



Novartis in Italia
Progetto Materiality Assessment

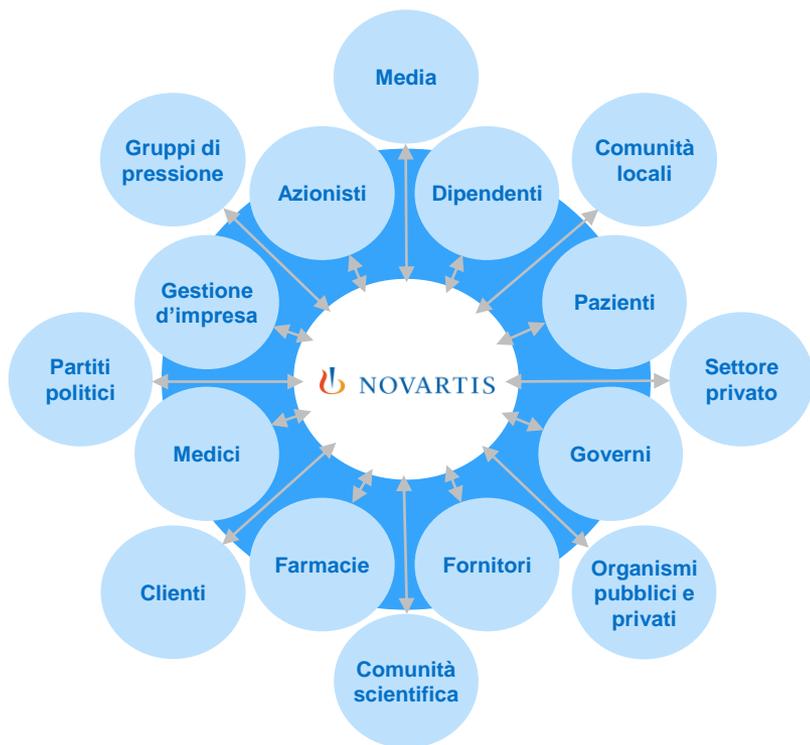
Think Talk, il dialogo conta

**Materiality Assessment: un inedito progetto Novartis,
con il contributo dei suoi principali stakeholder**

Materiality Assessment, il dialogo conta

L'analisi di materialità è un'analisi qualitativa che valuta la rilevanza di argomenti economici, sociali e ambientali, sulla base della loro probabilità di influenzare il giudizio e le decisioni dei principali gruppi di stakeholder, e di avere un impatto sul business dell'azienda

Materiality Assessment per Novartis in Italia:



Dialogo con l'esterno, con un approccio riconosciuto a livello internazionale che si basa sulla consultazione diretta di una rosa di stakeholder rilevanti per l'azienda

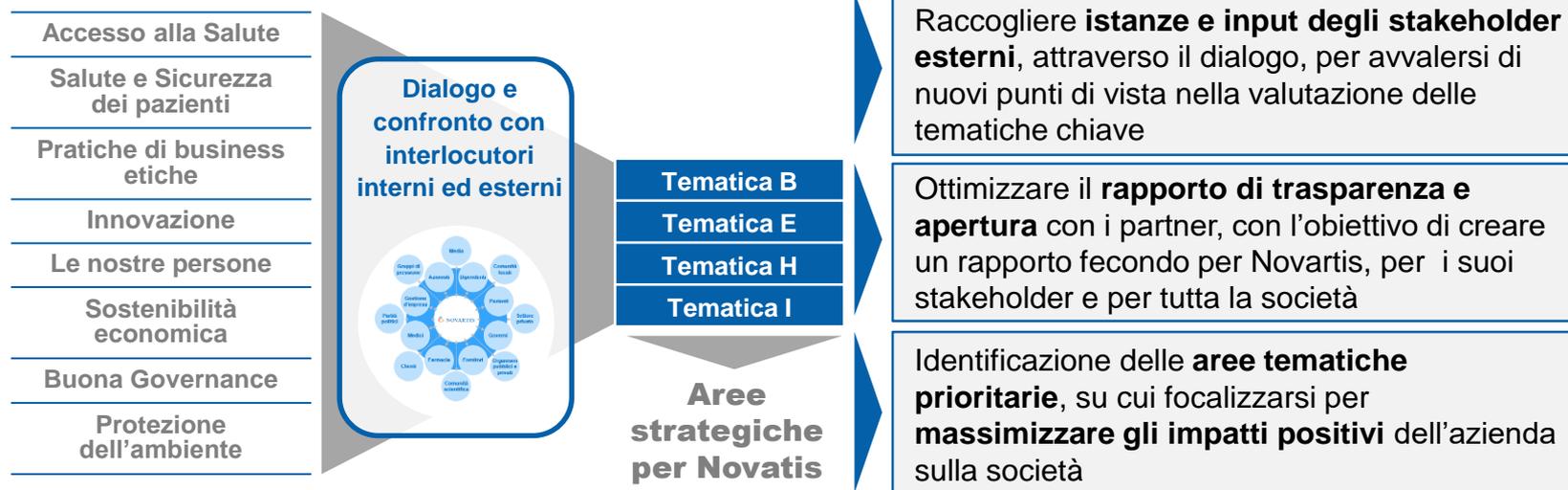
Novartis Italia, ad oggi, è la **prima azienda farmaceutica italiana** di grandi dimensioni a intraprendere questo percorso a livello locale

