

Bilancio di Sostenibilità 2025

GRUPPO MONTEFARMACO

Sommario

Il percorso di Sostenibilità del Gruppo Montefarmaco	Pag. 4
1. Nota Metodologica	Pag. 6
1.1 Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità	Pag. 6
1.2 L'Analisi di Materialità	Pag. 7
2. Il Gruppo Montefarmaco	Pag. 13
2.1 Chi siamo	Pag. 13
2.2 Mission, vision e valori	Pag. 16
2.3 Modello di business, prodotti e mercati	Pag. 17
2.4 La relazione con gli stakeholder	Pag. 18
2.5 Governance, etica e integrità	Pag. 20
2.6 Risultati economici e condivisione del valore	Pag. 24
3. Qualità e innovazione al servizio delle persone	Pag. 25
3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	Pag. 25
3.2 Ricerca e innovazione	Pag. 28
3.3 La gestione della catena di fornitura	Pag. 29
4. La tutela e il rispetto per l'ambiente	Pag. 32
4.1 Utilizzo delle risorse e riduzione dell'impatto degli imballaggi	Pag. 32
4.2 Consumi energetici	Pag. 34
4.3 Emissioni e altri impatti ambientali	Pag. 36
5. L'attenzione per le persone	Pag. 40
5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	Pag. 40
5.2 Composizione dell'organico aziendale	Pag. 41
5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità	Pag. 44
5.4 Formazione e sviluppo	Pag. 46
5.5 Sicurezza sul lavoro	Pag. 49
5.6 Iniziative di educazione alla salute	Pag. 50
5.7 Iniziative in favore della Comunità	Pag. 53
GRI Content Index	Pag. 54
ESRS Content Index	Pag. 59

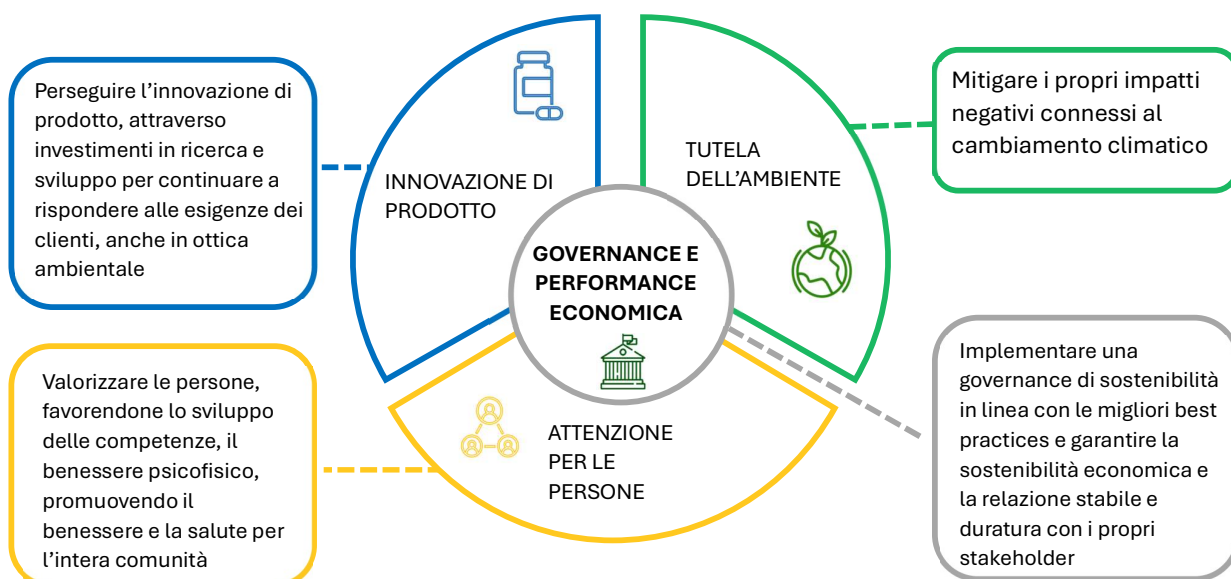
Il percorso di Sostenibilità del Gruppo Montefarmaco

Quello farmaceutico è un settore che può essere definito “a vocazione sociale” in quanto genera per sua natura impatti particolarmente rilevanti sulla collettività. Oltre alle responsabilità che accomunano le imprese di qualsiasi settore nei confronti dei propri stakeholder, infatti, i prodotti delle aziende farmaceutiche incidono direttamente sulla salute e sul benessere delle persone. La vision di Montefarmaco “Migliorare la salute e il benessere della persona all’interno della società in cui è inserita” riflette pienamente questa vocazione.

Per raggiungere una piena consapevolezza dei propri impatti e delle responsabilità nei confronti degli stakeholder, però, non è sufficiente limitarsi a presidiare esclusivamente il benessere dei propri clienti finali né concentrarsi unicamente sulla dimensione sociale. Partendo da questa consapevolezza, negli ultimi anni Montefarmaco ha progressivamente ampliato il proprio concetto di “cura”, estendendolo oltre alla dimensione di prodotto attraverso iniziative volte alla promozione della salute e del benessere nei confronti dei propri collaboratori, così come attraverso interventi di efficientamento energetico capaci di generare benefici sia economici sia ambientali.

Forte di queste esperienze e in risposta alle crescenti sollecitazioni provenienti dal mercato e dal contesto regolatorio, Montefarmaco ha scelto di adottare un approccio sempre più strutturato ai temi della sostenibilità. Con questo obiettivo, nel 2022 è stata avviata la collaborazione con ALTIS Advisory. Primo passo di tale percorso è stata l’Analisi di Materialità (cfr. Nota Metodologica), realizzata con il coinvolgimento del management aziendale, grazie alla quale sono stati identificati i temi di sostenibilità più rilevanti per l’azienda in termini di significatività degli impatti sugli stakeholder.

Sulla base dei risultati dell’analisi, sono stati individuati **tre ambiti prioritari che guidano l’impegno aziendale in ambito ESG: innovazione di prodotto, tutela dell’ambiente e attenzione alle persone**. A questi si affianca una leva trasversale, Governance e Performance Economica, che supporta e rafforza l’approccio complessivo. Tali ambiti costituiscono ancora oggi un quadro di riferimento interno utile per leggere in chiave ESG le attività aziendali, favorire una riflessione trasversale sull’identità e sui valori di Montefarmaco e orientare progressivamente il consolidamento dell’impegno nel tempo.



Come primo passo concreto del proprio percorso strategico di sostenibilità, Montefarmaco ha scelto nel 2022 di pubblicare il suo primo Bilancio di Sostenibilità, avviando una prima mappatura dei dati quantitativi e qualitativi necessari a comprendere più a fondo il livello di integrazione della sostenibilità all'interno delle attività aziendali. Nel 2023, con la pubblicazione del secondo bilancio volontario, l'azienda ha ulteriormente consolidato il proprio impegno, adottando per la prima volta un'impostazione ispirata ai nuovi standard europei di rendicontazione (ESRS).

Il 2024 ha rappresentato un ulteriore passaggio di evoluzione di questo percorso: il terzo bilancio ha infatti integrato i risultati di una nuova analisi di doppia materialità, che ha consentito di identificare in maniera ancora più approfondita gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti per l'azienda. Nel corso del 2025, Montefarmaco ha continuato a consolidare il percorso avviato, confermando l'attualità delle priorità di sostenibilità già individuate e proseguendo nel rafforzamento della rendicontazione come strumento strategico per monitorare, misurare e comunicare in modo trasparente i propri impatti sociali, ambientali ed economici.

1. Nota Metodologica

1.1 Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità

Il Bilancio di Sostenibilità 2025 presenta le attività, i progetti e i principali risultati conseguiti durante l'esercizio fiscale 2025 (dal 1° gennaio al 31 dicembre), focalizzandosi sui **temi economici, sociali e ambientali identificati come rilevanti per il gruppo Montefarmaco nell'ambito dell'analisi di materialità**, descritta nel paragrafo successivo.

Redatto su base volontaria, il report testimonia l'impegno dell'azienda verso una rendicontazione sempre più strutturata e trasparente in ambito ESG. Nel corso del 2025, il quadro normativo europeo in materia di rendicontazione di sostenibilità ha registrato importanti sviluppi: con l'approvazione del cosiddetto Pacchetto Omnibus, **l'Unione Europea ha infatti rivisto il perimetro di applicazione della Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)**, limitando l'obbligo di rendicontazione alle imprese con oltre 1.000 dipendenti e un fatturato netto annuo superiore a 450 milioni di euro. Alla luce di tali modifiche, **Montefarmaco non rientra attualmente tra le società soggette agli obblighi di rendicontazione previsti dalla normativa europea**.

Alla data di redazione del presente documento, resta tuttavia ancora in attesa di recepimento nell'ordinamento italiano la direttiva europea che ha introdotto tali modifiche. In questo contesto, Montefarmaco continua comunque a monitorare con attenzione l'evoluzione normativa, confermando la volontà di proseguire nel percorso di rendicontazione volontaria avviato negli anni precedenti.

Il **perimetro di rendicontazione** include l'intero perimetro consolidato, che comprende Montefarmaco Holding S.r.l., Montefarmaco OTC S.p.A e la relativa controllata Montefarmaco Shanghai T.Co. Dove possibile, i dati relativi al 2025 sono stati confrontati con quelli del 2024 e del 2023 per consentire una valutazione delle performance.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato predisposto conformemente agli **standard di rendicontazione GRI 2021, adottando l'approccio "with reference to"**. Inoltre, il documento è ispirato agli European Sustainability Reporting Standards (ESRS) elaborati dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) e adottati ufficialmente dalla Commissione Europea come standard unici per la rendicontazione di sostenibilità delle aziende soggette alla CSRD.

Il processo di redazione è stato curato da gruppo di lavoro interno con il supporto di **ALTIS Advisory Società Benefit, Spin-off dell'Università Cattolica del Sacro Cuore**.

I dati sono stati raccolti con il contributo dei responsabili di funzione, tramite specifici tool o sistemi di archiviazione interna. Le informazioni relative alla qualità sono rilevate in conformità al sistema di gestione certificato ISO 9001. Eventuali limitazioni di perimetro, variazioni metodologiche rispetto agli esercizi precedenti o il ricorso a stime sono chiaramente indicati nel testo, in corrispondenza del dato interessato.

La presente Relazione sulla sostenibilità non è stata sottoposta ad audit esterno.

Per quanto attiene agli impatti, ai rischi e alle opportunità rilevanti non sono stati descritti gli effetti finanziari attuali e previsti (SBM – 3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale 48 b).

Per ulteriori informazioni o chiarimenti sul presente Bilancio, è possibile contattare l'indirizzo esgreport@montefarmaco.it.

1.2 L'Analisi di Materialità

L'analisi di doppia materialità rappresenta il processo attraverso cui Montefarmaco identifica i temi economici, sociali e ambientali maggiormente rilevanti in relazione sia agli impatti generati dalle proprie attività sulle persone e sull'ambiente, sia ai potenziali effetti che tali tematiche possono produrre sullo sviluppo del business e sulle performance economico-finanziarie del Gruppo.

L'analisi di materialità di Montefarmaco è stata condotta sulla base del principio di doppia materialità previsto dagli European Sustainability Reporting Standards (ESRS). Tale principio combina due prospettive complementari:

■ **La materialità degli impatti** (prospettiva Inside-Out), finalizzata a individuare i temi ESG rappresentativi degli impatti rilevanti, effettivi o potenziali, positivi o negativi, generati dal Gruppo sulle persone e sull'ambiente, in linea con i requisiti richiesti anche dai GRI Universal Standards 2021;

■ **La materialità finanziaria** (prospettiva Outside-In), finalizzata a individuare i temi ESG che possono generare effetti significativi sullo sviluppo del business e sulle performance economico-finanziarie del Gruppo, in quanto potenziali fonti di rischi o opportunità finanziarie.

Il processo si è articolato in cinque fasi principali:

1. **Analisi del contesto:** Sono stati esaminati i fattori interni ed esterni che influenzano il Gruppo. Internamente, attraverso interviste rivolti ai responsabili delle principali funzioni aziendali e fonti documentali è stata mappata la catena del valore e il contesto di sostenibilità. Esternamente, è stato condotto un benchmarking con aziende del settore per identificare le tematiche ESG più rilevanti.
2. **Identificazione degli impatti, rischi e opportunità (IRO):** Sulla base delle informazioni raccolte, è stata elaborata una lista di potenziali IRO, sottoposta alla valutazione del management;
3. **Valutazione della rilevanza degli impatti (materialità degli impatti – Inside-Out):** Gli impatti generati dal Gruppo su persone e ambiente sono stati valutati secondo i parametri previsti dagli ESRS: **entità, portata, irrimediabilità** (per impatti negativi), **persistenza** (per quelli positivi) e **probabilità**. Le valutazioni sono state espresse su una scala a tre livelli. Per gli impatti sociali si è tenuto conto delle misure già in atto, tenendo conto del “worst case scenario”, mentre per quelli ambientali si è considerato lo scenario “senza mitigazioni”. In totale sono stati identificati **16 impatti materiali, di cui 10 negativi e 6 positivi**.
4. **Valutazione dei rischi e delle opportunità (materialità finanziaria – Outside-In):** Il secondo step ha riguardato l'analisi dei rischi e delle opportunità ESG che potrebbero influire sulla situazione economica e finanziaria del Gruppo. Ogni elemento è stato valutato considerando:
 - la magnitudo dell'impatto economico, stimata con il supporto del CFO;
 - la probabilità di accadimento (bassa, media, alta);
 - l'orizzonte temporale di manifestazione (breve, medio, lungo).

Sono emersi **5 rischi**. Non è stata rilevata, al momento, nessuna opportunità legata ai temi materiali.

5. Identificazione dei temi materiali e dei relativi Standard e data point da rendicontare

A seguito della valutazione di doppia materialità ogni Impatto, Rischio o Opportunità (IRO) è stato associato specifico tema materiale e, ove applicabile, ricondotto ai principali standard di rendicontazione di riferimento, in particolare GRI ed ESRS, al fine di identificare gli indicatori qualitativi e quantitativi maggiormente rilevanti da monitorare e rendicontare.

La seguente tabella presenta l'elenco completo degli IRO risultati materiali, associati ai relativi temi di sostenibilità e agli standard GRI di riferimento

Tema materiale	Standard GRI di riferimento	IRO e descrizione	Tipologia di IRO
Energia e cambiamenti climatici	GRI 302: ENERGIA 2016 GRI 305: EMISSIONI 2016	Consumo di energia Il consumo di energia include l'elettricità e altre fonti energetiche necessarie per mantenere le operazioni aziendali. Nel caso di Montefarmaco, è legato prevalentemente agli uffici e alla logistica interna.	Impatto negativo effettivo
		Generazione di emissioni GHG da attività dirette (Scope 1) e indirette da acquisto di Energia (Scope 2) Montefarmaco genera emissioni Scope 1 e Scope 2 derivanti dal consumo di gas metano per il riscaldamento e dai veicoli aziendali (Scope 1), oltre che dall'acquisto di energia elettrica (Scope 2).	Impatto negativo effettivo
		Generazione di emissioni GHG (Scope 3) e lungo la catena del valore Le emissioni di Scope 3 di Montefarmaco a monte derivano dalla produzione e dal trasporto di materie prime, dalla fabbricazione e dal trasporto degli imballaggi e dalle attività di produzione dei terzi. A valle, si generano durante la distribuzione dei prodotti finiti verso farmacie e punti vendita, a causa del consumo di carburanti fossili, e dalla gestione dei rifiuti degli imballaggi a fine vita, inclusi smaltimento e riciclo.	Impatto negativo effettivo
		Aumento dei costi energetici La maggior parte del fabbisogno energetico di Montefarmaco è legato a forniture tradizionali, esponendosi alle dinamiche del mercato energetico. Le principali cause di rischio includono volatilità del mercato energetico legata a crisi geopolitiche e scarsità di risorse e pressioni normative derivanti dalla transizione energetica, che potrebbero tradursi in tasse sul consumo di combustibili fossili o ulteriori costi per incentivi alla decarbonizzazione. L'impatto potrebbe riflettersi in un aumento dei costi operativi, incidendo sulle marginalità aziendali.	Rischio

Uso delle risorse ed economia circolare	GRI 301: Materiali 2016	Consumo di risorse non rinnovabili per prodotti e packaging da parte dei terzisti La produzione di farmaci, integratori e dispositivi medici da parte dei terzisti comporta l'uso di risorse non rinnovabili o vergini associati a importanti impatti ambientali. Anche il packaging rappresenta una delle principali fonti di impatto ambientale legato alla sottrazione di risorse	Impatto negativo effettivo
		Produzione di rifiuti da parte dei consumatori finali (con particolare riferimento ai rifiuti in plastica provenienti dal packaging) La plastica utilizzata nel packaging dei prodotti di Montefarmaco contribuisce alla generazione di rifiuti a valle.	Impatto negativo effettivo
		Aumento dei prezzi dei prodotti e delle materie prime utilizzate anche connessi a nuovi regolamenti di sostenibilità (es. carbon tax) o a causa della loro scarsità Montefarmaco si affida a fornitori e terzisti principalmente italiani ed europei per la produzione dei propri prodotti. Tuttavia, l'aumento della domanda globale di materie prime, la scarsità di alcune risorse e l'introduzione di regolamentazioni climatiche possono generare pressioni economiche lungo la catena di fornitura. Tali dinamiche potrebbero tradursi in un aumento dei costi operativi aziendali, in particolare in presenza di rincari trasferiti dai fornitori e in relazione alla dipendenza da specifiche materie prime.	Rischio
		Mancato allineamento a nuovi requisiti normativi legati al packaging (PPWR) Montefarmaco utilizza imballaggi in plastica per una parte rilevante dei propri prodotti. L'entrata in vigore del nuovo Regolamento europeo PPWR introdurrà requisiti progressivamente più stringenti in materia di riciclabilità, contenuto di plastica riciclata e riduzione degli imballaggi, richiedendo un progressivo adeguamento del parco packaging aziendale e possibili investimenti lungo la catena di fornitura.	Rischio
Salute, benessere e sicurezza del personale	GRI 401: OCCUPAZIONE 2016 GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO - 2018	Occupazione Sicura e retribuzione adeguata Montefarmaco garantisce un'occupazione stabile e sicura per i propri lavoratori. I dipendenti sono coperti dal CCNL per l'industria chimico-farmaceutica, che assicura retribuzioni adeguate, superiori alla media del settore in specifiche circostanze. Le retribuzioni complessive sono competitive rispetto alla media nazionale e l'azienda adotta politiche attive per valorizzare le risorse umane.	Impatto positivo effettivo

