

Reimmaginare il futuro



Indice

INTRODUZIONE

I commenti di

Pasquale Frega

pag. 05

Giangiacomo Schiavi

pag. 06

IL RACCONTO DI NOVARTIS

Reimmaginare il futuro

pag. 07

Gino Boano

pag. 09

Rosanna D'Antona

pag. 10

Cultura della scienza

pag. 15

Gaia Panina

pag. 17

Antonella Polimeni

pag. 18

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

pag. 25

Marilena Arinisi

pag. 27

Enea Roveda

pag. 28

People and Culture

pag. 33

Daniela Della Monica

pag. 35

Paolo Gallo

pag. 36

Innovability: Innovation & Sustainability

pag. 41

Francisco Garcia

pag. 43

Victor Savaveski

pag. 44

Società sostenibile

pag. 51

Gianluca Ansalone

pag. 53

Lucia Silva

pag. 54

PASQUALE FREGA

COUNTRY PRESIDENT DI NOVARTIS ITALIA
E AMMINISTRATORE DELEGATO NOVARTIS FARMA

Reimmaginare la medicina è la missione di Novartis, per prolungare e migliorare la vita delle persone. Come è successo a Sofia, una bambina nata con la Sma1, malattia genetica rara: senza una terapia efficace, avrebbe affrontato un drammatico percorso, e con lei, la sua famiglia. L'approvazione nel novembre 2020 di una terapia genica e la tempestività nel renderla disponibile pochi giorni prima del compimento dei suoi sei mesi di vita, limite dell'approvazione di trattamento a quell'epoca, hanno portato a cambiare quel destino. Abbiamo, quindi, partecipato a un grande lavoro di squadra, con medici e istituzioni, in una lotta contro il tempo. Nel pieno della pandemia Sofia è 'rinata', per merito della terapia genica ricevuta all'Ospedale Santobono, che le consentirà di avere una vita nuova, molto diversa da quella cui la sua malattia l'avrebbe condannata. Una piccola grande storia che ci permette di afferrare il **senso profondo di un'espressione astratta come medicina trasformativa**. Ed è una storia che dimostra quanto sia necessario reimmaginare la medicina, riconoscendo **il valore insostituibile della ricerca farmaceutica e della conoscenza scientifica** e ripensando i modelli di assistenza e di accesso alle terapie. Innovare significa sfruttare le potenzialità della rivoluzione digitale; **impegnarsi per la sostenibilità e l'inclusione**, in ogni aspetto della vita collettiva, con un focus particolare sul **diritto e l'accesso alla salute**; dialogare con tutti gli interlocutori, ascoltandoli e 'lasciandosi guidare' dalle loro esigenze; promuovere la più larga diffusione della cultura scientifica; valorizzare le persone, rispettandone le diversità. Si tratta di un impegno a tutto tondo, di cui cerchiamo di dare conto in questo spazio, con un racconto a più voci, interne ed esterne a Novartis. E non possiamo che partire dalla ricerca medico-scientifica e dal suo valore. Il nuovo ecosistema inclusivo e sostenibile che si sta oggi costruendo, anche grazie al PNRR, va nella direzione di una **sempre maggiore attenzione ai pazienti**, prevenendo la potenziale progressione della malattia, con un uso intelligente delle risorse. È uno scenario nel

“ **L'innovazione farmaceutica è vicina alla vita, ai sentimenti, ai bisogni più autentici di ciascuno di noi** ”



quale come Novartis ci ritroviamo e vogliamo anzi essere tra i protagonisti di questa evoluzione: abbiamo il know-how, i farmaci, le capacità in termini di tecnologia, investimenti e di partnership per offrire un contributo importante. Basti pensare che **in Italia negli ultimi tre anni abbiamo investito in ricerca clinica 200 milioni di euro e ne abbiamo pianificati altri 250 milioni nel prossimo triennio**. Sono dati che hanno un valore scientifico ed etico oltre che economico: queste risorse incrementano infatti il know-how condiviso con finalità di miglioramento delle condizioni di vita e contribuiscono a rendere accessibili a pazienti e caregiver le cure più innovative. Non dimentichiamo però che, come dimostra Reimagine, il cortometraggio che abbiamo realizzato per **promuovere un approccio nuovo al mondo della ricerca**, dietro ogni storia di innovazione ci sono persone che, con le loro parole e azioni, sanno rafforzare la fiducia nella ricerca e la cultura scientifica. Sono manager vicini ogni giorno alla ricerca e ai pazienti, i quali attraverso la loro testimonianza ci ricordano come **l'innovazione farmaceutica sia molto vicina alla vita**, ai sentimenti, ai bisogni più autentici di ciascuno di noi. Una sensibilità che è nel Dna di Novartis e a cui ogni giorno cerchiamo di rendere onore col nostro lavoro.

“La tutela della salute è una preconditione necessaria per guardare avanti con meno paura e più ottimismo, ma anche per unire mondi diversi”



Non ci voleva il Covid per scoprire l'importanza della sanità come bene pubblico da tutelare e difendere e non ci voleva la pandemia per dare alla sanità il ruolo di driver dello sviluppo, ma la crisi generata dal virus ha dato a tutti una consapevole certezza: **dall'efficienza degli ospedali, dall'assistenza sul territorio e dalla scoperta di nuovi farmaci dipende la nostra vita**, e non solo questa.

La tutela della salute è una preconditione necessaria per guardare avanti con meno paura e più ottimismo, ma anche per unire mondi diversi fatti da medici, scienziati, istituzioni ospedaliere, laboratori di ricerca e istituti farmacologici con un indotto variegato che offre competenze e occupazione, tecnologia e cultura, requisiti indispensabili alla crescita e allo sviluppo.

Per questo, **per uscire dall'emergenza pandemica e dalla crisi di sistema in cui il mondo è precipitato, siamo chiamati a cambiare, a costruire una nuova normalità con al centro le scienze della vita**, in ogni caso a fortificare i sistemi di difesa e prevenzione che fino a ieri davamo per scontati, ma che scontati non sono: esigono investimenti, studi, ricerche, alleanze pubbliche e private, competenze, rispetto, onestà, e anche la capacità di ricominciare ogni volta che il risultato non è quello immaginato e previsto. La corsa ai vaccini che ha interrotto l'escalation pandemica riassume questo tempo della cura, della ricerca

che aiuta a crescere e dell'innovazione capace di unire tecnologia e umanità. A noi non piace veder soffrire i bambini, lasciare senza cura gli anziani, sapere che ci sono persone che portano per tutta la vita le conseguenze dell'aver pescato un numero sbagliato nella lotteria dei geni, mi ha detto un giorno Edoardo Boncinelli, scienziato, genetista e filosofo. Non ci piace nemmeno che i deboli e i malati vengano lasciati morire senza aver offerto loro una possibilità di cura o che uomini e donne anziani alle prese con malattie degenerative finiscano in un angolo buio dell'esistenza. Per questo **i valori della ricerca e della buona sanità vanno incentivati e sostenuti: sono un potente motore di efficienza e di rinascita**, connessi all'innovazione digitale e tecnologica degli ospedali, non disgiunti dall'indispensabile umanità. Scienza e medicina nel secolo scorso hanno fatto arretrare le frontiere dell'impossibile grazie all'ingegno e agli investimenti nella ricerca: oggi con una pillola possiamo controllare ipertensione e diabete e con la chirurgia e certi farmaci intelligenti abbiamo reso croniche e curabili malattie altrimenti mortali. Eppure è bastato un virus fuori controllo a dirci che quel tanto che si è fatto non è ancora abbastanza e che il passato non può sostituirsi al futuro che abbiamo davanti. In questa transizione - che tocca anche gli stili di vita e la lotta all'inquinamento che avvelena il pianeta - **medicina e ricerca avranno sempre più un ruolo sociale**. Siamo a una svolta, con un passaggio di testimone e di competenze, fervore di idee e iniziative, verso quel benessere che secondo l'Oms è la spinta necessaria a migliorare le condizioni di vita del genere umano. È una grande sfida, locale e globale. Ma è anche un sogno. **E se non si sogna, se la salute smette di migliorare, anche la società non migliora.**

Reimmaginare il futuro

Cultura della scienza

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

People and Culture

Innovability: Innovation & Sustainability

Società sostenibile

Reimmaginare il futuro

9 | GINO BOANO GENERAL MANAGER NOVARTIS ONCOLOGY ITALIA

Quando si parla di salute non ci sono vie di mezzo: bisogna agire, bene e subito. Per questo il mio non è un lavoro d'ufficio: perché il nostro compito è cercare di **dare risposte a patologie che hanno ancora bisogni clinici insoddisfatti**, o ne hanno solo di parziali, e così **incidere davvero sulla salute delle persone**. Il mio obiettivo è riuscirci ogni giorno di più, e meglio: attraverso partnership con enti e istituzioni sanitarie per migliorare l'accesso all'innovazione e la sostenibilità dei servizi offerti; mettendo in azione iniziative atte a favorire una gestione più efficiente dei trial clinici; realizzando progetti per migliorare i percorsi del paziente e l'appropriatezza delle terapie.

Da 25 anni mi occupo di oncologia e di tumori ematologici e posso dire che in questo tempo **il mondo della medicina e della ricerca è cambiato molto**, e in meglio. Per questo, possiamo parlare ad esempio di "Oncologia del Futuro" come, da un lato, di una realtà diagnostica e terapeutica che riesce a curare e guarire una certa fetta di popolazione, dall'altro come di un percorso che ci permetterà di andare a incidere su patologie causate da alterazioni genetiche, quindi di essere in grado di cambiare quei pezzi del genoma umano che sono alterati.

Nonostante questi successi, la sfida di una salute che ponga sempre di più il paziente al centro è continua e aperta. Sul versante delle terapie avanzate, o delle terapie geniche, oggi non si tratta più tanto e solo di somministrare farmaci, bensì di **lavorare in sinergia con tutti gli attori della filiera della salute** per creare disegni di informazione, prevenzione e di gestione della malattia ad hoc per ogni paziente, nel nome di una medicina che parta dalla persona e ritorni ad essa rispettandone unicità biologica ed emotiva.

Per questo dico sempre che non sono solo un manager, bensì un ambasciatore della migliore salute possibile: perché mi muovo con ostinazione in ogni dove sul territorio per preparare un contesto utile al fatto che **l'innovazione venga accolta e diventi utile al paziente**. Lo faccio con passione e orgoglio, perché in ambito di Ricerca e Sviluppo Novartis Italia svolge un ruolo di rilievo: in tal senso

“Guadagnare tempo per la ricerca, investimenti da dedicare alla cura, vita da restituire ai pazienti. Perché ogni minuto conta per salvare una vita”



fanno testo un elevato numero di trial clinici, 239 nel 2021, e l'erogazione di diverse migliaia di ore in attività formative finalizzate al corretto svolgimento delle sperimentazioni cliniche, incluse quelle rivolte al personale dei centri di ricerca. Tutti dati che, uniti al tema dei farmaci ad uso compassionevole, fanno emergere **la necessità urgente di una forte alleanza fra politica, istituzioni, operatori del mondo della salute e industria farmaceutica** per rendere la ricerca clinica in Italia un laboratorio di sviluppo all'altezza delle proprie potenzialità.

Il valore della ricerca clinica per me ha un significato chiaro: per il Paese significa Innovazione e dunque risorse aggiuntive da riutilizzare in sanità; per i pazienti accesso alle migliori terapie in tempi rapidi, allungamento e migliore qualità della vita.

Guadagnare tempo per la ricerca, investimenti da dedicare alla cura, vita da restituire ai pazienti: questo è il compito delle aziende farmaceutiche oggi e domani e Novartis lo ha a cuore.

Per questo non mi fermo mai. **Perché ogni minuto conta per salvare una vita.**

ROSANNA D'ANTONA

PRESIDENTE DI EUROPA DONNA ITALIA

“ Mettere il paziente al centro è un lavoro collettivo che può essere costruito solo come connessione tra medici, pazienti, associazioni e ricerca scientifica ”



Mi chiamano spesso la “paziente zero” dello IEO poiché, nel 1994, quando mi sono ammalata, il Professor Veronesi stava aprendo l'Istituto e mi ha proposto di operarmi lì. Venticinque anni fa questa patologia assomigliava più a una sentenza di morte quando il tumore non veniva diagnosticato per tempo. Invece dico sempre che, nella mia sfortuna, perché il tumore non è certo un piacevole incontro, sono però stata fortunata ad aver potuto **vivere la mia malattia nel modo che oggi credo sia l'unico possibile: in maniera partecipativa, come soggetto attivo.** Da questa esperienza porto con me alcune parole importanti che ancora mi guidano e per le quali mi batto ogni giorno insieme alle 170 associazioni di volontariato che fanno parte della nostra rete. **La prima è prevenzione,** come anticipazione diagnostica e adozione di stili di vita coerenti, che deve permeare il nostro comportamento quotidiano. Per farlo, è necessario entrare in un paradigma mentale che non è subire, ma partecipare a un percorso, un viaggio guidato dalla convinzione che esiste uno spazio, sempre più esteso, di diagnosi, di cura, e di successo delle terapie. **La seconda parola importante è qualità della vita,** l'attenzione alla vita del paziente. Essere malati è una situazione di estrema fragilità, alimentata spesso da dolore e sofferenza; questa condizione colpisce sia chi sta in un letto d'ospedale sia chi cerca di dare cura e conforto: il caregiver quando è un familiare o una

persona amica. Ogni persona è unica e unico e personalizzato dovrebbe essere l'approccio alla cura, sul piano sia biologico sia psicologico, per fornire alle persone gli strumenti di cui hanno bisogno per vivere la propria vita nonostante la malattia. Questo è molto spesso il “lavoro” di un'associazione, specie se è inserita nel contesto ospedaliero, che sa come sostenere la paziente ma sa anche fare da ponte tra le sue esigenze e quelle della struttura che la cura: gli specialisti, i medici, le nurse, gli psicologi, i reparti operativi e organizzativi. **La terza parola importante che mi accompagna, è la scelta di nuovi linguaggi: parlare in modo nuovo,** comunicando in modo chiaro e facilmente comprensibile, significa avvicinare la ricerca al cittadino, renderlo soggetto attivo nel dialogo. Credo che il più grande insegnamento che abbiamo colto noi, come Europa Donna, è essere parte attiva nel processo della salute; in tale ambito, il ruolo delle associazioni è proprio quello di continuare a parlare ai pazienti, e dei pazienti, in modo sempre più informato e autorevole. Uno dei contributi fondamentali di Novartis al valore della ricerca sta anche qui: non solo nella costanza e nella lungimiranza della ricerca, ma anche nell'impegno a favore della formazione delle associazioni; perché è importante che il paziente venga sostenuto, rassicurato e venga accompagnato nell'aderenza alle terapie da volontari qualificati. Ma è altrettanto **determinante che le associazioni vengano considerate all'interno del dibattito del sistema sanitario con un ruolo paritario agli altri attori del sistema, riconoscendo loro il giusto peso specifico.** Solo lavorando insieme possiamo offrire soluzioni sempre migliori ai pazienti e cambiare nei fatti il modo di interpretare la medicina. Mettere davvero il paziente al centro significa da un lato ascoltare i bisogni e le raccomandazioni, dall'altro considerarlo al pari di chi opera per garantire un accesso facilitato alle informazioni, una buona e sempre migliore gestione delle attività di prevenzione e diagnosi e sostenerlo nelle scelte di partecipazione alle ricerche e alle cure. Un lavoro collettivo che non può essere costruito se non come connessione tra medicina, ricerca scientifica, pazienti e associazioni.

