

# Opella.

Opella Healthcare Italy Srl.

Relazione  
di impatto  
2024.

# Opella.

Opella Healthcare Italy Srl.

## Relazione di impatto 2024.

<b>1.</b>	<b>La lettera della nostra General Manager.</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Opella Healthcare Italy Srl.</b>	<b>5</b>
	Chi siamo.	7
	La nostra missione.	8
	I nostri brand.	9
	La nostra strategia.	9
	Governance di sostenibilità.	10
<b>3.</b>	<b>Noi, Società Benefit e B Corp.</b>	<b>12</b>
	Essere Società Benefit e B Corp.	13
	Risultati e obiettivi futuri.	14
<b>4.</b>	<b>Finalità di beneficio comune.</b>	<b>15</b>
	Finalità #1: Semplificare la pratica del Self-care.	16
	Finalità #2: Impatto sulla comunità.	21
	Finalità #3: Le nostre persone.	24
	Finalità #4: Azione climatica, rifiuti ed ecosistema.	32
<b>5.</b>	<b>Misurare gli impatti: il B Impact Assessment.</b>	<b>35</b>
<b>6.</b>	<b>Guardando al 2025.</b>	<b>37</b>
<b>7.</b>	<b>Nota Metodologica.</b>	<b>39</b>

1.

**La lettera della nostra  
General Manager.**

# Opella.



“ In Opella, ci impegniamo a mettere la salute nelle mani delle persone, per rendere il self-care semplice come dovrebbe essere. Questa è l'essenza della nostra missione: Health. In your hands. ”

Il 2024 ha rappresentato un anno di svolta per Opella. Da *Sanofi Consumer Healthcare*, abbiamo dato vita alla nostra nuova identità: **Opella**. **In Italia, siamo una Società Benefit e un'azienda certificata B Corp**, con brand iconici come **Enterogermina, Maalox, Dulco** e molti altri. Siamo diventati il partner **preferito dai farmacisti**, che apprezzano la forza dei nostri brand, l'eccellenza del servizio offerto e la competenza della nostra rete commerciale.

E mentre guidavamo la crescita del nostro business, abbiamo continuato a rafforzare il nostro impegno verso la sostenibilità, convinti che questi due aspetti possano (e debbano) procedere di pari passo.

Quando sono entrata in azienda, Opella Italia aveva appena ottenuto la certificazione B Corp, un traguardo che segnava l'inizio di un percorso solido di consapevolezza e responsabilità. Tuttavia, questa certificazione non rappresenta un punto di arrivo, ma **l'inizio della prossima fase del nostro cammino di crescita e impegno**. Il mio obiettivo è stato, e continua ad essere, quello di facilitare questo percorso: **garantire che il nostro impegno non solo si consolidi nel tempo, ma si evolva**. La sostenibilità è sicuramente uno dei tanti aspetti che ci fa sentire orgogliosi di far parte di Opella, un valore che ci unisce e ci spinge a fare sempre meglio, alimentando il nostro impegno verso un futuro responsabile e consapevole. Il nostro impegno si fonda su 2 pilastri: **benessere delle persone e salute del pianeta**.

Lo facciamo offrendo prodotti di alta qualità, sviluppati con un **solido approccio scientifico**. Ma non ci fermiamo a questo. **Vogliamo aiutare le persone a prendersi cura della loro salute in modo informato e responsabile**. Lo facciamo ogni giorno rompendo i tabù, condividendo conoscenze e offrendo strumenti accessibili a tutti. E agiamo concretamente, come dimostrato da quanto abbiamo raggiunto ad esempio attraverso la **partnership tra Enterogermina Integratori Alimentari e Save the Children**. In fondo, prendersi cura significa generare un impatto. Non solo attraverso ricerche scientifiche per migliorare l'assistenza sanitaria, ma anche con azioni quotidiane, come prodotti accessibili e facili da usare, comunicazione trasparente, inclusività nei nostri ambienti di lavoro.

I risultati che abbiamo raggiunto nell'ultimo anno rafforzano ulteriormente la mia convinzione che **sostenibilità e performance economica** non siano in conflitto, ma **possano—e debbano—crescere insieme**.

Abbiamo osservato benefici concreti, come farmacisti desiderosi di collaborare più strettamente con noi grazie ai nostri impegni, giovani talenti attratti dall'allineamento ai loro valori, e consumatori che scelgono i nostri brand, prodotti da un'azienda certificata B Corp, riconoscendoci come una scelta responsabile.

Infine, l'impegno di Opella verso la sostenibilità è forte quanto i team interni che lo guidano. Non posso fare a meno di esprimere la mia gratitudine a tutti i nostri colleghi che, ogni giorno, lavorano con passione tra la nostra sede di Milano e il nostro stabilimento di Origgio. A loro va il mio più sincero ringraziamento. **Guardando al futuro, ci vedo lavorare ancora più da vicino con i farmacisti, le istituzioni, le comunità locali, e anche i nostri concorrenti, per costruire un accesso alla salute più sano, giusto e sostenibile**.

Questa Relazione di Impatto racconta la storia di ciò che abbiamo realizzato, ma più importante, di dove vogliamo andare. Il nostro viaggio è appena iniziato — guidato dal coraggio, dalla trasparenza e dalla certezza che, insieme, possiamo davvero fare la differenza.

**Raka Sinha.**  
General Manager Opella Healthcare Italy Srl.

# 2.

## Opella Healthcare Italy Srl.

Chi siamo.	7
La nostra missione.	8
I nostri brand.	9
La nostra strategia.	9
Governance di sostenibilità.	10

INTRODUZIONE.

## Un impegno costante per semplificare la pratica del Self-care.



Ciao! Siamo **Opella**, piacere di conoscerti! Magari ci conosci già come la divisione Consumer Healthcare di Sanofi. Ora però abbiamo una nostra nuova brand identity! Siamo un'azienda innovativa, leader nel settore del **Fast-Moving Consumer Healthcare (FMCH)**, con un nuovo nome e una prospettiva diversa.

Il nostro obiettivo a lungo termine?

**Diventare la migliore azienda FMCH nel mondo e per il mondo.**

IL GRUPPO.

## Opella Healthcare Group.

### Chi è Opella?

Opella è un'azienda innovativa nel settore del self-care, terza a livello globale nel mercato dei medicinali senza obbligo di prescrizione e integratori alimentari.

**La nostra missione è mettere la salute nelle mani delle persone, rendendo il self-care semplice come dovrebbe essere** per oltre mezzo miliardo di consumatori in tutto il mondo.

Al centro di questa missione ci sono i più di 100 brand amati dai consumatori, un team globale di 11.000 collaboratori, 13 siti di produzione all'avanguardia e quattro centri specializzati in scienza e innovazione.



Con sede centrale in Francia, Opella è l'azienda che entra nelle case degli italiani attraverso brand riconosciuti come Bisolvon, Dulcolax, Enterogermina, Maalox, Mag e altri.

Certificata B Corp in diversi mercati, vogliamo promuovere un futuro più sano per le persone e per il pianeta.

Certified



Corporation

## Il portfolio Opella.

Per categoria.

46%

Stagionali  
e antidolorifici.

46%

Benessere.

8%

Altri.

## La presenza globale.

49%

Europa e America  
Latina (EULA).

26%

Nord America.

25%

Asia-Pacifico,  
Medio Oriente  
e Africa (AMEA).

Oltre all'orgoglio per i marchi globali, Opella **valorizza l'importanza del contesto locale**, garantendo a ogni paese la flessibilità di offrire un portfolio di prodotti che risponda al meglio alle **esigenze dei suoi consumatori**.

Opella ha costruito una solida presenza nei principali mercati globali, tra cui **Francia, Messico, Germania, Giappone, Stati Uniti, Brasile, India e Australia**. La sua rete globale di siti produttivi e centri di distribuzione permette al Gruppo di essere sempre vicini ai consumatori e di operare con efficienza.

**In Opella siamo determinati a “rivoluzionare” il self-care, superando i limiti del presente per offrire soluzioni innovative e affidabili, che mettono la salute nelle mani delle persone.**

CHI SIAMO.

## Opella Healthcare Italy Srl Società Benefit.



**In Italia, Opella opera nel mercato del self-care e si prende cura del benessere quotidiano delle persone con soluzioni per la digestione, il dolore, le allergie, la salute fisica e mentale, tosse, raffreddore e influenza.**

Al 31 dicembre 2024, Opella Italia occupava complessivamente 366 dipendenti, così suddivisi: 22 Dirigenti, 69 Quadri, 147 Impiegati e 128 Operai.

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

Il nostro **sito di Origgio** è una testimonianza della nostra eccellenza manifatturiera e della forte presenza industriale di **Opella Healthcare Italy S.r.l.** nel settore Consumer Healthcare, sia a livello nazionale che nell'export. Lo stabilimento ospita l'intera linea di produzione del marchio globale Enterogermina per tutto il gruppo e realizza farmaci da banco destinati ai mercati di tutto il mondo. Inoltre, offre soluzioni farmacologiche innovative che rispondono anche ai bisogni medici dei Paesi in via di sviluppo.

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



LA NOSTRA MISSIONE.

## Health. In your hands.



**In Opella, crediamo che la salute sia un diritto, non un privilegio. Per questo, il nostro impegno è mettere la salute nelle mani delle persone, rendendo il self-care semplice, trasparente e accessibile.**

Siamo la prima grande azienda di **Consumer Healthcare** al mondo che si è impegnata a ottenere la certificazione **B Corp** su scala globale: un riconoscimento che testimonia i nostri elevati standard di responsabilità sociale, ambientale e trasparenza. Arrivare fin qui non è stato facile ed è proprio questo a renderlo importante.

