

Report di Sostenibilità 2021

Dichiarazione Consolidata
di Carattere Non Finanziario
Redatta ai sensi del D.Lgs. 254/2016

amplifon

WE SUPPORT



Per rafforzare il contributo all'**Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile**, da dicembre 2021 Amplifon partecipa al **Global Compact delle Nazioni Unite** attraverso l'adesione e il rispetto dei suoi Dieci Principi.

Report di Sostenibilità 2021

**Dichiarazione Consolidata
di Carattere Non Finanziario**
Redatta ai sensi del D.Lgs. 254/2016

amplifon

INDICE

REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2021

INTRODUZIONE <p>p. 4</p>	Messaggio ai lettori	4
	Guida alla lettura	6
	I nostri stakeholder	7
	Analisi di materialità	8
	<hr/>	
I. AMPLIFON: LISTENING AHEAD <p>p. 12</p>	1.1 Il settore in cui operiamo	14
	1.2 La nostra identità e corporate culture	16
	1.3 Strategia e business model	20
	1.4 Una solida governance aziendale	24
	1.5 Resilienza e valore economico generato	28
	1.6 Il nostro impegno per un business sostenibile	32
	<hr/>	
2. PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP <p>p. 42</p>	2.1 Innovazione e tecnologia per esperienze straordinarie	44
	2.2 Accessibilità a prodotti e servizi	52
	2.3 Qualità e sicurezza per i clienti	54
	2.4 Cybersecurity e privacy dei dati	56
	<hr/>	
3. PEOPLE EMPOWERMENT <p>p. 60</p>	3.1 Le persone alla base del nostro successo	62
	3.2 Attrazione e crescita dei talenti	72
	3.3 Sviluppo di carriera e riconoscimento	78
	3.4 La tutela della salute e della sicurezza	84
	<hr/>	

<p>4. COMMUNITY IMPACT</p> <p style="text-align: right; color: white;">p. 84</p>	<p>4.1 Il nostro contributo per le comunità 86</p> <p>4.2 Prevenzione e sensibilizzazione 88</p> <p>4.3 Il ruolo delle Fondazioni per l'inclusione sociale 92</p> <p>4.4 Il Centro Ricerche e Studi Amplifon 100</p>
<p>5. ETHICAL BEHAVIOR</p> <p style="text-align: right; color: white;">p. 104</p>	<p>5.1 Il presidio del contesto normativo 106</p> <p>5.2 Etica di busines e lotta alla corruzione 110</p> <p>5.3 Gestione del procurement e supply chain 118</p> <p>5.4 L'attenzione all'ambiente 122</p>
<p>APPENDICE</p> <p style="text-align: right;">p. 126</p>	<p>Universo dei temi di sostenibilità di Amplifon 128</p> <p>Principali attività di stakeholder engagement 130</p> <p>Principali rischi connessi ai temi di sostenibilità 132</p> <p>Indicatori di performance 138</p> <p>Nota metodologica 150</p> <p>Indice dei contenuti GRI 156</p> <p>Indice dei contenuti delle raccomandazioni della TCFD 165</p> <p>Indice dei contenuti dei principi del Global Compact 166</p> <p>Relazione della società di revisione indipendente 167</p>

MESSAGGIO AI LETTORI

Cari lettori,

l'anno appena concluso è stato un anno importante per Amplifon, in cui le eccellenti performance di business che abbiamo conseguito sono state supportate dal consolidamento del nostro piano strategico e dal lancio di nuove iniziative nell'ambito della nostra strategia di sostenibilità.

“

Rafforzare la nostra leadership a livello globale, offrire una *customer proposition* unica e ineguagliabile, creare un'organizzazione sempre più talentuosa: questi sono i pilastri della nostra strategia.

Nel 2021 abbiamo rafforzato ulteriormente la nostra leadership grazie a una forte crescita organica e ad acquisizioni mirate. Con oltre 300 negozi acquisiti durante il 2021, il nostro network distributivo ha raggiunto oltre 9.200 punti vendita in 25 Paesi, rendendo ancora più accessibile la cura dell'udito e facilitando il superamento delle barriere fisiche per un numero ancora maggiore di persone. Per accrescere ulteriormente la consapevolezza e l'accessibilità alla cura dell'udito, le nostre campagne di sensibilizzazione sull'importanza del benessere uditivo hanno raggiunto oltre 170 milioni di persone, e i test dell'udito gratuiti offerti nei nostri negozi hanno permesso ai nostri clienti un risparmio economico di circa 200 milioni di euro.

La nostra *customer proposition* è stata ulteriormente rafforzata dal lancio dell'Amplifon Product Experience in quattro nuovi Paesi che, raggiungendo un tasso di penetrazione di quasi il 90%, continua a promuovere soluzioni uditive sempre più innovative, coinvolgenti e digitali. Al fine di rivoluzionare l'intera esperienza audiologica, abbiamo lanciato Ampli-care, un intero ecosistema digitale costruito intorno al cliente e in grado di offrire soluzioni iperpersonalizzate e un supporto continuo degli audioprotesisti, anche da remoto. Insieme all'Università Bocconi di Milano, abbiamo istituito l'Amplifon Chair in Customer Science, che ci consentirà di approfondire ulteriormente la comprensione dei clienti attraverso strumenti di intelligenza artificiale.

Abbiamo continuato a investire sulle nostre persone e sulla nostra Organizzazione al fine di perseguire una crescita sostenibile di lungo termine. Il crescente focus sull'innovazione ha portato alla nascita di Amplifon X, la nostra nuova divisione interamente dedicata allo sviluppo di soluzioni digitali altamente innovative e di cui Ampli-care ne rappresenta il primo prodotto. Ci siamo dedicati ancora di più al coinvolgimento interno, alla crescita e allo sviluppo dei nostri talenti, con una vasta gamma di opportunità di apprendimento e sviluppo professionale, e abbiamo lanciato l'Amplifon Records Graduate Program, al fine di attrarre e accelerare lo sviluppo di giovani professionisti con un taglio



fortemente internazionale. A conferma della forza della nostra strategia HR, abbiamo ricevuto la certificazione Top Employer 2022 per l'EMEA, ed in particolare per Italia, Francia, Germania, Spagna e Portogallo.

Infine, tutti gli obiettivi di cui sopra sono stati raggiunti supportando al contempo le comunità locali in cui operiamo, promuovendo l'inclusione sociale attraverso le nostre Fondazioni e sensibilizzando le nuove generazioni sulla prevenzione e il benessere uditivo, nonché operando responsabilmente lungo l'intera catena del valore nei confronti di tutti e dell'ambiente.

“

Oggi giorno, alla luce delle evoluzioni del contesto socio-economico in cui operiamo, una strategia di business deve essere in grado di saper rispondere anche alle sfide globali in ambito di sostenibilità.

