



DANONE
ONE PLANET. ONE HEALTH

RELAZIONE DI IMPATTO

Danone Nutricia SpA

marzo 2022

“Il valore di un’azienda si misura nel tempo attraverso il miglioramento concreto che riesce a generare nel benessere economico e sociale della comunità. Credo che questo fantastico percorso riesca a creare una circolarità virtuosa favorendo il bene collettivo e dando al tempo stesso maggiore solidità e stabilità all’azienda.”

Fabrizio Gavelli

Presidente e Amministratore Delegato Danone Company Italia e Grecia

Indice

Indice

1. Chi siamo
 2. Cosa sono le Società Benefit
 3. Le finalità di beneficio comune di Danone Nutricia
 - 3.1 La prima finalità specifica di beneficio comune:
Risultati 2020
Impegni 2021
 - 3.2 La seconda finalità specifica di beneficio comune:
Risultati 2020
Impegni 2021
 - 3.3 La terza finalità specifica di beneficio comune:
Risultati 2020
Impegni 2021
 4. Responsabilità, sostenibilità, trasparenza
 5. Conclusioni
-

1. Chi siamo

In Danone crediamo fermamente che la salute delle persone e del pianeta siano interconnesse, e il nostro obiettivo è quello di ispirare scelte alimentari e di consumo più sane e sostenibili per tutti, compresi quelli con esigenze nutrizionali specifiche.

Attraverso i nostri marchi specializzati nella nutrizione e un'ampia gamma di programmi e servizi di supporto, lavoriamo per soddisfare le esigenze nutrizionali specifiche delle persone per tutta la vita, in modo da avere un impatto positivo sulla salute delle comunità locali e contribuire a preservare il pianeta per le generazioni future.

Ci concentriamo sulla nutrizione specializzata per:

Crescita e sviluppo sani nei primi anni di vita: Ciò che mangiamo e beviamo da bambini influenza la nostra salute per tutta la vita e può influenzare le nostre preferenze alimentari più avanti negli anni. Sappiamo che il latte materno è la migliore fonte di nutrizione con molti benefici a breve e lungo termine sia per i bambini che per le madri. Tuttavia, alcune donne che non possono o non scelgono di allattare al seno hanno bisogno di opzioni sicure e sane per i loro bambini. Il nostro portafoglio di prodotti di latte artificiale si basa su anni di ricerca scientifica e innovazione ed è progettato per soddisfare le esigenze nutrizionali dei bambini nei primi anni di vita.

Condizioni di salute nei primi anni di vita: A volte è necessaria un'alimentazione medica altamente specializzata nei primi anni di vita. Se i bambini nascono prematuri o viene loro diagnosticata un'allergia al latte vaccino, la normale alimentazione infantile può non essere sufficiente a sostenere la loro crescita. Per gestire la loro condizione e alleviare i sintomi, questi bambini hanno bisogno di un'alimentazione medica appositamente formulata. Ad alcuni neonati e bambini piccoli viene diagnosticato un rallentamento della crescita come risultato di una condizione medica sottostante o non possono mangiare e bere normalmente e hanno bisogno di prodotti di nutrizione medica che forniscano un equilibrio di energia, proteine, vitamine e minerali per aiutarli a crescere e prosperare.

Nutrizione in tempi di malattia: In età adulta, una nutrizione adattata può sostenere il recupero dalle malattie e affrontare la malnutrizione che può svilupparsi a causa della malattia. Le persone che hanno subito un ictus o che stanno lottando contro malattie come il cancro possono avere difficoltà a soddisfare i loro bisogni nutrizionali attraverso il solo cibo normale. Questo significa che hanno bisogno di una nutrizione specifica, in

formati specializzati. In questi scenari, la nutrizione medica può supportare migliori risultati clinici e fornire cibo e bevande adeguate alle specifiche esigenze nutrizionali dei pazienti.

La nutrizione quando si invecchia: Con l'avanzare dell'età, tutti vogliamo continuare a fare le cose che ci piacciono di più, ma invecchiando diventiamo più vulnerabili alla malnutrizione a causa di una malattia o condizione sottostante. Infatti, ben una persona anziana su tre che vive in case di cura è a rischio di malnutrizione [1]. Se non diagnosticata, la malnutrizione può portare alla perdita dei muscoli e alla fragilità fisica, rendendo gli anziani più vulnerabili alle cadute e alle fratture. La giusta cura nutrizionale al momento giusto può aiutare gli anziani a mantenere la loro mobilità e indipendenza, permettendo loro di invecchiare in buona salute.

La nostra gamma di prodotti per la nutrizione medica è specificamente adattata in formati che affrontano le difficoltà alimentari e di consumo che una persona anziana può incontrare, il che può metterla a rischio di malnutrizione.

2. Siamo una Società Benefit

La Società Benefit, introdotta in Italia nel gennaio 2016, primo Paese al mondo al di fuori degli Stati Uniti, identifica le aziende a duplice finalità. Nel perseguire la propria strategia di business, oltre al profitto, perseguono specifiche finalità di beneficio comune, con l'obiettivo di generare valore per la comunità, il territorio e tutti i portatori di interesse in maniera responsabile, sostenibile e trasparente.

Per questo motivo sono espressione di un paradigma più evoluto dell'impresa permettendo di coniugare redditività con sostenibilità.

Le Società Benefit (in forma abbreviata SB) hanno due caratteristiche fondamentali:

1. esplicitano l'attenzione verso tutti i portatori di interesse, sia shareholder che stakeholder, all'interno del proprio statuto all'oggetto sociale;
2. misurano i propri risultati in termini di impatto positivo sulla società e sull'ambiente con la stessa completezza e con lo stesso rigore adottato per i risultati di tipo economico e finanziario.

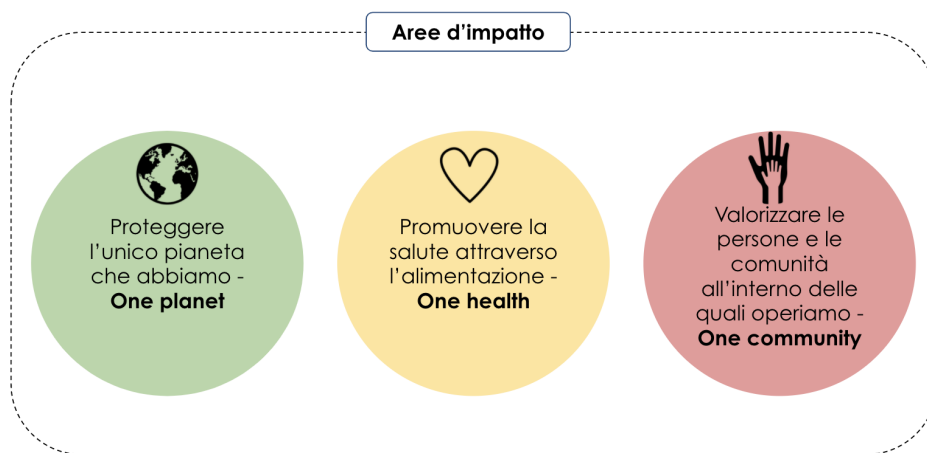
Il protocollo di misurazione scelto da Nutricia è il Benefit Impact Assessment (<http://bimpactassessment.net/>). La misura dell'impatto si traduce in un numero su una scala di valori da 0 a 200 punti che viene validato dall'ente certificatore B Lab.

Le Società Benefit sono tenute a redigere ogni anno una relazione d'impatto che delinea i progressi rispetto agli obiettivi specifici inclusi nello statuto e comunichi i target per il nuovo anno. Questo documento costituisce la nostra prima relazione di impatto in cui racconteremo le attività e i progressi avvenuti nel 2020 e presenteremo gli impegni per il 2021 per il raggiungimento di ciascuna delle finalità specifiche di beneficio comune esplicitate nel nostro statuto.

3. Le finalità di beneficio comune di Danone Nutricia

Il nostro nuovo statuto esplicita le finalità specifiche di beneficio comune che Danone Nutricia intende perseguire nell'esercizio della propria attività d'impresa, attraverso lo svolgimento di azioni il cui obiettivo è quello di generare un misurabile impatto positivo su società e ambiente e di creare le premesse per il mantenimento di risultati economici soddisfacenti.

Le tre aree di impatto selezionate sono le seguenti:



In particolare, lo statuto declina queste aree di impatto nelle seguenti finalità di beneficio comune:

In qualità di Società Benefit, la società intende perseguire una o più finalità di beneficio comune e operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse [...] La società ha altresì per oggetto le seguenti specifiche finalità di beneficio comune:

1. PROTEGGERE L'UNICO PIANETA CHE ABBIAMO - ONE PLANET

La ricerca sistematica e l'implementazione di soluzioni che rigenerano l'ambiente con l'obiettivo di ridurre la produzione di sostanze inquinanti e gas climalteranti e promuovere l'utilizzo responsabile delle risorse. In particolare, l'impegno continuo nella riduzione dell'impatto ambientale delle nostre attività anche attraverso l'attenzione all'intero ciclo di vita del prodotto.

