio tra generazioni non può che nascere arricchimento professionale per tutti. Per questo nel 2023 ci siamo attivati per promuovere il dialogo intergenerazionale tra i nostri collaboratori. Lo abbiamo fatto **in partnership con Valore D, associazione che si occupa di valorizzazione delle diversità**.

Il progetto (settembre 2022-settembre 2023) è cominciato con l'organizzazione di un **One Sanofi Talk**, uno speech tenuto da due esperti in materia per tutta la popolazione aziendale, durante il quale sono emerse le **caratteristiche principali delle varie generazioni che coesistono nella nostra realtà**.



All'evento, sono seguiti **4 focus group** con colleghi appartenenti ad altrettante generazioni: baby boomer, generazione X, millennial e generazione Z. Un lavoro di analisi, guidato da un coach, che ci ha permesso di **identificare, per ciascuna generazione, le loro principali motivazioni e sfide, nonché i fattori che facilitano, o limitano, il dialogo**.

Nella terza fase, i collaboratori hanno preso parte a **due webinar dedicati al tema dell'active aging**, focalizzandosi su come **l'alimentazione e le buone pratiche lavorative possano favorire un processo di invecchiamento più sano**.

²⁴. L'alleanza tra imprese e cooperative sociali (varesefocus.it) <https://www.varesefocus.it/vf/dx/L'alleanza-tra-imprese-e-cooperative-sociali-31-Jan-24>

I Risultati

I dati raccolti dalle iniziative sono stati elaborati e condivisi durante un evento celebrativo che ha evidenziato quanto il nostro percorso nella comprensione delle diverse generazioni sia stato di successo. Le conoscenze acquisite costituiranno la base per sviluppare nuove iniziative volte a promuovere attivamente la collaborazione tra i dipendenti.



Prossimi Passi

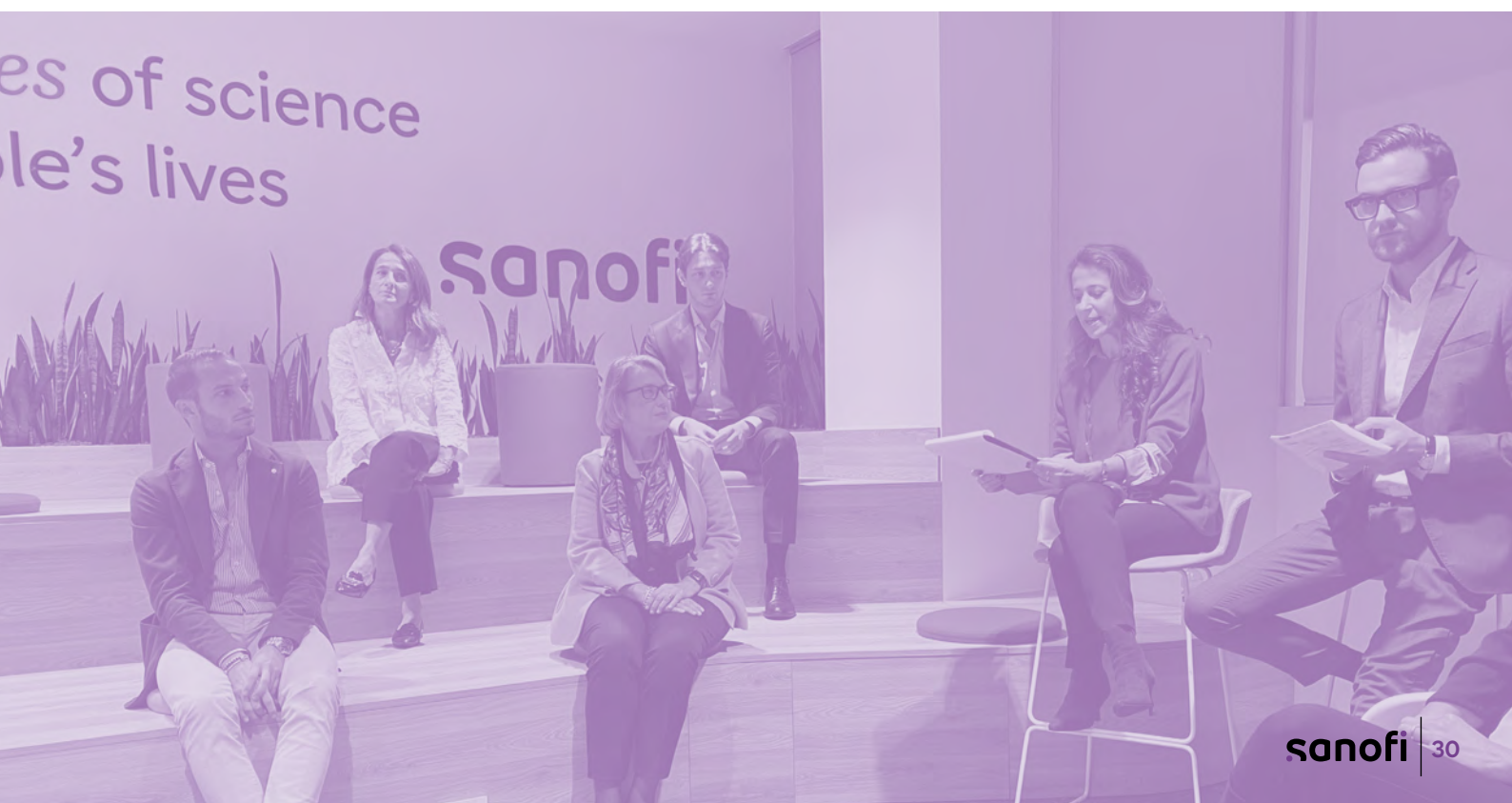
Se il 2023 è stato un anno di riflessione e di analisi, **il 2024 sarà dedicato alla promozione del dialogo intergenerazionale attraverso attività appositamente progettate.**

Prevediamo di introdurre una “pausa caffè multigenerazionale” periodica nei nostri uffici di Milano, creando così un ambiente sociale e rilassato per facilitare questo scambio. Attraverso questa iniziativa e molte altre, tra cui webinar e workshop pratici, supportati dall’attiva partecipazione della leadership aziendale, siamo certi che vedremo lo sviluppo di dinamiche relazionali che andranno a beneficio di tutti i dipendenti. Prevediamo inoltre di ottenere in quest’ambito un ulteriore riconoscimento, quello certificato dalla **Age Friendly Company Certification**, il cui ottenimento è previsto entro la fine dell’anno.