11 | RICERCA CLINICA

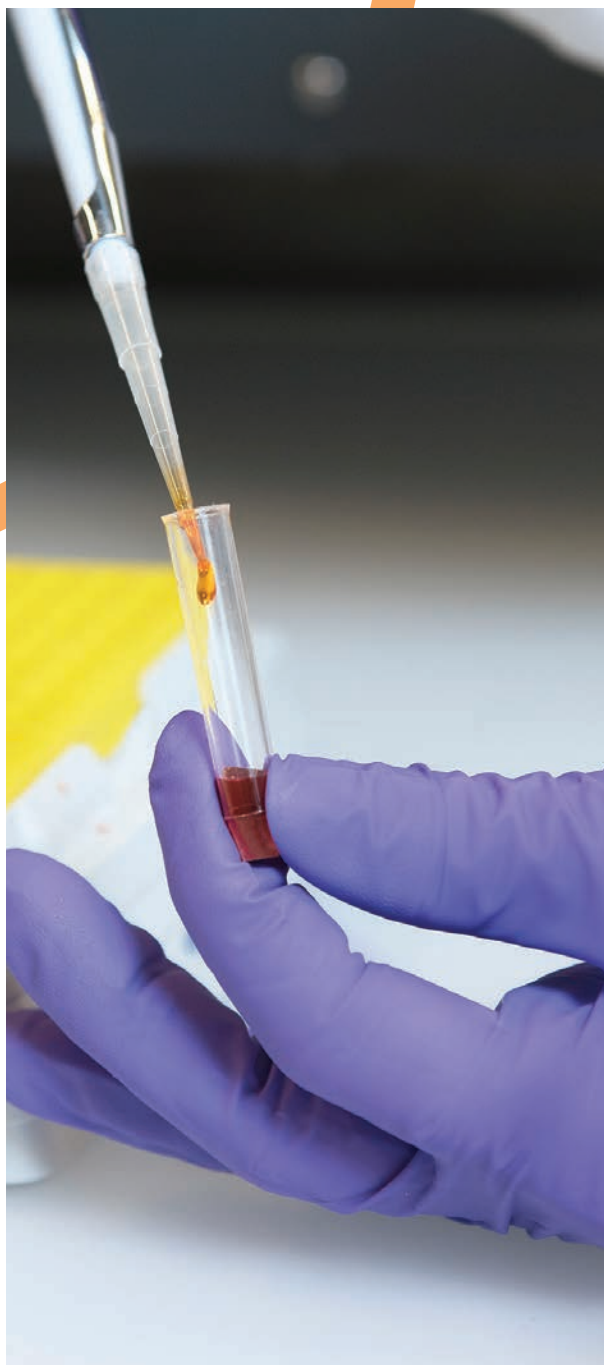
Con un investimento programmato di 250 milioni di euro nel prossimo triennio, **Novartis conferma il suo ruolo di punta nella ricerca clinica in Italia**, testimoniato anche dalla solida leadership nazionale per numero di sperimentazioni promosse ogni anno.

Nel nostro paese, inoltre, Novartis è **l'azienda a più alta 'intensità di R&S'**, cioè quella in cui gli investimenti in innovazione concorrono in misura maggiore alla formazione del valore aggiunto: l'8% nel 2020, una quota superiore alla stessa media del settore farmaceutico, di gran lunga il più innovativo nel panorama industriale italiano.

Questo forte impegno, in termini finanziari e di risorse professionali dedicate, nasce dalla consapevolezza dell'**assoluta centralità che la ricerca clinica**, espressione concreta della capacità di innovazione, **svolge nella creazione del valore**. E non solo per Novartis.

Anche tralasciando i primi, ovvi beneficiari, cioè i pazienti ai quali saranno destinate le terapie innovative oggetto di sperimentazione, l'impegno in ricerca clinica ha infatti **ricadute importanti per l'intera comunità medico/scientifica italiana**, in termini di crescita delle opportunità professionali e del **'capitale cognitivo' collettivo**. Nel 2021, un anno che ha conosciuto pesanti condizionamenti per le attività di sperimentazione a causa della pandemia, sono stati comunque ben 1.925 i centri ospedalieri universitari italiani coinvolti nei 239 trial clinici promossi da Novartis, che hanno

interessato 3.753 pazienti. **Accanto alla quantità, è da sottolineare anche la qualità degli studi clinici condotti da Novartis**, in collaborazione con le strutture ospedaliere italiane, rilevabile per esempio dal **numero delle pubblicazioni scientifiche** che hanno contribuito a consolidare la posizione di eccellenza dell'Italia, che fa parte della **top 10 mondiale** in quest'ambito.



TERAPIE AVANZATE

Attualmente, **sono 6 le cosiddette terapie avanzate disponibili in Italia** e accessibili ai pazienti in regime di rimborsabilità, un numero in linea con quello degli altri maggiori paesi europei. Di queste, **3 sono di Novartis**.

Con il termine **‘terapie avanzate’**, tecnicamente ATMP-Advanced Therapy Medicinal Product, ci si riferisce soprattutto alle **terapie geniche e a quelle cellulari**: le prime mirano a correggere il difetto genetico che causa una patologia sostituendo nelle cellule il gene difettoso con una sua copia ‘corretta’; le seconde permettono di riprogrammare determinate cellule del paziente per metterle in condizione di contrastare la malattia.

In entrambi i casi, ci troviamo di fronte a **una straordinaria evoluzione della medicina personaliz-**



zata, frutto dei grandi progressi degli ultimi anni in campo biotecnologico, che cambia i paradigmi stessi della cura, perché **consente di intervenire in modo potenzialmente risolutivo sulle cause** di patologie genetiche, croniche o tumorali, e **non solo sul controllo dei loro sintomi**. Con queste caratteristiche, le terapie geniche e cellulari sono one-shot, ne basta cioè **un'unica somministrazione**, o al massimo 2 o 3. Quasi la metà dei prodotti già disponibili o in fase avanzata di studio riguarda l'area oncologica ed ematologica, a seguire quelle del sistema nervoso e l'oftalmologia.

Novartis è tra le aziende più impegnate su questo territorio di frontiera della ricerca: attualmente sono 6 i progetti di terapia genica in corso, mentre nell'ambito della terapia cellulare si stanno esplo-

rando le **grandi potenzialità della tecnologia CAR-T** in area ematologica.

Proprio nell'area ematologica ha indicazione una delle tre terapie avanzate Novartis già disponibili per i pazienti italiani. Si tratta della prima terapia cellulare CAR-T, approvata per la cura del linfoma diffuso a grandi cellule B (DLBCL) e della leucemia linfoblastica a cellule B, entrambi refrattari o recidivanti. La seconda terapia avanzata è rappresentata dalla prima terapia genica per il trattamento di gravi **malattie ereditarie della retina**. Infine, Novartis ha lanciato la prima terapia genica indicata per **l'atrofia muscolare spinale (SMA)**, una malattia genetica rara che può portare alla morte entro i primi due anni di vita.

Destinatari d'elezione di queste terapie sono, nella grande maggioranza dei casi, bambini o ragazzi, ai quali è per la prima volta offerta una concreta possibilità di guarigione o cura. Questo è un fattore usato per determinare i criteri di accessibilità al trattamento, che da un lato devono prendere in esame il radicale e positivo mutamento di prospettiva del percorso diagnostico-terapeutico e assistenziale del paziente, dall'altro essere compatibili con le esigenze di sostenibilità del sistema sanitario. Sulla base di questi parametri, e grazie a un dialogo costruttivo con tutti gli interlocutori coinvolti, sono state individuate soluzioni altamente innovative, capaci di **salvaguardare il diritto del paziente a un accesso sicuro e tempestivo alle terapie avanzate**.

‘**Radioligando**’ è una parola ancora poco familiare al grande pubblico, ma **la terapia che identifica è già una realtà più che promettente**, in grado di svolgere una funzione di primo piano nel trattamento del cancro. Consiste nell’uso combinato di un composto, il ligando, capace di un’azione mirata di precisione e di un radioisotopo con attività terapeutica: somministrato al paziente per via endovenosa, **il radioligando si lega alle cellule tumorali e ne distrugge la capacità di replicarsi**. Si tratta di una **tecnica innovativa nel trattamento del tumore, sviluppato da AAA - Advanced Accelerator Applications**, società del Gruppo Novartis attiva nel campo della radiofarmaceutica, con ben quattro insediamenti in Italia, attivi nella ricerca e nella produzione.

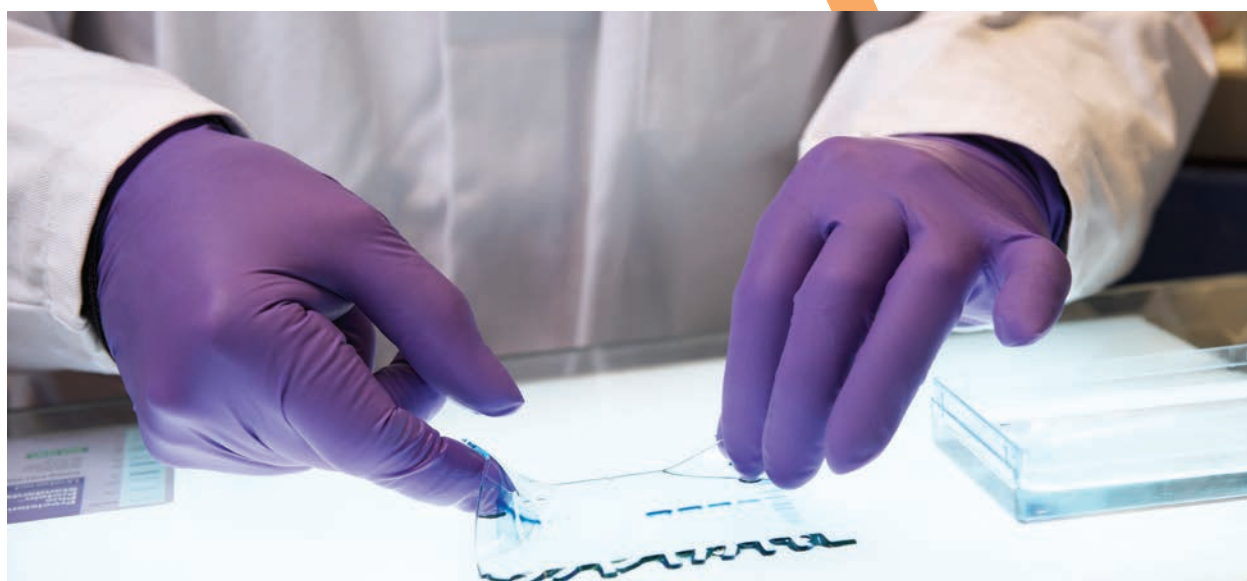
Questo **approccio terapeutico**, che consente una forte personalizzazione del trattamento in funzione delle caratteristiche del paziente, si rivela **efficace nel contrasto a diverse neoplasie**, a partire dai tumori neuroendocrini, i primi ai quali è stato applicato con successo.

La pipeline attuale di AAA comprende prodotti per più tumori solidi, come quello alla prostata in fase avanzata: i più recenti studi clinici sull’azione di un radiofarmaco per questa patologia hanno dimostrato un **abbattimento del 60% della progressione della malattia**, con una riduzione del 38% del rischio di mortalità per i pazienti.



ONCOLOGIA DEL FUTURO

Telemedicina più intelligenza artificiale, uguale: **gestione più tempestiva ed efficace del percorso diagnostico-terapeutico**. È quanto viene reso oggi possibile in oncologia da una piattaforma sviluppata da Novartis che incrementa, potenziandola, la capacità di comunicazione e interazione tra centri specialistici, migliorando l'accesso dei pazienti alle terapie più innovative. La piattaforma, che si chiama WelCare, è nata per gestire con la massima appropriatezza ed efficienza l'accesso alla terapia cellulare CAR-T, tecnica nuova e particolarmente complessa che richiede una forte integrazione di competenze tra clinici e strutture sanitarie dedicate. **Le circostanze in cui WelCare è nata, quelle determinate dall'emergenza pandemica, hanno costituito un forte stimolo allo sviluppo di tecnologie digitali** che, come questa, fossero in grado di sostenere la medicina a distanza, grazie alla quale si spostano i dati e non i pazienti, con ricadute importanti in termini di sicurezza, qualità della vita per pazienti e caregiver, nonché sostenibilità per il sistema sanitario. La piattaforma messa a punto rappresenta dunque un felice esempio di resilienza di fronte alle limitazioni imposte dal Covid-19 e ai rischi sanitari indotti. Sulla base della positiva esperienza maturata nella gestione della CAR-T, Novartis ha deciso di **estendere l'applicazione di WelCare ad altre patologie oncologiche ed ematologiche**, indicando in questo modo un approccio che può rappresentare un modello per l'oncologia del futuro.