Avere un ruolo attivo nella costruzione di un futuro sempre più sostenibile implica, soprattutto per le aziende operanti su scala globale, collaborazione. Per generare un cambiamento duraturo nel tempo, le organizzazioni pubbliche

SUSAN CAROL HOLLAND

Presidente

e private devono fare squadra e giocare la stessa partita, condividendo una visione e puntando a obiettivi comuni. Per questo, abbiamo deciso di aderire al Global Compact delle Nazioni Unite, il più grande patto strategico globale sottoscritto da oltre 15.000 aziende, impegnandoci così nel rispetto dei Dieci Principi fondamentali in tema di diritti umani, diritti dei lavoratori, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione. Siamo sicuri che il nostro supporto a questa iniziativa, insieme all'allineamento degli obiettivi del nostro Piano di Sostenibilità "Listening Ahead" ai principali Sustainable Development Goals delle Nazioni Unite, ci permetterà di dare un contributo tangibile alle principali sfide sociali e ambientali che caratterizzano il nostro tempo.

“

Siamo felici di presentarvi, all'interno del nostro Report di Sostenibilità 2021, i traguardi raggiunti e le nuove iniziative introdotte rispetto alle nostre aree di impegno, consapevoli che solo grazie al coinvolgimento attivo dei nostri stakeholder e alla passione delle nostre persone saremo in grado di contribuire a un futuro sempre più inclusivo e sostenibile.

ENRICO VITA

Amministratore Delegato



GUIDA ALLA LETTURA

Da settant'anni miglioriamo la vita delle persone offrendo loro esperienze uniche e prodotti e servizi per la cura dell'udito altamente personalizzati. Valorizziamo il talento delle nostre persone, supportiamo le comunità in cui operiamo e sensibilizziamo le nuove generazioni sul valore del benessere uditivo, sempre nel rispetto dei più alti standard etici e morali nei confronti di tutti gli stakeholder e dell'ambiente.

Tutti questi impegni sono per noi di Amplifon driver fondamentali, che guidano da sempre il nostro modo di fare business e che trovano spazio nel presente Report di Sostenibilità.

Giunto alla sua sesta edizione, tale Report è diretta espressione del percorso organico alla sostenibilità che abbiamo intrapreso coerentemente alle nostre caratteristiche strategiche e organizzative, e da cinque anni costituisce anche la nostra Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, redatta ai sensi del D.Lgs. 254/2016 che recepisce la Direttiva 2014/95/UE riguardante la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e sulla diversità da parte delle imprese di grandi dimensioni.

Con questo Report ogni anno cogliamo l'opportunità di comunicare a tutti i nostri stakeholder le attività svolte e i progressi raggiunti rispetto alle quattro aree di impegno formalizzate nella nostra Policy di Sostenibilità (**Product & Service Stewardship, People Empowerment, Community Impact, Ethical Behavior**), nonché di misurare le nostre performance, identificare potenziali rischi attuali e futuri, prendere decisioni migliori e valorizzare il coinvolgimento dei nostri stakeholder.

Ogni anno cerchiamo altresì di identificare nuove opportunità per la creazione di valore nel lungo termine. Infatti, nel 2020 abbiamo definito il nostro primo **Piano di Sostenibilità "Listening Ahead"** con obiettivi congruenti con la nostra strategia di business e con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo



**VAI ALLA PAGINA
LE NOSTRE AREE
DI IMPEGNO E IL
NOSTRO PIANO DI
SOSTENIBILITÀ**



**VAI ALLA PAGINA
LE NOSTRE
PRIME AZIONI
NELLA FINANZA
SOSTENIBILE**

Sviluppo Sostenibile. In un'ottica di miglioramento continuo, nel corso del 2021 abbiamo voluto rafforzare ulteriormente il nostro contributo e il nostro impegno per uno sviluppo sostenibile sia facendo ricorso a operazioni di Finanza Sostenibile con la sottoscrizione di due finanziamenti *sustainability-linked* legati ad alcuni degli obiettivi del Piano di Sostenibilità, sia aderendo al **Global Compact delle Nazioni Unite (UN Global Compact)**. Infatti, questo Report rappresenta anche la prima Communication on Progress (COP) circa i progressi compiuti nell'applicazione dei Dieci Principi promossi dal UN Global Compact.

Per facilitare la comprensione dei progressi raggiunti, il presente Report è strutturato in modo da rispecchiare le quattro aree di impegno di sostenibilità di Amplifon, declinate a loro volta in specifici temi di sostenibilità identificati come materiali, sia per l'attività di Amplifon che per i nostri stakeholder.

I NOSTRI STAKEHOLDER

Operiamo in un contesto internazionale dinamico, in cui il coinvolgimento degli stakeholder - basato sui valori dell'onestà, della trasparenza e del dialogo aperto - è fondamentale nel perseguire il nostro obiettivo di generare valore economico e sociale condiviso.

Per questo, promuoviamo periodicamente un esercizio interno volto a identificare l'insieme dei nostri interlocutori e portatori d'interesse, partendo dalla consapevolezza che essi ricoprono un ruolo fondamentale nel nostro percorso di crescita, e che la comprensione delle loro esigenze ci consente di perseguire i nostri obiettivi in maniera più responsabile ed efficace. In base al tipo di relazioni che esistono con Amplifon e in accordo ai criteri di dipendenza e influenza, tra i principali stakeholder vi sono la comunità di persone affette da calo uditivo, il nostro personale dipendente, gli azionisti e i fornitori di capitale, i fornitori (in particolare i produttori di dispositivi acustici) e la rete distributiva composta da franchisee e agenti.

Valorizzando costantemente il coinvolgimento attivo dei nostri stakeholder, in una prospettiva di mutuo apprendimento e di condivisione, negli anni abbiamo promosso in modo continuativo **numerose attività di ascolto e interazione**, al fine di sviluppare strategie di crescita più sostenibili, migliorare i processi decisionali e l'offerta di prodotti e servizi. Inoltre, per offrire una descrizione dell'impegno di Amplifon nella sostenibilità più chiara e trasparente possibile, intercettando le esigenze e le priorità di tutte le parti interessate, anche nel 2021 abbiamo aggiornato la nostra analisi di materialità con il coinvolgimento diretto di un campione dei principali stakeholder e secondo un approccio innovativo.