		Contributo al benessere psicofisico dei dipendenti attraverso iniziative di welfare aziendale Montefarmaco promuove il benessere psicofisico dei propri dipendenti attraverso diverse iniziative di welfare aziendale, tra cui servizi di prevenzione sanitaria, la presenza di una palestra aziendale, flessibilità oraria e ulteriori strumenti finalizzati a favorire il benessere	Impatto positivo effettivo
		Salute e la sicurezza dei propri lavoratori Le attività svolte da Montefarmaco espongono i lavoratori a potenziali rischi per la salute e la sicurezza, principalmente connessi alle attività al videoterminale, che possono comportare problematiche ergonomiche e visive, e alle trasferte del personale commerciale, associate a rischi legati alla mobilità e a fattori di stress. Tali rischi sono monitorati e gestiti attraverso il costante aggiornamento del Documento di Valutazione dei Rischi (DVR).	Impatto negativo potenziale
Formazione e sviluppo	GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE - 2016	Sviluppo di conoscenze e competenze dei lavoratori grazie ad attività formative Montefarmaco promuove la crescita professionale dei dipendenti attraverso piani di formazione.	Impatto positivo effettivo
Diversità e pari opportunità	GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ - 2016	Episodi di discriminazione basati su genere, età, orientamento sessuale, abilità, origine etnica, nazionalità, opinioni politiche e credo religiosi sul luogo di lavoro Sebbene negli ultimi anni non siano stati registrati episodi di discriminazione sul luogo di lavoro, eventuali comportamenti discriminatori possono verificarsi in qualsiasi contesto organizzativo e generare impatti negativi sul benessere psicologico delle persone, sul clima aziendale e sulle opportunità di crescita professionale.	Impatto negativo potenziale
		Divario retributivo di genere Il divario retributivo di genere registrato in Montefarmaco riflette una maggiore concentrazione di uomini in posizioni con responsabilità più elevate, anche all'interno degli stessi livelli contrattuali. Tali evidenze possono riflettere possibili disparità nella remunerazione e nei percorsi di crescita professionale, tema sempre più rilevante anche alla luce delle recenti evoluzioni normative in materia di pay transparency.	Impatto negativo effettivo

Qualità, sicurezza e innovazione di prodotto	GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI – 2016	Benefici sullo stato di salute e benessere dei consumatori generato dall'efficacia terapeutica dei prodotti (farmaci OTC, integratori, dispositivi medici etc.) I prodotti sviluppati e distribuiti da Montefarmaco, come farmaci OTC (da banco), integratori alimentari e dispositivi medici, sono progettati per contribuire alla salute e al benessere dei consumatori.	Impatto positivo effettivo
		Eventi avversi legati all'uso dei prodotti (ad esempio effetti collaterali non previsti, malfunzionamento di dispositivi medici, non conformità dei prodotti). I prodotti farmaceutici, integratori e dispositivi medici, se non utilizzati correttamente o se soggetti a difetti di produzione o malfunzionamenti, possono causare eventi avversi per i consumatori. Questi eventi possono includere effetti collaterali imprevisti, fallimento terapeutico, o problemi di sicurezza associati ai dispositivi medici.	Impatto negativo potenziale
Educazione alla salute	-	Benefici derivanti da attività di comunicazione e educazione al benessere Montefarmaco si impegna attivamente nel promuovere la salute e il benessere attraverso una serie di iniziative di comunicazione e educazione rivolte sia ai professionisti del settore farmaceutico sia ai consumatori.	Impatto positivo effettivo
Anticorruzione	GRI 205: ANTICORRUZIONE 2016	Impatti dovuti ad attività di corruzione attiva e passiva La corruzione attiva e passiva rappresenta un rischio rilevante in un settore come quello farmaceutico, in cui le relazioni con enti pubblici, strutture sanitarie e farmacie rivestono un ruolo centrale. Eventuali episodi corruttivi potrebbero compromettere la correttezza delle relazioni commerciali e istituzionali, generando impatti negativi sugli stakeholder coinvolti, tra cui pazienti, farmacisti ed enti regolatori.	Impatto negativo potenziale
		Danni finanziari legati ad episodi di corruzione e pratiche non etiche Eventuali episodi di corruzione o pratiche non etiche potrebbero esporre Montefarmaco a conseguenze economiche rilevanti, derivanti da sanzioni, contenziosi, interruzione di rapporti commerciali e potenziali danni reputazionali, con effetti negativi sulle performance economico-finanziarie aziendali.	Rischio

Gestione dei fornitori	GRI 204: PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO – 2016	Impatto positivo sui fornitori (comprese PMI del territorio) dovuto alla stabilità dei contratti La stabilità dei rapporti contrattuali consente ai fornitori, in particolare alle PMI, di beneficiare di maggiore continuità nei flussi di lavoro e di una migliore capacità di pianificazione e investimento. Montefarmaco privilegia relazioni di fornitura stabili e di lungo termine, collaborando prevalentemente con partner italiani.	Impatto positivo effettivo
		Impatti economici connessi alla dipendenza da determinati rapporti di fornitura (Es. interruzione o di ritardi nella fornitura) Montefarmaco si affida prevalentemente a terzisti e fornitori esterni per la produzione dei propri prodotti. Tale modello può esporre l'azienda a rischi economici legati alla dipendenza da fornitori strategici, nonché a possibili ritardi o interruzioni nella catena di fornitura, sebbene la prevalenza di partner italiani ed europei contribuisca a mitigare tali rischi.	Rischio

In quanto azienda commerciale e non direttamente produttiva, Montefarmaco è consapevole che parte dei propri impatti ambientali e sociali può generarsi anche al di fuori del perimetro operativo direttamente controllato, in particolare nelle fasi a monte della catena del valore presso terzisti e fornitori.

Nell'ambito dell'analisi di doppia materialità sono stati considerati anche tali aspetti indiretti, inclusi, ove rilevanti, elementi connessi alle emissioni generate lungo la supply chain e al consumo di risorse associato ai partner produttivi. Tuttavia, in considerazione del carattere volontario del presente report e della limitata disponibilità di dati strutturati lungo la filiera, la rendicontazione si concentra prevalentemente sugli aspetti maggiormente presidiabili dall'organizzazione e per i quali risulta disponibile un patrimonio informativo più solido e consolidato.

Il Gruppo continuerà nei prossimi anni a monitorare l'evoluzione del quadro normativo in materia di sostenibilità, valutando progressivamente eventuali adeguamenti dei processi interni e delle informazioni da presidiare lungo la propria catena del valore.

2. Il Gruppo Montefarmaco

2.1 Chi siamo

*Il Gruppo Montefarmaco è dedito alla **formulazione e commercializzazione di integratori alimentari, farmaci da banco, dispositivi medici e cosmetici**. Montefarmaco è un'azienda nata in farmacia, da sempre guidata da farmacisti e orientata alla collaborazione con farmacie e parafarmacie. Nei suoi **80 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*.

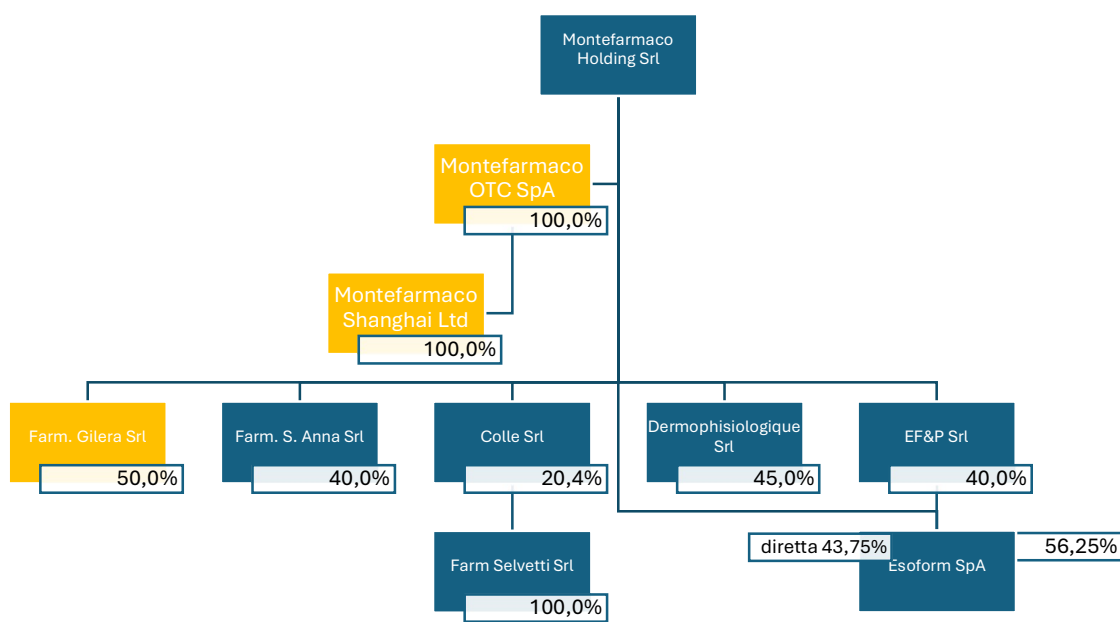
Gli anni seguenti furono un periodo di crescita e riorganizzazione: nel 1998 si decise di **esternalizzare l'attività produttiva e logistica** per poter concentrarsi sulla formulazione e la commercializzazione dei prodotti. Nel 2000 fu **inaugurata la sede di Bollate (MI)**, tutt'ora epicentro dell'attività 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 S.p.A. 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. Montefarmaco Holding S.r.l. in virtù di un apposito contratto di servizi, presta a favore di Montefarmaco OTC S.p.A. i servizi relativi all'amministrazione, gestione fiscale, finanziaria e tesoreria, bilancio, buste paghe, gestione rete agenti, servizio IT, controllo di gestione e coordinamento.

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. Gli investimenti in termini di capitale umano e la creazione di un gruppo interno dedicato ai mercati esteri insieme alla costante partecipazione a manifestazioni internazionali sono le recenti attività messe in atto dalla Montefarmaco per la ricerca di nuovi partner commerciali.

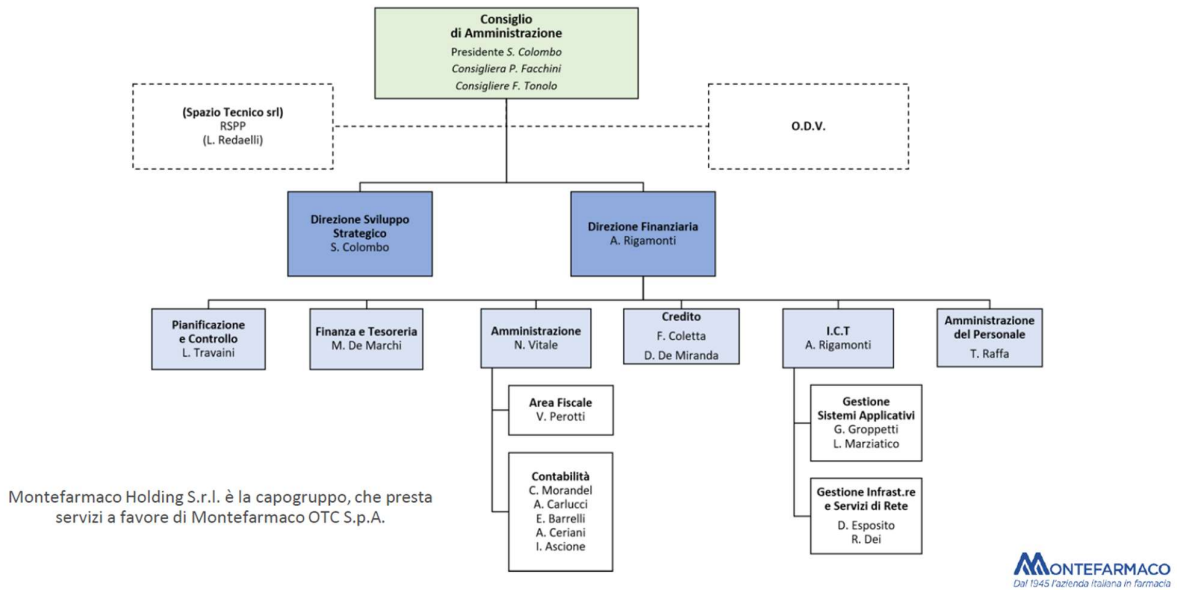
Nel 2023 Montefarmaco Holding S.r.l. è diventata socia controllante di *Esoform S.p.A.*, società specializzata nella ricerca, produzione, sviluppo e commercializzazione di lenti a contatto e soluzioni oftalmiche.

Gli investimenti societari della Capogruppo si concentrano in acquisizioni societarie strategiche per il core business commerciale di Montefarmaco OTC S.p.A. senza escludere disinvestimenti di partecipazione per realizzi finanziari. Alla redazione del presente documento, il Gruppo risulta composto dalle seguenti realtà societarie:

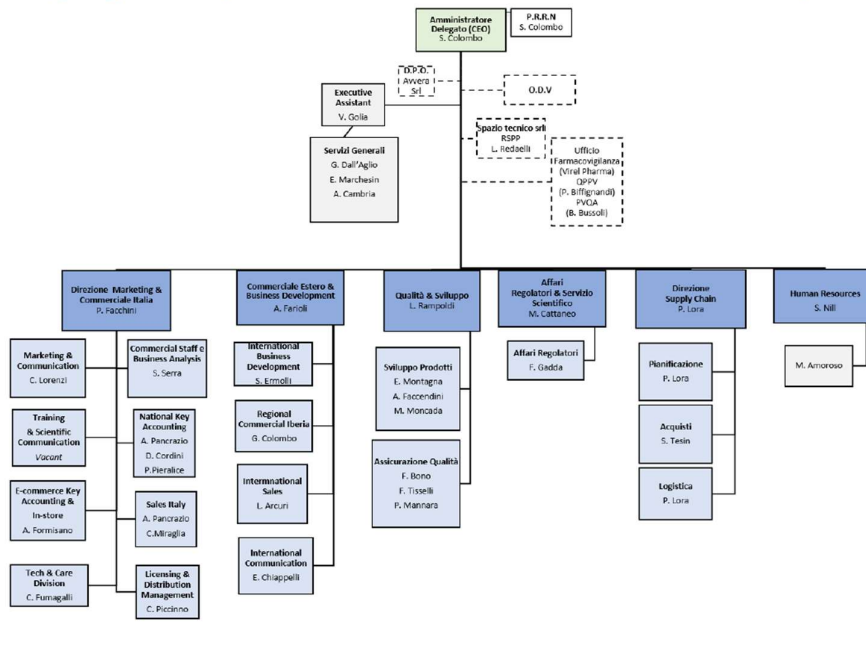


Le strutture organizzative di Montefarmaco Holding S.r.l. e Montefarmaco OTC S.p.A. risultano rispettivamente così composte:

Organigramma Montefarmaco Holding S.r.l.



Organigramma prima e seconda linea Montefarmaco OTC S.p.A.



[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.

2.2 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.

2.3 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.

A livello di distribuzione, il modello di business di Montefarmaco **privilegia l’interazione diretta con le farmacie** permettendo loro di applicare sconti o servizi aggiuntivi a beneficio dei consumatori. Questo approccio consente di mantenere prezzi competitivi per prodotti di alta qualità. Il gruppo collabora con la distribuzione intermedia per coprire l’intero territorio nazionale, garantendo la disponibilità dei suoi prodotti in ogni farmacia italiana.

Montefarmaco offre **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 1.000 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

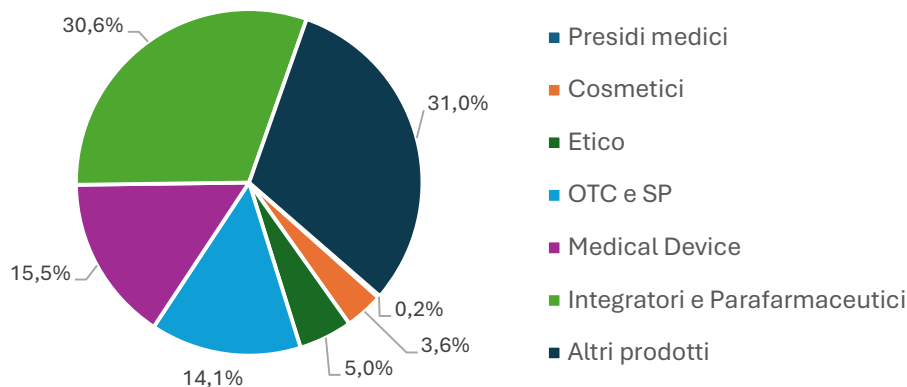
Tutto comincia dall’idea di un nuovo prodotto, una nuova formulazione o un nuovo processo che mette in moto la funzione ricerca e sviluppo; l’idea può provenire dall’interno della funzione stessa, oppure dalla funzione marketing, sempre attenta a monitorare i trend di mercato e a **individuare i fabbisogni 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 **87 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.

