



L'impegno
di Lundbeck Italia
per la sostenibilità

Indice

CAPITOLO 01 - INTRODUZIONE	3	CAPITOLO 05 - LE PERSONE DI LUNDBECK	34
Introduzione	4	Highlights*	35
<i>Intervista a Tiziana Mele</i>	5	01 Attenzione alle nostre persone	39
<i>Amministratore Delegato Lundbeck Italia</i>		02 Sviluppo delle nostre persone	43
		03 Investiamo sulle nostre persone	46
		<i>Intervista a Raffaella Maderna</i>	47
CAPITOLO 02 - COMPANY OVERVIEW	8	<i>People & Communication Director</i>	
01 Il Gruppo Lundbeck in breve	9	CAPITOLO 06 - COMUNITÀ E FORNITORI	49
02 Cosa facciamo	12	Highlights	50
		01 Sistemi di gestione della qualità	51
CAPITOLO 03 - PURPOSE & GOVERNANCE	14	<i>Intervista a Diego Roman e Cristina Munteanu</i>	52
01 Il purpose	15	<i>Business Operations Manager / Responsabile GDP</i>	
02 La governance	17	<i>e Supply Chain</i>	
03 Il Codice di Condotta	17	CAPITOLO 07 - AMBIENTE	54
04 Collaborazioni sostenibili	18	Highlights	55
05 Interazioni trasparenti	18	01 L'impegno di Lundbeck per il clima	56
<i>Intervista a Matteo Laurita Longo</i>	20	02 L'impegno di Lundbeck Italia per la sostenibilità	58
<i>Responsabile Compliance e Farmacovigilanza</i>		ambientale	
		<i>Intervista ad Alberto Paolo Manzoni</i>	59
CAPITOLO 04 - PAZIENTI	22	<i>ICT & Facility Manager</i>	
Highlights degli ultimi 3 anni	23	CAPITOLO 08 - CONCLUSIONI	60
01 L'impegno di Lundbeck: garantire accesso	24	01 Le nostre raccomandazioni ai governi	61
alla salute del cervello		e agli stakeholder	
02 Le patologie di cui Lundbeck si prende cura	28		
<i>Intervista a Carmen Mazzola</i>	29		
<i>Medical, Regulatory and Value Access Director</i>			
03 La nostra responsabilità: rompiamo il pregiudizio	31		
<i>Intervista a Raffaella Maderna</i>	33		
<i>People & Communication Director</i>			

* Dati del 2022 di Lundbeck Italia.

Capitolo 01

Introduzione



Introduzione

Nonostante i progressi compiuti dalla ricerca, le persone che vivono con una malattia del cervello e i loro cari affrontano quotidianamente non solo il peso della malattia, ma anche i **pregiudizi** che ancora circondano le patologie neurologiche e psichiatriche. Come Lundbeck Italia, siamo impegnati quotidianamente nel contribuire alla lotta allo stigma, anche attraverso campagne di sensibilizzazione. **Il benessere del cervello è un fattore imprescindibile per la salute e il benessere generale della persona.**

Per un'azienda come la nostra, operare in modo sostenibile significa in primo luogo essere consapevoli degli impatti sulla salute del cervello causati sia dal contesto pandemico che la nostra società si è appena lasciata alle spalle, sia dalla scarsa attenzione verso questo delicato tema: **siamo una delle poche realtà che ha a cuore questo ambito** e che si impegna instancabilmente offrendo non solo farmaci sempre nuovi, ma anche soluzioni e servizi in grado di migliorare la qualità di vita delle persone affette da disturbi psichiatrici e neurologici. Lavoriamo per fare la differenza per queste persone in linea con l'**SDG3** delle Nazioni Unite "Good Health and Well Being".

Il nostro mantra, "people in mind", si declina anche nella nostra organizzazione. La salute del cervello va garantita a tutti in ogni luogo e in ogni momento, dunque anche sul luogo di lavoro. Per questo ci impegniamo quotidianamente affinché le nostre persone possano lavorare nelle migliori condizioni possibili, in un ambiente di lavoro inclusivo. Dal "preoccuparci" del benessere dei nostri collaboratori siamo passati quindi all'"occuparci" delle persone, affinché ciascuna, nella propria unicità, possa esprimere se stessa a 360 gradi.

In questo documento, raccontiamo per la prima volta il nostro impegno quotidiano per la sostenibilità ambientale, sociale e il cambiamento culturale del quale Lundbeck Italia vuole essere promotore: superare gli ostacoli che impediscono di mettere la salute del cervello sullo stesso piano di quella fisica.

Il nostro faro è la Strategia di Sostenibilità lanciata nel 2020 dalla nostra Casa Madre, un'azienda farmaceutica multinazionale di origine danese che da sempre si dedica instancabilmente alla salute del cervello affinché ogni persona possa essere al proprio meglio: ogni anno, in particolar modo tramite la Fondazione Lundbeck che ne è l'azionista di maggioranza, l'azienda investe circa il 20% dei ricavi in attività di ricerca e sviluppo nel campo del "Brain Health".

Ispirandoci ai valori di Lundbeck (**orientamento al paziente / passione / ambizione / coraggio / responsabilità**), siamo convinti che si debba avere il coraggio e l'ambizione di mirare a obiettivi che, oltre a garantire le performance finanziarie, lascino anche un segno tangibile per la comunità. I progetti che sosteniamo promuovono l'educazione sui disturbi del cervello e coinvolgono tutti gli stakeholder: ogni giorno siamo al fianco di medici, pazienti e caregiver per garantire il diritto alla salute del cervello per tutti e ovunque.

Ogni anno la nostra Casa Madre pubblica, a livello di gruppo, un **report sulla sostenibilità** disponibile su: www.lundbeck.com.

Crediamo fermamente che solo unendo gli sforzi di tutti gli interlocutori coinvolti si possa creare un circolo virtuoso di iniziative e progettualità di responsabilità sociale.

Perché "SOLI si va veloci, ma INSIEME si va lontano".

20%

dei ricavi in attività di ricerca e sviluppo nel campo del "Brain Health"



Intervista a Tiziana Mele

Amministratore Delegato Lundbeck Italia

Quali sono le caratteristiche distintive di Lundbeck rispetto ad altre case farmaceutiche?

Innanzitutto, il nostro purpose. Ovvero esercitare un impatto positivo sulla salute complessiva della persona dedicandoci instancabilmente alla salute del cervello, affinché ciascuno possa essere al proprio meglio.

È questo il nostro obiettivo che ci caratterizza rispetto ad altre realtà del nostro settore.

Se non l'unica, siamo tra le poche aziende farmaceutiche focalizzate esclusivamente sui disturbi neurologici e psichiatrici e lo facciamo, in Italia, dal 1994.

Avere come azionista principale un ente, come la Fondazione Lundbeck, ha un impatto nella definizione delle strategie aziendali?

Il nostro assetto proprietario così peculiare sicuramente incentiva il perseguimento di obiettivi non esclusivamente economici. È un modello tipico della cultura nordeuropea, una cultura che io amo particolarmente, nonostante sia una donna del Sud. Per me, avere la Fondazione come azionista di maggioranza è un segno di solidità importante. Non solo. È la Fondazione, non l'azienda, ad assegnare ogni anno il Brain Prize erogando un milione di euro a sostegno della ricerca nelle neuroscienze. È la dimostrazione di quanto creda nella mission di Lundbeck.

Lundbeck Italia è particolarmente attiva in tema di responsabilità sociale e di sensibilizzazione sull'importanza della salute del cervello: è una vostra peculiarità oppure è un impegno che deriva dalla mission di Casa Madre?

Nessuno dei tanti progetti che portiamo avanti sul tema del Brain Health è calato dall'alto. Sono tutte iniziative rese possibili dal fatto di far parte di un gruppo che concede una libertà d'azione incredibile alle affiliate locali, che sono chiaramente consapevoli dei bisogni dei propri interlocutori e Paesi. Lundbeck Italia, a livello global, è vista come un modello positivo da seguire e noi ne siamo particolarmente orgogliosi.

Cosa vi spinge a non accontentarvi del mero ruolo di filiale commerciale di un grande gruppo multinazionale?

Mi pongo sempre questa domanda: "Sarei contenta di limitarmi a guidare l'affiliata commerciale di un grande gruppo e raggiungere i risultati di business richiesti?" La mia risposta è no, perché credo, soprattutto come Amministratore Delegato, che le aziende abbiano una responsabilità importante nel contribuire a disegnare il futuro che tutti auspichiamo. Non a caso, nell'ambito del mio impegno all'interno di Farmindustria, ho desiderato fortemente assumere il coordinamento del gruppo strategico "Lavoro e Sostenibilità", perché credo molto nell'attività che quest'ultimo sta svolgendo.

Inoltre, quando esiste un'assonanza tra valori aziendali e valori personali sono convinta che si possano realizzare grandi cose.





Quali sono le azioni o i progetti principali con il massimo impatto positivo avete realizzato negli ultimi anni?

Inizierei con **People in Mind**, il concorso di arti grafiche che promuoviamo ogni anno e che penso abbia avuto un riscontro straordinario. Negli anni abbiamo raccolto più di 900 opere che provenivano da pazienti o caregiver singolarmente coinvolti o anche da centri di accoglienza e istituzioni della salute mentale. Oltre che essere la forma più alta di espressione del genere umano, l'arte è un linguaggio universale e ha il pregio di essere inclusiva. Ciascuno di noi, indipendentemente dal proprio stato di salute, è spesso vittima di giudizi e di etichette, ma di fronte all'arte, in ogni sua espressione, rimaniamo incantati. Ecco, grazie a progetti come People in Mind e alle emozioni che persone, che potremmo riconoscere come diverse, ci trasmettono, il pregiudizio viene a cadere: abbiamo tutti così una percezione che non ha barriere. Di grande valore sono anche le tante iniziative che organizziamo nell'ambito della Giornata Mondiale della Salute Mentale. Ne cito solo una, **"Arte che Cura"**, che abbiamo realizzato insieme a BAM - Biblioteca degli Alberi Milano: un ciclo di incontri sull'importanza del benessere mentale, con l'obiettivo di diffondere la cultura della consapevolezza, della cura di sé e del raggiungimento del proprio equilibrio psico-fisico attraverso la conoscenza e l'esercizio di diversi tipi di pratiche artistiche. Sempre in occasione della **Giornata Mondiale della Salute Mentale** abbiamo aperto la nostra sede alle famiglie dei nostri collaboratori e abbiamo realizzato un percorso di well-being. Vorrei però soffermarmi sulla collaborazione riuscitissima con Giffoni Innovation Hub e Havas Life. Il cortometraggio **"Mi Vedete?"** sulla depressione giovanile, che abbiamo presentato al festival cinematografico. È un prodotto forte, nato con l'idea di voler dare un pugno nello stomaco, e ha sicuramente raggiunto il suo obiettivo: i ragazzi ci hanno fatto capire che un mondo senza stigma è possibile. Secondo me,

però, non ha ancora espresso tutta la sua potenzialità, l'ha semplicemente fatta intuire. Per questo ci proponiamo di portarlo nelle scuole con un progetto strutturato, per favorire una presa di consapevolezza a 360 gradi sul disagio crescente nelle fasce giovanili della popolazione e, soprattutto, per delineare un piano d'azione concreto. L'ambizione è quella di partire in alcune scuole-pilota per cercare di individuare una serie di strumenti da affidare poi alla scuola stessa, una sorta di medicina d'iniziativa per fare veramente prevenzione. I presidi a cui abbiamo presentato il progetto ci hanno quasi ringraziato per aver pensato a una cosa del genere, perché sono senza armi. Se entrando nelle scuole potessimo salvare anche un solo ragazzo, per me già quello sarebbe un risultato importante.

Hai accennato allo stigma e alla necessità di un piano d'azione: quali sono gli ostacoli da superare per arrivare a mettere la salute mentale sullo stesso piano di quella fisica?

Lo stigma esiste e incide tantissimo. Con l'effetto combinato della diffusione delle nuove tecnologie e della recente pandemia da Covid, anche le patologie della sfera neuropsichiatrica sono aumentate. Parlarne può essere sicuramente una strada per indebolire il muro dello stigma. Non ci sono soluzioni semplici, ma quello che posso dire è che sarebbe auspicabile un adeguato approccio di gestione e di cura delle persone che hanno questi problemi. La comunità scientifica italiana, nell'ambito della neurologia e della psichiatria, presenta un livello veramente eccezionale e non mancano gli esempi di partnership tra pubblico e privato che sicuramente aiutano nell'affrontare queste patologie. Occorre agire a livello culturale, anche con iniziative particolari come **Cervello&Cinema**, una rassegna di sette film "cult" discussi da scienziati di prestigio internazionale, per aumentare l'awareness su questi temi, sperando che poi alla riflessione seguano azioni concrete e incisive.

Guardiamo all'interno di Lundbeck Italia: come si traduce in concreto il vostro impegno per la sostenibilità?

Il nostro mantra, "people in mind", si declina anche nella nostra organizzazione. La salute del cervello è un diritto fondamentale tanto quanto la salute fisica e va garantita a tutti in ogni luogo e in ogni momento, dunque anche sul luogo di lavoro. Favoriamo una **cultura aziendale inclusiva** (tra i nostri collaboratori ci sono persone con problematiche legate alla sfera del cervello) e non abbiamo problemi di diversity. Abbiamo raggiunto la maggioranza femminile (nei ruoli di leadership siamo all'80% donne) in modo "naturale" per merito e competenze. Siamo una squadra, a prescindere dal genere.

La nostra peculiarità è facilmente percepibile, basta varcare la porta di quella che noi chiamiamo "**Casa Lundbeck**": io non ho un mio ufficio, lavoro in open space con i miei colleghi. Abbiamo inoltre deciso di aprire Casa Lundbeck a ospiti importanti, anche internazionali, per parlare del futuro: è così che è stata lanciata l'iniziativa "**Feed the brain**", un ciclo di incontri per nutrire la mente aperto al pubblico, perché crediamo che sia necessario condividere la conoscenza.

Quali azioni o impegni avete assunto in tema di sostenibilità ambientale?

A livello di impatto ambientale Lundbeck Gruppo si è finora impegnata moltissimo: ha sottoscritto gli impegni dello UN Global Compact, di cui ora fa parte anche Lundbeck Italia, e gli obiettivi di riduzione dei consumi e delle emissioni sono stati approvati dalla Science Based Target initiative.

Come Lundbeck Italia tendiamo ad ottemperare a tutte le politiche che arrivano da Casa Madre, ma spesso andiamo anche oltre, ad esempio con il nostro sistema di illuminazione o con l'eliminazione totale della plastica.