**Insieme, stiamo ridefinendo il concetto di cura, con coraggio e con uno scopo chiaro. Non solo per oggi, ma per le generazioni future.**

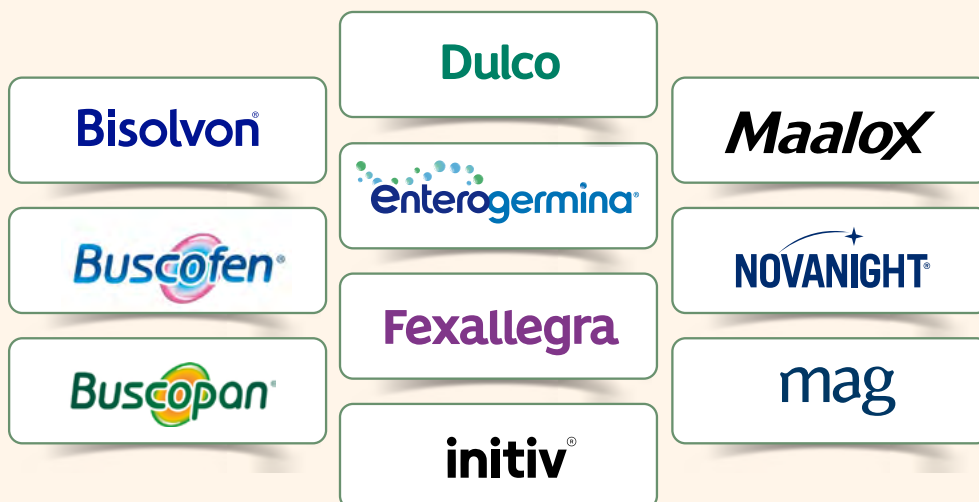
La cura può essere complessa, ma, attraverso i nostri prodotti vogliamo provare a fornire una soluzione. Nessuna difficoltà superflua, nessuno spreco, solo ciò che davvero serve, per le persone e per il mondo in cui viviamo. Progettiamo soluzioni che si integrano perfettamente nella vita quotidiana, sempre con un occhio alla salute del pianeta.



**La salute è nelle mani di tutti.  
A noi il compito di renderla  
semplice e chiara.**

# Come trasformiamo il futuro.

I NOSTRI BRAND.



LA NOSTRA STRATEGIA.

## Benessere delle persone, salute del pianeta.



Mettere il business al servizio del progresso, per creare un impatto positivo su società e ambiente. Questo è il modo in cui crediamo di poter migliorare la vita delle persone, delle comunità e del pianeta.

Sfide globali come la **crisi climatica** e le **disuguaglianze sociali** sono centrali in ogni aspetto della nostra attività. La sostenibilità è la nostra stella polare: **analizziamo e aggiorniamo costantemente le nostre pratiche aziendali** per non perdere mai la rotta verso un futuro migliore.

Il **Sustainable Care Pledge (SCP)** è la bussola che ci guida, una strategia globale basata su **due pilastri fondamentali**: il benessere delle persone e la salute del pianeta. In Italia, facciamo nostro questo impegno con azioni concrete, **adattandolo alle esigenze del nostro mercato**.

### Sustainable Care Pledge.



#### Benessere delle Persone.

Semplificare il Self-care.

Sostenere le comunità.

Sostenere l'inclusione, la sicurezza e il benessere dei collaboratori.



#### Salute del Pianeta.

Azione climatica per ridurre le emissioni di GHG.<sup>1</sup>

Ridurre gli sprechi e adottare la circolarità.

Preservare gli ecosistemi.

<sup>1</sup> La lista completa degli obiettivi inclusi nella strategia di sostenibilità di Sanofi Consumer Healthcare Global è disponibile e consultabile all'interno del report globale e del sito web.

# Come miglioriamo il nostro impatto.

## GOVERNANCE DI SOSTENIBILITÀ.

La governance di sostenibilità è il sistema di regole, politiche e controlli che orienta l'azienda verso un impatto sociale e ambientale positivo. Quella di Opella ha un'impostazione dinamica, che vede le strategie global e quelle locali allineate ai principi di sostenibilità dell'organizzazione, e le singole attività tarate sulla base delle esigenze e delle normative vigenti, nel nostro caso, in Italia.

Nell'ultimo anno, Opella Italia ha consolidato la propria governance di sostenibilità attraverso due traguardi fondamentali: la trasformazione in **Società Benefit** avvenuta nel 2023 e l'ottenimento della certificazione **B Corp** con un punteggio di 90 su 200 avvenuta pubblicamente a gennaio 2024. Un primo passo, anzi due, che segnano l'inizio di un percorso di miglioramento continuo.

## COMPLIANCE A SOSTEGNO DELLA GOVERNANCE.

La **compliance** è un pilastro fondamentale della governance aziendale, soprattutto per un'azienda come **Opella Italia**, impegnata come **Società Benefit**. Non si limita al rispetto di leggi, normative e procedure interne, ma rappresenta una scelta consapevole di promuovere principi etici e sostenibili.

In **Opella Italia**, la compliance riguarda diversi aspetti della governance, tra cui anticorruzione, conflitto di interessi, antiriciclaggio, gestione del rischio con le terze parti e whistleblowing. In questo report, l'attenzione si concentra su due aree chiave: il **Decreto Legislativo 231/2001** e la **compliance antitrust**.

### Decreto Legislativo 231/2001.

**Opella Italia** riconosce l'importanza di prevenire reati da parte di amministratori, dipendenti, collaboratori e fornitori. Per questo, nel 2023 ha adottato un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo**, in conformità con il **D.Lgs. 231/2001**, che disciplina la responsabilità amministrativa delle imprese in caso di illeciti commessi nell'interesse aziendale.

L'obiettivo è garantire trasparenza, correttezza e tutela della reputazione aziendale, oltre a proteggere le aspettative degli stakeholder. Il **Consiglio di Amministrazione di Opella Healthcare Italy Srl** ha approvato il modello il 13 marzo 2023, rendendolo disponibile sul sito aziendale. Inoltre, è stato nominato un **Organismo di Vigilanza** composto da tre membri, incaricati di monitorare l'applicazione e l'efficacia del modello.

Per supportare questa iniziativa, sono stati attivati **canali di comunicazione dedicati**, una **procedura locale di whistleblowing** e un programma di **formazione obbligatoria** per tutte le funzioni aziendali. L'adozione del modello rafforza il sistema di controllo interno e la governance aziendale, contribuendo alla tutela di tutti gli stakeholder.

### Compliance Antitrust.

La **compliance antitrust** si basa su regole e processi volti a promuovere il rispetto del diritto della concorrenza, prevenendo violazioni legate ad abusi di posizione dominante e intese restrittive.

**Opella Italia** ha implementato un programma specifico per prevenire comportamenti illeciti in ambito antitrust, che include **formazione e aggiornamento continuo** per il personale. Questo approccio garantisce un ambiente aziendale conforme alle normative nazionali ed europee, riducendo i rischi e rafforzando la cultura della legalità all'interno dell'organizzazione.

# Le chiavi per il cambiamento.

FINALITÀ DI BENEFICIO COMUNE.

## 1. SEMPLIFICARE LA PRATICA DEL SELF-CARE.

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

## 2. IMPATTO SULLE COMUNITÀ.

Sostenere le comunità attraverso partnership e programmi di supporto che possano garantire un impatto positivo duraturo.

## 3. LE NOSTRE PERSONE.

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

## 4. AZIONE CLIMATICA, RIFIUTI, ECOSISTEMA.

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

**In quanto Società Benefit, queste sono le nostre finalità di beneficio comune, parte integrante del nostro statuto. Esse guidano la nostra strategia, descrivono le modalità e le aree in cui vogliamo generare impatto e rappresentano il fulcro di questa Relazione.**

# 3.

## Noi, Società Benefit e B Corp.

Essere Società Benefit e B Corp.

13

Risultati e obiettivi futuri.

14

ESSERE SOCIETÀ BENEFIT E B CORP.

## Un impegno certificato.

Uno dei passi significativi compiuti da Opella Italia è stata la acquisizione della qualifica di **Società Benefit<sup>2</sup>** (SB) nell'agosto 2023, un impegno tangibile verso la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa.

La decisione di diventare una Società Benefit è stato un passo ponderato, di estrema rilevanza, preceduto da una profonda analisi dei valori e degli obiettivi aziendali. Questo processo ha coinvolto tutto il management insieme ed è stato esteso all'intera popolazione aziendale, attraverso un approccio partecipativo supportato da un forte allineamento delle parti coinvolte.

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

Le nostre azioni in tema di sostenibilità, inclusione, valorizzazione e trasparenza sono state accompagnate anche dallo sforzo per l'ottenimento della **certificazione B Corp**.

Il Movimento B Corp è un movimento globale di persone che utilizzano il business come forza trasformatrice. Abbiamo ricevuto la certificazione B Corp con un **punteggio di 90 su 200** - un ottimo inizio, ma che lascia ancora spazio di intervento. Il 2024 ha visto un consolidamento di questo impegno in ottica di rafforzamento del punteggio, un ulteriore passo che aiuta a garantire che la nostra governance sia guidata da uno scopo comune e che le strutture di governance stesse prendano in considerazione nuovi e fondamentali stakeholder, che affiancati a quelli tradizionali, guidano il processo decisionale. Parliamo dei dipendenti, della comunità, dei clienti, dei fornitori e, naturalmente, dell'ecosistema.



Le B Corp sono imprese che si impegnano a misurare e considerare le proprie performance ambientali e sociali con la stessa attenzione tradizionalmente riservata ai risultati economici e che credono nel business come forza positiva che si impegna per produrre valore per la biosfera e la società.

In Italia, **siamo la prima grande azienda FMCH** ad ottenere il punteggio necessario a superare il B Impact Assessment, il test che valuta gli aspetti organizzativi ed etici della compagnia, dalla gestione del personale fino al coinvolgimento sul territorio.

### LA NOSTRA CRESCITA COME B CORP.<sup>3</sup>

Grazie ad azioni di miglioramento che hanno coinvolto e interessato i nostri dipendenti e alle nostre scelte in tema di sostenibilità e trasparenza, nel corso del 2024 il nostro punteggio nel B Impact Assessment è ulteriormente cresciuto.

**90.0**

DICEMBRE 2023.



**96.1**

DICEMBRE 2024.

Siamo **orgogliosi del risultato ottenuto**, frutto dell'impegno di tutte le persone che fanno parte di Opella Italia, del loro entusiasmo e determinazione nel voler creare, insieme, un impatto positivo nel mondo. Ma sappiamo anche che questo risultato non è un punto di arrivo.

2. La legge di stabilità 2016 (n.208 del 28 dicembre 2015) ha introdotto in Italia la disciplina delle Società Benefit ai commi 376-384 dell'art. 1.

