

# Bilancio di Sostenibilità

Montefarmaco OTC S.P.A.

## Indice

Il percorso di Sostenibilità di Montefarmaco OTC .....	2
Nota Metodologica.....	4
Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità.....	4
L'Analisi di Materialità.....	4
1. Montefarmaco OTC.....	7
1.1 Chi siamo .....	7
1.2 Mission, vision e valori .....	10
1.3 Modello di business, prodotti e mercati .....	11
1.4 Governance, etica e integrità .....	12
1.5 Risultati economici e condivisione del valore .....	15
2. Qualità e innovazione.....	17
2.1 Qualità e sicurezza del prodotto .....	17
2.2 Ricerca e innovazione.....	18
2.3 La gestione della catena di fornitura.....	19
3. La tutela e il rispetto per l'ambiente.....	22
3.1. Utilizzo efficiente delle risorse e soluzioni di eco-design.....	22
3.2 Consumi energetici.....	23
3.3 Emissioni e altri impatti ambientali.....	25
4. L'attenzione per le persone.....	28
4.1 Organico aziendale .....	28
4.2 Formazione e sviluppo.....	31
4.3 Salute e sicurezza sul lavoro.....	32
4.4 Benessere dei lavoratori.....	33
4.5 Iniziative di educazione alla salute.....	33
4.6 Iniziative in favore della Comunità.....	34
Annex.....	34
GRI Content Index.....	43

## Il percorso di Sostenibilità di Montefarmaco OTC

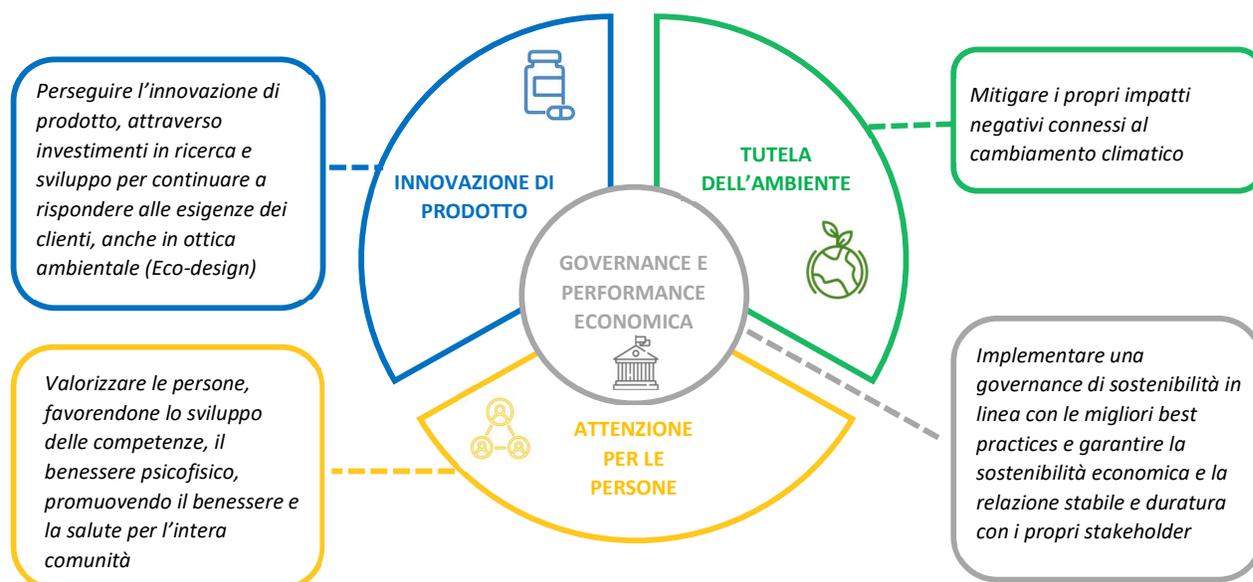
Quello farmaceutico è un settore che si può definire “a vocazione sociale” in quanto genera per sua natura forti impatti sulla collettività. Oltre alle comuni responsabilità che le aziende di tutti i settori devono assumersi nei confronti dei propri stakeholder, infatti, i prodotti delle aziende farmaceutiche impattano direttamente sulla salute e sul benessere delle persone. La vision di Montefarmaco OTC “Migliorare la salute e il benessere della persona all’interno della società in cui è inserita” riflette appieno questa vocazione.

Per raggiungere una piena consapevolezza dei propri impatti e delle responsabilità nei confronti degli stakeholder, però, non è sufficiente limitarsi a presidiare unicamente il benessere dei propri clienti finali né la sola dimensione sociale: con questa consapevolezza, negli ultimi anni Montefarmaco OTC ha portato il proprio concetto di “cura” oltre alla dimensione di prodotto, implementando iniziative volte alla cultura della salute e del benessere nei confronti dei propri dipendenti e progetti di efficientamento energetico con impatti positivi, oltre che da un punto di vista economico, anche sull’ambiente.

Forte della presenza di tali iniziative e in risposta anche alle richieste dal mercato e degli enti regolatori, Montefarmaco OTC ha deciso di adottare un approccio più strutturato alla sostenibilità.

Con questo scopo nel 2022 è iniziata la collaborazione con ALTIS, Graduate School of Sustainable Management. Primo passo di tale percorso è stata l’Analisi di Materialità (cfr. Nota Metodologica) effettuata con il coinvolgimento del management aziendale, grazie alla quale sono stati identificati i temi di sostenibilità più rilevanti (materiali) per l’azienda in termini di significatività degli impatti sugli stakeholder. Da tale analisi ha quindi preso avvio la formalizzazione di un primo piano d’azione volto a integrare gradualmente la sostenibilità nell’organizzazione.

Tale piano, infatti, definisce attività e obiettivi qualitativi di miglioramento in riferimento a 3 pilastri strategici, espressione degli ambiti prioritari di intervento per Montefarmaco: Innovazione di prodotto, Tutela dell’ambiente e Attenzione per le persone. È inoltre presente una “leva abilitante” (Governance e Performance Economica), trasversale ai pilastri individuati.



Come primo passo concreto del proprio percorso strategico di sostenibilità, Montefarmaco ha deciso di pubblicare il suo primo Bilancio di Sostenibilità.

Il Bilancio rappresenta uno strumento prezioso sia in termini di misurazione sia di informazione, in quanto consente di misurare in maniera puntuale e strutturata i propri impatti sociali, economici e ambientali più rilevanti secondo i risultati dell'Analisi di Materialità, e comunicarli in modo trasparente a tutti gli stakeholder, rendendo conto dei propri risultati con cadenza annuale.

## Nota Metodologica

### Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità

Il Bilancio di Sostenibilità 2022 espone le attività, i progetti e i principali risultati conseguiti nell'esercizio fiscale 2022 (1° gennaio – 31 dicembre) con riferimento ai temi economici, sociali e ambientali individuati come rilevanti per Montefarmaco nell'analisi di materialità. Per consentire una prima valutazione dell'andamento delle performance, i dati 2022 sono messi a confronto con quelli del 2021 e 2020.

Il perimetro di rendicontazione comprende la sola Montefarmaco OTC S.p.A. Sono escluse le controllate Jordan Tech SA e Montefarmaco Shanghai T.Co., e la controllante Montefarmaco Holding S.r.l.

Montefarmaco OTC è una Società per Azioni non quotata, con sede in via IV Novembre 92, Bollate (MI). Oltre alla sede italiana, dispone anche di una filiale commerciale a Bucarest (Romania).

Il presente documento è stato redatto dal gruppo di lavoro interno con il supporto metodologico di ALTIS, Graduate School of Sustainable Management. Il Bilancio di sostenibilità è stato predisposto secondo gli standard di rendicontazione GRI 2021, adottati secondo l'approccio "with reference".

Per ulteriori informazioni o chiarimenti sul presente Bilancio, è possibile contattare l'indirizzo [nicola.vitale@montefarmaco.it](mailto:nicola.vitale@montefarmaco.it).

### L'Analisi di Materialità

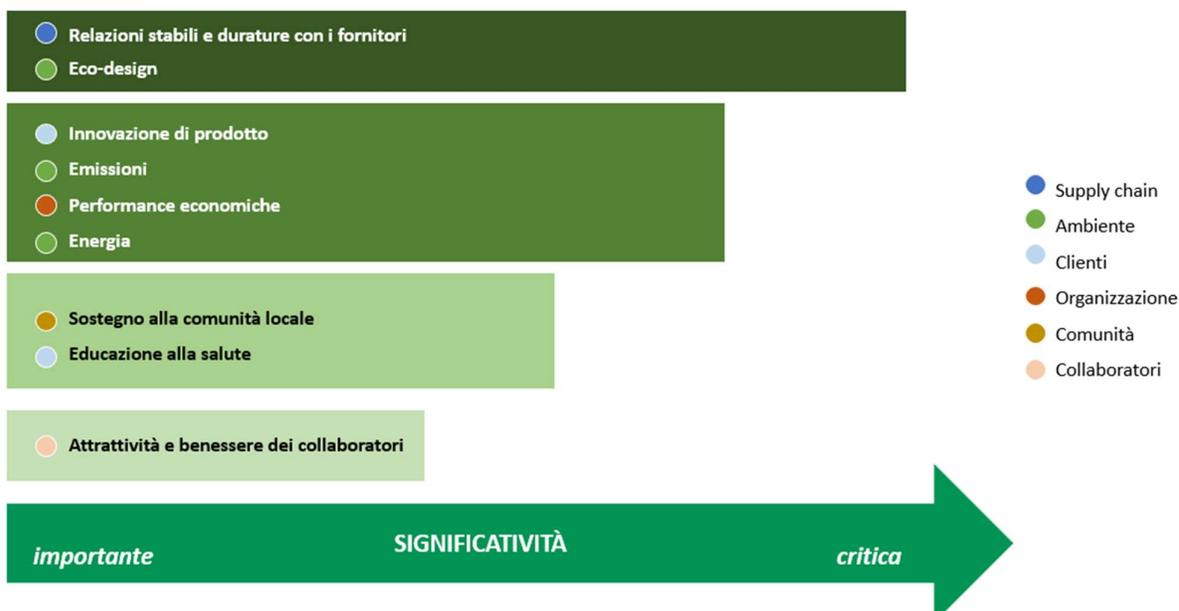
L'analisi di materialità è il processo previsto dagli Standard GRI che consente l'identificazione degli impatti rilevanti nelle tre aree della sostenibilità, economica, sociale e ambientale per Montefarmaco. Con il termine "impatto" il GRI intende un effetto che l'organizzazione ha (effettivo) o potrebbe avere (potenziale) sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, compreso sui loro diritti umani, che a sua volta può indicarne il contributo positivo o negativo allo sviluppo sostenibile.

Per poter definire gli impatti relativi a Montefarmaco, in primo luogo si è proceduto a un'analisi del contesto in cui opera la società, effettuando un'indagine di benchmark e considerando documenti, siti web e Bilanci di sostenibilità pubblicati da competitors e aziende affini appartenenti al settore farmaceutico.

Tali attività hanno consentito di identificare un elenco di 15 impatti negativi e 21 impatti positivi, per un totale di 36 impatti.

Ciascun singolo impatto emerso è stato sottoposto ad una valutazione di rilevanza da parte del management, coinvolgendo le principali funzioni aziendali, per un totale di 14 persone. A questi ultimi è stato chiesto di compilare un questionario online e di esprimere un giudizio sintetico di significatività tenendo conto dei parametri indicati dallo stesso GRI Standard (portata, ambito, irrimediabilità, probabilità per quanto riguarda gli impatti negativi; portata, ambito e probabilità per quanto riguarda gli impatti positivi). Sulla base delle valutazioni emerse sono state create due scale differenti di significatività, una per gli impatti positivi e l'altra per gli impatti negativi. Per ciascuna si è stabilita una soglia di materialità, calcolata come media della significatività degli impatti. Sono emersi così 15 impatti materiali. Di seguito a una discussione e validazione interna di tali risultati, si è confermata una lista di 16 impatti, aggregati in 9 temi di sostenibilità.

Di seguito i 9 temi di sostenibilità ordinati per significatività massima degli impatti ad essi connessi e con l'indicazione degli stakeholder su cui si concretizzano.



Di seguito si propone la tabella riassuntiva delle categorie di impatti, dei temi ad essi associati, dei GRI utilizzati per la rendicontazione.

Tema	Impatto	Tipologia d’impatto	GRI
Relazioni stabili e durature con i fornitori	Creazione di relazioni economiche stabili e durature con i propri fornitori	Positivo effettivo, causato dall’azienda	GRI 201- Performance economica GRI 204-Politica di approvvigionamento
Eco-design	Consumo di materie prime	Negativo effettivo, causato dall’azienda e direttamente connesso alla sua attività	GRI 301- Materiali
	Iniziative di eco-design del prodotto	Positivo effettivo, causato dall’azienda	GRI 301- Materiali
	Aumento della durabilità ed uso dei prodotti	Positivo effettivo, causato dall’azienda e direttamente connesso alla sua attività	-
Innovazione di prodotto	Creazione di nuovi prodotti per rispondere alle nuove esigenze	Positivo effettivo, causato dall’azienda	-
Emissioni	Inquinamento atmosferico	Negativo effettivo, causato dall’azienda	GRI 305 - Emissioni
	Inquinamento atmosferico derivante dalle attività lungo la catena del valore	Negativo effettivo, direttamente connesso alle sue attività	GRI 305 - Emissioni
	Decontaminazione atmosferica	Positivo effettivo, causato dall’azienda	GRI 305 - Emissioni
Performance economiche	Miglioramento delle performance economiche aziendali e distribuzione	Positivo effettivo, causato dall’azienda	GRI 201 – Performance economica
Energia	Consumi energetici interni	Negativo effettivo, causato dall’azienda	GRI 302 – Energia

	Efficientamento e rimodulazione del mix energetico	Positivo effettivo, causato dall'azienda	GRI 302 – Energia
Sostegno alla comunità locale	Generazione di ricadute economiche indirette nel territorio di riferimento	Positivo effettivo, causato dall'azienda	GRI 203 – Impatti economici indiretti
Educazione alla salute	Educazione alla salute	Positivo potenziale, causato dall'azienda	-
Attrattività e benessere dei collaboratori	Insoddisfazione circa le condizioni di lavoro e conseguente perdita di risorse	Negativo potenziale, causato dall'azienda	GRI 401 – Occupazione
	Promozione di una piena cultura della salute e sicurezza sul posto di lavoro	Positivo potenziale, causato dall'azienda	GRI 401 – Occupazione GRI 403 – Salute e sicurezza sul lavoro
	Sviluppo di conoscenze e competenze specifiche grazie alla formazione dei dipendenti	Positivo potenziale, causato dall'azienda	GRI 404 - Formazione

# 1. Montefarmaco OTC

## 1.1 Chi siamo

*Montefarmaco OTC S.p.A.* è una società dedita alla **formulazione e commercializzazione di integratori alimentari, farmaci da banco, dispositivi medici e cosmetici**. Perno del Gruppo Montefarmaco, è un'azienda nata in farmacia, da sempre guidata da farmacisti e orientata alla collaborazione con farmacie e parafarmacie. Nei suoi oltre **75 anni di storia**, le **tre generazioni** della famiglia Colombo che si sono alternate alla guida dell'azienda hanno saputo creare e condurre una delle più rinomate realtà farmaceutiche italiane, all'insegna di innovazione e qualità.

Tutto iniziò nel 1945 quando, in una Milano ferita dai bombardamenti della Seconda Guerra Mondiale, nel suo piccolo laboratorio galenico il farmacista Giovanni Colombo avviò la produzione dei suoi "farmaci dai monti", una linea di prodotti naturali balsamici a base di essenza di pino pumilio distillata da un amico che viveva sulle Alpi del Trentino. Nasceva così Montefarmaco, e nascevano così anche i prodotti della linea *Pumilene*, il più antico marchio di Montefarmaco, tutt'ora in commercio.

Nel dopoguerra Montefarmaco si affermò dunque come piccola azienda attiva nella produzione di farmaci su prescrizione rimborsati dal Servizio Sanitario Nazionale fino a quando, negli anni Settanta, **l'introduzione dei farmaci da banco** (*over the counter*, OTC) non più rimborsati dal SSN ma gestiti e venduti direttamente dai farmacisti rivoluzionò il settore. Giuseppe Colombo, succeduto al padre Giovanni nella guida di Montefarmaco, intuì allora che il farmacista sarebbe diventato, da mero dispensatore di farmaci per conto del SSN qual era, un consigliere e rivenditore di prodotti per il benessere e la salute delle persone. Montefarmaco cominciò dunque a indirizzare la sua produzione verso farmaci OTC e SOP (senza obbligo di prescrizione), e fu **la prima in Italia a vendere direttamente alle farmacie**, convertendo la sua rete di informatori scientifici in agenti commerciali. Il primo marchio lanciato in quella nuova era fu *Iridina*, linea di colliri per gli occhi, cui seguirono altri marchi come *Normalene* (unico lassativo riconosciuto a livello mondiale dall'Organizzazione Mondiale della Sanità) e *Faringola* (per le piccole infezioni del cavo orale).

Negli anni Ottanta fu la volta di una nuova rivoluzione di settore, con **la comparsa degli integratori alimentari**. Anche allora Montefarmaco dimostrò la sua capacità di innovazione lanciando alcune tra le prime linee di integratori alimentari commercializzati in Italia come *Vitalmix* e *Lactoflorene*.

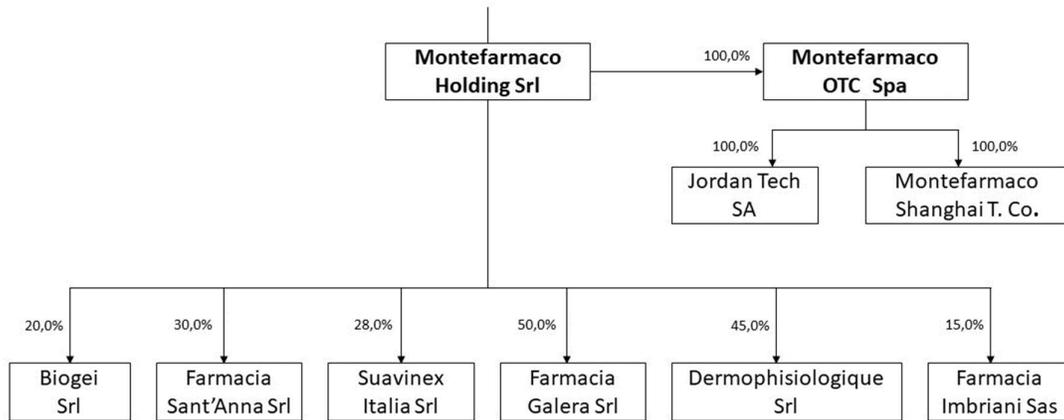
Gli anni seguenti furono un periodo di crescita e riorganizzazione: nel 1998 si decise di **esternalizzare l'attività produttiva e logistica** per poter concentrarsi sulla formulazione e la commercializzazione dei prodotti. Nel 2000 fu **inaugurata la sede di Bollate**, tutt'ora epicentro dell'attività scientifica e commerciale della società. Nei primi anni Duemila furono lanciati *Briovitase* (integratori salini) e *Orsovit* (multivitaminici per bambini).