Siamo particolarmente orgogliosi di essere tra le aziende vincitrici del Premio Federchimica "Migliori esperienze aziendali", che ci è stato assegnato a dicembre 2022 per la "valorizzazione della responsabilità sociale dell'impresa, attraverso scelte funzionali al miglioramento della salute e benessere dei lavoratori e allo sviluppo sostenibile".

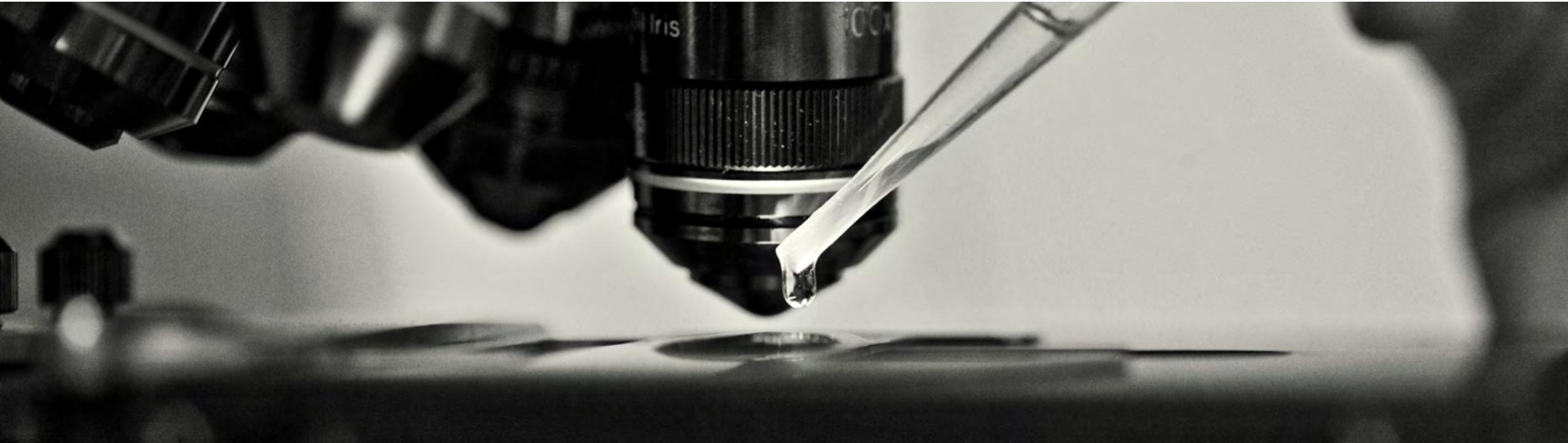
Quali obiettivi vi ponete per il prossimo futuro?

Tante sono le iniziative che ci vedranno coinvolti. Tra queste, **Restoring Brain Health**, un progetto che portiamo avanti da tre anni in partnership con esperti nel campo delle neuroscienze. È un progetto che si pone un obiettivo molto ambizioso: portare dati ed evidenze per creare consapevolezza e permettere, a chi può legiferare, di individuare un piano di azione completo e concreto, perché siamo convinti che il livello di attenzione sulla salute del cervello dovrebbe essere almeno al pari di quello dato alla salute fisica. Un altro progetto a cui tengo particolarmente è la collaborazione con l'**Associazione Olivami** per promuovere la coltivazione di ulivi nel Salento, come risposta alla devastazione della Xylella: per noi di Lundbeck la cura dell'ambiente è un fattore chiave del nostro impegno quotidiano, da tutelare e salvaguardare sempre. Abbiamo quindi deciso di adottare 130 ulivi, uno per ciascun nostro collaboratore, per festeggiare il loro anniversario aziendale: una bellissima iniziativa che contribuirà a nutrire e a migliorare il nostro pianeta.



Capitolo 02

Company Overview



01 Il Gruppo Lundbeck in breve

Chi siamo

Lundbeck è un'azienda farmaceutica multinazionale danese, **leader nelle neuroscienze**, che mette a disposizione della classe medica, dei pazienti e dei caregiver le proprie conoscenze, competenze e soluzioni sviluppate nell'arco di oltre 70 anni di costante impegno per la salute del cervello.

Con la sede principale a Copenaghen e con più di **100 anni di storia**, oggi può contare su **più di 5.000 collaboratori** in oltre **50 Paesi** nel mondo, con un'organizzazione basata sulla centralità e sulla valorizzazione delle persone e su una cultura unica, fondata anche sulle sue origini danesi, che promuove lo spirito di collaborazione e la responsabilità etica e sociale. Un impegno dal respiro internazionale e in sinergia con i Centri di Ricerca in Danimarca e negli Stati Uniti e con le sedi produttive in Danimarca, Francia e Italia, presso lo stabilimento di Padova.

Negli ultimi anni, più di otto milioni di persone con disturbi psichiatrici e neurologici sono state trattate con i prodotti di Lundbeck.

Lo sviluppo e la distribuzione di terapie innovative messe a punto da Lundbeck continuano a fare la differenza per le persone affette da queste patologie in tutto il mondo.

Le aree focus dell'attività sono i disturbi dell'umore, come la depressione, la schizofrenia, le malattie neurologiche croniche e degenerative.

LA FONDAZIONE LUNDBECK

La storia della Fondazione è strettamente intrecciata a quella dell'azienda. A crearla, nel 1954, fu la vedova del fondatore dell'azienda, Grete Lundbeck, che nel corso degli anni donò alla Fondazione numerose quote ereditate dal marito: alla sua morte, nel 1965, la Fondazione divenne l'unica erede dell'intero patrimonio dei coniugi Lundbeck. Una mossa visionaria che mirava ad assicurare un obiettivo e una governance chiari per il futuro dell'azienda. Ed è sempre a lei che si deve l'istituzione del **Brain Prize**, che premia i migliori ricercatori impegnati nello studio del cervello.

Oggi le due organizzazioni restano completamente indipendenti, tuttavia azienda e Fondazione condividono la stessa visione, ovvero guidare il progresso nelle neuroscienze e creare un valore che si diffonda nella comunità a livello locale e globale. Da quasi 70 anni, la Fondazione Lundbeck investe in ricerca e in aziende all'avanguardia, creando un effetto a catena che dà origine a importanti scoperte.

BRAIN PRIZE: IL PREMIO DI RICERCA PIÙ PRESTIGIOSO AL MONDO NELL'AMBITO DELLE NEUROSCIENZE

Ogni anno, con il premio Brain, la Fondazione Lundbeck assegna **10 milioni di corone danesi** (circa 1,3 milioni di euro) a uno o più ricercatori che hanno influenzato in modo fondamentale la ricerca nell'ambito delle neuroscienze.

Il Gruppo Lundbeck in cifre

1915

Lundbeck è stata fondata a Copenaghen, oltre 100 anni fa, da Hans Lundbeck.

+70

In oltre 70 anni di storia Lundbeck ha costruito la sua competenza nel campo delle neuroscienze.

circa 5000

Lundbeck ha collaboratori in più di 50 Paesi e oltre 5.000 persone in tutta la catena del valore.

70%

Dal 1999 Lundbeck è quotata alla borsa di Copenaghen. Il suo principale azionista è la Fondazione Lundbeck, che detiene circa il 70% delle azioni. Ogni anno devolve circa 500 milioni di corone danesi a sostegno della ricerca pubblica biomedica e scientifica e per attività educative e di comunicazione, incluso il premio Brain, il più ricco al mondo per la ricerca nelle neuroscienze, del valore di oltre 1 milione di euro.

100

I prodotti Lundbeck sono registrati e commercializzati in oltre 100 Paesi nel mondo.

+8 M

Negli ultimi anni il portfolio di prodotti di Lundbeck ha raggiunto più di 8 milioni di persone.

Lundbeck Italia S.p.A. è attiva nel nostro Paese dal 1994 e lavora costantemente con l'obiettivo di superare lo stigma nei confronti delle persone che vivono con disturbi psichiatrici e neurologici. Siamo una realtà giovane, ma caratterizzata dal ricco patrimonio di conoscenze specialistiche ed esperienze del Gruppo farmaceutico di cui facciamo parte.

Nel nostro agire quotidiano confluiscono molti aspetti tipici della cultura danese, come l'inclusione, l'uguaglianza e uno stile di leadership partecipativo, basato su logiche di collaborazione, fiducia e trasparenza.

Il nostro lavoro ha un impatto positivo anche in termini di investimento, occupazione e indotto nel Paese in cui operiamo: in Italia, con la sede commerciale di Milano e lo stabilimento di Padova, su base annua, lavoriamo con più di 100 collaboratori.



02 Cosa facciamo

Con oltre 70 anni di esperienza nelle neuroscienze, Lundbeck ha sviluppato e commercializzato alcune delle terapie maggiormente utilizzate al mondo per i disturbi psichiatrici e neurologici. I suoi risultati scientifici sono frutto del lavoro di ricercatori dedicati e di idee innovative.

Dall'emicrania all'Alzheimer, dalla depressione al disturbo post-traumatico da stress ai disturbi di personalità e ai disturbi da uso di sostanze, dalla schizofrenia alla malattia di Parkinson, l'impegno di Lundbeck si fonda su una solida esperienza nell'ambito delle neuroscienze, che consente di fare la differenza per le persone che vivono con queste patologie.



Ricerca e Sviluppo: l'essenza di Lundbeck

La Ricerca e Sviluppo di nuovi trattamenti e di medicinali innovativi è al centro del lavoro e rappresenta il costante impegno per il miglioramento della salute dei pazienti con disturbi psichiatrici e neurologici. Nei laboratori all'avanguardia operano più di 800 collaboratori, che integrano conoscenze avanzate nella Ricerca e Sviluppo con competenze derivanti dalla pratica clinica attraverso l'analisi approfondita dei bisogni terapeutici. Lundbeck finanzia ricerche indipendenti e collabora strettamente con partner in tutto il mondo. La pubblicazione dei risultati scientifici raggiunti è parte integrante della partecipazione come membri attivi alla comunità scientifica internazionale.

Prodotti e studi clinici

La pipeline rispecchia l'obiettivo di sviluppare nuove terapie in grado di ridefinire gli standard di cura dei pazienti, approcciando le aree di maggior bisogno nell'ambito delle malattie psichiatriche e neurologiche.

Lundbeck è riconoscente verso i pazienti, i volontari, le famiglie e le strutture che partecipano agli studi clinici. Il contributo di ogni individuo è fondamentale per la comprensione delle malattie.

Al fianco degli operatori sanitari

Lundbeck offre formazione medica e training basati sull'evidenza per gli operatori sanitari in ambito neurologico e psichiatrico, attraverso i seminari del **Lundbeck Institute** e le piattaforme online di formazione medica: Lundbeck Institute Campus e Progress in Mind Resource Centre.

Generare innovazione attraverso la collaborazione

La complessità delle malattie psichiatriche e neurologiche richiede uno sforzo congiunto. Grazie alla lunga esperienza maturata in decenni di attività nel settore delle neuroscienze, oggi Lundbeck è riconosciuta come **partner di rilievo** e parte attiva di un importante network globale per la ricerca preclinica e clinica nell'ambito della salute del cervello.



Questo è il punto di partenza per creare valore: Lundbeck negli ultimi 20 anni si è particolarmente impegnata in attività di ricerca integrandole con collaborazioni e partnership con organizzazioni sanitarie, autorità regolatorie, mondo accademico, gruppi di pazienti, società scientifiche e mediche e industria farmaceutica/biotecnologica.

Alcuni esempi

Insieme all'azienda di genomica biotecnologica 23andMe e al Milken Institute, Lundbeck è stata coinvolta in un importante studio sulla comprensione delle cause della depressione maggiore (MDD) e del disturbo bipolare. Inoltre, sta collaborando al progetto di ricerca del RADAR-CNS per lo sviluppo di nuovi sistemi di monitoraggio di malattie come il disturbo depressivo maggiore, l'epilessia e la sclerosi multipla, mediante dispositivi indossabili e smartphone.

Da 30 anni operiamo in Italia costantemente con l'obiettivo di mettere a disposizione della classe medica non solo farmaci nuovi e sempre efficaci, ma anche **soluzioni e servizi innovativi** in grado di migliorare la qualità di vita delle persone affette da disturbi psichiatrici e neurologici. Negli anni abbiamo commercializzato in Italia più di 10 molecole, di cui 4 antidepressivi di ricerca Lundbeck. Per rendere più incisiva la nostra azione, lavoriamo quotidianamente insieme a medici, istituzioni, pazienti e associazioni. Ci impegniamo fortemente nella **responsabilità sociale d'impresa** e nella creazione di valore condiviso, considerando la diversità una qualità da ricercare, coltivare e valorizzare premiando il merito e il talento. All'impegno in favore del benessere del cervello, delle persone e delle comunità, affianchiamo una convinta e decisa azione a tutela delle risorse naturali: **per noi la sostenibilità ambientale è un fattore imprescindibile per il miglioramento della salute globale.**

La sede di Lundbeck Italia

Da novembre 2017, la nostra sede si trova in via Joe Colombo 2, nel cuore di Milano. Gli uffici sono stati concepiti per valorizzare la nostra cultura aziendale, con un design ispirato alle nostre origini danesi ma che, allo stesso tempo, rispetta il calore tipico del concetto di famiglia italiana: "**Casa Lundbeck**". Coniugando open space e smart office, l'obiettivo è quello di accogliere nei nostri spazi collaboratori interni ed esterni, affinché possano svolgere le proprie attività in maniera efficiente e nel rispetto del proprio work-life balance. L'edificio è suddiviso in tre piani con annesso spazio esterno e tecnologie hi-tech appositamente scelte per essere sostenibili.



Capitolo 03

Purpose & Governance



01 Il purpose

La salute parte dal cervello

Milioni di persone in tutto il mondo vivono con una patologia psichiatrica o neurologica. Ogni giorno Lundbeck si impegna a comprendere meglio queste patologie, sviluppare le terapie migliori per trattarle e fare la differenza per le persone che ne sono affette.

Lundbeck è una delle poche aziende farmaceutiche al mondo che si focalizza esclusivamente nelle neuroscienze e questo rende chiaro e unico il suo purpose:

“Ci dedichiamo instancabilmente alla salute del cervello, affinché ogni persona possa essere al proprio meglio”.

Questo significa lavorare per sviluppare soluzioni terapeutiche innovative per la cura delle patologie del sistema nervoso e allo stesso tempo impegnarsi per combattere lo stigma, la paura e il silenzio che le circondano.

Guidati dalla ricerca condotta in più di 70 anni, Lundbeck è stata tra le prime aziende a formulare alcune delle terapie più diffuse e importanti nel campo degli antipsicotici e degli antidepressivi. In quanto specialista globale, si adopera per aumentare la consapevolezza su questi disturbi e garantire la parità delle cure, in modo da restituire qualità di vita alle persone colpite.