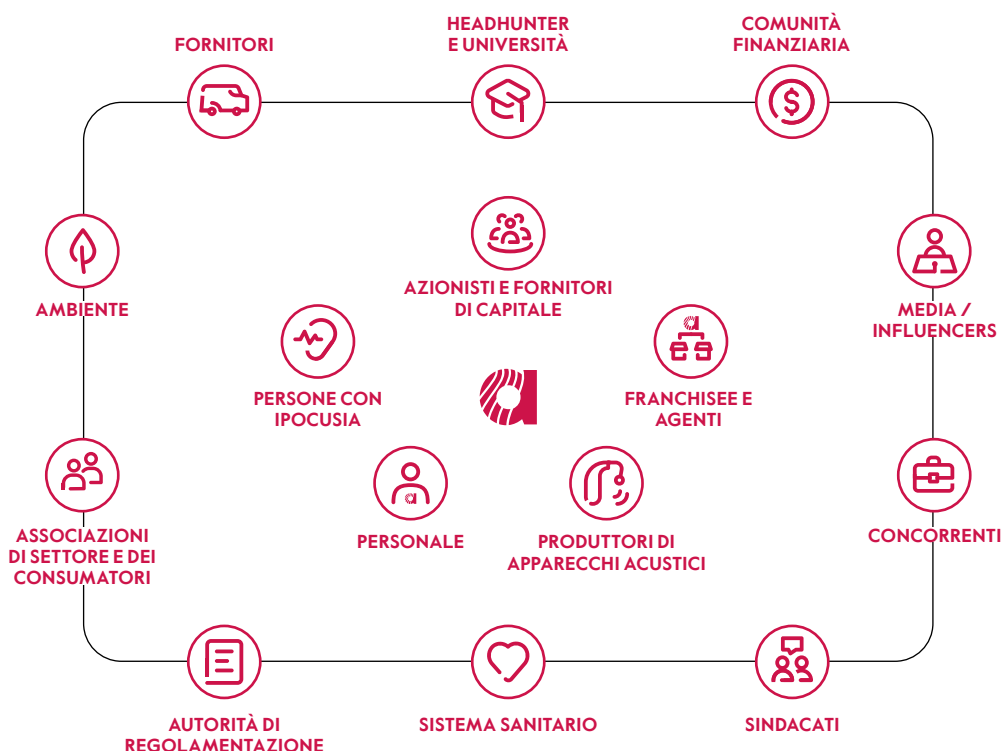


[VAI ALLA PAGINA
INDICE DEI
CONTENUTI DEI
PRINCIPI DEL
UNITED NATIONS
GLOBAL COMPACT](#)



[VAI ALLA PAGINA
PRINCIPALI
ATTIVITÀ DI
STAKEHOLDER
ENGAGEMENT](#)

PRINCIPALI STAKEHOLDER DI AMPLIFON



ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità rappresenta il processo cardine alla base della redazione del Report di Sostenibilità, e ha l'obiettivo di identificare e valutare tra i diversi temi economici, ambientali e sociali quelli che, allo stesso tempo, sono maggiormente rilevanti per l'Organizzazione e possono influenzare le decisioni dei principali stakeholder.

Anche nel 2021 abbiamo svolto tale processo sulla base dei principi di materialità, inclusione degli stakeholder, completezza dei dati e contesto di operatività, cogliendo l'occasione per condividere internamente le priorità legate alla sostenibilità e per dare voce ai nostri interlocutori esterni.

Inoltre, quest'anno abbiamo deciso di fare un passo in più introducendo per la prima volta il concetto di **"doppia materialità"**, ovvero valutando, allo stesso tempo, sia il contributo di Amplifon sui singoli temi economici, ambientali e sociali rilevanti per il mercato, l'ambiente e le persone (materialità ESG), sia quanto gli stessi temi e i macro-trend globali possono impattare sulla capacità di creare valore e sulle performance finanziarie della nostra Organizzazione (materialità finanziaria). Per supportare l'utilizzo di questa duplice prospettiva, l'esercizio è stato svolto con un **approccio dinamico**, guardando a quali sono i trend e i driver del nostro settore e del mondo ESG, consci del fatto che tematiche non materiali oggi potrebbero invece diventarlo nel prossimo futuro.

**DOPPIA
MATERIALITÀ
SVOLTA NEL 2021**

Per questo motivo, abbiamo rivisto interamente l'universo dei temi di sostenibilità potenzialmente rilevanti per Amplifon. Per mezzo di un'analisi dei macro-trend e dei driver tratti dai principali documenti e relazioni di organizzazioni non governative e policy maker, delle tematiche di sostenibilità più rilevanti per il settore *health care*, e di quanto emerso da un'analisi di *benchmarking* delle *best practice* di settore, abbiamo individuato **20 temi di sostenibilità** da sottoporre a valutazione. Rispetto allo scorso anno, alcuni temi sono stati confermati, altri sono stati accorpati, e molti sono stati rivisti nella forma al fine di allineare il più possibile l'universo dei temi al contesto attuale in cui operiamo, nonché agli obiettivi del nostro Piano di Sostenibilità "Listening Ahead". Tale esercizio è stato svolto anche tramite specifiche sessioni di induction, che hanno visto il coinvolgimento diretto del Top Management e delle principali funzioni aziendali, durante le quali è stato promosso un confronto interno sulla strategia di sostenibilità di Amplifon, le principali opportunità e le aree sulle quali investire maggiormente per il futuro, tra cui ad esempio la lotta al cambiamento climatico, i rischi e le opportunità ad esso correlati.