Nel 2008, con l'acquisizione di una partecipazione in *Suavinex Italia S.r.l.* (specializzata in prodotti per l'infanzia) la Società cominciò a dar vita a un vero e proprio **Gruppo**. Seguiranno così altre acquisizioni e fusioni. Nel 2013 fu incorporata *Afom Medical S.r.l.* (titolare dei marchi di colliri e gel antidolorifici *Afomill* e *Calmadol*), e nel 2015 *Brux S.r.l.* (titolare del marchio di dispositivi intraorali *Dr. Brux*). Allo stesso anno risale invece l'ingresso in *Biogei Cosmetici S.r.l.* (prodotti cosmetici), e al 2018 in *Dermophysiologique S.r.l. SB* (società benefit specializzata in dermocosmesi). Sempre nel 2018, al fine di riordinare e consolidare la struttura del Gruppo, è nata *Montefarmaco Holding S.r.l.*, holding finanziaria cui è stato conferito l'intero capitale sociale di Montefarmaco OTC e le altre partecipazioni societarie. Tale operazione ha comportato il passaggio di tutta la struttura amministrativo-finanziaria in capo alla holding, per meglio gestire e coordinare il Gruppo.

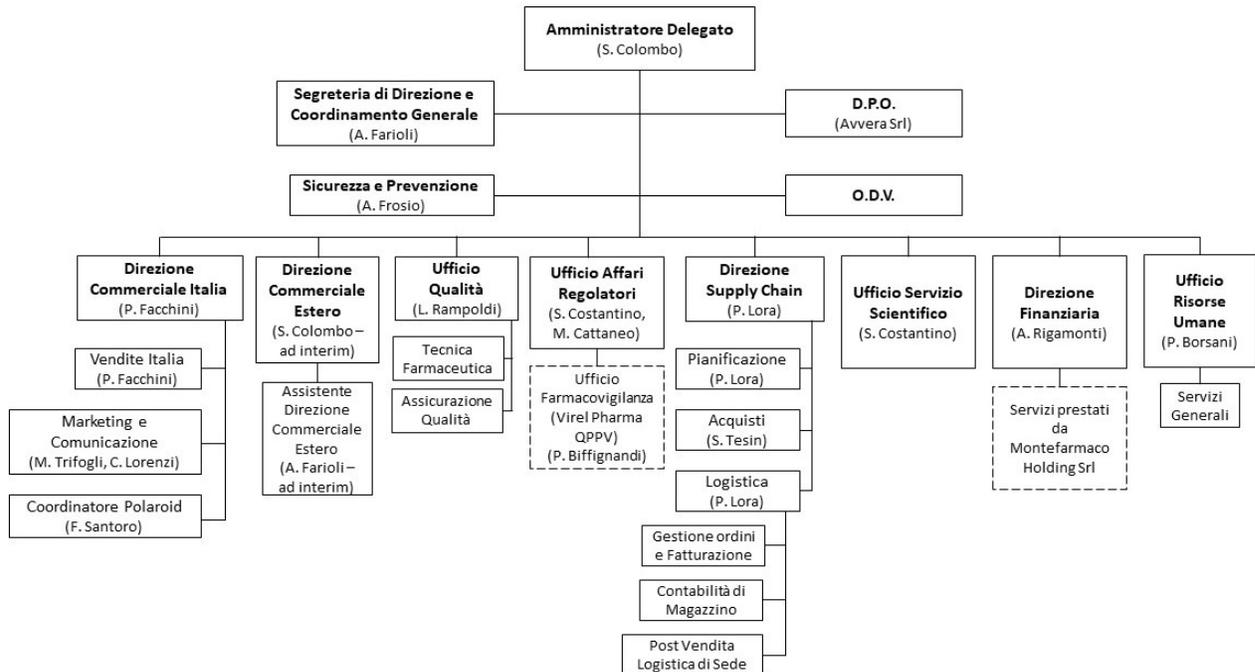
Diventata punto di riferimento nel mercato italiano dei farmaci da banco, negli ultimi anni Montefarmaco ha cominciato a guardare con sempre maggiore interesse oltre i confini nazionali. Risale infatti al 2017 l'apertura della **prima filiale estera** in Romania, seguita nel 2019 dalla fondazione in Cina di *Montefarmaco Shanghai Trading Co. LTD*. Nel 2020, infine, Montefarmaco OTC ha acquisito l'intero capitale sociale di *Jordan Tech SA*, società svizzera esclusivista degli amplificatori acustici a marchio Polaroid.

Oltre alle suddette società, si sono aggiunte negli anni **tre farmacie** localizzate nel territorio milanese (*Sant'Anna, Gilera e Imbriani*) la cui presenza nel Gruppo Montefarmaco ne rafforza ulteriormente il carattere di realtà fondata da farmacisti e che ancor oggi rimane al fianco dei farmacisti.

Al 31 dicembre 2022, il Gruppo Montefarmaco risulta dunque composto dalle seguenti realtà societarie:



La struttura organizzativa di Montefarmaco OTC risulta invece così composta:



#### [Timeline]

1945 - nel suo piccolo laboratorio galenico di Milano, il dottor Giovanni Colombo avvia la produzione di una linea di prodotti naturali balsamici: nasce Montefarmaco

Anni '70 - in Italia viene liberalizzata la produzione e distribuzione dei farmaci da banco: Montefarmaco fa da apripista, e lancia *Iridina*, *Normalene* e *Faringola*

Anni '80 – compaiono gli integratori alimentari: anche stavolta Montefarmaco fa da apripista, lanciando *Vitalmix* e *Lactoflorene*

1998 – esternalizzazione della produzione e riposizionamento su formulazione e vendita

2000 – viene inaugurata la sede di Bollate

2008 – ingresso in *Suavinex Italia S.r.l.*

2013 – acquisizione di *Afom Medical S.r.l.*

2015 – acquisizione di *Bruce S.r.l.*, ingresso in *Biogei Cosmetici S.r.l.*

2017 – apertura della prima filiale estera in Romania

2018 – nascita di *Montefarmaco Holding S.r.l.*, ingresso in *Dermophysiologique S.r.l. SB*

2019 – nascita di *Montefarmaco Shanghai Trading Co. LTD*

2020 – acquisizione di *Jordan Tech SA*

#### [Approfondimento] Dermophysiologique

Dermophysiologique è un'azienda di estetica professionale, che da oltre 40 anni investe nella ricerca dermocosmetica a servizio della qualità della vita. A testimonianza del proprio impegno etico e ambientale, nel 2015 Dermophysiologique ha ottenuto la **certificazione B Corp**, e nel 2016 ha trasformato il proprio status giuridico in **Società Benefit**.

La Società Benefit è un nuovo tipo di società che integra nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi di profitto, lo scopo di avere un impatto positivo sulla società e sull'ambiente, utilizzando la potenza di business per perseguire una o più finalità di beneficio comune e la creazione di valore condiviso. Le B Corp sono aziende che hanno ottenuto la certificazione B Corp a seguito di una valutazione effettuata attraverso un approfondito questionario (il BIA -Business Impact Assessment), garantendo così la capacità di soddisfare elevati standard di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.

Dermophysiologique aderisce inoltre a **B Corp Beauty Coalition**, un network internazionale nato per migliorare le pratiche sociali e ambientali dell'industria della bellezza e sensibilizzare l'opinione pubblica sul collegamento tra bellezza e responsabilità.

In partnership con Montefarmaco, Dermophysiologique persegue l'obiettivo di creare un nuovo mercato estetico professionale nelle farmacie e nelle strutture sanitarie qualificate, operando in sinergia con medici e farmacisti. Questa collaborazione si estrinseca, in particolare, attraverso la distribuzione in esclusiva da parte di Montefarmaco dei prodotti a marchio **ONTHERAPY®**, specificatamente studiati per pazienti sottoposti a terapie farmacologiche e oncologiche.

## 1.2 Mission, vision e valori

**Migliorare la salute e il benessere della persona all'interno della società in cui è inserita:** è questa la vision che anima Montefarmaco fin dai suoi albori nel piccolo laboratorio galenico del Dott. Giovanni Colombo.

La mission che muove le donne e gli uomini di Montefarmaco nel loro lavoro di ogni giorno consiste dunque nella volontà di **essere il marchio italiano salutistico, affidabile e innovativo per i farmacisti, i medici e i consumatori in Italia e all'estero**. Tale impegno è ispirato dai seguenti valori:

- **Cura del benessere** – “Montefarmaco si prende cura del tuo benessere” è il motto che la Società ha scelto per esprimere lo sforzo da sempre profuso nella creazione e distribuzione di prodotti di comprovata efficacia e qualità, nella convinzione che il benessere scaturisca dalla parte più profonda dell'animo e che, se condiviso, possa migliorare la vita di tutti i giorni. Questo vale non solo per i consumatori ma anche per i collaboratori, per i quali si è voluto costruire una sede aziendale che fosse il più possibile luminosa e confortevole.
- **Qualità** - il continuo perseguimento della qualità permea ogni ambito aziendale, dalla ricerca e selezione delle materie prime, al prodotto e al suo confezionamento, fino alla vendita. Montefarmaco ha infatti implementato un sistema di gestione della qualità certificato ISO 9001.
- **Sicurezza ed efficacia** – Per poter garantire la conformità ai più elevati standard di sicurezza Montefarmaco si è dotata di un sistema di gestione della qualità per dispositivi medici certificato ISO 13485, e conduce sui propri prodotti diversi studi di efficacia che prevedono protocolli simili agli studi clinici dei farmaci, anche in mancanza di obbligatorietà di legge, come nel caso degli integratori alimentari.
- **Ricerca e innovazione** – nella sua storia Montefarmaco ha dimostrato e continua a dimostrare una spiccata propensione all'offerta di soluzioni di benessere innovative per il canale farmacia, andando a innovare i processi, i prodotti e gli sviluppi commerciali. La collaborazione della Società con esperti, università e associazioni di settore ha inoltre portato allo sviluppo di cinque brevetti e due position paper.
- **Attenzione ai clienti** – l'attenzione ai farmacisti (clienti diretti della Società) è da sempre insita nel DNA di un'azienda che è nata in farmacia e che tuttora mira alla cooperazione con il canale di distribuzione farmaceutico. A tal fine è nata *Montefarmaco Educational*, il progetto di formazione sulla nutraceutica rivolto ai farmacisti.
- **Etica imprenditoriale** – un'adeguata cultura deontologica è quanto mai necessaria nel campo farmaceutico, perché un comportamento non etico o illecito determinerebbe una grave perdita di reputazione e credibilità presso gli operatori sanitari, le istituzioni e i cittadini. Per questo motivo Montefarmaco si è dotata di un Modello ex d. lgs. 231/01 e di un Codice etico, e i suoi sforzi sono stati riconosciuti attraverso l'ottenimento di un rating di legalità.
- **Made in Italy** – tutto questo si riassume nell'orgoglio di essere una *family company* italiana con alle spalle una filiera fortemente italiana e che ha saputo diventare punto di riferimento nel mercato italiano dell'automedicazione, e che guarda pertanto con fiducia e ottimismo al resto del mondo.

### 1.3 Modello di business, prodotti e mercati

Il successo del modello di business di Montefarmaco deriva dall'aver scelto una strada di **innovazione diffusa**: dal prodotto alla rete commerciale l'intera azienda innova in funzione dei mercati, dei bisogni e delle nuove dinamiche socioculturali per dare sempre la giusta risposta di benessere. In particolare, la Società ha definito il proprio modello di business focalizzandosi sulle **attività di ricerca e sviluppo, comunicazione, marketing e vendita**. Pur avendo esternalizzato la produzione e la logistica, Montefarmaco **presidia e supervisiona l'intera filiera**, applicando i severi controlli di qualità propri del settore.

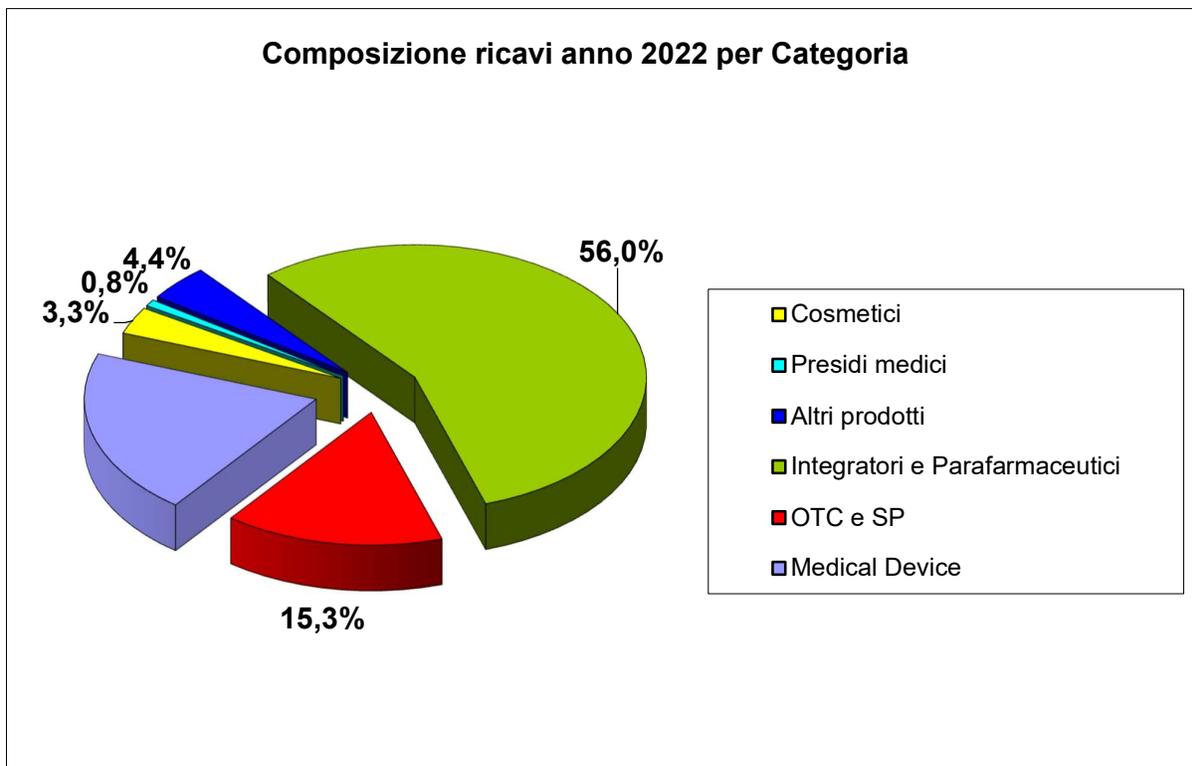
In questo modo Montefarmaco è in grado di offrire un **catalogo di prodotti ampio e diversificato**, che si contraddistingue per la sua organicità e completezza, sempre garantendo massima attenzione alla qualità delle materie prime e delle lavorazioni.

Il catalogo di prodotti distribuiti dalla Società conta dunque circa 900 prodotti, appartenenti a quattro classi regolatorie:

- **Integratori alimentari** - principalmente probiotici, multivitaminici, salini, tonici e prodotti per il controllo dell'ipercolesterolemia
- **Farmaci da banco** – destinati alla cura di patologie minori con un focus sui prodotti oftalmici, intestinali e respiratori
- **Dispositivi medici** – come gocce oculari, occhiali da lettura, prodotti per il bruxismo e amplificatori acustici
- **Cosmetici** - creme e soluzioni per il benessere della pelle

Tutto comincia dall'idea di un nuovo prodotto, una nuova formulazione o un nuovo processo che mette in moto la funzione ricerca e sviluppo; l'idea può provenire dall'interno della funzione stessa, oppure dalla funzione marketing, sempre attenta a monitorare i trend di mercato e a **individuare i fabbisogni dei consumatori**. Una volta sviluppati i prototipi, la produzione viene quindi affidata a **primarie società chimiche e farmaceutiche**. Anche la logistica è affidata a fornitori specializzati, mentre la Società si occupa invece delle vendite, avvalendosi di una capillare rete composta da oltre **70 agenti** monomandatari, riuscendo così a raggiungere e servire direttamente una clientela costituita da circa **11.000 tra farmacie e parafarmacie presenti in tutta Italia** (su un totale di circa 26.000), in aggiunta ai principali distributori all'ingrosso. Negli ultimi anni la Società ha inoltre avviato la penetrazione dei mercati esteri, partendo dalla **Romania** e dalla **Cina**. Parallelamente si svolge un'intensa attività di comunicazione e marketing finalizzata a raggiungere i **farmacisti, i medici e i consumatori finali**, mediante campagne informative e attività promozionali.





#### 1.4 Governance, etica e integrità

Un'adeguata struttura di governance è fondamentale per una società operante nel settore farmaceutico cui sono richieste particolari doti di **integrità, professionalità e affidabilità**.

Al 31 dicembre 2022, Montefarmaco OTC adotta un sistema di governance di tipo tradizionale, basato su tre organi di controllo: il Direttore Generale, il Consiglio di Amministrazione (costituito da 3 membri) e il Collegio Sindacale (costituito da 3 sindaci effettivi e due supplenti, esterni alla società). Alla società di revisione è affidata la revisione legale dei conti.

Il CdA ha incarico triennale così come tutte le altre cariche esecutive e in occasione dello scadere del mandato, attraverso le assemblee di approvazione bilancio, si effettuano i rinnovi o le nuove nomine. L'attuale CdA è entrato in carica il 3 luglio 2023 ed è composto da Stefano Colombo (presidente) e Patrizia Facchini (consigliere).