Montefarmaco si impegna a **promuovere il benessere delle persone** attraverso tutti i suoi prodotti. In particolare, alcuni di essi sono progettati per favorire l'**inclusione sociale**. Questi includono dispositivi che migliorano l'autonomia personale, come gli apparecchi acustici, e prodotti dedicati a specifici gruppi di consumatori, come le persone in terapia farmacologica e oncologica (linea Ontherapy).



Composizione ricavi 2025 per categoria di prodotti



2.4 La relazione con gli stakeholder

Le relazioni con gli stakeholder principali sono fondamentali per il successo di Montefarmaco. L'azienda si impegna in un dialogo continuo con clienti, fornitori e partner commerciali per identificare soluzioni innovative e pratiche manageriali che promuovano la qualità, il successo e la sostenibilità lungo tutta la filiera. Inoltre, coinvolge attivamente i propri dipendenti e collaboratori per canalizzare il potenziale innovativo del capitale umano, sociale e intellettuale verso il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Stakeholder	Scopo del coinvolgimento	Modalità di dialogo e coinvolgimento
Azionisti	Andamento del Gruppo; Condivisione della gestione strategica	Assemblee
Fornitori	Qualifica dei fornitori secondo parametri economici e di qualità	• Questionari di qualifica • Visite e audit presso le aziende produttrici per la verifica dei sistemi di qualità • Canale di whistleblowing e OdV
Concessionari e partner commerciali	Sviluppo portafoglio prodotti	• Partecipazione a fiere ed eventi di settore, convention
Farmacie, medici, intermediari	Sviluppo prodotti Diffusione dei prodotti Supporto tecnico e promozionale Comprensione della percezione dei clienti rispetto alla qualità del servizio e dei prodotti Avvio azioni di miglioramento per risolvere eventuali preoccupazioni inerenti alla qualità del prodotto e del servizio	• Iniziative di formazione e informazione scientifica • Raccolta di feedback in particolare attraverso le figure dei brand ed area manager e gli agenti commerciali • Partecipazione a fiere ed eventi di settore • Studi clinici • Position paper
Consumatori	Informazione e sensibilizzazione in ambito salute e benessere Comprensione della percezione rispetto alla qualità dei prodotti Avvio azioni di miglioramento per risolvere eventuali preoccupazioni inerenti alla qualità del prodotto Sviluppo prodotti	• Social Media • Sito web • Blog Mbenessere • Servizio di Customer Care e gestione dei reclami • Focus Group

Dipendenti e collaboratori	Cogliere spunti di miglioramento da parte delle persone Garantire l'applicazione e il rispetto delle regole definite dal Codice Etico e dal Modello 231 Diffusione e potenziamento di una cultura aziendale Sviluppo di corsi di formazione e sviluppo	• Analisi di materialità • Piattaforma Intranet "HOME" • Eventi dedicati • Mappatura delle competenze • Analisi dei bisogni in ambito welfare • Colloqui personali con responsabile risorse umane • Canale di whistleblowing e OdV
Organismi di diritto pubblico, autorità e associazioni di settore	Garanzia di conformità, aggiornamento normativo, Autorizzazione e licenze Sviluppo prodotti	• Partecipazione a tavoli di lavoro • Canale di whistleblowing • Partecipazione ai programmi di farmacovigilanza

Montefarmaco aderisce alle seguenti associazioni: AIFA, Confindustria, Assolombarda, Federchimica Assosalute, Cosmetica Italia, Unione Italiana Food.

2.5 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 2025, Montefarmaco Holding S.r.l. adotta un sistema di governance di tipo tradizionale, caratterizzato dalla presenza di un organo amministrativo, rappresentato dal **Consiglio di Amministrazione** (costituito da 3 membri, di cui uno non esecutivo e indipendente) e un **organo di controllo monocratico** (Sindaco Unico), nominati dall'assemblea dei soci. Alla **società di revisione** esterna EY S.p.A. è affidata la gestione dei conti (organo di controllo contabile). 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.

Montefarmaco OTC S.p.A. adotta un sistema di governance di tipo tradizionale. L'attuale CdA, insediatosi il 3 luglio 2023, è composto da Stefano Colombo (presidente) e Patrizia Facchini (consigliere) entrambi membri anche del CdA della Holding. In coerenza con l'adozione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, la Società ha inoltre istituito un **Organismo di Vigilanza (OdV)**, un organo interno indipendente deputato a vigilare sul funzionamento, l'efficacia e l'osservanza del Modello stesso, garantendo l'integrità e la correttezza nella conduzione delle attività aziendali.

Tra le principali responsabilità del Consiglio di Amministrazione (CdA) rientrano la definizione delle linee strategiche e degli obiettivi della società, comprese le politiche di sostenibilità. Il CdA, supportato dai Responsabili delle varie funzioni, è incaricato di definire e gestire gli impatti su società e ambiente e finanziari connessi a temi di sostenibilità rilevanti per Montefarmaco. Inoltre, il CdA partecipa alla revisione delle informazioni presenti nel bilancio di sostenibilità. Nei prossimi anni si intende strutturare meglio questo coinvolgimento, istituendo procedure formali e momenti dedicati al confronto e all'approvazione.

Allo stato attuale non è previsto un meccanismo di incentivazione dei membri del CdA e del management connesso al raggiungimento di obiettivi di sostenibilità.

C.d.A. Montefarmaco Holding S.r.l.

CARICA	NOME	Esecutivo / non esecutivo
PRESIDENTE	Colombo Stefano	Esecutivo
CONSIGLIERE	Facchini Patrizia	Esecutivo
CONSIGLIERE	Tonolo Filippo	Non esecutivo

Sindaco unico

CARICA/RUOLO	NOMINATIVO
SINDACO EFFETTIVO	Iacobone Giorgio Marco

Assemblea dei soci

CARICA	NOMINATIVO
PRESIDENTE	Colombo Stefano
SOCIO	STEEL S.r.l.
SOCIO	GLASCOL S.r.l.
SOCIO	Facchini Patrizia
SOCIO	Buzzi Giuseppina
SOCIO	Riva Marco
SOCIO	Riva Maria Paolo
SOCIO	VICTORIA HD S.r.l.
SOCIO	Colombo Anna Maria
SOCIO	Colombo Giuseppe

Nel 2017 Montefarmaco OTC S.p.A. 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. Tra le fattispecie considerate dal D.Lgs. 231/2001, rientra anche quella della corruzione, in quanto reato contro la Pubblica Amministrazione.

Nel tempo, il sistema è stato progressivamente aggiornato per recepire l'evoluzione del quadro normativo applicabile, incluso il recente adeguamento delle procedure di whistleblowing previsto dal D.lgs. 24/2023, attuativo della Direttiva UE 2019/1937.¹

¹ Il Modello 231 (il cui ultimo rilascio formale risaliva al 2022) e le relative procedure di *whistleblowing* sono attualmente in fase di revisione e aggiornamento nel corso del 2026, successivamente alla chiusura del presente esercizio di rendicontazione, al fine di recepire le più recenti direttive e l'evoluzione del contesto organizzativo aziendale.

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 le attività potenzialmente esposte alla commissione di reati societari e contro la Pubblica Amministrazione.

In particolare, tra le attività mappate come "a rischio" di quest'ultima categoria di reati, rientrano la gestione dei rapporti diretti ed indiretti con soggetti pubblici per **l'ottenimento di autorizzazioni e licenze**, la gestione dei **rapporti con organismi di vigilanza** relativi allo svolgimento di attività regolate dalla legge e gli altri adempimenti presso soggetti pubblici, quali comunicazioni, dichiarazioni, deposito atti e documenti, pratiche (es. gestione di trattamenti previdenziali del personale e/o gestione dei relativi accertamenti / ispezioni, predisposizione di dichiarazioni dei redditi o dei sostituti di imposta o di altre dichiarazioni funzionali alla liquidazione di tributi in genere).

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 maggio 2025, 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. Montefarmaco richiede a tutti i dipendenti, collaboratori ed alle relative controparti contrattuali il rispetto dei comportamenti, principi e valori espressi dal Codice.

Il Modello 231 e il Codice Etico sono disponibili online, sul sito internet aziendale. Per garantire l'effettiva conoscenza del Modello e del Codice Etico e sensibilizzare il personale sul rispetto della normativa e sull'osservanza dei principi e dei protocolli previsti, sono state previste specifiche attività formative, articolate in funzione della qualifica dei destinatari, del livello di rischio dell'area in cui operano. Inoltre, dal 2024, per tutti i fornitori e per i distributori esterni, è prevista la presa visione e l'accettazione del Codice Etico aziendale attraverso clausola specifica inserita nei contratti di Distribuzione e Fornitura.

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 (di cui uno con funzione di Presidente) 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.

Montefarmaco richiede al proprio personale e agli stakeholder esterni, quali clienti, agenti e partner commerciali, di collaborare con l'Organismo di Vigilanza responsabile dell'attuazione e del controllo, segnalando eventuali violazioni tramite i canali riservati (posta raccomandata e contatti telefonici riferibili ai componenti del comitato Gestore, oltre al canale di segnalazione esterno attivato presso ANAC). Nel trattare le segnalazioni, l'OdV garantisce protezione ai segnalanti contro qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione, assicurando la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti di Montefarmaco o delle persone erroneamente e/o maliziosamente accusate. L'Organismo di Vigilanza riferisce in merito all'efficacia e osservanza del Modello, all'emersione di eventuali aspetti critici, alla necessità di interventi modificativi. A tal fine, l'Organismo di Vigilanza predispone:

- con cadenza annuale, una relazione informativa, relativa all'attività svolta da presentare al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale della Società;

- immediatamente, al verificarsi di violazioni accertate del Modello, con presunta commissione di reati, una comunicazione da presentare al Consiglio di Amministrazione, informandone anche il Collegio Sindacale della Società.

Nel 2025, così come negli anni precedenti, non sono stati registrati episodi di corruzione, né sono stati segnalati casi significativi di non conformità a leggi e regolamenti, né sanzioni monetarie significative pagate da parte della Società. Nel novembre 2021 Montefarmaco ha ottenuto il **Rating di Legalità** da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. 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. Nell'aprile 2026 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha riconfermato e attribuito un nuovo Rating di Legalità con il punteggio di ★★+ con durata triennale a riconferma dell'impegno continuativo dell'azienda nel mantenere elevati standard di integrità e correttezza.

[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 due 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.

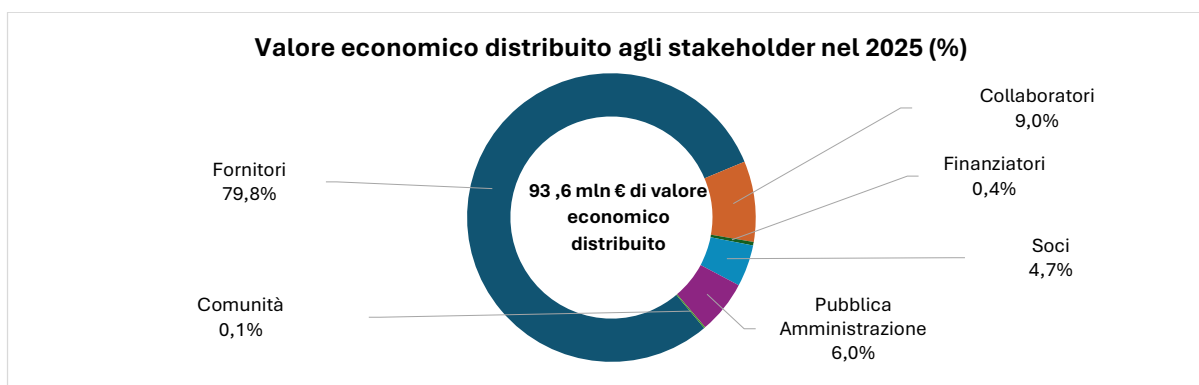
Il Rating è dunque un pubblico riconoscimento dell'impegno di un'impresa nel perseguimento di una condotta aziendale etica e trasparente, che le consente anche di ottenere importanti benefici sia in termini economico-finanziari, sia in termini di miglioramento del posizionamento competitivo.

2.6 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 2025 il Gruppo Montefarmaco ha generato un valore economico pari a oltre **96 milioni di euro**, un risultato positivo **in crescita del 12,6%** rispetto all'anno precedente.

Al netto di ammortamenti e accantonamenti trattenuti in azienda, sono stati distribuiti agli stakeholder **93,6 milioni di euro**. Di questi, il **79,8%** è stato distribuito ai **fornitori** per l'acquisto di beni e servizi, il **9%** ai **dipendenti** per la loro retribuzione, il **6%** alla **Pubblica Amministrazione** per il versamento delle imposte, il **4,7%** ai soci sotto forma di dividendi, lo **0,4%** 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").



Valore economico diretto generato e distribuito

Valore economico generato e distribuito, in migliaia di €	2025	2024	2023	var %
Valore economico direttamente generato	96.616	85.770	83.346	12,6%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	93.018	79.130	76.699	17,6%
Variazioni delle rimanenze e dei lavori in corso su ordinazione	1.761	2.277	4.782	-22,7%
Altri ricavi e proventi netti	2.030	904	935	124,6%
Proventi finanziari	612	4.084	133	-85,0%
Rettifiche di valore delle attività finanziaria	-806	-626	797	28,9%
Valore economico distribuito	93.627	78.649	78.002	19,0%
Costi operativi (per acquisto materie prime, sussidiarie, di consumo, merci, per servizi e godimento bene di terzi)	79.819	65.662	65.776	21,6%
Stipendi corrisposti a personale dipendente, comprensivi di oneri sociali, TFR e altri costi	8.441	7.748	7.059	8,9%
Interessi passivi su prestiti e altre forme di debito	377	458	409	-17,7%
Dividendi distribuiti	4.375	4.375	4.375	0,0%
Imposte e oneri tributari	484	383	336	26,4%
Liberalità e donazioni	131	21	47	523,8%
Valore economico trattenuto	2.989	7.121	5.344	-58,0%

3. Qualità e innovazione al servizio delle persone

3.1 Qualità e sicurezza del prodotto

Il portafoglio prodotti di Montefarmaco, che include integratori alimentari, farmaci da banco (OTC), dispositivi medici e cosmetici, è sviluppato con l'obiettivo prioritario di offrire **comprovati benefici clinici**. L'efficacia delle soluzioni aziendali si traduce direttamente in un concreto beneficio per il consumatore finale, contribuendo al miglioramento del benessere e della qualità della vita.

Consapevole che l'efficacia non può prescindere dalla massima sicurezza, Montefarmaco previene e mitiga i rischi potenziali legati a difetti di produzione, conservazione o distribuzione. Grazie a **stringenti procedure interne** e a controlli di qualità allineati ai più rigorosi standard internazionali e alle normative vigenti, l'azienda minimizza il rischio di non conformità o di potenziali impatti sulla sicurezza del consumatore finale.

L'impegno nel perseguire la qualità e la sicurezza è il motore della *vision* aziendale e si declina lungo **tutta la catena del valore**: dalla rigorosa selezione delle materie prime e dei fornitori, fino alla gestione della logistica e della distribuzione capillare.

A testimonianza di questo orientamento, sin dal 2016 Montefarmaco si è dotata di una **Politica per la Qualità** che guida il proprio modello di business. Il sistema di gestione aziendale è supportato da certificazioni che garantiscono l'allineamento dei processi interni ai più elevati standard qualitativi applicabili al settore:

- **ISO 9001:** Certificazione che attesta l'efficacia e il miglioramento continuo del sistema di gestione della qualità globale.
- **ISO 13485:** Standard specifico per i dispositivi medici, ottenuto da Montefarmaco già nel 2016. Questa scelta strategica ha permesso all'azienda di **anticipare i requisiti del Regolamento UE 2017/745**, che ha introdotto l'obbligo di sistemi certificati equivalenti solo a partire dal 2021.

Per quanto riguarda il segmento degli alimenti e degli integratori alimentari, la conformità normativa e le attività di vigilanza interna sono presidiate da una funzione aziendale dedicata, istituita in conformità ai requisiti di legge.

In linea con la strategia di costante aggiornamento dei presidi di sicurezza, nel corso del **2025** l'azienda ha finalizzato un importante **rifacimento e aggiornamento del manuale HACCP**. Parallelamente, il sistema di sicurezza alimentare è stato ulteriormente consolidato attraverso l'introduzione e il potenziamento di specifici protocolli finalizzati alla prevenzione dei rischi lungo la filiera:

- **Food Defense:** Implementazione di misure strutturate per la protezione dei prodotti da contaminazioni intenzionali o manomissioni.
- **Food Fraud:** Introduzione di sistemi di controllo per la prevenzione delle frodi alimentari lungo la *supply chain*, il cui processo di implementazione e monitoraggio sarà completato nel corso del 2026.

La supervisione sulla corretta ed efficace applicazione dei sistemi di gestione è affidata alla **Quality Unit**, al cui interno operano sinergicamente gli addetti all'**assicurazione qualità** e allo **sviluppo farmaceutico**. Il perimetro di attività di questa funzione si estende lungo l'intera catena del valore, comprendendo la selezione dei fornitori, l'approvvigionamento delle materie prime, il monitoraggio delle fasi produttive, la vigilanza dei prodotti immessi sul mercato e la gestione dei reclami.

In stretta conformità con i requisiti dello standard **ISO 13485**, Montefarmaco mantiene la totale governance e il monitoraggio anche sui processi esternalizzati che possono influenzare la conformità del prodotto. Questo

controllo stringente si formalizza attraverso la stipula di **Quality Agreement** (accordi di qualità) sottoscritti in forma scritta tra l'azienda e i partner della filiera.