2. **PROMUOVERE LA SALUTE ATTRAVERSO L'ALIMENTAZIONE - ONE HEALTH**

La ricerca, lo sviluppo e la promozione di prodotti che migliorino la crescita, gli esiti clinici e la salute, attraverso nuove soluzioni in termini di gusto, contenuto nutrizionale ed accessibilità economica. Tali prodotti adatti a diverse esigenze e momenti della vita, dall'età pediatrica a quella adulta, privilegiano, con l'aiuto delle conoscenze scientifiche, la scelta di ingredienti naturali e ricette semplici. L'impegno verso la collettività nel creare solidi rapporti tra l'azienda, le istituzioni, la comunità scientifica, i pazienti e le famiglie, con l'obiettivo di facilitare l'accesso a una corretta alimentazione come strumento di salute, benessere e cura della persona.

3. **VALORIZZARE LE PERSONE E LE COMUNITA' ALL'INTERNO DELLE QUALI OPERIAMO - ONE COMMUNITY**

L'impegno, non solo all'interno dell'azienda ma verso l'intera società, nel creare comunità inclusive in grado di valorizzare la diversità in tutte le sue sfaccettature e basate su valori, azioni e scelte che esaltino le qualità uniche di ciascun individuo. In particolare, il sostegno e la promozione della genitorialità come evento di rivoluzione individuale da valorizzare in termini di crescita sia personale sia professionale. Altresì, l'impegno a diffondere le buone pratiche di tutela della centralità delle famiglie e della promozione dell'inclusività, coinvolgendo quanti più stakeholders possibili e proponendo il lavoro svolto all'interno dell'azienda come esempio per la creazione di una comunità attenta e responsabile.

3.1 La prima finalità specifica di beneficio comune:

PROTEGGERE L'UNICO PIANETA CHE ABBIAMO - ONE PLANET

La ricerca sistematica e l'implementazione di soluzioni che rigenerano l'ambiente con l'obiettivo di ridurre la produzione di sostanze inquinanti e gas climalteranti e promuovere l'utilizzo responsabile delle risorse. In particolare, l'impegno continuo nella riduzione dell'impatto ambientale delle nostre attività anche attraverso l'attenzione all'intero ciclo di vita del prodotto.

Area di Impatto	KPI	RISULTATI 2020	IMPEGNI 2021	RISULTATI 2021	IMPEGNI 2022
Utilizzo responsabile delle risorse	kWh energia risparmiata rispetto anno precedente*	139.599 kWh (-20,6%)	Mantenimento di un trend di riduzione	Riduzione non valutabile per introduzione del contatore di proprietà a partire da Marzo 2021, con modifica del perimetro analizzato. Consumi elettrici 2021: 184928 kWh.	Avvio del monitoraggio con nuovo perimetro e conseguente percorso di riduzione
	kWh energia rinnovabile sul totale*	100% del totale consumato nell'anno (pari a 678.940 kWh)	Mantenimento di un trend di riduzione	L'azienda prosegue nell'acquisto dei Certificati di Origine per garantire la provenienza da fonti rinnovabili per il 100% dell'energia utilizzata nell'anno.	Mantenimento dell'acquisto di energia da fonti rinnovabili
	% rifiuti riciclati sul totale*	53,5%	Mantenimento di un trend di riduzione	64,68%	Mantenimento di un trend di riduzione
	litri d'acqua risparmiati rispetto anno precedente*	2086,45 l (-36,3%)	Mantenimento di un trend di riduzione	2086,45 l (dato costante)	Mantenimento di un trend di riduzione
	Riduzione emissioni CO2 (Scope 1,2,3)	29.596 Ton CO2 eq. (-19%)	-3% rispetto al 2020	Scope 1 e 2: NA, causa modifica contatore e perimetro, in fase di aggiornamento. Scope 3 TonCO2e	In via di definizione obiettivi legati a Zero3 ("zero al cubo")

				+16% rispetto 2020**	
	Riduzione emissioni CO2 riferite alla flotta aziendale	non tracciato	riduzione del 5% di emissioni di CO2 rispetto al 2019 (dati con margine incertezza su anno 2020 causa emergenza Covid-19)	riduzione di 1163 tCO2e	Mantenimento della riduzione del 5% di emissioni di CO2e rispetto al 2019
Packaging	% di packaging in materiale riciclabile (e.g. carta, vetro, plastica etc.)	79% di materiale riciclabile	Mantenimento del 79% di materiale riciclabile	79% di materiale riciclabile confermato da R&I Pack centrale	Mantenimento del 79% di materiale riciclabile
	% di packaging in materiale con caratteristiche di sostenibilità	98% della carta è FSC	100% carta FSC	dato disponibile a maggio 2022	Mantenimento baseline 2020
	% di packaging con indicazioni per la raccolta differenziata	100% della linea Viaggio d'Italia	100% dei prodotti specifici per l'infanzia	100% per tutti i prodotti Danone Nutricia	Mantenimento
Biodiversità	Linee biologiche	47 referenze	Non sono previsti nuovi lanci nel 2021, ma si lavorerà per incrementare i volumi del portafoglio attuale.	47 referenze	Razionalizzazione dell'offerta al fine di promuovere le referenze più performanti
Riduzione dello spreco alimentare	Progetto Zero Food Waste	-34% ton di food waste rispetto al 2019 corrispondenti a -60% delle emissioni di CO2 relative	- 3% rispetto al 2020	-50% rispetto al 2020	In via di definizione obiettivi legati a Zero3 ("zero al cubo")
		1.717 kWh generati attraverso il progetto CAP	100% scarti di prodotto inviati in smaltimento per generare Biogas	5% generazione Biogas con CAP 95% generazione Biogas con N1	E' prevista la sospensione di CAP per motivi tecnici per tutto il 2022. Il progetto sarà ripreso nel 2023 definendo i relativi obiettivi
		130 ton di prodotti con data di scadenza corta per la commercializzazione donati a Banco Alimentare	100% prodotto con data di scadenza corta per la commercializzazione donato	100% dei prodotti in data corta sono stati donati	In via di definizione obiettivi legati a Zero3 ("zero al cubo")

Compensazione CO2	# alberi piantumati Progetto "Più alberi per più bambini"	circa 9.000 alberi piantati	2.000 alberi piantati	2.000 alberi piantati	2.000 alberi piantati
	Crediti da progetti internazionali (Biomasse Thailandia)	2.450 tonnellate di CO2 eq. assorbite	Il dato sarà definito sulla base del progetto a cui si farà adesione	Acquistati crediti per compensare 8.089 tons di CO2 eq	Acquisizione crediti per compensazione totale della CO2
	Ton CO2 compensate	9.077 tonnellate di CO2 eq. assorbite	8.679 tons di CO2 eq.	8.089 tons di CO2 eq.	Mantenimento

** I dati relativi a consumi di energia, acqua e produzione di rifiuti sono stati riportati in formato aggregato rispetto al building di riferimento occupato dalle 3 aziende: Danone Spa e Danone Nutricia Spa.*

*** Riferimento Mellin e Nutricia*

- **Utilizzo responsabile delle risorse**

La visione del Gruppo Danone "One Planet. One Health" parte dalla convinzione che la salute delle persone e la salute del pianeta siano tra loro interconnesse. L'impegno verso il Pianeta si traduce per l'azienda nell'**utilizzo responsabile delle risorse**, nella continua ricerca per **ridurre le emissioni di CO2** e nel continuo impegno **contro lo spreco alimentare**.

Le aree chiave lungo cui si articola questo impegno sono: la riduzione dei consumi di energia, di acqua e dei rifiuti presso la sede di Danone SpA, la riduzione delle emissioni di CO2e, la riduzione dello spreco alimentare.

ENERGIA

Nel corso del 2020 è stato avviato il passaggio dell'intestazione del contatore elettrico - intestato precedentemente ai proprietari dell'edificio - all'azienda, per avere una più diretta gestione dei consumi. Il passaggio è avvenuto nei primi mesi del 2021 e ha permesso una visione più autonoma degli impatti generati. Tuttavia il monitoraggio del 2021 deve essere contestualizzato nel particolare momento di operatività vissuto dall'azienda: l'introduzione del contatore autonomo ed il nuovo fornitore energetico a partire da Marzo, e l'evoluzione dei modelli di lavoro, a seguito dall'epidemia di Covid-19, che ha infatti visto una progressiva ripresa delle attività in presenza accanto al proseguo della modalità smartworking. Entrambi gli aspetti hanno inciso sul monitoraggio dei consumi e degli impatti generati dalla sede.