L'impegno per lo sviluppo sostenibile

Attraverso una mirata strategia di sostenibilità, Lundbeck si impegna a osservare i **principi del Patto mondiale delle Nazioni Unite (UNGC)**, infatti, nel 2009, ha sottoscritto il Patto mondiale delle Nazioni Unite, promuovendo costantemente iniziative volte a dimostrare il suo impegno verso i 10 principi relativi ai diritti umani e a quelli del lavoro, alla tutela dell'ambiente e alla lotta alla corruzione. Inoltre, da oltre dieci anni pubblica un report (Communication on Progress - COP) che descrive dettagliatamente le performance e gli obiettivi di sostenibilità, le sfide e i benefici per le attività messe in campo per gli stakeholder e per le società in cui opera. Un impegno concreto, affiancato da solidi obiettivi finalizzati alla tutela dell'ambiente: **risparmiare energia e ridurre le emissioni di CO₂ sono da tempo priorità strategiche.** Negli ultimi dieci anni, in questo senso, Lundbeck ha ottenuto risultati significativi: **sta lavorando per raggiungere il target di elettricità 100% rinnovabile e ha già ottenuto una riduzione della carbon footprint degli stabilimenti dell'80% rispetto al 2006.**



OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE

Nel 2020 Lundbeck ha definito gli aspetti chiave della sua strategia di sostenibilità in base agli SDGs delle Nazioni Unite, riscontrando di avere un impatto significativo e tangibile su 7 dei 17 Obiettivi:

SDG#3: Buona salute e benessere

SDG#5: Parità di genere

SDG#8: Lavoro dignitoso e crescita economica

SDG#10: Riduzione delle ineguaglianze

SDG#12: Consumo e produzione responsabili

SDG#13: Azioni contro i cambiamenti climatici

SDG#16: Pace, giustizia e istituzioni forti

In particolare, è per Lundbeck prioritario l'Obiettivo 3, strettamente legato al suo scopo aziendale e al suo impegno quotidiano per salvaguardare e promuovere la salute del cervello. L'Obiettivo 13 guida i suoi sforzi verso un futuro a zero emissioni.

02 La governance

Lundbeck ha una struttura di governance a due livelli, composta da **Consiglio di Amministrazione e Direzione Generale**.

I due organi sono indipendenti e nessuno può ricoprire contemporaneamente un ruolo in entrambi.

Il Consiglio di Amministrazione supervisiona l'andamento della società per conto degli azionisti. È responsabile dell'approvazione della strategia aziendale, della definizione degli obiettivi e della valutazione della Direzione Generale. Garantisce inoltre che siano in atto adeguati controlli interni ed esterni. Il Consiglio è composto da undici membri, di cui sette eletti dagli azionisti in occasione dell'assemblea generale annuale e quattro dipendenti di Lundbeck eletti dai dipendenti stessi.

Il Consiglio di Amministrazione ha istituito tre comitati consultivi che riportano al consiglio stesso: il Comitato di audit, il Comitato per le remunerazioni e le nomine e il Comitato scientifico.

La Direzione Generale rappresenta l'organo decisionale e l'alta direzione della società ed è responsabile delle operazioni quotidiane dell'azienda. È attualmente composta da 7 membri, guidati da Charl van Zyl, Presidente e CEO, che dal 1° settembre 2023 ha sostituito il CEO uscente, Deborah Dunsire.

03 Il Codice di Condotta

Lundbeck agisce con rispetto e integrità in tutto ciò che fa.

Gli standard etici di Lundbeck sono definiti dalla Direzione Generale con il supporto di un Comitato per la Compliance che rappresenta le principali funzioni aziendali. Il Comitato valuta annualmente le performance etiche e avvia i miglioramenti necessari. Il Chief Compliance Officer informa regolarmente il Comitato di audit del Consiglio di Amministrazione su questioni relative all'etica e alla compliance.

Il Codice di Condotta è la colonna portante della cultura dell'etica e della compliance dell'azienda e indica in maniera chiara le regole che si seguono nell'area critica del settore farmaceutico. Tutti i collaboratori e le terze parti che lavorano per conto di Lundbeck devono osservare il Codice di Condotta e ogni eventuale normativa locale più stringente.

Creato per la prima volta nel 2010, il Codice di Condotta viene regolarmente aggiornato. L'ultima revisione, del 2019, incorpora gli aggiornamenti del Codice dell'International Federation of Pharmaceutical Manufacturers and Associations (IFPMA), migliorando le norme che regolano i rapporti tra aziende farmaceutiche e operatori sanitari.

Ogni anno, i collaboratori di Lundbeck, completano una formazione aziendale sul Codice di Condotta e sulle relative procedure, che prevede incontri locali su temi di etica e compliance. Questo programma è supportato da audit e monitoraggio continuo per verificare la comprensione dei requisiti locali e raccogliere proposte di miglioramento.



04 Collaborazioni sostenibili

Per rendere disponibili ai pazienti terapie e trattamenti innovativi, **il contributo dei fornitori di Lundbeck è fondamentale.**

Per questo Lundbeck:

- si adopera per garantire che le collaborazioni con i fornitori aggiungano **valore alle economie locali**;
- promuove il **dialogo continuo** attraverso attività di formazione, monitoraggio delle performance e controlli sulla compliance;
- adotta sistematicamente **procedure** mirate al rispetto dei diritti umani e del lavoro, nonché degli obblighi in materia di ambiente, salute e sicurezza.

Da quando è stato adottato il **Codice di Condotta**, nel 2010, queste procedure sono diventate un elemento cardine nella struttura di compliance e sostenibilità e sono particolarmente importanti per collaborazioni sensibili come quelle riguardanti la produzione chimica: prima di avviarle vengono condotti scrupolosi audit.

Le **procedure di due diligence** mirano a identificare e mitigare specifici rischi:

- conflitti d'interesse;
- reati finanziari (inclusa la corruzione);
- cattiva condotta promozionale;
- violazioni dei diritti umani e del lavoro;
- impatto ambientale significativo.

05 Interazioni trasparenti

Collaborare con operatori sanitari e pazienti

Per sviluppare e offrire nuove terapie e trattamenti innovativi per i disturbi psichiatrici e neurologici, Lundbeck coinvolge e collabora con diversi stakeholder, tra cui **medici, organizzazioni sanitarie e associazioni di pazienti**, nella ricerca, nello sviluppo clinico, nello scambio di informazioni scientifiche e nelle attività di marketing e vendita.

Queste interazioni sono regolate in modo chiaro dalle leggi nazionali e dalle norme delle associazioni di categoria, che vengono integrate nei processi operativi, nella formazione e nelle linee guida.

Lundbeck si impegna per la massima trasparenza e le informazioni che pubblica ottemperano alle leggi vigenti e ai codici delle associazioni di categoria delle quali fa parte, come l'European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA).



Nel
1994
viene istituita la sede
commerciale di Milano
e nasce **Lundbeck Italia**,
il cui Management Team
è composto da sette persone
incluso il Managing Director.

A diretto riporto del Managing Director si trovano
le seguenti figure:

- Compliance Manager
- Finance & Business Operations Director
- People & Communication Director
- National Sales Director
- Marketing & Customer Engagement Director
- Medical, Regulatory & Value Access Director



Intervista a Matteo Laurita Longo

Responsabile Compliance e Farmacovigilanza

Avete dei KPI in tema di compliance, ad esempio relativi al training sul Codice di Condotta?

In Lundbeck Italia il training sul codice ha coinvolto il 100% dei dipendenti. Ho personalmente seguito i colleghi in modo che entro la scadenza fissata completassero la formazione. È un aspetto molto sentito da Casa Madre, che promuove internamente il valore della compliance utilizzando un doppio canale di comunicazione: da una parte attraverso i rapporti tra la Compliance di Casa Madre e quella locale e dall'altra condividendo le informazioni dal management di Casa Madre, spesso direttamente dal CEO, verso i General Manager delle affiliate, promuovendo così il necessario endorsement manageriale. Le campagne di sensibilizzazione interna in tema di Compliance sfruttano anche il social interno, Yammer, con messaggi di adesione al codice e simili iniziative. Nel 2022, ad esempio, abbiamo realizzato un video con tutti i membri del management team che testimoniavano uno per uno il loro impegno sulla Compliance. È un modo per far arrivare il messaggio anche a chi è più fisicamente distante, come il personale di field, perché il grande rischio è che la compliance passi per una formalità necessaria ma seccante.

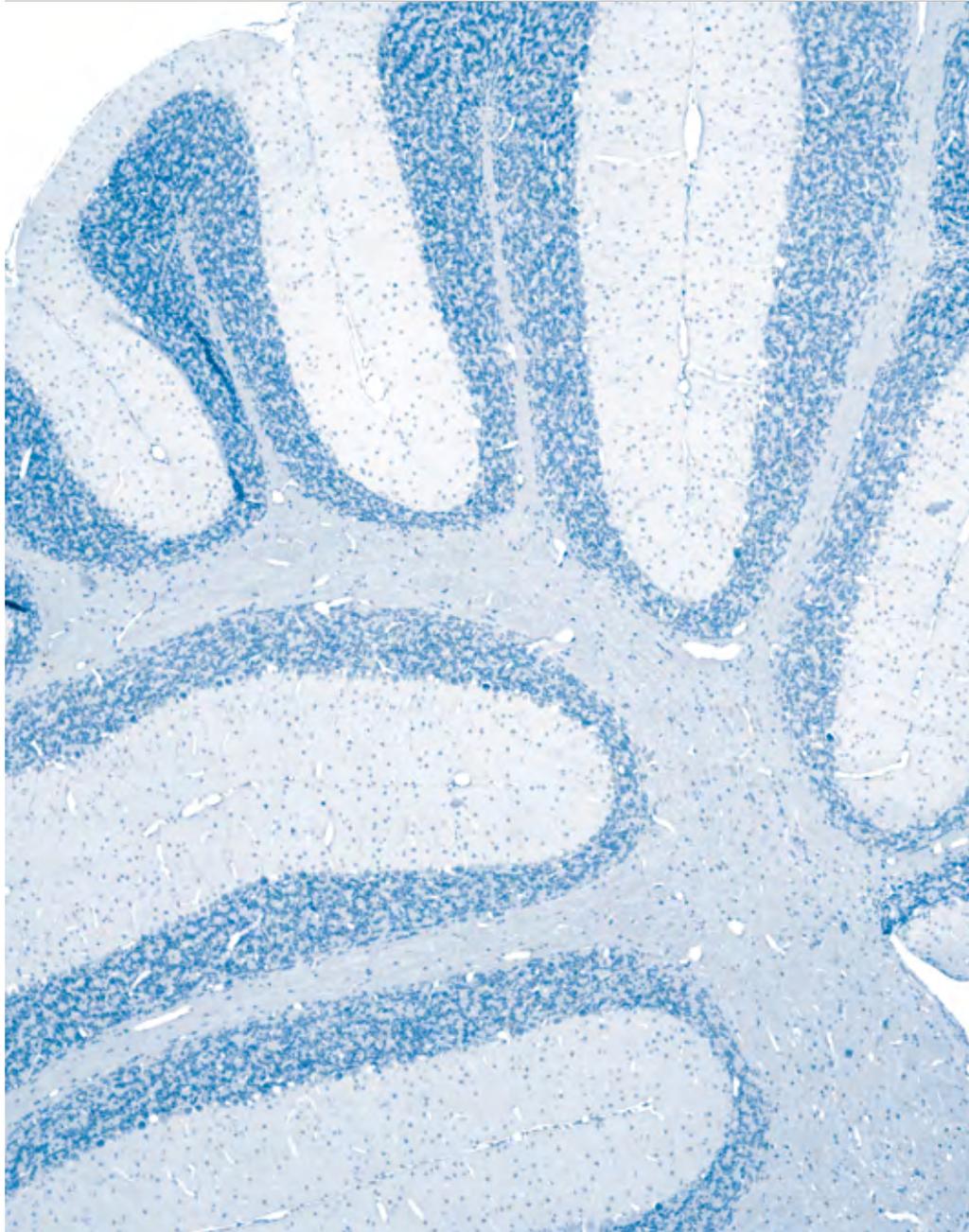
Qual è il risultato raggiunto di cui vai più orgoglioso?

Sicuramente tutta l'attività di formazione sulla Compliance che è iniziata nel 2022 ed è culminata in una riunione nazionale a gennaio 2023, per far passare il messaggio che in Lundbeck c'è qualcuno a cui le persone possono rivolgersi per avere supporto. I colleghi mi conoscono tutti perché sono in azienda dal 2004, però il concetto chiave per me è la vicinanza: dico sempre che devono tenersi il mio numero di cellulare e chiamarmi per qualsiasi cosa. A furia di ripeterlo, e di farlo dire anche ad altre figure aziendali, il concetto sta passando: lo vedo dalle persone che magari mi chiamano per chiedere un consiglio o per segnalare una situazione che le preoccupa.

Qual è la peculiarità del sistema di compliance in Lundbeck?

Quello di Casa Madre è un sistema molto strutturato che mette allo stesso tavolo varie funzioni, dal legal, passando per la sostenibilità, fino alla compliance in senso stretto, intesa quindi come rispetto delle regole e prevenzione dei rischi. È articolato a livello globale in una rete di 17 Regional Compliance Officers (RCO) che riportano direttamente alla figura del responsabile Compliance HQ. La collaborazione diretta con la Casa Madre e con i colleghi degli altri paesi è un grande valore aggiunto per il mio lavoro.





Puoi farci qualche esempio?

Nel caso di un fornitore potenzialmente critico sotto il profilo del rischio, anziché la qualifica locale viene svolta una procedura di due diligence da parte di Casa Madre, secondo un modello che replica in ambito compliance la stessa logica che si applica nei settori GxP (es farmacovigilanza e ricerca clinica): una forte responsabilità centrale declinata in una costante interazione con l'affiliata, in un'ottica di condivisione e co-sviluppo delle regole in modo che siano più facili da implementare. È questo per me il grande valore del sistema Lundbeck: le affiliate si organizzano internamente in maniera autonoma, ma c'è una continuità di confronto, presenza e disponibilità forte da parte dell'HQ: si sviluppano competenze e queste competenze si parlano e interagiscono.

Far parte di un sistema di compliance così strutturato comporta anche dei risvolti positivi in ottica di sostenibilità?

Ha sicuramente un impatto positivo, perché le pratiche di sostenibilità di Casa Madre sono molto avanzate: è un'azienda con vari siti produttivi, una realtà ben diversa da quella di un'affiliata commerciale. Avere una relazione diretta così forte ci permette quindi di inserirci in un sistema di sostenibilità strutturato, che ha adottato, ad esempio, una travel policy mirata a ridurre il footprint legato ai viaggi aziendali con un grande impatto a livello di gruppo: le linee guida impongono di prenotare in anticipo i voli per poter accedere a quelli con un impatto minore in termini di CO₂, oppure di ricorrere quanto più possibile alle riunioni a distanza per evitare di volare fino a Copenaghen solo per un'ora di riunione.