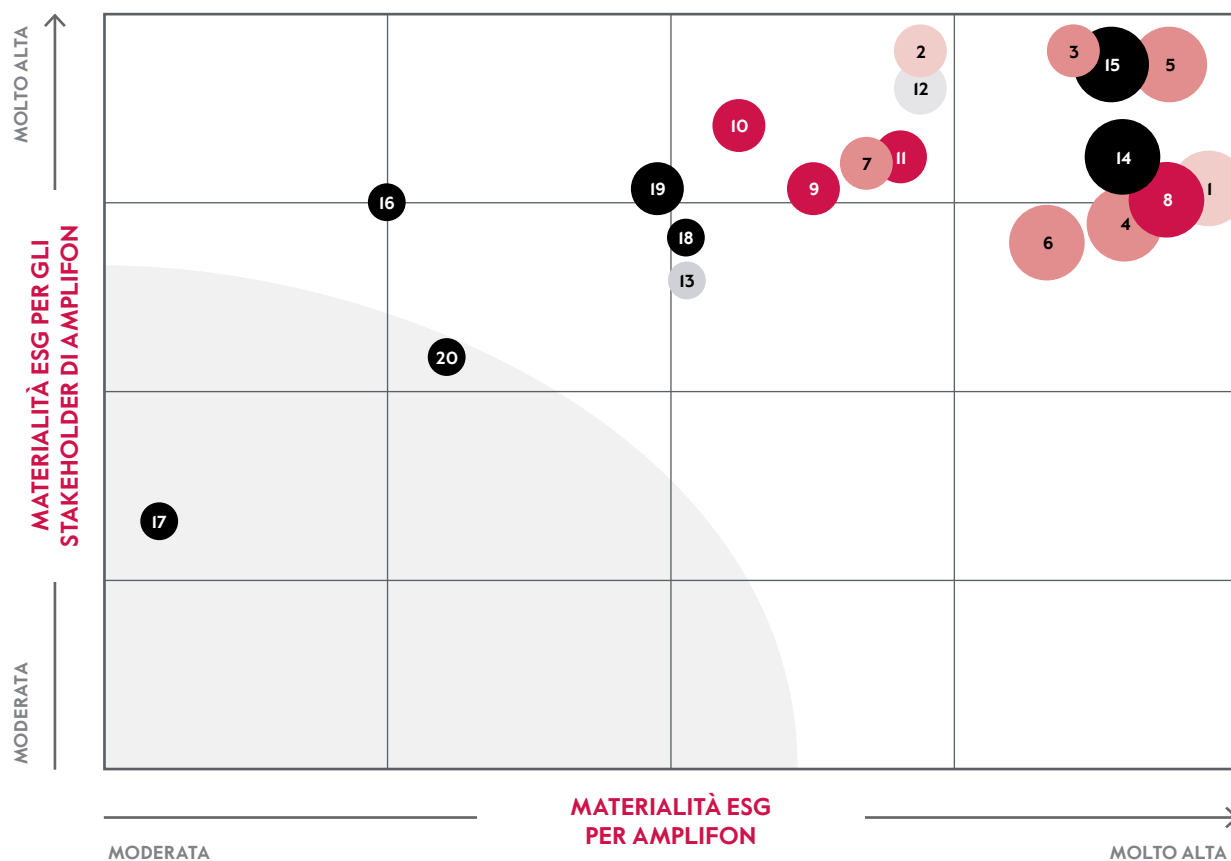
I 20 temi sono stati quindi valutati e prioritizzati sia da parte degli stakeholder interni e esterni, al fine di intercettarne feedback, suggerimenti e aspettative, sia dal Top Management di Amplifon, secondo la duplice prospettiva della doppia materialità. In seguito alle attività di stakeholder engagement promosse negli ultimi anni, che hanno visto diverse categorie di interlocutori essere coinvolte tramite survey online e, nel 2020, focus group virtuali, quest'anno abbiamo deciso di fare un passo avanti e rafforzare la partecipazione attiva dei nostri stakeholder esterni coinvolgendoli contemporaneamente in un **workshop multi-stakeholder**, a cui hanno partecipato un campione di investitori istituzionali e fornitori di dispositivi acustici, nonché una rappresentanza di associazioni di categoria, associazioni dei consumatori e delle comunità. In parallelo, abbiamo coinvolto internamente un campione rappresentativo di dipendenti dei principali Paesi in cui operiamo (sia *back office* che *field force*) per mezzo di una survey online. In entrambi i casi, tutti i nostri interlocutori hanno avuto l'occasione di condividere le loro valutazioni sulla materialità ESG e finanziaria dei temi di sostenibilità, e soprattutto la loro percezione sul nostro reporting e strategia di sostenibilità.

La rilevanza di ciascun tema è stata successivamente valutata anche dal punto di vista di Amplifon, attraverso un workshop finale con il Top Management, durante il quale i temi sono stati valutati secondo la duplice prospettiva (materialità ESG e finanziaria) e sono state altresì discusse le opportunità di Amplifon in ambito di sostenibilità lungo l'intera catena del valore. Tramite queste analisi, siamo stati in grado di selezionare i **18 temi di sostenibilità materiali sia per Amplifon che per i nostri stakeholder secondo il principio della doppia materialità**, al fine di rappresentarli nella nostra matrice di materialità 2021, successivamente validata dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e dal Consiglio di Amministrazione a dicembre 2021.



[VAI ALLA PAGINA](#)
**UNIVERSO DEI TEMI
DI SOSTENIBILITÀ
DI AMPLIFON**

MATRICE DI MATERIALITÀ 2021



DIMENSIONE DELLE BOLLE: MATERIALITÀ FINANZIARIA



AMPLIFON BUSINESS

1 Resilienza e redditività nel lungo termine

2 Approccio strategico e governance della sostenibilità

PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP

- 3 Disponibilità e accessibilità alla cura dell'udito
- 4 Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience
- 5 Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi
- 6 Cybersecurity e privacy dei dati
- 7 Pratiche di marketing e vendita responsabili

COMMUNITY IMPACT

- 12 Sensibilizzazione ed educazione al benessere uditivo
- 13 Supporto alle comunità locali

PEOPLE EMPOWERMENT

- 8 Attrazione e sviluppo delle risorse chiave
- 9 Salute e sicurezza dei dipendenti
- 10 Diversità, equità e inclusione
- 11 Benessere e coinvolgimento delle persone

ETHICAL BEHAVIOR

- 14 Contesto regolatorio
- 15 Conduzione etica e responsabile del business
- 16 Gestione dei rifiuti e economia circolare
- 17 Gestione delle risorse idriche*
- 18 Efficienza energetica e azioni per il clima
- 19 Gestione responsabile della catena di fornitura
- 20 Efficientamento del processo logistico e distributivo*

* Temi non materiali

Anche nel 2021, la rilevanza dei temi maggiormente connessi al business, ovvero “Resilienza e redditività nel lungo termine”¹, “Innovazione, digitalizzazione e personalizzazione della customer experience” e “Contesto normativo”, è rimasta alta e invariata. Inoltre, si sono confermati tra i temi più rilevanti dal punto di vista della materialità ESG la “Disponibilità e accessibilità alla cura dell’udito”, la “Qualità, affidabilità e sicurezza dei prodotti e servizi” e la “Conduzione etica e responsabile del business” (che da quest’anno comprende anche le tematiche di lotta alla corruzione e trasparenza fiscale), tutti elementi imprescindibili a garantire l’integrità delle nostre pratiche aziendali nell’interesse di tutti. Oltre a questi, tra gli altri temi maggiormente rilevanti anche in termini di materialità finanziaria vi sono l’“Attrazione e sviluppo delle risorse chiave”, elemento indispensabile per garantire la sostenibilità del business, e la “Cybersecurity e privacy dei dati”.

Tematiche quali la “Sensibilizzazione e educazione al benessere uditivo”, che riflette il nostro ruolo nell’accrescere la consapevolezza sull’importanza della prevenzione, nonché il “Benessere e coinvolgimento delle persone” e la “Diversità, equità e inclusione”, anche alla luce delle situazioni emergenziali a causa del Covid-19, hanno acquisito una maggiore rilevanza nell’analisi 2021. Infine, tutti gli aspetti sociali e ambientali relativi alla “Gestione responsabile della catena di fornitura” (da quest’anno accorpate all’interno di un unico tema), e la tematica “Efficienza energetica e azioni per clima” (nonostante il limitato impatto ambientale della attività di Amplifon) sono risultate materiali e hanno suscitato un crescente interesse di tutti i nostri interlocutori interni e esterni, anche alla luce del nostro progressivo impegno verso una gestione sempre più efficiente e responsabile della *supply chain* e delle nostre attività.



1 - Il tema “Resilienza e redditività nel lungo termine”, trattandosi di un tema perlopiù di business ed economico, è affrontato in parte nel presente documento nella sezione “Resilienza e valore economico generato”, e ulteriori informazioni sono disponibili all’interno dell’[Annual Report 2021](#).