2. Supportare i dipendenti, salvaguardando sempre più il loro benessere e la loro sicurezza

La sostenibilità sociale di un’azienda si misura anche attraverso l’impatto delle sue politiche di welfare. Per noi di Sanofi CHC Italia, il 2023 è stato un anno particolarmente intenso e gratificante su questo fronte.

Al nostro programma “Leading Safety”, lanciato nel 2022 per costruire una cultura basata sulla sicurezza, si è affiancato il **programma “All Well”** con l’obiettivo di **ricoprire tutti gli aspetti del benessere**, nell’area della salute, nell’area assicurativa e nell’area delle convenzioni.



I Risultati

Nel campo della salute, abbiamo introdotto in Italia diversi progetti, tra cui: la presenza di un medico aziendale in tutte le sedi, check-up biennali e campagne di vaccinazione antinfluenzale. Inoltre, abbiamo organizzato webinar dedicati ad ergonomia e ginnastica posturale, e fornito un training dedicato al benessere a 360°.

Nel settore assicurativo, i nostri collaboratori hanno avuto accesso a una vasta gamma di polizze, tra cui: una polizza di assistenza a lungo termine, polizze per infortuni sul lavoro e fuori dal lavoro, il rimborso delle spese mediche e la nostra polizza integrativa. Inoltre, offriamo coperture per invalidità permanente da malattia, una copertura pensionistica, una polizza vita e una assicurazione SOS International.

Nell'area delle convenzioni, abbiamo arricchito la nostra offerta con la possibilità di richiedere assistenza fiscale, convenzioni bancarie e una convenzione per i check-up per i familiari.

Inoltre, offriamo prestiti aziendali e il rimborso fino a 1.100 € all'anno per chi raggiunge la sede di lavoro con mezzi di trasporto pubblici.

Inoltre, mettiamo a disposizione un servizio interno di orientamento e ascolto che integra il nostro Employee Assistance Program, garantendo l'accesso a supporto psicologico esterno in tutti i paesi Sanofi, 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

A tutto questo si sono aggiunte attività mirate al miglioramento del work-life balance, come l'attivazione di smart working e orario flessibile, e altre iniziative, come l'innalzamento del valore dei buoni pasto a 10 €.



Prossimi Passi

Prendersi cura del benessere delle nostre persone significa anche sostenerle nei momenti più difficili, come la diagnosi di cancro o altre gravi malattie. Nel 2024, introdurremo in Italia **“Cancer and Work - Acting Together”**, un programma globale che coinvolge tutti gli uffici Sanofi CHC.

Il programma “Cancer and Work” offre supporto ai collaboratori – pazienti, caregiver, manager – affrontando **le sfide legate alla malattia anche sul luogo di lavoro**, dalla comunicazione della diagnosi, al ritorno al lavoro dopo il trattamento. I nostri dipendenti che ricevono una diagnosi di cancro o altre malattie critiche qualificanti hanno **diritto alla protezione del posto di lavoro** per un periodo fino a 12 mesi, comprensivo dello stipendio e della continuità delle polizze/prestazioni. Un'altra iniziativa che abbiamo in serbo per il prossimo anno è dare ai nostri dipendenti la possibilità di **accedere all'assistenza di un fisioterapista nella sede di lavoro**.



Formazione sulla sicurezza per garantire ambienti di lavoro sicuri

I nostri scrupolosi protocolli di sicurezza sottolineano l'importanza primaria che attribuiamo alla sicurezza e al benessere delle nostre persone. Nel 2023 abbiamo svolto numerosi corsi di formazione, adattati alle diverse unità di business, per rafforzare il nostro programma di sicurezza "Leading Safety" e per consentire a tutti i nostri dipendenti di sentirsi al sicuro sul posto di lavoro.

Per assicurarci che l'addestramento alla sicurezza sia adattato ai rischi e agli ambienti specifici delle diverse unità aziendali, la formazione è distinta tra i dipendenti che operano nel perimetro uffici e rete commerciale, e presso il nostro stabilimento di produzione di Origgio.

Formazione per dipendenti d'ufficio e della nostra rete commerciale

Nel 2023 sono state svolte lezioni frontali, sessioni a distanza ed addestramenti in campo sia per i lavoratori d'ufficio della sede di Milano sia per la nostra Sales Force. Questa formazione è stata erogata anche con la collaborazione di società esterne, per un totale di **741 ore**.

Le principali sessioni di formazione erogate nel corso dell'anno comprendono:

- Sessioni di formazione generale e specifica per la sicurezza a tutti i nuovi ingressi a cui hanno partecipato un totale di **64 lavoratori** (comprendendo stagisti ed i somministrati);
- Sei sessioni di addestramento sulla Guida Sicura Percettiva presso il circuito convenzionato, coinvolgendo 19 dipendenti della rete commerciale. L'obiettivo era fornire loro maggiore sicurezza e consapevolezza alla guida, specialmente in situazioni d'emergenza e in condizioni climatiche avverse.
- Sessioni di formazione antincendio di base e di aggiornamento per un totale di 4 persone;
- formazione di **36 preposti** per garantire la padronanza dei protocolli di sicurezza nella leadership;
- Una formazione di aggiornamento di **8 ore** per i Rappresentanti della sicurezza per i lavoratori.

Formazione per lavoratori dello Stabilimento di Origgio

Nel 2023 sono state svolte lezioni frontali, sessioni a distanza ed addestramenti in campo per i lavoratori dello Stabilimento di Origgio, includendo lavoratori dipendenti, somministrati e stage. Questa formazione è stata erogata sia con docenza interna che esterna, per un totale di **3450 ore**.

Le principali sessioni di formazione erogate nel corso dell'anno comprendono:

- La formazione sulla sicurezza per lavoratori, preposti e dirigenti, conforme all'Accordo Stato-Regioni, è stata rivolta ai dipendenti delle aziende del nostro settore, focalizzandosi sugli ambienti ad elevato rischio. In totale, sono state condotte **68 sessioni, per un totale di 1996 ore di formazione**
- La formazione della Squadra Emergenza dello stabilimento in materia di BSLD (Supporto della vita e defibrillazione precoce) e antincendio di rischio medio. Sono state erogate 16 sessioni per un totale di **459 ore**;
- 100 sessioni di formazione su diverse tecniche in materie di sicurezza e ambiente per un totale di **995 ore**. Il numero di ore di formazione completate quest'anno sarà fondamentale nel nostro impegno a garantire ambienti di lavoro sicuri in tutta Sanofi CHC Italia. Continueremo a mantenere gli standard di sicurezza elevati, adottando misure proattive per ridurre i rischi e promuovendo una cultura aziendale improntata alla sicurezza.