Nel 2017 Montefarmaco ha deciso di dotarsi di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** ai sensi del **Decreto Legislativo 231/2001** sulla responsabilità amministrativa delle imprese, introducendo procedure e protocolli atti ad assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione degli affari, delle attività aziendali e del lavoro dei dipendenti, al fine di prevenire la commissione di reati che possano illecitamente avvantaggiare la Società.

L'implementazione del MOGC ha comportato anzitutto la **mappatura delle aree aziendali a rischio** per l'identificazione di quelle attività nel cui ambito possano essere commessi tali reati, individuando come sensibili le attività potenzialmente esposte alla commissione di reati societari e contro la Pubblica Amministrazione. Si è quindi proceduto all'**introduzione di specifici protocolli** diretti a programmare la formazione e l'attuazione delle decisioni della Società in relazione ai reati da prevenire. Rientrano fra questi un sistema organizzativo che definisca chiaramente la gerarchia delle posizioni aziendali e le responsabilità per lo svolgimento delle attività, un sistema di controllo di gestione, un sistema di comunicazione e formazione del personale, e il Codice Etico.

Il **Codice Etico**, il cui ultimo aggiornamento risale al luglio 2022, racchiude i principi cui è ispirata l'etica imprenditoriale di Montefarmaco ed enuncia i diritti, i doveri e le responsabilità della Società nei confronti dei portatori d'interesse (dipendenti, fornitori, clienti, Pubblica Amministrazione, soci, ecc.) formulando norme mediante le quali determinati comportamenti vengono incoraggiati, imposti o vietati. Destinatari del Codice Etico sono tutti gli amministratori, i dipendenti, i collaboratori e le controparti contrattuali la cui convinzione di agire a vantaggio o nell'interesse della Società non può in alcun caso giustificare una condotta contrastante con le prescrizioni del Codice stesso.

Al fine di vigilare sul corretto funzionamento e sull'osservanza delle norme e dei presidi organizzativi previsti dal Modello, è stato infine istituito un apposito **Organismo di Vigilanza** composto da un membro interno e da due membri esterni scelti per professionalità e onorabilità, cui sono stati conferiti autonomi poteri di iniziativa e di controllo. All'Organismo di Vigilanza spetta altresì il compito di proporre aggiornamenti del Modello qualora se ne riscontri l'esigenza in seguito al mutamento delle condizioni aziendali e/o normative.

A dimostrazione del suo impegno, nel novembre 2021 Montefarmaco ha ottenuto il **Rating di Legalità** da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, con il punteggio di due stelle e due più. Il Rating di Legalità è uno strumento istituito per promuovere la diffusione di principi etici nell'ambito delle attività imprenditoriali e prevenire comportamenti aziendali illeciti. Rappresenta, quindi, una sorta di "bollino di qualità", garanzia di legalità e trasparenza.

### [Approfondimento] Il Rating di Legalità

Il *Rating di Legalità* è una forma di valutazione introdotta nel 2012 al fine di promuovere la diffusione di comportamenti etici nelle aziende italiane, mediante un riconoscimento conferito dall’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM).

Possono richiedere l’attribuzione del Rating tutte le aziende operanti in Italia iscritte da almeno due anni al registro delle imprese e che abbiano fatturato almeno 2 milioni di euro nell’esercizio precedente la richiesta.

Il Rating viene misurato in ★ “stelle”, da un minimo di una a un massimo di tre. Il punteggio base di una stella indica il rispetto dei requisiti minimi di legalità enunciati dall’articolo 2 del Regolamento attuativo come ad esempio l’assenza di misure di prevenzione o cautelari, personali e/o patrimoniali nei confronti di amministratori o soci, e il non essere destinatari di provvedimenti di condanna per pratiche commerciali scorrette o per il mancato pagamento di imposte e tasse o ancora per il mancato rispetto delle previsioni di legge in materia di tutela della salute e della sicurezza sul lavoro.

Il Rating di base può essere ulteriormente incrementato di un + “più” sulla base del rispetto di ciascuno dei requisiti elencati dall’articolo 3 del Regolamento attuativo, tra cui l’adesione a protocolli finalizzati a prevenire e contrastare infiltrazioni mafiose, l’utilizzo di sistemi di tracciabilità dei pagamenti anche per importi inferiori al minimo legale, l’adozione di un modello organizzativo ai sensi del d.lgs. 231/01, l’adesione a codici etici di autoregolamentazione adottati dalle associazioni di categoria, o ancora l’adozione di processi organizzativi volti a garantire forme di *Corporate Social Responsibility*.

Il conseguimento di tre segni + comporta l’attribuzione di una ★ aggiuntiva, fino ad un massimo di tre ★.

Una volta conseguito, il Rating ha durata di due anni durante i quali l’Azienda è iscritta nell’elenco liberamente consultabile sul sito dell’AGCM, ed è rinnovabile su richiesta.

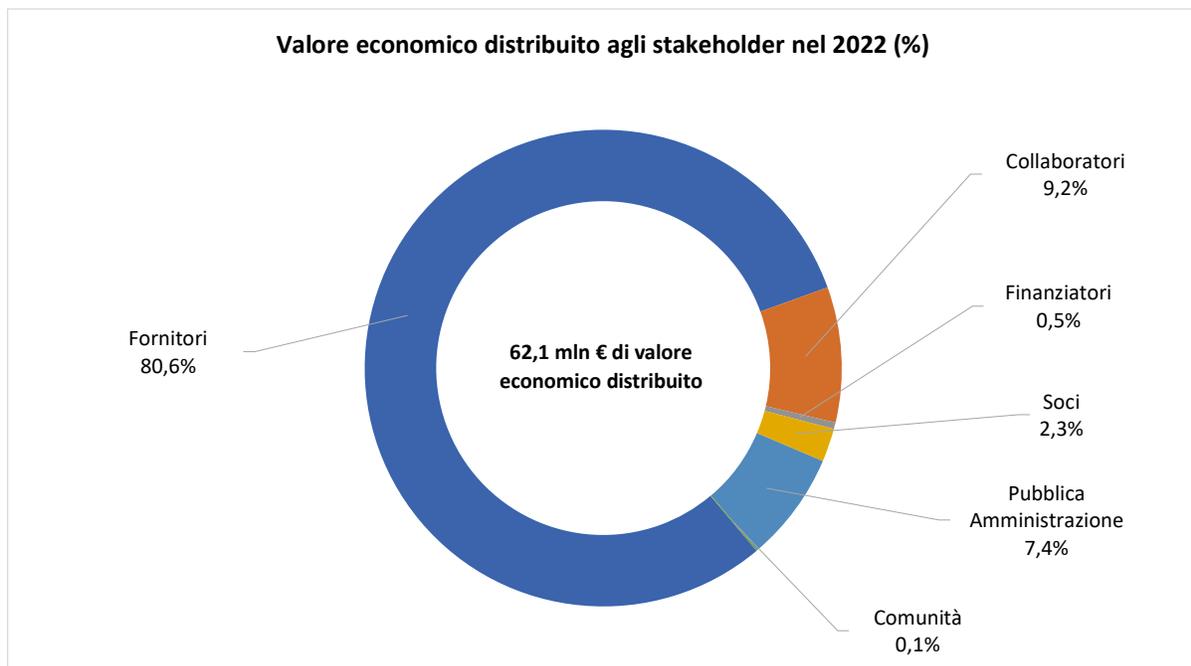
Il Rating è dunque un pubblico riconoscimento dell’impegno di un’impresa nel perseguimento di una condotta aziendale etica e trasparente, che le consente anche di ottenere importanti benefici sia in termini economico-finanziari, sia in termini di miglioramento del posizionamento competitivo.

## 1.5 Risultati economici e condivisione del valore

La sostenibilità di un'azienda è anzitutto economica: una società finanziariamente sana è infatti in grado di generare e distribuire valore economico, soddisfacendo le aspettative e i bisogni dei suoi stakeholder.

Nel 2022 Montefarmaco OTC ha generato un valore economico pari a **68,3 milioni di euro**, un risultato positivo **in crescita del 18,2%** rispetto all'anno precedente. Le ragioni di questo risultato sono da ricercarsi nell'ormai riconosciuta qualità e affidabilità dei marchi di Montefarmaco da parte dei consumatori, e nella capillarità della rete di vendita che rende la Società in grado di proporre i suoi prodotti in maniera rapida e diretta a numerose farmacie presenti sull'intero territorio nazionale.

Al netto di ammortamenti e accantonamenti trattenuti in azienda, sono stati distribuiti agli stakeholder **62,1 milioni di euro**. Di questi, l'**80,6%** è stato distribuito ai **fornitori** per l'acquisto di beni e servizi, il **9,2%** ai **dipendenti** per la loro retribuzione, il **7,4%** alla **Pubblica Amministrazione** per il versamento delle imposte, il **2,3%** ai soci sotto forma di dividendi, lo **0,5%** ai finanziatori per il pagamento di interessi, e infine lo **0,1%** alla **Comunità** attraverso erogazioni liberali e sponsorizzazioni (per approfondimenti su questo ultimo punto, si rimanda al paragrafo 4.6 "Iniziative in favore della Comunità").



**GRI 201-1: Valore economico diretto generato e distribuito**

<b>Valore economico generato e distribuito, in migliaia di €</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>var %</b>
<b>Valore economico direttamente generato</b>	<b>68.351</b>	<b>57.581</b>	<b>55.263</b>	<b>18,2%</b>
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	67.384	57.697	53.056	16,8%
Variazioni delle rimanenze e dei lavori in corso su ordinazione	259	-489	1.687	-153,0%
Altri ricavi e proventi netti	700	608	700	15,0%
Proventi finanziari	7	4	4	109,9%
Rettifiche di valore delle attività finanziaria	0	-23,8	-18,4	-100,0%
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>62.130</b>	<b>55.299</b>	<b>52.179</b>	<b>12,4%</b>
Costi operativi (per acquisto materie prime, sussidiarie, di consumo, merci, per servizi e godimento bene di terzi)	50.083	44.975	46.037	11,4%
Stipendi corrisposti a personale dipendente, comprensivi di oneri sociali, TFR e altri costi	5.693	5.838	5.245	-2,5%
Interessi passivi su prestiti e altre forme di debito	280	234	218	19,8%
Dividendi distribuiti	1.406	1.547	1.406	-9,1%
Imposte e oneri tributari	4.618	2.688	-767	71,8%
Liberalità e donazioni	50	16	40	204,6%
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>6.220</b>	<b>2.282</b>	<b>3.084</b>	<b>-26,0%</b>

## 2. Qualità e innovazione

### 2.1 Qualità e sicurezza del prodotto

Nel rispetto della sua vision Montefarmaco è costantemente impegnata nel perseguimento di qualità e innovazione. La continua ricerca della qualità caratterizza infatti ogni fase della catena del valore: dalla selezione delle materie prime alla gestione della catena di fornitura, sino alla distribuzione del prodotto finale.

Per tale motivo sin dal 2016 la Società è dotata di un sistema di gestione della qualità certificato secondo le norme **ISO 9001**, rafforzato da un sistema di protocolli interni e di controlli qualitativi dei prodotti tipico di un'azienda farmaceutica e certificato secondo le norme **ISO 13485** per i dispositivi medici. Montefarmaco ha conseguito anche quest'ultima certificazione nel 2016, prima ancora cioè che il Regolamento UE 2017/745 sui dispositivi medici imponesse l'obbligo per le società del settore di dotarsi di sistemi di gestione certificati secondo ISO 13485 o equivalenti a partire dal 2021.

La supervisione sulla corretta applicazione dei suddetti sistemi di gestione è affidata alla **Quality Unit**, al cui interno operano gli addetti all'assicurazione qualità e allo sviluppo farmaceutico. La loro supervisione travalica il perimetro aziendale per abbracciare **l'intera catena del valore**, dalla selezione dei fornitori e l'approvvigionamento delle materie prime, attraverso tutte le fasi produttive, sino alla vigilanza dei prodotti sul mercato e alla gestione dei reclami. Le norme ISO 13485, del resto, prevedono espressamente che, qualora un'azienda decida di esternalizzare qualsiasi processo che influenzi la conformità del prodotto ai requisiti, essa sia comunque tenuta a monitorare ed assicurare il controllo su tali processi, a partire dalla definizione in forma scritta di **quality agreement** tra l'azienda stessa e i fornitori.

La selezione dei fornitori (cfr. paragrafo successivo) avviene dunque sulla base di **elevati standard qualitativi** sia in termini di prodotto che di servizio, necessari per la commercializzazione di prodotti certificati e di alta qualità. D'altronde, in qualità di fabbricante (ossia di colui che immette un prodotto sul mercato dell'Unione Europea a prescindere dall'esserne o meno il produttore), Montefarmaco si assume sempre la responsabilità nei confronti di clienti e consumatori dei prodotti distribuiti sotto il suo nome.

Successivamente, durante le fasi di realizzazione del prodotto, viene sistematicamente monitorata la documentazione di produzione e controllo trasmessa dal fornitore, vagliando in particolare i **batch records**, ossia l'insieme dei documenti rilasciati dall'officina al fine di attestare la conformità del processo produttivo relativamente a un lotto di produzione. La Società monitora questi dati anche per finalità statistiche interne, per la predisposizione e il riesame dei documenti. Tale attività è inoltre indirizzata all'autovalutazione della Società stessa in termini di livello qualitativo dei prodotti commercializzati.

Per le analisi dei campioni Montefarmaco si avvale della collaborazione di laboratori e società esterne; recentemente sono stati tuttavia effettuati importanti investimenti al fine di incrementare le dotazioni umane e strumentali, si prevede così di internalizzare le analisi fisiche grazie ad un piccolo **laboratorio interno** operativo a partire da gennaio 2023. Le analisi chimiche rimarranno invece esternalizzate.

Il **monitoraggio della qualità** viene dunque effettuato sia in maniera diretta, mediante la suddetta analisi dei risultati emersi dagli audit, dai test di laboratorio e dai documenti di lavorazione, sia in maniera indiretta, per mezzo dei reclami provenienti dai clienti e dai consumatori finali. La Società dispone infatti di un sistema strutturato che permette di risalire in ogni momento alle cause di non conformità e porvi rimedio. Gli agenti della rete commerciale sono appositamente addestrati sulla corretta gestione di reclami e lamentele da parte di farmacisti e medici.

La Quality Unit, infine, coordina anche le funzioni marketing e affari regolatori per tutto quanto concerne l'**etichettatura** e i **materiali informativi**, affinché la comunicazione dei prodotti Montefarmaco sia effettivamente fondata sulla loro sicurezza, qualità ed efficacia.

#### [BOX] La certificazione ISO 13485 sui dispositivi medici

Le norme ISO 13485 definiscono i requisiti per l'implementazione di un sistema di gestione della qualità per i dispositivi medici. Con "dispositivo medico" si intende qualsiasi strumento, sostanza o altro prodotto destinato ad essere impiegato nell'uomo a scopo di diagnosi, prevenzione, controllo, terapia o attenuazione di una malattia esercitando la propria azione attraverso modalità che non siano farmacologiche, metaboliche o immunologiche (queste ultime sono modalità d'azione tipiche dei farmaci). Sono esempi di dispositivi medici gli occhiali da vista, le gocce oculari, gli apparecchi acustici, i bite antibruxismo, eccetera.

Seppur basata sulla ISO 9001, la ISO 13485 è una certificazione a sé stante, avendo aggiunto alcuni requisiti specifici per i dispositivi medici. La versione attualmente in uso risale al 2016 e ha posto una maggiore enfasi sulla gestione del rischio, intensificando in particolare i controlli sui fornitori da parte di quelle organizzazioni che hanno esternalizzato i processi. Il campo di applicazione si estende dunque a quanti siano a vario titolo coinvolti nella produzione di dispositivi medici, dalla progettazione e sviluppo alla fornitura di materie prime e componenti fino alla logistica e distribuzione.

La certificazione ISO 13485 permette alle aziende di soddisfare buona parte degli obblighi legali posti dal Regolamento UE 2017/745 sui dispositivi medici, entrato in vigore il 26 maggio 2021.

## 2.2 Ricerca e innovazione

Da sempre Montefarmaco si contraddistingue per la spiccata propensione a offrire al canale farmacia soluzioni di benessere innovative, frutto di elevati standard qualitativi e di una forte etica imprenditoriale. Questo concetto cresce nel tempo insieme all'azienda e caratterizza tutte le aree del Gruppo, in particolare la Quality Unit cui è affidato il compito di coordinare e promuovere le attività di ricerca e sviluppo, grazie al suo personale dotato di elevate conoscenze tecnico-scientifiche in campo biologico e farmaceutico e di una consolidata esperienza professionale.

Le idee per il lancio di nuovi prodotti nascono spesso dalla stretta collaborazione tra la Quality Unit e la funzione marketing, i cui membri sono in grado di anticipare e captare i trend di mercato attraverso la loro lunga conoscenza ed esperienza del settore.

Lo sviluppo di nuove formulazioni si basa sui risultati sia di ricerche interne che di ricerche farmaceutiche internazionali. Montefarmaco svolge infatti una costante **attività di ricerca** anche grazie a svariati rapporti di collaborazione con università, laboratori e associazioni di settore. L'attività di ricerca e sviluppo è inoltre stimolata dai pareri di medici, farmacisti ed esperti nonché dai risultati derivanti dal confronto scientifico nelle convention di settore.

La collaborazione con poli universitari e centri di ricerca è cruciale anche al fine di validare gli **studi di efficacia** sia sui prodotti di nuova formulazione che su quelli già commercializzati. Gli studi di efficacia sono test di efficacia del prodotto che prevedono protocolli simili agli studi clinici sui farmaci. A differenza di quanto accade per i farmaci, tuttavia, la normativa sugli integratori alimentari non prevede studi di efficacia obbligatori per immettere o mantenere i prodotti in commercio.

Grazie all'attività di ricerca e sviluppo condotta finora, Montefarmaco ha sviluppato internamente la maggior parte degli integratori alimentari e dei cosmetici da essa distribuiti, producendo in media circa **4 nuove referenze all'anno**, e può oggi contare su **5 brevetti, 2 position paper e 11 studi di efficacia**.

La procedura di lancio di un nuovo prodotto è stata articolata da Montefarmaco nelle seguenti fasi:

**1 – Proposta progetto:** il proponente (un addetto alla Quality Unit, al marketing, o potenzialmente a qualsiasi altra funzione aziendale) propone e attiva un progetto tramite la compilazione e l'invio alla Quality Unit della documentazione a supporto.