Inoltre, 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.

[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.

La selezione dei fornitori (cfr. paragrafo successivo) avviene 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. In aggiunta alla qualifica iniziale ed in un'ottica di miglioramento continuo e ottimizzazione dei processi di governance, Montefarmaco sta evolvendo il proprio modello di monitoraggio periodico dei fornitori attraverso l'introduzione di una strutturata **analisi dei rischi**. Questo approccio consente di mappare il parco fornitori in modo predittivo, calibrando le modalità di controllo in base all'effettivo profilo di rischio e alla rilevanza strategica della fornitura.

All'interno di questo modello, il sistema di auditing si articola secondo differenti livelli di controllo:

- **Presidio dei settori regolamentati:** Per le categorie merceologiche soggette a stringenti vincoli di legge (come l'ambito dei medicinali), l'Azienda mantiene come prioritari i rigorosi protocolli di ispezione periodica in presenza che si sostanziano in almeno un'ispezione ogni 3 anni.
- **Digitalizzazione e monitoraggio da remoto:** per le altre categorie di fornitura, l'analisi del rischio consente di introdurre metodologie di verifica più flessibili, tra cui **remote audit** e **questionari di qualifica maggiormente strutturati**, capaci di fotografare in modo dinamico le performance del partner.

Nel corso del 2026 il nuovo modello di monitoraggio basato sul rischio entrerà pienamente a regime, consentendo una gestione della supply chain ancora più efficace, strutturata e orientata al miglioramento continuo.

Successivamente, durante le **fasi di realizzazione del prodotto**, Montefarmaco monitora costantemente la documentazione di produzione e di controllo trasmessa dai fornitori, verificando in particolare i **batch**

records, ossia l'insieme dei documenti rilasciati dall'officina produttiva al fine di attestare la conformità del processo relativo a ciascun lotto di produzione.

Le informazioni raccolte vengono analizzate non solo ai fini della verifica della conformità produttiva, ma anche per attività interne di monitoraggio statistico, riesame documentale e autovalutazione delle performance qualitative complessive dei prodotti commercializzati.

Per le analisi dei campioni, Montefarmaco si avvale della collaborazione di laboratori e società esterne. Parallelamente, negli ultimi anni l'azienda ha realizzato importanti investimenti finalizzati al rafforzamento delle competenze e delle dotazioni tecniche interne. A partire da gennaio 2023, la società si è dotata infatti di un **laboratorio interno** concepito come un'area per prove tecniche, in grado di sviluppare su piccola scala formulazioni liquide e semisolide, permettendo così l'internalizzazione dello sviluppo formulativo dei prodotti cosmetici. Accanto alle attrezzature impiegate per lo sviluppo formulativo, il laboratorio è anche dotato di alcune apparecchiature per la caratterizzazione chimico-fisica dei formulati.

Restano esternalizzate le analisi chimiche e microbiologiche per le quali sono necessarie specifiche certificazioni.

Le attività di presidio della qualità non si esauriscono nelle verifiche svolte internamente durante le fasi di sviluppo, produzione e controllo, ma proseguono anche successivamente all'immissione del prodotto sul mercato. **Una volta avviata la commercializzazione, Montefarmaco monitora infatti con continuità le segnalazioni provenienti dall'esterno**, considerandole uno strumento essenziale per intercettare eventuali criticità, garantire elevati standard di sicurezza e individuare ulteriori opportunità di miglioramento.

Per favorire un dialogo costante e trasparente, Montefarmaco mette a disposizione del mercato una **pluralità di canali di contatto** (tra cui il sito web aziendale, la posta elettronica dedicata e i canali social). Le **comunicazioni digitali vengono intercettate in prima battuta dalla funzione Marketing**, che svolge un ruolo di raccolta e successivo indirizzamento delle informazioni verso le funzioni aziendali competenti. A questo sistema **si affianca la rete commerciale**: gli agenti presenti sul territorio sono appositamente formati per raccogliere in modo strutturato segnalazioni e reclami provenienti direttamente da farmacisti e medici.

Qualora una segnalazione configuri un potenziale problema di qualità del prodotto, il flusso viene immediatamente dirottato al dipartimento di **assicurazione qualità**. Il protocollo interno prevede una prima fase di valutazione per classificare l'evento come "giustificato" o "non giustificato": nel primo caso, la Quality Unit avvia tempestivamente un'analisi approfondita per risalire alle cause della non conformità e implementare le necessarie azioni correttive o preventive. In linea con le stringenti normative vigenti, Montefarmaco adotta un sistema strutturato che garantisce la tracciabilità e la chiusura di ogni pratica, applicando rigidi Standard Level Agreement temporali in base alla gravità della segnalazione. Nel dettaglio, i reclami identificati come critici devono essere chiusi entro 3 giorni lavorativi, i reclami maggiori entro 10 giorni lavorativi, i minori entro 30 e quelli di servizio entro 20 giorni lavorativi.

Accanto alla gestione dei reclami di natura tecnica, Montefarmaco distingue le attività di Customer Care, dedicate alla raccolta di richieste informative e feedback provenienti direttamente dal mercato. L'obiettivo è analizzare in maniera continuativa l'esperienza d'uso complessiva del consumatore e valutare aspetti legati alla *usability* dei prodotti anche in assenza di difetti qualitativi intrinseci, monitorando ad esempio l'ergonomia del packaging o la facilità di utilizzo di prodotti complessi come i colliri, svolgendo al contempo attività di benchmarking rispetto alle soluzioni adottate dai concorrenti.

Attualmente presidiata in maniera diffusa e trasversale all'interno dell'organizzazione, l'Azienda ha pianificato per il **2026 un importante progetto di formale strutturazione e ottimizzazione dei flussi interni del Customer Care**. Questo percorso di evoluzione organizzativa consentirà di standardizzare i processi di accoglienza,

classificazione e risposta, valorizzando in misura crescente l'ascolto del consumatore come leva di miglioramento continuo.

Nel corso del 2025 si sono registrati **93 reclami** relativi a tutte le categorie merceologiche trattate (11 per i cosmetici, 15 per i dispositivi medici, 51 per gli integratori alimentari, 7 per i medicinali e 5 per gli altri prodotti). Di questi, i reclami identificati come maggiori giustificati sono stati 8. La maggior parte dei reclami hanno riguardato difetti del confezionamento secondario, quali mancanza di foglietto illustrativo, assenza di dati variabili, difetti che sono stati gestiti in modo tale da non dover ritirare il prodotto dal mercato. Per un integratore alimentare è registrato un caso di alterazione delle caratteristiche organolettiche che ha richiesto la riformulazione del prodotto. In ogni caso non vi sono stati pericoli per la salute del consumatore.

Il numero e la natura dei reclami ricevuti è riportato ogni anno nel riesame della direzione. Gli eventi avversi potenzialmente collegati ai prodotti a marchio Montefarmaco devono essere inoltrati ai responsabili di Farmacovigilanza del territorio o sul sito dell'AIFA (Agenzia Italiana del Farmaco).

La trasparenza, l'accuratezza scientifica e la conformità della comunicazione commerciale e delle etichette sono garantite da un flusso di lavoro sinergico con ripartizione delle responsabilità. La funzione **marketing** cura l'elaborazione dei messaggi informativi e promozionali; il dipartimento **affari regolatori** ne valuta l'appropriatezza e rilascia l'approvazione finale, basandosi rigorosamente sui dati scientifici, sulle formule e sugli standard di qualità dei prodotti; la **Quality Unit** interviene a valle di questo processo, nella fase di **rilascio del lotto**. In questo momento, l'assicurazione qualità esegue un controllo formale e visivo di conformità, verificando la perfetta corrispondenza tra l'etichetta approvata e il confezionamento effettivo del prodotto finito.

In linea con i valori di etica e responsabilità sociale d'impresa che guidano Montefarmaco, la comunicazione digitale è regolata da una specifica **Social Media Policy**. Il documento definisce le linee guida per un utilizzo corretto, trasparente e coerente con i principi del Codice Etico aziendale dei canali ufficiali (Facebook, LinkedIn, Instagram e YouTube), assicurando che le interazioni online riflettano sempre i massimi standard scientifici e reputazionali dell'azienda.

3.2 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 oggi in distribuzione. Il patrimonio di innovazione del Gruppo comprende attualmente **7 brevetti, 5 studi clinici già pubblicati e 2 studi clinici in corso di svolgimento nei primi sei mesi del 2025 e poi chiusi a metà 2025.**

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.

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 aspetto cruciale in questo senso è il lavoro sul **consolidamento delle relazioni con le farmacie**, che si concretizza attraverso incontri e analisi condotte in particolare dai brand manager e dagli area manager del Gruppo. Anche nel corso del 2025, in continuità con l'anno precedente, sono proseguite le attività per il **progetto "Brand Ambassador"**, figure incaricate di assistere le farmacie nella vendita dei prodotti e raccogliere feedback da parte degli utilizzatori (vedi paragrafo 5.6 Iniziative di educazione alla salute).

3.3 La gestione della catena di fornitura

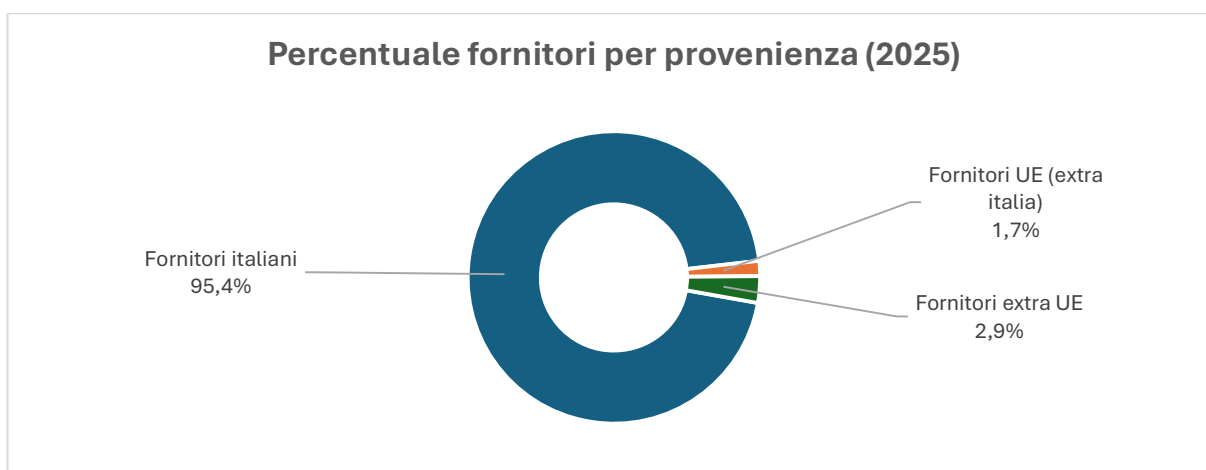
Nata come officina produttrice di farmaci, da ormai oltre 20 anni Montefarmaco ha esternalizzato le attività di produzione e logistica per poter focalizzarsi sullo sviluppo di un vasto e completo catalogo di prodotti caratterizzati da elevati standard di qualità e innovazione.

I fornitori, e in particolare i *contract manufacturer* terzi cui è affidata la fabbricazione e l'assemblaggio dei prodotti finiti, rappresentano una categoria di stakeholder particolarmente rilevante, con i quali Montefarmaco coltiva **relazioni stabili e durature** improntate a reciproca lealtà e trasparenza. Nel 2025, il parco fornitori della componente industriale relativa ai prodotti a marchio Montefarmaco contava 83 operatori; di questi, circa il 50% collaborava con l'azienda da almeno dieci anni e il 12% da oltre vent'anni. La solidità di tali collaborazioni assume particolare rilevanza anche alla luce dei requisiti previsti dalla norma ISO 13485, che richiede alle aziende che esternalizzano la produzione di monitorare sistematicamente la qualità dei processi presso i fornitori di dispositivi medici, come approfondito nel paragrafo 3.1 (cfr 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto).

Proprio in ragione della centralità di questi partner nel processo produttivo, **Montefarmaco interviene direttamente nelle scelte di approvvigionamento relative ad alcune materie prime considerate particolarmente critiche**, in particolare ingredienti e materiali di packaging determinanti per garantire gli standard qualitativi attesi del prodotto finito. Questo presidio assume particolare rilevanza nei casi in cui le caratteristiche qualitative di tali materiali possano variare significativamente in funzione del metodo di estrazione o conservazione, del grado di purezza o della provenienza. La Quality Unit provvede pertanto periodicamente ad analizzare campioni di materie prime che saranno successivamente impiegate nei processi produttivi affidati ai terzi.

Il monitoraggio dei partner produttivi si completa attraverso un sistema strutturato di verifiche che comprende analisi documentali, visite periodiche presso gli impianti e attività di audit volte a valutare non solo il rapporto qualità-prezzo, ma anche il livello di specializzazione produttiva e l'adozione di sistemi di gestione della qualità certificati, così da garantire il mantenimento degli elevati standard qualitativi richiesti dall'azienda.

La struttura della catena di fornitura di Montefarmaco riflette un forte radicamento nel territorio italiano. Nel 2025, su un totale di 887 fornitori attivi, il 95,4% ha sede in Italia, l'1,7% in altri Paesi dell'Unione Europea e il 2,9% al di fuori dell'UE (Cina, Regno Unito, Svizzera e San Marino).

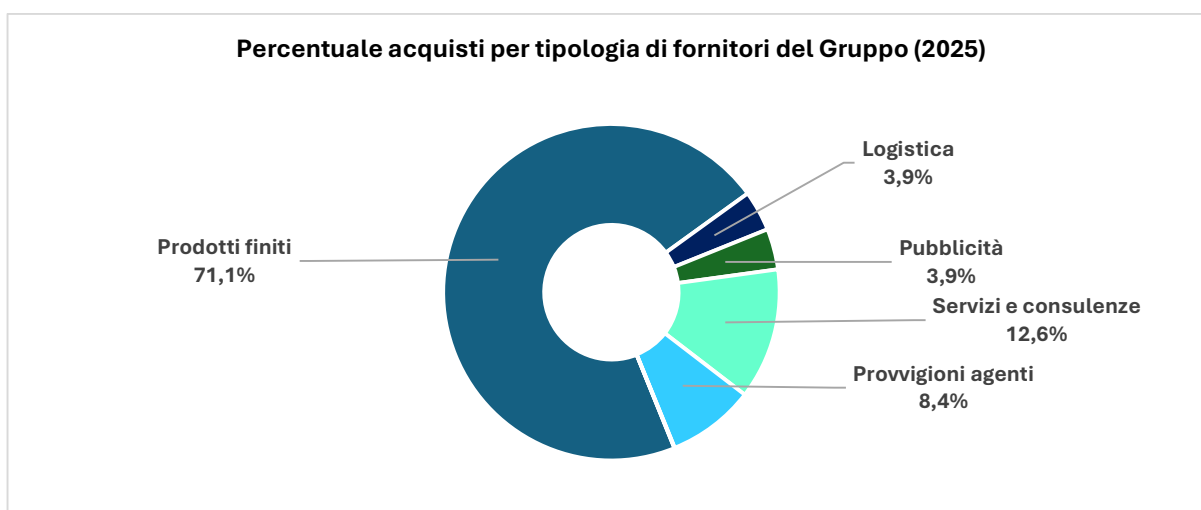


Analoghe percentuali si riscontrano anche in termini di spesa: nel 2025, il 97,2% degli acquisti è stato effettuato presso fornitori italiani, l'1,3% presso fornitori con sede operativa nell'Unione Europea e il 1,5% presso fornitori con sede operativa extra UE, evidenziando una preferenza per partner localizzati sul territorio nazionale. All'interno della quota extra-UE, Nel 2025 la spesa si è concentrata principalmente su fornitori localizzati in **Svizzera** (61,96%) **Cina** (35,94%), **San Marino** (1,38%), e, in misura minore (0,72%) altri Paesi, tra cui il Regno Unito.

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.

Per quanto riguarda la distribuzione della spesa per tipologia di fornitori, nel 2025 prevalgono nettamente i **fornitori di prodotti finiti**, che rappresentano il **71,1% della spesa totale per acquisti**. I soli prodotti finiti acquistati in Italia incidono per il **68,9%** sul totale, a conferma della forte centralità della filiera nazionale. 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.

Il restante 28,9% della spesa si distribuisce su una **platea ampia e diversificata** di fornitori. In particolare: il 12,6% è destinato a diverse tipologie di servizi e consulenze (servizi estero, servizi Italia e servizi amministrativi), l'8,4% alle provvigioni degli agenti, il 3,9% alla logistica e un altro 3,9% alla pubblicità.



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. All'interno di tale processo, un ruolo centrale è svolto dal KPI OTIF (On Time In Full), che misura la capacità del fornitore di rispettare quantità ordinate e tempi di consegna, integrando quindi sia la puntualità sia la completezza delle forniture.

Per quanto riguarda i pagamenti ai fornitori, soprattutto alle Piccole e Medie Imprese (Pmi), l'azienda attualmente non ha una politica specifica per prevenire ritardi. Tuttavia, nel suo Codice Etico, sottolinea che i contratti con i fornitori devono essere sempre caratterizzati da estrema chiarezza per evitare ogni possibile forma di abuso. Le modalità di pagamento sono stabilite dall'amministrazione e l'ufficio acquisti è dotato di un sistema per monitorare i tempi di pagamento.

I tempi medi di pagamento risultano attualmente pari a 80 giorni per i fornitori di merci, 60 giorni per i fornitori di servizi e 30 giorni per gli agenti.

4. La tutela e il rispetto per l'ambiente

4.1 Utilizzo delle risorse e riduzione dell'impatto degli imballaggi

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 dei fornitori e delle materie prime avviene sempre attraverso un processo di valutazione che comprende analisi dei campioni, verifiche documentali e, ove necessario, visite e audit presso i produttori.