Per i nostri uffici continua l'approvvigionamento di energia da fonti rinnovabili con garanzie d'origine e sono in parallelo attivi studi di fattibilità e periodici interventi di efficientamento dei sistemi utilizzati che permetteranno di proseguire in una direzione di riduzione degli impatti generati.

ACQUA

L'utilizzo di acqua negli edifici è limitato unicamente ai servizi igienici. Tutti gli impianti della struttura adottano soluzioni in materia di riduzione dei consumi idrici - come ad esempio erogatori a basso flusso - che permettono di minimizzare gli impatti generati.

RIFIUTI

Gli edifici presentano aree per la raccolta differenziata che viene effettuata nel pieno rispetto delle normative comunali. Prosegue la sensibilizzazione verso la riduzione dell'utilizzo di plastica da parte dei dipendenti (borracce e vending machine con acqua in lattina). Anche nel 2021 è proseguito il progetto *Plastic Free* promosso anche attraverso l'iniziativa lanciata a fine 2019 che prevedeva la consegna di una borraccia ad ogni collaboratore. Il progetto si pone l'obiettivo di creare una maggiore sensibilità rispetto al tema dello spreco della risorsa e all'utilizzo massivo di bottiglie di plastica. È in corso un'analisi sui consumi evitati di plastica ed i relativi risparmi in termini di impatto ambientale.

Obiettivi 2022

Nel corso del 2022 proseguirà l'approvvigionamento da fonti energetiche rinnovabili e la promozione/sensibilizzazione di tutti e tutte i dipendenti per adottare abitudini di consumo delle risorse più sostenibili sia negli uffici Danone che nello smartworking e vita privata.

- **Emissioni e riduzione dello spreco alimentare**

La riduzione delle emissioni di CO2 Scope 3 è avvenuta grazie all'intervento su più fronti.

L'aumento del trasporto su rotaia rispetto al trasporto su gomma è una delle attività su cui l'azienda si è concentrata negli ultimi 5 anni. Nel 2021 è stato raggiunto l'obiettivo di avere almeno il 23% dei trasporti via treno dalla fabbrica di Opole aggiornato al 25% per il 2022.

Inoltre, minori emissioni ma soprattutto meno sprechi alimentari sono avvenuti grazie a diversi programmi in partnership come ad esempio le donazioni al Banco Alimentare ed altri enti di beneficenza e, quando i prodotti risultano scaduti, vengono destinati ad essere trasformati biogas grazie alla collaborazione con la società CAP.

Proseguono le attività di riprogettazione di packaging di prodotto con informazioni puntuali per la raccolta differenziata e l'attenzione dedicata a promuovere l'incremento dei volumi delle referenze biologiche.

In merito al tema della compensazione, con il progetto "*Più alberi per più bambini*" nel 2021 sono stati piantati 2.000 nuovi alberi in Italia. In più, grazie all'acquisto di crediti di CO2 derivanti da progetti internazionali, in particolare il *Progetto Biomasse* in Thailandia, sono state compensate anche 8.679 tons di CO2 eq.*. Il tutto ci ha permesso di coprire il 100% delle emissioni packaging relative ai prodotti specifici per l'infanzia (rif. Mellin). Il progetto proseguirà in continuità con quanto fatto sino ad ora anche nel 2022.

**Tonnellate di anidride carbonica equivalente (1 credito di carbonio corrisponde ad una tonnellata di CO2 assorbita)*

LA FLOTTA DI AUTO AZIENDALE

Il Gruppo Danone ha come obiettivo la riduzione delle emissioni di CO2e (anidride carbonica) del 30% entro il 2030. Per raggiungere questo obiettivo con focus nell'area della mobilità, e in particolare per quanto riguarda le emissioni della flotta aziendale, nel 2020 era stata elaborata una *Car Policy* che incorpora l'impegno dell'azienda in linea con la visione "One Planet, One Health" e con gli obiettivi di beneficio comune. Per promuovere comportamenti più sostenibili, oltre a proporre scelte di mezzi di trasporto alternativi, la policy esplicita suggerimenti per uno stile di guida che riduce il consumo di carburanti e quindi delle emissioni di CO2e. In continuità con questo approccio, nel 2021 è stato sviluppato un **sistema di monitoraggio dei consumi** di

carburanti delle auto di proprietà (o leasing) di Danone (dipendenti, commerciali, ecc) e delle relative emissioni volto a definire progetti di riduzione dei consumi (e/o delle emissioni) e valutazione di azioni di compensazione delle emissioni di CO₂e associate.

Obiettivi 2022

- Incrementare la quota di auto elettriche o ibride plug-in nel parco auto aziendale (sia di proprietà che in leasing)
- Promuovere la partecipazione dei dipendenti a corsi di guida sicura e ecosostenibile
- Valutare azioni di compensazione delle emissioni di CO₂e associate

COLLABORAZIONE CON L'OSSERVATORIO FOOD SUSTAINABILITY

Nel nostro percorso di azienda sostenibile, con un focus sui temi dello spreco, abbiamo contribuito alla Ricerca 2020/2021 condotta dall'Osservatorio Food Sustainability del Politecnico di Milano, focalizzata sul paradigma dell'economia circolare in ambito agroalimentare e sui nuovi modelli di filiera più sostenibili e inclusivi, in particolare per quanto riguarda i possibili modelli di prevenzione e gestione delle eccedenze alimentari all'interno dello stadio di trasformazione. Questa collaborazione darà a Danone la possibilità di partecipare al convegno dell'Osservatorio Food Sustainability, durante il quale si parlerà non solo delle soluzioni tecnologiche e organizzative adottate dalle imprese e dagli altri attori chiave del sistema per contrastare il paradosso di spreco e insicurezza alimentare e favorire la circolarità del cibo, ma sarà anche approfondito il ruolo delle tecnologie e dei nuovi modelli per la promozione di comportamenti sostenibili lungo tutta la filiera.

3.2 La seconda finalità specifica di beneficio comune:

PROMUOVERE LA SALUTE ATTRAVERSO L'ALIMENTAZIONE - ONE HEALTH

La ricerca, lo sviluppo e la promozione di prodotti che migliorino la crescita, gli esiti clinici e la salute, attraverso nuove soluzioni in termini di gusto, contenuto nutrizionale ed accessibilità economica. Tali prodotti adatti a diverse esigenze e momenti della vita, dall'età pediatrica a quella adulta, privilegiano, con l'aiuto delle conoscenze scientifiche, la scelta di ingredienti naturali e ricette semplici. L'impegno verso la collettività nel creare solidi rapporti tra l'azienda, le istituzioni, la comunità scientifica, i pazienti e le famiglie, con l'obiettivo di facilitare l'accesso a una corretta alimentazione come strumento di salute, benessere e cura della persona.

Area di Impatto	KPI	RISULTATI 2020	IMPEGNI 2021	RISULTATI 2021	IMPEGNI 2022
Educazione e Divulgazione	# KOL coinvolti nei progetti	60	60	29 + 500 partecipanti	Mantenere il livello di coinvolgimento
	# congressi/eventi partecipati	58	50	11	Mantenere il livello di coinvolgimento
	APPROFONDIMENTO RISULTATO 2021: Riduzione ingaggio a favore di un maggiore coinvolgimento negli eventi per assicurare la formazione più estesa possibile della classe medica.				
	# studi in corso	9	10	15	Attivazione di 2 nuovi studi clinici
Iniziativa e campagne di sensibilizzazione	# iniziative e/o campagne svolte	5	5	5	Rif. Piano di iniziative con la Fondazione Istituto Danone
Continuo miglioramento del profilo nutrizionale dei prodotti	% volumi prodotti che rispettano i Nutrition Targets	94,66%	96,5%	97,01%	Incrementare a 97,2%
	% volumi prodotti con meno zucchero	93,32%	95%	96,17%	Incrementare a 96,4%
Valorizzare le comunità locali	% di fatturato di produzione locale	5%	5%	5%	5%
	# fornitori di prodotti con sede in Italia	9	10	9	9

APPROFONDIMENTO RISULTATO 2021: Non c'è stato il lancio di innovazioni che hanno permesso di individuare nuovi partner a livello locale: confermato dato 2020.

- **Educazione e Divulgazione**

Nel 2021 in merito alle attività di educazione e divulgazione scientifica portate avanti dall'azienda possiamo annoverare la partecipazione a simposi e letture, in occasione di congressi e eventi monosponsor nazionali e internazionali, a sostegno della credibilità scientifica dei nostri prodotti e/o a sostegno di un'area terapeutica. Inoltre, abbiamo realizzato hospital meetings e/o training di prodotto per la presentazione e condivisione di dati scientifici sull'area terapeutica e/o sui prodotti.

Nell'ambito degli **studi clinici**, sono stati pubblicati i risultati dello studio PURPLE-N condotto in 8 Paesi europei, Italia inclusa, per avere maggiori informazioni sulle caratteristiche, la gestione clinica e lo stato nutrizionale dei bambini con paralisi cerebrale infantile (PCI) con domande rivolte sia al medico sia al genitore.