**GUARDIAMO CON ENTUSIASMO
A UN FUTURO IN CUI
LA SOSTENIBILITÀ È SEMPRE
PIÙ INTEGRATA ALL'INTERNO
DELLA NOSTRA STRATEGIA
DI BUSINESS**

HIGHLIGHTS 2021

1.948,1 milioni di euro di ricavi

>11% quota di mercato

25 Paesi e 5 continenti

>9.200 punti vendita

~18.600 dipendenti e collaboratori

CAPITOLO 01

AMPLIFON: LISTENING AHEAD



 **amplifon**

I.1 IL SETTORE IN CUI OPERIAMO

Viviamo in un mondo in cui la cura dell'udito è essenziale a chiunque per connettersi con il mondo e godere di una vita piena e soddisfacente. Per questo, più che un *retailer* di dispositivi acustici, siamo un *hearing care provider* all'interno di un mercato frammentato, ma in forte crescita.

Oggi, oltre 1,5 miliardi di persone presentano un qualche livello di calo uditivo che, se pur più frequente nelle persone più senior, riguarda tutte le fasce di età. Tra queste, almeno 430 milioni di persone vivono con una perdita uditiva che necessita di interventi riabilitanti, e si stima che con la crescente longevità della popolazione questo numero raggiungerà circa 700 milioni entro il 2050. Inoltre, **il calo uditivo non curato rappresenta oggi un costo globale annuale pari a circa 1 trilione di dollari**, legato alle spese del settore sanitario, alla perdita di produttività e ai relativi costi sociali².

Il mercato globale *retail* dell'*hearing care* è stimato pari a circa 16,5 miliardi di euro nel 2021 e, purché ancora frammentato, è in continuo consolidamento e presenta positive prospettive di crescita di medio e lungo termine guidate dall'aumento della popolazione mondiale e dal tasso di adozione dei dispositivi acustici. Le Nazioni Unite stimano che la popolazione mondiale raggiungerà 9,7 miliardi di persone entro il 2050, traducendosi in un considerevole aumento del numero di persone senior che potrebbero sviluppare difficoltà uditive³.

Il tasso di adozione, ovvero il rapporto tra chi utilizza un dispositivo acustico e chi ha un qualche livello di calo dell'udito, nei paesi ad alto reddito è circa del 37% ed è più elevato nel segmento di popolazione che ha una perdita di udito profonda, mentre nelle economie emergenti è ancora molto basso (5-10%)⁴. Esso dipende anche dal tipo di regolamentazione e dal relativo sistema

~19%

DELLA
POPOLAZIONE
MONDIALE HA UN
QUALCHE LIVELLO
DI CALO UDITIVO,
E IL 6% NECESSITA
DI INTERVENTI
RIABILITANTI

~22%

LA QUOTA DI
OVER 60 NELLA
POPOLAZIONE
MONDIALE
PREVISTA PER
IL 2050
(OGGI È IL 12,3%)

2 - Fonte: «World Report on Hearing», World Health Organization, 2021.

3 - Fonte: United Nations website e United Nations Population Fund website.

4 - Fonte: Organizzazione Mondiale della Sanità, EuroTrak, MarkeTrak, Amplifon data 2018 nei mercati in cui opera Amplifon.

di rimborso: dati empirici dimostrano che è più alto (se pur non superando il 60%) nei paesi in cui i sistemi sanitari nazionali offrono gratuitamente apparecchi acustici a tutti, se pur con un minor tasso di utilizzo dei dispositivi e soprattutto minore soddisfazione dei clienti. Invece, nei modelli “competitivi”, che prevedono un rimborso parziale agli aventi diritto rispetto al livello di ipoacusia, lasciando libera scelta alle persone per eventuali integrazioni, a fronte di un’adozione leggermente più bassa si registrano tassi di utilizzo attivo dei dispositivi e livelli di soddisfazione significativamente maggiori⁵. Ciò avviene grazie all’elevato livello di personalizzazione dei dispositivi acustici, alla professionalità degli audioprotesisti e ai servizi di post-vendita più efficaci e innovativi, che garantiscono maggiori benefici finali e una maggiore qualità dell’hearing care a 360°.

~37%

L'ADOZIONE
DEI DISPOSITIVI
ACUSTICI
NEI MERCATI
SVILUPPATI

I PRINCIPALI DRIVER

Sono tanti i fattori esogeni che favoriscono l’aumento dell’adozione dei dispositivi acustici e proiettano il settore dell’*hearing care* verso un futuro più inclusivo e tecnologicamente avanzato.

ASPETTATIVA DI VITA

L’allungamento dell’aspettativa di vita porterà gli over 65 a raddoppiare entro il 2050, e nei prossimi 4 anni, per la prima volta nella storia, il loro numero supererà quello di bambini con età al di sotto dei 5 anni.

VITA ATTIVA

Le persone hanno oggi una prospettiva di vita molto più lunga rispetto alle generazioni precedenti, oltre che migliore. I cosiddetti *active agers* rappresentano una nuova generazione che desidera vivere la vita attivamente.

TECNOLOGIA

La miniaturizzazione, la connettività e la ricaricabilità contribuiscono alla consumerizzazione dei dispositivi acustici. Così sempre più persone decidono di prendersi cura del proprio udito.

DIGITALIZZAZIONE

La diffusione degli smartphone e tablet sta aumentando velocemente anche tra i *senior*, dando l’opportunità di offrire servizi a valore aggiunto, personalizzati e interconnessi tramite nuovi punti di contatto.

Grazie a un modello di business vincente, noi di Amplifon occupiamo una posizione privilegiata per valorizzare queste tendenze e guidarne l’evoluzione. Per questo, investiamo continuamente in una comunicazione positiva che mette in discussione gli stereotipi sulla terza età e sulle soluzioni uditive, raccontando una nuova generazione di *senior* al passo coi tempi che guarda al futuro con ottimismo. Mettendo al centro l’udito come facilitatore della vita attiva, contribuiamo al superamento delle barriere legate all’avanzare degli anni, supportando così l’accessibilità all’*hearing care*.

5 - Fonte: “Getting our numbers right on Hearing Loss, Hearing Care and Hearing Aid Use in Europe”, Joint AEA, EFHOH and EHIMA report, Mark Laureyns, Lidia Best, Nikolai Bisgaard and Soren Hougaard, Settembre 2016.



1.2 LA NOSTRA IDENTITÀ E CORPORATE CULTURE

Siamo leader mondiali nelle soluzioni e nei servizi per l'udito per competenze, capacità di personalizzazione e attenzione al cliente. Contiamo su un network di oltre 9.200 punti vendita e sulla professionalità e passione di circa 18.600 dipendenti e collaboratori in 25 Paesi nei 5 continenti.

LA NOSTRA PURPOSE

We empower people to rediscover all the emotions of sound.