3. Si faccia riferimento al capitolo 5 (pg 35) per maggiori dettagli relativi al punteggio ottenuto attraverso il B Impact Assessment.

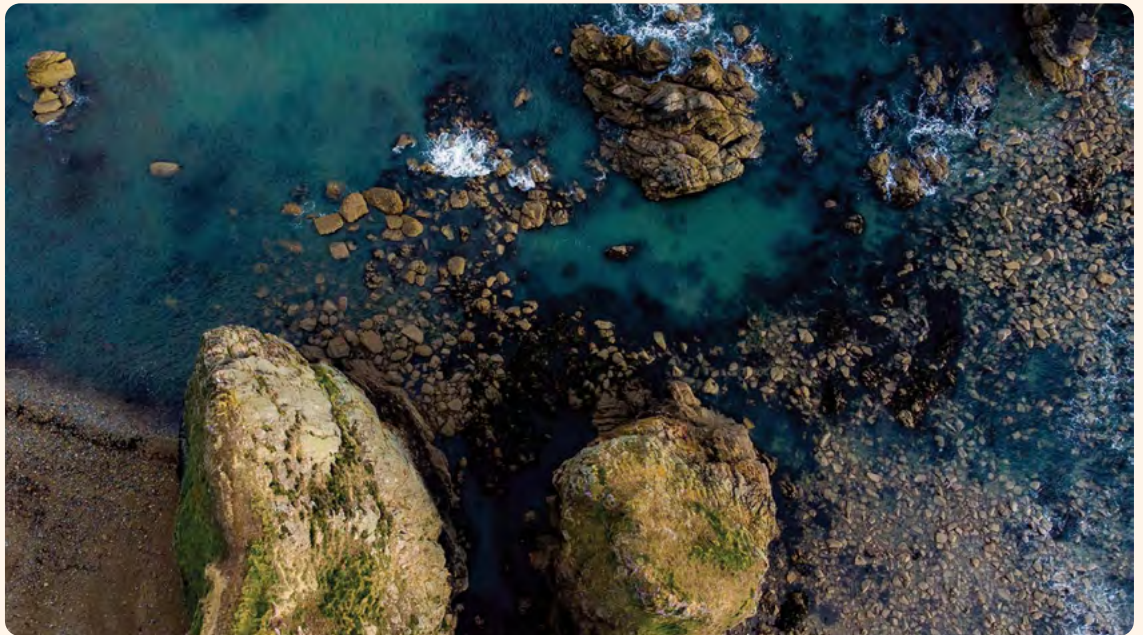
RISULTATI E OBIETTIVI FUTURI.

## Le azioni di oggi, le scelte di domani.

Opella ha fondato il proprio percorso di Società Benefit su quattro finalità di beneficio comune. Nel 2024 abbiamo fatto un ulteriore passo in avanti, raggiungendo numerosi obiettivi tra quelli che erano stati definiti nel 2023, e ce ne siamo prefissati altrettanti per il 2025.



Vogliamo continuare a **migliorare il nostro impatto**, rafforzando il nostro impegno verso un modello di business che crea valore per le persone, le comunità e il pianeta. Per occuparci davvero della salute di tutti: anche di quella del futuro.



# 4.

## Finalità di beneficio comune.

Finalità #1: Semplificare la pratica del Self-care.	16
Finalità #2: Impatto sulla comunità.	21
Finalità #3: Le nostre persone.	24
Finalità #4: Azione climatica, rifiuti ed ecosistema.	32

FINALITÀ DI BENEFICIO #1.

## Semplificare il self-care.



Creare società più sane è un tema centrale del SCP di Opella. A livello globale, ci poniamo l'obiettivo di raggiungere ogni anno 100 milioni di persone con messaggi di prevenzione e self-care, promuovendo la consapevolezza su salute e uso responsabile dei farmaci.

In Opella Italia, lo facciamo attraverso una comunicazione chiara e accessibile, formazione ai professionisti della salute e un ascolto continuo a consumatori e stakeholder. Nel 2024, abbiamo avviato e supportato diversi progetti per promuovere la trasparenza, sensibilizzare le persone e innovare le nostre attività.

## Edutainment.

# A!

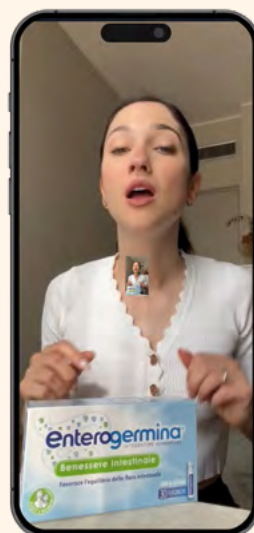
La conoscenza è il primo passo verso la cura, anche di sé stessi.

Per questo abbiamo deciso di combinare informazione e intrattenimento e rendere i temi della salute più accessibili e coinvolgenti.

Diffondere buone pratiche, sfatare falsi miti e guidare verso scelte responsabili significa dare alle persone gli strumenti per prendersi cura di sé in modo più efficace e sostenibile.

## Parliamo di Benessere Intestinale con Enterogermina.

La campagna 2024 per Enterogermina Benessere Intestinale ha interessato diversi canali. Su **Amazon**, abbiamo creato una pagina dedicata al Benessere Intestinale, arricchita con contenuti **interattivi**, per guidare e supportare il consumatore nei momenti di vulnerabilità in cui l'intestino è messo alla prova. Sono stati realizzati contenuti video ad hoc con un focus su specifiche situazioni (Dieta Disordinata, Viaggi, Back to School) sono stati diffusi anche attraverso Amazon **Prime Video**. L'attività è stata amplificata su **Instagram** e **TikTok**, con una campagna influencer da Aprile a Dicembre 2024, che ha interessato un **ampio target** (25-54), con una **ottima reach** (+1,2mln) e un **engagement molto alto**. La campagna di Benessere, ha ottenuto risultati significativi, con il **+49% di ricerche di brand sul canale Amazon** e il **71,4% di nuovi acquirenti nella categoria Probiotici** in soli quattro mesi.



## Initiv e l'educazione alla prevenzione.

Il lancio di Initiv nel 2024 è stato accompagnato da **contenuti focalizzati sul self-care**, diffusi sia attraverso il **sito di brand** che il **brand store su Amazon**. Oltre a **una serie di video esplicativi** del prodotto, abbiamo messo a disposizione delle persone delle **infografiche chiare e accessibili** su temi come le cause più comuni di dolore alla schiena e le buone pratiche di prevenzione.



## Amazon e la guida all'utilizzo consapevole di Dulcosoft.



Per **DulcoSoft**, abbiamo trasformato la nostra pagina e-commerce su Amazon in **uno spazio di informazione e consapevolezza**. Attraverso contenuti di edutainment, abbiamo affrontato il tema della stitichezza **con semplicità e naturalezza**, sfatando falsi miti e offrendo consigli pratici per il benessere intestinale. Abbiamo anche integrato **una guida allo smaltimento responsabile** del farmaco, sensibilizzando i consumatori sull'impatto ambientale.

## Prossimi passi.

Crediamo che **investire in contenuti educativi** non sia solo un valore aggiunto, ma **una responsabilità**. Per questo nel 2025 continueremo a portare avanti diversi progetti di edutainment. È il caso di DulcoSoft, che sarà protagonista di **una serie di stream social divulgativi**, ed Enterogermina, di cui **potenzieremo la brand page su Amazon e il sito di brand**, integrandoli con nuovi contenuti.

Inoltre, continueremo a lavorare fornendo strumenti d'informazione innovativi che possano aiutare i consumatori a **orientarsi in autonomia** nella scelta dei prodotti Opella.

Un esempio è il **progetto pilota** lanciato a marzo 2025 in collaborazione con una **farmacia del gruppo BENU a Milano**: un **espositore digitale interattivo** dotato di schermo touch, che indirizza l'utente a un acquisto consapevole attraverso alcune semplici domande. In base alle risposte fornite, il sistema restituisce **informazioni personalizzate** sui prodotti dedicati al self-care gastrointestinale più adatti alle esigenze segnalate.

Il pilot, della **durata di tre mesi**, monitorerà le performance e raccoglierà feedback qualitativi sia dai consumatori che dai farmacisti, con l'obiettivo di migliorare ulteriormente l'esperienza e valutarne l'estensione futura.

# B! Il coinvolgimento dei farmacisti.

Coinvolgere i professionisti lungo la nostra filiera è fondamentale per promuovere una società più sana. Per questo collaboriamo con i farmacisti, figure chiave nell'educazione al self-care, offrendo loro formazione e iniziative dedicate.

**Il nostro obiettivo? Aiutarli ad aiutare, fornendo strumenti e conoscenze per supportare al meglio i consumatori.**

## La scienza al servizio della formazione.

Origgio è stato il luogo dove i nostri clienti sono riusciti a toccare con mano la qualità di Entero-germina ed è stata la sede di **numerosi eventi formativi** dedicati ai farmacisti. I nostri training non si sono limitati a questo ma, grazie alla partnership creata, siamo stati invitati dai clienti ad eventi organizzati da loro, per diffondere la "Scienza" tra i loro farmacisti; abbiamo coinvolto più di **600 farmacisti** attraverso webinar in cui abbiamo spiegato nel dettaglio i nostri prodotti e con l'aiuto di "**KOL**" abbiamo tenuto alta l'attenzione e l'interesse durante queste sessioni. Inoltre, siamo stati presenti durante i più importanti **eventi e fiere del settore**, ad esempio il Pharma Expo, con il nostro Team Science, offrendo a farmacisti e professionisti del settore sessioni di **realtà virtuale**: un'esperienza immersiva creata per stimolare l'interazione e la comprensione di contenuti scientifici.

Nel 2024 poi, abbiamo lanciato **eHub**, una **piattaforma online pensata per offrire ai farmacisti un supporto nella gestione commerciale della farmacia e nella loro formazione professionale**, grazie ad approfondimenti scientifici. Il portale, pur essendo al suo anno pilota, ha registrato oltre 1200 farmacie attivate.

Lato digital, sono numerose le attività messe in campo. Nel corso dell'anno, abbiamo realizzato moduli FAD dedicati a medici e farmacisti e contenuti formativi e questionari di apprendimento per il network Hippocrates.