E' stata presentata la **nuova App Aptamil** solo per consultazione da parte dei pediatri. Questo strumento digitale è particolarmente rilevante per coloro che si occupano di cure domiciliari, che da oggi potranno avere il vademecum Aptamil sempre con loro a portata di click. Non solo: la app offre contenuti di approfondimento accessibili in sezioni ad hoc o anche attraverso la funzione della realtà aumentata.

L'informazione scientifica rimane un obiettivo principale per Danone Nutricia sul target medico. La stessa è ancora più rafforzata se non si esaurisce al momento della visita dell'informatore, ma continua a casa quando il medico decide in autonomia. In questo contesto si inserisce lo sviluppo della **piattaforma per HCP** che permette di interagire con la community e visionare video, congressi e update scientifici. Uno strumento che va ad integrare a 360° l'online e l'offline.

Sono stati inoltre realizzati **congressi e corsi di aggiornamento** per HCP:

- corsi di aggiornamento in nutrizione per pediatri (NutriMEet - Nutriped)
- eventi monosponsor su importanza nutrizione clinica in diverse aree terapeutica come Oncologia, Fragilità, Terapia Intensiva, Declino Cognitivo (NutriOnco - Nutrisummit - NUtriICU - NUtriBrain)

L'**App Nutricount** fornisce invece il supporto a pazienti metabolici nel calcolare il quantitativo nutrizionale di proteine, carboidrati e calorie assunte o fornite da un alimento in maniera facile e veloce il quantitativo .

In ambito digital, Nutricia nel 2021 ha aperto la propria pagina Facebook per rafforzare le attività di ingaggio e sensibilizzazione delle persone.

Altre attività riguardano:

- **Collaborazione con università** in percorsi formativi per specializzandi;
- **Screening di prevenzione**, come quello attivato presso il Centro per i Disturbi Cognitivi e Demenze

(CDCD) di Gallarate in 2 giornate dedicate allo screening della popolazione che nel 22% dei casi ha ritenuto necessario un approfondimento neurologico e neuropsicologico;

- **Progetto Ripartiamo**, che vede il Prof. Martelli e l'Associazione Davide il drago compiere un giro dell'Italia in bicicletta. 20 tappe da Pavia a Pantelleria, con incontri formativi nelle pediatrie finalizzati a introdurre uno schema integrato nazionale di collaborazione tra le associazioni che si occupano della salute dei bambini, in particolare di quelli con allergia.

Rimanendo nell'ambito dell'educazione e divulgazione, con un focus invece verso l'interno dell'azienda e quindi verso le nostre persone, nel 2021 sono due le principali milestones raggiunte:

- **Bollino Health Friendly Company di Fondazione Onda onlus:** Riconoscimento erogato dalla Fondazione Onda - l'osservatorio nazionale sulla salute della donna - per le aziende che si sono distinte nel garantire la tutela della salute delle proprie persone. Danone, dal 2011 con la sua Parental Policy dimostra il suo impegno attivo per una reale parità di genere che porti alla valorizzazione delle carriere femminili e della corretta suddivisione dei carichi di cura familiari.
- **Attività di prevenzione (mindfulness, webinar Caregivers, genitori in tempo di covid, ...):** Programmazione e realizzazione di webinar su diversi temi di interesse attuale e al "Servizio di ascolto, aiuto e psicologia del benessere", dedicati a dipendenti, caregivers e genitori come ad esempio: approfondimenti per postura, cervicalgie e problematiche posturali legate allo smart working, sessioni di mindfulness in collaborazione con ANT Onlus, webinar per genitori sul tema bambini e pandemia.

Obiettivi 2022

L'azienda proseguirà con le attività di educazione medica e con i progetti di informazione medico scientifica, anche con una programmazione di webinar ed eventi destinati a pubblico esterno su tematiche scientifiche.

FONDAZIONE ISTITUTO DANONE

L'Istituto Danone Italia nasce il 30 novembre 1991 e dal 19 gennaio 2011 ha assunto lo status di Fondazione dedicata ad attività non commerciali. La Fondazione ha l'obiettivo di diffondere la cultura dell'alimentazione legata alla salute, con l'intento di diventare un interlocutore autorevole sui complessi temi della nutrizione umana per gli specialisti del settore, i loro pazienti e la collettività.

Nel corso del tempo, e grazie al sostegno delle liberalità erogate da Danone e Danone Nutricia, l'Istituto si è dimostrato particolarmente attivo nel combattere falsi miti e informazioni scorrette in campo nutrizionale, supportando la ricerca insieme al mondo accademico, informando e "formando" i professionisti attraverso pubblicazioni specialistiche (es. ITEM) e attività congressuali e, più recentemente, educando il grande pubblico attraverso progetti anche editoriali. I progetti educativo informativi sono particolarmente focalizzati sui momenti di cambiamento lungo l'arco della vita - i cosiddetti "turning points" - che vanno a influenzare le abitudini alimentari e lo stile di vita, quindi lo stato di salute.

Fondazione Istituto Danone attiva ogni anno momenti di approfondimento relativamente a temi di interesse.

Evento 30mo FID e progetto Alimentazione sostenibile

Evento che, oltre a rievocare la storia di Fondazione, si è anche focalizzato su come interpretare il presente per rispondere alle sfide del futuro. Fra queste, la nutrizione sostenibile riveste un ruolo di primo piano perché rappresenta la perfetta sintesi di diversi aspetti, profondamente interconnessi, su cui il mondo attuale è chiamato a confrontarsi: salute, ambiente, economia e società. In questo senso, Fondazione Istituto Danone si pone l'obiettivo di promuovere un concetto olistico di "alimentazione sostenibile", allargando l'orizzonte della ricerca dalla salute delle persone a quella del pianeta.

Microbiota

"Parola d'ordine detox – In forma grazie a un amico invisibile: il Microbiota". A un anno dalla pubblicazione del libro "Microbiota", nel 2021 è stato realizzato un evento in streaming organizzato in collaborazione con Feltrinelli in cui gli esperti di Fondazione Istituto Danone approfondiscono il tema del "detox" per iniziare a rimetterci in forma dopo un anno difficile. In particolare, è stato trattato l'argomento "Microbiota" in tutte le sue sfaccettature e di come sia stato influenzato dal cambiamento del nostro stile di vita nell'ultimo anno dovuto alla pandemia.

Manuale Caregivers

In occasione del suo trentesimo anniversario, in un evento dedicato all'interno della bellissima cornice del Campus Santa Monica dell'Università Cattolica del Sacro Cuore a Cremona, la Fondazione ha presentato il volume "Caregiving – Manuale pratico per chi assiste l'anziano" che racchiude preziosi consigli su come prendersi cura e ridare dignità agli anziani, corredato anche di ricette ed esercizi.

Il manuale, la cui prefazione è stata curata da Elena Bonetti, Ministra per le Pari Opportunità e la Famiglia, è dedicato a tutti i Caregivers, coloro cioè che svolgono un ruolo nell'assistenza dell'anziano, siano questi interni o esterni alla famiglia.

Volume "Muscoli in Salute"

Nel 2021 è proseguita la collaborazione con Feltrinelli con un nuovo volume dedicato alla Nutrizione e salute del Muscolo anch'esso originato da un ITEM focalizzato sulla sarcopenia. Nel corso di un evento di lancio del volume "MUSCOLI IN SALUTE", accompagnati dagli esperti di Fondazione Istituto Danone e con la testimonianza di Milly Carlucci e di volti noti del mondo dello sport e dello spettacolo, si scopre come i muscoli possano essere gli "alleati del benessere a tutte le età".

Volume "Flexitarian"

Istituzione di un nuovo Tavolo di lavoro di esperti dedicato a trattare la dieta Flexitariana, con particolare attenzione ai nuovi alimenti plant-based valutati in un'ottica di sostenibilità a tutto tondo, secondo la definizione FAO.

Nutripedia

Attraverso il progetto Nutripedia, Fondazione Istituto Danone ha voluto essere al fianco di mamme e papà nei primi 1000 giorni di vita dei loro figli con informazioni corrette, affidabili e puntuali che potessero supportarli perché le fake news, in questa fase così cruciale, possono generare danni. Nel 2021, in occasione della decima edizione del Congresso “La Pediatria nella pratica clinica”, Fondazione Istituto Danone ha avuto l’importante opportunità di presentare i risultati del progetto Nutripedia in un webinar dedicato, risultati che sono stati anche oggetto di pubblicazione sulla prestigiosa rivista Nutrients.

I contenuti promossi all’interno di tutti questi tavoli saranno valorizzati e ripresi in chiave social nel corso del 2022.