Il sistema di Lean manufacturing

Nell'ambito della nostra cultura aziendale, dare voce alle opinioni delle nostre persone è fondamentale. Per questo motivo, nello stabilimento biotecnologico di Origgio, stiamo sviluppando una gestione orientata alla **lean manufacturing**, una metodologia di produzione in cui **le persone sono al centro**. Sono proprio loro, operanti in prima linea nelle varie fasi produttive, **a fornire preziosi feedback su eventuali criticità e offrono spunti di miglioramento attraverso appositi sistemi di segnalazione. Raccogliamo e analizziamo attentamente questi contributi** e, alla fine dell'anno, le idee migliori vengono premiate.

Nel **2023**, ci siamo impegnati ad estendere la partecipazione alla metodologia di **LEAN manufacturing** a un numero più ampio di dipendenti e ad avviare programmi formativi per i neoassunti. Inoltre, quotidianamente, tutti i dipendenti **partecipano a meeting dedicati alle priorità operative** e agli obiettivi di miglioramento ambientale dell'anno in corso. Questa iniziativa è stata particolarmente apprezzata dalle nostre persone, che in questo modo hanno la possibilità di avere una visione chiara sull'avanzamento degli obiettivi del sito e si sentono pienamente partecipi e coinvolti. Questo progetto ci consente di creare le condizioni per un **miglioramento continuo** proprio coinvolgendo i nostri collaboratori, valorizzando le loro idee e garantendo che vengano ascoltate.

Cos'altro vogliamo fare nel 2024

Nel 2024 il nostro impegno verso la sicurezza e l'inclusività negli ambienti di lavoro rimarrà prioritario. I nostri team People & Culture continueranno a lavorare per arricchire costantemente le nostre politiche DE&I e welfare, garantendo che rispecchino sempre di più i valori di sicurezza e inclusione, continuando a prenderci cura del benessere dei lavoratori e delle lavoratrici,

In particolare, ci concentreremo sempre più sui temi della **parità di genere**, della **genitorialità**, dell'**empowerment femminile** e della **prevenzione della violenza sulle donne**, attivando anche nuove partnership per potenziare le nostre iniziative in questi ambiti. Lavoreremo ulteriormente anche per **rafforzare la nostra cultura dell'inclusione**, offrendo risorse aggiuntive che favoriscano **la comprensione e la valorizzazione delle diversità** e incoraggiando **l'attivismo sociale** tra i nostri dipendenti.



Finalità 4 - Azione climatica, Rifiuti ed Ecosistema

Le comunità possono diventare più sane solo in un pianeta più sano. Ecco perché Sanofi CHC si impegna ad adottare sistemi e pratiche sempre più sostenibili per l'ambiente: in tutti gli uffici e gli stabilimenti Sanofi CHC nel mondo, lavoriamo attivamente a breve, medio e lungo periodo per affrontare le sfide ambientali e ottenere risultati duraturi e significativi.

Noi di Sanofi CHC Italia vogliamo fare la nostra parte e **ridurre le emissioni di gas serra**, abbassare il consumo di energia e dare priorità alle fonti energetiche rinnovabili, spingendoci sempre più verso un'impronta climatica ridotta.²⁵ Non solo: vogliamo **ridurre gli sprechi lungo tutta la nostra catena del valore**, abbracciando il principio della circolarità e apportando migliorie e soluzioni in ogni fase, dalla progettazione allo smaltimento. Infine, ci impegniamo a **ridurre drasticamente il nostro impatto sugli ecosistemi naturali**, intraprendendo azioni che li tutelino dalla contaminazione, conservino le loro risorse naturali e proteggano la loro biodiversità.

Il 2023 è stato un anno di grandi sforzi e grandi risultati su tutti questi fronti, in linea con diversi obiettivi definiti dalle Nazioni Unite (Obiettivi Sostenibili di Sviluppo (OSS), in particolare: **garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo, promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico, e proteggere, ripristinare e favorire un uso sostenibile dell'ecosistema terrestre** (Obiettivo 12, 13 e 15).²⁶

In questo capitolo raccontiamo le azioni che i nostri team hanno messo in campo e quelle che abbiamo intenzione di portare avanti nei prossimi anni.



Gas naturale: riduzione delle emissioni di CO₂

Nel 2023, abbiamo adottato una serie di strategie mirate per ridurre le emissioni di CO₂. Queste includono la **regolazione delle caldaie, l'ottimizzazione delle temperature degli ambienti durante i mesi freddi, e l'installazione di pompe di calore** nel magazzino di Origgio sostituendo i sistemi di riscaldamento tradizionali e meno sostenibili.

Prevediamo che queste e altre misure ci permetteranno di raggiungere ragguardevoli risultati. In particolare, abbiamo stimato che l'uso delle pompe di calore anche nello stabilimento produttivo di Enterogermina e dei nostri prodotti liquidi ci permetterà di ridurre considerevolmente il consumo di energia. Nel corso del 2023, queste azioni ci hanno consentito di ridurre le nostre emissioni di CO₂ del 10% rispetto l'anno precedente, per una diminuzione totale del 20% rispetto al 2019²⁷ nonostante il raddoppio della capacità produttiva, andando in questo modo a contribuire all'ambizioso obiettivo di Sanofi CHC Global di riduzione **del -70% di emissioni nel 2025²⁸**, rispetto al 2019.²⁹