**2– Approvazione progetto:** la proposta viene valutata dal Gruppo di valutazione progetti, costituito dallo stesso proponente, dai responsabili di funzione, marketing, regolatorio, e acquisti, dalla direzione commerciale e dalla direzione generale. Al termine della valutazione la decisione finale spetta alla Direzione generale di comune accordo con la Direzione commerciale.

**3 – Gruppo di Lavoro:** una volta approvato, il responsabile della Quality Unit nomina un capo progetto all'interno della propria funzione che chiede a sua volta ai responsabili di funzione di nominare un membro della propria area di competenza. Le diverse persone nominate costituiscono il Gruppo di Lavoro, che definisce le attività da intraprendere e i tempi di realizzazione delle stesse, sulla base della tipologia di prodotto e secondo le normative previste, sempre sotto la supervisione della Quality Unit.

**4- Riesame del progetto e lancio del prodotto:** una volta ultimate, le attività vengono controllate da parte del capo progetto. Al termine del riesame, la Direzione Generale e la Direzione Commerciale autorizzano il lancio del prodotto.

In media, per gli integratori alimentari e i cosmetici la fase di sviluppo del prodotto dura dai 18 ai 24 mesi, dall'ideazione fino al marketing del prodotto, mentre per i dispositivi medici la fase di sviluppo può durare anche 9-12 mesi. Diversamente, per i prodotti già pronti per il mercato la fase di sviluppo e ideazione del marketing può durare fino a circa 3 o 4 mesi.

La Quality Unit sovrintende il processo di prototipizzazione dei nuovi prodotti in stretta collaborazione con i fornitori terzi cui verrà poi affidata la produzione, verificando il rispetto delle normative ed elaborando le documentazioni tecniche.

Gli sforzi profusi in ottica innovativa non riguardano soltanto i prodotti, ma **anche i processi e le strategie commerciali**: dall'impiego di una nuova tecnica al raggiungimento di un nuovo target di consumatori, dalla produzione alla distribuzione, insomma, l'intera Società percorre una strada di innovazione diffusa, per essere sempre in grado di offrire la giusta risposta di benessere in funzione dei bisogni, dei mercati e delle dinamiche socioculturali.

Un esempio a tal proposito è costituito da M-Cap System®, il nuovo packaging nato per i prodotti della linea Lactoflorene e pensato per soddisfare i bisogni dei consumatori nel rispetto dell'ambiente (vedi capitolo successivo eco-design).

### 2.3 La gestione della catena di fornitura

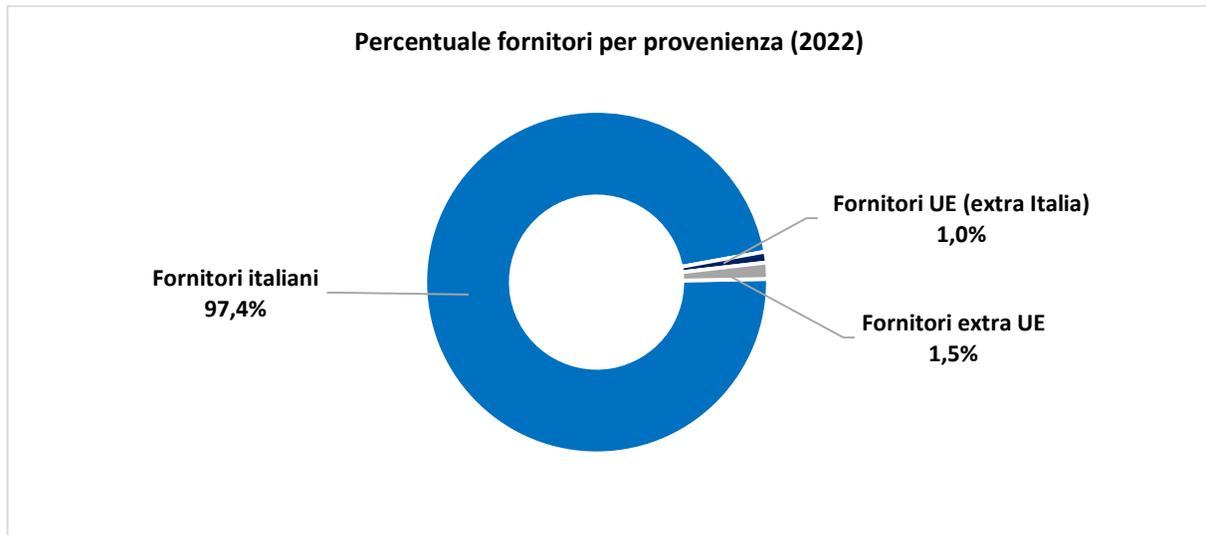
Nata come officina produttrice di farmaci, da ormai oltre 20 anni Montefarmaco ha esternalizzato le attività di produzione e logistica per poter focalizzarsi sullo sviluppo di un vasto e completo catalogo di prodotti che risaltino per qualità e innovazione.

I fornitori, e in particolare i *contract manufacturer* terzi cui è affidata la fabbricazione e l'assemblaggio dei prodotti finiti, rappresentano dunque una categoria di stakeholder particolarmente importante con i quali

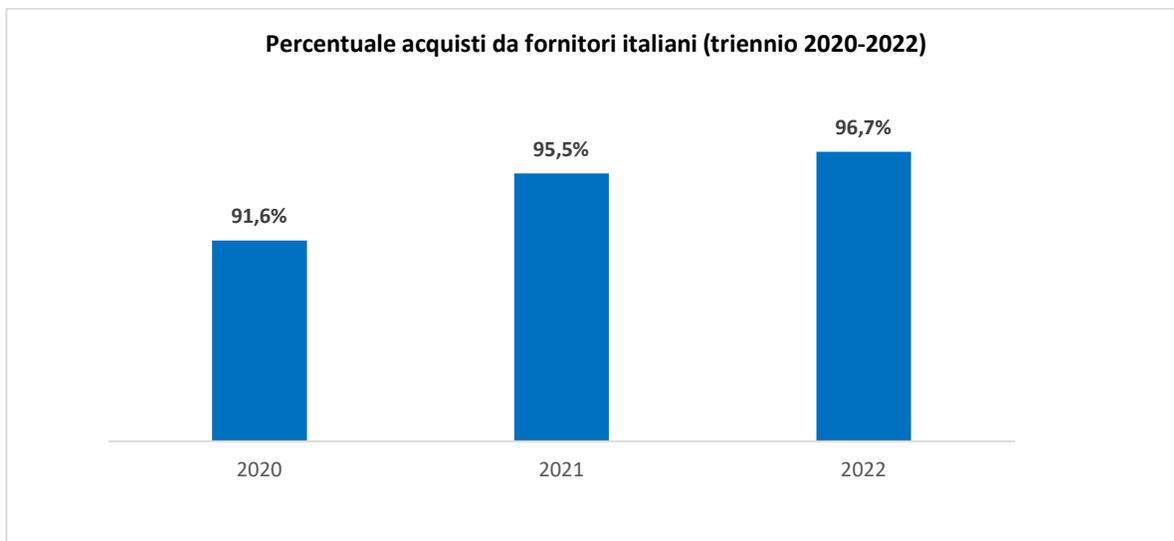
Montefarmaco coltiva **relazioni stabili e durature**, improntate a reciproca lealtà e trasparenza. Una stretta collaborazione è d'altronde richiesta anche dalle stesse norme ISO 13485, che impongono alle aziende che hanno esternalizzato la produzione di monitorare sistematicamente la qualità dei processi presso i fornitori (vedi paragrafo precedente). Ciò comporta, ad esempio, che Montefarmaco intervenga direttamente nelle scelte di acquisto dei suoi fornitori per quelle **materie prime** (tipicamente ingredienti e packaging) che sono cruciali al fine di garantire gli elevati livelli qualitativi attesi del prodotto finito, soprattutto in quei casi in cui si osserva una sostanziale variabilità della qualità di una stessa materia prima in base al metodo di estrazione o di conservazione, al grado di purezza, alla provenienza, eccetera. La Quality Unit di Montefarmaco provvede quindi periodicamente ad analizzare campioni di materie prime che saranno poi impiegate dai terzisti.

Essendo dunque parte integrante del proprio processo produttivo, Montefarmaco applica una **selezione e controllo** particolarmente stringenti dei terzisti e dei fornitori di materie prime, valutati non solo in base al rapporto qualità-prezzo ma anche all'adozione di sistemi di gestione della qualità certificati e alla forte specializzazione in termini di tipologia di prodotto, al fine di poter soddisfare al meglio gli elevati standard qualitativi perseguiti. Analisi dei campioni e dei documenti e visite periodiche agli impianti scandiscono pertanto le relazioni con i fornitori.

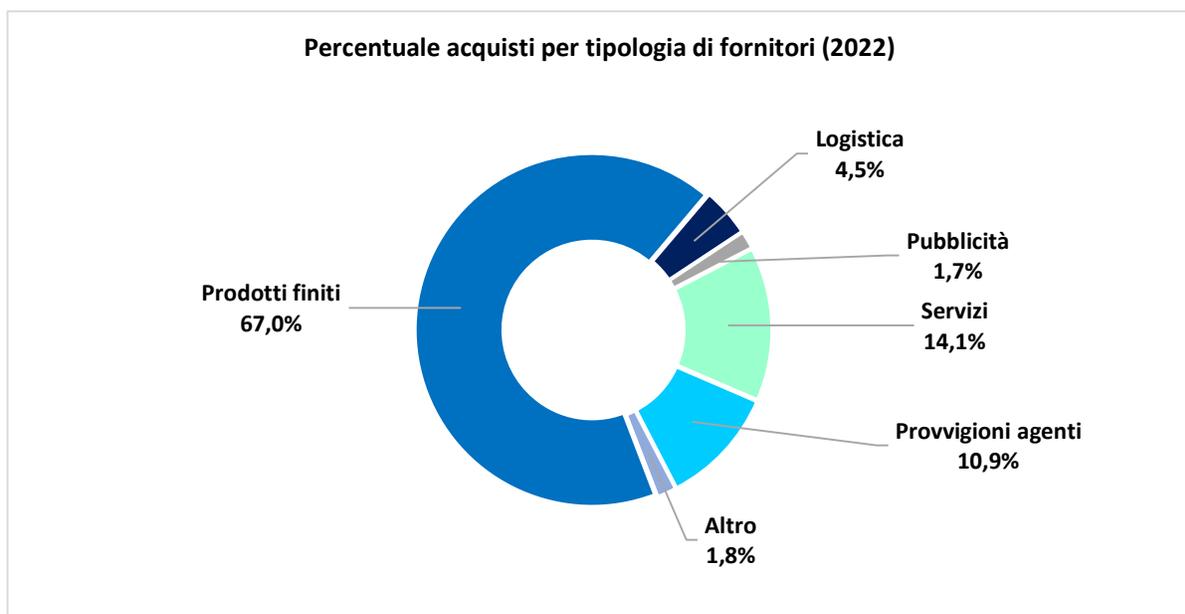
Tutto questo si traduce in una catena di fornitura che è **fortemente italiana**: nel 2022 infatti, su **779 fornitori** totali dai quali si sono effettuati acquisti (aumentati del 2% rispetto all'anno precedente), ben il **97,4%** erano **italiani**, l'**1,0%** erano localizzati in Unione Europea, e l'**1,8%** in Stati extracomunitari come San Marino, Svizzera, Regno Unito e Cina. Dalla Cina, in particolare, provengono dispositivi medici come occhiali e apparecchi acustici nonché diffusori di essenze, mentre per quanto riguarda i farmaci da banco, gli integratori alimentari e i cosmetici la filiera è interamente italiana ed europea.



Analoghe percentuali si osservano in termini di spesa: nel 2022 erano stati effettuati acquisti per il **96,7%** del totale **da fornitori italiani**, percentuale aumentata di 1,2 punti rispetto all'anno precedente e in crescita sin dal 2020. Le ripercussioni sulla logistica della crisi pandemica hanno infatti ulteriormente rafforzato la già forte preferenza per fornitori localizzati sul territorio nazionale.



Per quanto riguarda invece le percentuali di acquisti per tipologia di fornitori, dominano naturalmente i fornitori di **prodotti finiti** che nel 2022 hanno rappresentato il **67,0%** della spesa totale. In particolare, rientrano fra questi i principali fornitori che rappresentano da soli quasi la metà degli acquisti totali, tutti localizzati nell'Italia del nord e con consolidate relazioni ormai decennali. In generale, Montefarmaco tende infatti a stabilire rapporti di fornitura a lungo termine con i propri terzisti. Per il resto, la platea dei fornitori è assai numerosa e variegata, con percentuali di spesa che vedono il 4,5% destinato alla logistica, l'1,7% alla pubblicità e il 14,1% ai servizi.



Su tutti i fornitori ritenuti strategici la Direzione Supply Chain, in collaborazione con la Quality Unit, redige un **report** sulla performance aggiornato con cadenza annuale, per poter gestire al meglio la catena di fornitura anche in chiave prospettica.

### 3. La tutela e il rispetto per l'ambiente

#### 3.1. Utilizzo efficiente delle risorse e soluzioni di eco-design

Montefarmaco segue il processo di **acquisto delle materie prime** da parte dei suoi fornitori, al fine di assicurare il raggiungimento degli elevati standard qualitativi attesi. In alcuni casi, acquista direttamente le materie prime che verranno poi consegnate ai terzisti per la lavorazione. La scelta è sempre il risultato di un processo di valutazione sia delle materie prime di cui vengono analizzati i campioni, che delle stesse aziende produttrici che possono essere oggetto di visite e audit.

Per quanto riguarda gli **ingredienti di origine naturale**, Montefarmaco verifica anzitutto che provengano da **piante non iscritte nelle liste delle specie a rischio** di estinzione CITES (*Convention on International Trade of Endangered Species*). Sempre al fine di poter garantire la qualità del prodotto finale, si prediligono **fornitori italiani** che coltivano e lavorano piante in Italia, ricorrendo il meno possibile a fornitori esteri, in ogni caso certificati. Nel corso del 2022, la Società ha direttamente acquistato circa 10.000 tonnellate di ingredienti di origine naturale, tra aromi e principi attivi. In particolare, l'impiego di tali ingredienti provoca, durante la fase di sterilizzazione, il rilascio di numerose particelle che rendono necessario un frequente ricambio dei filtri. Per il 2023 si prevede dunque di migliorare l'efficienza dei sistemi di filtrazione al fine di ridurre il consumo di filtri e al tempo stesso di massimizzare il quantitativo di sostanze naturali presenti nei prodotti.

Per quanto riguarda invece gli imballaggi, Montefarmaco cura soprattutto il **packaging primario**, al fine di mitigarne gli impatti sull'ambiente sempre garantendo la qualità del prodotto che con esso viene a diretto contatto. Questo si traduce in uno sforzo volto, in primo luogo, a **massimizzare la riciclabilità**, ricorrendo a tappi in polipropilene 100% riciclabile e sostituendo le serigrafie con etichette dello stesso tipo di plastica dei flaconcini. In secondo luogo, a **minimizzare le grammature** per ridurre il consumo di materie prime: nell'ultimo anno si è infatti osservato che un flaconcino di un prodotto Montefarmaco pesa in media solo 5 grammi, contro una media di 8 grammi. In terzo luogo, il design del packaging primario viene orientato anche ad **allungare la durabilità del prodotto** stesso. Tutto questo è esemplificato da **MCap System®**, l'innovativo tappo brevettato da Montefarmaco che nel 2020 ha vinto il premio *Best Packaging Design* (vedi il box di approfondimento).

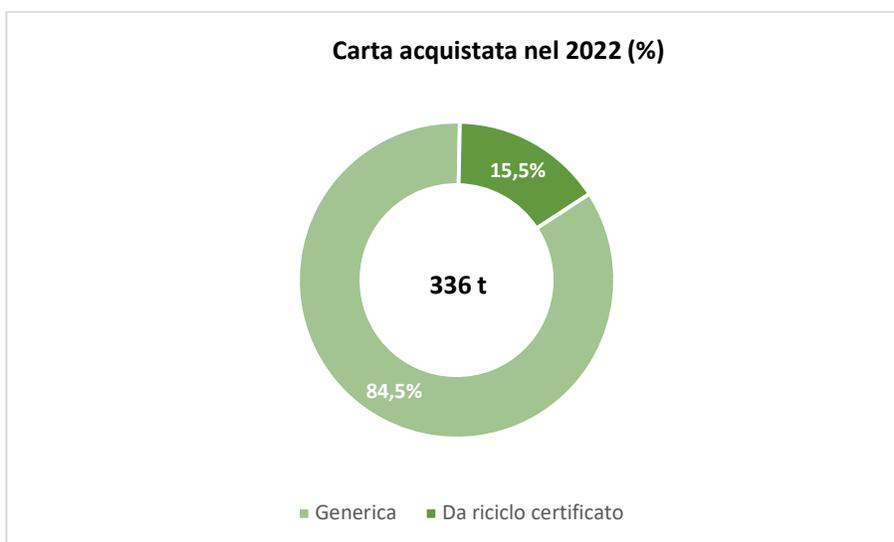
#### [Approfondimento] MCap System® vince il Best Packaging Design 2020

Negli anni '90 Montefarmaco è stata tra le prime aziende a ideare prodotti liofilizzati in flaconcini con tappo separatore. Da allora la ricerca di innovazione e miglioramento continui non si sono mai fermati, e così nel 2019 Montefarmaco ha lanciato, all'interno della linea *Lactoflorene Plus*, il progetto tecnologico brevettato **MCap System®** che consente di conservare, tenendole separate, la parte in polvere e la parte liquida del prodotto all'interno della medesima confezione primaria. La capsula in alluminio ripara e preserva la polvere dall'umidità, mantenendone inalterate le proprietà e la salubrità e prolungandone la **shelf-life**, mentre il liquido è conservato nel flacone realizzato in plastica **riciclabile al 100%**. Il sistema consente la miscelazione dei componenti in **pochi e semplici gesti**, grazie ad un tappo dal design brevettato estremamente facile da schiacciare, rendendo agevole e immediata l'assunzione del prodotto al consumatore finale.

Montefarmaco ha coordinato il progetto che ha visto il coinvolgimento di ben 13 aziende che hanno collaborato allo studio e alla realizzazione degli stampi e delle macchine necessari. Il valore del progetto è stato riconosciuto dall'ottenimento del **Best Packaging Design 2020** promosso dall'Istituto Italiano Imballaggio, grazie alla sua "efficace semplificazione d'uso che impatta positivamente sull'esperienza di

consumo: la possibilità di miscelare liquidi e polveri utilizzando una sola mano, con una forza richiesta inferiore del 50% rispetto a quanto finora utilizzato, è espressione di un modello sensibile al *design for all*".