- **Iniziative e campagne di sensibilizzazione**

L’area di attività riguardano la creazione di consapevolezza del pubblico rispetto a specifiche patologie. Abbiamo avviato campagne di sensibilizzazione mirate ad informare i pazienti e a renderli capaci di riconoscere i segnali precoci di una possibile patologia. Per alcune patologie cogliere i primi segnali permette di diagnosticare la patologia precocemente rallentandone l’evoluzione.

In particolare, sul 2021, Nutricia e Merck continuano la loro partnership con l’obiettivo di aumentare il referral tra oncologo e nutrizionista e garantire che la nutrizione clinica sia parte integrante del piano terapeutico del paziente oncologico.

Obiettivi 2022

In continuità con gli anni precedenti proseguiranno le campagne di sensibilizzazione sulle principali aree terapeutiche.

- **Continuo miglioramento del profilo nutrizionale dei prodotti**

Una delle direzioni di evoluzione cardine relativa ai prodotti specifici per l’infanzia (o Baby Food) riguarda la ricerca di un profilo nutrizionale sempre migliore da un punto di vista nutrizionale e sostenere così le famiglie, le mamme e le esigenze di crescita dei loro bambini.

Per raggiungere questo obiettivo, si applicano i **Nutritional Standards** e i **Nutritional Targets**, indicatori definiti a livello di Gruppo a partire dalle raccomandazioni esistenti ed evidenze scientifiche più recenti per sviluppare nutrizionalmente i migliori prodotti possibile andando anche oltre i limiti imposti dalla normativa.

I *Nutritional Standards* determinano i parametri dei vari nutrienti definiti per tipologia di prodotto. I *Nutritional Targets*, invece, hanno un focus particolare su categorie identificate come rilevanti quali, ad esempio, l'assenza di zucchero o sale aggiunti (o i livelli massimi di zucchero e di sale ammessi).

Sulla base di queste indicazioni, ogni anno, il dipartimento R&I (Research & Innovation) analizza il portfolio esistente e viene costruita la **Nutritional Roadmap**, identificando le azioni necessarie affinché i prodotti già sul mercato rientrino progressivamente negli indicatori previsti dai *Nutritional Targets* attraverso percorsi di miglioramento. La proposta viene condivisa e validata con tutto il comitato di direzione.

Per tutti i nuovi prodotti, il dipartimento R&I verifica e garantisce che si rispettino i *Nutritional Targets* per poterli immettere sul mercato. Ad oggi il 97,01% rispettano i Nutrition Targets.

Di seguito sono riportate le principali innovazioni implementate nel 2021 seguendo questo approccio:

- *Syneo Aptamil*, una delle più grandi innovazioni di APTAMIL degli ultimi anni. Si tratta di una combinazione di PREBIOTICI GOS / FOS e PROBIOTICI (Bifodobacterium Breve M16) in grado di modulare la microflora intestinale del lattante allergico;
- *Mellin pouch 100% vegetale*, le prime merende baby del mercato italiano fatte con puree di frutta e drink vegetali: buonissime, praticissime e senza zuccheri aggiunti.

In tutti questi casi una corretta comunicazione per l'ingaggio del consumatore è fondamentale per valorizzare al meglio i miglioramenti effettuati e per promuovere il trasferimento di una cultura della nutrizione non solo al consumatore, ma a tutti gli stakeholders rilevanti.

Obiettivi 2022

Nel 2022 proseguirà l'implementazione della Nutrition Roadmap per garantire che i prodotti esistenti così come le innovazioni rispondano alle linee guida nutrizionali interne, a loro volta basate sulle evidenze scientifiche più aggiornate e recenti in merito alla nutrizione infantile. Il portfolio dei latti speciali si arricchirà ulteriormente con un nuovo prodotto contenente SYNEO in una formula destinata ai lattanti e bambini gravemente allergici.

- **Valorizzare le comunità locali**

Nel 2021 è confermata la % di fatturato di Danone Nutricia proviene dalle vendite di prodotti di terzisti locali, pari al 5%. Rimane invariato il numero di fornitori con contratti locali e sede in Italia: non c'è stato il lancio di innovazioni che hanno permesso di individuare nuovi partner a livello locale.

Il rapporto con i fornitori locali non si limita alla semplice attivazione ma è caratterizzato anche da momenti di ingaggio e sensibilizzazione per promuovere un approccio alla sostenibilità a 360°. I fornitori scelti localmente sono infatti invitati ad utilizzare energia proveniente da fonti rinnovabili, a valutare alternative sostenibili per il packaging e modelli di trasporto a basso impatto ambientale. Il processo di sensibilizzazione avviene attraverso il dialogo con ciascun fornitore per poter esplorare al meglio le alternative e le soluzioni più adatte al tipo di prodotto e ai sistemi di produzione del singolo fornitore.

Brand Activism - One Health

I diversi brand di Danone Nutricia sono impegnati nella promozione attiva di iniziative di sensibilizzazione nei confronti della salute e del benessere delle persone, dando un esempio concreto di quello che in letteratura viene chiamato *Brand Activism*: un modello di ingaggio che va oltre il posizionamento commerciale e trasforma il brand in un veicolo di impatto.

Aptaclub: supportiamo l'allattamento al seno

Il progetto nasce con l'obiettivo di favorire l'allattamento al seno in particolare nei primi 6 mesi di vita come migliore opzione sia per i bambini che per le madri, così come raccomandato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità. Rispetto a questo tema, il panorama italiano presenta una realtà molto complessa: uno studio commissionato dall'azienda a un'agenzia esterna evidenzia infatti come l'allattamento sia una delle fonti primarie di ansia per i neo genitori. Da dati Ipsos emerge inoltre che dal quarto mese di vita in avanti in Italia 1 bambino su 3 non riceve più latte materno.

Il progetto vuole quindi abbracciare questa causa sociale ed essere al fianco dei genitori per sostenerli e incoraggiarli a estendere il più possibile e con serenità il journey di allattamento al seno e invertire questa tendenza. Già nel 2021 sono partite le prime attività di Aptaclub a supporto dell'allattamento al seno: statement "non scegliete noi" e diversi video tips sui canali social di Aptaclub.

Obiettivi 2022

Definire entro il 2022 i *key partners* - come il Ministero della Salute, l'Ospedale Buzzi, le Associazioni pediatriche/ostetriche - e una *big key action* per supporto concreto all'allattamento al seno per attivare un primo supporto concreto alle mamme.

3.3 La terza finalità specifica di beneficio comune:

VALORIZZARE LE PERSONE E LE COMUNITA' ALL'INTERNO DELLE QUALI OPERIAMO - ONE COMMUNITY

L'impegno, non solo all'interno dell'azienda ma verso l'intera società, nel creare comunità inclusive in grado di valorizzare la diversità in tutte le sue sfaccettature e basate su valori, azioni e scelte che esaltino le qualità uniche di ciascun individuo. In particolare, il sostegno e la promozione della genitorialità come evento di rivoluzione individuale da valorizzare in termini di crescita sia personale sia professionale.

Altresì, l'impegno a diffondere le buone pratiche di tutela della centralità delle famiglie e della promozione dell'inclusività, coinvolgendo quanti più stakeholders possibili e proponendo il lavoro svolto all'interno dell'azienda come esempio per la creazione di una comunità' attenta e responsabile.

Area di Impatto	KPI	RISULTATI 2020	IMPEGNI 2021	RISULTATI 2021	IMPEGNI 2022
Pari opportunità	% genitori che hanno beneficiato della <i>Parental Policy</i>	100%	100%	100%	100%
	% di mamme rientrate dopo la maternità	100%	100%	100%	100%
	% di mamme promosse al rientro dalla maternità	20% (dato aggregato degli ultimi 3 anni)	40%	12% dato riferito all'anno 2021	Mantenimento risultato 2021
	% persone che hanno beneficiato della <i>Caregivers Policy</i>	100%	100%	100%	100%
	Punteggio classifica <i>Great Place to Work</i>	20° POSTO	Dato disponibile a maggio 2021	9° posizione nella classifica 2020 GPW	Dato disponibile a aprile 2022
	% donne in posizioni manageriali**	45%	50%	51%	Mantenimento risultato 2021
	Trust Index, valutazione nelle cinque Dimensioni del Modello© <i>Great Place to Work</i> ®: Credibilità, Rispetto, Equità, Orgoglio, Coesione	85%	>80%	80%	>80%
Relazioni Esterne	# incontri con istituzione e altre aziende per la promozione delle buone pratiche di settore	>15	>15	>30	>30

Ingaggio partner in programmi di miglioramento	# progetti di ingaggio attivati	1	1	1	1
	# fornitori ingaggiati	1	1	1	1