²⁵ Sanofi Consumer Healthcare ha operato nell'ambito dei science-based targets definiti dal gruppo dal 2019 e intende stabilire un nuovo obiettivo science-based (in riferimento agli scope 1, 2 e 3) una volta che inizierà a operare come azienda indipendente. Nell'ambito di questo processo, Sanofi Consumer Healthcare sta lavorando per sviluppare una nuova baseline sulla base della quale definire questi obiettivi - ²⁶ Centro Regionale di Informazione delle Nazioni Unite (UNRIC). Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile. 2024. Disponibile qui: <https://unric.org/it/agenda-2030/> - ²⁷ Questo dato è stato estratto dal nostro sistema di gestione dei dati ambientali (Sherpa). Il dato proviene da un calcolo dell'impronta di carbonio, CO₂ equivalente (CO₂e), utilizzando il GHG Protocol. Il periodo di riferimento è il 2023 vs 2019. - ²⁸ Questo obiettivo può essere raggiunto con l'utilizzo di una o più delle seguenti misure: miglioramento dell'efficienza energetica, fornitura diretta di energia elettrica rinnovabile (produzione di energia in loco, accordi di acquisto di energia e utilizzo di energia elettrica rinnovabile dalla rete, se disponibile) e certificati di energia rinnovabile (REC). - ²⁹ Questo obiettivo globale prevede nello specifico una riduzione del 70% delle emissioni Scope 1 e Scope 2 entro il 2025. Le emissioni di Scope 3 di Sanofi CHC vengono trattate separatamente, con un processo di calcolo e intervento distinto.

Le nostre emissioni Scope 1 sono le emissioni dirette di gas serra prodotte da fonti che possediamo e controlliamo, mentre le nostre emissioni Scope 2 sono emissioni indirette associate alla generazione di elettricità, calore e vapore che acquistiamo da fonti esterne. Le nostre emissioni Scope 3 sono generate indirettamente dalle emissioni prodotte lungo la nostra supply chain. Queste includono le emissioni a monte, come l'acquisto di beni e servizi, e a valle, come il trasporto e la distribuzione dei nostri prodotti, che possono essere affrontate solo attraverso una collaborazione efficace con i diversi partner della catena di valore.



Elettricità: verso il 100% di energie rinnovabili

Anche sul fronte dell'energia elettrica i nostri team hanno apportato miglioramenti significativi. In particolare, nel 2023 nei nostri uffici e negli stabilimenti produttivi di Origgio è stato installato un **sistema di illuminazione a LED**. Per risparmiare ulteriore elettricità, abbiamo ridotto di 10 gradi le temperature delle nostre torri di raffreddamento e abbiamo spento, ogni qualvolta possibile, la nostra centrale di cogenerazione - un impianto che produce in contemporanea energia elettrica e calore - con l'obiettivo di fermarla definitivamente alla fine del 2024 con un risparmio in termini di emissione pari a 1.908 ton³⁰ di CO₂ nonostante l'importante impatto in termini di incremento di costi operativi.

Se guardiamo al futuro, prevediamo un ulteriore risparmio in termini di megawattora e il nostro obiettivo più ambizioso è quello di arrivare, entro il 2025, ad alimentare lo stabilimento con il **100% di energie elettriche rinnovabili**, in conformità con gli obiettivi globali di Sanofi CHC.³¹ A fine 2023 la nostra percentuale di elettricità prodotta da fonti rinnovabili ha raggiunto il 72%, con un aumento del 10% rispetto all'anno precedente.



Acqua: riduzione degli sprechi

Per ridurre gli sprechi d'acqua, i nostri team hanno lavorato al miglioramento **delle linee di distribuzione e all'ottimizzazione del sistema di irrigazione, oltre ad aver definito una mappatura dettagliata di tutti i consumi che servirà anche nei prossimi anni come base della nostra roadmap di riduzione del consumo d'acqua.**

L'obiettivo è portare i nostri consumi d'acqua a -10.000 m³ nel 2024 e di raggiungere entro il 2030 una riduzione del 20% rispetto ai consumi del 2019 che per lo stabilimento di Origgio tenuto conto del raddoppio della capacità produttiva corrisponde ad oltre 100.000 m³, ovvero il 50% dei consumi odierni di acqua. Questi obiettivi sono in linea con i target globali di Sanofi CHC di ridurre del 20% il prelievo totale di acqua entro il 2030 rispetto al 2019.

Packaging "green-oriented"

Al fine di ridurre l'impatto ambientale, i team hanno dedicato un impegno costante al miglioramento del packaging dei nostri prodotti.

In particolare, nel corso del 2023 abbiamo ottenuto dall'AIFA l'autorizzazione³² a inserire anche sulle confezioni dei medicinali Enterogermina e MAG2 **le informazioni sul corretto smaltimento delle diverse componenti del pack. Le informazioni saranno presenti entro il 2025 su tutti i pack dei nostri medicinali. Questo faciliterà i consumatori nella gestione dei farmaci esauriti e contribuirà a tutelare l'ambiente.**

Nei prossimi anni prevediamo di apportare ulteriori miglioramenti impegnandoci su vari fronti: entro la fine del 2024, per prodotti realizzati nel nostro sito di Origgio, **vogliamo produrre astucci e foglietti illustrativi prodotti al 100% con carta certificata FSC**, ossia proveniente da foreste gestite in maniera sostenibile. Inoltre, intendiamo ridurre ulteriormente la **grammatura degli astucci** ed eliminare **foglietti illustrativi non necessari**, e non richiesti dalle autorità. Prima del 2025 prevediamo anche di arrivare ad utilizzare **100% imballaggi di carta riciclata.**

In aggiunta, nei prossimi due anni ci poniamo l'obiettivo di ridurre il nostro utilizzo della plastica: guidati da uno **studio sulla diminuzione dell'uso del polietilene** nei nostri prodotti e processi produttivi, ridurremo sia la **grammatura della plastica** utilizzata per le fiale dei nostri prodotti Enterogermina sia la **pellicola** utilizzata per imballare i bancali.