Cosa fa Lundbeck per garantire il rispetto di determinati standard di qualità da parte di un fornitore critico per il business, o per aiutarlo a evolversi o a migliorare?

Dopo la qualifica del fornitore per verificare che sia in possesso di alcune competenze che riteniamo essenziali, prima di

iniziare l'attività svolgiamo un training di farmacovigilanza. In generale, comunque, l'aderenza al nostro Codice di Condotta è una clausola necessaria per instaurare una collaborazione commerciale. Le nostre condizioni contrattuali per l'acquisto di beni e servizi includono un set di clausole obbligatorie con la richiesta di impegno a aderire al modello 231 e al nostro Codice.

Qual è l'impatto positivo dell'adozione di alti standard etici, ad esempio sulla qualità del prodotto e sulla sicurezza del paziente?

Il settore farmaceutico punta fisiologicamente al miglioramento delle condizioni di vita delle persone e al mantenimento di un sistema sanitario nazionale in salute, quindi è insito nella nostra natura dare grande valore a questi aspetti. Garantire una condotta ineccepibile significa anche preservare la reputazione dell'Azienda, che è un bene preziosissimo, in particolare nel settore salute, ma, non meno importante, è un fattore di orgoglio e motivazione per ogni nostra persona: il plusvalore etico che c'è dietro quello che facciamo è motore lavorativo determinante.

Capitolo 04

Pazienti



Highlights degli ultimi 3 anni



150

organizzazioni servite



26

studi e ricerche no profit supportate economicamente o attraverso fornitura di farmaci in aree collegate a depressione, schizofrenia ed emicrania in meno di 10 anni



Oltre 1900

opere ricevute da tutta Italia dal lancio del progetto People In mind, orientato a utilizzare l'arte per abbattere lo stigma collegato alle malattie mentali

Nel mondo quasi

1 mld di persone

convivono con almeno un **disturbo mentale**¹

Ogni anno

800mila

persone si tolgono la vita: **una ogni 40 secondi**

1. World Health Organization, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>, 8 giugno 2022.



01 L'impegno di Lundbeck: garantire accesso alla salute del cervello

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, nel mondo circa 970 milioni di persone soffrono di disturbi psichiatrici e neurologici (dato riferito al 2019).² In molti casi si tratta di malattie gravi, che possono avere conseguenze anche fatali o che comunque incidono sulla qualità di vita dei pazienti e delle loro famiglie. Nonostante i grandi passi in avanti registrati nelle terapie nel corso degli ultimi cinquant'anni, l'evoluzione nel trattamento di questi disturbi non è ancora riuscita a soddisfare pienamente le esigenze di cura.

Per questo, Lundbeck lavora instancabilmente per **far progredire le neuroscienze e sviluppare nuove terapie capaci di migliorare la vita dei pazienti e dei loro familiari**; grazie ai suoi progressi nella ricerca, offre e rende accessibili farmaci innovativi e agisce per aumentare l'accettazione dei disturbi psichiatrici e neurologici.

2. World Health Organization, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>, 8 giugno 2022.



La salute del cervello, una priorità globale

La salute del cervello svolge un ruolo fondamentale per lo stato di benessere complessivo dell'individuo nel corso della sua vita. Salute del cervello non significa solo assenza di malattia, ma anche la possibilità di godere di una buona qualità di vita nonostante la presenza di patologie psichiatriche o neurologiche.

Il cervello è l'organo più complesso e affascinante del corpo umano. Ci permette di parlare, pensare e muoverci e ci dà la capacità di ricordare, apprendere e concentrarci, ma può essere colpito da patologie o disabilità che incidono profondamente su chi ne soffre, sulla sua famiglia e sulla sua rete di relazioni sociali e affettive.

L'impegno che Lundbeck persegue con orgoglio è **migliorare la cura, la presa in carico e la qualità di vita di queste persone**, lavorando a stretto contatto con pazienti, operatori sanitari e comunità scientifica al fine di **individuare risposte alle domande irrisolte delle neuroscienze**. Il primo passo nel percorso di cura è comprendere le cause dei disturbi psichiatrici e neurologici e capire come progrediscono e cosa si possa fare per prevenirle.

Nonostante gli avanzamenti nella conoscenza del cervello, sappiamo ancora poco sul suo funzionamento e sul modo in cui si sviluppano le malattie del cervello.

In decenni di intensa attività Lundbeck ha compiuto progressi enormi, ma la strada da percorrere è ancora lunga e complessa. **È una sfida immensa, ma non può essere abbandonata.**

Anzi, con il forte aumento delle malattie del cervello, è più che mai indispensabile dare priorità alla ricerca nelle neuroscienze per "fare pienamente luce" sulla complessità del cervello.

UN'AREA COMPLESSA E SFIDANTE PER LA RICERCA

Lundbeck è consapevole delle sfide e delle pressioni a cui sono sottoposti i sistemi sanitari e comprende le preoccupazioni sull'accessibilità economica dei farmaci innovativi, ma resta convinta che la loro commercializzazione crei valore per tutti gli stakeholder, dai pazienti agli investitori. In che modo? Riducendo il peso sulla società, offrendo un ritorno competitivo agli azionisti e consentendo di reinvestire nelle attività di R&D per individuare trattamenti nuovi e migliori. Anche questo significa agire in modo sostenibile.

Per il diritto alla salute del cervello

Le attività di Lundbeck sono indirizzate verso una precisa **strategia di accesso alle cure per i disturbi psichiatrici e neurologici**. Questa strategia è in linea con i quattro principi dell'OMS per il diritto alla salute: Disponibilità, Accessibilità, Accettabilità e Buona qualità. Per ciascun principio, sono stati definiti obiettivi e azioni.

Disponibilità

Lundbeck sfrutta le conoscenze specialistiche maturate in oltre 70 anni di attività per gestire l'impatto dei disturbi psichiatrici e neurologici e continuare a rendere disponibili le terapie grazie alla sua presenza globale.

Accessibilità

Lundbeck si impegna ad affrontare le barriere discriminatorie di ogni natura - fisiche, economiche e informative - per rendere più accessibili trattamenti sicuri ed efficaci per le malattie psichiatriche e neurologiche.

Accettabilità

Lundbeck lavora per migliorare l'accettabilità culturale dei disturbi del cervello, impegnandosi per aumentare la consapevolezza e ridurre lo stigma che ancora circonda queste malattie e promuove la salute psichiatrica e neurologica al pari delle altre forme di salute.

Buona Qualità

Lundbeck fornisce medicinali di alta qualità, tutela la sicurezza del paziente e contrasta la contraffazione coinvolgendo l'intera catena del valore, dalle prime fasi della ricerca allo sviluppo clinico e alla produzione, fino alla distribuzione nelle farmacie.



Perché i pazienti sono persone

Quando un qualsiasi organo si ammala, comprensione e cure sono quasi sempre immediate. Quando invece ad ammalarsi è il cervello, la persona colpita spesso si sente sola, non compresa ed emarginata.

Per Lundbeck, i pazienti sono prima di tutto persone.



Uniti contro stigma

Nel mondo, 1 persona su 8 soffre di un disturbo mentale. Un dato ancora più allarmante in Italia, dove si stima che queste patologie coinvolgano ogni anno 1 persona su 4. Nonostante questi numeri, le persone che vivono con disturbi mentali sono di frequente vittime di isolamento e pregiudizi che impattano sulla vita quotidiana, sulle opportunità sociali ed educative e sulle prospettive di lavoro. La **Giornata Mondiale della Salute Mentale** che si celebra il 10 ottobre è un'occasione di sensibilizzazione importante. Per questo, Lundbeck organizza ogni anno una **campagna globale** per dimostrare il suo impegno, contribuire a combattere lo stigma e fare la differenza.



Lo stigma che ruota intorno alle patologie neurologiche e psichiatriche influenza la comprensione e la percezione dell'importanza della salute del cervello e delle malattie associate a questo organo, con conseguenze negative sull'accesso alle cure. **Rappresenta una grande barriera alla salute della persona, che va affrontata con campagne educazionali e di sensibilizzazione.**

Per questo, Lundbeck:

- si impegna per **contrastare lo stigma** nei confronti delle persone che vivono con queste malattie, così da contribuire alla costruzione di un contesto migliore nel quale pazienti e caregiver possano vivere pienamente integrati;
- collabora con società mediche e associazioni di advocacy per **dare voce alle persone interessate** e per **educare i decisori politici sull'importanza della salute del cervello**;
- lavora al fianco dei partner in tutto il mondo per garantire che siano destinate **maggiori risorse finanziarie e umane alla salute del cervello** e ai disturbi che lo colpiscono.

SALUTE MENTALE E PREVENZIONE DEL SUICIDIO

Si stima che un individuo affetto da depressione abbia venti volte più probabilità di togliersi la vita. Lundbeck ritiene che per ridurre i casi di suicidio in tutto il mondo sia necessario diffondere la consapevolezza, **affrontando i fattori di rischio e valorizzando i fattori protettivi.** Per questo, sostiene attivamente la **Giornata Mondiale per la Prevenzione del Suicidio** e collabora con diverse realtà, tra cui l'Associazione internazionale per la prevenzione del suicidio, la Federazione mondiale per la salute mentale e l'International Association for Early Interventions on Mental Health.

02 Le patologie di cui Lundbeck si prende cura

In campo psichiatrico, le aree presidiate da sempre sono i disturbi dell'umore, in particolare la depressione maggiore, la schizofrenia ed il disturbo da uso di alcool. In ambito neurologico, il focus è sulle demenze, sui disturbi del movimento, quali la malattia di Parkinson, e più recentemente sull'emicrania.



Intervista a Carmen Mazzola Medical, Regulatory and Value Access Director

Di quali attività si occupa il Direttore Medico in Lundbeck Italia?

Lavoro in Lundbeck Italia dal 2018 e da luglio del 2022 sono a capo del dipartimento Medical, Regulatory and Value Access, che in sostanza è responsabile per la nostra azienda e per i nostri prodotti di fronte all'AIFA. Il perimetro di attività è molto ampio: va dalla value proposition dei farmaci fino all'advocacy, ossia i rapporti con le associazioni dei pazienti. Si occupa anche di tutte quelle attività necessarie affinché i farmaci possano continuare a essere commercializzati: ad esempio l'aggiornamento locale dei profili di efficacia e sicurezza, o la conformità delle comunicazioni promozionali rivolte all'esterno.

Hai alle spalle una vasta esperienza in altre case farmaceutiche: cosa ti ha motivato a entrare in Lundbeck?

Sono un medico specializzato in farmacologia e dopo un dottorato di ricerca in neurofarmacologia ho iniziato a lavorare in diverse case farmaceutiche. La mia area di competenza è sempre stata legata alle neuroscienze, dalla psichiatria alla neurologia. Pertanto, quando ho ricevuto la proposta di Lundbeck, ho pensato che per me potesse rappresentare non solo un'occasione di crescita, ma anche la sicurezza di lavorare in un campo che è la mia passione, tenuto conto che le aree di sviluppo in Lundbeck sono variegata, ma rientrano sempre nell'area del cervello.

Quali differenze hai riscontrato rispetto ad altre aziende farmaceutiche?

L'approccio scientifico di Lundbeck è molto strutturato. Il ruolo del Medical Affair nell'affiliata ha un coinvolgimento importante anche nella strategia e nel business aziendale a livello di gruppo. L'interazione è continua e bidirezionale: ho un contatto funzionale diretto con il Global Medical Affair Head, con diversi face-to-face durante l'anno, e collaboro da vicino con tutte le figure strategiche.

Altra caratteristica importante, Lundbeck Italia è un'azienda di medie dimensioni, il che permette sia una vasta progettualità sia una certa agilità operativa. Coordino un team di 13 persone, otto sul campo e cinque in sede, ciascuna responsabile di un'area geografica o di una determinata competenza specialistica. C'è poi una forte attenzione alle persone, un benessere complessivo che rende più facile il bilanciamento vita-lavoro, di particolare importanza in un ruolo di grande responsabilità. L'ambiente è mediamente giovane e la cultura danese è accogliente, semplice, diretta, senza le sovrastrutture che ho trovato altrove.

Qual è l'impatto positivo dei prodotti Lundbeck sulla salute dei pazienti?

Un indicatore importante è quello della reputation della nostra azienda, non solo tra gli stakeholder classici come la classe medica, ma anche come risonanza istituzionale. Lo vediamo, per esempio, dall'aumento della consapevolezza sulle malattie del cervello: siamo riconosciuti come uno degli attori principali che ha permesso che si parli sempre più della necessità di combattere lo stigma. Un altro parametro che valutiamo internamente è quello dei feedback dai clinici che conoscono meglio i nostri farmaci e che ci possono raccontare l'esperienza dei pazienti. Inoltre, supportiamo studi e ricerche no profit sia economicamente sia tramite la fornitura del farmaco: in meno di dieci anni circa 20 nell'area della depressione, 4 sulla schizofrenia e 2 sull'emicrania. Questo è un altro parametro di efficienza.

Verso l'esterno abbiamo la grande responsabilità, che è al contempo una grandissima opportunità, di generare conoscenza scientifica in collaborazione con gli esperti e creare consapevolezza sui bisogni e come eventualmente soddisfarli. Il farmaco è solo parte della soluzione: un'azienda che offre solo farmaci, senza pensare anche a servizi dedicati, non è competitiva. Ci vuole un approccio verso il paziente di tipo "beyond the pill", che vada quindi oltre il farmaco. Anche perché in ambito psichiatrico i trattamenti disponibili non sono molti, quindi è ancora più importante tutto ciò che un'azienda come Lundbeck, che è una delle poche specializzate in questo ambito, può offrire.

A livello di medical education, quali sono le attività principali che avete sviluppato?

Ci sono diversi percorsi di cui, come Lundbeck Italia, siamo promotori e totalmente responsabili: uno in particolare è “Restoring Brain Health”, un progetto in cui riuniamo due volte l’anno i principali esperti della neurologia, della psichiatria e della farmacologia per discutere i temi principali in ambito neuroscienza, anche clinica: ne abbiamo ricavato un documento che è quasi una sorta di agenda strategica di priorità su cui lavorare in futuro, sempre nell’ottica della salute del cervello. Poi vi è la “Star Academy”, un evento nato nel 2017 il cui comitato scientifico è composto dai principali esperti della psichiatria. Coinvolge due volte l’anno le nuove generazioni di psichiatri in gruppi di lavoro: propongono dei progetti divulgativi o editoriali, oppure di ricerca, che poi vengono selezionati e portati avanti anche al di fuori dell’Academy. Non da ultima, la “Neuroscience Academy”, nata nel 2020 con la finalità di puntare sugli specializzandi dell’ultimo anno di neurologia e psichiatria. L’obiettivo è incentivarli a lavorare in team multidisciplinari: significa prendere in carico il paziente facendo leva sulle competenze differenti, facendole coesistere in maniera virtuosa, senza vedere come invasivo l’intervento o la presenza dell’altro specialista. Ogni anno coinvolge circa 100 persone. Ha avuto grande successo, nonostante la prima edizione si sia svolta interamente online e, soprattutto, nonostante non preveda l’erogazione di crediti formativi. A riprova che l’interesse a partecipare è veramente dettato dal riconoscimento della nostra mission.