Anche sul **packaging secondario**, tipicamente costituito da carta e cartoni, Montefarmaco promuove una riduzione delle grammature, e ha ormai eliminato le vernici non naturali. Gli acquisti di tali materiali, tuttavia, riguardano soprattutto il **materiale espositivo** -come opuscoli ed espositori- destinate alle farmacie. Nel 2022, su un totale di 336 tonnellate di carta acquistata, 52 tonnellate -ossia il **15,5%**- proveniva da **riciclo certificato**.

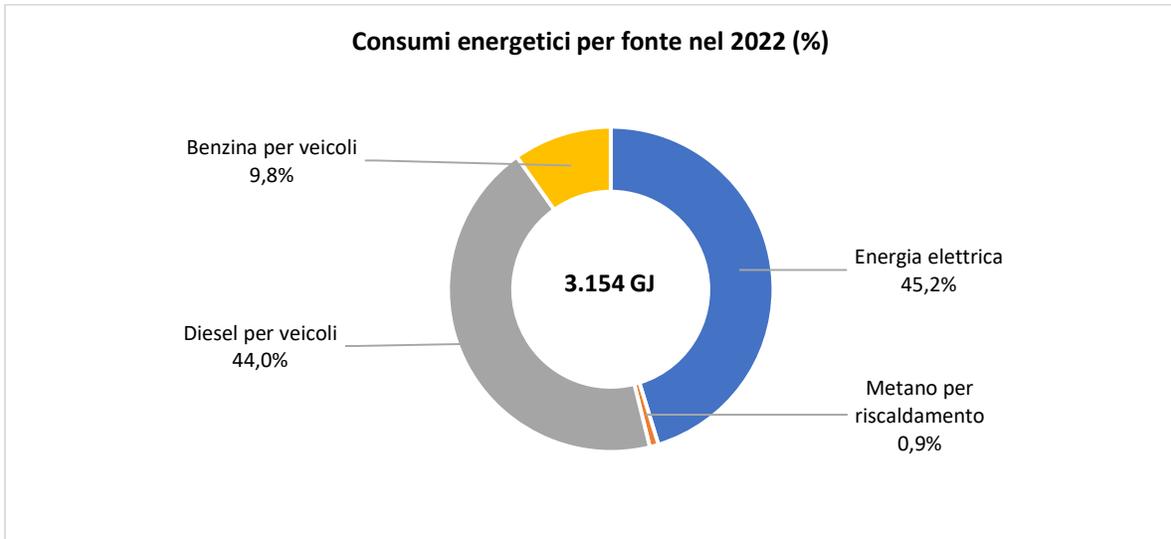


### 3.2 Consumi energetici

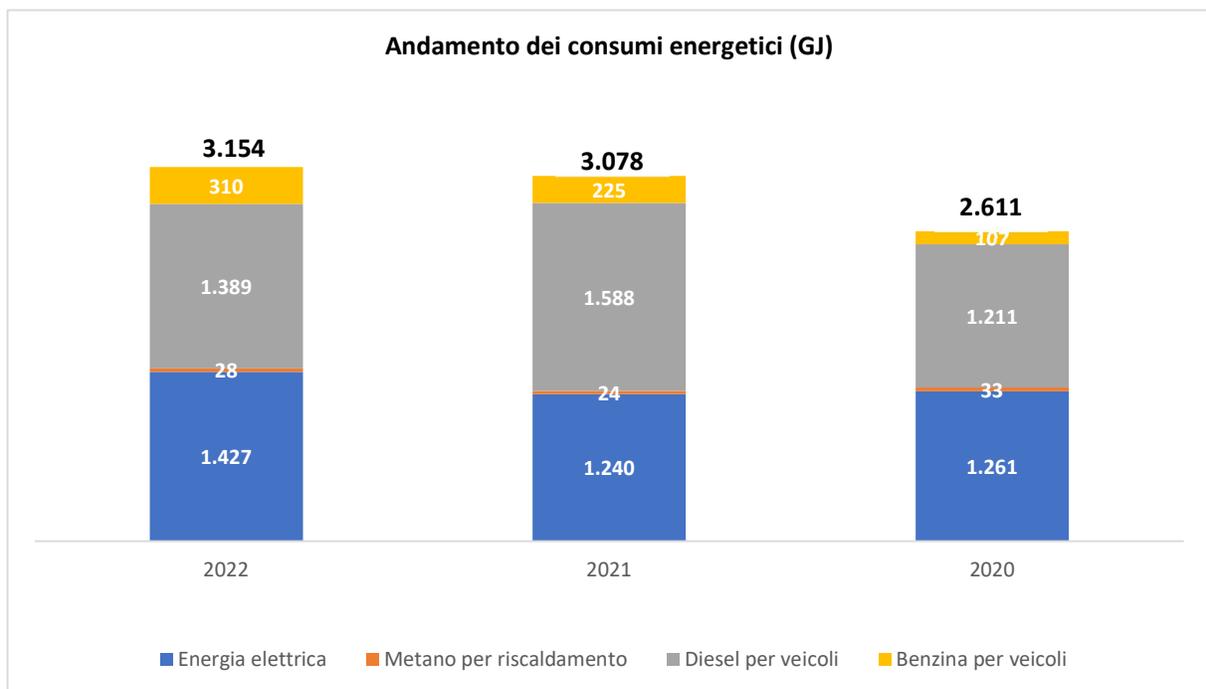
Per la natura essenzialmente di ricerca e sviluppo, nonché commerciale della sua attività, Montefarmaco non necessita dei notevoli quantitativi di energia tipici delle realtà manifatturiere. I consumi energetici derivano infatti dalle sole esigenze di illuminazione, climatizzazione e alimentazione degli **uffici** e dei **laboratori**, nonché di movimento della **flotta aziendale**. A tal fine si impiegano:

- **energia elettrica** - in parte proveniente dall'impianto fotovoltaico - per il funzionamento di uffici e laboratori nonché per l'alimentazione delle colonnine di ricarica dei veicoli elettrici (*cfr. paragrafo successivo "Le emissioni e altri impatti ambientali"*);
- **diesel e benzina** per la circolazione delle auto aziendali;
- **gas metano** per la caldaia dell'impianto di riscaldamento.

La maggior parte dell'energia utilizzata nel 2022 si riconduce infatti alla flotta aziendale: dei **3.154 giga joule complessivamente consumati** durante l'anno, ben il **53,8%** deriva dai **carburanti** delle auto (44,0% diesel e 9,8% benzina), mentre il **45,2%** dal fabbisogno di **energia elettrica** e appena lo **0,9%** dal **metano** per il riscaldamento.



Proprio durante il 2022 sono stati realizzati e ultimati alcuni lavori di ristrutturazione della sede finalizzati all'**efficientamento energetico** nonché al miglioramento della qualità dell'ambiente lavorativo. Sono stati infatti coibentati i solai e rinnovati gli impianti di climatizzazione, mentre per quanto riguarda gli impianti di illuminazione, questi sono stati temporizzati e ammodernati con lampadine a basso consumo LED. Si è inoltre provveduto a sostituire con un nuovo modello la caldaia alimentata a metano per il riscaldamento.

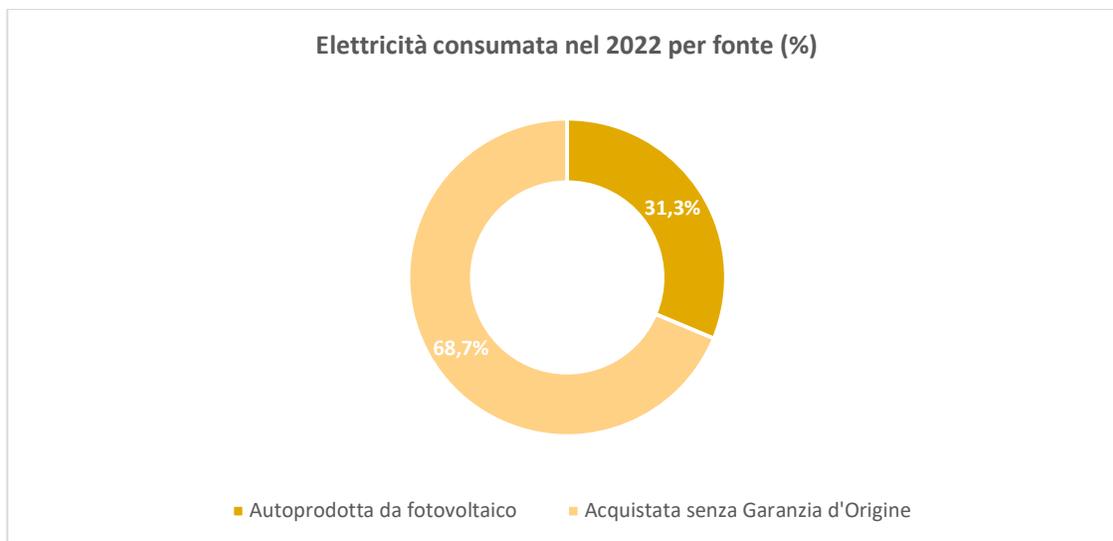


Negli ultimi tre anni i consumi energetici hanno visto una crescita rispetto al minimo registrato nel 2020 a causa dell'emergenza pandemica, ma se nel 2021 i consumi erano fisiologicamente aumentati di ben il 17,9% rispetto all'anno precedente, nel 2022 i **consumi** sono **aumentati** di appena il **2,5%** rispetto al 2021, a fronte tuttavia di una **riduzione delle emissioni**, per le quali si rimanda al paragrafo successivo. Inoltre, rapportando i consumi energetici al fatturato annuale e calcolando quindi l'intensità, si può constatare come nell'ultimo anno siano stati consumati 46,8 giga Joule per milione di euro, contro i 53,3 del 2021.

Intensità energetica	2022	2021	2020	Var. %	Var. U
GJ consumato per M€ fatturato	46,8	53,3	49,2	-12%	-6,5

### 3.3 Emissioni e altri impatti ambientali

Al fine di ridurre gli impatti ambientali derivanti dalle proprie emissioni, nel 2021 Montefarmaco ha installato sul tetto della sede un **impianto fotovoltaico di oltre 600 metri quadri, con una potenza nominale di circa 130 kW**. L'impianto è entrato in funzione a gennaio 2022 e ha generato **132.238 kWh di elettricità** durante il corso dell'anno, di cui si è direttamente consumato il 93,8%, **evitando l'immissione in atmosfera di 56,6 tonnellate di CO<sub>2</sub><sup>1</sup>**. Il rimanente 6,2% è stato ceduto in rete. L'autoproduzione da fotovoltaico ha dunque permesso di coprire il **31,3% del fabbisogno di energia elettrica** di Montefarmaco del 2022.



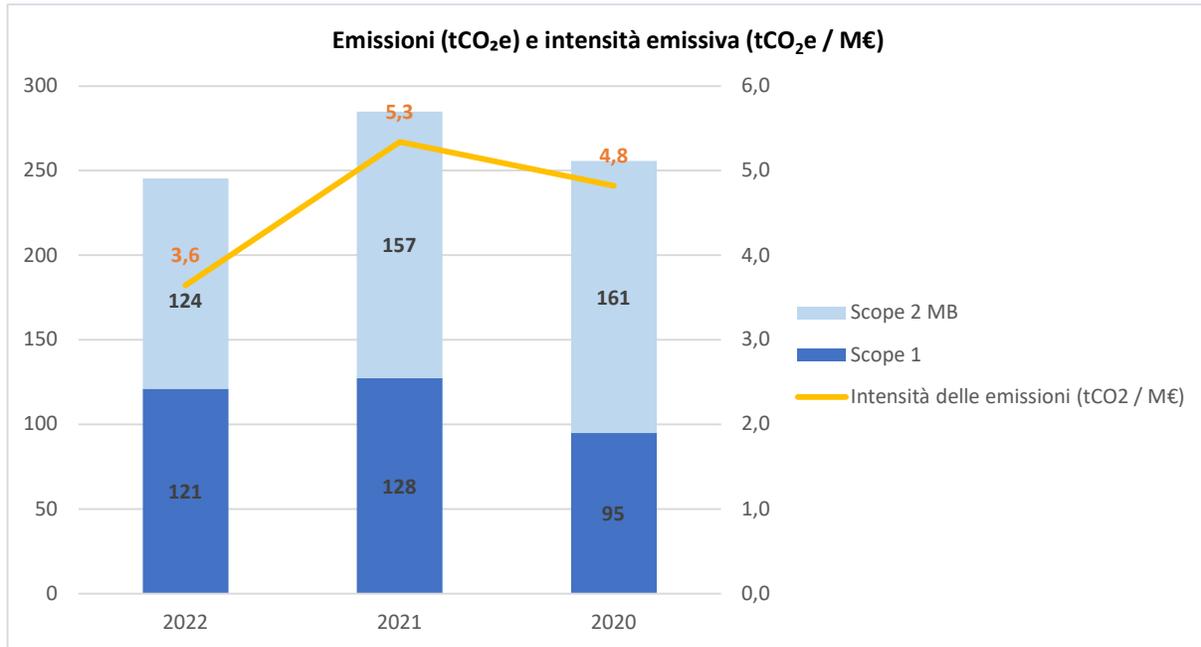
Gli sforzi di decarbonizzazione riguardano anche la flotta aziendale: parallelamente all'impianto fotovoltaico sono state installate **4 colonnine di ricarica** per veicoli elettrici, mentre nel 2022 si sono introdotte le prime **4 auto ibride** plug-in nel parco auto. L'obiettivo dei prossimi anni è infatti di convertire l'intera flotta aziendale – composta da una quindicina di veicoli – all'ibrido e all'elettrico.

I risultati hanno già cominciato a manifestarsi: nel 2022 le **emissioni dirette Scope 1** (cfr. il box di approfondimento "Cosa sono le emissioni Scope 1, 2 e 3?") sono **diminuite del 5,0%** rispetto all'anno precedente, mentre più marcata è stata la diminuzione delle **emissioni indirette** dai consumi di energia elettrica **Scope 2** calcolate secondo il criterio *market based*, **diminuite di ben il 20,9%**, grazie all'autoproduzione di energia da fotovoltaico. Nel complesso, la **somma delle emissioni Scope 1 e Scope 2 Market Based** è quindi **diminuita del 13,8%** rispetto al 2021, a fronte della già citata crescita del 2,5% dei consumi energetici registrata nello stesso periodo. Inoltre, le 246 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente emesse nel

<sup>1</sup> Emissioni calcolate secondo la metodologia "Market Based" impiegando il fattore di emissione *residual mix* 2021 dell'Italia pubblicato dall'AIB (Association of Issuing Bodies) sui kWh complessivamente prodotti dall'impianto durante l'anno

2022 sono risultate inferiori anche a quelle emesse nel 2020, in corrispondenza del minimo dei consumi energetici dovuto alle restrizioni dell'emergenza pandemica.

L'indicatore più significativo per misurare gli effettivi progressi ottenuti è quello dell'**intensità delle emissioni** in rapporto al fatturato annuale, pari nel 2022 a 3,6 tonnellate di CO<sub>2</sub> per milione di euro, segnando una **riduzione del 32%** rispetto al 2021.



**[Approfondimento] Cosa sono le emissioni Scope 1, 2 e 3?**

Per calcolare le emissioni di gas a effetto serra si utilizzano come unità di misura le tonnellate di anidride carbonica, essendo la CO<sub>2</sub> il più diffuso gas climalterante. Quando anche gli altri gas serra (come ad esempio il metano) vengono inclusi nel calcolo, il loro peso viene convertito in tonnellate di CO<sub>2</sub> ottenendo così le tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente (tCO<sub>2</sub>e). A seconda della loro origine, le emissioni vengono poi classificate in *Scope 1, 2 e 3*.

Per emissioni **Scope 1** si intendono le emissioni generate direttamente dall'azienda stessa a partire dai propri impianti di produzione e/o di riscaldamento e dai veicoli della flotta aziendale alimentati con combustibili fossili (come benzina o diesel).

La categoria **Scope 2** rappresenta, invece, le emissioni indirette derivanti dai consumi di energia elettrica acquistata dall'esterno. Queste possono essere calcolate secondo il criterio **Location Based** oppure **Market Based**: nel primo caso le emissioni vengono calcolate utilizzando un fattore di emissione medio relativo al mix energetico del Paese in cui è localizzata l'organizzazione, mentre nel secondo caso si utilizzano invece fattori che valorizzano la possibilità dell'azienda di compiere una scelta consapevole sul mercato energetico. Nel caso in cui un'organizzazione decida, ad esempio, di approvvigionarsi di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili e tracciate con Garanzia d'Origine, il criterio Market Based si rivela premiante: il fattore di conversione è infatti per definizione pari a zero e abbatte così le emissioni risultanti. Altrimenti, per le emissioni dell'energia elettrica proveniente da fonti non rinnovabili si utilizza invece un fattore cosiddetto

*residual mix*, ossia relativo al mix residuale rispetto a tutta l'energia rinnovabile già reclamata e assegnata tramite Garanzia d'Origine, e quindi dipendente dalle sole fonti fossili. Essendo più impattante, si tratterà di un fattore più elevato.

Lo **Scope 3** comprende, infine, tutte le altre emissioni indirette derivanti dalle attività a monte e a valle dell'organizzazione. Vi rientrano quelle associate alla logistica in entrata e uscita, e in generale alle attività di fornitori e clienti. Esulando dal diretto controllo dell'azienda, queste ultime costituiscono la tipologia di emissioni di più difficile quantificazione e gestione.