** dato che rappresenta in modo aggregato le performance di Danone Spa e Danone Nutricia Spa

- **Pari opportunità**

Ogni anno è confermato l'impegno dell'azienda in termini di eque opportunità offerte che misuriamo attraverso il *Trust index* (risultato di circa 40 domande effettuate tramite *Great Place to Work*): nel 2021 abbiamo ottenuto il risultato ancora più alto dell'anno precedente pari a 80%. Diverse sono le iniziative realizzate in questo ambito dedicate a genitori, tutti i dipendenti, collaboratori, stagiaire e non solo che partono dal principio che riconoscere valore alla cura delle persone non è solo bello, ma necessario e che business e cura sono strettamente interconnessi:

- La nostra azienda aderisce da diversi anni al progetto "**Un Fiocco in Azienda**" promosso da ManagerItalia e finalizzato al supporto dei futuri e neo-genitori sia da un punto di vista psicologico sia nutrizionale, ma anche pratico;
- Abbiamo ricevuto l'**AwaRdS 2021 di Repubblica degli Stagisti** dedicato alle aziende che collaborano col network da oltre 10 anni. In questi anni Danone è cresciuta moltissimo nella gestione dei nostri stagiaire raggiungendo magnifici traguardi, uno tra tutti: 1200 euro netti di welfare a semestre, on top rispetto al rimborso spese mensile che supera di gran lunga quanto previsto dalla regione Lombardia. Il 70% delle nostre posizioni junior sono ricoperte da stagiaire;
- Più di 9000 Danoners in tutto il mondo sono ora co - proprietari di Danone grazie al programma **ONE SHARE** ! Ogni collaboratore può avere un impatto sul futuro dell'azienda ed essere così parte integrante del modello di governance. Oltre al programma Un'Azione Gratuita per tutti, è stata offerta la possibilità di investire di più in Danone attraverso il programma di sottoscrizione azioni Danone (ESSP 2021) che consiste nella possibilità di acquistare ogni anno un certo numero di azioni ad un prezzo scontato;
- Durante l'**ID Day (Act for equal)** - con Silvia Zanella e il suo "Il futuro del lavoro è femmina" - abbiamo parlato di *ascolto* che, quale fondamento dell'empatia, collega le persone perché pone le basi del confronto. L'ascolto sarà la human skill del futuro dalla quale non potremo prescindere e che ci differenzierà dagli automatismi che la tecnologia ci mette accanto. Insieme ad Azzurra Rinaldi, altra figura esperta di queste tematiche, abbiamo esplorato un tema nuovo e alla base dell'emPOWERment femminile perché il riconoscimento delle donne passa anche dall'indipendenza economica. Siamo la prima *caring company* premiata da Lifeed, azienda che propone un metodo che sta rivoluzionando la formazione aziendale e che fornisce alla funzione HR idee e strumenti per trasformare gli eventi della vita in competenze soft;

- Tra giugno e ottobre 2021 sono stati realizzati **workshop su Stereotipi, Bias e Pregiudizi** che hanno portato diverse idee e spunti di riflessione. Non ci si può liberare completamente dai pregiudizi, ma bisogna imparare a riconoscerli e soprattutto stare attenti a quelli più “pericolosi” e limitanti: è grazie alla consapevolezza che possiamo impegnarci per una società sempre più inclusiva;
- In uno speciale del TG1 è stata presentata l'**intervista** a due colleghe, rilasciata nei nostri uffici alla giornalista Enrica Majo in merito alle nostre **politiche di supporto alla famiglia e alle donne**

Obiettivi 2022

Siamo convinti che la *cura* familiare di bambini, persone con disabilità e anziani sia uno strumento fondamentale per realizzare concretamente la parità nel mondo del lavoro. Abbiamo lanciato in autunno 2021 la **pagina IG @iDanoners**: per noi significa mettere al centro le persone ogni giorno valorizzando i talenti di ciascuno e creando una cultura pienamente meritocratica. Con la pagina e il suo claim *ACTive People for ACTive Brands*, abbiamo dato vita proprio a questa idea: raccontare Danone a partire dalle persone che rendono grande la nostra azienda ogni giorno e fanno brillare i nostri brand con la loro grinta, passione e senso di responsabilità. Tutti i nostri Danoners sono ambassadors e questo è ben evidenziato a partire dalla pagina IG affinché il doppio progetto, economico e sociale, insito negli obiettivi di Danone sin dalla sua fondazione, sia pienamente rappresentato e viva tutti i giorni in quello che facciamo.

Anche nel 2022 in occasione della ID WEEK promossa anche da global celebreremo l'*Inclusive Diversity Day* con un evento dedicato ai temi dell'inclusione e della diversità previsto in ottobre 2022. A partire dagli spunti dati da Azzurra Rinaldi durante l'ID DAY 2021 sull'empowerment femminile legati ai temi del denaro, progetteremo dei workshop su questo tema rivolti a tutti i Danoners. Infine, abbiamo partecipato ad un evento promosso da Make Mothers Matter e dalle United Nations in cui si è parlato di "Changing narratives about Unpaid Care work and the Economy" e in un TEDx di Legnano si è parlato di “donne e uomini capaci di andare oltre i pregiudizi e lasciare eredità inestimabili”.

- **Volontariato**

Da diversi anni, Danone si dedica ad attività di volontariato d'impresa. Questo impegno nasce nel 2016 con il progetto "*Mese del Volontariato*" promosso a livello Global per incentivare l'impegno verso il sociale dei dipendenti delle diverse aziende a livello locale durante il mese di giugno. Nel corso di questi anni Danone ha poi sviluppato un proprio modello di volontariato portato avanti durante tutto il corso dell'anno e progettato con l'obiettivo di creare impatto positivo nella realtà in cui opera.

Le attività che Danone realizza sono amplificate grazie alle collaborazioni e alle sinergie create con diverse realtà.

In particolare con il **Banco Alimentare della Lombardia** le iniziative che vedono uno sviluppo continuativo nel corso degli anni sono:

1. Il supporto nella selezione dei prodotti, preparazione bancali, assistenza al ricevimento ed etichettatura prodotti destinati a strutture caritative, che assistono persone e famiglie con minori in difficoltà, presso il Magazzino di Banco Alimentare della Lombardia a Muggiò;
2. Il sostegno alla Mensa della Carità di Milano, partner di Banco Alimentare della Lombardia, nella preparazione e distribuzione cibi a persone indigenti.

Di particolare rilevanza è anche la collaborazione con la **Fondazione Sodalitas** sul tema del volontariato d'impresa. Danone ha partecipato a tavoli di lavoro che hanno portato allo sviluppo di strumenti per approfondire come il dipendente percepisca il volontariato d'impresa. Nell'autunno 2021 è stato organizzato un laboratorio sulla formazione e sull'identificazione delle competenze acquisite dai dipendenti rispetto a questi temi.

Con la **Fondazione Francesca RAVA N.P.H. Italia ONLUS** è stata promossa l'iniziativa "In Farmacia per i Bambini", dove alcuni volontari hanno svolto attività di back office da remoto su un numero di farmacie ed enti assegnati in supporto alla raccolta e donazione di farmaci da banco, alimenti e prodotti pediatrici per i bambini in povertà sanitaria.

Obiettivi 2022

Obiettivo di fondo per il 2022, e per gli anni successivi, è quello di favorire ulteriormente la prosecuzione di queste attività rafforzando le relazioni create per amplificare l'impatto positivo generato.

LA PELUCCA ONLUS FOUNDATION

Progetto approvato nel 2020 e realizzato nel 2021 che ha visto l'erogazione di attività formative da parte di una dipendente che ha messo a disposizione la propria esperienza per guidare un'associazione che segue i caregiver nel gestire problematiche legate all'alimentazione delle persone anziane fragili assistiti. Fondazione La Pelucca è una rete di RSA/hospice/centri diurni e minialloggi nel milanese, il progetto è stato occasione di confronto con i beneficiari finali del nostro lavoro, primo di una serie di appuntamenti che seguiranno queste modalità di supporto alla comunità.

- **Donazioni e rapporti con enti del terzo settore**

L'impegno e l'attenzione della Società verso le esigenze del sistema sanitario e i bisogni delle fasce indigenti della collettività, da anni, si concretizzano attraverso azioni di volontariato e contributi per iniziative e progetti specifici sia legati al territorio e alle comunità locali sia di più ampia portata. Questo impegno è stato mantenuto e rafforzato anche nel contesto sanitario, sociale ed economico critico creatosi a seguito della pandemia di Covid-19 che ha avuto ripercussioni anche sull'anno 2021.

Il sostegno in favore di iniziative attuate da associazioni no profit già attive sul territorio è stato concretizzato sia mediante contributi finanziari, sia mediante erogazione di importanti quantitativi di beni e prodotti.