Reimmaginare il futuro

Cultura della scienza

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

People and Culture

Innovability: Innovation & Sustainability

Società sostenibile

Cultura della scienza

GAIA PANINA

CHIEF SCIENTIFIC OFFICER,
NOVARTIS FARMA

Vengo da una famiglia di scienziati e, si può dire, mi sono nutrita di pane e scienza fin da bambina. Nutrirsi di scienza ha voluto dire comprendere lo stupore e la meraviglia di fronte a nuove scoperte e ai continui avanzamenti della ricerca, ma ha anche significato fare i conti con l'incertezza che la ricerca scientifica porta con sé. Credo che **per fare bene il lavoro di scienziato, sia assolutamente necessario avere nel proprio DNA curiosità e desiderio di avanzare nell'ignoto oltre che tantissima dedizione.**

Questa pandemia ci ha avvicinato alla scienza e al suo metodo, ma c'è ancora molta strada da fare per **promuovere una cultura della scienza basata sulle competenze** e al contempo **diffusa e accessibile.**

Come Direzione Medica Novartis, abbiamo cominciato a chiederci fin da prima della pandemia come potessimo mettere al servizio del sistema le nostre competenze per promuovere una cultura della scienza e della salute, entrambi beni preziosi. Con questo intento, abbiamo dato vita ad un progetto sociale e partecipativo con esponenti del mondo della salute e della scienza, partendo da un **"Manifesto per la Salute del XXI Secolo"** e coinvolgendo successivamente esponenti delle Istituzioni per riflettere su proposte concrete. **Una vera Cultura della Scienza, infatti, si crea solo se si lavora insieme e si condividono obiettivi.**

Sono anche molto orgogliosa di avere potuto rappresentare Novartis nei lavori del T20. Con un gruppo di esperti di diversa nazionalità e di diversa estrazione, abbiamo pubblicato un lavoro dal titolo *Culture and sciences for life: towards a global health literacy alliance for a sustainable future*. Tramite questa iniziativa, abbiamo potuto proporre al G20, sotto la Presidenza italiana, la creazione di un'Alleanza globale per l'alfabetizzazione scientifica sotto il cappello ONU. Per combattere l'anti-scienza che mina la salute di comunità intere, perché ciascuno abbia gli strumenti per decidere in coscienza, partecipare alla vita pubblica oltre che rendere migliore la propria. Per consentire l'accesso al sapere scientifico e una cultura della

“Una vera Cultura della Scienza, si crea solo se si lavora insieme e si condividono obiettivi”



scienza più democratica. Ho anche avuto l'onore di essere membro del sottogruppo del B20 dedicato a Health & Lifescience. Una ulteriore opportunità per ribadire che la salute è un bene sociale e responsabilità sociale, che passa da una maggiore consapevolezza fin dalle giovani generazioni e dal confronto con le sfide e le incertezze della ricerca scientifica. Noi in Novartis, e insieme a noi i ricercatori di tutto il mondo, cerchiamo con il nostro impegno ogni giorno di portare più innovazione e più salute. Abbiamo bisogno di giovani che si avvicinino con entusiasmo alle facoltà scientifiche e si pongano domande e obiettivi sempre più sfidanti per sostenere un mondo migliore.

ANTONELLA POLIMENI

MAGNIFICA RETTRICE 'SAPIENZA'

UNIVERSITÀ DI ROMA

“**La salute è una porta d'accesso preferenziale dei cittadini alla conoscenza scientifica e può aiutare a portare la scienza nella quotidianità**”



Nel momento in cui ci interroghiamo su cosa significhi lavorare per costruire una vera 'Cultura della Scienza' non possiamo certo dimenticare che **la scienza ricopre un ruolo sempre più determinante nella vita quotidiana di tutti noi**, anche a livello mediatico; in modo emblematico, **l'emergenza Coronavirus ha evidenziato l'importanza che l'informazione e la comunicazione ricoprono nella salute individuale e nella salute pubblica**, tanto che la narrazione mediatica ha influenzato buona parte degli aspetti psicologici, sociali e culturali che hanno inciso e continuano a incidere sui comportamenti dei cittadini.

Infatti, se per un verso il web ha democratizzato il modo in cui i cittadini interagiscono con i contenuti, l'avanzare di questo processo richiede **strumenti di conoscenza**, appunto **culturali e scientifici**, **tali da fornire agli utenti le capacità per valutare criticamente le informazioni**. In tale contesto estremamente fluido, solo l'aumento dell'informazione e dell'educazione scientifica può **favorire un dialogo aperto tra cittadini ed esperti e, dunque, un reale public engagement. Si tratta per la Scienza di mettere in atto un processo sociale** dove il fenomeno di "disintermediazione" tra fatti e opinioni, sempre più diffuso, venga rimediato attraverso una specifica health literacy, attingendo a un capitale sociale-culturale-economico che esiste e va messo a sistema.

La health literacy, non a caso, è un parametro che sempre più spesso viene utilizzato per valutare l'efficacia del sistema medico-sanitario di un paese e, più in generale, la salute dei suoi cittadini. A tal fine, il sistema educativo dovrebbe prevedere, tra i suoi obiettivi di formazione, programmi scolastici coordinati di educazione e promozione della salute che consentano a bambini e ragazzi di acquisire le competenze di health literacy utili a gestire in modo consapevole il proprio stato di salute. L'università, in particolare, ha un ruolo rilevante e può incidere concretamente nel processo di diffusione delle competenze scientifiche, sia in modo diretto, incentivando i percorsi di studio legati al tema della salute e della scienza, sia in termini più generali, creando un ambiente favorevole alla conoscenza critica. In questo percorso di auspicata rigenerazione collettiva, **la salute è una porta d'accesso preferenziale alla conoscenza scientifica e può aiutare a portare la scienza nella quotidianità dei cittadini**. Personalmente, e in qualità di Rettore della Sapienza Università di Roma, ripongo molta fiducia nelle nuove generazioni e penso che il miglior alleato sulla via della Salute del Futuro sia proprio la loro curiosità: **una rinnovata relazione tra cittadino e sanità, tra giovani e salute**, che possa essere riconosciuta come un'alleanza terapeutica garantita da una corretta comunicazione.



Si chiama Scienza da vivere l'**ampio programma di science literacy** varato da Novartis per sostenere la diffusione della cultura scientifica in Italia. È la cornice entro la quale si sviluppano progetti e iniziative che vogliono **contribuire a rendere l'opinione pubblica nazionale più cosciente del valore della scienza**, favorendo una maggiore familiarità con i fondamenti del metodo scientifico e rafforzando la fiducia nei benefici che l'innovazione è in grado di offrire, a partire da quella in ambito medico.

L'esigenza di affrontare con decisione questi temi è emersa in modo evidente da quando è iniziata la pandemia, che con l'emergenza sanitaria ha portato con sé anche disorientamento e incertezze tra i cittadini, indebolendo la loro capacità di esercitare in modo consapevole i propri diritti e le proprie responsabilità.

Con un rafforzamento del livello di alfabetizzazione scientifica, soprattutto tra i giovani che su questo terreno continuano a vivere un significativo gap con i coetanei degli altri paesi, si creano le premesse per **costruire le competenze del futuro e migliorare la competitività del paese**.



REIMAGINE

La ricerca farmaceutica è molto più vicina di quanto solitamente si immagina alla vita quotidiana e alla storia personale di ciascuno di noi.

Se ne possono dunque raccontare efficacemente gli obiettivi e i contenuti anche partendo da questi vissuti personali, con il loro carico di emozioni, speranze e attese.

È quanto ha fatto Novartis con Reimagine, un cortometraggio prodotto in collaborazione con One More Pictures che, con un linguaggio e uno stile certamente inedito per la comunicazione del settore farmaceutico, cerca di trasmettere al grande pubblico il 'valore' della ricerca non attraverso dichiarazioni o numeri ma, appunto, con la forza e il calore delle emozioni.

La realizzazione di questo **short film**, promossa nell'ambito del programma di science literacy Scienza da vivere, risponde all'esigenza, particolarmente avvertita da Novartis, di **sperimentare linguaggi nuovi che mettano il mondo della scienza** (e in primo luogo quello della ricerca farmaceutica), **in condizione di dialogare con l'opinione pubblica**, in particolare con le giovani generazioni, superando da un lato una consolidata tentazione all'autoreferenzialità, dall'altro immotivate diffidenze e pregiudizi.

Reimagine, che si avvale di un cast di alto livello, è stato presentato nel corso di una digital première presso la sede dell'ANICA, a Roma, ed è stato proposto in seguito in diverse sedi, tra le quali il Giffoni Film Festival, la più importante rassegna cinematografica europea rivolta a giovani e giovanissimi. A Venezia, infine, in occasione dell'inaugurazione della 78ma Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica, ha offerto lo spunto per un confronto/ riflessione sui rapporti tra innovazione scientifica e società in un evento realizzato in collaborazione tra Novartis e la Fondazione Giorgio Cini.





Mudimed

MUSEO DIGITALE
DELLA STORIA DEL
METODO SCIENTIFICO
IN MEDICINA

Mudimed - MUSEO DIGITALE SULLA STORIA DEL METODO SCIENTIFICO IN MEDICINA

L'iniziativa Scienza da vivere è stata accolta con interesse dal **MiC Ministero della Cultura**, con il quale Novartis ha **siglato un'intesa per collaborare all'ideazione di progetti innovativi capaci di favorire la divulgazione scientifica, e dal Miur Ministero dell'Istruzione Ministero dell'Università e della Ricerca**. Tra questi il primo Museo Digitale sulla storia del metodo scientifico in medicina (Mudimed), che si avvale del supporto tecnologico di Google Arts&Culture.

Inaugurato a ottobre 2021, il Mudimed propone un **approccio innovativo al metodo scientifico in medicina** con un linguaggio originale e coinvolgente, che accompagna il visitatore virtuale in un percorso rigoroso e insieme suggestivo, nel quale l'innovazione scientifica e la medicina incontrano la cultura umanistica e l'arte. Alcune tra le più prestigiose istituzioni museali e bibliotecarie italiane hanno messo a disposizione di questo nuovo spazio espositivo le loro principali opere in formato digitale. **Il progetto Mudimed proseguirà attraverso l'apertura di altri spazi espositivi**, l'inserimento di nuove opere e protagonisti.

PCTO - PERCORSO DELLE COMPETENZE TRASVERSALI E DI ORIENTAMENTO

Un altro progetto rivolto agli studenti delle scuole secondarie superiori e finalizzato a favorire un loro progressivo **avvicinamento ai contenuti, ai metodi e agli obiettivi della moderna ricerca scientifica** sarà il programma PCTO - Percorso delle competenze trasversali e di orientamento.



T20: CULTURA, SCIENZA E SOSTENIBILITÀ

Novartis, insieme a un gruppo internazionale di scienziati ed esperti di policy, ha partecipato al **Think20, nel quadro del G20**, dove sono state elaborate raccomandazioni di policy su temi strategici per il futuro.

L'attenzione si è concentrata sulla **Health Literacy, l'alfabetizzazione scientifica globale**, soprattutto dei giovani, che rischia di essere il principale ostacolo al conseguimento di una salute equa e resiliente e di una crescita inclusiva.

Ai decisori del G20 è stata proposta **la costituzione di un'Alleanza Globale per la Health Literacy** sotto l'egida dell'UNESCO e dell'OMS, formata da giovani, comunicatori, scienziati, decisori pubblici, aziende e Terzo settore.

L'Alleanza definisce i goal di health literacy a livello globale, che rappresentano un valido strumento per raggiungere **l'Obiettivo di sviluppo sostenibile ONU 3** "Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età" e **l'Obiettivo ONU 4** "Garantire un'istruzione di qualità inclusiva ed equa e promuovere opportunità di apprendimento continuo per tutti" dell'Agenda 2030.

SALUTE IN MOVIMENTO

È un progetto sociale, aperto e partecipato nato per **promuovere una salute sostenibile, inclusiva e innovativa**, coinvolge cittadini, pazienti, professionisti del settore sanitario e istituzioni nell'immaginare e **progettare, insieme, la salute del futuro in Italia**. L'iniziativa è stata lanciata da Novartis in collaborazione con CittadinanzAttiva, Politecnico di Milano, Università Humanitas, Università Federico II di Napoli, l'Associazione InnovaFiducia e Generatività e la società di consulenza Culture. Si ispira, e vuole esserne anzi una concreta applicazione, al “**Manifesto per la Salute del XXI Secolo**” promosso dalla Direzione Medica di Novartis e realizzato con il concorso di alcuni tra i più autorevoli esponenti della cultura medico scientifica italiana. Vi sono indicati i **sei principi guida (Visione, Competenza, Governance, Intelligenza, Relazione, Umanità)** che dovrebbero orientare un radicale ma indispensabile cambiamento del sistema salute, nel quadro di una visione sostenibile, inclusiva e innovativa.

Tappa importante del percorso di riflessione ed elaborazione avviato con Salute in Movimento è stata Agorà, un evento tenutosi nel luglio 2021, che ha visto la partecipazione di scienziati, accademici, associazioni, cittadini, istituzioni e imprese. Al centro del confronto, la traduzione in proposte progettuali dei principi contenuti nel Manifesto. Queste proposte, dettagliate in indicazioni opera-

tive, fanno riferimento a: **deciso rafforzamento del ruolo dell'innovazione; equità di accesso alle cure; sviluppo di percorsi innovativi tra università, settore pubblico e privato; modernizzazione delle strutture e conseguente formazione degli operatori; migliore prevenzione e assistenza sul territorio; maggiore integrazione fra servizi sanitari e sociali**. Ne è nato un documento programmatico che è stato presentato a rappresentanti del Governo italiano e delle istituzioni europee, con la raccomandazione di integrarne i contenuti nel programma Next Generation EU e nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.



Il Manifesto per la Salute del XXI secolo

ALLEATI PER LA SALUTE

Informare, formare, 'educare': sono questi gli obiettivi, ambiziosi in questa particolare fase storica, di Alleati per la salute, ampia e articolata piattaforma digitale al servizio dei pazienti, dei medici e dei cittadini, che raccoglie l'eredità più che decennale dell'omonima iniziativa promossa da Novartis a sostegno della patient advocacy italiana. Avviato in collaborazione con alcune tra le più importanti associazioni di pazienti, allo scopo di rafforzare ruolo, capacità e competenze di queste ultime, il progetto Alleati per la salute è evoluto recentemente in un **portale digitale per meglio rispondere alla diffusa esigenza di affidabilità, coerenza e comprensibilità dell'informazione medico-scientifica**. Questo portale, in fase di costante ampliamento, si sviluppa in diverse sezioni, che permettono di interagire con tutti gli interlocutori ai quali ci si rivolge. Esiste così un'area dedicata all'informazione e ai servizi per il pubblico, che permette per esempio di accedere a webinar di approfondimento o a podcast tematici, mentre

una riservata ai professionisti della salute mette a disposizione informazioni, materiali e programmi di aggiornamento scientifico sulle aree terapeutiche presidiate da Novartis. Alla base di tutti i contenuti di Alleati per la salute, una **rigorosa selezione delle fonti**, che ne assicura l'attendibilità e l'autorevolezza, il confronto e verifica con esperti delle singole discipline trattate e uno stile di comunicazione improntato alla chiarezza e alla comprensibilità, anche per i non addetti ai lavori.