È la ragione per cui esistiamo e svolgiamo il nostro lavoro. È ciò che ci motiva e guida ogni giorno, facendoci ricercare costantemente innovazioni, sfide e opportunità per migliorare la nostra azienda e la vita delle persone.

LA NOSTRA MISSION

Trasformiamo il modo in cui la cura dell'udito viene percepita e vissuta in tutto il mondo, così che per chiunque sia naturale affidarsi al servizio di alta qualità e alla professionalità dei nostri specialisti.

Ci impegniamo al massimo per comprendere le esigenze uniche di ogni cliente, per garantire a ognuno la soluzione migliore e un'esperienza straordinaria.

Selezioniamo, sviluppiamo e facciamo crescere i migliori talenti che condividono la nostra ambizione di cambiare la vita di milioni di persone nel mondo.

La nostra mission riassume ciò che miriamo a raggiungere, insieme, negli anni a venire. Rappresenta la nostra ambizione di cambiare il settore dell'*hearing care* attraverso innovazione e attenzione alle esigenze dei clienti, grazie all'impegno delle nostre persone.

I NOSTRI VALORI

I nostri valori sono i principi che guidano il nostro modo di agire. Ogni giorno nel nostro lavoro, ci uniscono e ci rendono unici.



PASSIONE PER IL CLIENTE

Agiamo sempre con passione nell'interesse dei nostri clienti e amiamo sorprenderli, superando le loro aspettative.

FARE LA DIFFERENZA

Incoraggiamo chi lavora con noi ad esprimersi liberamente, dare il meglio e ottenere risultati lavorando insieme per fare una differenza che duri nel tempo.



ECCELLENZA QUOTIDIANA

Puntiamo ai più alti standard qualità e facciamo il massimo per raggiungerli, senza arrenderci mai.

PENSIERO INNOVATIVO

Ascoltiamo il mondo che ci circonda e accettiamo ogni nuova sfida con l'ambizione di imparare, crescere ed innovare in modo veloce e flessibile.



SENSO DI RESPONSABILITÀ

Agiamo con correttezza e responsabilità mostrando rispetto per tutti, sempre.

PUNTI DI FORZA

Facendo leva sul nostro posizionamento globale e su 70 anni di esperienza, rinnoviamo continuamente la nostra *value proposition* per essere sempre più vicini agli stili di vita in continua evoluzione dei nostri clienti.

FORTI COMPETENZE

I nostri circa 9.500 audioprotesisti effettuano centinaia di migliaia di test dell'udito all'anno e si aggiornano periodicamente tramite specifiche attività di formazione. Uniscono innovazione, conoscenze scientifiche e un approccio altamente personalizzato all'interno del protocollo esclusivo Amplifon 360 per garantire una *customer experience* eccellente.

BRAND INEGUAGLIABILI

Il nostro portafoglio di marchi forti e riconosciuti ci permette di guidare un cambiamento culturale nel settore, ridefinendo il modo con cui il cliente si relaziona con il proprio benessere uditivo. Riuniti sotto il brand Amplifon, l'insieme dei nostri marchi invita a vivere esperienze uniche.

INNOVAZIONE

Amplifon X, la nostra nuova divisione interamente dedicata allo sviluppo di soluzioni digitali altamente innovative, evidenzia la nostra attitudine a guardare sempre avanti e spingerci oltre. L'ecosistema proprietario Amplifon di soluzioni omni-channel e omni-persona incentrato sul cliente, grazie all'attività di data mining, ci consente di sviluppare servizi ad alto valore aggiunto per differenziare ulteriormente il *customer journey*.

DIMENSIONE GLOBALE

Il nostro network distributivo globale, interconnesso grazie ai nostri sistemi e *database*, ci permette di essere sempre vicini al cliente, condividere le eccellenze tra i nostri audioprotesisti nei Paesi e diversificare l'esposizione ai diversi mercati.

EMPLOYER OF CHOICE

Siamo *employer of choice* grazie alla nostra *corporate culture* distintiva e vincente, al costante investimento nei nostri talenti, all'incentivazione dello sviluppo professionale e al riconoscimento delle persone anche attraverso incarichi all'interno di progetti globali.

LEADERSHIP SCIENTIFICA

Il Centro Ricerche e Studi Amplifon è un partner specializzato per la comunità medico-scientifica e leader in campo audiologico ed otorinolaringoiatrico dal 1971. Il suo prestigio è legato al contributo di esperti riconosciuti a livello internazionale, il cui apporto innovativo è fondamentale per il continuo aggiornamento teorico-pratico della classe medica.

UNA PRESENZA GLOBALE

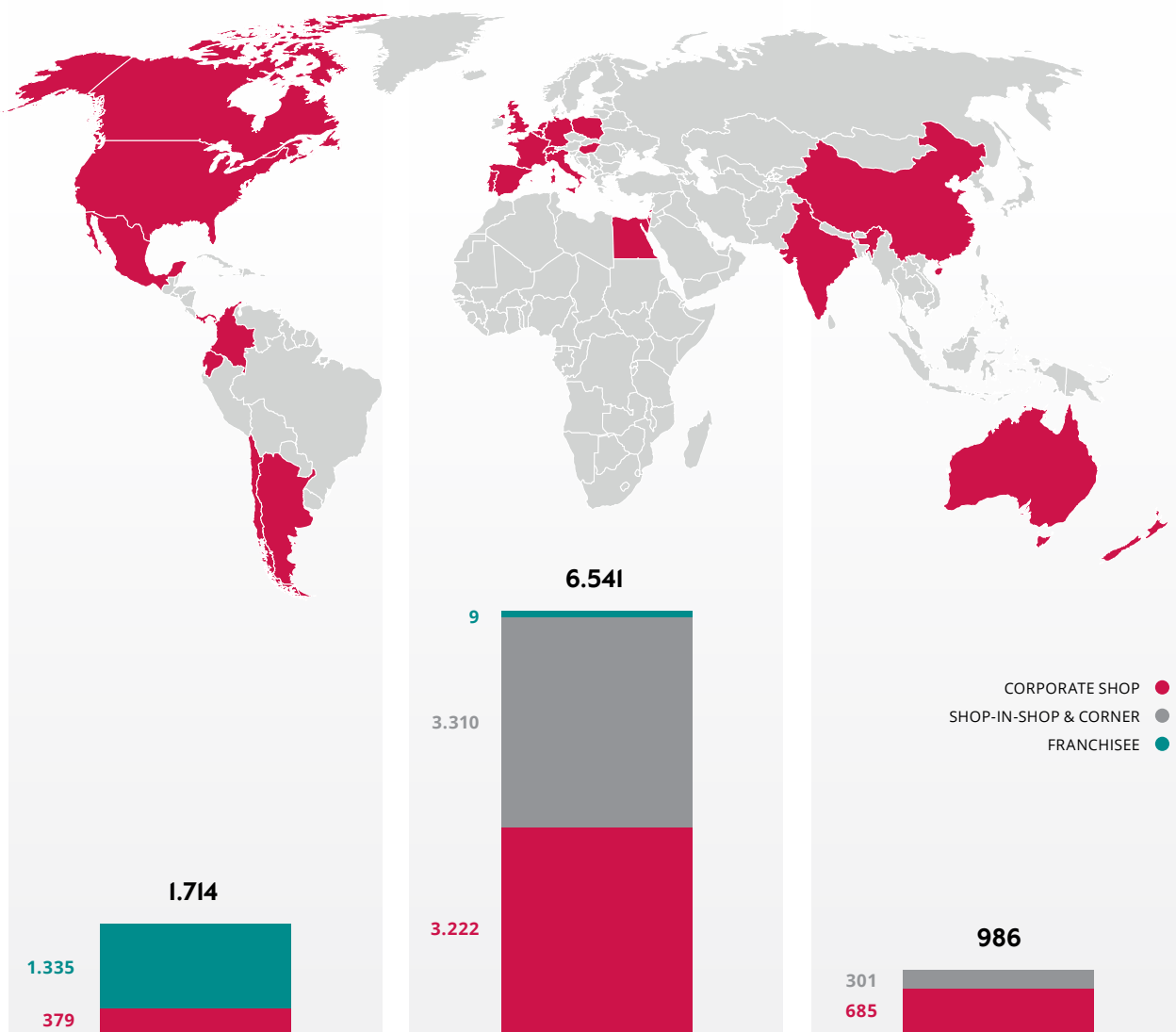
Siamo leader mondiale per volumi, fatturato, capillarità della rete distributiva e presenza geografica. Operiamo in tre aree geografiche (EMEA, America, APAC) sui cinque continenti, e generalmente ci classifichiamo come primo o secondo operatore nei principali mercati in cui operiamo.