Tra le iniziative che hanno visto la Società impegnata sul fronte del sociale si segnalano i progetti promossi da:

- ✓ **Fondazione ANT ITALIA ONLUS** - realizzando 8 incontri formativi dedicati al tema della Cura e contribuendo a supportare il progetto "Bimbi in ANT 2021 " per costituire un servizio che include cure domiciliari ai piccoli malati, sostegno alle loro famiglie, supporto psicologico ai bambini a contatto con un proprio caro ammalato di tumore, progetti formativi per alunni e docenti in collaborazione con gli istituti scolastici;
- ✓ **Emergency ONG Onlus** - creando una rete di sostegno in favore di persone e famiglie in stato di indigenza e con fragilità in risposta ai loro bisogni primari ed essenziali, grazie alla donazione di prodotti e la distribuzione gratuita di pacchi di alimenti e di beni di prima necessità;
- ✓ **Fondazione Francesca RAVA N.P.H. Italia ONLUS** - donando prodotti a uso pediatrico e alimenti per l'infanzia e erogando un contributo in denaro a supporto del progetto "In Farmacia per i Bambini, ed. 2021" che saranno donati a case famiglia ed enti assistenziali italiani;
- ✓ **SocialTechno Impresa Sociale S.r.l. (Progetto Fondazione Cariplo)** - donando Devices a supporto del "Programma QuBi - La ricetta contro la povertà infantile", ideato da Fondazione Cariplo, per fornire supporto mediante donazione di pc o tablet alle famiglie disagiate con figli minori che hanno bisogno di strumenti per la didattica a distanza;
- ✓ **Associazione Banco Alimentare Lombardia Danilo Fossati ONLUS** - supportando le attività istituzionali svolte dalla Associazione nell'ambito del progetto "My Mellin Shop iniziativa Pasquale 2021";
- ✓ **Istituto per la Ricerca e l'Innovazione Biomedica: Consiglio Nazionale delle Ricerche (IRIB - CNR)** - contribuendo alla realizzazione dello "Studio Clinico, Neurofisiopatologico e Genetico del Neonato e del Bambino in area critica con sospetto di Patologie Neuromuscolari e del relativo supporto assistenziale, diagnostico e terapeutico-nutrizionale";
- ✓ **A.S.L. VC Azienda Sanitaria Solave di Vercelli** - contribuendo al progetto di telemedicina dal titolo "Telenutriamo" ideato per rispondere alle richieste di maggiore presenza di servizi e consulenza in tema di dietologia a livello territoriale in favore di pazienti fragili;
- ✓ **Azienda Usl Toscana Nord Ovest** - contribuendo al progetto di valutazione nutrizionale ambulatoriale del paziente oncologico, mediante l'impiego di figure professionali dietiste che possano fornire assistenza ai pazienti;
- ✓ **Azienda Ospedaliera Universitaria - Ospedali Riuniti di Ancona - SOD di Dietetica e Nutrizione Clinica** - contribuendo al progetto finalizzato alla redazione e pubblicazione di un *Protocollo Nutrizionale sulla Sarcopenia*, da distribuirsi presso i medici di medicina territoriale e presso i medici operanti nell'ambito dei reparti di medicina specialistica;

- ✓ **Associazione Cuore di Maglia ODV** - contribuendo al progetto dell'Associazione Cuore di Maglia volto a fornire supporto ai bambini ricoverati presso le Terapie Intensive Neonatali;
- ✓ **Società Italiana di Neonatologia – SIN** - supportando la prosecuzione del progetto per la realizzazione di un network che permetta ad ogni centro neonatologico italiano di disporre di un database, nel quale inserire i dati relativi alla popolazione di tutti i nati pretermine del proprio centro durante il ricovero in Terapia Intensiva Neonatale;
- ✓ **AIP Ass. Italiana Psicogeriatría - In Rete s.r.l. (Fraparentesi)** - supportando, con la prima, la divulgazione di tematiche relative a varie patologie neurologiche e, con la seconda la sensibilizzazione e awareness sulle tematiche legate alla malnutrizione oncologica;
- ✓ **Associazione “Delfini e Neonati – A. De Cataldo O.d.V”** - Donazione di prodotti a supporto del progetto svolto dall'associazione in favore dei bambini bisognosi e delle famiglie svantaggiate;
- ✓ Donazioni di attrezzature, beni (DPI) e denaro in favore di strutture convenzionate con il sistema sanitario nazionale a supporto di progetti per contribuire all'implementazione di vari reparti, tra cui quelli di neonatologia, gastroenterologia, neurologia.

La Società è anche attivamente impegnata nella lotta allo spreco alimentare, come visto nella prima finalità, e contribuisce mediante donazione di prodotti non più commerciabili a società che si occupano della loro trasformazione in energia, il cui valore economico, viene donato in favore di enti no profit.

- **Relazioni esterne: ingaggio degli stakeholder**

In qualità di Società Benefit e B Corp, il rapporto con le istituzioni e, più in generale, con tutti gli stakeholder, assume una rilevanza strategica per l'azienda.

Nel 2021 abbiamo avuto diversi incontri virtuali con aziende del nostro settore e non solo. In particolare a Danone è stato riconosciuto il marchio *Sodalitas Call For Future*. L'iniziativa, promossa da Fondazione Sodalitas, nasce e si sviluppa con l'obiettivo di far conoscere alle persone, alle Istituzioni e ai giovani il ruolo strategico delle imprese impegnate in Italia a realizzare gli obiettivi dell'Agenda ONU 2030 per uno sviluppo sostenibile del pianeta a testimonianza del nostro impegno a supporto della cura delle persone per costruire un futuro più sostenibile.

Una delle principali attività di ingaggio nel corso dell'anno è stata quella relativa alla **Collaborazione con Chiesi Farmaceutici** (altra B Corp certificata) **per prematuri**: In occasione della Giornata Mondiale della Prematurità, Danone Nutricia, insieme a Chiesi Italia, hanno sostenuto l'associazione Cuore di Maglia con l'obiettivo di:

- Sensibilizzare sul tema Prematurità facendo leva sui valori B Corp;

- Celebrare la giornata della Prematurità insieme ad operatori sanitari e classe medica generando prossimità ai centri;
- Sostenere associazioni senza finalità di lucro che operano nelle reti della solidarietà a favore delle Terapie Intensive Neonatali;
- Valorizzare la partnership con altra azienda B Corp operante nell'area neonatologia.

Durante la giornata della Prematurità sono state distribuite nelle Terapie Intensive Neonatali alcuni dudù di maglia realizzati dalle volontarie dell'associazione come simbolo di questa importante giornata.

Come parte della Comunità B Corp ci impegniamo a usare il business come forza positiva di cambiamento, a partire dai valori chiave di responsabilità, trasparenza, interdipendenza, inclusione, innovazione e a farci promotori di una nuova idea di impresa sostenibile che sia in grado di creare valore condiviso a lungo termine. Per il secondo anno consecutivo, abbiamo quindi aderito alla campagna **#UnlockTheChange** per raccontare – durante tutto il 2021 - i valori, lo spirito e le azioni delle aziende B Corp. L'obiettivo della campagna è duplice: da una parte si propone di informare, influenzare positivamente e attivare altre aziende e altri settori sui temi chiave che devono guidare e accelerare la transizione al modello di business evoluto e sostenibile, con un particolare focus sul clima e sull'eguaglianza di genere. Dall'altra, mira a creare consapevolezza verso questo movimento, per aiutare i consumatori italiani a scegliere in maniera virtuosa nella loro quotidianità.

Per promuovere i valori e gli impegni chiave dell'azienda è stato sviluppato, tra le varie attività, un piano editoriale di cui l'Amministratore Delegato si fa portavoce sul canale LinkedIn. B Corp, Società Benefit sono solo alcuni dei temi trattati dal piano con l'obiettivo di creare maggiore fiducia e consapevolezza, oltre a quello di generare rilevanza e favorire networking intorno al concetto di B Corp e Società Benefit. Questo per favorire sempre più il dibattito e l'adesione ad un modello di crescita sostenibile generando valore per le comunità.

Obiettivi 2022

Questo approccio si inserisce in un più ampio e continuativo piano di ingaggio e diffusione. Il 2022 vedrà la prosecuzione di tutte queste attività. Continua la collaborazione e l'ingaggio con i clienti, i fornitori, il ministero della salute e i media.

- **Ingaggio partner in programmi di miglioramento**

WISE² e BOMI

Dal 2004 è stato sviluppato un programma mondiale chiamato WISE (Work in a Safe Environment), con l'intento concreto di ridurre significativamente il numero e la gravità degli infortuni sul lavoro. WISE² nasce nel 2015 con obiettivi ancora più ambiziosi che riguardano non solo la sicurezza ma anche il benessere di ciascuno, oltre al costante e ambizioso obiettivo di ridurre a zero gli infortuni sul lavoro.