Reimmaginare il futuro

Cultura della scienza

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

People and Culture

Innovability: Innovation & Sustainability

Società sostenibile

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

MARILENA ARINISI

HEAD ETHICS RISK & COMPLIANCE,
NOVARTIS ITALIA

Credere nella fiducia, nella trasparenza e nell'autenticità significa credere nell'essere umano. Tengo molto a questo principio, perché in esso ritengo si basi la profondità del pubblico dibattito sui temi della salute. Riflettendo in tal senso **è davvero importante che Novartis e l'intera industria farmaceutica stiano riumanizzando i propri rapporti attraverso un più aperto dialogo con gli stakeholder interni ed esterni, per far emergere i valori di cui si fanno portavoce le loro persone.** Una prova della centralità di queste tematiche, prima affidate ai teorici, ai filosofi e agli insegnanti oggi diffuse e integrate nelle organizzazioni societarie da Funzioni come quella da me rappresentata, è data dal *purpose* di tali funzioni chiamate a guidare l'azione delle persone portando a guardare in modo trasversale e non più solo verticale. Promotori quindi di una visione ampia nell'ambito della quale si colloca una scelta che ha sempre delle implicazioni da considerare. Implicazioni finanziarie, organizzative, etiche etc. Iniziative formalmente perfette ma deboli nell'analisi etica, o più in generale, in quella di sostenibilità, in un'organizzazione emacipata hanno vita breve. Da qui derivano gli obiettivi di funzioni di Ethics, Risk & Compliance chiamate a diffondere la consapevolezza delle rischiosità intrinseche in un settore come quello farmaceutico, la cultura della conformità senza compromessi in un contesto globale dove Novartis ha assunto un impegno con il mondo, quello di reimmaginare la medicina ponendo l'etica al centro. **Un cambio epocale che fa emergere la cultura di un'azienda, che premia un'azione trasparente volta alla tutela massima del soggetto più fragile, il paziente:** torna il concetto toccato all'inizio, l'essere umano nella sua unicità al centro. Pertanto, fare affidamento esclusivamente agli aspetti tecnici della compliance appare oggi riduttivo, emergendo un rinnovato concetto di eccellenza nella responsabilità. **Perché una scelta etica è sempre una scelta eccellente che tiene conto degli interessi di tutte le parti in causa.** Seguendo tale sensibilità, in Novartis lavoriamo ogni giorno per realizzare un *enterprise*

“Una scelta etica è sempre una scelta eccellente che tiene conto degli interessi di tutte le parti in causa”



risk management veramente comprensivo di più prospettive. Dal mio punto di vista, uno degli obiettivi più importanti a cui le multinazionali devono tendere è, infatti, quello di interconnettere le informazioni; perché abbiamo tantissimi dati a disposizione, ma queste informazioni vanno interpretate nel modo più corretto possibile, trovando il giusto equilibrio fra l'uso della tecnologia e la profondità del pensiero umano.

Attraverso questo percorso siamo ora artefici e promotori di una cultura che guarda all'esterno con interesse, umiltà e senza pregiudizio. Come lo abbiamo fatto? **Trasferendo l'ownership della compliance alle persone, all'organizzazione tutta, unendo in questo modo partecipazione e adesione organica a solidità ed efficacia.** La cosa che mi rende più felice è poter dire che oggi, in Novartis, la responsabilità dell'etica, del rischio e della compliance sono insieme fattore di crescita delle persone come anche elemento garante di un presidio sistemico.

Questo è un percorso culturale che si alimenta attraverso l'ispirazione all'eccellenza, la curiosità verso la conoscenza e una cultura inclusiva. Attraverso questi elementi **il team ERC Italia contribuisce a rigenerare il rapporto di fiducia con la società e a ricordare ogni giorno la missione di Novartis: migliorare e prolungare la vita delle persone.**

ENEA ROVEDA

AMMINISTRATORE DELEGATO LIFEGATE

“Sono cresciuto con l’idea che le cose si possano fare al meglio solo all’interno di un modello attento alla responsabilità, alla trasparenza e a quelli che sono gli impatti sociali e ambientali”



In fondo la storia della mia vita e della mia professione può essere intesa come racconto di un lessico un tempo solo familiare, che oggi è linguaggio di tutti. Sono nato e cresciuto in una fattoria bio-dinamica e biologica, una delle prime in Italia; i miei genitori sono stati infatti i fondatori di Fattoria Scaldasole, la prima azienda alimentare etica ad entrare nei supermercati a metà degli anni ottanta; quindi sono nato immerso in una cultura di sostenibilità, e sono cresciuto con l’idea che le cose si possano fare al meglio solo all’interno di un modello attento alla responsabilità, alla trasparenza e a quelli che sono gli impatti sociali e ambientali.

Quando siamo partiti con LifeGate, il 28 aprile del 2000, nessuno o quasi capiva la lingua in cui io ero invece immerso sin da bambino, e sino ad oggi il percorso è stato molto lungo e tortuoso perché il dialogo vero sulla sostenibilità in Italia è iniziato solo dal 2015 in avanti, anno da considerarsi un momento di svolta anche a livello mondiale.

A partire da tale data, **negli ultimi anni è stato fatto un passo avanti determinante nel considerare la sostenibilità non solo come un concetto “ambientalista”, o green, bensì collegato a 360 gradi a tutte le attività delle aziende.** Per questo oggi come LifeGate veniamo considerati dei veri partner in tema di compliance sostenibile: dei compagni di strada che prendono per mano il business, o un determinato processo, e offrono una

prospettiva nella valutazione che tenga conto dei rischi e degli impatti sul piano complessivo: economico, sociale e ambientale.

In questo ambito **il settore farmaceutico** non è di certo uno di quelli che **si è mosso** per primo, ma lo sta facendo adesso **con dedizione e convinzione partendo dall’interno per arrivare anche all’esterno.** Il risultato, per chi aderisce a questa visione, è un’organizzazione molto forte, evoluta, emancipata, che si basa su una sostenibilità e una **trasparenza diffuse, sistemiche, non episodiche**; una scelta che ormai è diventata una necessità perché impatti ambientali, sociali, e di governance sono oggi indissolubilmente collegati, ma non solo: il loro status in termini di virtuosità è sottoposto ad un continuo check-up sociale all’interno di una società iper-connessa. In altre parole, **essere etici e responsabili oggi è il modo per venire accettati dagli altri**, e tale valenza in termini reputazionali sta cambiando di molto le cose anche nel modo di acquistare prodotti o servizi. Per questo dico sempre che, alla fine, **parlare di sostenibilità significa parlare di rispetto.** Per il settore farmaceutico questa fiducia è da rinnovare attraverso un comportamento che crei certo le condizioni di sviluppo economico, ma allo stesso tempo anche valore sociale e valore ambientale. Credo le aziende abbiano davvero compreso profondamente che sono completamente nude di fronte al mercato, quindi non possono non essere rispettose dell’ambiente e delle persone: People, Planet e Profit, parole che una volta ci ripetevamo come un mantra solo nella mia famiglia oggi, fortunatamente, stanno in cima al vocabolario di tutte le aziende che, come Novartis, hanno a cuore il futuro della salute.

Code of ETHICS

Our commitment to doing what's right

Sono stati **più di mille, in tutto il mondo, i dipendenti Novartis coinvolti nella stesura del Codice Etico** del Gruppo Novartis, entrato in vigore nel 2020: mille opinioni, punti di vista e suggerimenti che sono espressione di una cultura globale, nella quale convivono sensibilità diverse.

In una realtà come questa, autenticamente inclusiva, il nuovo codice vuole essere una 'guida' a disposizione di tutti i collaboratori per aiutarli a fare la scelta più coerente con i **principi di trasparenza, correttezza e rispetto degli interlocutori, ponendo al centro il paziente.**

In questo senso, pur affermando naturalmente un'assoluta intransigenza verso i comportamenti illeciti o non etici, il documento non ha carattere normativo né prescrittivo ma agisce da indirizzo e orientamento, facendo leva sulla capacità dei singoli di confrontarsi responsabilmente e con senso

etico tenendo conto sia delle sfide di contesto che dei temi emergenti. Al riguardo, per citare alcuni esempi, la salute e la trasformazione digitale rendono particolarmente complessa la risposta delle persone Novartis ai bisogni degli stakeholder.

La realizzazione del nuovo Codice Etico, così come il forte impegno dedicato alla diffusione e alla condivisione dei temi che riguardano l'integrità, la trasparenza nelle relazioni con l'esterno, la correttezza nella conduzione del business, riflettono la consapevolezza di Novartis che **l'etica è un asset strategico, decisivo per una crescita di lungo termine dell'azienda.**

In quanto tale, svolge un ruolo chiave nel mantenere e consolidare la fiducia degli interlocutori, dai pazienti alle istituzioni e alla società civile, e per contribuire al rafforzamento e alla 'buona salute' del sistema sanitario.



IMPEGNO VERSO PAZIENTI E CAREGIVER

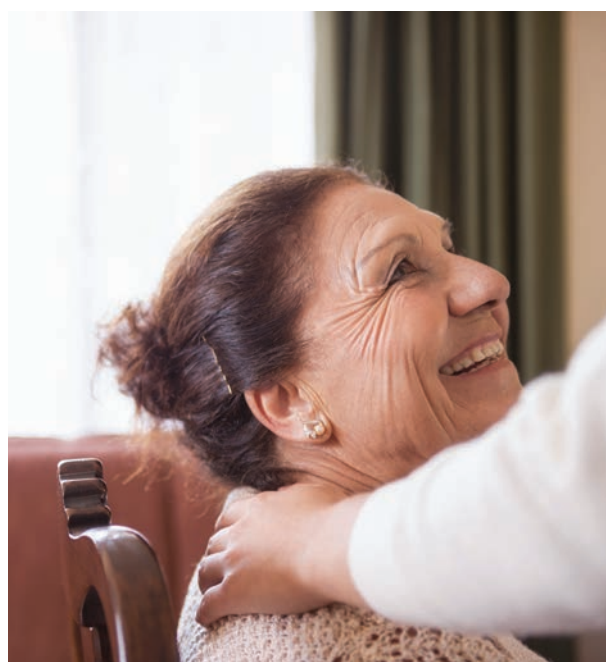
Con i suoi primi e più importanti interlocutori, cioè i pazienti, Novartis intende costruire una vera alleanza, basata sull'ascolto e sulla fiducia, capace di orientare le sue scelte e i suoi comportamenti in funzione degli effettivi bisogni della collettività. Per evitare che questo rimanga un proposito tanto condivisibile quanto astratto è stato prodotto un documento che, pur in forma sintetica, dettaglia i contenuti dell'impegno di Novartis nei confronti dei pazienti. In altri termini, nel **Novartis Commitment to Patients and Caregivers** è indicato tutto ciò che questi stakeholder possono legittimamente aspettarsi da Novartis. Sono domande e aspettative che l'azienda stessa si impegna pubblicamente a soddisfare, ma (e questa è una delle caratteristiche più importanti dell'iniziativa) non all'interno di uno schema asimmetrico tra fornitore e cliente, bensì in una logica di partenariato. L'obiettivo è quello di **integrare il punto di vista del paziente nella vita e nelle prospettive di Novartis**, in ogni aspetto e fase delle sue attività: l'impegno, come recita lo stesso documento, è quello di "sollecitare attivamente e ascoltare i suggerimenti dei pazienti per prendere decisioni consapevoli durante l'intero processo riguardante lo sviluppo e la commercializzazione dei nostri farmaci".

Questo significa dedicare un'attenzione particolare all'informazione, all'educazione sanitaria, alla realizzazione di prodotti facili da utilizzare, alla ricerca di soluzioni in grado di assicurare un migliore accesso alle soluzioni terapeutiche. Tutto con criteri e modalità definite sulla base dell'ascolto dei pazienti; e dei caregiver: è da sottolineare, come tratto qualificante del documento, il rilievo attribui-

to a queste figure, fondamentali in ogni percorso di cura. Così come è qualificante l'accento posto sulla necessità di chiarezza e di reale comprensibilità delle informazioni rivolte ai pazienti e al pubblico, tema che investe un fattore tradizionalmente critico della comunicazione medico/farmaceutica.

Uno spazio speciale, in considerazione dell'importanza cruciale che questo aspetto ha sia per Novartis sia per la salute pubblica, è riservato allo **sviluppo clinico dei farmaci**, a proposito del quale si riafferma un forte impegno non solo alla trasparenza e alla corretta comunicazione dei dati relativi ai trial, ma anche alla **collaborazione con i pazienti nella stessa progettazione degli studi**.

I nostri farmaci raggiungono più di 750 milioni di persone in tutto il mondo ogni anno; tuttavia ancora un grande numero di persone non ha accesso ai farmaci essenziali e all'assistenza sanitaria. Per questo siamo impegnati a contribuire nel garantire che i nostri farmaci siano **accessibili al maggior numero possibile di pazienti**, a prescindere dalla loro provenienza. Abbiamo quindi intrapreso un viaggio per cambiare radicalmente il nostro modo di fare business e reimmaginare come ampliare l'accesso alle innovazioni sanitarie.



PARTNERSHIP CON ASSOCIAZIONI DI PAZIENTI

Se fino a non molto tempo fa l'obiettivo era quello di parlare ai pazienti, oggi l'imperativo è quello di parlare 'con' i pazienti. È un cambiamento di approccio e prospettiva più che giustificato dai profondi cambiamenti che hanno interessato il mondo della salute e coinvolto tutti i suoi attori: tra questi, **il paziente ha assunto finalmente quel ruolo di protagonista attivo** che legittimamente gli spetta.

Parlare con i pazienti per Novartis vuol dire **interagire con le associazioni che li rappresentano**, per individuare insieme, nel rispetto dei differenti ruoli, i modi e gli strumenti che possano soddisfare sempre meglio le esigenze che li riguardano, in termini di tutela e di promozione della salute, in uno scenario socio-sanitario che è sempre in movimento.

La piattaforma digitale Alleati per la Salute, progettata tra l'altro in stretta collaborazione con le stesse associazioni, è uno spazio privilegiato per questo dialogo costante. Vi vengono ospitate informazioni, commenti, analisi approfondite sui temi sanitari più attuali e relative criticità. Ne sono un esempio i molti interventi che riguardano l'impatto della pandemia Covid su livelli ed efficacia dell'assistenza ai pazienti italiani, così come sulla

prevenzione, oppure le opinioni relative alle priorità da assegnare al PNRR per quanto riguarda il rinnovamento del sistema salute nazionale.

Lo stretto **rapporto con i rappresentanti della patient advocacy italiana** è determinante anche nella messa a punto delle numerose **campagne di informazione e sensibilizzazione** che vedono Novartis impegnata in molte delle aree terapeutiche in cui può far valere solide competenze ed esperienze. Si va dal tumore al seno alla psoriasi, dallo scompenso cardiaco all'emicrania, da patologie rare come le malattie mieloproliferative all'asma, e così via. Queste iniziative svolgono una funzione importante sotto il profilo informativo ma soprattutto permettono di **stabilire un contatto diretto con i pazienti**, offrendo opportunità uniche di ascolto e confronto con il loro vissuto. Da questo punto vista, il ricorso sempre più deciso ai canali social (strumenti che ormai sono diventati imprescindibili in queste campagne) favorisce enormemente questo dialogo.



CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE

Per rispondere all'elevato bisogno di informazioni, sia in merito alle malattie rare sia riguardo a quelle più diffuse, Novartis è fortemente impegnata nella **creazione e promozione di campagne di sensibilizzazione**.



storie audaci di persone con sclerosi multipla

Campagna di empowerment rivolta alle **persone con Sclerosi Multipla e ai loro caregiver** co-creata da Novartis Italia in collaborazione con AISM e un team di esperti clinici.

È tempo di vita |
tempo per me. tempo per noi.



È un progetto che mira a supportare **le donne con tumore al seno in fase avanzata e le persone a loro vicine** attraverso consulenze di oncologi, condivisione di storie di pazienti e rubriche che trattano argomenti della vita quotidiana come il lavoro, la bellezza e l'alimentazione.



Progetto di **informazione e educazione sulle neoplasie mieloproliferative croniche**. Nato per mettere in contatto i pazienti e chi sta loro accanto, si avvale del contributo di un Board editoriale composto da clinici specializzati in ematologia.



Servizio informativo volto ad **aiutare coloro che soffrono di emicrania a superare le difficoltà di comunicazione** inerenti a questa patologia.



Campagna di sensibilizzazione sul **melanoma** che comprende informazioni relative alla **prevenzione e alle caratteristiche delle diverse tipologie**, oltre a consigli pratici per gestire al meglio la sua comparsa ed evoluzione.

Per scoprire di più sulle nostre campagne di sensibilizzazione visita la pagina sul sito Novartis.it

Reimmaginare il futuro

Cultura della scienza

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

People and Culture

Innovability: Innovation & Sustainability

Società sostenibile

People and Culture

DANIELA DELLA MONICA

HEAD OF FRANCHISE IMMUNOLOGY, HEPATOLOGY AND DERMATOLOGY NOVARTIS FARMA

Mi dicono spesso che pongo molte domande: ma per me le domande sono il miglior modo per capire se stessi, i propri colleghi, e far crescere nel dialogo un team davvero coeso.

Ho costruito il mio percorso professionale e di vita cercando di fare, e di farmi, le domande giuste; non sempre le più comode o le più facili: quelle che permettono a me e ai colleghi di fare sempre dei passi avanti nella relazione e nella visione. Da qui traggo spunto per **individuare i valori alla base della crescita del capitale umano: l'autenticità**. Non ho mai avuto paura di mostrare chi sono; anche le mie fragilità, le mie preoccupazioni, sono sempre state condivise con il team nel modo giusto, sapendo di non avere la risposta a tutte le domande, ma che a volte anzi le risposte vanno cercate tutti assieme.

La pandemia non ha solamente imposto nuovi modelli di organizzazione e di lavoro per rispondere all'emergenza sanitaria: ha dato nuovo peso a valori come fiducia, libertà, cura, delineando anche nuovi modelli organizzativi. Ogni giorno nel team ragioniamo insieme, creiamo insieme; ma soprattutto quello che cerco di fare è chiedere "Come posso aiutarvi?". È una domanda che suscita sorpresa come prima reazione ma che trasferisce il senso di poter contare su qualcuno, perché alla fine **ogni leader è tale solo se è in grado di portare l'organizzazione al massimo potenziale, non lasciando nessuno indietro**.

C'è poi un'altra caratteristica che secondo me è fondamentale per costruire un vero dialogo: è il coraggio, fatto della capacità di assumersi rischi ma attento anche alla valorizzazione degli errori; perché il contesto in cui operiamo e viviamo è talmente **in continua evoluzione** che pensare di poter fare tutto nel miglior modo possibile, o pensare di non assumersi rischi, vuol dire rimanere immobili. **Un leader oggi deve avere coraggio e deve saper valorizzare anche il fallimento** per creare poi un contesto non ostile per le persone che fanno parte della squadra. Lavorare oggi in Novartis è stimolante, perché l'azienda ha una volontà precisa di essere parte del sistema e di agire sul sistema,

“ In Novartis l'attitudine all'innovazione, allo sperimentare nuove idee, nuovi modi di lavorare e nuove sfide non è solo uno stile, un approccio, un metodo: è un dovere etico ”



per renderlo pronto ed efficace sul piano medico, scientifico e tecnologico. **Un'attenzione per l'ecosistema** quindi, **oltre che ovviamente per il paziente**. Nella mia vita sono stata paziente e caregiver e so quali sono le difficoltà di un sistema sanitario che è giustamente considerato d'eccellenza ma che riscontra ancora limiti importanti per i pazienti.

Novartis non si limita a vendere i farmaci ma ha un'ambizione più ampia: facilitare questo percorso. Per questo, quando devo selezionare nuovi compagni di strada, **la prima cosa che guardo in un candidato è la sua motivazione culturale e valoriale, il suo grado di generosità e curiosità**. Perché in Novartis l'attitudine all'innovazione, allo sperimentare nuove idee, nuovi modi di lavorare e nuove sfide non è solo uno stile, un approccio, un metodo: è un dovere etico. In Novartis la chiamiamo "choice with responsibility": perché tende a portare la responsabilità personale a un livello alto, in un contesto in cui l'obiettivo di raggiungere risultati è comunque ispirato dalla capacità di contribuire alla visione, di rafforzare fiducia e vicinanza, di valorizzare il talento, promuovere l'inclusività, ottenere credibilità grazie all'autenticità e all'ascolto.

PAOLO GALLO

EXECUTIVE COACH, AUTORE, GIÀ DIRETTORE HR BANCA MONDIALE, EBRD¹ E WORLD ECONOMIC FORUM

“Parlare di capitale umano per me significa parlare di people and culture: l'insieme di capitale conoscitivo, relazionale e reputazionale che unisce azienda e singolo”



La pandemia ha avuto un importante effetto sul modo con cui le persone si vivono, si percepiscono e anche intendono ora la salute e il benessere, come individui e come professionisti. Guardando da fermi un mondo che era ossessionato dalla velocità, **abbiamo scoperto che l'efficienza non porta necessariamente a esiti positivi e prospettici**. Mi auguro che ci sia davanti a noi un mondo nuovo, dove organizzazioni e persone trovino l'opportunità e il tempo di riflettere sui modi con cui apprendiamo e con cui interagiamo con gli altri attraverso il lavoro, e **spero anche che questa ossessione per la velocità venga sostituita da un altro tipo di attenzione, quella per la profondità**. Vuol dire riflettere bene su alcuni temi. Fermarsi. Ragionare. Capire. È qui che si apre lo spazio a ciò che non è immediatamente efficace ed efficiente, e verso quegli elementi di unicità e intensità emotiva che, se compresi, possono diventare una risorsa buona per cambiare in meglio le relazioni in ambito lavorativo. Eravamo abituati al fatto che il lavoro fosse un posto dove vai, in cui ci sono dei meccanismi prestabiliti e dove c'è un capo che ti dice più o meno quello che devi fare, ma la pandemia ha scardinato questi tre elementi totalmente: **il lavoro non è più un posto dove vai, ma un'attività che ha uno scopo profondo**; non è necessariamente un'attività che devi fare in certi orari e che non dovresti fare in altri; infine, abbiamo veramente

ancora bisogno di un capo? Forse sta proprio nella risposta a quest'ultima domanda uno dei temi salienti in relazione al cosiddetto “capitale umano”: se, infatti, il leader come figura continuerà ad esistere, dovrà connotare le proprie azioni e relazioni in modo molto diverso, non più arroccato nella torre d'avorio costruita su meccanismi di misurazione e di controllo, la famosa efficienza. **Il nuovo tipo di leader di cui le aziende e le persone hanno bisogno invece deve sviluppare fiducia, perché senza fiducia le organizzazioni non vanno avanti**; ma se è molto facile avere dei KPI e dei sistemi di controllo e di valutazione, è un po' difficile, o comunque più complicato, stabilire un rapporto pieno e reciproco nei confronti di persone che tu non vedi, o non incontri ogni giorno. **Come leader hai bisogno quindi di due elementi: il primo è l'apertura all'ascolto, il secondo una motivazione che va al di là dello stipendio e dell'eventuale promozione**. In tale contesto, il potere non può essere più coercitivo, bensì funzionale a mettere insieme persone con un obiettivo in comune molto profondo e con modalità basate sulla relazione sincera e inclusiva invece che sul controllo; per questo spesso parlo della necessità di avere una nuova “bussola”: non solo come immagine, ma in quanto luogo simbolico fatto di legami e azioni basate sulla fiducia. La bussola è *remember what you stand for*, ricordarsi le cose in cui credi davvero, come organizzazione e come persona: non è una job description, non è una posizione, non è uno stipendio, sono le cose che ti fanno alzare al mattino dicendo “io ci credo”. Parlare di “capitale umano” per me significa parlare proprio di questo, di people and culture: l'insieme di capitale conoscitivo, relazionale e reputazionale che unisce azienda e singolo. Tutte qualità umane – fiducia, integrità, compassione, trasparenza, onestà – che ormai sono asset rilevanti e non eludibili. In definitiva, il *next normal* pone le aziende di fronte alla richiesta di un nuovo senso e di una nuova sensibilità: **la creazione di fiducia è dunque il punto di avvio di qualunque pensiero e attività che voglia creare valore** sia per l'organizzazione che per le persone.

¹ European Bank for Reconstruction and Development

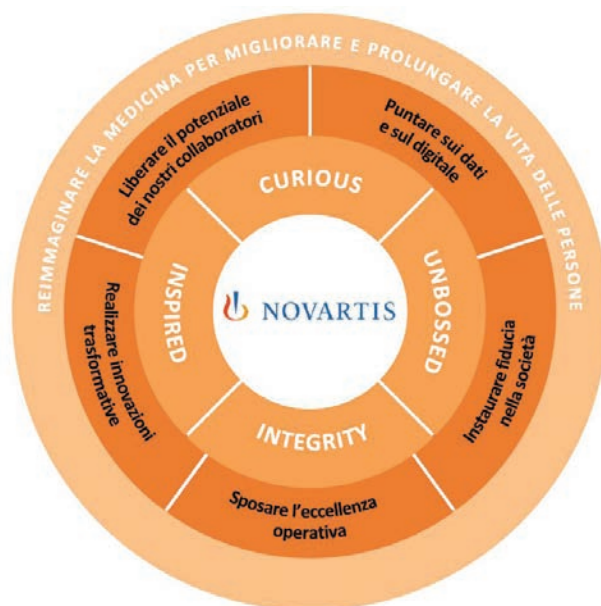
I VALORI DI NOVARTIS

Negli ultimi anni Novartis ha avviato una profonda trasformazione culturale, ponendo le basi di un rinnovamento che riguarda l'approccio ai problemi e alle sfide del mondo contemporaneo, innanzitutto sul fronte della salute, investendo nel modo stesso di lavorare di ogni collaboratore dell'azienda.

Il senso, i contenuti e gli obiettivi di questa nuova cultura sono sintetizzati in tre attributi, "Inspired, Curious e Unbossed", che devono essere parte integrante del patrimonio di valori delle persone Novartis, orientandone azioni e comportamenti. A questi si aggiunge, come condizione ineliminabile, la Integrity.

Per un collaboratore Novartis, essere *inspired* significa innanzitutto **riconoscere l'importanza del proprio contributo** al raggiungimento della missione aziendale, che è quella di migliorare e prolungare - e in molti casi salvare - la vita delle persone: assumere questa consapevolezza e integrarla nel proprio modo di pensare e agire può essere una grande fonte di motivazione e di stimolo alla realizzazione personale. Essere *curious* significa essere **aperti al nuovo**, disponibili a confrontarsi e ad accogliere la sfida di esperienze inedite. È il fondamento della capacità di innovazione, che non è esclusiva dei ricercatori ma, in un contesto che cambia costantemente, riguarda tutti. Essere *unbossed* vuol dire essere **responsabili e autonomi nelle proprie scelte**, contribuendo a costruire un ambiente di lavoro nel quale ci siano maggiori possibilità di dare spazio alle proprie potenzialità, in termini di creatività e capacità operative. Il tutto, naturalmente, in un'ottica di collaborazione e sinergia con le altre risorse aziendali, per raggiungere gli obiettivi comuni.

Integrity, infine, vuol dire **'fare la cosa giusta'**, in modo leale e trasparente, tale da giustificare e ripagare la fiducia che gli interlocutori, interni ed esterni, ripongono in noi.



Differenza di genere ma non solo: anche di età, di etnia e cultura, di condizioni fisiche, di stili ed esperienze di vita, senza dimenticare la grande varietà di background formativi e professionali. La *Diversity & Inclusion* è un valore, etico e civile, che è in larga misura ormai acquisito in Novartis, in tutti i suoi aspetti e implicazioni. Così come è diffusa la consapevolezza che **le diversità rappresentano un patrimonio irrinunciabile per un'azienda globale**, che opera in scenari differenti e soggetti a cambiamenti rapidi. Tuttavia, accogliere con convinzione le differenze e, a maggior ragione, saperle valorizzarle, è un processo dinamico e non necessariamente irreversibile. Per questa ragione l'impegno di Novartis sul tema è sempre molto intenso e orientato a tradurre i principi condivisi nella realtà di tutti i giorni. In materia, le priorità strategiche di Novartis riguardano innanzitutto la costruzione di un ambiente lavorativo nel quale sia sempre garantito, a ogni collaboratore, un **trattamento ispirato a equità, dignità e rispetto**. Altrettanto prioritaria è un'educazione permanente all'inclusione, che

deve esprimersi anche in parità di condizioni, per consentire a tutti, e a tutte, di contribuire nel modo migliore alla crescita dell'azienda. L'impegno di Novartis, inoltre, non deve ripiegarsi esclusivamente sull'azienda, ma va rivolto anche all'esterno, per **contribuire a fare dell'inclusività un valore praticato nell'intera società**. Su ognuno di questi temi si sviluppano molti programmi e iniziative. Quelli che hanno finora registrato **i progressi più significativi**, anche perché riflettono un impegno ormai consolidato da tempo, **riguardano la differenza di genere**, quindi parità retributiva, uguali opportunità di carriera tra donne e uomini, condizioni di lavoro favorevoli per la popolazione femminile.

