

## THINK TALK - INCONTRO DI ASCOLTO PER IDENTIFICARE I TEMI CHE CONTANO PER NOVARTIS

### DESCRIZIONE DEL PROGETTO

#### PERCHÉ PARTECIPARE

Gli stakeholder coinvolti in questo progetto assumono un **ruolo attivo e di responsabilità** nel determinare le priorità dell'azienda.

Novartis Italia ha deciso di inaugurare un processo di confronto e dialogo trasparente con i propri stakeholder chiave. Per farlo, abbiamo messo a punto una metodologia che prevede il coinvolgimento di un ampio numero di interlocutori esterni, per raccogliere il loro punto di vista sui **temi materiali**, ovvero i **temi ambientali, economici e sociali più rilevanti per l'organizzazione**.

Una volta identificati i temi materiali, anche con la partecipazione del top management dell'azienda, Novartis identificherà un insieme di aree di tematiche su cui sviluppare **azioni e progettualità** per **massimizzare l'impatto positivo** sulla società nel breve e medio periodo.

#### COSA VUOL DIRE ANALISI DI MATERIALITÀ

La materialità è la soglia oltre la quale un tema diventa sufficientemente importante da essere rendicontato da un'azienda. Essa porta a sintesi il punto di vista aziendale e quello degli stakeholder, consentendo di identificare le tematiche più importanti per l'azienda e di maggiore interesse per gli stakeholder. È il punto di partenza per la rendicontazione di sostenibilità.

Un **tema è materiale quando**:

- È molto rilevante **sia** per gli stakeholder che per l'azienda
- È molto rilevante **solo per l'azienda**
- È molto rilevante **solo per gli stakeholder**

#### PERCHÉ È UN'ATTIVITÀ SFIDANTE

- Perché **non esiste una puntuale metodologia di riferimento** per identificare i temi materiali;
- Perché nella matrice di materialità **si confrontano tra loro grandezze non comparabili** (è più importante la sicurezza dei dipendenti o l'accesso ai farmaci?)
- Perché la prioritizzazione dei temi materiali per gli stakeholder deve essere il **risultato della mediazione di interessi diversi**

#### COME RACCOGLIAMO IL PUNTO DI VISTA DEGLI STAKEHOLDER

- Tramite due incontri di lavoro a porte chiuse della durata di circa 3 ore, a cui prenderanno parte circa 30 stakeholder selezionati in numero ristretto perché è quello che ci consentirà di dare adeguato spazio a tutti durante l'incontro
- Tramite interviste in profondità a 5-6 stakeholder selezionati, per coglierne il punto di vista sulle priorità per Novartis Italia
- Tramite una survey indirizzata a quasi 500 interlocutori, in cui abbiamo chiesto loro di mettere in ordine di priorità 31 temi significativi per Novartis Italia

## INCONTRI DI LAVORO CON GLI STAKEHOLDER: CHE COSA FAREMO

L'incontro sarà diviso in **due parti**:

1. **Dibattito**: ogni partecipante potrà chiedere la parola per perorare un tema in cui crede in modo particolare al fine di convincere gli altri stakeholder ad associargli un'alta priorità in fase di votazione. **Ognuno avrà a disposizione circa 4-5 minuti.**  
*Nel caso i partecipanti ritengano che qualche tema rilevante sia stato tralasciato, oppure la descrizione proposta non sia completa e soddisfacente, avranno l'occasione di condividere le loro idee. Le integrazioni suggerite verranno incluse nella votazione.*
2. **Votazione**: gli stakeholder **voteranno per mettere in ordine di priorità i temi** proposti e descritti nella guida inviata ai partecipanti.

## COME ABBIAMO SCELTO GLI STAKEHOLDER

Gli stakeholder provengono da **diverse categorie di portatori d'interesse** che possano fornire un punto di osservazione speciale, con il loro bagaglio di esperienze, competenze, valori, relazioni e il ruolo che coprono. In particolare, gli stakeholder sono stati selezionati affinché:

- Conoscano bene il territorio e il suo tessuto sociale e culturale, così come la realtà di Novartis
- Sanno ascoltare e gli è capitato nella vita di cambiare idea
- Hanno un bagaglio di competenze, esperienze e relazioni utili per ideare e sviluppare iniziative che generano valore
- Siano, per quanto possibile, rappresentativi della propria categoria di stakeholder
- Sono propositivi e contributivi, e in grado di fornire un punto di vista prezioso sui temi materiali
- Non partecipano per fare pubbliche relazioni, ma perché interessati a perorare autenticamente una causa
- Hanno una storia che testimonia in tutto o in parte i requisiti ideali