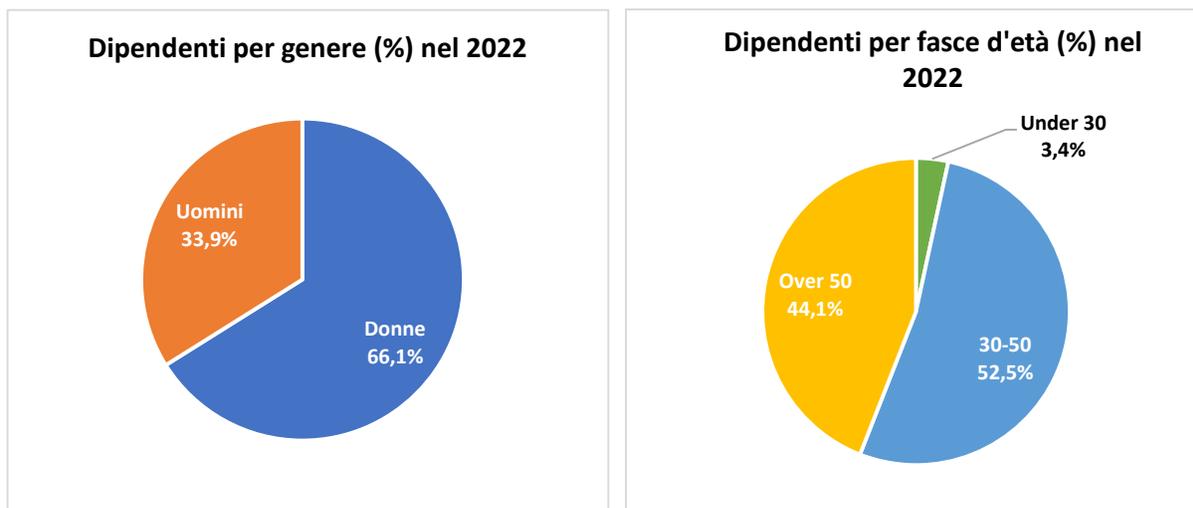
Infine, per ridurre gli impatti ambientali derivanti dai consumi di carta, Montefarmaco ha ormai da tempo completato il processo di **dematerializzazione della documentazione**, ricorrendo alla fatturazione elettronica e alla firma elettronica dei contratti, e dotandosi di un sistema di archiviazione digitale. Per ridurre invece gli impatti legati alla plastica, sono stati installati depuratori d'acqua all'interno degli uffici, incoraggiando così i dipendenti all'uso di **borracce** in alternativa alle bottiglie usa e getta.

## 4. L'attenzione per le persone

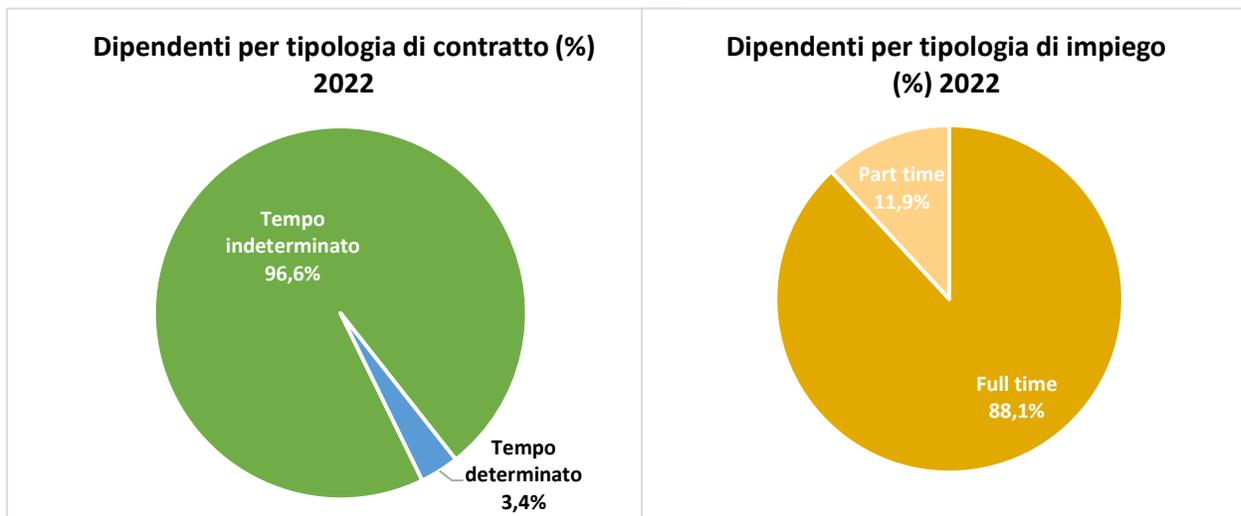
### 4.1 Organico aziendale

Montefarmaco persegue la propria vision di migliorare la salute e il benessere di tutti, a cominciare dai suoi collaboratori. La gestione delle persone in azienda è infatti ispirata ai principi di equità e trasparenza, ed è attenta a evitare qualsiasi forma di discriminazione, con l'obiettivo di creare un clima lavorativo favorevole al benessere delle persone affinché possano esprimere al meglio ogni giorno il proprio potenziale nelle attività aziendali.

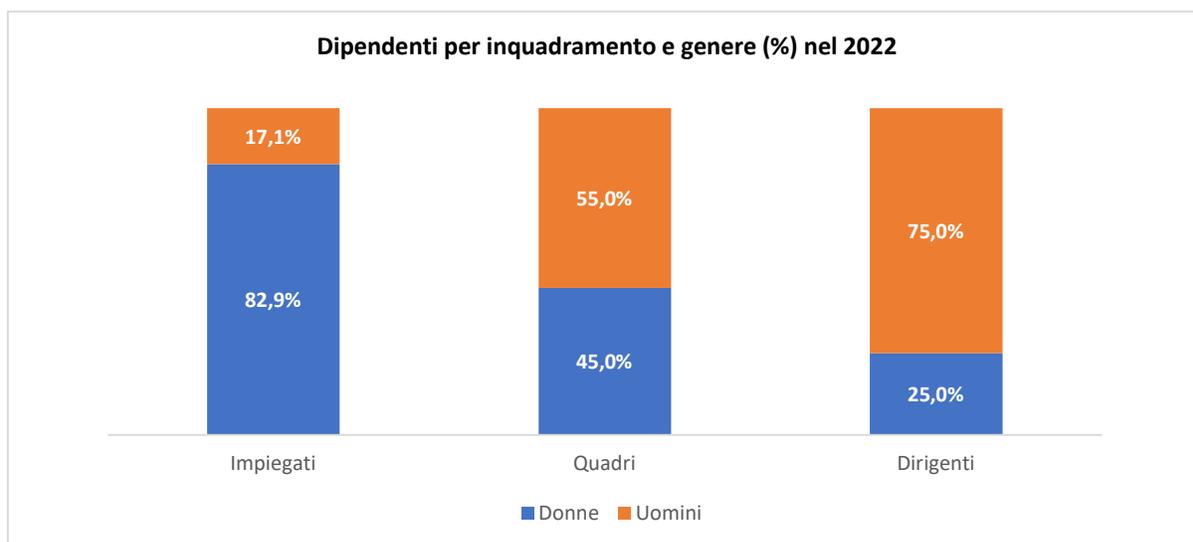
Al 31 dicembre 2022, Montefarmaco può contare su **59 dipendenti** (diminuiti di appena una unità rispetto all'anno precedente), in prevalenza **donne** (il **66,1%**). Il **52,5%** ha un'età compresa **tra i 30 e i 50 anni**, mentre gli over 50 rappresentano il 44,1% e i giovani under 30 costituiscono il 3,4%. La totalità dei dipendenti risiede in Italia e lavora presso la sede di Bollate.



La Società predilige rapporti lavorativi stabili, con la quasi totalità (il **96,6%**) dei dipendenti assunti **a tempo indeterminato**. La stragrande maggioranza dei dipendenti (l'**88,1%**) è inoltre **impiegata a tempo pieno**, e tutti sono coperti da accordi di **contrattazione collettiva**.



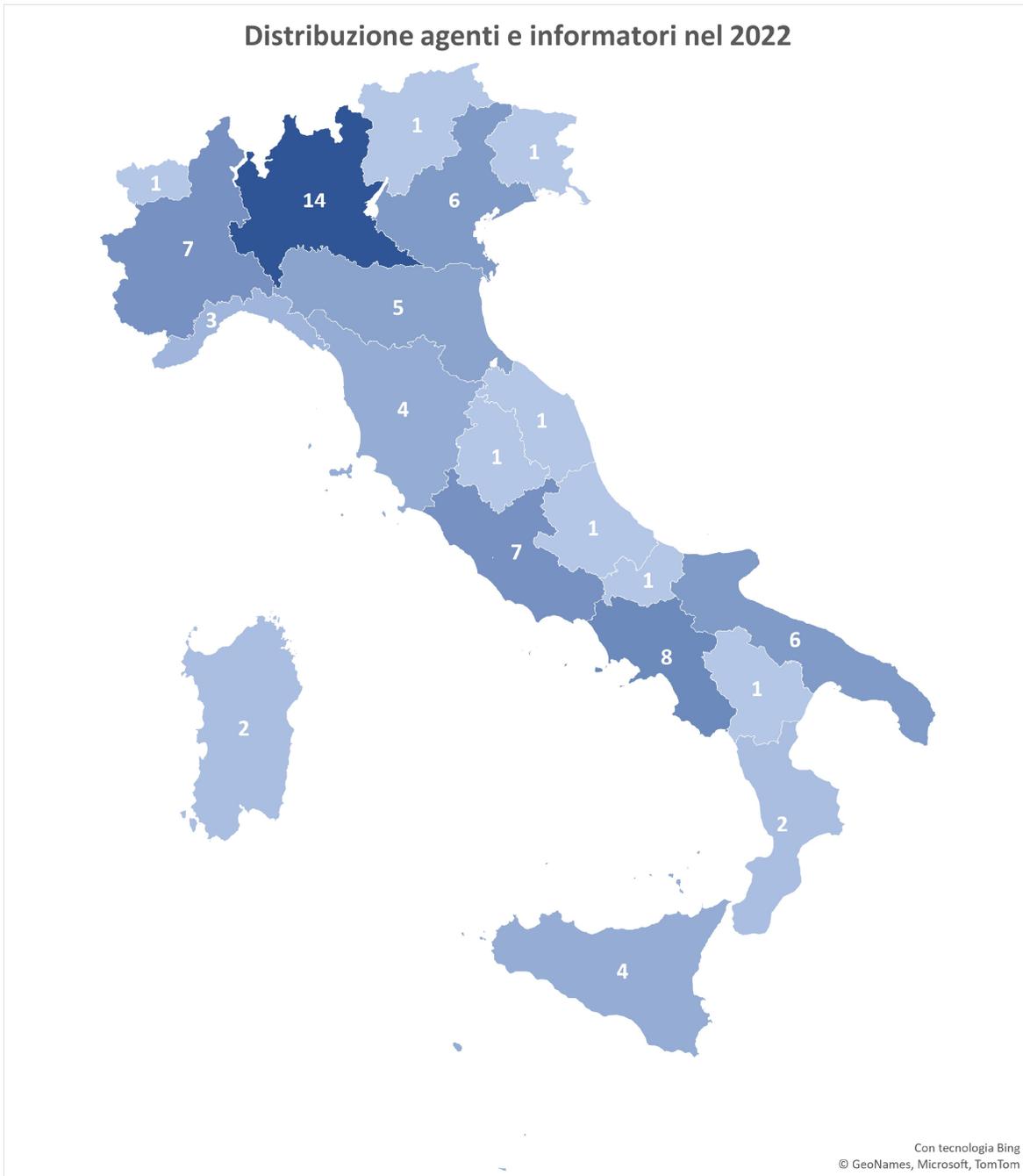
Montefarmaco valorizza il tempo di lavoro dei collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle proprie mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro. Nell'instaurazione e gestione dei rapporti con loro, la Società si impegna a fare in modo che quanti rivestono cariche manageriali esercitino il proprio ruolo con equità e correttezza, evitando ogni abuso. A livello di inquadramento, la maggioranza del personale è dunque costituita dagli **impiegati (il 59,3%)**, cui si aggiungono i **quadri (33,9%)** e i **dirigenti (il 6,8%)**.



Nel corso del 2022, la Società ha assunto **16 nuovi dipendenti**, di cui il 62,5% donne, per un tasso di turnover in entrata pari al 27,1%. Nello stesso periodo hanno tuttavia lasciato l'azienda 17 dipendenti, per un tasso di turnover in uscita del 28,8%. Il tasso di turnover complessivo si è dunque attestato al 55,9%. In sede di selezione, la valutazione è effettuata in base alla corrispondenza dei profili dei candidati rispetto a quelli attesi e alle esigenze aziendali, nel rispetto delle pari opportunità per tutti i soggetti interessati. Le informazioni richieste in sede di colloquio sono quelle strettamente necessarie alla verifica degli aspetti previsti dal profilo professionale e psicoattitudinale, nel rispetto della sfera privata e delle opinioni del candidato. Montefarmaco, infatti, non effettua alcuna indagine sulle idee, sulle preferenze, sui gusti personali e, in generale, sulla vita privata dei suoi collaboratori. In un'ottica di crescita costante, Montefarmaco è alla continua ricerca di profili da inserire in organico ed è dunque sempre lieta di accogliere candidature spontanee attraverso l'apposita sezione *Lavora con noi* del sito internet aziendale. A ciò si aggiungono i canali attivi presso società di ricerca e selezione del personale, tipicamente impiegati nel caso

di ricerche di profili dotati di particolare esperienza. Per quanto riguarda invece l'attivazione di stage e tirocini di giovani candidati, la Società ha siglato una convenzione con l'Università degli Studi di Urbino "Carlo Bo": a gennaio 2023 è infatti in programma l'avvio di tre tirocini finalizzati alla stesura di tesi in Chimica e Tecnologia Farmaceutiche. Montefarmaco è d'altronde sempre aperta nei confronti di scuole e istituti d'istruzione, anche ai fini di orientamento formativo e professionale.

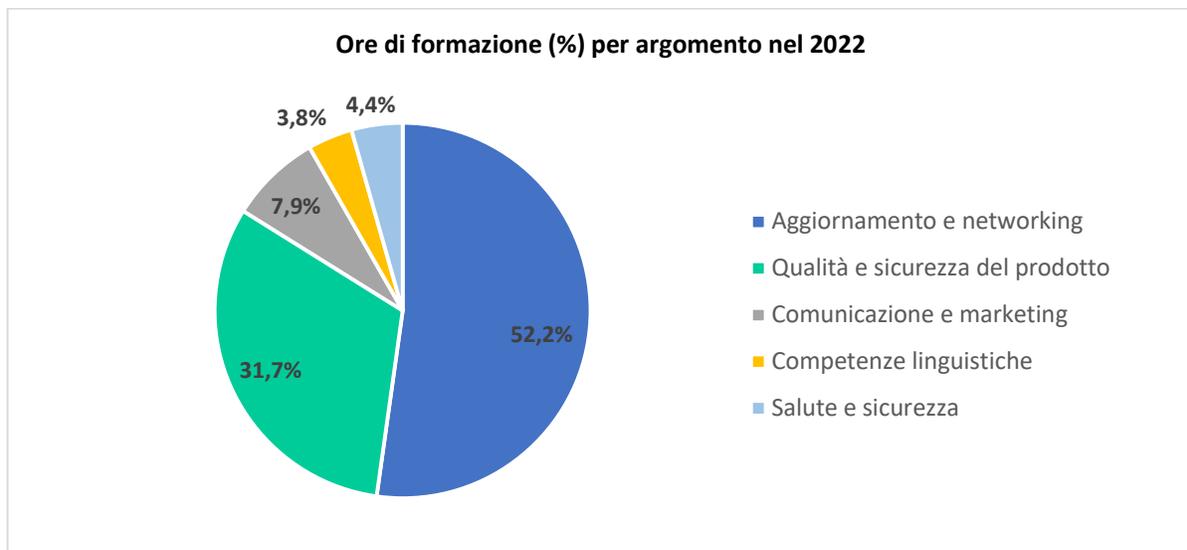
Alla squadra di dipendenti attivi presso la sede di Bollate si affianca la **rete di agenti e informatori monomandatari** distribuiti in tutta Italia e che collaborano con Montefarmaco nella promozione dei suoi prodotti presso farmacisti, medici e consumatori sull'intero territorio nazionale. Nel 2022 la rete conta **76 agenti**, di cui almeno uno presente in ciascuna regione, permettendo così alla Società di coltivare una capillare presenza commerciale da Nord a Sud.



## 4.2 Formazione e sviluppo

Montefarmaco salvaguarda il valore delle sue risorse umane prevedendo, ove necessario, azioni di **formazione** nonché di **riqualificazione professionale**. La Società mette dunque a disposizione del proprio personale strumenti informativi e formativi, con l'obiettivo di valorizzare le specifiche competenze, conservando e accrescendo il valore professionale dei suoi collaboratori.

Nel corso del 2022 sono state erogate complessivamente **546 ore di formazione** ai dipendenti per una **media di 9,3 ore** di formazione per dipendente, più che dimezzate rispetto all'anno precedente, caratterizzato da un'importante quantità di ore dedicata alla formazione sul modello 231, ma in crescita rispetto al 2020. La maggior parte di queste (il **52,2%**) ha riguardato l'**aggiornamento e il networking** mediante la partecipazione a convegni ed eventi di settore, come il *World of Business Ideas* e l'annuale Simposio dell'AFI – Associazione Farmaceutici dell'Industria. Seguono le ore di formazione in materia di **qualità e sicurezza del prodotto (31,7%)**, in comunicazione e marketing (**7,9%**), in **salute e sicurezza (4,4%)** e infine dedicate allo sviluppo di **competenze linguistiche (3,8%)**.



Montefarmaco cura anche la formazione dei suoi agenti e informatori scientifici: nel 2022 sono state erogate **76 ore di corsi** a loro beneficio, con lezioni svolte a distanza al fine di agevolare la partecipazione degli agenti residenti nelle regioni più lontane dalla sede aziendale.

In un'ottica di miglioramento, nel corso del 2022 sono state tenute interviste ai dipendenti per mapparne le competenze e i bisogni formativi, al fine di sviluppare un vero e proprio **piano di formazione**. Sono d'altronde già in programma per il 2023 alcune attività di formazione che coinvolgeranno sia la prima linea del management, sia alcuni dei dipendenti più giovani, con l'obiettivo di rafforzarne le competenze e supportarli nel percorso di crescita interna. A queste si aggiungeranno corsi di aggiornamento delle competenze organizzati sulla base delle funzioni, anche in risposta alle più recenti evoluzioni normative e tecnologiche che interesseranno il settore e l'azienda.

Tutto questo si accompagnerà ad un potenziamento dei sistemi di raccolta dati previsto per il 2023, che vedrà inoltre l'introduzione di un questionario da sottoporre a tutti i beneficiari per indagare il gradimento e l'efficacia della formazione. Alla luce di ciò, i questionari prevederanno anche la possibilità di definire alcuni obiettivi da raggiungere nei sei mesi successivi, su cui strutturare un *action plan* con relativo monitoraggio.