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.

Per quanto riguarda gli imballaggi, e in particolare il packaging primario, salvo casi specifici come il progetto MCap System®, sono generalmente i produttori partner di Montefarmaco a definirne le caratteristiche tecniche. In un settore come quello farmaceutico e dei dispositivi medici, caratterizzato da requisiti normativi particolarmente stringenti, la priorità è garantire la qualità, la sicurezza e l'integrità del prodotto che entra in diretto contatto con il packaging. In questo contesto, Montefarmaco collabora attivamente con i propri fornitori affinché, nel rispetto di tali requisiti, vengano adottate soluzioni di confezionamento in grado di ridurre l'impatto ambientale, privilegiando ove possibile, materiali che massimizzino la riciclabilità degli imballaggi.

Nel caso di **MCap System®**, l'innovativo tappo brevettato da Montefarmaco che nel 2020 ha ottenuto il **premio Best Packaging Design**, questo impegno si è tradotto nella scelta di **tappi in polipropilene 100% riciclabile** e nella **sostituzione delle serigrafie tradizionali con etichette anch'esse in PP**, smaltibili insieme ai flaconi. L'azienda è inoltre intervenuta sull'ottimizzazione del peso complessivo del packaging, riducendo l'impiego di materia prima plastica: un'analisi interna, successivamente validata da un laboratorio esterno, ha evidenziato come **un flaconcino MCap System® Montefarmaco pesi meno di 7 grammi, rispetto ai circa 10 grammi dei sistemi concorrenti**, che rappresentano circa l'80% del mercato dei flaconi venduti in Italia nel 2025.

A partire dal 2025, **l'utilizzo di MCap System® è stato esteso, oltre che ai prodotti Lactoflorene Plus, anche alla linea Vitalmix**. Rispetto al sistema di confezionamento utilizzato in precedenza, l'adozione di MCap System® nei prodotti Lactoflorene Plus e Vitalmix ha consentito complessivamente un risparmio di 213.872 Kg di plastica.

Tutte le **etichette dei prodotti Montefarmaco** sono inoltre realizzate con **adesivo "wash off"**, una tecnologia che consente la separazione pulita dell'etichetta in PP dal flacone in PET attraverso processi standardizzati, favorendo così un più efficace processo di riciclo dei materiali.

[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.

Nel 2025, il **tasso complessivo di riciclabilità** degli imballaggi utilizzati da Montefarmaco è stato pari al **100%**. Il dato è stato calcolato considerando il **peso dei materiali di confezionamento riciclabili** (plastica, carta, alluminio) rispetto al **peso totale degli imballaggi** in uscita, comprendendo sia il packaging primario sia quello secondario. L'analisi riflette la **composizione attuale degli imballaggi** impiegati nella produzione di **integratori e dispositivi medici** e si basa su un campione rappresentativo pari a circa **il 70% del fatturato 2025**. I dati di peso sono stati stimati a partire dai volumi di vendita relativi a tale perimetro.

Per gli **obiettivi futuri**, Montefarmaco guarda con attenzione all'evoluzione normativa introdotta dal **nuovo Regolamento europeo sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio (PPWR - Packaging and Packaging Waste Regulation)**, che nei prossimi anni inciderà sulle scelte di progettazione, approvvigionamento e gestione degli imballaggi (si veda box di approfondimento).

Per l'azienda, gli impatti più rilevanti riguardano in particolare gli imballaggi in plastica utilizzati per la linea degli integratori alimentari, che dovranno progressivamente essere valutati alla luce dei nuovi requisiti europei in materia di riciclabilità, riduzione al minimo degli imballaggi e contenuto di plastica riciclata post-consumo. In vista delle scadenze previste dal Regolamento, Montefarmaco ha già avviato un confronto con i fornitori di flaconi e tappi per individuare soluzioni tecniche compatibili con i nuovi requisiti, mantenendo al contempo gli standard di qualità, sicurezza e protezione del prodotto.

Il percorso di adeguamento richiederà nei prossimi anni una progressiva analisi del parco imballaggi, la verifica della composizione dei materiali impiegati e il monitoraggio dell'evoluzione normativa e tecnologica. Per i prodotti appartenenti all'area pharma e medical device, l'azienda continuerà inoltre a valutare le implicazioni specifiche del Regolamento, tenendo conto delle esenzioni e dei requisiti particolari previsti per categorie di prodotto soggette a vincoli stringenti in materia di sicurezza, qualità e idoneità al contatto.

[BOX] Focus: il nuovo Regolamento europeo PPWR (UE) 2025/40

Il Regolamento (UE) 2025/40 sugli imballaggi e i rifiuti di imballaggio, noto come PPWR, è entrato in vigore l'11 febbraio 2025 e sarà applicabile a partire dal 12 agosto 2026. Il Regolamento sostituirà il precedente quadro normativo basato sulla Direttiva 94/62/CE, introducendo regole direttamente applicabili e armonizzate a livello europeo.

Il PPWR mira a ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi lungo il loro ciclo di vita, promuovendo la prevenzione dei rifiuti, la riduzione degli imballaggi non necessari, il miglioramento della riciclabilità e l'incremento dell'utilizzo di materiale riciclato, in particolare negli imballaggi in plastica.

Tra le principali novità previste dal Regolamento rientrano:

- **Prescrizioni sulle sostanze contenute negli imballaggi:** a partire dal 12 agosto 2026 sono previsti specifici limiti per alcune sostanze, tra cui le PFAS negli imballaggi destinati al contatto con alimenti.
- **Riciclabilità degli imballaggi:** dal 2030 gli imballaggi dovranno essere progettati secondo criteri di riciclabilità definiti a livello europeo e classificati in specifiche classi di prestazione; dal 2038 potranno essere immessi sul mercato solo imballaggi appartenenti alle classi più elevate.
- **Contenuto minimo di riciclato negli imballaggi in plastica:** dal 2030 saranno introdotte percentuali minime di plastica riciclata post-consumo, differenziate in funzione della tipologia di imballaggio e del materiale utilizzato.
- **Riduzione al minimo degli imballaggi:** dal 2030 gli imballaggi dovranno essere progettati in modo da limitarne peso e volume al minimo necessario per garantirne funzionalità, sicurezza e protezione del prodotto.
- **Etichettatura armonizzata:** il Regolamento prevede l'introduzione di requisiti comuni a livello europeo per facilitare la corretta identificazione e gestione degli imballaggi a fine vita.

Il PPWR rappresenta quindi un'evoluzione rilevante per le imprese, chiamate a integrare progressivamente i nuovi criteri normativi nelle scelte di progettazione, approvvigionamento e gestione della filiera degli imballaggi.

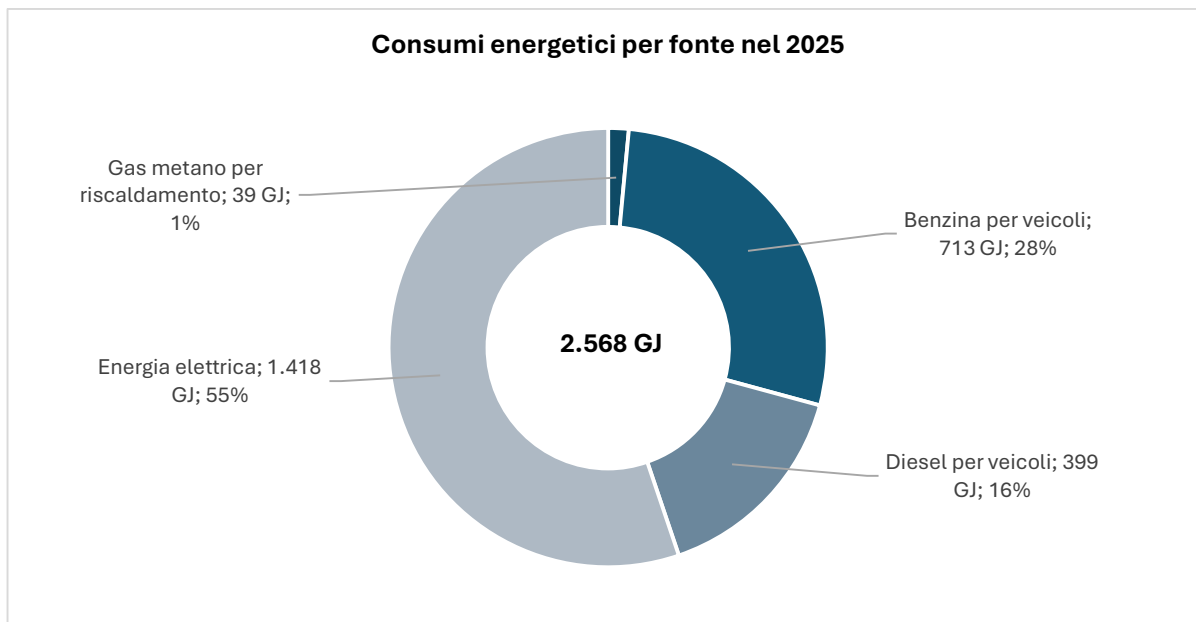
4.2 Consumi energetici

Per la natura essenzialmente di ricerca e sviluppo, nonché commerciale della sua attività, il Gruppo 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 dal Gruppo nel 2025 si riconduce all'energia elettrica: dei **2.568 GJ complessivamente consumati** durante l'anno, ben il **55%** deriva dal fabbisogno di energia elettrica, il **44%** dal consumo di **carburanti** per l'utilizzo della flotta aziendale (16% diesel e 16% benzina), l'**1%** dal **gas metano** utilizzato per il riscaldamento.



Rapportando i consumi energetici al fatturato annuale e calcolando quindi l'intensità energetica, si può constatare come nell'ultimo anno siano stati consumati 27,6 MWh per milione di euro.

Durante il biennio 2021-2022, sono stati completati importanti lavori di ristrutturazione presso la sede, mirati all'efficientamento energetico e al miglioramento della qualità dell'ambiente lavorativo. In particolare, sono stati coibentati i solai e rinnovati gli impianti di climatizzazione. Gli impianti di illuminazione sono stati aggiornati con lampadine LED a basso consumo e dotati di temporizzatori. Inoltre, è stata sostituita la caldaia alimentata a metano con un modello più efficiente.

CONSUMI ENERGETICI	u.m.	2024	2025	Var %
Gas metano per riscaldamento	GJ	33,3	38,5	16%
	MWh	9,3	10,7	16%
Benzina per veicoli	GJ	578,0	712,6	23%
	MWh	160,6	197,9	23%
Diesel per veicoli	GJ	790,4	398,7	-50%
	MWh	219,6	110,7	-50%
Elettricità consumata in totale	GJ	1.449,2	1.418,0	-2%
	MWh	402,6	393,9	-2%

Elettricità acquistata e consumata senza Garanza d'Origine	GJ	945,2 ²	936,1	-1%
	MWh	262,6	260,0	-1%
Elettricità autoprodotta da impianto fotovoltaico in totale	GJ	586,8	569,0	-3%
	MWh	163,0	158,1	-3%
di cui venduta	GJ	82,8	87,2	5%
	MWh	23,0	24,2	5%
di cui consumata	GJ	504,0	481,8	-4%
	MWh	140,0	133,8	-4%
TOTALE CONSUMI ENERGETICI	GJ	2.850,9	2.567,7	-10%
	MWh	791,9	713,3	-10%
di cui da fonti rinnovabili	GJ	504,0	481,8	-4%
	MWh	140,0	133,8	-4%
di cui da fonti non rinnovabili	GJ	2.346,9	2.085,9	-11%
	MWh	651,9	579,4	-11%
Intensità energetica	GJ / M€	36,0	27,6	-23%
	MWh / M€	10,0	7,7	-23%

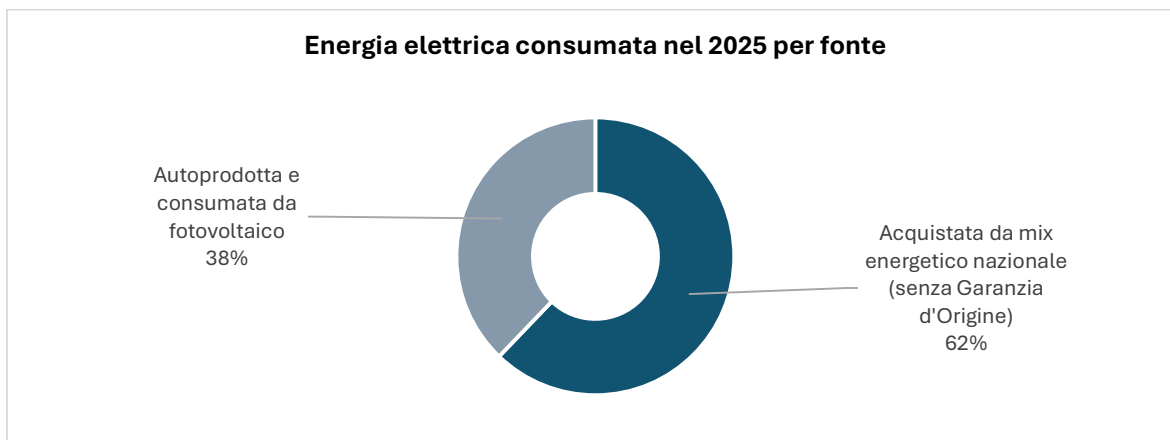
Fattori di conversione	u.m.	2024	2025	Fonte
Gas Naturale	MWh/m3	0,010089	0,010191	DEFRA, Conversion Factors 2025, "Fuel Properties"
Diesel	MWh/l	0,009891	0,009905	
Benzina	MWh/l	0,008969	0,008925	
Energia elettrica	GJ/kWh	0,0036	0,0036	DEFRA, Conversion Factors 2025, "Conversions"

4.3 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 nel 2022 e nel 2025 ha generato **158 MWh di elettricità** durante il corso dell'anno, di cui si è direttamente consumato l'85%, **evitando** l'immissione in atmosfera di circa **44 tonnellate di CO₂³**. Il rimanente è stato ceduto in rete. L'autoproduzione da fotovoltaico ha dunque permesso di coprire il **34% del fabbisogno di energia elettrica** del Gruppo Montefarmaco del 2025.

² Il dato 2024 relativo all'energia elettrica acquistata tramite Garanzie di Origine (GO) è stato riesposto rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità a seguito di una revisione metodologica. In particolare, è stata esclusa dal calcolo la quota di consumi riaddebitata a Monteresearch, pari al 61,9% del totale.

³ Emissioni calcolate secondo la metodologia "Location Based" impiegando il fattore di emissione *Production mix* 2025 dell'Italia pubblicato dall'AIB (*Association of Issuing Bodies*) sui MWh complessivamente prodotti dall'impianto durante l'anno



Anche la flotta aziendale rappresenta un ambito rilevante all'interno del percorso di decarbonizzazione intrapreso dall'azienda. Presso la sede sono state attivate **7 colonnine di ricarica** per veicoli elettrici, a supporto del progressivo rinnovamento del parco auto.

L'obiettivo per i prossimi anni è infatti quello di **convertire progressivamente la flotta** verso mezzi a **minor impatto**, privilegiando veicoli **ibridi ed elettrici**. Nel corso del 2025 questo percorso ha registrato un'importante accelerazione, con **l'introduzione di 14 nuove auto ibride rispetto all'anno precedente**. Al 31 dicembre 2025, il parco auto aziendale risultava composto da 53 veicoli, di cui 1 completamente elettrico, 5 ibridi plug-in, 17 ibridi tradizionali e i restanti alimentati a diesel o benzina. Complessivamente, **il 43% della flotta risulta oggi costituito da veicoli elettrici o ibridi**.

I primi effetti del progressivo rinnovo della flotta aziendale sono già visibili anche sul fronte emissivo. Nel 2025, le emissioni dirette **Scope 1** (cfr. box di approfondimento "Cosa sono le emissioni Scope 1, 2 e 3?"), generate principalmente dal consumo di carburante dei veicoli aziendali e, in misura residuale, dall'utilizzo di gas metano per il riscaldamento, **sono state pari a 76,8 tCO₂e, in diminuzione del 22% rispetto al 2024**. La **contrazione è attribuibile principalmente alla riduzione dei consumi di diesel**, favorita dal crescente utilizzo di auto ibride.

Per quanto riguarda invece le emissioni indirette Scope 2, nel 2025 i consumi di energia elettrica si sono mantenuti sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente (-2%). Nonostante ciò, le emissioni associate all'energia acquistata risultano in diminuzione sia secondo l'approccio Market Based (-36%) sia secondo l'approccio Location Based (-13%). Tale andamento riflette principalmente l'aggiornamento dei fattori di emissione relativi all'energia elettrica consumata in Italia (supplier mix e residual mix), che secondo i dati pubblicati da AIB evidenziano un progressivo miglioramento del mix energetico nazionale.

Nel complesso, la **somma delle emissioni Scope 1 e Scope 2 Market Based emesse nel 2025 è pari a 191,6 tonnellate di CO₂ equivalente**; mettendole in rapporto al fatturato annuale si registra un'intensità emissiva pari a 2,1 tonnellate di CO₂ per milione di euro.