Nelle retribuzioni, i progressi sono stati notevoli ed entro il 2023 in Novartis sarà colmato ogni gap retributivo tra uomini e donne. Molto rilevanti anche i progressi sul fronte delle opportunità di sviluppo, ambito nel quale è costante l'impegno indirizzato a garantire alle donne condizioni analoghe a quelle degli uomini. Un altro terreno qualificato di intervento è quello della **conciliazione tra vita professionale e vita privata**. In quest'ambito, la certificazione secondo lo **standard Family Audit**, ottenuta nel 2017, ha favorito lo sviluppo di politiche e progetti in grado di favorire un sempre migliore equilibrio tra esigenze lavorative e personali. Tra questi lo smart working, evoluto oggi in un modello, Choice with Responsibility, che fa leva su una notevole flessibilità operativa e su un'ampia responsabilizzazione dei dipendenti. Importante e innovativa, infine, è stata la decisione adottata da Novartis nel 2020 di garantire il diritto al **congedo parentale** per la nascita o l'adozione di un figlio anche al genitore che, per legge, non ne potrebbe usufruire nella stessa misura: vale **per il padre come per il partner del genitore biologico, senza distinzioni di sesso**. A sostegno della sua introduzione in azienda sono stati organizzati specifici corsi di formazione riservati ai genitori e ai manager dell'azienda, oltre a sessioni di coaching.



LEADERSHIP FEMMINILE

Contenuti e stile di leadership sono naturalmente il fattore chiave per il futuro dell'azienda e Novartis sta dedicando un impegno speciale alla selezione e formazione di leader in grado di svolgere nel modo più consapevole ed efficace il proprio ruolo. Coerentemente con la sua cultura, Novartis punta in particolare a far crescere al proprio interno una **leadership capace di costruire team responsabili**, rimuovendo gli ostacoli di varia natura che, nelle persone che a loro fanno riferimento, possono condizionare la piena espressione del potenziale umano e professionale. In questo quadro, ha una grande importanza lo **sviluppo di una leadership 'al femminile'**, un terreno sul quale in Novartis si sono registrati negli ultimi anni progressi decisamente significativi. In Italia, è da rilevare che le donne rappresentano ormai la maggioranza dei dipendenti con il 51% dell'organico. E la presenza femminile nel management (quadri e dirigenti) è ancora maggiore, raggiungendo il 53%.



La **valorizzazione dei giovani talenti** è un aspetto qualificante delle politiche Novartis, che ha anche effetti significativi sul mercato del lavoro, in particolare per quanto riguarda i laureati in discipline scientifiche al primo impiego. Ne è un esempio l'iniziativa di recruitment avviata all'inizio del 2019, che si è rivolta espressamente a neolaureati ed era finalizzata alla realizzazione di una 'rete' con caratteristiche innovative. Nel giro di pochi mesi è nata così la Linea Embrace, costituita da oltre **70 giovani, specificamente formati sulla gestione delle patologie croniche** e destinati a un'attività di consulenza e sostegno, su questo tema, nei confronti dei medici di base.

Proprio la gestione delle cronicità, cioè l'insieme delle cure e dei servizi rivolti ai pazienti che soffrono di una o più patologie croniche, è oggi una delle maggiori criticità per i sistemi sanitari di tutto il mondo, al punto che si calcola assorba tra il 70 e l'80% delle loro risorse. L'Italia non fa eccezione, se si considera che il 40% circa della popolazione soffre almeno di una patologia cronica. Per affrontare una sfida di queste proporzioni, decisiva tan-

to per la tutela della salute pubblica quanto per la sostenibilità del sistema, si rende **necessario un approccio di tipo nuovo**, basato su una 'sanità d'iniziativa' che sappia integrare assistenza ospedaliera e medicina territoriale, *digital health* e cure domiciliari, il tutto allo **scopo di ridurre i tempi di accesso alle diagnosi**, rendere più efficiente la gestione della patologia e favorire l'aderenza alla terapia dei pazienti.

I giovani Embrace Advisor di Novartis sono chiamati esattamente a **favorire un'evoluzione in questo senso della medicina territoriale**, offrendo una collaborazione qualificata ai medici di medicina generale nell'identificazione precoce di pazienti a rischio, nell'adozione di metodologie e strumenti in grado di sostenere una gestione a distanza dei pazienti cronici e nel facilitare una migliore integrazione tra medicina di base e specialistica. È una collaborazione che **in due anni ha consentito di identificare 14.000 pazienti con malattie croniche** che, grazie a una diagnosi precoce, hanno avuto accesso a un percorso terapeutico appropriato.



Reimmaginare il futuro

Cultura della scienza

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

People and Culture

Innovability: Innovation & Sustainability

Società sostenibile

Innovability: Innovation & Sustainability

FRANCISCO GARCIA

CHIEF DIGITAL AND DATA OFFICER,
NOVARTIS ITALIA

Tutti dovremmo sentirci ispirati da una recente dichiarazione di Richard Branson: “Quando ero piccolo sognavo di andare nello spazio, e ci sono riuscito; quindi immaginate cosa potete fare voi”. La cito perché, parlando di innovazione, a me piace differenziarla dall'invenzione: l'invenzione è **avere un'idea mentre l'innovazione è scoprire una nuova possibilità** e riuscire a farla adottare, trovando un modo **affinché questa faccia la differenza nella vita quotidiana delle persone**. Per Novartis, fare innovazione è proprio questo: ricerca continua di soluzioni in grado di migliorare la vita delle persone. Parlo di terapie nuove, come i radioligandi, ma anche delle innovative terapie geniche che offrono speranza di cura per malattie rare che, fino a poco tempo fa erano incurabili. Se tutto questo oggi è realtà lo dobbiamo a investimenti, competenza e perseveranza.

C'è poi un altro tipo di innovazione ed è quella che riguarda l'ecosistema in cui operiamo, ovvero quello della salute, che vogliamo sia di eccellenza. Innovare migliorando la sanità, essere sempre più vicini ai pazienti e ai loro bisogni, rendere la cura **accessibile e inclusiva**, prevedere una gestione diretta tra tutti gli attori coinvolti sono strettamente legati al concetto di **sostenibilità** dell'innovazione. Quando ci chiediamo a che punto siamo, beh, siamo all'inizio di una nuova era. Ad esempio nella telemedicina, e in generale nel mondo della connected-care, le possibilità relative a cosa possiamo fare stanno esplodendo, permettendoci di individuare scenari promettenti a breve-medio termine. Certo, non abbiamo ancora tutte le risposte, ma ci sono metodi per affrontare l'innovazione e renderla efficace ed efficiente.

Il futuro è già arrivato, solo che non è uniformemente distribuito; ci sono tanti esempi virtuosi nati nel corso degli ultimi anni i cui risultati, seppur arrivati come risposta a un bisogno pressante ed emergenziale come quello legato alla pandemia, sono certo resteranno. **L'innovazione tecnologica e la digitalizzazione stanno rivoluzionando il nostro modo di vivere e curarci**, dando vita a nuovi canali e modalità di contatto in grado di ren-

“ **L'innovazione tecnologica e la digitalizzazione stanno rivoluzionando il nostro modo di vivere e curarci, ciò che dobbiamo abbracciare è il metodo e il coraggio di osare con intelligenza, per sviluppare delle soluzioni che cambino il mondo** ”



dere i processi di informazione, cura e assistenza più rapidi, sostenibili e personalizzabili. Serve a poco soffermarsi su cosa ci manca, è molto più utile focalizzarsi su ciò che è già tra noi e che è tanto. Quello che dobbiamo **abbracciare è il metodo e il coraggio di osare con intelligenza**, per assicurarci di **sviluppare delle soluzioni che cambino il mondo**.

VICTOR SAVEVSKI

CHIEF INNOVATION OFFICER E A.I.
CENTER DIRECTOR, HUMANITAS

“Integrare i sistemi di Intelligenza Artificiale nella sanità è forse la sfida più importante da attuare al momento in Italia”



Per me fare innovazione significa investire in tre parole chiave: **tecnologie, talenti e competenze multidisciplinari. Il futuro della cura e della ricerca passa da qui.** Partiamo dalla prima: la tecnologia è sempre stata alla base del cambiamento e delle evoluzioni scientifiche e grazie all'innovazione tecnologica oggi in medicina siamo arrivati a poter studiare cosa accade a livello di ogni singola cellula; ma la massa di dati che otteniamo grazie alle scienze cosiddette omiche (genomica, proteomica, etc.) è tale che può essere analizzata solo con approcci di Intelligenza Artificiale, che vanno implementati e resi prassi. La sfida è riuscire poi a portare tali risultati al letto del paziente ed è quello che stiamo cercando di fare con un approccio sempre più multidisciplinare, all'interno del quale bioingegneri, data scientist, medici e ricercatori lavorano fianco a fianco unendo talento e competenze. **Il futuro della salute sta dunque nella convergenza tra la medicina e la tecnologia:** perché un approccio aperto ai diversi ambiti di conoscenza, e un'analisi che integri storia clinica del paziente con familiarità e diagnosi, sono fondamentali in un panorama clinico in cui le patologie diventano sempre più articolate e necessitano di prestazioni di cura sempre più personalizzate. In tal senso viviamo un clima che lascia sperare, perché la pandemia ha modificato le abitudini delle persone rendendole più aperte a adottare soluzioni di virtual care e wellness direttamente in casa,

ma non solo: ora che i cittadini sono aperti alle possibilità offerte dai canali digitali, crescerà sempre di più la domanda di prodotti e servizi altamente personalizzati. La sanità, sempre più orientata verso la connected care, non fa eccezione, anzi, è pronta sul piano ideale ad attuare un modello di gestione innovativo di rete per la cura e la salute dei cittadini; ma la connected care implica la **diffusione delle tecnologie digitali e la loro integrazione nel percorso di prevenzione, diagnosi, cura e follow-up dei cittadini**, per rendere le cure non solo più efficaci ma più accessibili. Se sul versante tecnologico - dalle app di digital therapeutics al delivery dei farmaci fino ai wearable - l'offerta di servizi dedicati sta evolvendo velocemente, per vincere davvero questa sfida servono dunque ancora fondi per formazione e sviluppo dei processi di digitalizzazione della Sanità, ancora largamente incompiuti in molti ambiti fondamentali come l'Intelligenza Artificiale. Ma soprattutto manca ancora un framework organizzativo efficiente, regolamenti e normative agili che permettano accesso e trasparenza nella conservazione e nel trattamento dei dati, alla base dei processi di personalizzazione della medicina. Sono già tantissime le partnership nell'healthcare che vedono coinvolti fornitori di servizi tecnologici, servizi sanitari e aziende farmaceutiche: una collaborazione imprescindibile nell'iperconnesso ecosistema attuale, e assolutamente necessaria in quanto con l'invecchiamento della popolazione aumenta anche la complessità delle patologie e così i dati da analizzare. La volontà è dunque chiara, da qui l'importanza di avere a disposizione tecnologie all'altezza del compito: per questo motivo, **integrare i sistemi di Intelligenza Artificiale nella sanità è forse la sfida più importante da attuare al momento in Italia.**

DIGITAL HEALTH, PER LA PREVENZIONE E LA GESTIONE DELLE CRONICITÀ

Sono 24 milioni i cittadini italiani che soffrono di una malattia cronica, il 40% circa della popolazione, e oltre la metà di loro sono affetti da multi-cronicità. Ai bisogni di questa sterminata platea di pazienti, e alle esigenze di un sistema sanitario chiamato a gestirli, **le tecnologie digitali sono in grado di offrire risposte nuove ed efficaci: le uniche realmente sostenibili,** verosimilmente, di fronte a un fenomeno le cui dimensioni sono in costante crescita. Le soluzioni rese possibili da questo ingresso del digital nella medicina sono innumerevoli e già sufficientemente note: comprendono visite mediche via internet, teleconsulto tra medici, applicazioni web e mobile per la trasmissione di informazioni sul percorso terapeutico, rilevazione dei parametri vitali dei pazienti, etc. Per paradossale che possa apparire, è in queste infinite opzioni della 'medicina a distanza' che si viene concretizzando quella nuova versione della 'medicina di prossimità', indispensabile proprio per far fronte alla sfida delle cronicità, verso la quale si sta orientando la sanità per superare i limiti di un



modello centrato sull'ospedale. I modi attraverso i quali **il digitale potrà trasformare radicalmente l'assistenza e la cura domiciliari vanno anche oltre le applicazioni di telemedicina.** Grazie all'A.I., infatti, e alla possibilità di elaborare istantaneamente enormi quantità di dati, ai medici è offerta la possibilità di intervenire con estrema efficacia nell'ambito della prevenzione, nella tempestività della diagnosi, nella definizione e nella modulazione del trattamento più idoneo alle specifiche necessità del paziente cronico. È quanto avviene oggi in oncologia con la piattaforma WelCare sviluppata da Novartis che incrementa, potenziandola, la capacità di comunicazione e interazione tra centri specialistici, migliorando l'accesso dei pazienti alla terapia cellulare CAR-T. Senza dimenticare che le **piattaforme digitali**, facilitando il dialogo tra medico curante e specialista, teoricamente **consentono a qualsiasi paziente cronico, ovunque si trovi, di accedere alle cure più adeguate.**

OPeNet, IA E MEDICINA D'INIZIATIVA

Nata dalla collaborazione tra Novartis, IBM Italia e Net Medica Italia, OPeNet è una piattaforma per la medicina a distanza che si distingue non solo per la particolare versatilità ma anche, e soprattutto, per le 'prestazioni' avanzate che può erogare, **a sostegno dell'attività dei professionisti della salute**. In sintesi, il sistema permette ai medici di Medicina Generale di restare in contatto con i pazienti anche in remoto, di disporre stabilmente di un supporto formativo per le patologie croniche, nonché di effettuare teleconsulti.

Ma, grazie a soluzioni di Intelligenza Artificiale, OPeNet è anche in grado di aggiornarsi in tempo reale, analizzando i dati presenti nelle cartelle cliniche, generando insight sul percorso di cura e sullo stato di salute del paziente, così da permettere un intervento più efficace nel monitoraggio dell'aderenza alle terapie. In questo modo, **la piattaforma consente di sviluppare un'efficace 'medicina d'iniziativa'**, grazie alla quale si può offrire **una assistenza proattiva e personalizzata, con diagnosi precoce e gestione in remoto**, facilitando la collaborazione tra medico curante e specialista, **intervenedo prima** che le patologie si aggravino e rendano necessario un eventuale ricovero.

OPeNet permette **l'integrazione e lo scambio di dati con gran parte dei sistemi gestionali e delle piattaforme utilizzate dai medici di base**, favorendo la connessione tra tutti i principali attori coinvolti nel percorso di cura del paziente. Un Assistente Virtuale per il medico fornisce, 24 ore al giorno, le informazioni aggiornate sulle patologie croniche disponibili al momento.