In conclusione, qual è il risultato raggiunto che ti rende più orgogliosa?

Aver contribuito da un lato a integrare sempre più la medical strategy all’interno della business strategy; dall’altro, a creare una cultura che facesse convivere due anime, medica e value access, in un dipartimento che ha responsabilità molto ampie, senza snaturare l’indole e le competenze delle persone e,



anzi, valorizzandole. Una cultura che comprende il valore della mia funzione, che va dallo sviluppo del farmaco fino alla sua disponibilità al paziente.

E la sfida più complessa?

Quello che ci proponiamo è aumentare sempre più la risonanza delle neuroscienze a livello istituzionale; far riconoscere il valore della salute del cervello come bene prezioso da preservare e che merita investimenti adeguati, per garantire uno dei principi cardine nello sviluppo della salute, l’equity dei pazienti. Anche perché il rating di successo nel nostro ambito di ricerca, a differenza di quanto accade in altri campi, ad esempio gli antitumorali, è veramente basso: mediamente, su 10 prodotti ne falliscono 9,5. Più è noto un meccanismo biologico, più è facile che nascano farmaci che funzionino, mentre il cervello è praticamente inespugnato dalla scienza: ogni giorno scopriamo qualcosa di nuovo, ma è sempre pochissimo. Ecco perché ci vuole davvero tanto coraggio per perseverare nella R&D in un’area in cui ci sono tantissimi bisogni ancora insoddisfatti e la redditività è anche scarsa. La ricerca costa molto e per quella indipendente, specialmente in Italia, non ci sono finanziamenti adeguati. Le aziende farmaceutiche sono le uniche che riescono a garantire adeguati standard di clinical practice e investimenti crescenti per generare “salute”. Dovremmo diffondere cultura anche su questo, perché non credo che venga fatto abbastanza.



03 La nostra responsabilità: rompiano il pregiudizio

L'impegno va oltre la ricerca, produzione e distribuzione di farmaci: in Lundbeck Italia lavoriamo ogni giorno affinché la salute del cervello rappresenti un diritto per tutti, ovunque. Crediamo fortemente nella responsabilità sociale d'impresa e lavoriamo da anni insieme ai nostri partner, alla comunità scientifica, ad associazioni, istituzioni, aziende e cittadini, per creare valore condiviso per le persone, la società e l'ambiente che ci circonda superando stigma e pregiudizi. Da questo impegno sono nati importanti progetti e iniziative di cui siamo orgogliosi.

Eccone alcuni:

CEOforLIFE Lundbeck Awards

- la salute parte dal cervello

Con CEOforLife abbiamo lanciato un contest per valorizzare e condividere le *best practice* messe in campo dalle aziende che si sono impegnate per tutelare e promuovere il benessere del cervello dei propri collaboratori.

La cerimonia di premiazione delle 33 aziende che si sono distinte in progetti che favoriscono il benessere, l'inclusione e il superamento del pregiudizio nei confronti di chi soffre di disturbi psichiatrici e neurologici si è tenuta il 10 ottobre 2022 a Roma presso l'università Luiss, in occasione della Giornata Mondiale della Salute Mentale.

Perché è importante promuovere il benessere psico-fisico in contesti lavorativi?

- Perché la percezione di benessere rafforza la resilienza e l'autostima, ingredienti fondamentali per la partecipazione positiva nella comunità, nella società e nella vita professionale.
- Perché le patologie psichiatriche e neurologiche incidono sull'assenza dal lavoro, sulla disabilità e sul pensionamento anticipato e, di conseguenza, sulla produttività e sul tessuto sociale.
- Perché la condizione lavorativa e l'ambiente di lavoro sono fattori determinanti per la salute del cervello: inattivi e disoccupati tra i 35-64 anni riferiscono più spesso disturbi di depressione o ansia cronica grave (10,8% e 8,9%) rispetto ai coetanei occupati (3,5%).



CEOforLIFE è la community che aggrega oltre 200 CEO e Presidenti delle più importanti aziende italiane e multinazionali impegnate sui temi della sostenibilità. L'obiettivo è valorizzare progetti e iniziative in linea con i 17 SDGs ONU e con le sei missioni del PNRR, condividendo *best practice* ed esperienze che mettono al centro delle strategie di business la ricerca di una crescita più inclusiva.

PEOPLE IN MIND Parlare è un'arte

È il concorso di arti grafiche che abbiamo lanciato nel 2019, in occasione dei 25 anni di Lundbeck Italia, invitando a esprimere cosa significhi **“avere a mente” e “mettere al centro” le persone con disturbi mentali** attraverso varie forme artistiche: disegno, pittura, fotografia digitale o brevi video.

Ogni anno pervengono circa 600 opere da tutta Italia e le finaliste diventano protagoniste di mostre itineranti o altre iniziative con l'obiettivo di contrastare lo stigma e abbattere i muri psico-sociali e relazionali ancora esistenti. Contestualmente, People in Mind intende valorizzare anche **l'impegno di chi opera quotidianamente sul territorio**, con una candidatura dedicata alle associazioni del terzo settore. Nel 2023, la IV Edizione del Concorso apre una **sezione dedicata alle scuole**, con un premio speciale per avvicinare le nuove generazioni al tema della salute mentale.

**AdoleSCIENZE Cultura e consapevolezza sulle malattie mentali negli adolescenti**

Il progetto AdoleSCIENZE nasce dal bisogno di informare, sensibilizzare e creare consapevolezza sui disturbi mentali in età adolescenziale, un fenomeno già in crescita che, dopo la pandemia, ha assunto dimensioni preoccupanti. **L'obiettivo è parlare e far parlare di malattie mentali nei giovani**, senza paura e pregiudizi, scardinando lo stigma che esiste nei confronti di queste patologie.

Per rispondere a questa necessità abbiamo deciso di utilizzare una forma espressiva e un linguaggio adatti ai ragazzi: in collaborazione con Havas Life Italia e Giffoni Innovation Hub abbiamo realizzato un **cortometraggio dal titolo “Mi vedete?”**, che racconta il vissuto di un'adolescente e della sua “convivenza” con la depressione. Per veicolare un messaggio corretto, la sceneggiatura è stata scritta avvalendosi della consulenza di un board di esperti.

Intervista a Raffaella Maderna

People & Communication Director

Dal punto di vista della tua duplice funzione in Lundbeck Italia, come interpreti il concetto di sostenibilità e quali progettualità sono state messe in campo per diffonderlo?

Il nostro impegno, anche in relazione agli obiettivi di sviluppo sostenibile, in particolare l'SDG 3 sulla salute, è portare avanti una serie di interventi e iniziative di sensibilizzazione sulla salute del cervello: solo per citare alcune, dal concorso People in Mind all'ideazione di un cortometraggio in collaborazione con il Giffoni Film Festival, per parlare ai giovani e con i giovani di salute mentale.

Il messaggio chiave che vogliamo far arrivare, oltre a quello educativo, è che non bisogna avere paura a parlare di disagio o malattia mentale. Ovviamente non parliamo né di prodotto né di medicine ma ci focalizziamo in generale sulle patologie e i relativi impatti sociali.

Abbiamo sponsorizzato un format ormai consolidato di podcast, con influencer che si espongono direttamente, invitando a non avere vergogna di parlare di salute mentale, e abbiamo sponsorizzato una rassegna di film gratuiti sui vari ambiti legati alla salute del cervello, dalla depressione, all'emicrania, alla schizofrenia, dall'identità di genere allo stalking, organizzati con dei momenti di confronto con un panel scientifico.

Tutte queste attività rientrano in una strategia a livello di gruppo?

Siamo allineati alla strategia globale che si fa portavoce di molti momenti di sensibilizzazione con l'obiettivo di fare "disease awareness" e noi portiamo avanti tante progettualità in quest'ambito di educazione e di promozione della consapevolezza.



Capitolo 05

Le persone di Lundbeck



Highlights³



> 100

Collaboratori

87%

Collaboratori che si dichiarano soddisfatti dell'ambiente lavorativo

80%

Posizioni di leadership ricoperte da donne

3. Dati del 2022 di Lundbeck Italia.

La tradizione danese di Lundbeck porta a promuovere **una cultura ispirata alla collaborazione e responsabilità.**

Che si tratti di lavoro in laboratorio o sul campo, tutte le persone di Lundbeck hanno un unico obiettivo: impegnarsi nello sviluppo di trattamenti sempre migliori, capaci di migliorare la vita delle persone affette da disturbi psichiatrici e neurologici.

Le persone sono la forza dell'azienda, rappresentano il capitale umano di energia, creatività e nella loro unicità rappresentano la diversità, fonte imprescindibile di valore.



Lundbeck è da sempre in prima linea **contro qualsiasi tipo di discriminazione**, con un focus importante sulla **parità di genere**. La garanzia di un impegno costante e la promozione di ogni iniziativa a supporto dell'eguaglianza di lavoratrici e lavoratori sono la chiave per la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo.

La politica di **Diversità, Equità e Inclusione (DE&I)** di Lundbeck ha l'obiettivo di promuovere un ambiente inclusivo, che valorizza le diversità - **#EveryBrainInTheGame** - affinché ogni persona possa essere la migliore versione di sé.





In coerenza con il nostro purpose ci impegniamo quotidianamente affinché i nostri collaboratori possano vivere e lavorare nelle migliori condizioni possibili, in un **ambiente inclusivo e attento al loro benessere fisico e psichico**, e investiamo in un'articolata **offerta formativa**, con l'obiettivo di valorizzare le competenze e le professionalità.

Per questo:

implementiamo

programmi di welfare e di wellbeing;

garantiamo

un sistema retributivo adeguato basato su equità, trasparenza e valorizzazione del merito;

sosteniamo

l'inserimento e la formazione delle persone, lo sviluppo delle loro competenze e la loro crescita professionale.

Ciascuno di noi, secondo il proprio talento e potenziale, è impegnato a raggiungere obiettivi condivisi, animato da una cultura di partecipazione.



01 Attenzione alle nostre persone



Abbiamo a cuore e in mente il benessere delle nostre persone



Welfare

Dal 2017, in accordo con le parti sociali, è stato stabilito che il premio welfare legato al raggiungimento degli obiettivi di fatturato e redditività (incrementato nel corso degli anni) possa essere convertito al 100% nei vari servizi di assistenza sanitaria, economica, educativa e sociale di cui tutti i nostri collaboratori possono usufruire.

Le **attività di Welfare** comprendono, ad esempio, un'**assicurazione sanitaria** per i collaboratori estendibile ai familiari e potenziabile con un'assicurazione sanitaria integrativa riservata ai dipendenti, la possibilità di aderire a un **fondo previdenziale**, i **rimborsi per le spese mediche e scolastiche**, i rimborsi per le spese sostenute per **l'assistenza a familiari non autosufficienti**, i rimborsi degli interessi sui **mutui** e i voucher per **attività ricreative e culturali**.

Tramite la piattaforma online dedicata, ogni persona può scegliere facilmente il pacchetto di servizi di welfare più adatto alle proprie esigenze, in base all'età o all'area geografica.

In aggiunta, riconosciamo alle nostre persone:

- **Flessibilità oraria senza timbratura** (per livelli contrattuali che non prevedono il pagamento degli straordinari)
- **Flexible work** per i collaboratori di sede
- **Giorno di ferie aggiuntivo in occasione del compleanno**
- **Omaggi aziendali** in occasione di anniversari lavorativi, matrimoni e nascite
- Premio Welfare innalzato di 200 euro (nel 2022) con i **“Buoni carburante”**
- **Innalzamento della soglia dei Fringe Benefit** a 600 euro per il 2022.



Wellbeing

Per noi il Welfare è stato un importante punto di partenza, avviato e portato avanti con lo scopo di “preoccuparci” del benessere dei nostri collaboratori. Un’ottica che però ci è apparsa ben presto superata: per questo abbiamo ritenuto necessario **integrare il semplice concetto di Welfare in una visione più ampia di Wellbeing**, che ponga attenzione globalmente al benessere fisico e psicologico delle nostre persone.

Consapevoli che non c’è salute senza salute mentale, applichiamo questo principio anche nei nostri ambienti di lavoro, promuovendo iniziative e progetti per diffondere una **cultura organizzativa inclusiva** e contribuendo così a tutelare la salute ed il **benessere della persona a 360 gradi**.

In questo senso, la nostra filosofia e il nostro mindset sono guidati non solo dall’ambito in cui operiamo, ma anche dalle nostre origini danesi: **la cultura dell’attenzione alla persona e alla sua individualità fa parte del nostro DNA**. Il progetto “**My Wellbeing**” è il nostro hub di iniziative, fisiche e virtuali, che favoriscono la creazione di un ambiente di lavoro inclusivo e sano, fornendo a ciascuna persona gli strumenti necessari per preservare e tutelare la propria salute in serenità e sicurezza, con l’opportunità di approfondire temi quali la nutrizione, le emozioni, la postura, il work-life balance, gli stili di leadership partecipativi e la comunicazione intra e intergenerazionale, in modo da diventare le migliori versioni di sé.

Abbiamo sviluppato il progetto My Wellbeing per dare senso, continuità e concretezza alla nostra **People Strategy**, con un approccio che considera lo stare bene come il risultato di un perfetto equilibrio tra salute fisica e benessere mentale.

Negli ultimi anni abbiamo lanciato le seguenti iniziative:

- **Miss Salvatempo:** un servizio di “maggiordomo aziendale” per le esigenze di lavanderia, sartoria, calzoleria e per il disbrigo di pratiche amministrative, per facilitare i tempi di vita-lavoro delle persone.
- **Mr Zero Tensioni:** un servizio di trattamenti massoterapici in ufficio che agiscono sia a livello fisico, sciogliendo le tensioni nella parte alta del corpo (spalle, schiena e collo) lasciando una sensazione generale di benessere, sia a livello mentale, migliorando i livelli energetici della persona.
- **Corsi di Guida Sicura per i collaboratori sul campo** per garantire una continua formazione in ambito salute e sicurezza.
- **Percorso di webinar** per formare e sensibilizzare le persone sulle tematiche legate alla salute mentale.