EMISSIONI	u.m.	2024	2025	Var %
SCOPE 1	tCO₂e	98,3	76,8	-22%
da gas metano per riscaldamento	tCO ₂ e	1,9	2,2	16%
da benzina per veicoli	tCO ₂ e	37,3	45,9	23%
da diesel per veicoli	tCO ₂ e	59,1	28,7	-51%
SCOPE 2 LB	tCO₂e	113,3	72,7	-36%

da elettricità acquistata e consumata senza Garanzia d'Origine	tCO ₂ e	113,3	72,7	-36%
SCOPE 2 MB	tCO₂e	131,5	114,7	-13%
da elettricità acquistata e consumata senza Garanzia d'Origine	tCO ₂ e	131,5	114,7	-13%
TOTALE SCOPE 1 + SCOPE 2 LB	tCO₂e	211,5	149,5	-29%
TOTALE SCOPE 1 + SCOPE 2 MB	tCO₂e	229,8	191,6	-17%
Intensità delle emissioni (MB)	tCO₂e / M€	2,9	2,1	-29%

Fattori di emissione combustibili ed energia elettrica	u.m.	2024	2025	Fonte
Metano	tCO ₂ /m ³	0,002062	0,002088	DEFRA, Conversion factors 2025, "Fuels"
Diesel per autotrazione	tCO ₂ /l	0,002662	0,002571	DEFRA, Conversion factors 2025, "Fuels"
Benzina	tCO ₂ /l	0,002084	0,002069	DEFRA, Conversion factors 2025, "Fuels"
Energia Elettrica LB	tCO ₂ /MWh	0,431136	0,279500	AIB SUPPLIER MIX 2024
Energia Elettrica MB	tCO ₂ /MWh	0,500566	0,441200	AIB RESIDUAL MIX 2024

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.

[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 CO₂ 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 CO₂ ottenendo così le tonnellate di CO₂ equivalente (tCO₂e). 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.

5. L'attenzione per le persone

5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane

Montefarmaco interpreta la propria missione di promozione del benessere anche attraverso la gestione delle risorse umane, con particolare attenzione alle iniziative orientate alla salute delle persone che lavorano in azienda. Nel tempo, l'organizzazione ha costruito un modello di gestione del personale fondato su relazioni stabili e di lungo periodo, privilegiando rapporti diretti con l'azienda per rafforzare il senso di appartenenza e la motivazione dei dipendenti. La gestione delle persone si basa su principi di equità e trasparenza ed è orientata a prevenire qualsiasi forma di discriminazione, con l'obiettivo di favorire un contesto di lavoro inclusivo e positivo, in cui ciascuno possa esprimere quotidianamente al meglio il proprio potenziale nelle attività aziendali. All'interno del **Codice Etico** sono esplicitati i seguenti principi:

- **La tutela dell'integrità della persona:** Montefarmaco attribuisce grande importanza all'integrità fisica e morale dei propri collaboratori, a condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale e ad ambienti di lavoro sicuri e salubri; in particolare non sono tollerate richieste o minacce volte ad indurre le persone ad agire contro la legge, il codice etico, le convinzioni o le preferenze morali e personali individuali
- **La valorizzazione delle risorse umane:** la gestione di tutti i collaboratori di Montefarmaco è sempre ispirata ai principi di equità e trasparenza evitando qualsiasi forma di discriminazione nei loro confronti. Montefarmaco salvaguarda il valore delle risorse umane prevedendo, ove necessario, azioni di formazione e/o di riqualificazione professionale. Montefarmaco valorizza il tempo di lavoro dei collaboratori richiedendo prestazioni coerenti con l'esercizio delle loro mansioni e con i piani di organizzazione del lavoro.

In fase di selezione, la valutazione dei candidati avviene sulla base della coerenza tra il profilo professionale e le competenze richieste, in relazione alle esigenze aziendali, garantendo il rispetto delle pari opportunità per tutte le persone coinvolte. Le informazioni raccolte durante i colloqui sono limitate a quelle strettamente necessarie alla verifica dei requisiti professionali e psicoattitudinali, nel pieno rispetto della sfera privata del candidato. Montefarmaco non svolge infatti alcuna indagine su opinioni, preferenze, gusti personali o più in generale sulla vita privata delle persone. 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. Montefarmaco è sempre aperta nei confronti di scuole e istituti d'istruzione, anche ai fini di orientamento formativo e professionale.

Come illustrato nel Capitolo 1, il gruppo è dotato di un canale di whistleblowing attraverso cui dipendenti e stakeholders possono segnalare qualsiasi tipo di violazione del Modello 231 e del Codice etico. **Nel 2025 non è pervenuta alcuna denuncia e non è stato individuato alcun caso di incidente grave in materia di diritti umani connessi alla forza lavoro.**

5.2 Composizione dell'organico aziendale

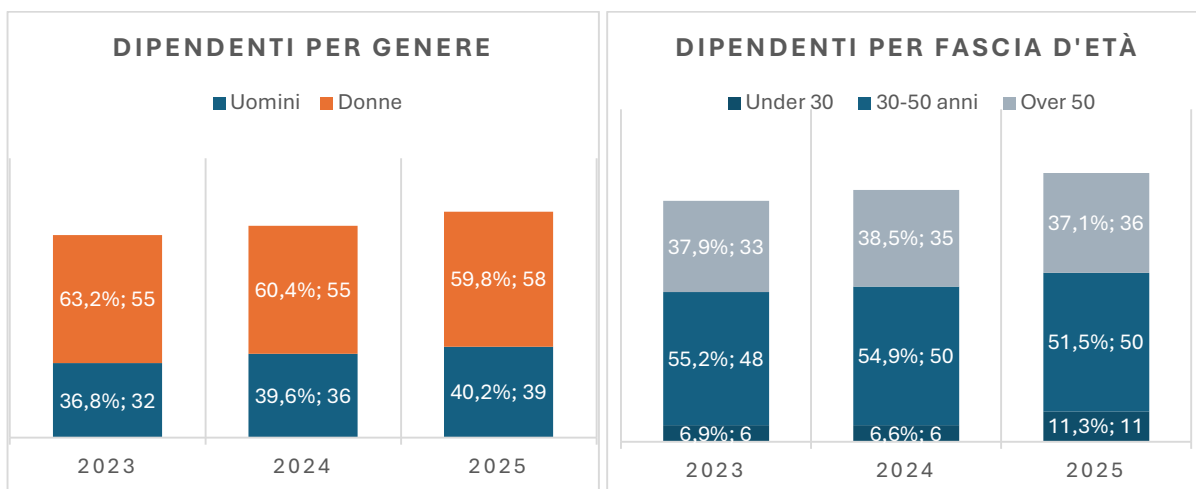
Nel corso del 2025, la Società ha assunto **17 nuovi dipendenti**, di cui il 58% donne. Nello stesso periodo, 11 collaboratori hanno lasciato l'azienda, incluso 1 neoassunto, con un **tasso di turnover in uscita pari all'11,34%**.

Nuovo personale assunto tempo determinato e indeterminato, per fascia d'età e genere al 31 dicembre	2023	2024	2025
Sotto i 30 anni	4	2	7
Donne	2	1	3
Uomini	2	1	4
Tra i 30 e i 50 anni	18	13	9
Donne	13	7	6
Uomini	5	6	3
Oltre i 50 anni	2	6	1
Donne	2	5	1
Uomini	0	1	0
Totale assunzioni	24	21	17
Totale donne	17	13	10
Totale uomini	7	8	7

Personale che ha cessato il rapporto di lavoro a tempo determinato e indeterminato, per fascia d'età e genere	2023	2024	2025
Sotto i 30 anni	0	1	1
Donne	0	1	1
Uomini	0	0	0
Tra i 30 e i 50 anni	5	8	8
Donne	4	6	4
Uomini	1	8	4
Oltre i 50 anni	6	6	2
Donne	5	5	2
Uomini	1	1	0
Totale dipendenti	11	15	11
Totale donne	9	12	7
Totale uomini	2	3	4

Tassi di turnover (espresso in %) per genere e fascia d'età	2023	2024	2025
Tasso di turnover in entrata	27,59%	23,08%	17,53%
Donne	30,91%	23,64%	17,24%
Uomini	21,88%	22,22%	17,95%
Sotto i 30 anni	66,67%	33,33%	63,64%
Donne	66,67%	33,33%	75,00%
Uomini	66,67%	33,33%	57,14%
Tra i 30 e i 50 anni	37,50%	26,00%	18,00%
Donne	38,24%	22,58%	18,18%
Uomini	35,71%	31,58%	17,65%
Oltre i 50 anni	6,06%	17,14%	2,78%
Donne	11,11%	23,81%	4,76%
Uomini	0,00%	7,14%	0,00%
Tasso di turnover in uscita	12,64%	16,48%	11,34%
Donne	16,36%	21,82%	12,07%
Uomini	6,25%	8,33%	10,26%
Sotto i 30 anni	0,00%	16,67%	9,09%
Donne	0,00%	33,33%	25,00%
Uomini	0,00%	0,00%	0,00%
Tra i 30 e i 50 anni	10,42%	16,00%	16,00%
Donne	11,76%	19,35%	12,12%
Uomini	7,14%	42,11%	23,53%
Oltre i 50 anni	18,18%	17,14%	5,56%
Donne	27,78%	23,81%	9,52%
Uomini	6,67%	7,14%	0,00%

Come effetto di tali flussi, al 31 dicembre 2025 Montefarmaco può contare su **97 dipendenti**, in crescita del 6,6% rispetto all'anno precedente, **in prevalenza donne (59,8%)**. Il 51,5% del personale ha un'età compresa **tra i 30 e i 50 anni**, mentre gli **over 50** rappresentano il 37% e gli **under 30** l'11,3%, in aumento rispetto al 6,6% del 2024 e al 6,9% del 2023. La totalità dei dipendenti risiede in Italia e opera presso la sede di Bollate. Sono inoltre presenti **3 lavoratori appartenenti alle categorie protette**, di cui 2 donne e 1 uomo.

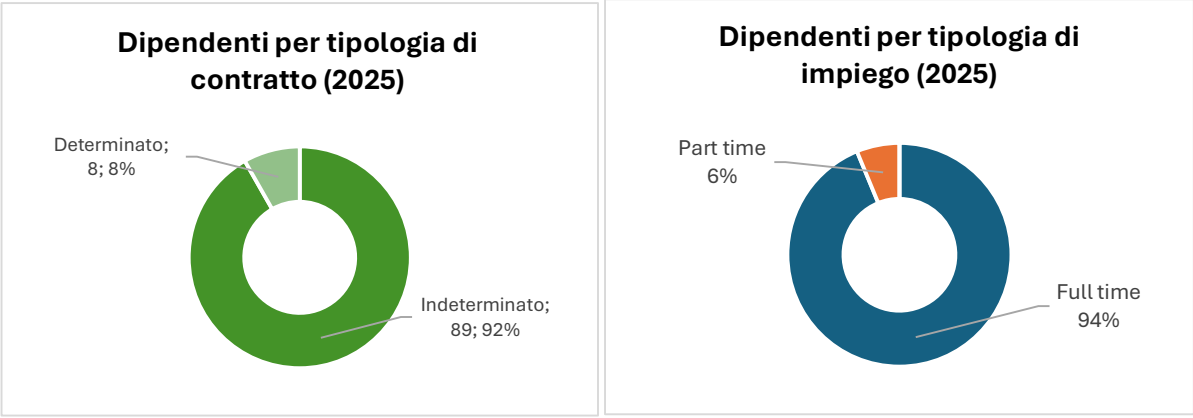


La Società predilige rapporti lavorativi stabili, con il 91,75% dei dipendenti assunti **a tempo indeterminato**. La stragrande maggioranza dei dipendenti (**94%**) è inoltre **impiegata a tempo pieno**, e tutti sono coperti da accordi di **contrattazione collettiva**.

La società offre comunque **opportunità di stage**, mirando a garantire un valore formativo autentico, che negli ultimi anni si è concretizzato soprattutto attraverso progetti di tesi per gli studenti dell'Università di Urbino “Carlo Bo” che si sono laureati in Chimica e Tecnologie Farmaceutiche. In questa prospettiva, Montefarmaco ritiene importante rafforzare la sinergia non solo con il mondo universitario, ma anche con quello scolastico, contribuendo a portare tra i giovani la cultura del proprio settore e a favorire percorsi di orientamento consapevoli. Nel 2025 i **tirocinanti** sono stati, **7** in ambito universitario e **1** scolastico.

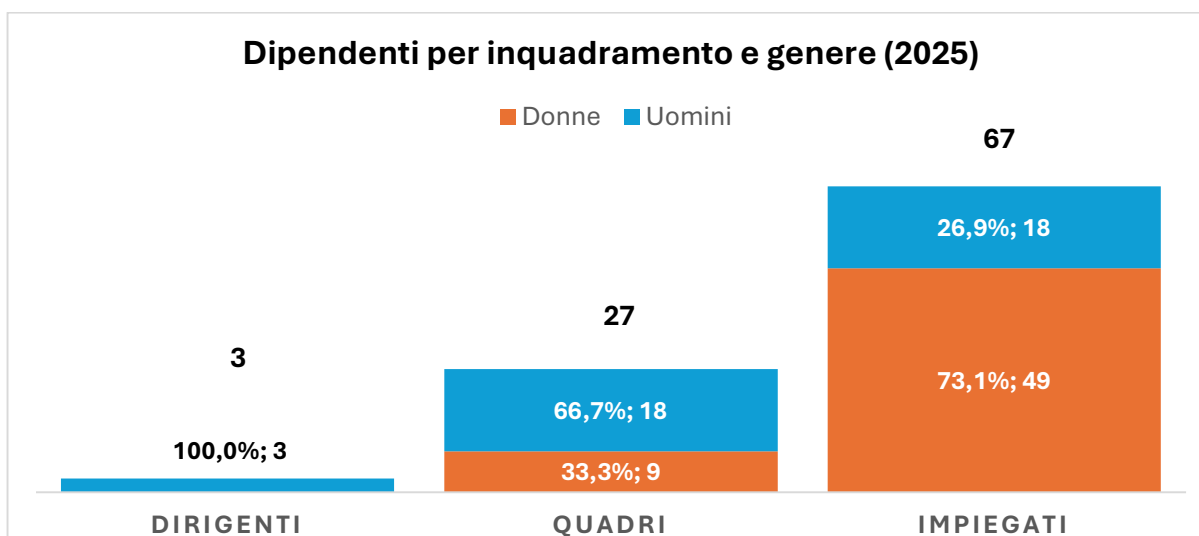
Nel corso del 2025 Montefarmaco ha avviato il progetto **Tech & Care**, dedicato alla commercializzazione di apparecchi acustici ed elettromedicali per le nuove linee **Acustika** e **MedLife**, attraverso figure dedicate con un ruolo consulenziale a 360°. Il progetto nasce dall'esigenza di garantire maggiore continuità commerciale, formazione al personale di farmacia, supporto al sell-out e assistenza di primo livello al cliente finale. Dopo una prima fase, avviata tra giugno e settembre 2025, basata su agenti con fisso, l'azienda ha progressivamente orientato il modello verso l'inserimento di risorse dipendenti dedicate, con **contratti a tempo determinato**, al fine di assicurare maggiore stabilità, presidio del territorio e qualità del servizio offerto. Tale evoluzione ha comportato un incremento dei costi fissi, ma ha consentito di costruire una squadra più strutturata e coerente con gli obiettivi di sviluppo della rete.

In tal senso, 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 2025 la rete conta **87 agenti**, di cui almeno uno presente in ciascuna regione, permettendo così alla Società di coltivare una capillare presenza commerciale da Nord a Sud.



Collaboratori complessivi per contratto di lavoro al 31 dicembre	2023	2024	2025	VAR %
Totale lavoratori	183	197	192	-2,54%
Totale altri collaboratori	96	106	95	-10,38%
<i>di cui somministrati</i>	1	0	0	-
<i>di cui agenti</i>	84	96	87	-9,38%
<i>di cui stage</i>	11	10	8	-20,00%

A livello di inquadramento, a maggioranza del personale è costituita da **impiegati** (67 su 97, pari al **69%**), con una prevalenza femminile pari a circa il 73%. Seguono i **quadri**, 27 dipendenti pari al **27,8%** della forza lavoro, e infine i **dirigenti**, pari a 3 unità (**3,1%**). La distribuzione di genere è rappresentata secondo le percentuali riportate nel grafico sottostante.



5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità

Per quanto riguarda il trattamento economico legato all'attività lavorativa, Montefarmaco **fa riferimento al vigente CCNL per gli addetti all'industria chimico-farmaceutica**. In particolari situazioni, l'azienda prevede un trattamento economico migliore rispetto alla retribuzione ordinaria, formalizzato all'interno della **procedura di amministrazione del personale**; tra queste, si segnalano la maggiorazione del 30% su tutte le ore di straordinario, una maggiorazione del 30% per le ore lavorate di sabato, ore di permesso per visita medica cumulabili senza limite, previa richiesta con documentazione di supporto.

Nel corso del 2025, inoltre, Montefarmaco ha avviato le valutazioni interne necessarie a rafforzare ulteriormente le misure di **welfare economico** a favore dei dipendenti, creando le condizioni per l'incremento del valore del **ticket restaurant** da 8 a 10 euro, poi formalmente introdotto a partire dal 2026.

Le **politiche retributive** di ciascun dipendente (miglioramenti, aumenti, passaggi di categoria) devono essere direttamente autorizzate per iscritto dall'Amministratore Delegato nel rispetto di un piano annuale fissato per ciascuna Direzione ed autorizzato nel corso della formulazione del budget annuale. La richiesta di modifica della retribuzione o altre forme di incentivo, vengono in una prima fase discusse tra il Responsabile di funzione e l'HR Manager ed in seguito quest'ultimo sottopone per iscritto le richieste alla Direzione Generale per l'approvazione finale.