Partner del progetto:

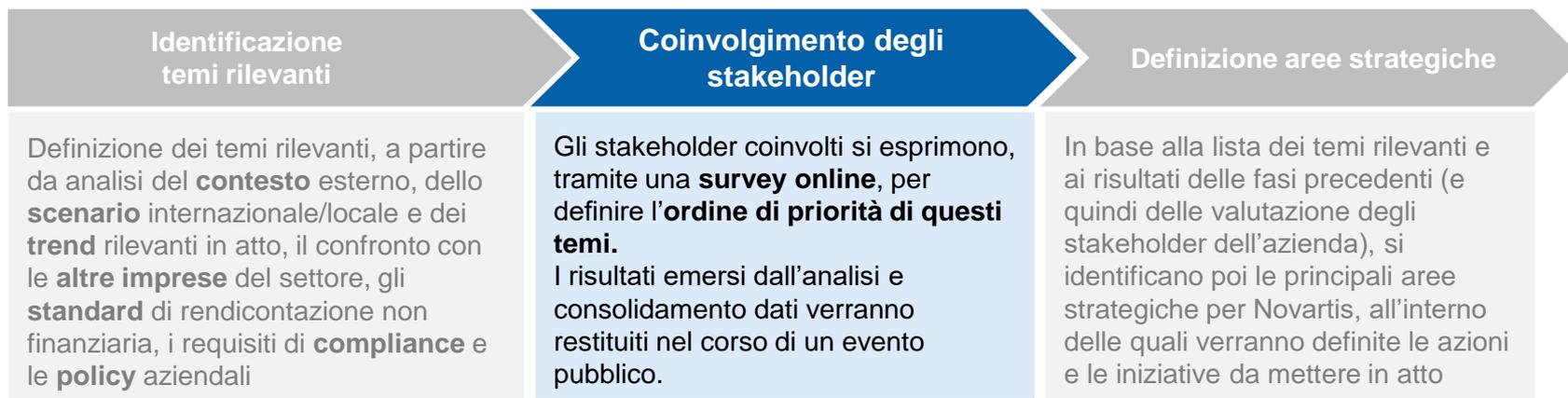


Il progetto Novartis

- Il Gruppo ha definito una strutturata metodologia per la Materiality Assessment, che verrà applicata, con opportuni adeguamenti, in **Italia (tra le prime Country del Gruppo)**
- Verranno coinvolti **interlocutori interni** (top management) **ed esterni** (stakeholder) per identificare le aree maggiormente strategiche per Novartis a livello ambientale, sociale e di business, partendo da una long list di circa 30 temi, suddivisi in 8 cluster

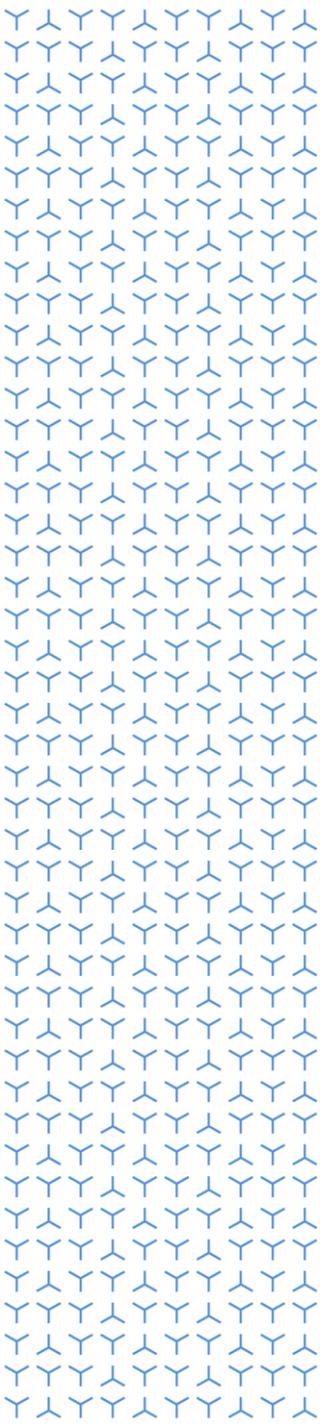


Il ruolo degli stakeholder esterni



Gli stakeholder esterni, per la prima volta, vengono coinvolti nella definizione delle strategie aziendali nel breve e medio periodo

- Durante l'analisi di materialità, le **istanze degli stakeholder hanno lo stesso peso dell'opinione del top management dell'azienda** nell'identificare i temi che contano
- **Se un tema** viene considerato **molto rilevante per gli stakeholder** verrà **incluso nella materialità, indipendentemente** dall'importanza attribuitagli da Novartis
- Il contributo degli stakeholder non ha solo un valore consultivo, ma ha un **ruolo attivo nei processi decisionali dell'azienda**