Abbiamo messo a disposizione la nostra conoscenza, e **abbiamo prestato ascolto**: attraverso la survey Zero Claim, abbiamo raccolto i feedback dei farmacisti anche sui temi della sostenibilità e della trasparenza, per continuare a perfezionare le nostre iniziative e rispondere alle loro esigenze in modo sempre più mirato.

**Queste attività ci hanno portato a diventare il Preferred Partner #1 dei farmacisti**, con un elevato grado di soddisfazione e miglioramento del ranking su tutti gli aspetti, in particolare nella conoscenza del prodotto e nella propensione a raccomandare i prodotti.<sup>4</sup>

4. Ricerca interna condotta da Opella Global e realizzata da IQVIA <https://www.iqvia.com/>



## Prossimi passi.

Potenzieremo la nostra presenza agli eventi del settore, sia continuando a offrire esperienze interattive con il nostro Team Science, sia raccontando le innovazioni scientifiche alla base di tutti i nostri prodotti FMCH.

In parallelo, **eHub** continuerà ad evolversi, con il potenziamento della piattaforma grazie all'integrazione di una specifica sezione dedicata alla formazione, **Opella+Academy**, che permetterà di accedere a e-learning video, podcast, webinar di approfondimento sia di carattere scientifico che commerciale, facilmente consultabili online.

Infine, collaboreremo con **Contract Sales Organization**, un network di informatori esterni che ci consentirà di **raggiungere oltre 20.000 medici di base e 6.000 farmacisti**, per diffondere in modo capillare il valore scientifico dei nostri prodotti, consolidando la nostra presenza sul territorio e il nostro ruolo a sostegno dei professionisti del settore.

## C! Comunicazione e Branding.

Quest'anno abbiamo continuato a rafforzare la nostra strategia di comunicazione con **un approccio sempre più trasparente e orientato alla sostenibilità, migliorando l'accessibilità delle informazioni, valorizzando il nostro impegno** e portando a compimento gran parte degli obiettivi che ci siamo posti nel 2023.

### I nostri brand, sempre più responsabili.

Nel 2024, il logo B Corp è stato inserito in comunicazione e su alcuni i siti di prodotto. Parlando di brand site, la sostenibilità è diventata sempre più centrale, con azioni concrete evidenziate nella maggior parte dei nostri hub digitali. Un passo fondamentale infine è stato il **lancio del sito globale di Opella** nel 2024, con la pagina **"Making an Impact"** dedicata ai nostri progetti di impatto positivo.

### Un'esperienza digitale più accessibile e trasparente.

In linea con il redesign globale dei nostri siti di brand, abbiamo implementato miglioramenti significativi per garantire un'esperienza utente più chiara e inclusiva. Oggi, siamo conformi alle **linee guida WCAG 2.0 per l'accessibilità** e le informazioni di trasparenza sono presenti su tutte le pagine prodotto, includendo **dettagli su principio attivo, eccipienti e dosaggi**. Inoltre, le sezioni dedicate ai nostri valori, alla mission e agli impegni di sostenibilità vengono progressivamente integrate per offrire ai consumatori una visione completa e chiara del nostro operato.

## Prossimi passi.

Nel corso del 2025, il modello del sito global di Opella verrà implementato anche in lingua italiana, consolidando il nostro impegno verso una comunicazione sempre più chiara, accessibile e responsabile. Lo stesso avverrà su tutti i siti di brand, che saranno progressivamente potenziati con informazioni e strumenti utili a comprendere l'impegno di Opella nei confronti del pianeta, delle persone e della comunità.

# Altre attività.

## L'ascolto attivo.

L'ascolto è essenziale per migliorare e crescere. Ecco perché **dialoghiamo costantemente con consumatori, clienti e stakeholder** per rispondere alle loro esigenze e mantenere i nostri impegni, rendendo il confronto aperto e accessibile a tutti, attraverso le attività di Medical Information, Controllo Qualità e Farmacovigilanza

## “Non mi scadere sui farmaci” e il corretto smaltimento.

Anche nel 2024 siamo stati promotori della campagna di sensibilizzazione “**Non mi scadere sui farmaci**”<sup>5</sup> con **Assosalute**, che ha raggiunto ben 9 milioni di italiani, migliorando la consapevolezza sul corretto smaltimento dei farmaci scaduti. Il 79% degli intervistati ha adottato comportamenti più corretti e sostenibili e il 72% dei partecipanti ha trovato il messaggio chiaro ed efficace.



Abbiamo poi raggiunto uno degli obiettivi dello scorso anno, immettendo sul mercato italiano i primi **farmaci con pittogrammi di smaltimento sul packaging**. L'adozione di pittogrammi è fondamentale per i consumatori con diverse competenze linguistiche o per coloro che necessitano di una guida visiva immediata, e **promuovono un maggiore livello di sicurezza** e consapevolezza nell'uso quotidiano.

## Prossimi passi.

Per aiutare a differenziare i farmaci esauriti, nel 2025 **estenderemo l'uso di pittogrammi** a quanti più prodotti della nostra gamma, in linea con le azioni di branding e repackaging di Opella Global.

5. Campagna accessibile a [https://assosalute.federchimica.it/docs/default-source/allegati/cs-assosalute\\_risultati-campagna-non-mi-scadere-sui-farmacid8acf90e-436d-4b10-8f32-485901cc0237.pdf?sfvrsn=f5e3f0d4\\_1](https://assosalute.federchimica.it/docs/default-source/allegati/cs-assosalute_risultati-campagna-non-mi-scadere-sui-farmacid8acf90e-436d-4b10-8f32-485901cc0237.pdf?sfvrsn=f5e3f0d4_1)

FINALITÀ DI BENEFICIO #2.

## Impatto sulle comunità.



**Avere un impatto positivo e diretto sulle comunità è un obiettivo fondamentale per Opella, in linea con la nostra strategia di sostenibilità.** A livello globale, siamo impegnati a raggiungere, entro il 2030, 5 milioni di persone attraverso programmi locali in partnership con le ONG, con l'intento di migliorare la salute e il benessere delle comunità.

In Italia, nel 2024 siamo stati promotori di iniziative che affrontano le disuguaglianze e le disparità sociali, portando benefici tangibili nelle comunità locali. Il nostro impegno è stato quello di sostenere progetti che rispondano alle sfide territoriali, contribuendo a creare un impatto positivo nella vita delle persone.

## A! Insieme a Save the Children per i più piccoli.

Nel corso dell'anno, abbiamo consolidato il nostro impegno sociale attraverso diverse iniziative in collaborazione con Save the Children.

**Con i progetti “Viva la pancia” e “Unità Sanitaria Mobile”, abbiamo creato un impatto diretto sulle comunità in difficoltà, in particolare nelle periferie italiane.**

### “Viva la pancia” e l'importanza di un'alimentazione sana.

Opella ha confermato con orgoglio il proprio impegno a fianco di Save the Children, la più importante organizzazione internazionale indipendente che da oltre 100 anni lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro.

Nel 2024, abbiamo contribuito a un progetto che mette al centro il benessere dei bambini e il diritto alla salute nei contesti più vulnerabili. Con Enterogermina Integratori Alimentari, l'azienda ha portato avanti “Viva la pancia”, un'iniziativa di educazione alimentare e igienico-sanitaria che punta a costruire consapevolezza fin dalla prima infanzia.

Il programma si è svolto in 10 Punti Luce di Save the Children, spazi educativi gratuiti per bambini e ragazzi in difficoltà distribuiti in quartieri ad alta vulnerabilità nelle periferie di città come Milano, Napoli, Palermo, Casal di Principe, Plati, Scalea, San Luca e Ancona. Con questa iniziativa, sono stati raggiunti oltre 3.735 bambini tra i 6 e i 12 anni attraverso 100 appuntamenti educativi a cadenza mensile.

### Le attività di “Viva la pancia”.



#### Il Kamishibai.

Il Kamishibai è una tecnica di narrazione giapponese che utilizza delle tavole illustrate, su cui l'illustratore o il narratore mostra le immagini mentre racconta la storia. I bambini sono stati coinvolti attraverso uno spettacolo teatrale di carta, che raccontava le storie degli Amici di Boscoverde, personaggi ideati per insegnare loro concetti come la differenza tra batteri buoni e cattivi, l'importanza dell'idratazione, la stagionalità degli alimenti e l'ascolto dei segnali del proprio corpo.





## I laboratori scientifici.

Con Scienza Divertente, associazione che realizza laboratori per i più piccoli, i bambini si sono trasformati in piccoli scienziati, sperimentando il funzionamento del microbiota intestinale con semplici elementi come yogurt, zucchero e amido. In questo modo, hanno potuto esplorare in modo pratico e coinvolgente i concetti scientifici, imparando attraverso l'esperienza diretta.

“**Viva la pancia**” ha avuto un impatto positivo: sono stati raggiunti oltre 3.735 bambini tra i 6 e i 12 anni attraverso 100 appuntamenti educativi a cadenza mensile, coinvolgendo anche genitori, insegnanti e volontari, per un totale stimato di circa **5.235 persone**.

A supporto del progetto è stata lanciata una campagna di comunicazione multicanale sui media del gruppo RCS (Corriere della Sera, Buone Notizie, Amica, Io Donna) e sui canali social, con la partecipazione degli ambassador Chiara Maci e I Soldi Spicci. I contenuti hanno raggiunto oltre **16 milioni di utenti**, amplificando il messaggio educativo del progetto.

Infine, il progetto è stato sostenuto anche internamente grazie alla partecipazione attiva dei dipendenti Opella in occasione del **Purpose Day 2024**, che hanno prestato servizio di volontariato all'interno dei Punti Luce stessi.

## Vicini ai bambini con “Unità Sanitaria Mobile”.



Per rispondere alla carenza di pediatri e di supporto socio-sanitario in alcune aree vulnerabili, Enterogermina Integratori Alimentari ha fornito a Save the Children **due unità sanitarie mobili**, destinate a operare nei quartieri di Palermo Zen a partire dal 2024 e Ostia Ponente a partire dal 2025. Queste unità, progettate per offrire servizi di diverso tipo, come consulenze pediatriche e supporto per l'accesso a servizi socio-sanitari specializzati per l'infanzia.