Il **sistema premiante aziendale** prevede l'erogazione di un **bonus annuale**, per le assunzioni dal livello B1 alla qualifica di Dirigente, variabile di anno in anno in funzione degli obiettivi aziendali prefissati entro i primi due mesi dell'anno. Nel corso del 2025 Montefarmaco ha avviato una ristrutturazione del sistema premiante, con l'obiettivo di renderlo più chiaro, coerente e collegato alle priorità aziendali. In particolare, sono stati ridefiniti i macro-criteri di valutazione e, per le figure destinatarie del bonus annuale, è stata introdotta una fascia di accesso legata al raggiungimento dei risultati aziendali, quale condizione preliminare per l'attivazione del premio individuale. Per il resto dei dipendenti è previsto un premio di risultato legato alle performance aziendali e, ove previsto, premi una tantum.

I dati relativi al **divario retributivo di genere**, calcolato sull'intera popolazione aziendale come differenza tra la retribuzione oraria lorda media percepita dalle lavoratrici e quella percepita dai lavoratori, espressa in percentuale rispetto alla retribuzione media degli uomini, evidenziano una situazione di squilibrio a favore

della componente maschile. Tale risultato è riconducibile principalmente alla maggiore concentrazione di uomini nelle posizioni apicali, in particolare tra dirigenti e quadri. Analizzando il dato per livello di inquadramento, emergono dinamiche più differenziate. Tra i quadri il divario retributivo è contenuto e pari all'8% a favore degli uomini, in aumento rispetto all'esercizio precedente. Tra gli impiegati, invece, il gap risulta più significativo, attestandosi al 14% sempre a favore degli uomini, ma in riduzione rispetto al 17% registrato nel 2024. Analogamente a quanto riportato nell'esercizio precedente, non viene invece calcolato il divario per il livello dirigenziale, in quanto anche al 31/12/2025 non è presente alcuna dirigente donna in azienda.

Divario retributivo di genere per livello di inquadramento*	2024	2025	VAR %
Quadri	6%	8%	28,15%
Impiegati	17%	14%	-12,68%
Totale popolazione	37%	44%	18,76%

* (espresso in percentuale secondo la formula: $(\text{retribuzione oraria lorda media uomini} - \text{retribuzione oraria lorda media donne}) / \text{retribuzione oraria lorda media uomini} \times 100$)

Il rapporto tra la remunerazione totale annua della persona che percepisce il salario più elevato e la remunerazione totale annua mediana di tutti i dipendenti (esclusa la persona con il salario più elevato) è pari a **13,16**⁴ nel corso dell'anno.

Coerentemente con la propria visione, Montefarmaco è costantemente impegnata nello sviluppo di un ambiente di lavoro non solo sicuro, ma anche salubre, promuovendo diverse iniziative a sostegno della salute e della conciliazione tra vita privata e professionale.

La sede di Bollate è dotata di una **palestra aziendale** con la presenza di un personal trainer a disposizione di tutti i dipendenti. Nel corso del 2022 lo stabile è stato inoltre interessato da importanti interventi di ristrutturazione finalizzati al miglioramento della qualità e della vivibilità degli ambienti, attraverso una selezione attenta dei materiali e un rinnovamento complessivo degli arredi, che ha incluso soluzioni come illuminazione più confortevole, sedute ergonomiche e postazioni di lavoro di nuova generazione.

Dal 2018 l'azienda promuove annualmente un'iniziativa dedicata alla **prevenzione senologica**, offrendo ai dipendenti la possibilità di effettuare gratuitamente una visita specialistica direttamente in sede nel periodo autunnale. Nel 2025, hanno aderito all'iniziativa 37 donne.

A queste attività si aggiungono ulteriori **misure di welfare**, tra cui convenzioni aziendali a beneficio dei dipendenti e la possibilità di acquistare prodotti dell'azienda e delle società del gruppo a condizioni agevolate.

Sempre in tema di conciliazione tra vita privata e professionale, nel corso del 2025 l'azienda ha lavorato alla definizione di un **modello di flessibilità oraria più ampio**, poi introdotto nel 2026. Il nuovo sistema consente una maggiore autonomia nell'organizzazione della giornata lavorativa, mantenendo invariato il monte ore mensile e garantendo al contempo il rispetto delle fasce di presenza obbligatoria e delle esigenze organizzative aziendali. La misura prevede anche una "banca flessibilità", destinata a registrare il tempo lavorato in più o in meno nel corso del mese, favorendo una gestione più equilibrata dei tempi di lavoro.

Tutti i dipendenti hanno diritto a **congedi per motivi familiari**, in virtù della normativa vigente. In particolare, nel 2025 hanno usufruito di tali congedi **7 dipendenti** (pari al 7,2% della popolazione aziendale), di cui 5 donne e 2 uomini.

⁴ Il valore 2025 risente della presenza di una componente variabile una tantum, riconosciuta alla persona con la remunerazione più elevata. Tale elemento, per sua natura non ricorrente, incide in modo significativo sul rapporto dell'anno e deve pertanto essere considerato nella lettura del dato. Al netto di tale componente straordinaria, il rapporto risulterebbe inferiore; tuttavia, il valore rendicontato include la componente variabile, in coerenza con il criterio di remunerazione totale annua.

5.4 Formazione e sviluppo

Montefarmaco ha formalizzato una procedura dedicata alla formazione dei propri dipendenti, sottolineando l'importanza strategica di questo tema e delineando le linee guida per la sua attuazione.

In tale contesto, il **Responsabile delle Risorse Umane** collabora costantemente con i responsabili di funzione per selezionare e proporre corsi specialistici, seminari, convegni utili all'aggiornamento e alla crescita delle competenze del personale. Dopo aver raccolto le informazioni necessarie, procede inoltre all'analisi di tutte le esigenze di formazione emerse e, tenendo conto della loro priorità e dei costi relative, redige il **piano annuale di addestramento e formazione** che riassume tutti gli interventi formativi e le tempistiche previste per ciascuna attività. Questo piano viene approvato durante il processo di riesame della direzione.

Una volta effettuato l'addestramento è necessario valutarne l'efficacia, un compito che spetta al personale che ha partecipato alla formazione o a un responsabile dell'area di appartenenza. L'obiettivo è valutare il gradimento e l'efficacia degli interventi formativi, ma anche, laddove applicabile, utilizzare i feedback per definire obiettivi e action plan, con un monitoraggio continuo dei risultati.

Nel corso del 2025 Montefarmaco ha sviluppato la formazione lungo più direttrici, con l'obiettivo di sostenere sia l'aggiornamento tecnico-specialistico sia la crescita delle competenze trasversali, manageriali e digitali delle persone. Gli interventi hanno riguardato ambiti obbligatori e di conformità, percorsi di aggiornamento professionale e iniziative mirate allo sviluppo delle competenze future, in coerenza con le esigenze delle diverse funzioni aziendali e con l'evoluzione del contesto organizzativo.

- **Compliance, salute e sicurezza:** salute e sicurezza sul lavoro, primo soccorso, farmacovigilanza e aggiornamenti procedurali.
- **Competenze tecnico-specialistiche:** qualità, regolatorio, logistica, gestione delle spedizioni, procedure interne e aggiornamento professionale delle funzioni aziendali.
- **Competenze commerciali e di mercato:** formazione delle reti agenti, addestramento sui listini commerciali, sviluppo delle competenze di vendita, marketing, e-commerce, marketplace e social commerce.
- **Competenze trasversali e manageriali:** soft skills, gestione dei team, negoziazione, value proposition, credit management e competenze per il presidio dei processi aziendali.
- **Competenze linguistiche e digitali:** lingua inglese, Excel, strumenti informatici e utilizzo consapevole dell'intelligenza artificiale generativa e di Microsoft Copilot, con attenzione a privacy, compliance, AI Act, prompt engineering e uso responsabile degli strumenti digitali.

Accanto alla formazione più strettamente tecnica e funzionale, nel 2025 l'azienda ha dedicato attenzione a iniziative di **coaching, tutoring e sviluppo organizzativo**, rivolte in particolare a risorse chiave e a ruoli in evoluzione. Tali percorsi sono stati pensati per accompagnare la maturazione dello stile di leadership, il consolidamento del metodo di lavoro, la capacità di assumere responsabilità crescenti e la progressiva definizione di ruoli, competenze attese e obiettivi di sviluppo individuale e organizzativo.

Nel corso del 2025 Montefarmaco ha inoltre avviato un percorso di formalizzazione dei ruoli aziendali attraverso la **definizione di modelli di job description strutturati**. Il modello adottato non si limita alla descrizione delle principali responsabilità, ma integra anche competenze richieste, comportamenti attesi e KPI essenziali, con l'obiettivo di rendere più chiaro il contributo atteso da ciascun ruolo e creare una base comune per eventuali futuri processi di valutazione e sviluppo delle competenze.

Tale approccio è diventato progressivamente anche parte integrante dei processi di selezione, assunzione e onboarding, in quanto consente di utilizzare la job description come riferimento condiviso per valutare la

coerenza tra profilo ricercato, competenze possedute e aspettative del ruolo. In questo modo, la job description rappresenta non solo uno strumento organizzativo, ma anche una leva di orientamento, integrazione e sviluppo delle persone all'interno dell'azienda.

Nel corso del 2025 è stato infine strutturato un **nuovo processo di onboarding**, applicabile progressivamente a tutti i neoassunti, con l'obiettivo di rendere l'ingresso in azienda più organizzato, coerente e accompagnato. Il modello prevede la predisposizione di un piano individuale, costruito in funzione del ruolo e della collocazione organizzativa della persona, che comprende momenti di welcome istituzionale con HR, adempimenti relativi all'assunzione, consegna e configurazione degli strumenti aziendali, presentazione delle policy interne e incontri programmati con le principali funzioni aziendali. All'interno del percorso trovano spazio anche la condivisione della job description, l'inquadramento del ruolo, le aspettative qualitative e i primi momenti di allineamento con il responsabile e con HR, così da favorire una piena comprensione del contesto aziendale, dei processi e delle responsabilità attese.

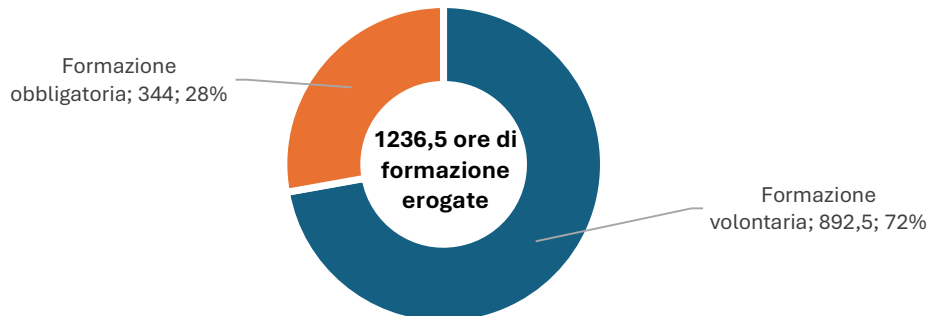
Nel 2025 le ore medie di formazione per dipendente risultano pari a **11,56**, in lieve diminuzione rispetto alle **11,79 ore** del 2024.

Nel complesso, le ore totali di formazione offerte e completate dai dipendenti nel corso dell'anno risultano pari a **1.236,5 ore**, sostanzialmente in linea con le **1.250 ore** del 2024. In particolare, nel 2025 sono state erogate **512 ore** alla popolazione maschile e **724,5 ore** alla popolazione femminile.

Ore di formazione medie per categoria di dipendente e per genere	2023	2024	2025
Totale Dirigenti	21,6	17,50	9,83
Donne	29,03	-	-
Uomini	19,2	17,50	9,83
Totale Quadri	9,0	13,09	11,88
Donne	13,8	17,30	14,65
Uomini	5,9	9,50	10,50
Totale Impiegati	8,3	13,84	11,49
Donne	7,1	9,63	10,70
Uomini	12,1	17,35	13,63
Totale	9,1	11,79	11,56
Totale Donne	8,6	10,78	11,32
Totale Uomini	10,0	13,54	11,91

Il **72,18%** delle ore ha riguardato attività di **formazione volontaria**, a conferma dell'impegno dell'azienda nel promuovere una cultura della crescita continua, oltre i requisiti obbligatori. Particolare attenzione è stata dedicata, oltre alle consuete aree legate al mercato e alle **competenze tecnico-specialistiche**, anche all'**intelligenza artificiale**, con l'obiettivo di accompagnare le persone nell'utilizzo consapevole e responsabile dei nuovi strumenti digitali. A seguito del percorso formativo, l'azienda ha inoltre definito **una policy dedicata all'utilizzo degli strumenti di intelligenza artificiale**, volta a promuoverne un impiego coerente, sicuro e conforme ai principi di riservatezza, responsabilità e compliance aziendale.

Ore di formazione erogate nel 2025



La **formazione obbligatoria**, pari al **27,82% del totale**, si è concentrata principalmente su **salute e sicurezza** e **farmacovigilanza**, a tutela del benessere delle persone e della conformità ai requisiti normativi di settore.

Ambito di formazione	Tipologia di formazione	Ore formazione totali	Percentuale sul totale
Commerciale-di mercato	Volontaria	435,5	35,22%
Linguistiche e digitali	Volontaria	96	7,76%
Qualità	Volontaria	67	5,42%
Tecnico-specialistica	Volontaria	125	10,11%
Trasversale-manageriale	Volontaria	169	13,67%
Salute e sicurezza	Obbligatoria	240	19,41%
Farmacovigilanza	Obbligatoria	104	8,41%
Totale	Volontaria	892,5	72,18%
Totale	Obbligatoria	344	27,82%
Totale	Volontaria + Obbligatoria	1.236,5	100%

Montefarmaco riserva particolare attenzione anche alla **formazione continua dei propri agenti**, riconoscendone il ruolo strategico nella promozione di un'informazione corretta e responsabile. Nel 2025 infatti sono stati erogati, in aggiunta ai dati riportati in tabella che riguardano i dipendenti, ulteriori **110 ore di formazione sulla farmacovigilanza rivolte agli agenti**.

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 corso del 2025 ha così ricevuto una valutazione periodica delle performance individuali circa il **35% dei dipendenti** del Gruppo (il 100% dei dirigenti, il 96% dei quadri e il 13% degli impiegati).

Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera, per inquadramento e genere nel corso dell'anno	2023	2024	2025
Dirigenti	100%	100%	100%
Donne	-	-	-
Uomini	100%	100%	100%
Quadri	87%	85%	96%
Donne	89%	90%	100%
Uomini	86%	82%	94%
Impiegati	20%	21%	13%
Donne	13%	16%	12%
Uomini	40%	38%	17%
TOTALE	40%	37%	35%
Donne	25%	24%	23%
Uomini	66%	59%	53%

5.5 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 (DVR)**, 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, il processo di identificazione e valutazione dei rischi si concentra principalmente sull'utilizzo di videoterminali e sulle trasferte aziendali. Gli organigrammi della sicurezza sono esposti in bacheca, mentre nei luoghi di lavoro sono affisse le principali norme comportamentali da adottare in caso di emergenza. Sono inoltre disponibili procedure specifiche di sicurezza per le attività svolte in modalità smart working o durante le trasferte aziendali.

Montefarmaco ha adottato un **sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro** che, pur non essendo certificato, è esteso a tutto il personale dipendente e negli ultimi anni è stato progressivamente rafforzato attraverso l'introduzione di procedure sempre più strutturate, tra cui l'organizzazione di una squadra di emergenza articolata in addetti antincendio e primo soccorso.

In ambito di **medicina del lavoro**, l'azienda si avvale di un medico competente che effettua visite periodiche ai lavoratori secondo scadenze monitorate dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP).

Per favorire la partecipazione attiva e la consultazione dei lavoratori sui temi della salute e sicurezza, è presente un **Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)**, disponibile per ogni dipendente in caso di richieste di informazioni o segnalazioni. Gli organigrammi della sicurezza sono esposti in bacheca e nei luoghi di lavoro sono affisse le principali norme comportamentali da seguire in caso di emergenza. Sono inoltre disponibili procedure specifiche per la gestione della sicurezza nelle attività svolte in smart working o in trasferta. Eventuali criticità o preoccupazioni legate alla sicurezza degli ambienti o degli strumenti di lavoro possono essere segnalate direttamente al RSPP o al RLS.

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.

Nel 2025 si è verificato 1 infortunio tra il personale dipendente, il quale ha comportato complessivamente 92 giornate di assenza, includendo anche giorni non lavorativi come i festivi.

Nei questionari di qualifica dei fornitori sono incluse alcune domande relative alle condizioni di salute e sicurezza dei lavoratori.

5.6 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.



MONTEFARMACO

**VIAGGIO NEL BENESSERE
DEI 3 CERVELLI**
intestino - pelle - mente

MARCO CONTI
Responsabile Scientifico Montefarmaco

GIOVEDÌ 18 SETTEMBRE
ore 20.00

TORRE DEL PARCO
Viale Torre del Parco, 1 - Lecce
SEGUIRÀ CENA A BUFFET

Lactoflorene® Vitalmix
MYCOLLAGENLAB®

A fine serata ai signori Farmacisti verrà consegnata una FAD con crediti ECM.
Confermare la propria presenza via email a comunicazione@montefarmaco.it indicando nome del farmacista e della farmacia.

Nel corso del 2025 sono proseguite con successo le attività di formazione scientifica rivolte al mondo della farmacia e i farmacisti, con l'obiettivo di diffondere conoscenze utili per il benessere della persona e rafforzare il ruolo consulenziale del farmacista. Particolare attenzione è stata dedicata al format "Viaggio nel benessere dei 3 cervelli - intestino, pelle e mente", che ha coinvolto 800 partecipanti in 8 diverse città italiane (Mantova, Verona, Livorno, Taormina, Lecce, Pescara, Caserta, Cagliari).