³⁰. Questo dato è stato estratto dal nostro sistema di gestione dei dati ambientali (Sherpa). Il dato proviene dal calcolo dell'impronta di carbonio, CO₂ equivalente (CO₂e), utilizzando il GHG Protocol. Il periodo di riferimento è il 2023 vs 2019. - ³¹. Si intende l'elettricità consumata nei siti che sono interamente di proprietà di Sanofi CHC. L'obiettivo può essere raggiunto con l'utilizzo di una o più delle seguenti misure: miglioramento dell'efficienza energetica, fornitura diretta di energia elettrica rinnovabile (produzione di energia in loco, accordi di acquisto di energia e utilizzo di energia elettrica rinnovabile dalla rete, se disponibile) e certificati di energia rinnovabile (REC). - ³². Nel corso del 2023 abbiamo ottenuto l'autorizzazione per Enterogermina e per Mag2



Sempre a proposito di imballaggi, per le spedizioni gestite tramite la piattaforma **Amazon**, abbiamo aderito al **programma SIOC** (Ships in Own Container) che ci consente di ridurre l'**eccesso di involucri**. Tramite questo programma, rilavoriamo il prodotto post-produzione per fornirlo direttamente ad Amazon con il nostro involucro e packaging. In questo modo, abbiamo la certezza di rispettare gli standard ecologici dei materiali ed evitiamo ad Amazon di dover utilizzare materiali aggiuntivi per la spedizione. Per rendere l'iniziativa più impattante a livello di sensibilizzazione, inoltre, abbiamo inserito su questi prodotti un QR code che rimanda ai contenuti dedicati alla sostenibilità pubblicati sul nostro sito web.

I nostri fornitori

Per favorire lo sviluppo sostenibile, nel 2023 **abbiamo chiesto ai nostri principali fornitori di sottoscrivere il nostro codice di condotta**. Questo codice specifica quali sono gli standard etici e ambientali che richiediamo ai nostri fornitori e ci aiuta a garantire che l'intera catena di valore operi in modo responsabile e adotti misure significative per ridurre il proprio impatto sull'ambiente.

Inoltre, abbiamo previsto l'ammissione alle gare mirate a reperire materiali di confezionamento **solo di fornitori certificati EcoVadis** – compagnia specializzata nel migliorare le performance di sostenibilità delle aziende analizzando tutta la catena del valore – o con certificazioni di sostenibilità equivalenti.

Riduzione dell'impatto ambientale dei materiali per i punti vendita (POSM)

Per qualsiasi azienda i materiali promozionali ed espositivi costituiscono una parte fondamentale della comunicazione. Noi di Sanofi CHC Italia abbiamo scelto la sostenibilità anche in quest'ambito, **riducendo drasticamente il volume di materiali destinati ai consumatori, alle farmacie e alla nostra rete vendita**. Importantissimo, da questo punto di vista, è stato anche il lavoro di sensibilizzazione svolto dai nostri agenti verso i nostri clienti farmacisti.

Grazie all'impegno dei nostri team, nel 2023 abbiamo ottenuto risultati brillanti: i materiali destinati ai punti vendita **POSM (Point of Sales Materials)** sono realizzati con materiale riciclato e riciclabile al 100% e abbiamo **ridotto dell'80% il volume di materiali stampati** (incluso volantini, brochure e foglietti illustrativi) rispetto al 2021.

Per il 2024 **vogliamo continuare a ridurre i materiali stampati**, destinare tutto il materiale non utilizzato al riciclo per le nostre produzioni successive e coinvolgere tutti i nostri fornitori con attività formative e altre iniziative dedicate al tema della sostenibilità.

Nel 2023, Sanofi CHC Global, insieme al partner tecnico Scope3 e al partner media Phd responsabile della pianificazione, ha condotto un test innovativo per valutare l'impatto ambientale delle nostre campagne pubblicitarie, comprese le emissioni di carbonio. Questa iniziativa ha permesso di misurare l'impronta di carbonio delle campagne, analizzando sia i siti che i dispositivi utilizzati per la distribuzione degli annunci e le creatività. Dopo il successo del test, nel 2024, utilizzeremo i risultati e gli insight ottenuti per eliminare i canali meno sostenibili, mirando a ridurre le emissioni senza compromettere le prestazioni della campagna, e così contribuire a costruire un ecosistema pubblicitario più sostenibile.

Logistica “eco-smart”

Per rendere la nostra logistica più sostenibile, nel 2023 nello stabilimento di Origgio abbiamo apportato diversi cambiamenti, tra cui la sostituzione degli scatoloni di cartone con box riutilizzabili per l'utilizzo interno durante il processo di produzione e l'aumento delle spedizioni dirette, attività quest'ultima che ci ha permesso di ridurre le emissioni di CO₂ di 233 tonnellate rispetto al 2022.³³



Per quanto riguarda lo stabilimento di Origgio, nel 2024, ci aspettiamo un risultato ancora più rilevante: abbiamo in programma di aumentare ulteriormente il numero delle spedizioni dirette e di implementare il trasporto via treno per alcune tratte regolari. Inoltre, intendiamo verificare la performance ambientale dei trasportatori utilizzando certificazioni di sostenibilità, sostenuti dall'introduzione di un incontro per la revisione delle metriche ecologiche. Infine, intendiamo aumentare il nostro tasso di occupazione degli autocarri, passando dal 91% del 2023 al 97% (entro fine 2024). L'obiettivo è assicurarci di sfruttare al meglio tutti i tragitti, così da ridurre il nostro impatto ambientale.

Miglioramento del customer service per ridurre i trasporti

Il 2023 è stato anche l'anno in cui i nostri team hanno dato il massimo per migliorare il customer service con un duplice obiettivo: **offrire una migliore assistenza ai clienti e ridurre l'impatto sull'ambiente derivante dai reclami.**

Il progetto “Zero Claims” ha coinvolto l'assistenza clienti interna, la distribuzione, la nostra forza vendita e l'assistenza clienti del nostro partner DHL. L'obiettivo? **Ridurre il numero di reclami e di resi e, quindi, il volume dei trasporti.**

Abbiamo sviluppato un nuovo protocollo per la gestione dei reclami, facilitando la comunicazione e la collaborazione tra il team customer care e la forza vendita. Abbiamo inoltre implementato un processo di monitoraggio continuo e di follow-up tramite un team interfunzionale, mantenendo allineamenti settimanali con il nostro partner DHL.

Tutto questo ci ha permesso di raggiungere il risultato prefissato: **ridurre i reclami di più del 70% rispetto al 2022.**

Nel 2024 attiveremo una partnership con Shippeo, strumento che consente la localizzazione mobile per il trasporto di merci su strada e consente di monitorare le proprie spedizioni in tempo reale. Questa iniziativa ci consentirà di poter contare su un sistema di **Track & Trace che migliorerà ulteriormente il nostro modello di customer care e ci aiuterà a monitorare il nostro impatto in termini di emissioni.** In particolare, permetterà ai nostri clienti di seguire in tempo reale le loro spedizioni e aumenterà le nostre capacità di servizio al cliente integrandosi al CCM (Customer Contact Management) e ai portali B2B. In aggiunta, ci permetterà di misurare le emissioni di CO₂ legate alle attività di distribuzione, un passo importante per migliorare ulteriormente la sostenibilità dei nostri trasporti.