Grazie a questi interventi, si prevede che **6.200 bambini** beneficeranno dei servizi offerti **nei prossimi tre anni**. Questo progetto rappresenta un altro tassello importante nell'impegno di Opella a favore del benessere della comunità, rispondendo concretamente alle esigenze sanitarie delle aree più vulnerabili.

## Prossimi passi.

Nel 2025, le attività di “Viva la pancia” e “Unità Sanitaria Mobile” proseguiranno con l'ampliamento dei Punti Luce e dei quartieri coinvolti e il potenziamento delle azioni sul territorio, come ad esempio l'integrazione di navette per garantire accesso ai servizi dei Punti Luce anche a chi vive nelle zone più periferiche. La sinergia tra Enterogermina Integratori Alimentari e Save the Children è destinata a rafforzarsi anche negli anni avvenire, portando servizi e supporto a un numero sempre maggiore di bambini e famiglie in difficoltà, consolidando così il legame tra sostenibilità e impatto sociale positivo.

# B! Opella Purpose Day 2024.

Il coinvolgimento diretto dei nostri dipendenti è un elemento chiave del nostro impegno verso le comunità.

Un momento centrale di questa missione è il Purpose Day, la giornata annuale di volontariato sociale in cui trasformiamo le nostre finalità di beneficio in azioni concrete.

Nel 2024, l'evento ha visto un'ampia partecipazione, con il **77% dei dipendenti Opella Italia** impegnati in attività a supporto di Save the Children, dimostrando che, insieme, possiamo davvero fare la differenza.

Durante la giornata, i nostri team hanno collaborato alla realizzazione di materiali educativi e ludici per i centri Save the Children, tra cui **poster informativi per situazioni d'emergenza** e **mini-campi da basket in materiale riciclato** destinati ai bambini. Inoltre, il Purpose Day è stato un'opportunità per rafforzare il supporto al progetto **"Viva la Pancia"**, che promuove la corretta igiene e alimentazione tra i bambini in situazioni di vulnerabilità.



## Prossimi passi.

Sulla scia del successo del 2024, il **Purpose Day tornerà nel 2025** con l'obiettivo di ampliare ulteriormente il nostro impatto. Forte dell'entusiasmo dimostrato dai dipendenti, ci aspettiamo una **partecipazione ancora maggiore**, per consolidare il nostro impegno nel volontariato sociale.

FINALITÀ DI BENEFICIO #3.

## Le nostre persone.



In Opella, riteniamo che rispetto, benessere e cura siano valori fondamentali. Nel 2024, abbiamo rafforzato il nostro impegno nei confronti dei nostri dipendenti con iniziative dedicate a migliorare la qualità della vita lavorativa, promuovere il wellness e sostenere una cultura aziendale in cui ogni persona si senta valorizzata.

Con lo scopo di misurare l'impatto del nostro impegno, ci siamo dati obiettivi precisi: uno dei principali, a livello globale, è incrementare la rappresentanza di genere in posizioni manageriali/dirigenziali entro il 2025.

In Italia perseguiamo questo obiettivo, e **già nel 2023 abbiamo già raggiunto una percentuale di donne in posizioni manageriali pari al 52%.**

Continueremo a investire su questo e su molti altri aspetti, affinché Opella sia un luogo di lavoro in cui ognuno possa crescere e contribuire al cambiamento che vogliamo vedere nel mondo.

**A!** **Il benessere dei collaboratori.**

Nel 2024, abbiamo avviato una serie di iniziative che hanno offerto un supporto concreto ai nostri dipendenti, con un focus particolare sulla genitorialità, i percorsi educativi per i figli e il benessere psicofisico in generale.

**Queste iniziative riflettono il nostro impegno per un equilibrio tra vita professionale e personale, e per il rafforzamento del nostro capitale umano.**

### Per le famiglie e con le famiglie.

Comprendiamo l'importanza della genitorialità e ci impegniamo a supportare i nostri dipendenti in questa fase cruciale della loro vita. Per questo motivo, nell'ultimo anno abbiamo messo in campo una serie di iniziative pensate per accompagnare i neogenitori in questo importante percorso:

- **Congedo Parentale Globale:** i nostri dipendenti beneficiano di 14 settimane di congedo parentale retribuito al 100%, come previsto dalla politica globale di congedo parentale, garantendo a madri e padri il tempo necessario per legare con il loro bambino senza preoccupazioni finanziarie.
- **Bonus Bébé:** come parte delle nostre politiche di welfare, offriamo un bonus di € 1.000 per ogni nuovo membro della famiglia, sia che si tratti di una nascita, adozione o affido.
- **Permesso Retribuito Aggiuntivo:** i dipendenti possono usufruire di un giorno di permesso retribuito per ogni figlio (fino a 14 anni), utilizzabile per attività legate alla prima infanzia o al percorso scolastico.
- **Un percorso interno di accompagnamento alla genitorialità:** un'iniziativa che vede il supporto di assistenti sociali, per prepararsi all'arrivo di un bambino e affrontare consapevolmente la maternità/paternità in corso.
- **Programma interaziendale con Jointly:** un servizio pensato per offrire supporto ai genitori e ai figli fino ai 18 anni, aiutando le famiglie a navigare nelle scelte educative e professionali.

## Un approccio olistico al benessere.

Il nostro impegno per il benessere dei collaboratori si estende oltre il supporto alla genitorialità. In collaborazione con Vita Health, startup health-tech italiana, abbiamo avviato un pilot.

Attraverso Vita Health, le nostre persone hanno potuto creare piani nutrizionali su misura e schede di allenamento personalizzate, e accedere a consulti con nutrizionisti e personal trainer, tutti finalizzati a migliorare la salute fisica e mentale. Un'iniziativa pensata per supportare il benessere quotidiano in modo pratico, efficace e sostenibile.



## Sosteniamo la crescita della prossima generazione.

Siamo convinti che il supporto all'educazione dei figli dei nostri dipendenti sia fondamentale per creare una cultura di crescita e sviluppo. Nel 2024, abbiamo lanciato insieme a Jointly due programmi pensati per guidare i genitori nelle scelte scolastiche e formative dei loro figli:



- **Push to Open Junior:** Un programma dedicato ai genitori di bambini di seconda e terza media, per aiutarli a orientarsi nella scelta della scuola superiore. Il programma include webinar, sessioni di domande e risposte e laboratori on-demand.
- **Push to Open Diplomandi:** Per i genitori di studenti delle ultime classi delle scuole superiori, questo programma fornisce orientamenti per aiutare i figli a scegliere il percorso post-diploma. Il programma include webinar e workshop sia per i figli che per i genitori, supportandoli nella scelta consapevole e informata.

Questi programmi, erogati tramite la piattaforma digitale "Professione Genitori", offrono risorse fondamentali per i genitori, con contenuti realizzati da esperti del settore.

## Prossimi passi.

Nel 2025 ci impegniamo a proseguire nell'implementazione di un ambiente di lavoro che metta al centro il benessere delle persone, confermando le iniziative viste nel 2024 e continuando a potenziare il sistema di welfare Opella. Vogliamo continuare a sostenere i nostri dipendenti in ogni fase della loro vita, sia familiare che professionale, promuovendo un approccio integrato che favorisca il benessere a 360°.

## Valorizzazione delle donne.

# B!

Opella conferma il proprio impegno nel favorire la crescita e l'autonomia delle donne, promuovendo un ambiente di lavoro inclusivo, equo e sicuro.

**Attraverso iniziative mirate, l'azienda sostiene l'empowerment femminile, la parità di genere e il contrasto alla violenza, affinché ogni donna possa esprimere il proprio potenziale senza barriere.**

### In difesa di tutte le donne.

Nel 2024, 35 dipendenti delle sedi di Milano e Origgio hanno avuto l'opportunità di partecipare a un corso di autodifesa organizzato in collaborazione con Fondazione Libellula. Questo percorso, condotto da una pluricampionessa mondiale di kick-boxing, ha fornito strumenti pratici e teorici per rafforzare la consapevolezza di sé, la sicurezza personale, e per riconoscere i segnali relativi alla violenza di genere.



### Promuoviamo l'ascolto.

La nostra cultura aziendale è basata sull'ascolto e sulla sicurezza psicologica. Il programma **Speak Up**, promosso nel 2024, non è solo uno strumento per segnalare comportamenti scorretti, ma un vero e proprio impegno collettivo per creare un ambiente di lavoro rispettoso e sicuro.

Per lo stesso motivo, nello stesso anno abbiamo eletto quattro nuove **Ambassador**, formate specificamente, che hanno assunto il ruolo di punto di riferimento per chiunque necessiti di supporto in situazioni critiche, sia sul lavoro che nella sfera privata. Inoltre, l'azienda ha distribuito il **Vademecum di Libellula**, un documento informativo per riconoscere e affrontare le diverse forme di violenza.



### Contro la violenza di genere.

Sanofi e Opella hanno proseguito la collaborazione con Fondazione Libellula, partecipando all'evento **"Ambassador per il cambiamento"** presso il Parlamento, un'importante occasione di confronto con le istituzioni sul tema della violenza di genere. Inoltre, nel 2024 è stata lanciata una campagna di sensibilizzazione interna per promuovere il **1522**, il numero nazionale antiviolenza e stalking, con il claim **"Un piccolo gesto, una grande differenza"**. Gli adesivi informativi sono stati affissi negli spazi aziendali per garantire massima visibilità a questo strumento di aiuto.



## L'inclusione per noi è lo standard.

L'impegno del gruppo Sanofi nella valorizzazione della diversità e nell'equilibrio di genere ha portato al conseguimento di due importanti certificazioni:

- **UNI PdR 125:2022** (ottenuta nel 2023), che attesta l'adozione di pratiche aziendali volte alla parità di trattamento tra uomini e donne in tutti gli ambiti lavorativi.
- **ISO 30415 - Diversity & Inclusion** (ottenuta nel giugno 2024), uno standard internazionale che certifica il rispetto dei principi di inclusione e diversità nell'organizzazione aziendale.



Sanofi e Opella Italia si sono inoltre confermate **Top Employer 2024**, riconoscimento che attesta la qualità delle politiche aziendali in tema di gestione delle persone e ambiente di lavoro.