Le fasi del progetto, gli stakeholder coinvolti, i temi materiali considerati

Le fasi del progetto

2

Ingaggio interno

coinvolgimento diretto di **>230 interlocutori interni** nel corso di **12 incontri** dedicati per *onboarding* progetto

Nov '19 - Gen '20

4

Consultazione

di ~50 SH chiave dell'azienda nel corso di 2 **workshop** (Milano e Roma) e **interviste** per raccogliere ordine di priorità e raccomandazioni sui temi materiali

Lug '20

6

Evento finale

Scenario e performance in merito ai temi prioritari per Novartis Italia secondo il Materiality Assessment

Nov '20

1

Temi che contano e stakeholder

identificazione dei **temi materiali** per Novartis Italia e delle categorie di **stakeholder** chiave

Ott '19

3

Survey

- Interlocutori interni: **200 compilazioni, >84%**
- Stakeholder esterni (~500) per raccogliere l'**ordine di priorità sui temi materiali** identificati

Gen - Giu '20

5

Interpretazione risultati

con il *CLT* e identificazione delle aree strategiche per Novartis, all'interno delle quali definire azioni e iniziative da mettere in atto

Lug - Sett'20

Chi sarà coinvolto: tutte le categorie di stakeholder chiave per l'azienda

Le categorie di stakeholder coinvolti saranno le medesime per la survey e per i workshop, cambieranno però la numerosità e il profilo dei partecipanti

Categorie	Sotto-categorie
1. Healthcare Providers	Ospedali pubblici e farmacie ospedaliere
	Ospedali privati
	Farmacie territoriali
	Strutture sanitarie
	Comunità medica
	Società scientifiche
	Associazioni mediche e ordini professionali
2. Enti regolatori e legislatori	Autorità di controllo
	Organismi regolatori
	Governi nazionali e stakeholder politici
	Enti regionali e locali
3. Mercato e settore industriale	Aziende Biotech
	Aziende farmaceutiche
	Aziende e start-up innovative
	Associazioni dell'industria farmaceutica
	Distributori farmaceutici
4. Fornitori	Consulenti medico-sanitari
	Società di revisione
	Fornitori di servizi/prodotti
	Produttori in conto terzi
	Organizzazioni di ricerca clinica

Categorie	Sotto-categorie
5. Accademia e ricerca	Istituti di ricerca medica
	Organizzazioni di ricerca indipendenti
	Università e Business Schools
6. Media	Riviste accademiche
	Testate giornalistiche cartacee
	Web e testate giornalistiche online
7. Comunità	Radio e TV
	Comunità vicine agli stabilimenti
8. Organizzazioni pazienti e no profit	Gruppi di pressione
	Organizzazioni di advocacy
	Organizzazioni di beneficenza
	Organizzazioni di pazienti e caregiver
	Potenziali dipendenti
9. Risorse umane	Sindacati
	Fornitori di sviluppo competenze
	Top Employer
	Agenzie interinali
10. Mercato finanziario	Asset Managers
	Investitori istituzionali
	Consulenti finanziari

I temi materiali

Area tematica	Temi materiali	
Innovazione	1	R&S per le esigenze mediche insoddisfatte
	2	R&S per le malattie rare
	3	Innovazione nel modello di business
	4	Tecnologie e servizi innovativi
	5	Antimicrobico resistenza
Le nostre persone	6	Competenze digitali
	7	Diversità e inclusione
	8	Salute e sicurezza
	9	Eque condizioni di lavoro
Pazienti, salute e sicurezza	10	Educazione a stili di vita sani e prevenzione
	11	Contraffazione dei farmaci
	12	Profilo di sicurezza e qualità dei farmaci e farmacovigilanza
Posizione economica dell'azienda e competitività	13	Selezione, crescita e fidelizzazione dei dipendenti
	14	Contributo allo sviluppo dell'economia di un territorio e delle economie locali
	15	Risultati finanziari ed economici

Area tematica	Temi materiali	
Protezione dell'ambiente	16	Uso sostenibile delle risorse
	17	Inquinamento, rifiuti ed effluenti
	18	Dispersione farmaci nell'ambiente
Salute, tematiche di accesso	19	Disponibilità dei farmaci
	20	Prezzo dei farmaci
	21	Mitigazione delle diversità locali di accesso al Sistema Sanitario
	22	Proprietà intellettuale
	23	Programmi di assistenza ai pazienti
Una buona governance	24	Corporate Governance
	25	Trasparenza
	26	Privacy e sicurezza dei dati
Una condotta etica del business	27	Comportamento etico e conformità normativa
	28	Sperimentazione animale
	29	Rispetto dei diritti umani
	30	Gestione responsabile della catena di fornitura
	31	Uso responsabile delle nuove tecnologie