Il format prevedeva incontri serali composti da una sessione formativa sul tema della salute dell'intestino, con l'aggiunta di una formazione a distanza (FAD) che ha consentito ai partecipanti di ottenere 6 crediti ECM. Il corso era incentrato sul riconoscimento di intestino,

pelle e cervello come tre "centri intelligenti", poiché numerose evidenze scientifiche dimostrano come alterazioni del microbiota intestinale, disfunzioni cutanee e stati di stress neuroendocrino possano generare un circolo vizioso che peggiora la qualità di vita del soggetto. Per questo motivo, durante il corso di formazione, sono stati analizzati: la fisiologia e la patofisiologia di intestino, pelle e SNC; le basi cliniche e i riferimenti bibliografici; i prodotti dedicati (Lactoflorene®, MyCollagenLab®, VitalMix®) e il ruolo del farmacista nel consiglio integrato.





Sempre nel 2025 sono stati realizzati 10 webinar dedicati ai farmacisti, con il coinvolgimento di circa 420 partecipanti, a ulteriore supporto della formazione continua. A complemento delle attività formative, è stata rafforzata la presenza sul territorio attraverso le reti di Brand Ambassador, con l'obiettivo di fornire supporto consulenziale sia al personale di farmacia sia al consumatore finale sui prodotti delle diverse linee Montefarmaco.

Nel complesso, l'azienda ha attivato 12 Brand Ambassador a livello nazionale, che hanno contribuito allo sviluppo di iniziative esperienziali e di sensibilizzazione.

Tra queste, particolare rilievo hanno assunto le "Giornate della pelle", con circa 1.250 eventi realizzati nel 2025 e oltre 23.500 analisi cutanee effettuate, finalizzate a supportare la consulenza personalizzata in farmacia e a migliorare la conoscenza dei bisogni del consumatore.



Nel corso dell'anno è stata inoltre avviata la Rete Platino, dedicata al tema dell'udito e alla linea Acustika. Le "Giornate dell'Udito" hanno permesso ai consulenti di offrire ai consumatori la possibilità di testare i dispositivi e valutarne i benefici immediati, contribuendo ad aumentare la consapevolezza sul tema dell'ipoacusia e sul ruolo della prevenzione.

Nel complesso, le attività hanno integrato formazione, consulenza e sensibilizzazione sul territorio, rafforzando la centralità della farmacia come presidio di salute e benessere e contribuendo anche al miglioramento dell'esperienza del consumatore e alla valorizzazione delle opportunità di cross selling.

FORMAZIONE E CONGRESSI



CONGRESSI



15 – 16 MARZO
ANSISA



16 – 18 MAGGIO
SIME



11 – 13 SETTEMBRE
SINUT



9 – 11 OTTOBRE
AGORA'



17 – 18 OTTOBRE
SPAZIO NUTRIZIONE



14 – 15 NOVEMBRE
LA BELLEZZA CONTINUA

2026

CORAGGIO

MONTEFARMACO
Dal 1945 l'azienda italiana in Farmacia

5.7 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. In questo ambito, la Società promuove rapporti di collaborazione con associazioni ed enti del Terzo Settore, supportandone i progetti attraverso sponsorizzazioni e donazioni monetarie e in natura. Nel 2025 sono stati erogati complessivamente circa 130.513,99 euro a sostegno di 14 iniziative.

Le attività di supporto vengono condivise periodicamente con i dipendenti nel corso delle riunioni plenarie, favorendo la diffusione e la conoscenza dei progetti sostenuti. Attualmente Montefarmaco non ha formalizzato una politica specifica per la gestione delle iniziative a favore della comunità, avendo tuttavia previsto una voce di budget dedicata all'interno della Direzione Generale.

Tra le principali iniziative sostenute si evidenzia la collaborazione, attiva dal 2006, con Aura Children's House, impegnata nella realizzazione di case di accoglienza e centri educativi, scolastici e professionali in Kenya, Zambia e Sudan. A livello di comunità locale, dal 2019 la Società supporta Alatha Onlus, cooperativa sociale milanese che offre servizi di trasporto inclusivo per anziani e persone con disabilità e promuove l'accesso all'istruzione per minori in condizioni di fragilità.

Nel corso del 2025 sono inoltre stati sostenuti il progetto di fisioterapia di Fondazione TOG, che offre cure riabilitative a bambini e ragazzi con patologie neurologiche complesse e il progetto Reama, promosso dalla Fondazione Pangea, volto al supporto di donne in situazione di violenza. Ulteriori donazioni hanno riguardato la fornitura di prodotti cosmetici Montefarmaco destinati a percorsi di cura della pelle nel post-intervento oncologico presso strutture ospedaliere, oltre a contributi a favore della Fondazione Banco Farmaceutico, impegnata nel contrasto alla povertà sanitaria.

Infine, nel 2025 Montefarmaco ha celebrato gli 80 anni dalla sua fondazione attraverso un evento che ha coinvolto tutti i dipendenti e gli agenti dell'azienda. La celebrazione si è svolta a Milano, presso Palazzo Barozzi – Fondazione Istituto dei Ciechi di Milano, realtà consolidata sul territorio impegnata in attività di inclusione e supporto alle persone con disabilità visive.



La scelta della location ha permesso di contribuire direttamente al sostegno delle attività della Fondazione, i cui proventi vengono destinati a servizi di rilevanza sociale quali il centro diurno per persone con disabilità, la casa-famiglia e la residenza sanitaria assistenziale (RSA). La Fondazione è inoltre impegnata nella realizzazione di materiali didattici in linguaggio Braille e in macro-caratteri, adattati alle esigenze degli studenti con disabilità visive, favorendo l'accesso all'istruzione e l'inclusione scolastica.

Questa sezione presenta l'indice dei contenuti GRI e quello degli ESRS.

Il riferimento agli **ESRS** è volontario: il bilancio si ispira a tali standard, come indicato nel paragrafo "Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità".

GRI Content Index

Dichiarazione d'uso	Il Gruppo Montefarmaco ha presentato una rendicontazione con riferimento agli Standard Global Reporting Initiative per il periodo 1° gennaio – 31 dicembre 2025
GRI 1 utilizzato	GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021
Standard di settore GRI pertinenti	Non presenti al momento dell'approvazione del presente Bilancio

GRI STANDARD	INFORMATIVA	UBICAZIONE
GRI 2: INFORMATIVA GENERALE – 2021	L'organizzazione e le sue prassi di rendicontazione	
	2-1 Dettagli organizzativi	Cap. 2, <i>Il Gruppo Montefarmaco</i>
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	Cap. 1, <i>Nota metodologica</i>
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Cap. 1, <i>Nota metodologica</i>
	2-4 Revisione delle informazioni	Cap. 1, <i>Nota metodologica</i>
	2-5 Assurance esterna	Cap. 1, <i>Nota metodologica</i>
	Attività e lavoratori	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	Cap. 2, par. 2.3 <i>Modello di business, prodotti e mercati</i>
	2-7 Dipendenti	Cap. 5, par. 5.2 <i>Composizione dell'organico aziendale</i>
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Cap. 5, par. 5.2 <i>Composizione dell'organico aziendale</i>
	Governance	
	2-9 Struttura e composizione della governance	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>

	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-15 Conflitti d'interesse	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-16 Comunicazione delle criticità	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	Strategia, politiche e prassi	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	<i>Il percorso di Sostenibilità del Gruppo Montefarmaco</i>
	2-23 Impegno in termini di policy	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	2-28 Appartenenza ad associazioni	Cap. 2, par. 2.4 La relazione con gli stakeholder
	Coinvolgimento degli stakeholder	
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Cap. 2, par. 2.4 <i>La relazione con gli stakeholder</i>
		Cap. 3, par.3.2 <i>Ricerca e innovazione</i> ; par. 3.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
		Cap. 5, par. 5.1 <i>Le Politiche di gestione delle risorse umane</i>
		Cap. 5, par. 5.7 <i>Iniziative in favore della Comunità</i>
	2-30 Contratti collettivi	Cap. 5, par. 5.1 <i>Le Politiche di gestione delle risorse umane</i>
GRI 3: TEMI MATERIALI - 2021	Informative sui temi materiali	
	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	Cap. 1, <i>Nota metodologica</i>
	3-2 Elenco di temi materiali	Cap. 1, <i>Nota metodologica</i>

GRI 201: PERFORMANCE ECONOMICA - 2016	Performance economica e condivisione del valore	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 2, par. 2.6 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i>
	201-1 Valore economico diretto generato e distribuito	Cap. 2, par. 2.6 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i>
GRI 203: IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI - 2016	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 2, par. 2.6 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i> Cap. 5, par. 5.7 <i>Iniziative in favore della Comunità</i>
	203-1 Impatti economici indiretti significativi	Cap. 2, par. 2.6 <i>Risultati economici e condivisione del valore</i> Cap. 5, par. 5.7 <i>Iniziative in favore della Comunità</i>
GRI 204: PRASSI DI APPROVVIGIONAMENTO - 2016	Gestione dei fornitori	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3, par. 3.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
	204-1 Proporzione della spesa effettuata a favore di fornitori locali	Cap. 3, par. 3.3 <i>La gestione della catena di fornitura</i>
GRI 205: ANTICORRUZIONE - 2016	Anticorruzione	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etica e integrità</i>
GRI 302: ENERGIA - 2016	Energia e cambiamenti climatici	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4, par. 4.2 <i>Consumi energetici</i>
	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Cap. 4, par. 4.2 <i>Consumi energetici</i>
	302-3 Intensità energetica	Cap. 4, par. 4.2 <i>Consumi energetici</i>
GRI 305: EMISSIONI - 2016	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 4, par. 4.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i>
	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	Cap. 4, par. 4.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i>
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	Cap. 4, par. 4.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i>
	305-4 Intensità delle emissioni di GHG	Cap. 4, par. 4.3 <i>Emissioni e altri impatti ambientali</i>
	Salute, benessere e sicurezza del personale	

GRI 401: OCCUPAZIONE - 2016	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5, par. 5.1 <i>Politiche di gestione delle risorse umane</i>
	401-1 Nuove assunzioni e turnover	Cap. 5, par. 5.1 <i>Politiche di gestione delle risorse umane</i>
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO - 2018	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	Cap. 5, par. 5.3 <i>Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità</i> Cap. 5, par. 5.6 <i>Iniziative di educazione alla salute</i>
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	Cap. 5, par. 5.5 <i>Sicurezza sul lavoro</i>
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE - 2016	Formazione e sviluppo	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5, par. 5.4 <i>Formazione e sviluppo</i>
	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	Cap. 5, par. 5.4 <i>Formazione e sviluppo</i>
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza nella transizione	Cap. 5, par. 5.4 <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. 5, par. 5.4 <i>Formazione e sviluppo</i>
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ - 2016	Diversità e pari opportunità	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5, par. 5.1 <i>Le Politiche di gestione delle risorse umane</i>
	405-1 Diversità negli organi di governance e tra i dipendenti	Cap. 2, par. 2.5 <i>Governance, etiche ed integrità</i> Cap. 5, par. 5.2 <i>Composizione dell'organico</i>

	405-2 Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	Cap. 5, par. 5.3 <i>Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità</i>
GRI 416: SALUTE E SICUREZZA DEI CLIENTI – 2016	Qualità, sicurezza e innovazione del prodotto	
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 3, par. 3.1 <i>Qualità e sicurezza del prodotto</i>
	416-1 Valutazione gli impatti dei prodotti sulla salute e sicurezza dei clienti	Cap. 3, par. 3.1 <i>Qualità e sicurezza del prodotto</i>
	416-2 Incidenti in merito a casi di non conformità relativi all'impatto dei prodotti sulla salute e sicurezza dei clienti	Cap. 3, par. 3.1 <i>Qualità e sicurezza del prodotto</i>

ESRS Content Index

ESRS 2 - INFORMAZIONI GENERALI	UBICAZIONE	Note
BP- 1 Criteri generali per la redazione della dichiarazione della sostenibilità	Par. 1.1 Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità	
BP-2 Informativa in relazione a circostanze specifiche	Par. 1.1 Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità Par. 1.2 L'analisi di materialità	
GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza		L'informazione non è riportata nel presente documento, in considerazione del carattere volontario della rendicontazione.
GOV-5 - Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità	Par. 1.1 Perimetro, scopo e contenuti del Bilancio di Sostenibilità	
SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore	Par. 2.2 Mission, vision e valori Par. 2.3 Modello di business, prodotti e mercati Par. 5.2 Composizione dell'organico aziendale	
SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi	Par. 2.5 La relazione con gli stakeholder	
SBM-3 -Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Par. 1.2 L'analisi di materialità	Gli effetti finanziari attuali e previsti sono stati considerati nell'analisi di materialità, ma non sono stati quantificati.
IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	Par. 1.2 L'analisi di materialità	
IRO-2 Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa	Par. 1.2 L'analisi di materialità ESRS Content Index	Nel presente documento non è stata pubblicata la tabella altri elementi di informazione derivanti da altri atti legislativi dell'UE elencati nell'appendice B.

ESRS E1 – CAMBIAMENTI CLIMATICI	UBICAZIONE	Note
E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici		Il Gruppo al momento non si è dotato di un Piano di transizione
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Par. 4.3 Emissioni ed altri impatti ambientali	
ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima	Par. 1.2 L'analisi di materialità	
E1-2 – Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi		Il Gruppo non si è dotato al momento di politiche specifiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi
E1-3 – Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici	Par. 4.3 Emissioni ed altri impatti ambientali	
E1-4 – Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	Par. 4.3 Emissioni ed altri impatti ambientali	Il Gruppo non ha definito KPI e target quantitativi specifici nell'ambito della sua strategia di sostenibilità. Sono tuttavia presenti obiettivi qualitativi.
E1-5 – Consumo di energia e mix energetico	Par. 4.3 Emissioni ed altri impatti ambientali	
E1-6 – Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	Par. 4.3 Emissioni ed altri impatti ambientali	Non sono state calcolate le emissioni SCOPE 3
E1-9 – Effetti finanziari attesi di rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima		Gli effetti finanziari derivanti dai rischi fisici e di transizione sono stati considerati nell'ambito dell'analisi di doppia materialità; tuttavia, non ne è stata effettuata una quantificazione economico-finanziaria.

ESRS E5 – USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE	UBICAZIONE	Note
ESRS 2 IRO-1 — Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	Par. 1.2 L'analisi di materialità	
E5-1 — Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare		Il Gruppo non si è dotato al momento di politiche specifiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare
E5-2 — Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	Par. 4.1 Utilizzo delle risorse e riduzione dell'impatto degli imballaggi	

E5-3 – Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	Par. 4.1 Utilizzo delle risorse e riduzione dell'impatto degli imballaggi	Il Gruppo non ha definito KPI e target quantitativi specifici nell'ambito della sua strategia di sostenibilità. Sono tuttavia presenti obiettivi qualitativi.
E5-4 — Flussi di risorse in entrata		L'informativa non è riportata in quanto Montefarmaco, in qualità di società commerciale e non produttiva, non impiega direttamente risorse materiali nei processi di produzione. La metrica non è pertanto considerata rilevante nel contesto operativo dell'azienda.
E5-5 — Flussi di risorse in uscita	Par. 4.1 Utilizzo delle risorse e riduzione dell'impatto degli imballaggi	
E5-6 – Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare		Nell'ambito dell'analisi di doppia materialità sono stati considerati i potenziali effetti finanziari associati ai impatti rischi e opportunità inerenti al tema. Alla data di redazione del presente documento, tali effetti non sono stati tuttavia oggetto di quantificazione economico-finanziaria.

ESRS S1- FORZA LAVORO PROPRIA	UBICAZIONE	Note
ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Par. 1.2 L'analisi di materialità Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	
S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria	Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	
S1-2 – Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	
S1-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	
S1-4 – Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la gestione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	Par. 5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità Par. 5.4 Formazione e sviluppo Par. 5.5 Sicurezza sul lavoro	
S1-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi	Par. 5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità Par. 5.4 Formazione e sviluppo	Il Gruppo non ha definito KPI e target quantitativi specifici nell'ambito della sua strategia di

e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	Par. 5.5 Sicurezza sul lavoro	sostenibilità. Sono tuttavia presenti obiettivi qualitativi.
S1-6 – Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Par. 5.2 La composizione dell'organico aziendale	
S1-7 – Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa	Par. 5.2 La composizione dell'organico aziendale	
S1-8 – Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	Par. 5.2 La composizione dell'organico aziendale	
S1-9 – Metriche della diversità	Par. 5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità	
S1-10 – Salari adeguati	Par. 5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità	
S1-11 Protezione sociale	Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane Par. 5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità	
S1-13 – Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	Par. 5.4 Formazione e sviluppo	
S1-14 – Metriche di salute e sicurezza	Par. 5.5 Sicurezza sul lavoro	
S1-15 – Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	Par. 5.3 Condizioni di lavoro, benessere del personale e pari opportunità	
S1-17 – Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	Par. 5.1 Le politiche di gestione delle risorse umane	

ESRS S4 – CONSUMATORI ED UTILIZZATORI FINALI	UBICAZIONE	Note
ESRS 2 SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	
ESRS 2 SBM-3 – Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto Par. 3.2 Ricerca e innovazione	
S4-1 – Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	
S4-2 – Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	
S4-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	
S4-4 – Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	

conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni		
S4-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	Par. 3.1 Qualità e sicurezza del prodotto	Il Gruppo non ha definito KPI e target quantitativi specifici nell'ambito della sua strategia di sostenibilità. Sono tuttavia presenti obiettivi qualitativi.

G1- CONDOTTA DELLE IMPRESE	UBICAZIONE	Note
ESRS 2 GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
ESRS 2 IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	Par. 1.2 L'analisi di materialità	
G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
G1-2 – Gestione dei rapporti con i fornitori	Par. 3.3 La gestione della catena di fornitura	
G1-3 – Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
G1-4 – Casi accertati di corruzione attiva o passiva	Par. 2.5 Governance, etica e integrità	
G1-6 – Prassi di pagamento	Par. 3.3 La gestione della catena di fornitura	

Con il supporto di