Montefarmaco ha già da tempo implementato un **sistema di valutazione MBO – Management by Objectives** – che attualmente vede il coinvolgimento delle figure chiave e apicali. Nel 2022 ha così ricevuto una valutazione periodica delle performance individuali il **46% dei dipendenti** (il 100% dei dirigenti, il 95% dei quadri e l'11% degli impiegati), ed è intenzione della Società aumentare questa percentuale estendendo tali sistemi di valutazione a un numero crescente di dipendenti.

### 4.3 Salute e sicurezza sul lavoro

Montefarmaco osserva le leggi vigenti in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro garantendo condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ambienti di lavoro sicuri e salubri. In ottemperanza, dunque, al Testo unico per la sicurezza sul lavoro (D. Lgs. 81/08) è stato redatto il **Documento di Valutazione dei Rischi**, che è oggetto di revisione e aggiornamento con cadenza almeno annuale, e comunque ogni qualvolta intervengano cambiamenti significativi ai fini della salute e sicurezza nel processo produttivo oppure a seguito di infortuni e incidenti. Nel caso di Montefarmaco, l'identificazione e la valutazione dei rischi attualmente riguardano soprattutto l'uso di video terminali e le trasferte aziendali; in seguito, all'inaugurazione del nuovo laboratorio interno per le analisi delle formulazioni di campioni e prototipi, è in programma per il 2023 l'introduzione di una nuova categoria di rischio derivante appunto dall'utilizzo degli strumenti di laboratorio. La segnalazione dei rischi avviene tramite comunicazione diretta al Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione o al Rappresentante dei Lavoratori alla Sicurezza. Gli organigrammi relativi alla sicurezza sono d'altronde esposti in bacheca, così come sono affisse nei locali di lavoro le norme di comportamento in caso di emergenza, e sono presenti apposite procedure di sicurezza in caso di lavoro in smart working o in trasferta.

Montefarmaco si è dotata di un **sistema di gestione** della salute e sicurezza del lavoro che, pur non essendo certificato, copre l'interno personale dipendente e vede negli ultimi anni l'implementazione di procedure via via più strutturate, come l'organizzazione di un'accresciuta squadra di emergenza, suddivisa in antincendio e primo soccorso.

In materia di servizi di medicina del lavoro, è presente un **medico aziendale** che periodicamente visita i dipendenti sulla base di scadenze monitorate dall'RSPP.

Al fine di agevolare la partecipazione dei lavoratori e la loro consultazione su tutto quanto riguardi il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro, è presente un **Rappresentante dei Lavoratori alla Sicurezza**, raggiungibile da ciascun dipendente per qualsiasi comunicazione o richiesta di informazioni.

La **formazione** dei lavoratori in materia di salute e sicurezza verte soprattutto sul primo soccorso e le norme antincendio, oltre a prevedere aggiornamenti per i dirigenti e l'RLS.

A dimostrazione dell'attenzione posta dalla società nei confronti di questo tema, nel corso degli ultimi due anni non si è verificato nessun infortunio, né presso il personale dipendente, né presso quello esterno.

Montefarmaco valuta attentamente anche le condizioni di salute e sicurezza sul lavoro dei propri **fornitori**: nei questionari di qualifica sono infatti presenti domande in proposito, e durante gli audit viene valutato non solo il sistema di gestione della qualità ma anche quello di salute e sicurezza dei lavoratori.

## 4.4 Benessere dei lavoratori

Coerentemente con la sua vision, costante è l'impegno profuso da Montefarmaco nello sviluppo di un ambiente di lavoro che sia per i collaboratori non solo sicuro ma anche salubre, attraverso svariate forme di promozione della salute e della conciliazione vita-lavoro.

La sede di Bollate è infatti dotata di una **palestra aziendale** con un personal trainer sempre a disposizione dei dipendenti. Proprio nel corso del 2022 la sede ha visto importanti lavori di ristrutturazione finalizzati al miglioramento della qualità e **vivibilità degli ambienti**, mediante un'attenta scelta dei materiali impiegati e un totale rinnovamento degli arredi (illuminazione soffusa, sedie ergonomiche, postazioni di ultima generazione).

Da alcuni anni è diventata una consuetudine per le dipendenti donne l'appuntamento autunnale per la **visita gratuita in azienda di prevenzione senologica**. Per tutti, è prevista a partire dal 2023 la possibilità di effettuare analisi del sangue comprensivi di controllo dell'insulino-resistenza: in caso di valori anomali, i dipendenti uomini potranno successivamente beneficiare di una visita urologica di approfondimento.

Durante l'emergenza coronavirus del 2020, Montefarmaco ha predisposto con cadenza mensile, screening a tappeto su tutti i dipendenti, e negli anni successivi ha messo a disposizione tamponi rapidi in occasione di convention e altri appuntamenti in presenza.

Nel 2021 è stata svolta un'**analisi di valutazione stress-lavoro correlato**, che ha dato risultati positivi. È inoltre intenzione lanciare nel prossimo futuro un'**analisi dei bisogni**, finalizzata a valutare nuove iniziative nell'ambito del welfare.

Per quanto riguarda invece la conciliazione dei tempi di vita con i tempi di lavoro, è formalizzata la **flessibilità oraria** in ingresso, pausa pranzo e uscita (senza dunque necessità di richiesta), e la Società è sempre aperta a valutare il passaggio temporaneo a contratti part-time per le neomamme e per altri particolari casi di esigenze familiari. In materia di smart working, passata la fase emergenziale indotta dalla pandemia è attualmente in corso di valutazione la definizione dell'accordo.

## 4.5 Iniziative di educazione alla salute

Per Montefarmaco, prendersi cura del benessere significa sì lavorare per offrire una vasta scelta di prodotti farmaceutici e nutraceutici di altissima qualità, ma anche per sviluppare iniziative e progetti di educazione alla salute nei confronti dei consumatori, dei clienti, e dei collaboratori.

Al fine, dunque, di divulgare una cultura del benessere supportata da evidenze scientifiche, nel 2017 è nato **MBenessere**, un portale digitale rivolto a tutti coloro che sono curiosi di ampliare le proprie conoscenze sulla salute, con consigli utili su un corretto stile di vita, suggerimenti per il benessere di tutta la famiglia, e rimedi per la bellezza e la cura del corpo. Il portale pubblica articoli, video e podcast i cui contenuti scientifici sono attentamente curati da medici, farmacisti e biologi in collaborazione con giornalisti e divulgatori. Si possono così consultare non solo articoli su svariati temi attinenti al benessere e alla salute - bambini e infanzia, colesterolo, intestino, occhi, solo per citarne alcuni - ma anche ricette di cucina e guide all'esercizio fisico. La divulgazione avviene attraverso un sito internet e molteplici canali social che vedono la partecipazione di un pubblico arrivato ormai a circa 25mila utenti attivi.

Per poter invece condividere internamente notizie e informazioni sulla salute e il benessere, è attiva dal 2020 **HOME**, la piattaforma intranet cui hanno accesso tutti i dipendenti e gli agenti. La piattaforma mira, in ultima istanza, a proporre all'intera squadra di Montefarmaco un'identità coesa e forte, facendo formazione e team building e contribuendo così alla costruzione della cultura aziendale.

Da azienda nata in farmacia, Montefarmaco è stata inoltre lieta di offrire il suo contributo a “**La farmacia che vorrei**”, rilevazione civica promossa da Cittadinanzattiva Lombardia in collaborazione con Federfarma Milano, Monza e Lodi. L'indagine, condotta a fine 2020 mediante un questionario somministrato a circa 300 residenti in Lombardia, ha voluto indagare il rapporto tra i cittadini e le farmacie di comunità. Le farmacie rappresentano infatti presidi essenziali al fine di garantire la sostenibilità del sistema, di diminuire le disuguaglianze, e di portare la sanità più vicina al cittadino, ancor più in un momento particolare quale è stato l'emergenza pandemica. Montefarmaco ha dunque contribuito all'indagine nella convinzione che l'ascolto attivo dei consumatori e del territorio sia la chiave di successo nella ricerca di soluzioni e servizi sempre più efficienti e innovativi in ambito farmaceutico. Dai risultati della rilevazione è emersa conferma dell'importante ruolo di caposaldo territoriale delle farmacie, fonte di informazione e rassicurazione per i cittadini anche in situazioni emergenziali.

#### 4.6 Iniziative in favore della Comunità

Porre al centro la salute, la prevenzione e, in generale, il benessere dei cittadini è ciò che motiva Montefarmaco non solo nel suo core business ma anche nel supporto a iniziative benefiche in favore della Comunità, che sia locale o in paesi in via di sviluppo. La Società promuove dunque rapporti di collaborazione con associazioni ed enti del Terzo Settore supportandone i progetti mediante sponsorizzazioni e donazioni monetarie e in natura: nel 2022 sono stati così erogati circa 50.000 € su 11 iniziative volte, con diverse modalità, a tale scopo. I dipendenti vengono periodicamente informati e resi partecipi di queste iniziative nel corso delle riunioni plenarie.

Nella convinzione che lo sport sia cruciale nella promozione appunto di benessere e inclusione, Montefarmaco ha sponsorizzato il torneo di padel organizzato da **Kaccabe Sport Club** e il torneo di tennis in carrozzina della **SSD Volare**, e ha inoltre partecipato alla raccolta fondi organizzata in occasione della **Pink Parade** in favore dei progetti di ricerca scientifica della Fondazione Umberto Veronesi contro i tumori tipicamente femminili.

In favore della comunità locale, la Società ha supportato **Alatha Onlus**, una cooperativa sociale milanese che offre un servizio di trasporto inclusivo ad anziani e disabili, e la **parrocchia di Braone** (BS), per le necessità materiali e spirituali degli abitanti di questo piccolo comune della Val Camonica. Si è inoltre fornita assistenza legale e amministrativa all'associazione **Noce Bianco** per la realizzazione di un'unità abitativa per disabili localizzata nel comune di Locate di Triulzi (MI), e sono stati donati farmaci a due importanti enti di riferimento per il Terzo Settore in Lombardia quali **Exodus**, fondazione che svolge attività di prevenzione, assistenza, cura, formazione professionale e di reinserimento socio-lavorativo dedicate ai giovani tossicodipendenti o affetti da altre forme di disagio, e la **Fondazione Fare Welfare**, oggetto filantropico che concede contributi per la realizzazione di progetti di solidarietà sociale.

Guardando oltre i confini nazionali, Montefarmaco ha contribuito alle attività di sostegno agli orfani della Tanzania da parte dell'**Amani Foundation**, e ha donato farmaci in favore dei bambini cubani mediante la **Fondazione Aiutiamoli** nonché dei rifugiati ucraini attraverso **Banco Farmaceutico**.

## Annex

Sono di seguito riportate le tabelle delle informative GRI, ordinate per capitolo.

### Capitolo 3

**GRI 301-1:** Materiali utilizzati per peso e volume; **GRI 301-2:** Materiali utilizzati che provengono da riciclo

INGREDIENTI ACQUISTATI	u.m.	2022	2021*	2020*	Δ%
<b>Aromi</b>	<b>t</b>	<b>7.000</b>	<b>8.000</b>	<b>4.000</b>	<b>-13%</b>
<i>di origine naturale</i>	t	7.000	8.000	4.000	-13%
<i>di origine sintetica</i>	t	0	0	0	-
<b>Principi Attivi</b>	<b>t</b>	<b>3.000</b>	<b>2.000</b>	<b>2.000</b>	<b>50%</b>
<i>di origine naturale</i>	t	3.000	2.000	2.000	50%
<i>di origine sintetica</i>	t	0	0	0	-
<b>TOTALE INGREDIENTI ACQUISTATI</b>	<b>t</b>	<b>10.000</b>	<b>10.000</b>	<b>6.000</b>	<b>0%</b>
<i>di origine naturale</i>	t	10.000	10.000	6.000	0%
	%	100%	100%	100%	-
<i>di origine sintetica</i>	t	0	0	0	-
	%	0%	0%	0%	-

MATERIALI DA IMBALLAGGIO ACQUISTATI	u.m.	2022	2021*	2020*	Δ%
<b>Plastica (contenitori, flaconi, chiusure, film)</b>	<b>t</b>	<b>227,0</b>	<b>188,0</b>	<b>172,0</b>	<b>21%</b>
generico	t	227,0	188,0	172,0	21%
da riciclo	t	0	0	0	-
<b>Carta</b>	<b>t</b>	<b>336,0</b>	<b>276,0</b>	<b>252,0</b>	<b>22%</b>
generica	t	284,0	233,0	213,0	22%
da fonti rinnovabili certificate (certificazioni FSC e/o FSC Mix e/o PEFC)	t	0	0	0	-
da riciclo (certificazione FSC Recycled o altre certificazioni di riciclo 100%)	t	52,0	43,0	39,0	21%
<b>TOTALE MATERIALI DA IMBALLAGGIO</b>	<b>t</b>	<b>563,0</b>	<b>464,0</b>	<b>424,0</b>	<b>21%</b>
<b>Totale da fonti rinnovabili</b>	<b>t</b>	<b>336,0</b>	<b>276,0</b>	<b>252,0</b>	<b>22%</b>
% da rinnovabili sul totale	%	59,7%	59,5%	59,4%	0,2%
<b>Totale da riciclo</b>	<b>t</b>	<b>52,0</b>	<b>43,0</b>	<b>39,0</b>	<b>21%</b>
% da riciclo sul totale	%	9,2%	9,3%	9,2%	

\* In mancanza di un sistema di monitoraggio puntuale, i consumi di materie prime e materiali da imballaggio relativi al 2021 e il 2020 sono stati stimati e riproporzionati sulla base dei dati del 2022, ricavati dalle fatture degli acquisti effettuati.

**GRI 302-1:** Consumo di energia interno all'organizzazione

CONSUMI ENERGETICI	u.m.	2022	2021	2020	Δ%
<b>Gas metano per riscaldamento</b>	<b>GJ</b>	<b>28,1</b>	<b>23,7</b>	<b>32,7</b>	<b>18,6%</b>
<b>Benzina per veicoli</b>	<b>GJ</b>	<b>309,7</b>	<b>225,5</b>	<b>106,9</b>	<b>37,4%</b>
<b>Diesel per veicoli</b>	<b>GJ</b>	<b>1.389,4</b>	<b>1.588,3</b>	<b>1.210,6</b>	<b>-12,5%</b>
<b>Elettricità consumata in totale</b>	<b>GJ</b>	<b>1.427,3</b>	<b>1.240,4</b>	<b>1.261,2</b>	<b>15,1%</b>
Elettricità acquistata e consumata senza Garanza d'Origine	GJ	980,9	1.240,4	1.261,2	-20,9%
Elettricità autoprodotta da impianto fotovoltaico in totale	GJ	476,1	0,0	0,0	-
<i>di cui venduta</i>	GJ	29,6	0,0	0,0	-

<i>di cui consumata</i>	<i>GJ</i>	<i>446,5</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>-</i>
<b>TOTALE</b>	<b>GJ</b>	<b>3.154</b>	<b>3.078</b>	<b>2.611</b>	<b>2,5%</b>

**GRI 305-1:** Emissioni di gas a effetto serra dirette (Scope 1); **GRI 305- 2** Emissioni di gas a effetto serra indirette da consumi energetici (Scope 2)

<b>EMISSIONI</b>	<b>u.m.</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>Δ%</b>
<b>SCOPE 1</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>121,1</b>	<b>127,5</b>	<b>95,0</b>	<b>-5,0%</b>
da gas metano per riscaldamento	tCO <sub>2</sub> e	1,6	1,3	1,8	18,2%
da benzina per veicoli	tCO <sub>2</sub> e	20,6	15,2	7,2	35,8%
da diesel per veicoli	tCO <sub>2</sub> e	98,9	111,0	86,0	-10,9%
<b>SCOPE 2 LB</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>83,6</b>	<b>105,7</b>	<b>113,5</b>	<b>-20,9%</b>
da elettricità acquistata e consumata senza Garanzia d'Origine	tCO <sub>2</sub> e	83,6	105,7	113,5	-20,9%
<b>SCOPE 2 MB</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>124,4</b>	<b>157,3</b>	<b>160,7</b>	<b>-20,9%</b>
da elettricità acquistata e consumata senza Garanzia d'Origine	tCO <sub>2</sub> e	124,4	157,3	160,7	-20,9%
<b>TOTALE SCOPE 1 + SCOPE 2 LB</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>204,7</b>	<b>233,3</b>	<b>208,5</b>	<b>-12,2%</b>
<b>TOTALE SCOPE 1 + SCOPE 2 MB</b>	<b>tCO<sub>2</sub>e</b>	<b>245,5</b>	<b>284,9</b>	<b>255,7</b>	<b>-13,8%</b>

## Capitolo 4

### GRI 2-7: Dipendenti

<b>Dipendenti per contratto di lavoro e per genere al 31/12</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>Variazione 2022-2021</b>
<b>Totale dipendenti</b>	<b>59</b>	<b>60</b>	<b>65</b>	<b>-1,7%</b>
Donne	39	42	45	-7,1%
Uomini	20	18	20	11,1%
<b>Tempo indeterminato</b>	<b>57</b>	<b>59</b>	<b>57</b>	<b>-3,4%</b>
Donne	37	41	40	-9,8%
Uomini	20	18	17	11,1%
<b>Tempo determinato</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>100,0%</b>
Donne	2	1	5	100,0%
Uomini	0	0	3	-
<b>Full time</b>	<b>52</b>	<b>54</b>	<b>59</b>	<b>-3,7%</b>

Donne	32	36	39	<b>-11,1%</b>
Uomini	20	18	20	<b>11,1%</b>
<b>Part time</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>16,7%</b>
Donne	7	6	6	<b>16,7%</b>
Uomini	0	0	0	-

**GRI 2-8: Lavoratori non dipendenti**

<b>Lavoratori non dipendenti per tipologia di contratto e per genere al 31/12</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>Variazione 2022-2021</b>
<b>Totale collaboratori non dipendenti</b>	<b>76</b>	<b>77</b>	<b>76</b>	<b>-1,3%</b>
Totale donne	14	19	18	<b>-27,8%</b>
Totale uomini	62	58	58	<b>6,9%</b>
<b>Agenti e informatori</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>76</b>	<b>0,0%</b>
Donne	14	18	18	<b>-22,2%</b>
Uomini	62	58	58	<b>6,9%</b>
<b>Stagisti</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	-
Donne	0	1	0	-
Uomini	0	0	0	-