Diversity, Equity & Inclusion

Per guidare e dimostrare il nostro impegno nella politica della diversità, equità e inclusione (DE&I) ci impegniamo ogni giorno per:

- Rafforzare una **cultura inclusiva** in cui tutti i collaboratori abbiano un senso di appartenenza e pari opportunità per realizzare il proprio potenziale.
- **Sostenere la neuro-diversità nell’ambiente di lavoro** con le migliori condizioni di lavoro possibili per i nostri collaboratori che presentano variazioni nel loro profilo cognitivo.
- **Garantire una rappresentanza di genere equilibrata** a tutti i livelli focalizzandoci su quelli manageriali.





Il valore del flexible working

Una scelta diversa dallo smart working, ma decisamente più in linea con le esigenze delle nostre persone.

In Lundbeck Italia crediamo che **lavorare insieme, in presenza, produca un valore aggiunto per tutti**, perché consente di crescere grazie alle contaminazioni e collaborare in modo efficace. Riconosciamo però l'importanza di una **maggiore flessibilità in termini di tempo e organizzazione**: per questo, abbiamo deciso di abbracciare il **flexible working**, che permette di conciliare al meglio l'equilibrio vita-lavoro incrementando al contempo qualità ed efficienza. Le persone, in accordo con il proprio manager, possono individuare di volta in volta le necessità e i bisogni per cui è richiesta una maggiore flessibilità in termini di tempo ed organizzazione: in questo modo possono lavorare da remoto riuscendo così a conciliare la vita lavorativa con la propria vita privata.



PROGETTO "SENSE@WORK – DAI UN SENSO AL TUO BENESSERE!"

Occuparsi del benessere fisico e mentale dei nostri collaboratori, per noi, significa non solo investire in progetti formativi e ispirazionali, ma anche cercare di **dare un senso al benessere** riflettendo su come questo incida su ogni aspetto della quotidianità, dal modo di lavorare al tempo trascorso in famiglia ad ogni ambito della vita.

Un esempio è il progetto "Sense@Work – Dai un senso al tuo benessere!", un percorso con un focus sui cinque sensi che coinvolge i nostri collaboratori in attività ludiche e formative volte a incrementare il benessere personale e la positività.

Un appuntamento per ciascuno dei cinque sensi:

Tatto: per sperimentare i benefici dell'arteterapia

Gusto: per discutere del tema della corretta alimentazione

Olfatto: dedicato ai benefici psico-fisici di una corretta respirazione

Vista: per imparare ad allenare il proprio sguardo ad affrontare le sfide quotidiane

Udito: incentrato sull'ascolto consapevole delle proprie emozioni

“Dal preoccuparci del benessere della persona, siamo passati a occuparci delle persone spinti da un forte orientamento al people care. Abbiamo fatto da apripista nell’adozione di questo approccio: oggi più che mai, un’organizzazione aziendale non può permettere che una dimensione importante come il benessere fisico e psichico delle proprie persone sia trascurata. Da qui, l’impegno costante e continuo affinché ogni persona possa essere al proprio meglio, sempre.”

Raffaella Maderna, **People & Communication Director Lundbeck Italia**

COME È TESTIMONIATO IL NOSTRO IMPEGNO?

I risultati raggiunti nella tutela della salute delle nostre persone ci sono valsi numerosi riconoscimenti: in particolare quello di **Health Friendly Company** (Fondazione Onda, l’Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere) e quello di **Migraine Friendly Workplace**, dedicato alle aziende che si impegnano nell’assicurare un ambiente di lavoro favorevole per chi soffre di emicrania.

- **#CONCILIAMO**
- **Great Place to Work 2020-2021**
- **Best Workplace for Women**
- **Bollino HFC (Health Friendly Company) della Fondazione Onda**
- **Collaborazione con Fondazione Libellula**
- **Migraine Friendly Workplace**
- **Certificazione UNI/PdR 125:2022 - Parità di Genere**
- **Sottoscrizione di “BE MINDFUL: IL MANIFESTO PER IL BENESSERE PSICOLOGICO IN AZIENDA”**



Reward Policy

La nostra Reward Policy mira alla crescita professionale delle nostre persone attraverso un sistema retributivo che garantisce:

- **Equità e coerenza:** retribuzioni coerenti con il peso e il contributo dei ruoli;
- **Competitività:** retribuzioni allineate al mercato di riferimento;
- **Meritocrazia e selettività:** valorizzazione del merito con criteri chiari e oggettivi legati al My Performance;
- **Trasparenza:** regole e meccanismi di funzionamento espliciti verso tutti i collaboratori.

Total Reward

Effettuiamo annualmente un'analisi della situazione retributiva, con un focus specifico sul tema dell'equità interna. Lundbeck Italia applica il sistema di Total Reward che offre ai collaboratori, oltre alla retribuzione fissa e variabile descritta nella Reward Policy, investimenti in formazione e sviluppo, in work-life benefits e nell'ambiente di lavoro.

Attraverso il **Total Reward Statement (TRS)**, strumento di comunicazione online chiaro e trasparente, ciascun collaboratore ha accesso a un quadro informativo sintetico rispetto a:

- Retribuzione fissa e variabile;
- Benefit e welfare aziendale;
- Formazione erogata;
- Servizi aziendali;
- Flessibilità, work-life balance, strumenti di conciliazione.



02 Sviluppo delle nostre persone



Onboarding

Chi entra in Lundbeck Italia segue uno specifico **percorso di onboarding** mirato a farlo sentire parte della nostra organizzazione. Nel momento dell'inserimento, ogni collaboratore è affiancato attraverso il nostro programma di Welcome Training basato su **formazione scientifica, tecnica e di presentazione dell'azienda**.

Welcome Training

Partendo da una struttura ben definita, il nostro **programma di Onboarding & Induction** viene adattato e personalizzato sul ruolo e sulle esigenze di ciascun nuovo collaboratore, incentivando sin dal primo momento la collaborazione trasversale tra i diversi dipartimenti al fine di stimolare il coinvolgimento e il senso di appartenenza.



Ripartire dopo la maternità

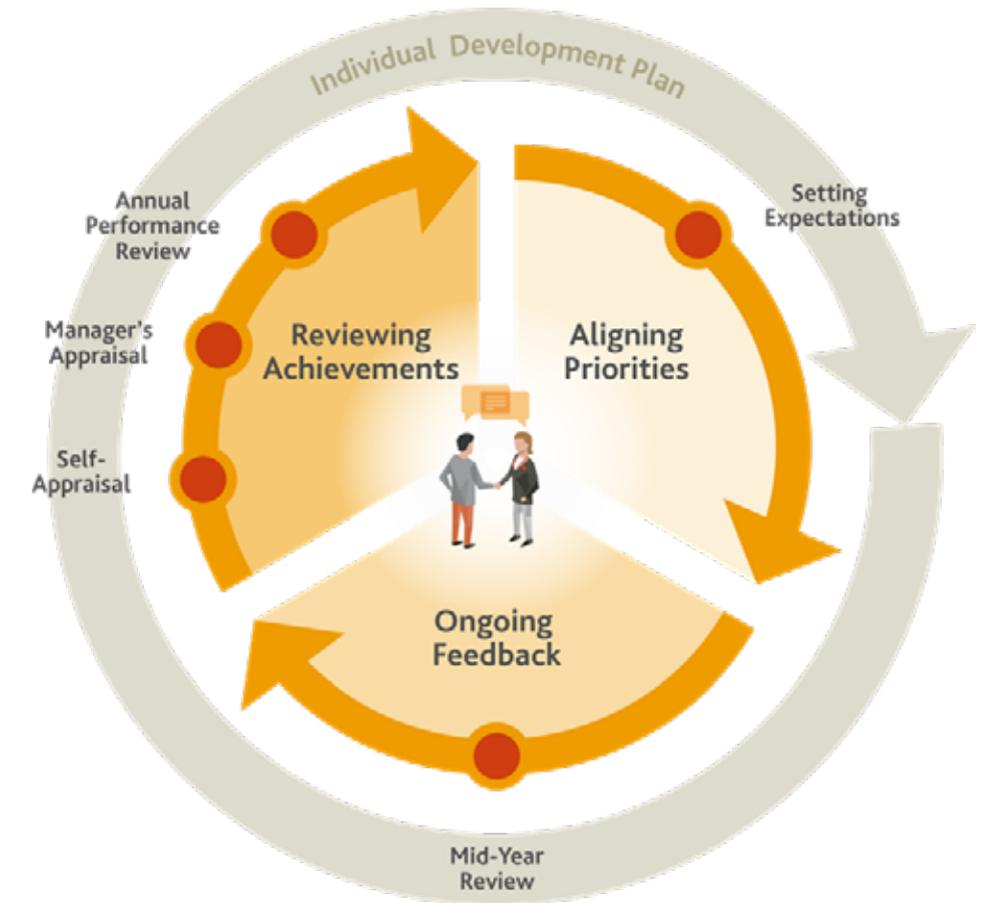
Promuovendo una cultura aziendale fondata **sull'inclusione di genere e sull'equilibrio vita-lavoro**, prevediamo un programma di Onboarding & Induction personalizzato anche per tutte le collaboratrici al rientro dalla maternità. Per garantire che il reinserimento avvenga nel migliore dei modi, le collaboratrici neomamme sono accompagnate con un processo di tutoring individuale. È inoltre previsto un momento di confronto con il manager di riferimento per verificare l'eventuale necessità di ulteriori interventi formativi a completamento del programma.



Percorsi di sviluppo e crescita

Creiamo opportunità e investiamo sul talento delle nostre persone.

In Lundbeck Italia siamo convinti che lo sviluppo continuo delle persone sia fondamentale per poter raggiungere gli obiettivi individuali e dell'organizzazione. Per questo, **offriamo percorsi interni di crescita** che valorizzano i talenti dei nostri collaboratori e **promuoviamo un ambiente di lavoro basato sull'integrazione cross funzionale**, che permetta di cambiare nel corso degli anni diversi ruoli dando la possibilità di affrontare nuove sfide e avventure professionali.



Piano Individuale di Sviluppo

Collegare lo sviluppo individuale alle nostre priorità strategiche è un passaggio cruciale: il **Piano Individuale di Sviluppo (IDP)** è un'opportunità per valutare regolarmente la crescita e i risultati dei collaboratori tenendo conto di esigenze e opportunità e, se necessario, modificando obiettivi e aspettative lungo il percorso.

Il processo si articola in tre fasi:

- Definizione dello scenario di sviluppo pertinente;
- Individuazione dei principali bisogni critici;
- Identificazione delle attività di sviluppo più rilevanti secondo il modello adottato da Lundbeck Italia, basato sul 70% di formazione on the job, sul 20% di apprendimento derivante dal confronto diretto con collaboratori o manager e sul 10% di approfondimento di conoscenze in via formale.

Feedback continuo per migliorarci sempre

In Lundbeck Italia adottiamo il modello **SBIS di feedback continuo** basato principalmente su quattro step: **Situation, Behaviour, Impact, Suggestion**:

1. Descrivere la situazione in cui si è verificato il comportamento osservato.
2. Aiutare la persona a capire esattamente il comportamento a cui ci si riferisce.
3. Condividere con la persona l'impatto che il comportamento ha avuto.
4. Spiegare alla persona quale comportamento dovrebbe essere cambiato sulla base del feedback ricevuto.

Lo strumento del feedback è parte integrante della nostra cultura aziendale ed è alla base dello sviluppo di ogni nostra persona. Rappresenta un'importante risorsa di crescita per chi lo riceve, per chi lo fornisce e per l'azienda.

Per questo motivo, ogni anno raccogliamo feedback attraverso una **"Employee Satisfaction Survey interna"**, da cui prendiamo spunto per confrontarci, raccogliendo input da tutti i collaboratori e definendo le azioni più efficaci per crescere insieme.



Lundbeck people: un'App per le nostre persone

Grazie a questa app le nostre persone hanno a disposizione una **community virtuale** che permette di essere costantemente in contatto e avere numerosi servizi a portata di un click. Lundbeck People nasce con l'idea di fornire uno strumento di comunicazione interna per **aumentare l'ingaggio delle nostre persone**: un modo veloce e coinvolgente per ricordare gli anniversari lavorativi, fare gli auguri di compleanno ai propri colleghi, scoprire e complimentarsi per i traguardi raggiunti, avere tutte le info su eventi e comunicazioni aziendali. Attraverso una delle sezioni dell'app, inoltre, è possibile effettuare il bilancio delle proprie competenze.



03 Investiamo sulle nostre persone

Sapersi adattare alla costante evoluzione del mondo farmaceutico è un fattore chiave del successo di Lundbeck Italia. Raccogliamo questa sfida e la trasformiamo in un'opportunità investendo sulla **formazione continua** delle nostre persone.

Abbiamo disegnato un percorso di sviluppo delle hard e soft skills customizzato sui bisogni e sulle necessità, che punta sia a espandere le conoscenze all'interno del proprio ruolo (upskilling), sia a sviluppare competenze che permettano di andare a ricoprire ruoli diversi (reskilling).

Ecco alcune delle nostre progettualità:

Open your Mind

Percorso focalizzato all'apprendimento delle nuove tecniche di comunicazione che si sono sviluppate negli ultimi anni. Tutti i nostri informatori scientifici sono stati coinvolti in lezioni frontali, virtual meeting ed e-learning all'interno del portale «Open Your Mind». Uno dei focus principali ha riguardato l'utilizzo della tecnica dello storytelling nella gestione delle interviste alla classe medica.

Sales Academy

Percorso incentrato sull'apprendimento e sul confronto attivo in merito a tematiche legate all'area di Sales & Communication. I focus specifici sono l'upskilling professionale e personale (coaching & feedback a supporto dei colleghi) e la qualifica di Ambassador, con l'obiettivo di trasmettere la formazione acquisita a tutti i colleghi del territorio.

Access Academy

Percorso mirato all'apprendimento di competenze relative alla gestione per account e al miglioramento di skills legate al mondo del Market Access, sempre più imprescindibili nel panorama dell'evoluzione scientifica.



Intervista a Raffaella Maderna People & Communication Director



Dal punto di vista della tua duplice funzione in Lundbeck Italia, parliamo del mondo People, l'altro versante del tuo perimetro di attività.

Siamo 124 collaboratori, con una lieve maggioranza femminile, e sei dirigenti su sette sono donne, a cominciare dal nostro Amministratore Delegato. L'età media è sui 48 anni. Puntiamo su profili giovani che possono cogliere in Lundbeck una grandissima opportunità di sviluppo e crescita, in linea con i valori, la cultura e il purpose dell'azienda.

Dal "preoccuparvi" del benessere delle persone siete passati ad "occuparvi" delle persone. Puoi chiarirci questo statement?