25
Paesi
IN 5 CONTINENTI

AMERICA

EMEA

APAC



amplifon Miracle-Ear

amplifon GAES

amplifon 安耳声

amplifon Hearing health care GAES

Beter Horen minisom amplifon

BAYAUDIOLOGY DILWORTH HEARING

MEDTECHNICA ORTHOPHONE Advanced Hearing Technology amplifon

BAYAUDIOLOGY attune

1.3 STRATEGIA E BUSINESS MODEL

Ogni giorno investiamo sui trend di domani per migliorare la qualità della vita di milioni di persone. L'innovazione è da sempre protagonista della nostra strategia di business, che ha obiettivi chiari e mirati e si basa su tre pilastri fondamentali.



APPROFONDISCI
LA NOSTRA
STRATEGIA

CRESCITA E LEADERSHIP A LIVELLO GLOBALE

Consolideremo la nostra leadership grazie a una forte crescita organica e ad acquisizioni mirate, rafforzandola ulteriormente nei mercati in cui siamo leader e diventando leader nei pochi mercati in cui non lo siamo ancora. Ci focalizzeremo sugli Stati Uniti, il più grande mercato mondiale, consolideremo la nostra leadership in EMEA e Australia, e in Cina continueremo a crescere organicamente intorno agli hub di Pechino, Zhejiang e Shanghai e tramite acquisizioni e joint venture con partner locali in aree ancora inesplorate del paese.

CUSTOMER PROPOSITION UNICA E INEGUAGLIABILE

Abbiamo ridefinito l'esperienza di prodotto con famiglie di apparecchi acustici e strumenti digitali costruiti intorno alle persone per connettere audioprotesisti e clienti. Ora, la nostra *customer proposition* sarà ulteriormente arricchita facendo leva sui nostri tre asset distintivi: gli indiscussi marchi leader di settore; una profonda conoscenza del consumatore, derivante dall'ineguagliabile quantità e qualità di dati che possediamo e utilizziamo per costruire i migliori insight sui clienti e servirli al meglio a 360°; e una *customer experience* innovativa, in cui le tecnologie digitali giocano un ruolo chiave nell'arricchire l'esperienza del consumatore e nel migliorare i protocolli sia all'interno dei nostri negozi che all'esterno, sin dal primo contatto fino al servizio post-vendita.

ORGANIZZAZIONE EFFICACE E DI TALENTO

Per supportare l'implementazione della nostra strategia ed essere ogni giorno più competitivi, continueremo a investire nella crescita delle nostre persone, sia nei negozi che nel *back office*, e in una *corporate culture* distintiva che intendiamo valorizzare al meglio. L'obiettivo è quello di creare un'organizzazione sempre più efficace e migliorare le competenze delle nostre persone, attraendo e sviluppando i migliori talenti, e facendo anche leva su un'infrastruttura IT integrata a livello globale.

A supporto di tale strategia, nel 2021 è proseguita la continua espansione del nostro network distributivo, sia attraverso acquisizioni *bolt-on* principalmente in Germania, Francia e Stati Uniti (al netto dei negozi affiliati di Elite a seguito della decisione di uscire dal business wholesale negli Stati Uniti in linea con la strategia volta ad offrire la migliore esperienza direttamente al consumatore finale), sia grazie ad acquisizioni mirate. In particolare:

- A luglio 2021 abbiamo annunciato la **seconda joint venture con un partner locale in Cina**, complementando la nostra attuale presenza nell'area di Pechino con 45 ulteriori punti vendita collocati in Zhejiang, Fujian, Henan e Jiangxi e raggiungendo così una rete complessiva di 115 punti vendita nel Paese.
- A luglio 2021 abbiamo annunciato **l'acquisizione di Bay Audio** (poi perfezionata il 1° ottobre), primario operatore indipendente nel mercato australiano con più di 100 negozi localizzati in centri commerciali premium e ad alto traffico sulla costa orientale del paese, consentendoci così di rafforzare la nostra posizione nel mercato chiave australiano.



FORWARD THINKING VALUE IAT - ONE AMPLIFON TRANSFORMATION

Dal 2018 siamo impegnati in un grande programma globale - One Amplifon Transformation - per uniformare il modello operativo di tutti i Paesi in cui operiamo rispetto alle attività finance, procurement e gestione del capitale umano, sulla base di tre pilastri: Simplify, Innovate e Harmonize.

1AT ha l'obiettivo di semplificare il modo di lavorare delle persone, armonizzare i processi operativi ed ottimizzare i processi decisionali tramite un'unica piattaforma cloud globale integrata: da tanti modelli operativi di *back office* a un unico modello globale e trasversale, capace di rendere più efficiente il lavoro e permettere a tutti di focalizzarsi sulle attività a più alto valore aggiunto, automatizzando quelle più routinarie. Nel 2019 abbiamo attivato il primo modulo relativo alla gestione delle risorse umane, armonizzando il processo di Performance e Talent Management e offrendo un supporto digitale

ed innovativo ai processi HR e di reporting, in linea alle migliori pratiche sul mercato. Nel 2020 abbiamo attivato i moduli Finance e Procurement effettuando il roll-out di 1AT in Italia, Regno Unito ed Australia, e rendendo operativa la release di gestione centralizzata del nuovo processo di supply chain degli acquisti diretti di Olanda, Regno Unito e Australia, ora gestiti tramite il nostro nuovo sistema ERP cloud-based.