## Prossimi passi.

Il nostro impegno per la parità di genere e l'empowerment femminile non si ferma qui. Nel 2025 continueremo a rafforzare le iniziative già avviate, ampliando i programmi di supporto e formazione. Continueremo inoltre a lavorare per consolidare le nostre certificazioni e migliorare le nostre politiche aziendali, con l'obiettivo di rendere Opella un modello di eccellenza nell'inclusione e nell'equità di genere.

## Diversity & Inclusion.

C!

**In Opella crediamo che il valore di un'organizzazione risieda nelle persone che ne fanno parte.**

Per questo, ci impegniamo a garantire a ogni collaboratore un ambiente di lavoro equo, aperto e rispettoso, in cui ciascuno possa sentirsi accolto, valorizzato e sostenuto nelle proprie sfide, sia professionali che personali.

Solo riconoscendo e abbracciando le differenze possiamo costruire un contesto, e un mondo, più forte.

## Il nostro sostegno alla comunità LGBTQIA+.



Il nostro supporto alla comunità LGBTQIA+ è proseguito anche quest'anno. Una delle iniziative più di rilievo è stata l'introduzione di linee guida specifiche che affiancano le persone nel loro percorso di affermazione di genere. Tra le misure rientrano fino a otto settimane di permessi retribuiti per interventi o terapie e la possibilità di utilizzare il proprio nome di elezione su badge, e-mail e documenti aziendali.

Abbiamo inoltre promosso l'adozione di bagni gender-neutral, il rispetto del dress code scelto dai colleghi in transizione di genere e un accesso dedicato a supporto psicologico e medico. Ogni forma di discriminazione è contrastata con una politica di tolleranza zero, mentre la cultura inclusiva viene rafforzata attraverso training e momenti di sensibilizzazione, come Pride ed eventi di networking.

Proprio a proposito del Pride, Opella ha presenziato anche quest'anno al Milano Pride, con una nutrita rappresentanza dell'azienda. Anche la sede di Milano ha festeggiato la manifestazione, organizzando nei suoi spazi il primo AperiPride aziendale.

## **Il programma Cancer & Work.**

In Opella abbiamo abbracciato le linee guida del programma globale Cancer & Work. Nel sostenere i dipendenti che affrontano malattie oncologiche o situazioni assimilabili, offriamo fino a 12 mesi di conservazione del posto e retribuzione al 100%, con mantenimento dei benefit. Il rientro al lavoro viene agevolato da modalità flessibili (smartworking fino a sei mesi continuativi) e da turni agevolati. È prevista, inoltre, la possibilità di un congedo non retribuito per chi si prende cura di un familiare affetto da patologia grave, calcolato sulla base di un mese di assenza per ogni anno di anzianità aziendale (fino a 12 mesi). Per favorire una piena integrazione, è stato creato un Affinity Group "Cancer & Work", in cui colleghi che hanno vissuto queste esperienze e professionisti dedicati forniscono ascolto e supporto a chi ne ha bisogno.

## **Formazione sulla Patologia Autistica.**

Nell'ottica di una sempre maggiore inclusione, abbiamo avviato un percorso formativo in collaborazione con IAL Lombardia, volto a sensibilizzare il personale sul tema dell'autismo. Questo training, che ha già coinvolto oltre 38 colleghi del sito di Origgio, illustra come relazionarsi correttamente con le persone affette da disturbo dello spettro autistico, favorendo un ambiente di lavoro più informato, empatico e inclusivo.

## **Prossimi passi.**

Tutte queste iniziative verranno confermate e ulteriormente sviluppate, con uno sguardo attento allo stigma relativo alla disabilità, nel 2025. Vogliamo che Opella, e il mondo intero, sia sempre di più un posto capace di valorizzare la diversità, dove chiunque possa sentirsi accolto e riconosciuto, e abbiamo l'obiettivo di sensibilizzare il nostro management e i nostri dipendenti, affinché utilizzino una comunicazione sempre più inclusiva.

## **Succede a Origgio.**

**D!**

La nostra sede di Origgio è un punto di riferimento non solo per le attività produttive, ma anche per una serie di iniziative che promuovono il benessere delle persone, la sostenibilità ambientale e l'inclusione sociale.

Qui, attraverso collaborazioni strategiche con istituzioni e aziende, stiamo riscrivendo le regole della mobilità, della formazione e della cultura aziendale.

## **Mobilità sostenibile con BusForFun.**

Abbiamo avviato, insieme a Confindustria Varese e BusForFun, un progetto pilota per migliorare la mobilità dei lavoratori della zona industriale del Saronnese. L'obiettivo è ridurre l'uso delle auto private e le emissioni di CO<sub>2</sub>, rispondendo a un'esigenza emersa durante il tour "Confindustria Varese in ascolto".



Da settembre 2024, abbiamo iniziato la fase di test con sei corse giornaliere, collegando la stazione di Saronno alla zona industriale. I dati previsionali indicano che, solo nei primi tre mesi, il servizio permette di **togliere dalla strada fino a 107 auto**, evitando l'emissione di circa **16.000 kg di CO<sub>2</sub>**.

### **Isola formativa: inclusione e sviluppo delle competenze.**

Dal 2022, Opella ha lanciato l'**Isola Formativa**, un'iniziativa di inclusione lavorativa che coinvolge persone con disabilità, in collaborazione con la cooperativa sociale Spazio Aperto. Il progetto, sponsorizzato tra gli altri da Fondazione Cariplo, si svolge nel nostro stabilimento di Origgio ed è stato concepito con l'intento di supportare il reinserimento lavorativo di soggetti svantaggiati attraverso un percorso di riqualificazione delle competenze, con il supporto di un tutor professionista ed educatore specializzato nel sostegno psicologico delle persone con disabilità acquisita e delle loro famiglie.

Nel 2024, sei persone, tra tirocinanti e neoassunti, hanno partecipato a questa iniziativa nella modalità *training on the job*. Questo metodo consente ai partecipanti di acquisire competenze professionali e sociali direttamente sul posto di lavoro, favorendo l'integrazione in un ambiente di lavoro concreto e reale. Una volta terminato il percorso ai tirocinanti viene offerta la possibilità di avere un impiego stabile o direttamente all'interno dell'unità produttiva Opella di Origgio oppure in uno dei partner della cooperativa Spazio Aperto utilizzando la rete virtuosa di relazioni instauratasi tra enti pubblici del territorio, azienda e cooperativa sociale. Dopo solo 2 anni dal lancio, l'Isola Formativa di Origgio è stata riconosciuta da Spazio Aperto come una best practice all'interno del territorio dell'hinterland milanese in ambito di iniziative di inclusione lavorativa e Marco Carrubba, in qualità di testimonial, è stato invitato a raccontare il progetto durante un evento sull'inclusione che si è svolto a Milano in presenza dell'assessore alle politiche del lavoro e dell'istruzione, di AFOL città metropolitana di Milano e di altri esponenti del pubblico e del privato.

“

Vogliamo contribuire alla comunità investendo nella riqualificazione professionale delle persone con disabilità, con l'obiettivo di un'integrazione stabile nel nostro organico.

**Marco Carrubba, People Business Partner M&S Origgio Site.**

Questa iniziativa rientra nella strategia globale di Opella "**All In**", che punta a riflettere la diversità della comunità, creare un ambiente inclusivo e trasformare la medicina attraverso l'innovazione digitale.



### **Matchami e il coffee break multigenerazionale.**

Per favorire il dialogo tra generazioni diverse, nel 2024 abbiamo lanciato "**Matchami**", un programma che mette in contatto colleghi di età differenti per momenti di confronto informali. Dal suo lancio, ogni mese i partecipanti hanno ricevuto un invito per un incontro con un collega di un'altra generazione, da svolgersi liberamente davanti a un caffè, via Zoom o durante un pranzo.

L'iniziativa, in fase di test nel 2024, mira a promuovere la conoscenza reciproca e l'inclusione in modo naturale, attraverso momenti di incontro spontanei, come, per l'appunto, prendere un caffè insieme.

## Il PhD Program per sostenere ricerca e inclusione.

Il nostro impegno nella formazione si estende anche al sostegno dei dottorandi, con programmi dedicati che promuovono l'inclusione e la multiculturalità. Nel 2024, attraverso il **PhD Program**, abbiamo supportato giovani ricercatori nel loro percorso accademico e professionale, creando un ambiente che valorizza la diversità e la crescita delle competenze.

## Prossimi passi.

Nel 2025 porteremo avanti le iniziative lanciate nella sede di Origgio. Lavoreremo per confermare e potenziare i progetti BusForFun e Matchami, così come le altre attività che hanno interessato il nostro sito di Origgio.

## E! Altre attività.

### Ambassadors, Volunteer Day & Sustainability Cup.

Nel corso dell'anno, il nostro impegno si è tradotto in iniziative concrete, che hanno coinvolto in modo trasversale i nostri team, nell'ottica di promuovere una cultura aziendale in linea con i nostri valori.

Nel corso dell'anno, abbiamo aperto la candidatura per diventare Sustainability Ambassador. I **Sustainability Ambassadors** hanno il ruolo di promuovere e integrare la sostenibilità all'interno dell'azienda, fungendo da **ponti tra strategia e azione concreta**. Le loro principali responsabilità includono:

- **Diffondere la cultura della sostenibilità** tra i colleghi, aumentando la consapevolezza su temi ambientali, sociali ed economici.
- **Facilitare l'implementazione delle iniziative aziendali** legate alla sostenibilità, assicurandosi che gli obiettivi siano compresi e adottati nei diversi team.
- **Coinvolgere e ispirare i colleghi**, stimolando la partecipazione ad attività e progetti che supportano l'impatto positivo dell'azienda.
- **Monitorare e condividere best practice**, raccogliendo feedback e suggerimenti per migliorare le strategie di sostenibilità.
- **Rappresentare l'azienda in eventi e iniziative** legate alla sostenibilità, sia internamente che esternamente.

In sintesi, sono agenti del cambiamento che aiutano a trasformare la sostenibilità in un vantaggio competitivo e in un valore concreto per l'azienda e la comunità. Oggi Opella Italia conta **23 Sustainability Ambassadors, in rappresentanza del 100% delle diverse funzioni aziendali**.