La piattaforma è potenzialmente in grado di offrire un supporto efficace nella gestione di molte patologie. Attualmente è utilizzata da oltre 600 medici di Medicina Generale su tutto il territorio nazionale per i pazienti cronici affetti da scompenso cardiaco e da psoriasi.

RiAtlas HEALTHCARE

RiAtlas Healthcare è una **soluzione digitale**, certificata come Dispositivo medico Software, **per la presa in carico e monitoraggio attivo di pazienti oncologici** che avviano un percorso terapeutico assistenziale. La soluzione è composta da una Mobile App dedicata al paziente, integrata con uno smartwatch, una Web App per il clinico e uno strumento di AI per la classificazione dello stato di salute del paziente. Questa soluzione sarà utilizzata per la prima volta da Novartis Oncologia Italia all'interno di studi clinici e progetti dedicati ai pazienti.



APPLICAZIONI DI TELEMEDICINA

La medicina a distanza sta diventando una realtà sempre più diffusa e si arricchisce via via di soluzioni avanzate, in grado di rendere particolarmente efficace il dialogo tra medico e paziente. Le esperienze di Novartis in quest'ambito si moltiplicano, riguardano le più diverse aree terapeutiche e patologie e dimostrano come le soluzioni di telemedicina possano rispondere a una pluralità di esigenze, dalla condivisione in tempo reale delle informazioni sull'evoluzione della malattia alla visita virtuale, non di rado necessaria per pazienti con difficoltà di spostamento.

La piattaforma NoEmi (No Emicrania) è per esempio **indicata per rendere il più possibile agevole la comunicazione tra medico e paziente** in relazione alla gestione di una patologia notoriamente complessa, sia per quanto riguarda **la diagnosi** sia per la **definizione del percorso terapeutico appropriato**. Realizzata con la collaborazione dei maggiori esperti italiani di cefalea, NoEmi innanzitutto consente al paziente con emicrania di tracciare un identikit della malattia di cui soffre. Molto utili, a questo proposito, sono i materiali di comunicazione (articoli e video) messi a disposizione dalla piattaforma, che aiutano il paziente a comprendere più a fondo origine e caratteristiche dell'emicrania e come la si deve affrontare. A ciò si aggiunge un percorso guidato per favorire la raccolta delle informazioni che saranno preziose per le visite mediche e per l'intero percorso di cura. Il progetto è sviluppato in partnership con la piattaforma PagineMediche assieme a un team di esperti specializzati nella diagnosi e cura delle cefalee.



APPLICAZIONI DI REALTÀ VIRTUALE

In più di 30 anni di ricerca scientifica, la realtà virtuale è emersa come strumento efficace in ambito salute e benessere per il trattamento non farmacologico di diverse condizioni acute e croniche, dai disturbi di ansia alla percezione del dolore, fino alla riabilitazione psicomotoria. **AREAL è un'applicazione in realtà virtuale (Virtual Reality) progettata a supporto di pazienti con malattie del sangue, come talassemia e anemia falciforme**, durante le ricorrenti procedure di trasfusione di sangue. Il progetto è stato sviluppato dalla startup italiana Softcare Studios, operativa nel settore della digital health e tecnologie immersive dal 2017, in partnership con Novartis.

Il progetto è stato pensato come **strumento digitale, non farmacologico e non invasivo**, utile a valorizzare il tempo vissuto dai pazienti durante la procedura trasfusionale o infusioni di farmaci endovena a cui devono sottoporsi per tutta la durata della loro vita, che tradizionalmente richiede diverse ore e determina una limitata mobilità del paziente in ospedale.

Nell'esperienza di gaming in realtà virtuale di AREAL, i pazienti vengono invitati a indossare adeguati dispositivi chiamati visori VR che permettono una fruizione immersiva del contenuto proposto, ossia la sensazione di essere presenti in un altro spazio, diverso dal contesto clinico di partenza, da guardare e ascoltare a 360 gradi.



IL SERIOUS DIGITAL GAME A SUPPORTO DELLA TELERIABILITAZIONE

La sclerosi multipla è una malattia neurodegenerativa che colpisce il sistema nervoso centrale della persona compromettendo le funzioni cognitive e motorie, con conseguenze anche molto gravi che impattano negativamente sulla quotidianità. Gli sviluppi della ricerca medica hanno però portato all'elaborazione di approcci terapeutici avanzati e mirati, che riconoscono anche il ruolo fondamentale che svolge la riabilitazione in termini di conservazione delle capacità residue e del loro miglioramento, puntando a garantire una buona qualità di vita ai pazienti.

Re-play è un innovativo Programma di Supporto per pazienti adulti con Sclerosi Multipla che presentano una disabilità residua motoria e cognitiva. Il progetto si avvale di una piattaforma digitale di Serious Game che ha l'obiettivo di garantire al paziente un supporto nella fase riabilitativa della malattia, **favorendo un recupero delle funzioni cognitive e motorie**. I Serious Games sono dei giochi virtuali ideati con uno scopo diverso da quello ludico. Infatti, la piattaforma proposta nel progetto "Re-Play" è stata appositamente sviluppata per il paziente con sclerosi multipla da Imaginary, azienda italiana specializzata in e-health, con l'obiettivo di supportare il paziente nel recupero delle funzioni cognitive e motorie.

In Italia Novartis è impegnata in diverse iniziative e programmi di ampio respiro, con più partner istituzionali e privati, che intendono stimolare nel paese la capacità di innovazione nel settore Salute, facendo leva soprattutto sulle grandi potenzialità del digitale. L'azienda punta a sviluppare un network che alimenti la collaborazione tra enti diversi per sostenere lo sviluppo di soluzioni che supportino la missione di reimmaginare la medicina, combinando la profonda esperienza scientifica e conoscenza del settore delle Life Science con chi può offrire soluzioni tecnologiche avanzate. Innovazione, quindi, sempre più 'aperta'. Su questo nuovo paradigma si basa la crescita economica, sociale e civile di ogni comunità, nella quale è necessario si sviluppi un ecosistema ben attrezzato a immaginare e costruire progetti in grado di affrontare le domande di progresso, equità e sostenibilità del futuro. E questo significa **sostenere la nascita e la maturazione di startup, favorire lo scambio e l'integrazione di tecnologie, rendere il più possibile fluida la circolazione di idee nuove**. Novartis è particolarmente attiva in questa direzione, attraverso progettualità e partnership che vogliono contribuire a rendere l'Italia un territorio realmente 'accogliente' per l'Open Innovation.

BIOME

Il gruppo Novartis ha dato vita a una rete internazionale di **Digital Innovation Hub: Novartis Biome**. Biome è una unità cross-divisionale a supporto dello sviluppo e implementazione delle iniziative di Open Innovation: il suo obiettivo è quello di **accelerare le connessioni tra Novartis e tutti i partner dell'ecosistema sanitario e tecnologico**. Oggi la rete Biome conta più di 12 hub locali già operativi in tutto il mondo e dal 2022 sarà operativa anche in Italia.



FEDERATED INNOVATION™@MIND

Novartis è tra le aziende fondatrici dell'area tematica delle Life Sciences di Federated Innovation™@MIND. La Federated Innovation è un modello che mira a **sviluppare innovazione nel campo delle Life Sciences e City of the Future** e riunisce 32 aziende che collaboreranno in un ambiente virtuoso e stimolante per accelerare la traduzione di idee in nuovi prodotti, processi e servizi che contribuiscano al rilancio economico del Paese. Situata nell'ex area Expo del capoluogo lombardo, **il Milano Innovation District (MIND) si propone come uno dei principali centri italiani per lo sviluppo dell'innovazione**, in ogni ambito, catalizzatore di opportunità per la sua crescita economica e sociale. A questo progetto concorrono anche importanti istituzioni pubbliche e private, tra le quali Human Technopole, il nuovo Istituto di ricerca italiano delle Scienze della Vita, l'IRCSS Galeazzi, il campus dell'Università degli Studi di Milano Science for Citizens, oltre a facoltà scientifiche e altre aziende private. In particolare, Novartis è impegnata nei tre workstream relativi a *Value Based Health Care*, *Open Data & Digital* e *Sustainability & Circular Economy*, che vedono riuniti, insieme alle imprese, anche il mondo accademico, istituti di formazione e ricerca che insieme **condivideranno risorse, conoscenza e tecnologie**, per l'identificazione e la co-creazione di nuove soluzioni innovative.



INNOVATION HUB DI TORRE ANNUNZIATA

L'**Innovation Hub** di Torre Annunziata è stato lanciato a maggio 2020 nel perimetro del grande insediamento produttivo di Novartis, e rappresenta **un hub dell'innovazione ad alta intensità di ricerca scientifico-tecnologica e un polo d'attrazione per startup**, centri di ricerca e imprese dell'area napoletana, tra le più vivaci sul fronte dell'innovazione, e in generale di tutto il Mezzogiorno.

Nell'**Innovation Hub** è presente **AXXAM**, che si occupa di attività di ricerca e servizi dedicati all'identificazione e caratterizzazione di principi attivi innovativi, che ha trasferito una parte dei suoi laboratori di ricerca nel Campus Novartis.

Una significativa collaborazione è nata anche con le startup **ABzero** che ha sviluppato un particolare sistema focalizzato sull'utilizzo di droni per il trasporto delle sacche di sangue e di farmaci oltre a **RiAtlas Healthcare**, una start up innovativa, spin off autorizzata dell'Università degli Studi di Salerno, attiva nel settore della salute digitale (e-health), a supporto di una medicina di precisione.

Reimmaginare il futuro

Cultura della scienza

Il dialogo di Novartis con i suoi stakeholder continua

People and Culture

Innovability: Innovation & Sustainability

Società sostenibile

Società sostenibile

GIANLUCA ANSALONE

HEAD OF PUBLIC AFFAIRS & SUSTAINABILITY,
NOVARTIS ITALIA

La pandemia ci lascia in eredità la consapevolezza che di fronte ai grandi stravolgimenti, gli unici ingredienti che ci consentono di evolvere sono cambiamento e innovazione. È una lezione che vale per individui, paesi, imprese, comunità globale. Per questo credo che sia oggi il tempo del coraggio e del ritorno alla competenza. **Il settore delle Scienze della Vita ha un'intrinseca connotazione sociale: prolungare e migliorare la vita delle persone.** Produrre farmaci, investire in ricerca all'avanguardia è stato sufficiente e coerente per lungo tempo, in un mondo governato da dinamiche dove i confini dei settori e dei saperi erano decisamente angusti. Rimane una condizione necessaria ma, se vogliamo essere coraggiosi, dobbiamo **rompere i confini dei saperi e agire sulle determinanti sociali, culturali e ambientali** che mettono in discussione **una salute equa, inclusiva e sostenibile.** È una sfida, ma anche un'occasione unica per ridisegnare una salute che sia finalmente al centro di un nuovo paradigma di benessere dei cittadini. Novartis sta prendendo molto sul serio questa sfida. La pandemia ha rotto il rapporto di fiducia tra politica e istituzioni, cittadini e scienza. Si tratta del fondamento delle democrazie ed è compito di tutti gli attori provare a ricucirlo. La mappa del mondo sta cambiando rapidamente e assistiamo a nuove contrapposizioni, all'uso strumentale della scienza per fini geopolitici, alla diffidenza verso il sapere e alla diffusione senza precedenti di fake news. La malattia mortale di questa epoca storica è la ipersemplificazione: il mondo è complesso ma la tendenza di tutti è semplificare. Dobbiamo riscoprire il senso della profondità strategica, la visione delle nostre comunità per i prossimi 20 anni. E se penso alle priorità che dobbiamo affrontare, la transizione ambientale e la sostenibilità sono in cima alle agende politiche nazionali e internazionali. **La centralità della crescita sostenibile e la necessità di accelerare gli investimenti verdi e gli interventi per una transizione equa e inclusiva** sono il perimetro ineludibile all'interno del quale si svilupperanno gli scenari del futuro. La vera rivoluzione rispetto al passato però non sono più le dichiarazioni: l'as-

“ **Essere sostenibili vuol dire far sì che siano le strategie e i prodotti, in altre parole il business in tutte le sue fasi, a cambiare per rispondere sempre meglio alle sfide sociali, ambientali ed economiche della comunità** ”



se dell'attenzione e del dibattito si sta spostando dal perché al come. È qui che entra in gioco la necessità di muoverci tutti nella stessa direzione e il ruolo delle aziende sta diventando centrale, e non c'è spazio per gli equivoci: **essere sostenibili** non significa redistribuire parte del valore generato sotto forma di filantropia; **vuol dire invece far sì che siano le strategie e i prodotti, in altre parole il business in tutte le sue fasi, a cambiare per rispondere sempre meglio alle sfide sociali, ambientali ed economiche della comunità.** Questo implica un cambio culturale, risorse, impegni chiari e una strategia a lungo termine misurabile e definita per tappe effettive e raggiungibili.

L'approccio è fondamentale per scardinare la visione filantropica e far assorbire la sostenibilità come strumento competitivo dell'azienda, parte strutturale delle priorità e in tutte le divisioni. Allo stesso modo una governance diffusa è l'unico modo per dare avvio alla transizione incardinata su impegni, strategia e misurazione. Sappiamo che non possiamo creare valore per noi stessi se non creiamo condizioni economiche, ambientali e sociali sostenibili per i pazienti, per il servizio sanitario nazionale e per tutta la comunità di cui noi stessi siamo parte. Ma i migliori alleati in questo percorso sono contenuti e concretezza: per non scadere in grandi slogan privi di sostanza ed effetto.

