

Società sostenibile



2 | **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 una intrinseca connotazione sociale**, nasce in risposta a un'esigenza sociale fondamentale: **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 ricucire questo rapporto. 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 ipersemplicizzazione: 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

“ **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.** ”



rivoluzione rispetto al passato però non sono più le dichiarazioni: l'asse 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.

4 | 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.

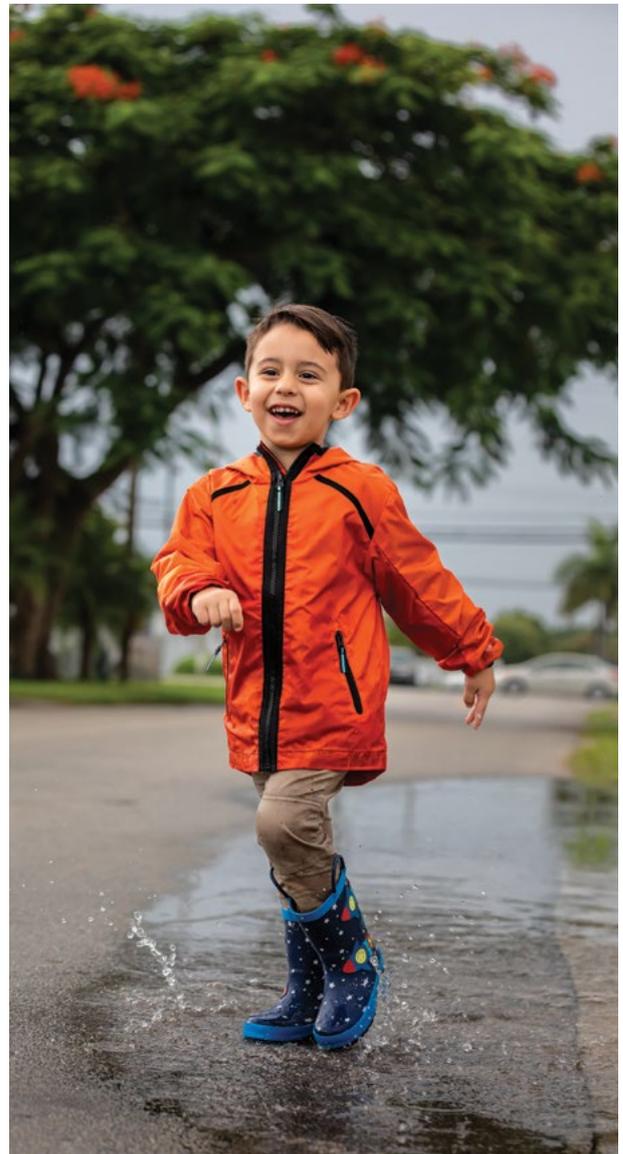
Questa metodologia, messa a punto dal WiFOR Institute (Independent Economic Research Institute), è applicata da Novartis su scala globale, ma l'Italia ha scelto di adottarla anche per una specifica analisi a livello nazionale. L'output è rappresentato dagli **indici SEE – Social, Environmental and Economic**, 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. Le singole voci fanno riferimento in primo luogo all'oggetto sociale 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.**



6,2 miliardi di € **Impatto totale**

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.



6 | 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 Origgio, 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, tema da anni al centro dell'attenzione nell'insediamento, 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 ed 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 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 del 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.