Una delle iniziative principali svolte nel 2024, volte a creare conoscenza e consapevolezza relativamente al nostro impegno per creare un impatto positivo, sia come cittadini che come azienda, è stata la **Sustainability Cup 2024**, un'iniziativa che ha trasformato la sostenibilità in una sfida coinvolgente. I dipendenti si sono messi in gioco in una competizione interna per 5 settimane, dimostrando come l'innovazione e la collaborazione possano fare la differenza per un futuro più responsabile. Hanno partecipato più di **300 dipendenti**, con un tasso di **engagement rate del 98%**.

Infine, Opella ha aumentato **da 1 a 2** le giornate di permesso retribuito per la partecipazione a **iniziative di volontariato**. Una di queste è stata destinata a Save The Children, rafforzando il nostro legame con chi opera per un futuro migliore per le nuove generazioni.

Le attività di volontariato svolte in collaborazione con Save the Children sono state svolte in 10 diversi laboratori, chiamati “Punti Luce” di quartieri periferici di tutta Italia, che contribuiscono al miglioramento della realtà dei bambini che vivono in contesti svantaggiati. Nel corso dell’anno i dipendenti hanno partecipato a 20 date di volontariato, per un totale di 35 volontari. In particolare, il Punto Luce di Milano Quarto Oggiaro è stato il più presidiato dai dipendenti nelle diverse date proposte, confermando un’importante adesione al programma.

## Formazione in Salute e Sicurezza.

Nel 2024 abbiamo dedicato molte risorse alla formazione dei nostri dipendenti sui temi della sicurezza e della salute. Sono state infatti erogate tra sede e stabilimento di Origgio **3.170 ore di formazione** (505 a Milano e 2665 a Origgio) attraverso lezioni frontali, sessioni a distanza e addestramenti sul campo, anche con il supporto di società esterne.

Tra le iniziative principali, sono stati organizzati corsi di **primo soccorso**, tra cui sessioni dedicate al “Paris 2024 Volunteer Program” per 9 partecipanti e il corso “Primo soccorso per tutti” per 26 persone.

Nel corso dell’anno nella sede di Milano, 19 nuovi ingressi, inclusi stagisti e somministrati, hanno seguito la **formazione sulla sicurezza** prevista dal D.Lgs. 81/08. Sono stati inoltre formati 6 **preposti** e aggiornati 2 **rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza** con un corso di 8 ore.

Il 19 settembre, 5 membri della rete commerciale hanno partecipato a un **addestramento di Guida Sicura Percettiva**, per migliorare la gestione di situazioni d’emergenza alla guida. A novembre, due persone della squadra hanno seguito l’**aggiornamento sulla formazione antincendio**, mentre nel quarto trimestre, 21 lavoratori hanno partecipato alla **formazione quinquennale sui rischi specifici**.

Nella sede di Origgio nel 2024 ci sono stati 31 nuovi ingressi inclusi stagisti e somministrati, che hanno seguito la formazione sulla sicurezza prevista dal D.Lgs. 81/08. Sono stati inoltre formati 31 preposti, 2 dirigenti, un nuovo RLSSA con corso iniziale di 40 ore e un aggiornamento di 8 ore per il rappresentante in carica.

## Prossimi passi.

Nel 2025 rinnoveremo il nostro impegno confermando alcune delle iniziative messe in campo sui temi sopra citati, potenziandole ove possibile. Inoltre, pianifichiamo di partecipare alla **Green Cup 2025**, un evento aperto a tutte le aziende, dove gli ambassador Opella continueranno a diffondere il nostro impegno per la sostenibilità.

FINALITÀ DI BENEFICIO #4.

## Azione climatica, Rifiuti ed Ecosistema.



Un pianeta più sano è il punto di partenza per comunità più sane. Per questo, Opella ha intensificato il proprio impegno nella riduzione delle emissioni, nell'ottimizzazione delle risorse e nella gestione sostenibile dei materiali. Il 2024 ha segnato un'accelerazione concreta: dall'efficientamento energetico alla logistica ottimizzata, fino alla riduzione dell'uso di plastica e carta negli imballaggi.

A livello globale, Opella ha fissato obiettivi ambiziosi. In tema di azione climatica, intendiamo definire obiettivi di riduzione delle emissioni basati sulla scienza (SBTi), in linea con il nostro nuovo status di azienda indipendente. Inoltre, entro il 2025, puntiamo a ridurre del 65% **le emissioni Scope 1&2** rispetto al 2019 e ad alimentare le proprie attività con **100% di elettricità da fonti rinnovabili**. Sul fronte dei rifiuti, l'obiettivo è ridurre del **50% l'uso di plastica vergine** nei prodotti non medicinali entro il 2030 e garantire che il **90% del packaging prodotto internamente sia riciclabile**. Inoltre, tutti i siti produttivi dovranno essere **100% landfill-free entro il 2025**. Infine, per preservare gli ecosistemi, si mira a una riduzione del **20% nel prelievo idrico entro il 2030**, a utilizzare esclusivamente packaging di carta certificata o riciclata e prevedere **piani di gestione della biodiversità nei siti prioritari entro il 2025**.

In Italia, il sito produttivo di **Origgio** si distingue per alcuni obiettivi specifici, conformi al suo percorso di efficientamento. Entro il 2025, si prevede una **riduzione assoluta del 40% delle emissioni di CO<sub>2</sub> rispetto al 2019** (pari al 76,3% in termini relativi, considerando il raddoppio della produzione nello stesso periodo). Inoltre, è stato avviato un **programma di riduzione della plastica** che coinvolge non solo il confezionamento terziario, ma anche altri materiali di imballaggio – come film di wrappatura – utilizzando plastica riciclata. Infine, il sito di Origgio si propone di **ridurre del 20% i consumi idrici entro il 2030**, un risultato che, a parità di produzione, equivale a un taglio del 50%.

### Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>.

Nel 2024 abbiamo adottato soluzioni mirate per ridurre le emissioni di CO<sub>2</sub> lungo tutta la catena del valore.

Presso il sito di **Origgio**, una serie di interventi ha permesso di ottenere una **riduzione del 9,5% delle emissioni di CO<sub>2</sub>** rispetto all'anno precedente. Le principali azioni implementate sono state:

- Ottimizzazione e potenziamento delle coibentazioni lungo le linee di distribuzione di vapore e condensa.
- Riduzione dei ricambi d'aria nei locali di Classe 2, serviti da 7 sistemi di trattamento dell'aria.
- Gestione più efficiente delle temperature nei locali di produzione durante la stagione invernale.
- Installazione di pompe di calore per il condizionamento nel magazzino dell'edificio liquidi.

Anche la mobilità aziendale ha contribuito concretamente alla riduzione dell'impatto ambientale: l'**ottimizzazione della flotta**, grazie a incentivi per l'utilizzo di veicoli ibridi ed elettrici, ha generato un risparmio significativo di carburante.

La logistica ha avuto un ruolo chiave: l'**ottimizzazione delle spedizioni farmaceutiche** e la **riduzione dei resi** hanno limitato i trasporti non necessari, evitando l'emissione di **47 tonnellate di CO<sub>2</sub>**, equivalenti alla capacità di assorbimento di **3.700 alberi**.

Infine, un passo decisivo è stato lo **switch-off dell'impianto di cogenerazione**, avvenuto il **1° gennaio 2025**, che consentirà un risparmio annuo stimato di **1.908 tonnellate di CO<sub>2</sub>**. Risparmio che è destinato ad aumentare grazie all'installazione di pompe di calore per il riscaldamento e condizionamento degli edifici dello Stabilimento.

## Verso il 100% di energia rinnovabile.

Il nostro sito di Origgio ha accelerato la transizione verso energie pulite. Nel 2024 si è proceduto all'installazione di **pannelli fotovoltaici** che permetteranno un risparmio annuo di **438 MWh**, e si è raccolto il beneficio dell'installazione di sistemi illuminanti al LED, effettuati nel 2023, con un risparmio annuo di **1.060 MWh**. A questo si aggiungono la riduzione dei ricambi d'aria nei locali di Classe 2 e l'ottimizzazione delle pompe di circolazione delle torri evaporative nel reparto Liquidi, che insieme alle altre iniziative ha garantito finora una riduzione dei consumi elettrici del 13,1% rispetto all'anno 2023. Grazie a un piano strutturato di efficientamento, siamo convinti di poter raggiungere il **100% di elettricità da fonti rinnovabili entro il 2025**.

## Per una corretta gestione idrica.

L'utilizzo sostenibile dell'acqua è una priorità. Nel 2024, abbiamo implementato diverse azioni concrete per migliorare la gestione idrica e ridurre i consumi. L'**ottimizzazione della gestione delle torri di raffreddamento** ha permesso di operare con una sola torre e un solo chiller durante il periodo estivo, un intervento che ha generato un risparmio di **34.800 m<sup>3</sup> di acqua nel 2024**. Inoltre, per migliorare ulteriormente l'efficienza, siamo intervenuti sulla **gestione dell'irrigazione**, includendo la mappatura, la riduzione delle perdite e un miglioramento dei tempi di utilizzo. Questa azione ha portato a un risparmio di **4.800 m<sup>3</sup> di acqua nel 2024** e stiamo valutando la possibilità di interrompere completamente l'irrigazione a partire dal 2025.

Complessivamente, le nostre azioni hanno portato a un risparmio complessivo di **42.853 m<sup>3</sup>** rispetto all'anno precedente. Con il piano di trattamento delle acque reflue avviato quest'anno, si punta a un taglio del **50% del consumo idrico entro il 2030**, equivalente a **100.000 m<sup>3</sup> di acqua risparmiata**.

## Packaging sostenibile e riduzione dell'impatto ambientale.

Opella ha rafforzato il proprio impegno per un packaging più sostenibile su più fronti. Il **90% dei prodotti**, inclusi farmaci OTC, integratori e dispositivi medici, ora riporta **pittogrammi ambientali** per facilitare il corretto smaltimento. Sugli **integratori**, sono stati implementati **QR code e logo B Corp** per sensibilizzare i consumatori sulla sostenibilità.