È stato un percorso in linea con la naturale evoluzione di Lundbeck: anche con una certa dose di coraggio, siamo stati tra le prime realtà lavorative a convertire il premio di risultato al 100% in servizi welfare, creando una cultura di politiche attive e sociali. Da lì, abbiamo cominciato a evolvere verso una concezione che vede la persona non solo nella sua dimensione lavorativa ma anche nella sua dimensione più umana, fatta di emozioni, paure e debolezze, con un focus di attenzione ai bisogni della persona, spinti da un forte orientamento al people care. Il benessere fisico e psichico delle persone è diventato un punto cardine di cui prenderci cura in egual misura, considerando anche la loro individualità e prevedendo un forte elemento di personalizzazione e differenziazione dei servizi offerti.

Il progetto My Wellbeing ha così rappresentato la naturale evoluzione delle nostre iniziative di Welfare, riunendo una serie di attività concrete per la formazione e il benessere psico-fisico dei collaboratori.

Abbiamo partecipato al bando Conciliamo ottenendo un finanziamento che ci permette di investire in diverse iniziative in tema di wellbeing, ad esempio il servizio di fisioterapia posturale in azienda, corsi di guida sicura, interventi di sensibilizzazione su diverse tematiche di benessere, richieste dai nostri colleghi.

Raccogliete feedback sul gradimento di queste iniziative?

A livello di gruppo è prevista una survey con cadenza annuale: quella del 2022 ci è servita proprio per preparare questo percorso di wellbeing e capire se le iniziative che stavamo lanciando andavano nella direzione giusta. Come Lundbeck Italia, invece, per individuare eventuali altre tematiche di interesse, abbiamo organizzato quattro Focus Group con un gruppo di persone per orientare al meglio le nostre proposte.

Quali iniziative avete in atto in tema di formazione?

Oltre alle formazioni gestite direttamente da Casa Madre, abbiamo diversi programmi di formazione su tematiche di benessere mentale, come i webinar sull'ansia, o su tematiche di salute e sicurezza, come il corso di guida sicura, molto importante perché abbiamo tanti collaboratori che per lavoro utilizzano moltissimo l'auto.

Altro ambito rilevante è la formazione in tema di Diversity & Inclusion, che vede alcuni programmi lanciati da Casa Madre, ad esempio sui pregiudizi legati alla diversità di genere o sugli stili di leadership, mentre come Lundbeck Italia, aderendo a Fondazione Libellula, partecipiamo a diversi incontri sul tema della diversità.

Un altro versante è quello della formazione dei nostri informatori scientifici, per la quale ci avvaliamo di formatori interni, che riguarda le competenze tecnico-scientifiche e anche tematiche relative alla leadership emozionale e le tecniche di comunicazione: i nuovi collaboratori ricevono diverse settimane di formazione, la cui parte fondamentale è rappresentata dalla formazione medico-scientifica.

Come dato aggregato, che tiene conto del complesso di tutti i corsi erogati, nel 2022 abbiamo consolidato 8000 ore di formazione, un dato significativamente in aumento rispetto all'anno precedente (+15%).

Obiettivi o sfide?

Abbiamo fatto tantissimo in tema di welfare, wellbeing e flessibilità lavorativa, un aspetto su cui invece dobbiamo migliorarci è sicuramente la promozione della genitorialità: abbiamo in programma una serie di webinar, tra l'altro previsti nel piano del bando Conciliamo. È un tema su cui sicuramente possiamo imparare tanto da Casa Madre, perché nei paesi nordici c'è più attenzione, è culturalmente nel loro DNA: lo vedo anche nei nostri colleghi danesi, che a fine lavoro, siano papà o siano mamme, vanno a prendere i bimbi a scuola, senza delegare o senza contare sul supporto parentale. A

differenza di quanto avviene in Italia, dove il tema è ancora visto esclusivamente come supporto alla maternità: così si ritorna in un circolo vizioso dove la donna continua a essere penalizzata ed esclusa da certi percorsi di crescita all'interno delle organizzazioni.

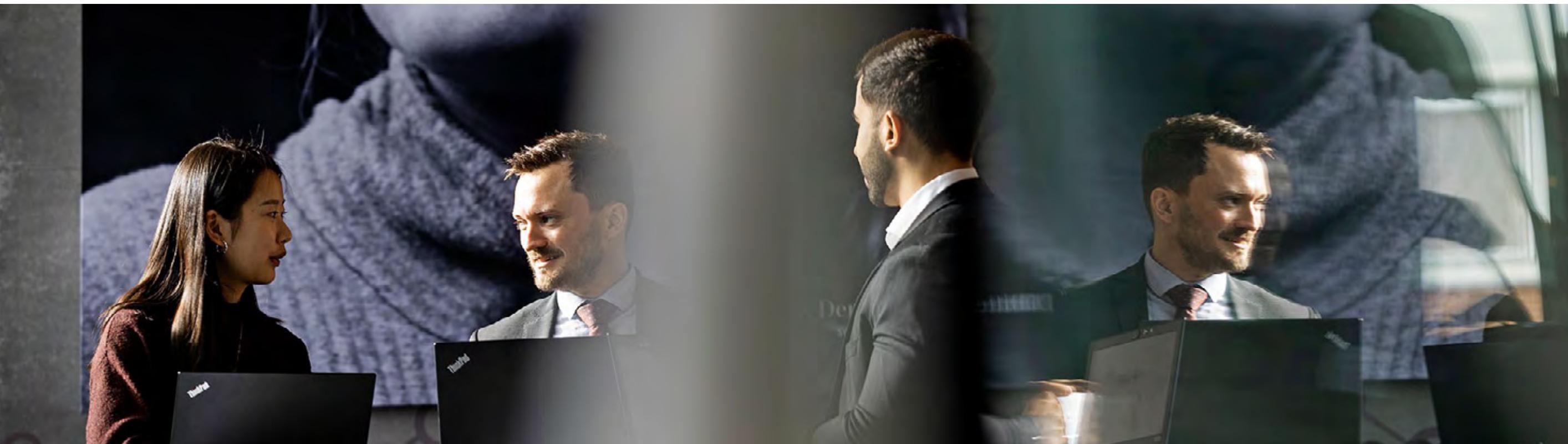
Altre iniziative in corso?

Un'iniziativa molto importante che offriamo alle nostre persone è lo sportello psicologico rivolto appunto a tutti i dipendenti: abbiamo sottoscritto un accordo con una società specializzata per cinque incontri online a persona su una piattaforma dedicata.



Capitolo 06

Comunità e Fornitori



Highlights



> 3 anni
Durata media del rapporto
con i fornitori

01 Sistema di gestione della qualità

I processi volti ad assicurare la qualità del prodotto e la sicurezza del paziente sono integrati nel Sistema di Gestione della Qualità “GxP”, dove “GP” sta per Good Practice, mentre la x è variabile a seconda dell’ambito: Laboratorio (GLP), Clinica (GCP), Farmacovigilanza (GPvP), Produzione (GMP) e Distribuzione (GDP). Le buone pratiche sono assicurate attraverso procedure, training e controlli regolari. Il Sistema di Gestione della Qualità GxP è allineato al Codice di Condotta, ai processi e agli obiettivi commerciali, nonché ai requisiti normativi nazionali e internazionali.

La fornitura di medicinali per la cura delle malattie del cervello che siano sicuri, accessibili e di qualità costituisce una **parte fondamentale dell’impatto positivo sulle comunità** che Lundbeck persegue.

Attraverso il focus sulla ricerca e sviluppo di farmaci nuovi ed efficaci vengono **supportate le comunità di pazienti**, in un settore ad alto rischio in cui molte aziende preferiscono ridurre o addirittura abbandonare le ricerche.

L’accessibilità alle cure del cervello viene perseguita attraverso il **contrasto alle barriere informative, economiche, fisiche e discriminatorie** che purtroppo ancora oggi impediscono ad ampie fasce di popolazione, soprattutto in paesi in via di sviluppo, di accedere a un adeguato trattamento. A questo tema è strettamente connesso quello dell’accettabilità culturale dei

disturbi al cervello, la quale pone significative difficoltà a pazienti e caregiver. Attraverso sforzi congiunti con gruppi di advocacy, Lundbeck è impegnata in attività di ingaggio e sensibilizzazione per abbattere lo stigma che li accompagna.

A queste attenzioni e attività deve necessariamente corrispondere un’offerta di farmaci la cui qualità venga assicurata lungo l’intera catena del valore, dalla ricerca alla distribuzione. Lundbeck integra i processi di garanzia di qualità e sicurezza del paziente all’interno del GxP Quality Management System, allineato con il Codice di Condotta di Lundbeck, gli obiettivi e i processi di business e la regolamentazione nazionale e internazionale. In GxP “GP” significa Good Practice e “x” Laboratory (GLP), Clinical (GCP), Pharmacovigilance (GPvP), Manufacturing (GMP) e Distribution (GDP). Queste buone pratiche vengono applicate attraverso procedure, formazione e attività regolari di auditing.

Attraverso questi sistemi Lundbeck gestisce i rischi collegati alla fornitura, alla sicurezza e alla qualità del prodotto, collegati ad esempio al soddisfacimento della domanda o alla eventuale presenza di difetti di carattere qualitativo o di sicurezza. Una corretta gestione delle qualità lungo l’intera catena del valore permette di minimizzare il rischio di scarsità del prodotto e la conseguente impossibilità di garantire ai pazienti l’accesso alle cure di cui necessitano.

La mitigazione di questi rischi avviene anche attraverso un sistema di farmacovigilanza robusto, la formazione sul **Codice di Condotta aziendale** alle persone di Lundbeck e il rispetto del codice EFPIA (European Federation of Pharmaceutical Industries Association).

A livello di governance, il tema della sicurezza e della qualità viene gestito dal Lundbeck Safety Board che riporta direttamente al CEO.



Intervista a Diego Roman Business Operations Manager e Cristina Munteanu Responsabile GDP e Supply Chain



Quale percorso segue il farmaco Lundbeck dal sito produttivo fino al consumatore finale?

Diego Roman:

Oltre il 50% dei farmaci che commercializziamo arrivano in Italia dal sito produttivo di Lundbeck in Danimarca e vanno nel sito di stoccaggio. Come ogni affiliata di una casa farmaceutica internazionale, sostanzialmente noi siamo dei receiver di forniture e, a nostra volta, fornitori verso il canale dei grossisti, le farmacie e gli ospedali.

Quali controlli vengono effettuati lungo la catena di distribuzione del farmaco?

Cristina Munteanu:

Il settore farmaceutico è regolato da numerose normative, tra cui le GMP e le GDP. Le prime si applicano a chi produce i farmaci; le seconde a chi li distribuisce. Entrambe hanno come fine ultimo garantire che i farmaci mantengano inalterate le caratteristiche di identità, efficacia e sicurezza fino alla consegna all'utilizzatore finale e che quindi non costituiscano un rischio per la salute del paziente. Per tutto il tempo in cui un prodotto passa di mano lungo la catena logistica il Titolare deve assicurarsi che non venga esposto a rischi e che giunga al cliente integro e ben conservato. Questo comporta verifiche al ricevimento, verifiche durante lo stoccaggio e verifiche in fase di consegna al cliente.

È bene ricordare che il consumatore finale di un prodotto farmaceutico è un paziente, spesso un malato, che assume il farmaco generalmente in una condizione di bisogno e di fragilità. Non essendo in grado di verificare la buona qualità del prodotto, fa un atto di fiducia nei confronti dell'azienda e di tutti i soggetti che fanno parte della filiera e su cui l'azienda ha l'obbligo di sorvegliare.

Si pone quindi anche un tema di etica, oltre che di rispetto delle norme.

Diego Roman:

Il settore farmaceutico è fortemente regolamentato, sia per la natura sensibile del prodotto, sia perché sono in gioco soldi pubblici e quindi l'attenzione è massima. Ci sono tutta una serie di controlli e procedure che noi del settore diamo per scontate, ma che in un'azienda "normale" sarebbero messi in gran risalto. La logistica del farmaceutico è un'eccellenza: quello che si vede dall'esterno è solo la punta dell'iceberg di un sistema integrato di una complessità affascinante. Pensiamo ad esempio ai requisiti di conservazione stringenti di certi farmaci, che vanno trasportati in una cella frigorifera: la spedizione è monitorata e tracciata dal momento in cui salgono sul primo vettore fino all'ultimo miglio.

In cosa consiste il sistema di tracking dei vostri farmaci?

Cristina Munteanu:

Quello del tracciamento delle spedizioni è un tema importante per la logistica del farmaco e ha come obiettivo garantire l'arrivo del prodotto al cliente finale con la massima puntualità e rapidità nella consegna. Il tracciamento o tracking delle spedizioni è uno strumento importante che le aziende usano per informare e assicurare il consumatore nella delicata fase che va dall'acquisto alla ricezione della merce. In Lundbeck, il trasporto dei farmaci viene effettuato tramite un partner che ci offre il servizio di tracking e monitoraggio online per tutte le nostre consegne lungo il tragitto e che ci consente di tenere traccia in

tempo reale dell'intero ciclo logistico del farmaco. Sono inoltre previste le segnalazioni per eventuali anomalie, in modo da poter risolvere in tempi celeri eventuali impedimenti incontrati. Viene garantita la perfetta integrità del farmaco e il rigido rispetto di tutte le normative vigenti grazie all'utilizzo esclusivo di moderni mezzi coibentati con impianto di refrigerazione e sistema di rilevazione e registrazione della temperatura, e di magazzini dotati di attrezzature e impianti idonei a mantenere la catena del freddo in tutte le fasi del processo, quali: presa, lavorazione, trazione e successiva distribuzione capillare. RegISTRAZIONI rilasciate da strumenti idonei e verificati con frequenza prestabilita garantiscono il rispetto delle temperature di conservazione in ogni fase della filiera.

Con il lancio del nostro nuovo farmaco, abbiamo colto la sfida e abbiamo optato per un trasporto dedicato, che nasce proprio come soluzione innovativa per il trasporto dei farmaci biologici, molto sensibili agli sbalzi termici, e che vanno trasportati tra 2 e 8 gradi.

Il punto di forza risiede nel monitoraggio in tempo reale della temperatura delle singole spedizioni, durante tutte le fasi del trasporto.

Ci sono misure di mitigazione degli impatti legati al trasporto?

Diego Roman:

Ci stiamo muovendo in un'ottica di efficientamento, non solo a fini di economicità ma anche di minore impatto ambientale: cerchiamo di aggregare i grossisti in modo che quando facciamo degli invii, invece di mandare venti camion ne mandiamo uno solo con un carico più grande, che poi viene gestito in maniera ottimale in base alla richiesta sul territorio. Questo significa ovviamente un risparmio economico, ma anche una riduzione delle emissioni legate al trasporto su gomma.