Nel 2020 il progetto ha visto l'ingaggio delle persone di Nutricia e di BOMI Italia che insieme hanno lavorato per prevenire gli incidenti prendendosi cura della salute e sicurezza propria e degli altri. Nel 2021 l'operatore logistico BOMI ha ottenuto la certificazione ISO 45001, standard internazionale che specifica i requisiti per un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro (OH&S) ed ha lo scopo di migliorare la sicurezza e preservare la salute sia dei dipendenti sia del personale esterno (certificazione valida fino al 2024).

Obiettivi 2022

Nel 2022 è previsto il consolidamento di quanto fatto gli anni precedenti in termini di prestazioni di servizio e azioni di efficientamento di processo.

INGAGGIO PARTNER LOGISTICI

Entrambi i nostri magazzini di stoccaggio dei prodotti Mellin e Nutricia hanno superato i severi Quality Audits con un punteggio superiore a 90% e pertanto sono nella categoria Excellence in Warehouse for Quality & Food Safety Management.

PROGETTO PAPERLESS

Dal 2018 il Customer Service ha avviato una transizione green per andare oltre la fatturazione cartacea e ridurre gli impatti legati alla deforestazione grazie al progetto Paperless.

Il progetto paperless al momento coinvolge gli uffici del dipartimento Customer Service e consiste nella riduzione dell'utilizzo dei fogli di carta in seguito all'implementazione della digitalizzazione dei documenti (ad esempio Fatturazione Elettronica, Ordini EDI, PEC etc.).

Nel 2021 è stato registrato un risparmio in termini economici (dovuto al mancato acquisto di carta) dell'8% rispetto al 2020 (38% rispetto al 2018), nonostante un malfunzionamento del nuovo sistema SAP che ha erroneamente generato copie cartacee di fatture.

Grazie alla riduzione dell'uso della carta del Dipartimento, il progetto ha permesso di ridurre le emissioni di CO2 ottenendo un risparmio circa del 69% rispetto al 2020, e del 88% circa rispetto ai consumi del 2018 precedenti il lancio del progetto**.

*** dati che rappresentano in modo aggregato le performance di Danone Spa e Danone Nutricia Spa*

Brand Activism - One Community

I diversi brand di Danone Nutricia sono impegnati non solo nella promozione attiva di iniziative di sensibilizzazione nei confronti della salute e del benessere delle persone (come nel caso di Aptaclub), ma anche nell'attivazione e sensibilizzazione della comunità rispetto a tematiche legate alla genitorialità, alle sfide e ai suggerimenti su come sentirsi accompagnati lungo questa esperienza di vita. Il progetto "Parto e Riparto" Mellin va proprio in questa direzione.

PARTO E RIPARTO

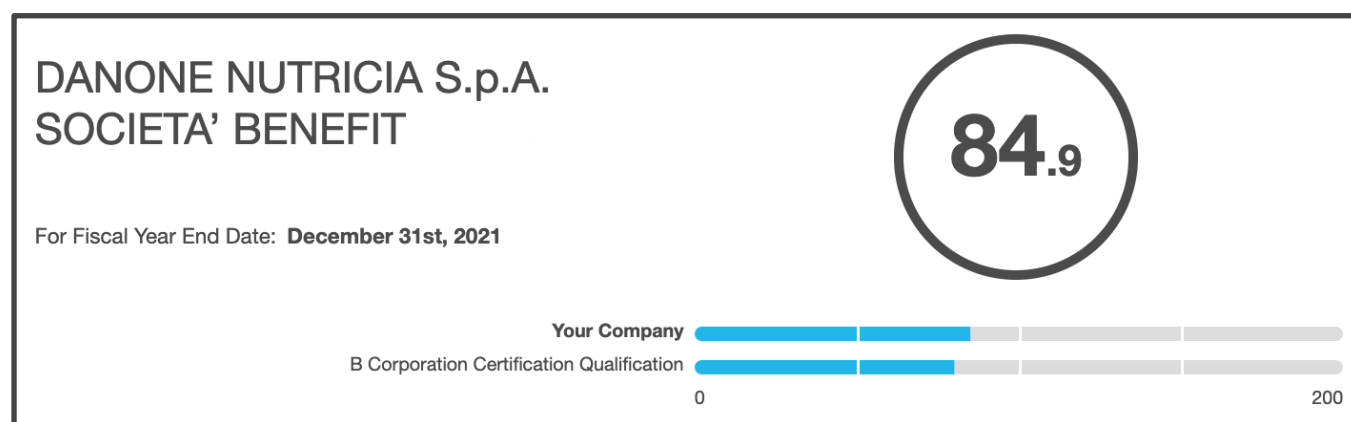
“Parto e Riparto” è al fianco di chi oggi sceglie di diventare genitore. In un anno abbiamo supportato circa 500 famiglie offrendo consulenze gratuite a tema giuslavoristico a sostegno della genitorialità a cura del CAF ACLI e abbiamo attivato consulenze gratuite sul benessere psicologico/pedagogico a cura di un team di esperti dell’Associazione Ariele. Il progetto e il supporto ai genitori proseguirà negli anni a venire, supportato anche dal sito dedicato.

4. Responsabilità, sostenibilità, trasparenza

In qualità di Società Benefit, Nutricia ha scelto di misurare le proprie performance ambientali e sociali attraverso il Benefit Impact Assessment (BIA), lo strumento di valutazione dell'impatto sviluppato dall'ente non profit B Lab, riconosciuto come lo standard di valutazione più completo e rigoroso a livello internazionale. Lo standard classifica la performance ambientale e sociale delle aziende su una scala di 200 punti, al superamento della soglia di 80 punti l'azienda può ricevere la certificazione B Corp.

Nutricia si è certificata a luglio 2020 con un punteggio di 83.0 punti.

In qualità di B Corp e Società Benefit, Danone si impegna inoltre a misurarsi e ad autovalutarsi annualmente attraverso il Benefit Impact Assessment, utilizzato quale strumento di monitoraggio, gestione e miglioramento delle performance. I risultati 2021 (autovalutazione non certificata da B Lab) vedono il punteggio incrementare di 1.9 punti grazie all'aumento delle vendite legate a prodotti con prescrizione medica che generano benessere per la salute delle persone.



Auto-valutazione di sintesi di Danone ottenuta dall'utilizzo dello standard internazionale B Impact Assessment.

Questo punteggio non è da considerarsi come verificato dall'ente terzo certificatore B Lab.

La ricertificazione dell'ente avviene ogni 3 anni dall'anno di certificazione. Maggiori dettagli disponibili al link:

<https://bcorporation.net/directory/danone-specialized-nutrition-mellin-sp-a-and-nutricia-italia-sp-a>

5. Conclusioni

Con questa relazione abbiamo voluto pubblicare in modo trasparente il nostro impegno in qualità di Società Benefit e B Corp certificata. Abbiamo voluto condividere i nostri valori e le attività attraverso cui li mettiamo in pratica nelle scelte e nei progetti quotidiani. Abbiamo voluto raccontare i risultati concreti del 2020, dando allo stesso tempo uno sguardo agli obiettivi per il prossimo anno, tutti orientati al perseguimento delle nostre finalità specifiche di beneficio.

GLOSSARIO DEI TERMINI CHIAVE

B CORP - Benefit Corporation, sono le aziende certificate dall'ente B Lab in tutto il mondo che superano la soglia degli 80 punti nel BIA, lo strumento di misurazione dell'impatto, impegnandosi volontariamente a rispettare i più alti standard di performance, trasparenza e responsabilità e operando in modo da ottimizzare il loro impatto positivo verso i loro dipendenti, le comunità in cui operano e l'ambiente.

BIA – Benefit Impact Assessment, è lo strumento più completo di misura dell'impatto generato dalle aziende sviluppato da B Lab, reso disponibile gratuitamente anche in italiano e già stato adottato da oltre 140.000 aziende nel mondo. Il BIA permette di misurare con un numero su una scala da 0 a 200 l'impatto che l'azienda genera sui propri dipendenti, le comunità in cui opera e l'ambiente.

SB - Società Benefit, è una qualificazione giuridica che le società possono decidere di adottare, introdotta in Italia nel 2016 e presente nel mondo in 34 stati americani (come Benefit Corporation) e in Colombia, che identifica le aziende che nell'esercizio dell'attività d'impresa, perseguono volontariamente oltre allo scopo di lucro anche una o più finalità di beneficio comune. Per diventare Società Benefit le aziende devono quindi modificare il proprio statuto per impegnarsi formalmente a creare un impatto positivo sulla società e la biosfera.

B LAB – è l'ente non profit che ha creato e promuove il movimento delle B Corp. nel mondo con la visione di creare un nuovo modello economico che usi il business come una forza positiva e crei una prosperità condivisa e duratura. Oltre a rilasciare la certificazione B Corp., promuove nel mondo l'adozione a livello governativo dell'istituto giuridico che regola le Benefit Corporation e affianca centinaia di migliaia di aziende per misurare in modo rigoroso e migliorare il proprio impatto positivo su società e ambiente.