³³. Calcolo di CO₂ validato come parte del progetto aziendale Direct Shipment.

Una flotta aziendale sempre più green

Per ridurre ulteriormente le nostre emissioni di CO₂, abbiamo messo in atto delle strategie per migliorare l'impatto ambientale della nostra flotta aziendale. A partire dal 2023, gli autoveicoli noleggiati in dotazione al personale sono selezionati in un panel che prevede l'incentivazione alla scelta di auto ibride o elettriche. Tale scelta è incoraggiata quest'anno attraverso l'ampliamento della Car List con auto Premium elettriche e Full Hybrid, la conversione della fuel card in energy card, per il rimborso delle spese di rifornimento e l'installazione gratuita in comodato d'uso di una apposita wallbox per la ricarica domestica presso il domicilio del dipendente.

Rispetto al 2022, il dato relativo al gasolio consumato per la flotta aziendale rimane stabile nonostante l'aumento del chilometraggio percorso, un'ulteriore conferma dell'impiego per un parco auto progressivamente meno impattante in termini di CO₂.

A marzo del 2024, la percentuale di auto assegnate a personale di Sanofi CHC Italia è del 9% rispetto all'intera flotta aziendale. Questo dato rappresenta 75 veicoli, di cui 15 ibridi e 4 elettrici. Anche grazie a questi cambiamenti, l'emissione di CO₂ calcolata per chilometro percorso dell'intero parco auto circolante è diminuita da 143,5 gr/km³⁴ nel 2022 a 135,9 gr/km nel 2023. Contiamo di vedere questo numero ridursi ulteriormente man mano che un maggior numero di dipendenti avrà l'opportunità di scegliere un veicolo più sostenibile.

Sanofi CHC Italia sottoscrive l'impegno per la decarbonizzazione

Nel 2023, Sanofi CHC Italia ha aderito alla CO₂alizione, la prima piattaforma di lavoro e condivisione nel paese fra imprese impegnate per la neutralità climatica. L'adesione a questa piattaforma richiede l'ufficializzazione dell'impegno per la neutralità climatica all'interno dello Statuto aziendale, impegno che abbiamo già preso ed esplicitato nella finalità 4 del nostro Statuto.

Aderendo a CO₂alizione Sanofi CHC Italia sottoscrive il suo impegno a sviluppare ed implementare un credibile percorso aziendale di decarbonizzazione, dando priorità alla riduzione alla fonte delle emissioni, sia dirette che dell'intera catena del valore (Scope 3).

Questo passo conferma il nostro impegno nell'attuare una progressiva evoluzione del nostro business e del nostro modello operativo verso un'economia a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e con gli obiettivi nazionali di transizione ecologica.

Per promuovere questo importante percorso di trasformazione, CO₂alizione si basa su un modello innovativo di collaborazione tra aziende che innovano, fornendo una piattaforma dove scambiare idee, best practice e strumenti, mantenendo le aziende aderenti aggiornate sulle migliori conoscenze e soluzioni scientifiche disponibili.

L'adesione alla piattaforma riafferma inoltre il nostro impegno a comunicare le nostre iniziative in modo frequente e corretto, e i nostri sforzi per rendere conto dei risultati raggiunti in modo chiaro e trasparente.

Per raggiungere l'obiettivo dell'Unione Europea di neutralità climatica entro il 2050, il settore privato deve farsi avanti e riconoscere il suo ruolo importante nel guidare il cambiamento; siamo orgogliosi di affiancarci alle aziende che intraprendono azioni positive per il clima e di partecipare a questo movimento collettivo.



34. Dato fornito da Fleet Logistics, società incaricata dal 2019 per la gestione dell'intera flotta aziendale in Italia. Questo dato si osserva nel dashboard mensile

Gestione responsabile dei rifiuti pericolosi

Nel 2023, l'80% del totale rifiuti del sito produttivo di Origgio è stato riciclato. L'1% dei rifiuti del sito è considerato pericolosi (p.e., batterie, materiale elettronico) e, relativamente a questo 1%, il 18.6% è stato oggetto di riciclo. Il rimanente è stato smaltito secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento.

Nel 2024 abbiamo intenzione di ridurre la produzione di rifiuti pericolosi e di concentrare la nostra attenzione sullo smaltimento delle materie prime scadute e dei rifiuti di laboratorio.

Verso il 2024

L'impegno di Sanofi CHC Italia per la sostenibilità ambientale è concreto. Attraverso un approccio che abbraccia ogni aspetto delle nostre operazioni, dal risparmio energetico alla gestione responsabile dei rifiuti, **ci adoperiamo costantemente per ridurre il nostro impatto sull'ambiente e sugli ecosistemi. Ci impegniamo anche a promuovere un modello di produzione e consumo sostenibile.**

Proiettando lo sguardo verso il futuro, continueremo a innovare e ad adottare pratiche sempre più eco-friendly, **lavorando al nostro obiettivo di promuovere la crescita di società più sane che abitano un pianeta sempre più sano.**