Cristina Munteanu:

La logica di ottimizzazione viene applicata per tutte le consegne in generale anche da parte dei trasportatori. Il vettore in arrivo

presso il nostro provider logistico raccoglie anche la merce di altre case farmaceutiche ed effettua una spedizione unica per il cliente; quindi, non parte con il camion vuoto o parzialmente pieno. Questo criterio di riempimento chiaramente comporta un risparmio, ma ha anche un impatto ambientale positivo.

Potete raccontarci qualche esperienza o pratica a impatto positivo?

Cristina Munteanu:

Sempre a proposito dei farmaci della catena del freddo, solitamente come packaging per il trasporto si usano sistemi passivi usa e getta (imballo in polistirolo e gel pack). Per il nostro ultimo farmaco arrivato in casa Lundbeck, come abbiamo detto prima, avendo optato per un servizio di trasporto dedicato, abbiamo investito in una nuova soluzione per il servizio di distribuzione in Cold Chain. L'allestimento avviene direttamente nella cella frigo, mentre prima avveniva fuori cella (2-8 gradi), per cui era più complicato mantenere la temperatura. Successivamente la merce viene prelevata velocemente dal vettore e trasportata senza l'utilizzo di imballi isotermici in polistirolo, e materiale refrigerante, migliorando così la sostenibilità ambientale.

Diego Roman:

Un'altra esperienza d'impatto riguarda la policy sui campioni di cui ci siamo dotati internamente. Com'è noto, ogni azienda farmaceutica dota i propri informatori scientifici di una quota di campioni che a tutti gli effetti sono dei medicinali. Quindi anche gli informatori fanno parte della catena di distribuzione del farmaco e devono seguire gli stessi protocolli di conservazione di un grossista o di un ospedale. Ci siamo posti una domanda: come far sì che questi campioni vengano conservati, ricevuti e consegnati in modo da minimizzarne la potenziale dannosità? Per avere una maggiore garanzia di conservazione appropriata, a prescindere dalle eventuali temperature estreme di alcune estati e da possibili incidenti (es. malfunzionamento del

condizionamento domestico), nonché per ridurre il consumo di energia per una conservazione e un trasporto a temperatura controllata, abbiamo deciso di sospendere non solo la consegna ma anche di ritirare i campioni in possesso degli informatori durante il periodo da giugno a settembre.

Sfide o risultati di cui andate orgogliosi?

Cristina Munteanu:

Per le motivazioni citate prima, sicuramente il lancio del nostro nuovo farmaco è stata una sfida che abbiamo colto volentieri e di cui siamo fieri. Le scelte che abbiamo fatto si sono tradotte in una migliore sostenibilità ambientale, in quanto il processo riduce drasticamente l'utilizzo di imballi di plastica. Inoltre, hanno garantito una nuova soluzione per il servizio di distribuzione in Cold Chain.

Un obiettivo che vi ponete nel breve o medio periodo?

Diego Roman:

Sicuramente un primo obiettivo concreto è quello di diminuire il numero di clienti serviti direttamente, in modo da evitare inefficienze e dispersioni nella catena della delivery, centralizzando solo sul magazzino di riferimento dei nostri clienti nell'ottica del "less is more". Sempre in tema di ottimizzazione, questa volta riferita al lavoro dei nostri informatori, continueremo a utilizzare i progressi dell'intelligenza artificiale per minimizzare gli spostamenti della nostra forza vendita nella gestione degli appuntamenti sul territorio. A livello di gruppo abbiamo ricevuto anche un premio come prima affiliata ad aver sviluppato un sistema di questo tipo.

Capitolo 07

Ambiente



Highlights



0

Bottigliette d'acqua in plastica presenti all'interno della sede di Lundbeck Italia



1

Orto aziendale

Carbon Disclosure Project

Livello A

Leadership nel 2023
nove anni dopo il nostro primo Livello A raggiunto nel 2014

Entro il 2034

-63%

Emissioni Scope 1 & 2

-40%

Emissioni Scope 3



01 L'impegno di Lundbeck per il clima

Risparmiare energia e ridurre le emissioni di CO₂ sono da tempo priorità strategiche per Lundbeck. Negli ultimi 15 anni il gruppo ha ottenuto risultati significativi, ma si impegna a raggiungere traguardi ancora più ambiziosi attraverso gli obiettivi dell'iniziativa **Science Based Targets**.

Climate strategy

Nel 2007 Lundbeck ha sviluppato la sua prima strategia per il clima, impegnandosi a **minimizzare le emissioni di CO₂** e confermando l'ambizione di essere tra i leader dell'industria farmaceutica. Alla fine del 2019 ha deciso di accelerare le sue azioni e si è unita al movimento globale "**Business Ambition for 1.5°C**" di aziende che hanno aderito agli obiettivi dell'Accordo di Parigi. In questo modo Lundbeck si è impegnata a raggiungere la **neutralità delle emissioni di carbonio entro il 2050**.

Nel 2020 Lundbeck ha aggiornato la sua Strategia di sostenibilità, accelerando il percorso fissato dalla Climate Strategy e nel 2021 i suoi obiettivi di riduzione della CO₂ hanno ricevuto l'approvazione dell'iniziativa Science Based Targets. Questi obiettivi prevedono, entro il 2034, **una riduzione del 63% delle emissioni derivanti dalla produzione e dalla flotta aziendale** (Scope 1 e 2) e **una riduzione delle emissioni legate alla catena del valore** (Scope 3) **del 40%** rispetto alla baseline del 2019.





I risultati di Lundbeck

Nel 2022, per l'ottavo anno consecutivo, Lundbeck ha raggiunto la Climate Disclosure Project (CDP) Leadership, che valuta le organizzazioni rispetto al rischio del cambiamento climatico, **ottenendo il livello "A"**, e si è collocata tra **l'1,5% delle aziende con il punteggio più alto a livello globale**.

A partire dal 2022, ha ridotto di oltre l'80% rispetto al 2006 le emissioni dai suoi siti: in particolare, ha conseguito risultati eccellenti nelle sue emissioni dirette (Scope 1) e nell'acquisto di elettricità e calore (Scope 2). Nel 2022, rispetto alla baseline del 2019, la riduzione è stata del 29%.

Una parte importante di questi risultati è dovuta all'ottimizzazione di edifici e impianti esistenti e agli investimenti in nuove macchine e impianti a basso consumo energetico.

Parallelamente, ha accelerato la transizione verso le **energie rinnovabili** nelle sue strutture di produzione e nella sede centrale. Da gennaio 2022, il nuovo parco solare costruito con il fornitore di energia Better Energy assicura il 100% dei suoi consumi di elettricità in Danimarca.

Tuttavia, circa l'80% delle sue emissioni di CO₂ totali proviene dalla sua catena del valore (Scope 3), che va dall'approvvigionamento di beni e servizi alla distribuzione dei suoi prodotti ai pazienti, inclusi gli spostamenti dei suoi collaboratori e il trattamento dei rifiuti.

Rispetto agli anni precedenti, **le emissioni di Scope 3 sono diminuite** in parte grazie alla nuova politica globale sui viaggi, ma anche alla riduzione delle emissioni legate al trasporto e alla distribuzione.

Gli attuali obiettivi, in termini di emissioni di CO₂, sono i seguenti:

- **avere emissioni nette pari a zero entro il 2050;**
- **ridurre ulteriormente le emissioni dalla produzione e dalla flotta in modo drastico**, di circa due terzi, entro il 2034;
- **collaborare con i fornitori e clienti per ridurre la sua impronta di carbonio al di fuori della sede del 40% entro il 2034.**

Viaggiare in modo responsabile

A dicembre 2021, Lundbeck ha approvato una **politica sui viaggi globale** valida anche per tutte le sue affiliate. La nuova politica stabilisce i principi chiave per i viaggi d'affari tenendo in considerazione l'impegno per il clima. La politica viene attuata promuovendo la consapevolezza dei dipendenti, fissando obiettivi per tutti gli Executive Vice President, monitorando le emissioni e ponendo in atto controlli efficaci.

02 L'impegno di Lundbeck Italia per la sostenibilità ambientale

In linea con la strategia climatica prevista a livello di gruppo, ci impegniamo quotidianamente adottando le seguenti misure:

- **Car Policy** per la gestione delle auto aziendali secondo criteri di efficienza e sicurezza, con un'attenzione particolare agli effetti ambientali attraverso il contenimento delle emissioni di CO₂. È possibile scegliere tra i modelli ibridi (full Hybrid o plug-in) o full electric, qualora possibile, a seconda dei chilometri di percorrenza.
- **Campagna di riduzione dell'utilizzo della carta:** dall'utilizzo di strumentazione eco friendly alla digitalizzazione quasi totale dei documenti attraverso archivi elettronici (workspaces, dischi di rete personali e condivisi) e all'utilizzo di materiale promozionale stampato esclusivamente su carta riciclata, quando non è possibile l'utilizzo del formato digitale.
- **Gestione responsabile del consumo energetico:** i nostri uffici di sede sono dotati di un impianto di illuminazione intelligente e di ultima generazione, che sfrutta la tecnologia HCL (Human Centric Lighting). Attraverso opportuni sensori, in base agli orari del giorno, alla presenza nelle aree di lavoro e all'intensità del ciclo naturale della luce solare, l'impianto propone la miglior soluzione luminosa possibile nel rispetto delle normative vigenti e nel rispetto del benessere dei collaboratori.

- **Partner di ThinkAbout e partecipazione al progetto NO.W!** attraverso un ciclo virtuoso, che coinvolge direttamente le aziende associate e i dipendenti, attraverso la piattaforma NO.W. i produttori di cibo ogni settimana mettono in vendita a prezzi calmierati alimenti condannati allo spreco. In questo modo si combina la lotta allo spreco e la sostenibilità.
- **Orto aziendale**, che stagionalmente ci offre prodotti a chilometro zero.
- **Riduzione delle bottiglie di plastica**, con l'utilizzo di un sistema di filtraggio dell'acqua negli uffici di sede e la fornitura di una borraccia a tutti i collaboratori, anche sul territorio.



Intervista ad Alberto Paolo Manzoni ICT & Facility Manager



Rispetto alla strategia definita a livello di gruppo, quali ulteriori azioni avete portato avanti in tema di impatto ambientale?

Come Lundbeck Italia ci siamo impegnati in una serie di iniziative a partire dal 2017, quando abbiamo cambiato sede. Prima, i nostri uffici erano ubicati in un edificio storico di via della Moscova soggetto a diversi vincoli. Da lì siamo passati a una realtà completamente diversa, una villetta su tre livelli ristrutturata a uso uffici con l'obiettivo di creare una sede adeguata al nostro concetto di "Lundbeck family". È un edificio certificato LEED, con spazi per il relax e aree attrezzate "a verde". Questo ci ha consentito di realizzare importanti risultati sia sulle politiche di risparmio energetico sia sulla qualità della vita delle nostre persone.

Come prima cosa, abbiamo investito moltissimo a livello IT: ad esempio siamo passati dai classici server impilati a server virtuali, più performanti; con il progetto "One device" i nostri informatori hanno abbandonato il pc a favore del tablet, che oltre a generare minori consumi è più leggero, versatile e dinamico. A livello di facility, oltre a intervenire sui sistemi elettrici, abbiamo migliorato la performance dell'impianto di illuminazione, installando un sistema a ciclo circadiano con led di ultimissima generazione e sensori di movimento sulle scrivanie, in modo che la luce si attivi solo in caso di presenza di una persona. Prima solo nel piano degli uffici, poi anche nelle sale riunioni.

È stata una grossa innovazione sia a livello di beneficio per la persona che lavora sia a livello di consumi elettrici.

Avete adottato altre misure di abbattimento dei consumi o politiche di acquisti sostenibili?

Quando abbiamo cambiato sede abbiamo scelto di ridurre drasticamente i consumi per forzare il passaggio alla dematerializzazione. All'inizio, a dire il vero, è stato un po' traumatico perché nella vecchia sede avevamo i classici arredi da ufficio, con cassettiere e stampanti un po' ovunque. Poi le persone si sono abituate a utilizzare le scansioni e ad archiviare in digitale. Ha funzionato tantissimo, perché adesso usiamo pochissima carta e solo riciclata. Acquistiamo al massimo 25 risme ogni sei mesi.

Avete una policy sulla plastica?

Siamo plastic free dal 2017, anno in cui abbiamo installato torrette di distribuzione dell'acqua collegate alla rete idrica comunale per azzerare il consumo di bottigliette. Per eliminare anche i bicchieri di plastica abbiamo introdotto l'uso delle caraffe con bicchieri di carta compostabili e biodegradabili e diamo a tutti i nostri collaboratori delle borracce. Ci siamo trovati benissimo, tant'è che lo step successivo è stato quello di adottare la stessa policy anche per il caffè usando cialde compostabili al 100%.

Qual è il risultato di cui vai più orgoglioso?

L'attività più sfidante negli ultimi due anni è stata la risistemazione delle aree esterne: l'effetto visivo è molto gradevole, non solo per l'aspetto estetico, ma anche per la sensazione di rilassamento che procura. Un'altra iniziativa per migliorare il benessere delle nostre persone è l'orto aziendale, un'altra idea del nostro AD. Abbiamo due terrazze, di cui una completamente dedicata all'orto.

Capitolo 08

Conclusioni



01 Le nostre raccomandazioni ai governi e agli stakeholder



Nel contesto del crescente riconoscimento dell'importanza della salute del cervello e della consapevolezza dei problemi legati ad essa, è fondamentale adottare misure concrete per affrontare le sfide che questo ambito presenta per la comunità di cui facciamo parte. In questo contesto, ci appelliamo a una serie di azioni mirate che riteniamo possano promuovere una maggiore consapevolezza su questo tema e la riduzione delle disuguaglianze in questo settore. Solo attraverso un impegno collettivo possiamo affrontare le sfide che questa importante dimensione della salute umana presenta. Lavorando insieme per implementare queste richieste, possiamo colmare il divario nella consapevolezza e nell'accesso alle cure e lavorare verso un mondo in cui la salute del cervello sia valorizzata e promossa in egual misura rispetto alla salute fisica.

A tal fine raccomandiamo:

- **di investire e dare priorità alla promozione della salute del cervello sradicando lo stigma** attraverso campagne di sensibilizzazione;
- **di accelerare gli sforzi per raggiungere gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite (SDGs)**, con particolare attenzione al SDG 3, al fine di mitigare i fattori socio-economici che influenzano la salute del cervello;
- **di aumentare gli investimenti nell'assistenza alla salute del cervello** per rafforzare i sistemi sanitari;
- **di raggiungere la parità di cura tra malattie fisiche e malattie del cervello**, soprattutto considerando l'elevato onere socio-economico ad esse associato;
- **di aumentare gli investimenti nella ricerca sulle neuroscienze e sulle malattie del cervello** per migliorare la comprensione delle patologie psichiatriche e neurologiche.