**GRI 401-1: Nuove assunzioni e turnover**

<b>Nuovo personale assunto tempo determinato e indeterminato, per età e genere, al 31.12</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>0</b>
Donne	1	6	0
Uomini	0	0	0
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>11</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
Donne	7	2	0
Uomini	4	2	0
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
Donne	2	1	0
Uomini	2	0	0
<b>Totale dipendenti</b>	<b>16</b>	<b>11</b>	<b>0</b>
Totale donne	10	9	0
Totale uomini	6	2	0

<b>Personale che ha interrotto o terminato il rapporto di lavoro a tempo determinato e indeterminato, per età e genere, al 31.12</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>0</b>

Donne	4	2	0
Uomini	0	1	0
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>8</b>	<b>10</b>	<b>4</b>
Donne	6	8	2
Uomini	2	2	2
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
Donne	4	1	0
Uomini	1	2	0
<b>Totale dipendenti</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>4</b>
Totale donne	14	11	2
Totale uomini	3	5	2

<b>Tassi di turnover (espresso in %) per età e genere</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>Tasso turnover complessivo</b>	<b>55,9%</b>	<b>45,0%</b>	<b>6,2%</b>
<b>Tasso di turnover in entrata</b>	<b>27,1%</b>	<b>18,3%</b>	<b>0,0%</b>
Donne	25,6%	21,4%	0,0%
Uomini	30,0%	11,1%	0,0%
Sotto i 30 anni	1,7%	10,0%	0,0%
Donne	100,0%	120,0%	0,0%
Uomini	0,0%	0,0%	0,0%
Tra i 30 e i 50 anni	35,5%	14,3%	0,0%
Donne	30,4%	9,1%	0,0%
Uomini	50,0%	33,3%	0,0%
Oltre i 50 anni	15,4%	3,8%	0,0%
Donne	13,3%	6,7%	0,0%
Uomini	18,2%	0,0%	0,0%
<b>Tasso di turnover in uscita</b>	<b>28,8%</b>	<b>26,7%</b>	<b>6,2%</b>
Donne	35,9%	26,2%	4,4%
Uomini	15,0%	27,8%	10,0%
Sotto i 30 anni	200,0%	50,0%	0,0%
Donne	400,0%	40,0%	0,0%
Uomini	0,0%	100,0%	0,0%
Tra i 30 e i 50 anni	25,8%	35,7%	11,4%
Donne	26,1%	36,4%	6,9%
Uomini	25,0%	33,3%	33,3%
Oltre i 50 anni	19,2%	11,5%	0,0%
Donne	26,7%	6,7%	0,0%
Uomini	9,1%	18,2%	0,0%

*Il tasso di turnover complessivo è calcolato come rapporto tra: (numero nuovi ingressi nell'anno + numero uscite nell'anno/organico a tempo indeterminato e determinato al 31/12) \*100.*

Il tasso di turnover in entrata è calcolato come rapporto tra: (numero nuovi ingressi nell'anno/organico a tempo indeterminato e determinato al 31/12) \*100.

Il tasso di turnover in uscita è calcolato come rapporto tra: (numero nuovi ingressi nell'anno/organico a tempo indeterminato e determinato al 31/12) \*100.

#### GRI 403-9 Numero e tasso di infortuni sul lavoro di dipendenti e contrattisti

Dati sugli infortuni dei dipendenti e contrattisti	2022	2021	2020
<b>Numero di infortuni registrabili</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	0
di cui a contrattisti	0	0	0
<b>Numero di infortuni con conseguenze gravi (oltre 6 mesi di assenza)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	0
di cui a contrattisti	0	0	0
<b>Numero di decessi sul lavoro</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	0
di cui a contrattisti	0	0	0

Numero ore lavorate	2022	2021	2020
Totale ore lavorate dal personale dipendente	99.550	103.334	100.910

Per l'anno in corso non si riportano le ore lavorate del personale non dipendente (contrattisti), in ogni caso si segnala che non si sono verificati infortuni.

Calcolo dei tassi di infortunio	2022	2021	2020
<b>Tasso di infortuni sul lavoro registrabili</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	0
di cui a contrattisti	0	0	0
<b>Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	0
di cui a contrattisti	0	0	0
<b>Tasso di decessi risultanti da infortuni sul lavoro</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
di cui occorsi al personale dipendente	0	0	0
di cui a contrattisti	0	0	0

Il tasso di decessi è determinato dal rapporto tra il numero di decessi risultanti da infortuni sul lavoro e il numero di ore lavorate moltiplicato per 1.000.000

Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze è determinato dal rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) e il numero di ore lavorate moltiplicato per 1.000.000

Il tasso di infortuni sul lavoro registrabili è determinato dal rapporto tra il numero di infortuni sul lavoro registrabili e il numero di ore lavorate moltiplicato per 1.000.000. In questo tasso si includono anche gli eventuali decessi, cioè si considera numero complessivo degli infortuni.

**GRI 404-1** Ore medie di formazione annua per dipendente

Ore di formazione medie per categoria di dipendente e per genere	2022	2021	2020
<b>Dirigenti</b>	<b>11,3</b>	<b>21,8</b>	<b>4,0</b>
Donne	8,0	10,0	2,0
Uomini	12,3	29,7	5,3
<b>Quadri</b>	<b>12,2</b>	<b>16,1</b>	<b>4,4</b>
Donne	10,7	3,3	1,5
Uomini	13,4	108,5	7,3
<b>Impiegati</b>	<b>7,4</b>	<b>27,0</b>	<b>2,9</b>
Donne	7,9	10,2	0,6
Uomini	4,7	42,3	17,0
<b>Operai ed Equiparati</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0</b>
Donne	-	-	0
Uomini	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>9,3</b>	<b>20,4</b>	<b>3,5</b>
Totale donne	8,6	5,3	0,9
Totale uomini	10,6	54,9	9,0

**GRI 404-3** Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale

Dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dei piani di carriera (%)	2022	2021	2020
<b>Dirigenti</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Donne	100%	100%	100%
Uomini	100%	100%	100%
<b>Quadri</b>	<b>95%</b>	<b>58%</b>	<b>95%</b>
Donne	89%	28%	82%
Uomini	100%	275%	109%
<b>Impiegati</b>	<b>11%</b>	<b>19%</b>	<b>11%</b>
Donne	10%	30%	10%
Uomini	17%	9%	20%
<b>Operai ed equiparati</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>
Donne	-	-	-
Uomini	-	-	0%
<b>Totale</b>	<b>46%</b>	<b>47%</b>	<b>48%</b>

Totale donne	31%	32%	33%
Totale uomini	75%	83%	80%

**GRI 405-1: Diversità e pari opportunità**

<b>Composizione CDA di Montefarmaco OTC per genere e fascia d'età</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>Sotto i 30 anni</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Donne	0	0	0
Uomini	0	0	0
<b>Tra i 30 e i 50 anni</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Donne	0	0	0
Uomini	0	0	0
<b>Oltre i 50 anni</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Donne	1	1	1
Uomini	2	2	2
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
Totale donne	1	1	1
Totale uomini	2	2	2

<b>Personale a tempo determinato e indeterminato, per categoria, fascia d'età e per genere</b>	<b>2022</b>			<b>2021</b>			<b>2020</b>		
	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>Totale</b>	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>Totale</b>	<b>Donne</b>	<b>Uomini</b>	<b>Totale</b>
<b>Dirigenti</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
età inferiore ai 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra i 30 e i 50 anni	0	0	0	1	0	1	1	0	1
età superiore ai 50 anni	1	3	4	1	3	4	1	3	4
<b>Quadri</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>22</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>23</b>
età inferiore ai 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra i 30 e i 50 anni	7	6	13	10	5	15	11	4	15
età superiore ai 50 anni	2	5	7	1	6	7	1	7	8
<b>Impiegati</b>	<b>29</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>29</b>	<b>4</b>	<b>33</b>	<b>31</b>	<b>5</b>	<b>36</b>
età inferiore ai 30 anni	1	1	2	5	1	6	2	2	4
tra i 30 e i 50 anni	16	2	18	11	1	12	17	2	19
età superiore ai 50 anni	12	3	15	13	2	15	12	1	13
<b>Operai</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
età inferiore ai 30 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
tra i 30 e i 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	0	0
età superiore ai 50 anni	0	0	0	0	0	0	0	1	1

<b>Totale</b>	<b>39</b>	<b>20</b>	<b>59</b>	<b>42</b>	<b>18</b>	<b>60</b>	<b>45</b>	<b>20</b>	<b>65</b>
età inferiore ai 30 anni	1	1	2	5	1	6	2	2	4
tra i 30 e i 50 anni	23	8	31	22	6	28	29	6	35
età superiore ai 50 anni	15	11	26	15	11	26	14	12	26

Personale a tempo determinato e indeterminato, per categoria, fascia d'età e per genere (%)	2022			2021			2020		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
<b>Dirigenti</b>	<b>1,7%</b>	<b>5,1%</b>	<b>6,8%</b>	<b>3,3%</b>	<b>5,0%</b>	<b>8,3%</b>	<b>3,1%</b>	<b>4,6%</b>	<b>7,7%</b>
età inferiore ai 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
tra i 30 e i 50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	1,7%	1,5%	0,0%	1,5%
età superiore ai 50 anni	1,7%	5,1%	6,8%	1,7%	5,0%	6,7%	1,5%	4,6%	6,2%
<b>Quadri</b>	<b>15,3%</b>	<b>18,6%</b>	<b>33,9%</b>	<b>18,3%</b>	<b>18,3%</b>	<b>36,7%</b>	<b>18,5%</b>	<b>16,9%</b>	<b>35,4%</b>
età inferiore ai 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
tra i 30 e i 50 anni	11,9%	10,2%	22,0%	16,7%	8,3%	25,0%	16,9%	6,2%	23,1%
età superiore ai 50 anni	3,4%	8,5%	11,9%	1,7%	10,0%	11,7%	1,5%	10,8%	12,3%
<b>Impiegati</b>	<b>49,2%</b>	<b>10,2%</b>	<b>59,3%</b>	<b>48,3%</b>	<b>6,7%</b>	<b>55,0%</b>	<b>47,7%</b>	<b>7,7%</b>	<b>55,4%</b>
età inferiore ai 30 anni	1,7%	1,7%	3,4%	8,3%	1,7%	10,0%	3,1%	3,1%	6,2%
tra i 30 e i 50 anni	27,1%	3,4%	30,5%	18,3%	1,7%	20,0%	26,2%	3,1%	29,2%
età superiore ai 50 anni	20,3%	5,1%	25,4%	21,7%	3,3%	25,0%	18,5%	1,5%	20,0%
<b>Operai</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,5%</b>
età inferiore ai 30 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
tra i 30 e i 50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
età superiore ai 50 anni	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%	1,5%
<b>Totale</b>	<b>66,1%</b>	<b>33,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>70,0%</b>	<b>30,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>69,2%</b>	<b>30,8%</b>	<b>100,0%</b>
età inferiore ai 30 anni	1,7%	1,7%	3,4%	8,3%	1,7%	10,0%	3,1%	3,1%	6,2%
tra i 30 e i 50 anni	39,0%	13,6%	52,5%	36,7%	10,0%	46,7%	44,6%	9,2%	53,8%
età superiore ai 50 anni	25,4%	18,6%	44,1%	25,0%	18,3%	43,3%	21,5%	18,5%	40,0%

## GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	Montefarmaco OTC S.p.A. ha presentato una rendicontazione con riferimento agli Standard Global Reporting Initiative per il periodo 1° gennaio – 31 dicembre 2022
GRI 1 utilizzato	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinenti	Non presenti al momento dell'approvazione del presente Bilancio

INFORMATIVA	UBICAZIONE - COMMENTI
<b>GRI 2 – INFORMATIVA GENERALE – VERSIONE 2021</b>	
<b>L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione</b>	
2-1 Dettagli organizzativi	<i>Nota metodologica</i>
2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	<i>Nota metodologica</i>
2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	<i>Nota metodologica</i>
2-4 Revisione delle informazioni	Prima edizione del Bilancio
2-5 Assurance esterna	Il presente report non è stato sottoposto ad assurance esterna.
<b>Attività e lavoratori</b>	
2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 1 par. 1.3 <i>Modello di business, prodotti e mercati</i>
2-7 Dipendenti	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i> Annex, sezione cap. 4
2-8 Lavoratori non dipendenti	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i> Annex, sezione cap. 4
<b>Governance</b>	
2-9 Struttura e composizione della governance	Cap. 1 par. 1.4 <i>Governance, etica e integrità</i>
2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Il Consiglio di Amministrazione (come pure di tutte le altre cariche esecutive) ha un mandato di tre anni. I rinnovi e le nuove nomine avvengono in occasione delle assemblee degli azionisti di approvazione del bilancio.
2-11 Presidente del massimo organo di governo	Il Presidente è un Alto Dirigente dell'azienda.
2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Tra le responsabilità del CdA si evidenzia quella di definire le linee strategiche e gli obiettivi della società, incluse le politiche per la sostenibilità.
2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Il CdA è responsabile del processo di definizione e gestione degli impatti individuati come rilevanti per Montefarmaco, coadiuvato dai Responsabili delle funzioni.
2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Il CdA è responsabile della revisione e dell'approvazione delle informazioni.
2-15 Conflitti d'interesse	Cap. 1 par. 1.4 <i>Governance, etica e integrità</i>
2-16 Comunicazione delle criticità	Per la segnalazione di eventuali eventi avversi da farmaci a marchio Montefarmaco, è possibile consultare l'apposita sezione del sito aziendale.
<b>Strategia, politiche e prassi</b>	
2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	<i>Il percorso di Sostenibilità di Montefarmaco OTC</i>
2-23 Impegno in termini di policy	Attualmente non sono presenti politiche formalizzate in materia di sostenibilità; tuttavia, Montefarmaco ha avviato una prima riflessione a partire dall'analisi di materialità, esplicitata nel paragrafo <i>Il percorso di Sostenibilità di Montefarmaco OTC</i> . Inoltre, la società ha formalizzato un Codice Etico, in cui sono elencati i Principi cui sono tenuti a rispettare tutti gli stakeholder di Montefarmaco.

2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Attualmente non sono stati formalizzati impegni nell'ambito della sostenibilità; tuttavia, Montefarmaco ha avviato una prima riflessione a partire dall'analisi di materialità, esplicitata nel paragrafo <i>Il percorso di Sostenibilità di Montefarmaco OTC</i>
2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Attualmente i processi previsti per mitigare e rimediare gli impatti negativi sono specificati nel GRI 2-26
2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Per la segnalazione di atti, comportamenti o eventi che possano determinare una violazione del Codice Etico o che siano comunque rilevanti ai sensi del D.lgs. 231/01, deve essere data comunicazione in forma scritta all'Organismo di Vigilanza nelle modalità previste dal par. 4.8 del MOGC 231.
2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del 2022 non sono stati segnalati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti, né sanzioni monetarie significative pagate da parte della Società.
2-28 Appartenenza ad associazioni	Montefarmaco aderisce alle seguenti associazioni: AIFA, Confindustria, Assolombarda, Federchimica Assosalute, Cosmetica Italia, Unione Italiana Food
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>	
2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 2, par.2.2 <i>Ricerca e innovazione</i> ; par. 2.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
	Cap. 2, par. 2.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i>
	Cap. 4 par. 4.6 <i>Iniziative in favore della Comunità</i>
2-30 Contratti collettivi	Al 31.12.2022 il 100% dei dipendenti risulta coperta da contratti collettivi
<b>GRI 3 – TEMI MATERIALI – VERSIONE 2021</b>	
<b>Informative sui temi materiali</b>	
3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	<i>Nota metodologica</i>
3-2 Elenco di temi materiali	<i>Nota metodologica</i>
<b>GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 1 par. 1.5 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i>
201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	Cap. 1 par. 1.5 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i>
<b>GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 1 par. 1.5 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i> Cap. 4 par. 4.6 <i>Iniziative in favore della Comunità</i>
204-1 Proporzionamento della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Cap. 1 par. 1.5 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i> Cap. 4 par. 4.6 <i>Iniziative in favore della Comunità</i>
<b>GRI 204: PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 2, par. 2.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
204-1 Proporzionamento della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Cap. 2, par. 2.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
<b>GRI 301: MATERIALI – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3, par. 3.1 <i>Utilizzo efficiente delle risorse e soluzioni di eco-design</i>
301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	Cap. 3, par. 3.1 <i>Utilizzo efficiente delle risorse e soluzioni di eco-design</i> Annex, sezione cap. 3
301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	Cap. 3, par. 3.1 <i>Utilizzo efficiente delle risorse e soluzioni di eco-design</i> Annex, sezione cap. 3
<b>GRI 302: ENERGIA – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3, par. 3.2 <i>Consumi energetici</i>
302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 3, par. 3.2 <i>Consumi energetici</i> Annex, sezione cap. 3

302-3 Intensità energetica	Cap. 3, par. 3.2 <i>Consumi energetici</i>
<b>GRI 305: EMISSIONI – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3, par. 3.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i>
305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Cap. 3, par. 3.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i> Annex, sezione cap. 3
305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 3, par. 3.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i> Annex, sezione cap. 3
305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Cap. 3, par. 3.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i>
<b>GRI 401: OCCUPAZIONE – 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i>
401-1 Nuove assunzioni e turnover	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i> Annex, sezione cap. 4
<b>GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO – 2018</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-3 Servizi di medicina del lavoro	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 4 par. 4.4 <i>Benessere dei lavoratori</i>
403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i>
403-9 Infortuni sul lavoro	Cap. 4 par. 4.3 <i>Salute e sicurezza sul lavoro</i> Annex, sezione cap. 4
<b>GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE - 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 par. 4.2 <i>Formazione e sviluppo</i>
404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Cap. 4 par. 4.2 <i>Formazione e sviluppo</i> Annex, sezione cap. 4
404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza nella transizione	Cap. 4 par. 4.2 <i>Formazione e sviluppo</i> Non sono tuttavia attualmente previsti programmi di outplacement.
404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Cap. 2, par. 2.2 <i>Formazione e sviluppo</i> Annex, sezione <i>Formazione</i>
<b>GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ - 2016</b>	
3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i>
405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Cap. 4 par. 4.1 <i>Organico aziendale</i> Annex, sezione cap. 4