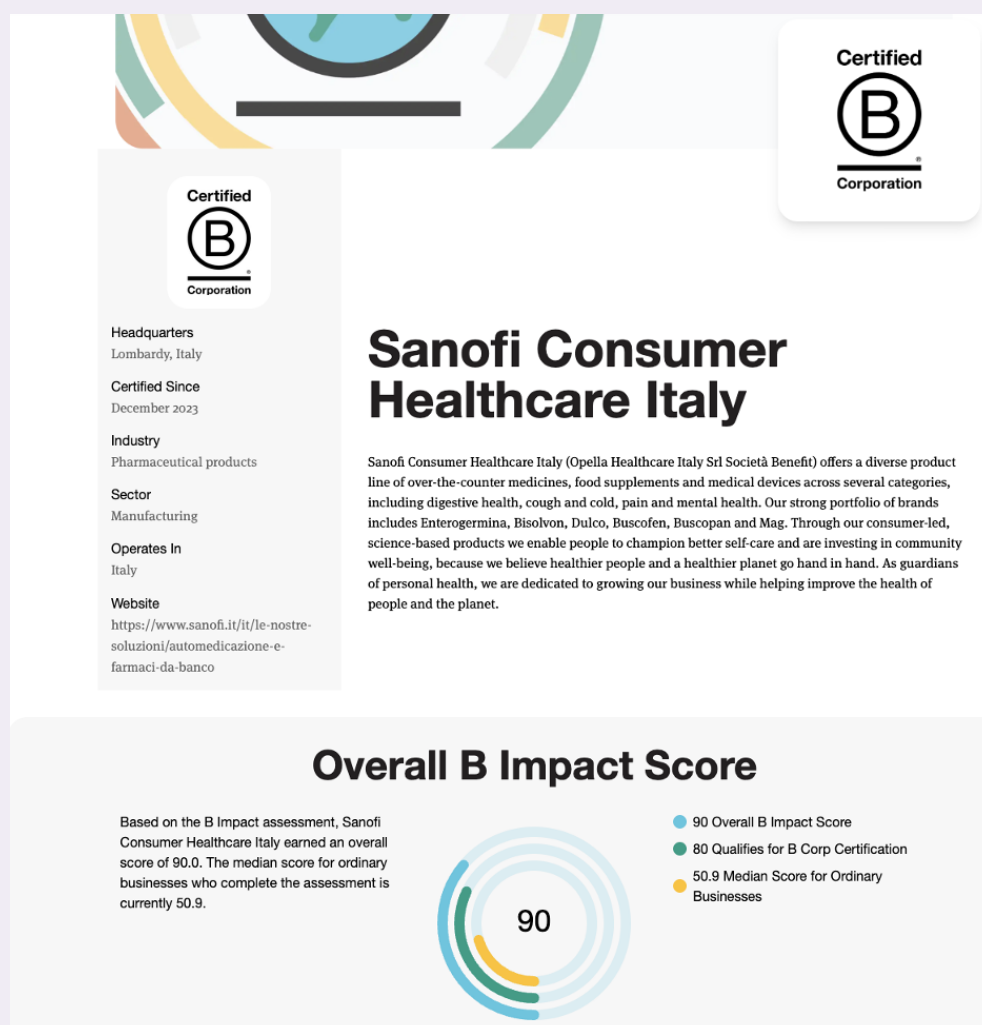
03 Misura degli impatti

Il B Impact Assessment (BIA) rappresenta uno strumento di valutazione ampiamente utilizzato a livello globale per **misurare l'impatto ambientale e sociale delle aziende**, concentrato su cinque principali aree: *Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti*.

Attualmente, oltre 8.500 aziende in 98 paesi e 162 settori hanno ottenuto il riconoscimento come B Corp, con un punteggio superiore agli 80 punti nell'assessment, dimostrando l'impegno nel rendere il business una forza positiva per la società.³⁵

Nel corso del 2022, in linea con gli obiettivi di Sanofi Global, Sanofi CHC Italia ha avviato la valutazione delle proprie performance di sostenibilità utilizzando lo standard BIA. Nella prima fase di valutazione, abbiamo ottenuto un punteggio iniziale di 86.0. Successivamente, nel corso del 2023, l'azienda ha avviato un percorso di miglioramento, coinvolgendo attivamente il B Team - un gruppo dedicato di colleghe e colleghi provenienti da diverse funzioni aziendali - con l'obiettivo di potenziare le attività ad alto impatto ambientale e sociale.

I risultati di questo percorso sono stati premiati anche nel corso della verifica con B Lab, conseguendo un **punteggio finale verificato di 90.0 punti** su un totale di circa 200 punti possibili (Official B Corp Directory page: <https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/company/sanofi-consumer-healthcare-italy/>).



35. Fonte: sito ufficiale B Lab <https://www.bcorporation.net/>

04 Conclusione: verso il 2024

Sottoscritto da Luisa Barba e Luca Angelini, Responsabili d'Impatto di Sanofi CHC Italia.

Attraverso questa nostra prima Relazione di impatto, desideriamo mettere in evidenza il nostro profondo impegno in ambito sociale ambientale, che si riflette nella nostra missione “Health In Your Hands” e nella nostra strategia: “Benessere delle Persone, Salute del Pianeta”.

Nel corso del 2023, tutti i team di Sanofi Customer Healthcare Italia hanno affrontato questa sfida con grande impegno e dedizione, abbracciando i pilastri fondamentali del Sustainability Care Pledge di Sanofi CHC Global: **promuovere società più sane e contribuire a un pianeta più sano**. Attraverso una serie di azioni e progetti concreti, abbiamo lavorato incessantemente per semplificare la pratica del self-care, influire positivamente sulle **comunità** di cui facciamo parte, prenderci cura dei nostri **collaboratori** e creare le condizioni per proteggere il **pianeta**.

La decisione di trasformare la nostra azienda in Società Benefit e l'ottenimento della certificazione B Corp testimoniano ulteriormente il nostro impegno tangibile verso la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa. Pensiamo sia incoraggiante osservare un'azienda impegnata non solo a perseguire profitti, ma anche a contribuire alla società e all'ambiente attraverso azioni concrete e partnership significative.

Ci auguriamo che questo possa essere uno stimolo per altre organizzazioni a perseguire gli stessi obiettivi. È entusiasmante vedere come Sanofi CHC Italia si sia adattata e abbia integrato la sostenibilità in tutti i settori del suo business, dimostrando che **è possibile coniugare il successo commerciale con la responsabilità di beneficio comune**.

Siamo fieri di tutti gli importanti risultati che abbiamo raggiunto e siamo consapevoli che è essenziale mantenere una prospettiva a lungo termine sull'impatto complessivo delle nostre decisioni. Comprendiamo che per essere un vero esempio di azienda sostenibile, **il nostro impegno dovrà essere costante e di lungo periodo**. Pertanto, nel 2024 e negli anni a venire continueremo a impegnarci verso la sostenibilità sociale e ambientale e a misurare i nostri progressi, anche con l'obiettivo di **aumentare il nostro punteggio B Corp**. Non solo perché è importante per noi, ma perché misurarci con questo obiettivo ci incoraggerà a **creare sempre più valore per i nostri stakeholder, per le nostre persone e per il nostro prezioso pianeta**.



04 Appendice A: Nota metodologica

A partire dal 1° gennaio 2016, la legge 208/2015, commi 376-384, ha introdotto in Italia le Società Benefit (SB), riconoscendole come aziende con una duplice finalità (*for profit e for benefit*). Le Società Benefit, nello specifico, rappresentano un nuovo paradigma di business, integrando nell'oggetto sociale, insieme agli obiettivi di profitto, gli impatti del proprio operato sulla società e sull'ambiente.