Sul fronte della carta, tutti gli imballaggi ora utilizzano **carta FSC**, anche se, per regolamenti normativi, il logo non è sempre presente sulle confezioni. Inoltre, è stata ridotta la grammatura degli astucci sulla quasi totalità dei prodotti, con l'obiettivo di ottimizzare ulteriormente i layout per ridurre il consumo di carta. Gli **imballaggi per il trasporto** sono ora composti **esclusivamente da carta riciclata**.



Inoltre, è stato implementato il **packaging ottimizzato per Amazon (SIOC Pack)**, riducendo il volume di materiali utilizzati per la spedizione e garantendo che il 100% degli imballaggi sia riciclabile e composto per il **70% da carta riciclata**.



## Logistica sostenibile e customer service.

L'ottimizzazione della logistica ha portato a una significativa riduzione delle emissioni. Grazie a un miglior tasso di riempimento dei camion, alle spedizioni dirette e all'ottimizzazione delle spedizioni, mediante l'accorpamento di ordini per singoli clienti, nel 2024 è stato ridotto il **40% di emissioni di CO2** rispetto al 2023.

Nel customer service, il programma **Zero Claim** ha migliorato la gestione dei reclami, riducendo i resi e, di conseguenza, il numero di spedizioni inutili. Il progetto **Shippeo**, che consente il monitoraggio in tempo reale delle spedizioni, migliorerà ulteriormente l'efficienza e ridurrà l'impatto ambientale della distribuzione.

## Il nostro impegno per la decarbonizzazione.

L'azienda è membro di **CO2alizione**, una piattaforma di imprese impegnate nella neutralità climatica. Questo impegno si traduce in azioni concrete per ridurre le emissioni lungo tutta la catena del valore, con particolare attenzione agli Scope 1 e 2.

## Prossimi passi.

Sono tanti gli obiettivi che ci siamo posti rispetto a questi temi. Se il 2024 è stato un anno che ha visto un'accelerazione dei progetti dedicati all'ottimizzazione delle risorse e al risparmio energetico, il 2025 sarà un anno di consolidamento, fatto di molteplici azioni, piccole e grandi. Entro il prossimo anno, infatti, Opella punta a:

- **Progetti di ottimizzazione del consumo e del ricambio d'aria**, con un risparmio stimato di 36,5 tonnellate di CO2 all'anno.
- **Implementazione di pompe di calore**, che garantiranno una riduzione di 1.516 tonnellate di CO2 all'anno.
- **Eliminare lo strato di alluminio** negli imballaggi, sostituendolo con solo polipropilene per facilitare lo smaltimento.
- **Ridurre il consumo di foil** nei packaging, con focus su stick pack e sachet.
- **Diminuire del 20% la plastica nelle fiale di Enterogermina**, un'attività già in fase di implementazione, e **ridurre la plastica dei tappi** delle formulazioni in bottiglia.
- **Ottimizzare la stampa delle etichette** con nuove testine di stampa, per ridurre gli sprechi di inchiostro.
- **Eliminare definitivamente il foglietto illustrativo** nelle spedizioni Amazon e in altri prodotti laddove la normativa lo consente.

# 5.

## Misurare gli impatti. Il B Impact Assessment.

# Misurare gli impatti.

## Il B Impact Assessment.

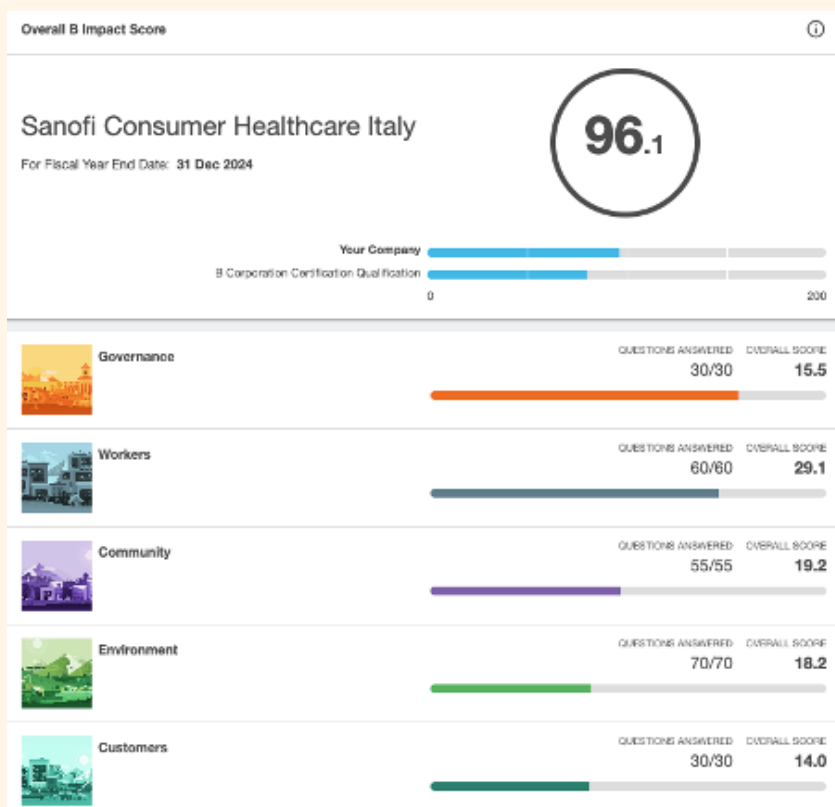
Il B Impact Assessment (BIA) rappresenta uno strumento di valutazione ampiamente utilizzato a livello globale per **misurare l'impatto ambientale e sociale delle aziende**, concentrato su cinque principali aree: *Governance, Lavoratori, Comunità, Ambiente e Clienti*.

Attualmente, oltre 9.000 aziende in 98 paesi e 162 settori hanno ottenuto il riconoscimento della certificazione B Corp con il superamento della soglia minima di 80 punti nell'assessment, dimostrando l'impegno nel rendere il business una forza positiva per la società.

Nel corso del 2022, in linea con gli obiettivi di Sanofi Global, Opella Italia ha avviato la valutazione delle proprie performance di sostenibilità utilizzando lo standard BIA. Nella prima fase di valutazione, abbiamo ottenuto un punteggio iniziale di 86.0. Successivamente, nel corso del 2023, l'azienda ha avviato un percorso di miglioramento, coinvolgendo attivamente il B Team - un gruppo dedicato di colleghe e colleghi provenienti da diverse funzioni aziendali - con l'obiettivo di potenziare le attività ad alto impatto ambientale e sociale. I risultati di questo percorso sono stati premiati anche nel corso della verifica con B Lab avvenuta nel corso del 2023, conseguendo un **punteggio finale verificato di certificazione pari a 90.0 punti** su un totale di circa 200 punti possibili.

A partire da questa base, nel corso del 2024, il Team di Sostenibilità, supportato da un gruppo di Ambassador, si è attivato per sviluppare in modo intenzionale di un piano di miglioramento focalizzato sulle aree prioritarie per Opella Italia, in linea con la strategia Global e con le priorità dettate dalle finalità specifiche di beneficio comune inserite a statuto.

L'implementazione del piano di miglioramento ha portato ad un risultato di **96.1 punti**. Il presente risultato rappresenta un'autovalutazione da parte di Opella Italia non verificata dall'ente terzo B Lab. Pertanto, il punteggio ufficiale, disponibile anche sulla B Corp Directory, rimane quello di certificazione.



Screenshot ottenuto dalla piattaforma B Impact Assessment accessibile dal sito: <https://impact.bimpactassessment.net/>

6.

**Guardando al 2025.**

## Guardando al 2025.

Il 2024 ha segnato un anno di trasformazione e consolidamento per **Opella Italia**, rafforzando il nostro impegno per un modello di business che coniuga crescita economica, impatto sociale e responsabilità ambientale. Con l'ottenimento della certificazione **B Corp**, abbiamo dimostrato che la sostenibilità non è solo un obiettivo, ma un principio guida che attraversa ogni aspetto della nostra attività.

Queste azioni sono state accolte dalla comunità Opella con grande entusiasmo, dimostrando che quando una visione è comune e condivisa, non c'è traguardo che non può essere raggiunto. Insieme, abbiamo lavorato per rendere il **self-care più accessibile**, sostenere attivamente le **comunità in cui operiamo**, valorizzare le **nostre persone** e **ridurre l'impatto ambientale** delle nostre operazioni. Questi progressi non sono azioni isolate, ma parte di un percorso di miglioramento continuo che ci spinge a fare sempre di più.

Guardando al 2025, continueremo a migliorare il nostro impatto, con iniziative che rafforzino il nostro ruolo di **azienda responsabile e innovativa**. Monitoreremo i progressi per garantire che ogni nostra azione sia allineata agli obiettivi di sostenibilità, locali e globali, e continueremo a lavorare per aumentare il nostro **punteggio B Corp**, consapevoli che ogni passo avanti genera valore per i nostri stakeholder, il nostro team e l'ambiente.



**L'impegno di Opella Italia e delle persone che ne fanno parte non si esaurisce qui: continueremo a contribuire alla costruzione di un mondo dove insieme possiamo prenderci cura di noi stessi, delle nostre comunità, del nostro ambiente e, soprattutto, del nostro futuro.**



# 7.

## Nota Metodologica.

# Nota Metodologica.

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

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

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

In questa seconda *Relazione di Impatto* sono inclusi:

- la rendicontazione dei risultati e delle iniziative realizzate nel corso dell'anno fiscale 2024 relative alle finalità di beneficio comune, con il racconto di alcune storie di successo rilevanti per il loro impatto;
- gli impegni e gli obiettivi che Opella Italia intende raggiungere nel 2025;
- la valutazione complessiva dell'impatto ottenuta attraverso lo standard Benefit Impact Assessment (BIA).

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

## Perimetro di rendicontazione.

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

**Dati ambientali:** La raccolta dei dati ambientali è gestita attraverso il database centralizzato Sherpa, che copre il 100% dei siti produttivi e dei centri di distribuzione di proprietà di Opella in tutto il mondo. Le metodologie e le definizioni dettagliate degli indicatori ambientali sono riportate nel Rapporto sulla Responsabilità Sociale d'Impresa 2024 del Gruppo. Il calcolo dell'impronta di carbonio, CO<sub>2</sub> equivalente (CO<sub>2</sub>e), segue le indicazioni del Greenhouse Gas (GHG) Protocol.

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

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

**Opella.**