LUCIA SILVA

GROUP HEAD OF SOCIAL RESPONSIBILITY,
ASSICURAZIONI GENERALI SPA

“La via verso la sostenibilità non può che essere una transizione non solo di sistema, ma anche giusta, attenta a come i cambiamenti impattano sulle persone, come individui e lavoratori, allineando people and planet, due variabili che hanno bisogno entrambe di essere soddisfatte”



La vocazione verso una crescita sostenibile e la necessità di spingere gli investimenti verdi e sociali per una transizione giusta, equa e inclusiva, sono gli scenari in cui già stiamo agendo oggi e agiremo sempre più domani. La sostenibilità è una visione del futuro e di come si crea valore, per cui ormai è chiaro lo scenario che ci attende: andiamo verso aziende che dovranno essere sempre più rigenerative, che non distruggano valore, non creino esternalità negative, che nelle proprie attività siano attente alla misurazione dei vari impatti cercando il più possibile di lavorare per implementare quelli positivi. Lo stesso concetto di valore è ben più ampio che in passato perché mette insieme la parte tradizionale, finanziaria, con quella ESG; in termini di reputazione e azione serve integrare i fattori ESG all'interno dei processi chiave di business, perché **la sostenibilità non è semplicemente una parola: deve essere qualcosa di agito, misurato, e che si innesta nei processi chiave dell'organizzazione** in maniera da diventare architrave della strategia e dello stile di leadership. In altri termini è come se il core business delle aziende debba allinearsi ai *sustainable development goal* dell'agenda ONU orientati verso la creazione di un valore a 360°. Si tratta, nella pratica, di avere **grandi ambizioni positive che colleghino ogni attività a una dimen-**

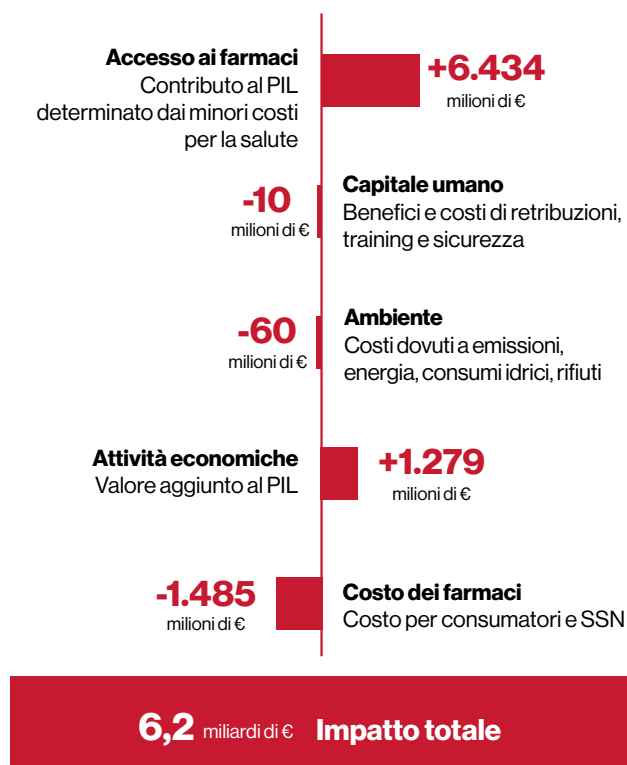
sione etica e di inclusione: significa un focus su gender, perché in questo momento la presenza femminile in funzioni apicali è il tema, ma anche rispetto alle abilità diverse e alla differenza di età e di cultura. Il percorso verso una piena sostenibilità è una sensibilità che, basandosi su nuovi mindset e nuovi comportamenti, deve svilupparsi per tappe; ma, allo stesso tempo, è fondamentale operare ogni giorno nella direzione di un concetto di valore potenziato e condiviso, in grado di rompere gli steccati tra le grandi aziende come richiamato dal diciassettesimo dei *sustainable development goal*, che parla di proprio di partnership. Arrivo qui a un punto per me essenziale: **la via verso la sostenibilità non può che essere una transizione non solo di sistema, ma anche giusta, attenta a come i cambiamenti impattano sulle persone, come individui e lavoratori, allineando people and planet, due variabili che hanno bisogno entrambe di essere soddisfatte.** In questo senso dico spesso che la sostenibilità richiama la sfida della complessità: perché soluzioni facili, rapide, indolori purtroppo non ce ne sono, e quindi bisogna riuscire ad acquisire quei criteri che permettano di capire le molteplici conseguenze legate a ogni decisione che si prende. Se per un verso è importante non dimenticare i richiami portati avanti dalle organizzazioni della società civile, che mettono molta pressione e che sono cresciute moltissimo negli ultimi anni, d'altro canto è altrettanto prezioso coadiuvare la riflessione focalizzata sull'ambiente e il climate change con le altre variabili importanti presenti al tavolo. **La sostenibilità è un tema molto complesso**, perché dietro ogni soluzione ci sono tante tendenze diverse che impediscono di aderire a un'unica ricetta: **è sì un tema ambientale, ma è anche un tema di lavoratori e di comunità.** Credo che adesso non sia né il momento del cinismo, proprio di chi crede che nulla possa cambiare, né quello della rabbia, di chi riterrebbe opportuno e urgente rovesciare il tavolo del confronto: è iniziato un **percorso di reale proiezione in avanti e in meglio**, ma va compreso che è una sfida alla complessità che dobbiamo certamente vincere, in tempi ragionevoli, non lasciando indietro nessuno.

GLI INDICI SEE

Il presupposto è che, al di là delle intenzioni e delle dichiarazioni, **l'impegno verso la sostenibilità deve essere concretamente misurabile**, cioè traducibile in fatti e numeri ai quali ognuno possa accedere e che ognuno possa valutare e confrontare. Per questa ragione **Novartis utilizza una metodologia di analisi del proprio 'profilo di sostenibilità'**, attraverso la quale è possibile misurare l'impatto delle attività in ambito economico, sociale e ambientale.

Questa metodologia, messa a punto dal WiFOR Institute (Independent Economic Research Institute), è applicata da Novartis su scala globale, ma l'Italia ha scelto di adottarla anche per una specifica analisi a livello nazionale. L'output è rappresentato dagli **indici SEE – Social, Environmental and Economic**, che ogni anno **fotografano le performance di Novartis nel nostro paese** in relazione alle singole voci che definiscono la sostenibilità, fino a determinare un vero e proprio saldo dei costi e dei benefici, che rappresenta l'impatto totale generato dalla presenza e dalle attività dell'azienda (dati 2020). Le singole voci fanno riferimento in primo luogo all'oggetto socia-

le stesso di Novartis, cioè allo sviluppo, alla realizzazione e alla diffusione dei farmaci, misurando da un lato i benefici che derivano da queste attività alla collettività nazionale, convertibili in termini di contributo al PIL, dall'altro i costi che comportano (di fatto, il costo relativo al consumo dei farmaci). C'è poi il valore aggiunto assicurato al PIL dal punto di vista strettamente economico/finanziario, a fronte dei costi collettivi derivanti dall'impatto ambientale. Per quanto riguarda i benefici prodotti dall'attività farmaceutica, la misurazione prende in considerazione **l'utilizzo dei farmaci Novartis, che in Italia raggiungono circa 11,7 milioni di pazienti**. I minori costi per la salute sono valutati sulla base del miglioramento della qualità della vita, la riduzione delle ospedalizzazioni, giornate di malattia, assenze forzate dal lavoro. L'impatto finanziario è invece determinato, tra l'altro, dalle imposte versate ogni anno allo Stato italiano, dai risparmi per il sistema sanitario generati dalla diffusione dei farmaci equivalenti, dai farmaci messi gratuitamente a disposizione da Novartis per uso compassionevole. **Nel 2020, l'impatto di Novartis sulla collettività nazionale ha generato un saldo positivo di quasi 6,2 miliardi di euro.**



Nota: Impatto totale generato dalla presenza e dalle attività di Novartis in Italia nel 2020.

Obiettivi di sostenibilità sociale, economica e ambientale sono parte integrante delle strategie dell'azienda a tutti i livelli e in tutte le divisioni, compreso il business. L'ambizione è quella di rendere concreto, misurabile e capillare l'approccio fondato sulla creazione di Valore Condiviso tra l'azienda, l'ambiente, la comunità di cui è parte. Ciò si traduce anche con obiettivi condivisi trasparenti. Nasce in questo spirito e con questo compito il **Comitato Shared Value & Sustainability**, costituito per imprimere un'accelerazione all'impegno di Novartis su questo fronte, integrandone in modo esplicito i contenuti e gli obiettivi all'interno delle strategie dell'azienda e di tutte le sue attività e processi di business. Il comitato, che riporta direttamente al Country President di Novartis Italia, è guidato dalla nuova funzione di Public Affairs & Sustainability. Il Comitato Shared Value & Sustainability ha il compito di definire obiettivi sempre più ambiziosi, in linea con le esigenze sociali e ambientali del paese, orientando energie, risorse e competenze e monitorando i risultati. Ultimo ma decisivo compito del Comitato Shared Value & Sustainability è quello di favorire e sostenere una sempre più solida cultura aziendale indirizzata alla sostenibilità e al valore condiviso, per stimolare idee e soluzioni innovative a tutti i livelli che consentano il raggiungimento concreto degli obiettivi e degli impegni.



EMISSIONI, CONSUMI, RIFIUTI. OBIETTIVO NEUTRALITY

Traguardi ambiziosi quelli di Novartis sul fronte della sostenibilità ambientale:

- **Carbon Neutrality:** zero emissioni di anidride carbonica, entro il 2025 in tutte le attività Novartis, e nell'intera supply chain entro il 2030.
- **Water Neutrality:** nessun impatto sull'acqua entro il 2030.
- **Plastic Neutrality:** equilibrio tra plastica prodotta e riciclata entro il 2030.

Novartis Italia, così come tutte le realtà del Gruppo internazionale, è direttamente impegnata a raggiungerli, con **diversi programmi e iniziative che coinvolgono le sedi nel nostro paese**. In quella di Origio, dove lavora il maggior numero di dipendenti, si è per esempio già raggiunto l'obiettivo di eliminare la plastica monouso in ambito alimentare, mentre nel sito produttivo di Torre Annunziata, che da anni dispone di un Sistema di Gestione Integrato Sicurezza e Ambiente (certificato OHSAS 18001 e ISO 14001), il processo di miglioramento è costante, su ogni aspetto della sostenibilità ambientale. Nel sito, che è uno dei più importanti poli produttivi internazionali di Novartis, **è operativo**



un dettagliato Energy Management Plan, declinato in una serie di investimenti orientati all'acquisto di nuovi macchinari a basso impatto ambientale, all'implementazione di nuovi progetti e sistemi digitali volti alla diminuzione del consumo di carta e plastica nella catena produttiva (per esempio, il packaging), alla strutturazione di un programma culturale rivolto a tutta la popolazione dell'insediamento. Sul fronte dell'efficienza energetica, sono stati **progressivamente implementati numerosi progetti di risparmio energetico e utilizzo di risorse rinnovabili**. Nel 2012, il primo impianto fotovoltaico ha consentito un risparmio di oltre 130 tonnellate di emissioni di CO₂; in seguito, con nuovi generatori di vapore ad alta efficienza, si è ridotto del 5% il consumo di gas naturale, con la diminuzione di ulteriori 500 tonnellate di CO₂ all'anno. L'ottimizzazione degli impianti di produzione e distribuzione di acqua refrigerata è in grado di ridurre di circa il 40% l'energia elettrica necessaria per i gruppi frigoriferi. Tecnologie obsolete ed energivore hanno ceduto il posto, nel corso del tempo, a macchine e attrezzature innovative che hanno reso significativamente più efficiente l'impianto di riscaldamento, ventilazione e condizionamento del sito. Di grande rilievo, infine, è la recente inaugurazione di **un impianto di trigenerazione che produrrà energia elettrica, termica e frigorifera**, consentendo un notevole risparmio del combustibile, tale da **ridurre di circa 4.000 tonnellate/anno le emissioni di CO₂**.

ONE HEALTH: SALUTE E AMBIENTE NELLA CITTÀ DEL FUTURO

Salute umana e ambientale hanno un rapporto di interdipendenza strettissimo. Se vi fossero mai stati dubbi, la pandemia li ha certamente spazzati: **non si può vivere in salute in un pianeta inquinato**. Questo principio, solo apparentemente semplice, è alla base dell'approccio **One Health** che definisce la salute come unica. **La sfida più grande del nostro secolo**, i cambiamenti climatici, sollecitano una risposta urgente per la riduzione degli effetti nocivi sull'ambiente e sulla salute. L'attenzione si rivolge ai centri urbani, che affrontano allarmanti aumenti di aria inquinata. **L'inquinamento atmosferico**, al quale secondo i dati dell'OMS è esposto il 91% della popolazione mondiale, è la **più grave minaccia ambientale per la salute** e ha un impatto diretto o indiretto sulla diffusione di **malattie croniche cardiovascolari e respiratorie**: sempre secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, sono 4,2 milioni i decessi causati ogni anno da queste patologie insorte per l'esposizione ad alte concentrazioni di inquinanti atmosferici. E nella sola Italia si stima siano oltre 60 mila le morti premature dovute a queste cause. Questo il contesto dal quale ha preso le mosse una **partnership tra Novartis e Enel**, aziende che operano in settori distanti ma accomunate da un **impegno condiviso verso la**

sostenibilità. La partnership si pone l'obiettivo di contribuire al miglioramento della qualità dell'aria, e quindi della salute, nelle città italiane. Alla base di questa collaborazione c'è un **protocollo d'intesa sottoscritto nel corso della XXXVI Assemblea dell'ANCI**, l'associazione nazionale dei comuni italiani, che prevede la promozione di attività congiunte per la sensibilizzazione e l'informazione sugli effetti nocivi dell'inquinamento, con particolare attenzione ai centri urbani.

Durante il primo anno di collaborazione, un tavolo di lavoro congiunto ha **approfondito il nesso tra inquinamento atmosferico e insorgenza di patologie croniche**. Il frutto di questo lavoro è: *'Le città del futuro: ambiente e salute per città più sostenibili e inclusive'*. Uno studio che raccoglie le evidenze scientifiche in materia e approfondisce anche la possibile relazione tra diffusione dei virus e inquinamento atmosferico. In ottica One Health, l'ultima sezione è dedicata alle proposte per la mobilità sostenibile del futuro e la gestione della cronicità, principale conseguenza dell'inquinamento. La partnership è stata ulteriormente rafforzata con il lancio dell'**e-Mobility emission saving tool**, un algoritmo che consente di misurare i costi di salute evitati grazie all'utilizzo della mobilità elettrica e la sua riduzione di inquinamento nell'aria.

INIZIA A RESPIRARE ARIA DI CAMBIAMENTO.

Adotta uno stile di vita sostenibile per la tua salute e per quella del pianeta.
Previene patologie respiratorie e cardiovascolari attraverso le visite specialistiche
e scegli la mobilità elettrica per un futuro più green.

enel x NOVARTIS

Una campagna promossa da Enel X e Novartis per la salute delle città.





Novartis Farma SpA

Largo Umberto Boccioni, 1
21040 Origgio (VA)
Tel. 0296541



www.novartis.it



@NovartisItalia



@NovartisItalia

Marzo 2022 Pubblicazione a cura di:

Comunicazione Novartis

Contributo editoriale:

AT&T Associati e Storyfactory

Progetto grafico e realizzazione:

Storyfactory

Stampa:

Tecnografica Srl

La presente pubblicazione contiene alcune indicazioni che potrebbero non corrispondere ai futuri risultati. Nel caso in cui uno o più di tali rischi o incertezze si concretizzino, oppure nel caso in cui gli assunti che hanno determinato le anticipazioni dovessero risultare errati, i risultati effettivi potrebbero essere diversi da quelli descritti in questa sede come anticipati, creduti, stimati o attesi.