Nel 2023, Sanofi CHC Italia ha scelto di adottare questo modello a prova di futuro, trasformandosi in Società Benefit. Come previsto dalla normativa, sono stati nominati due Responsabili di Impatto, a cui è stata conferita la responsabilità di definire e monitorare gli obiettivi di contribuzione alle finalità di beneficio comune inserite a statuto, valutando i risultati conseguiti nel tempo rispetto agli impegni presi.

Il presente documento costituisce la prima Relazione di Impatto di Sanofi CHC Italia e rappresenta un prezioso strumento attraverso cui l'azienda intende comunicare a tutti i suoi stakeholder il suo impegno: creare valore per le persone e per le comunità che entrano in contatto con l'organizzazione, continuando a promuovere iniziative rilevanti, sia socialmente che per l'ambiente.

In questa prima *Relazione di Impatto* sono inclusi:

- la rendicontazione dei risultati e delle iniziative realizzate nel corso dell'anno fiscale 2023 relative alle finalità di beneficio comune, con il racconto di alcune storie di successo rilevanti per il loro impatto;
- gli impegni e gli obiettivi che Sanofi CHC Italia intende raggiungere nel 2024;
- la valutazione complessiva dell'impatto ottenuta attraverso lo standard Benefit Impact Assessment (BIA).

Le attività di stesura della Relazione di Impatto sono state condotte con il supporto di NATIVA, Regenerative Design Company, con l'obiettivo di valutare la conformità della relazione ai requisiti di legge, la solidità e coerenza delle informazioni e lo score aggiornato del B Impact Assessment.

Perimetro di rendicontazione (dettagli):

Ambito geografico: i dati economici, ambientali e sociali di questo rapporto riflettono le prestazioni di Opella Healthcare Italy Srl, comprensiva dei due siti di Origgio (Varese), per la produzione, e Milano, per gli uffici.

Dati ambientali: La raccolta dei dati ambientali è gestita attraverso il database centralizzato Sanofi Group Sherpa, che copre il 100% dei siti produttivi e dei centri di distribuzione di proprietà di Sanofi CHC in tutto il mondo. Le metodologie e le definizioni dettagliate degli indicatori ambientali sono riportate nel Rapporto sulla Responsabilità Sociale d'Impresa 2023 del Gruppo Sanofi.

Indicatori chiave di prestazione sociale (KPI): I dati relativi alle nostre persone interne derivano dal nostro database Workday, che ha consolidato i dati di tutte le nostre entità legali, sia negli uffici commerciali che negli stabilimenti di produzione.

Nel 2022, Sanofi CHC ha inoltre aderito al Business for Societal Impact (B4SI) Network focalizzato su metodologie di misurazione dell'impatto sociale. Alcuni dati contenuti in questo documento fanno riferimento a queste analisi.

Dati sugli acquisti: Le percentuali del Codice di Condotta e di Eco Vadis sono misurate a partire dai dati dei fornitori che rientrano nell'ambito di applicazione, sulla base della spesa effettuata l'anno precedente.

04 Appendice B: Nomi specifici non-proprietari dei nostri marchi

(International Non-Proprietary Names (INN))

BRAND	INN
BISOLVON	<ul style="list-style-type: none"> - Bromexina cloridrato - Destrometorfano bromidrato - Acetilcisteina - Pentosiverina citrato - Plantago lanceolata L., folium - Estratto di piantaggine, estratto di altea, glicerina vegetale, estratto di timo - Estratto secco di radice di Altea e miele
BUSCOFEN	<ul style="list-style-type: none"> - Ibuprofene - Ibuprofene + Caffeina - Magnesio + Calcio + Vitamina E + Vitamina B6
DULCOLAX	<ul style="list-style-type: none"> - Bisacodile
DULCOSOFT	<ul style="list-style-type: none"> - MACROGOL 4000 - Macrogol 4000, Simecicone
ENTEROGERMINA	<ul style="list-style-type: none"> - Spore di Bacillus clausii poliantibiotico resistente (ceppi SIN, O/C, T, N/R) - Lacticaseibacillus rhamnosus (HN001), Lactobacillus acidophilus (NCFM) Ginkgo Biloba e.s., Vitamina B12 - Bacillus clausii (ceppo SIN) + ioduro di potassio - Bacillus clausii (strain SIN) zinco gluconato, sodio selenito - Bifidobacterium animalis subsp. lactis (BB-12®) DSM15954, Lactobacillus acidophilus (LA-5®) DSM 13241, Frutto- oligosaccaridi - Estratto secco di foglie di menta, Estratto secco di frutti di coriandolo - Maltodestrine fermentate, Alfa-galattosidasi - Bifidobacterium animalis subsp. lactis HN019 ATCC SD5674, Frutto- oligosaccaridi, Polvere di Psillio, Estratto secco di Ibisco - Estratto secco di Ippocastano al 3% di Escina, Polvere di Opuntia - Vitamina B6, Vitamina A, Vitamina B9 (Folato), Vitamina D, Vitamina B12 - Frutto-oligosaccaridi (FOS; prebiotici), S. boulardii.
MAALOX	<ul style="list-style-type: none"> - Magnesio idrossido + Alluminio idrossido - Magnesio idrossido + Alluminio ossido, idrato - Magnesio idrossido + Alluminio ossido, idrato + Dimeticone - Magnesio idrossido + Alluminio idrossido + Simecicone - Metoclopramide cloridrato - Pantoprazolo (come sodio sesquidrato) - Sodio Alginato + Bicarbonato di Sodio + Sodio Carbonato + Calcio Carbonato
MAG2	<ul style="list-style-type: none"> - Magnesio pidolato - Melatonina, Griffonia, Magnesio ossido, L-triptofano - Magnesio pidolato, magnesio ossido, Vitamina B6 - Vitamina A, Vitamina D, Vitamina E, Vitamina C, Tiamina, Riboflavina - Niacina, Vitamina B6, Acido folico, Vitamina B12, Biotina, Acido pantotenico, Magnesio

Nota: vengono riportati in tabella solo i marchi di cui si fa specifico riferimento all'interno della "Relazione di Impatto"

sanofi