Nel 2021 abbiamo realizzato il roll-out 1AT in Spagna, effettuato lo split societario tra Amplifon S.p.A. e la *legal entity* Amplifon Italia e, in merito alla gestione centralizzata degli acquisti diretti, abbiamo aggiunto Spagna, Nuova Zelanda e Stati Uniti (Miracle Ear) al nostro modello. Nel 2022 finalizzeremo i roll-out dei moduli Finance e Procurement in Germania, Svizzera, Stati Uniti e Belgio e proseguiamo nell'accentramento degli acquisti diretti includendo Italia, Francia, Germania, Svizzera e Belgio.

MODELLI DI BUSINESS

Per garantire sempre il pieno successo delle nostre soluzioni uditive, adottiamo diversi modelli di business secondo le peculiarità dei singoli mercati in cui operiamo, per mezzo di un approccio consulenziale e collaborativo in cui tecnologia, ascolto e servizio fanno sempre la differenza.

BUSINESS-TO-CONSUMER

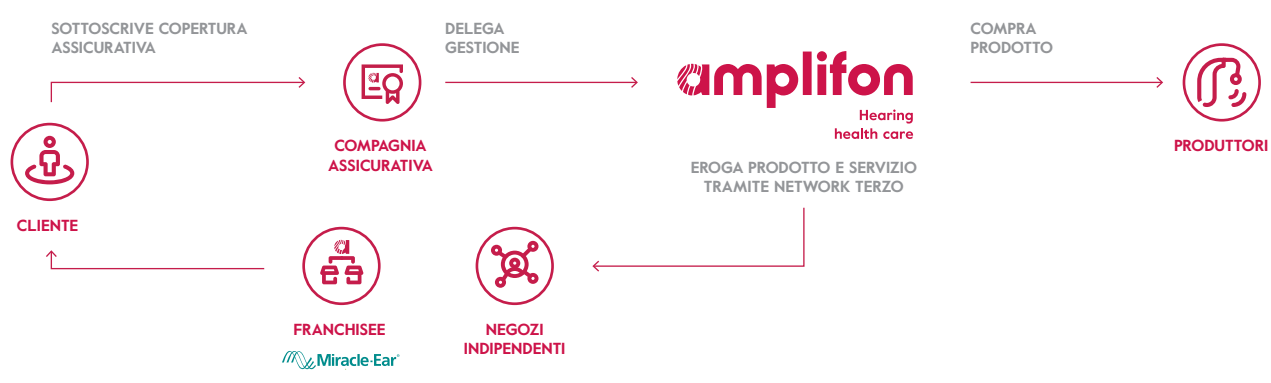
In EMEA, APAC, Canada, America Latina e in parte anche negli Stati Uniti (tramite oltre 200 punti vendita a marchio Miracle-Ear) ci avvaliamo di un modello di business B2C, rivolgendoci direttamente ai nostri clienti tramite punti vendita diretti costituiti da corporate shop o da shop-in-shop e corner. Mentre i corporate shop sono punti vendita diretti gestiti da personale Amplifon o da personale non dipendente che lavora per conto di Amplifon, gli shop-in-shop e i corner sono spazi gestiti direttamente da Amplifon, ma posizionati presso terzi (ad es. farmacie, ottiche e ambulatori medici) con regolare presenza di un audioprotesista, molto diffusi nelle aree rurali a bassa densità di popolazione.

FRANCHISING

Negli Stati Uniti, Miracle-Ear opera principalmente attraverso una rete distributiva in franchising con oltre 1.300 punti vendita che svolgono le proprie attività secondo le nostre linee strategiche. In qualità di franchisor, Miracle-Ear mette loro a disposizione i propri prodotti in esclusiva, il brand Miracle-Ear, nonché strumenti di marketing, formazione e altri servizi a valore aggiunto.

MANAGED CARE

Amplifon Hearing Health Care (AHHC) offre soluzioni e servizi di alta qualità in ambito uditivo agli assistiti di società assicurative negli Stati Uniti, facendo leva su un network di punti vendita formato da negozi in franchising Miracle-Ear e negozi terzi indipendenti, tramite i quali gli assistiti hanno accesso a prodotti e servizi per l'udito e supporto personalizzato da parte di un team di *patient care advocates*.



1.4 UNA SOLIDA GOVERNANCE AZIENDALE

Il nostro modo di gestire le nostre attività di business va oltre la mera compliance: siamo consapevoli che una buona struttura di governance è un elemento essenziale per realizzare i nostri obiettivi strategici di lungo termine, in linea con le attività di controllo interne e con i buoni principi di condotta aziendale.

Il titolo Amplifon, già quotato sul mercato Euronext Milan di Borsa Italiana dal 2001, sul segmento Euronext STAR Milan di Borsa Italiana dal 2008, parte dell'indice FTSE MIB dal dicembre 2018 e dello Stoxx Europe 600 dal 24 giugno 2019, da novembre 2020 è entrato a fare parte dell'indice MSCI Global Standard e da ottobre 2021 anche del **nuovo indice MIB ESG** lanciato da Euronext e Borsa Italiana, dedicato alle 40 blue-chip italiane che attuano le migliori pratiche di sostenibilità. In quanto Società quotata, in Amplifon la struttura di Corporate Governance è allineata alle *best practice* nazionali e internazionali e rispetta i principi indicati nel Codice di Corporate Governance delle Società Quotate promosso dal Comitato per la Corporate Governance, a cui aderiamo sin dalla sua prima versione del 2001, allineandoci tempestivamente ai successivi aggiornamenti⁶.

All'interno di tale modello di governance, l'Assemblea degli Azionisti costituisce l'organo deliberativo che esprime la volontà dei soci, e viene convocata in sede ordinaria almeno una volta all'anno. Il Consiglio di Amministrazione (C.d.A.), che detiene tutti i poteri di amministrazione e di gestione ordinaria e straordinaria della Società, è attualmente composto da nove membri, di cui due terzi indipendenti ed un unico consigliere esecutivo, l'Amministratore Delegato. Inoltre, si caratterizza per un mix adeguato di profili professionali e di competenze: include infatti figure di business, manager provenienti da altri settori, profili finanziari e professionisti. Al 31 dicembre 2021 risulta



**VAI ALLA PAGINA
IL NOSTRO
INGRESSO
NEL MIB ESG**



**APPROFONDISCI
CURRICULUM VITAE
DEI COMPONENTI
DEL C.D.A.**

1/3

**DEI MEMBRI DEL
C.D.A. È DI GENERE
FEMMINILE**

6 - La composizione degli organi di governo di Amplifon è presente in Appendice nella sezione "Indicatori di Performance". Maggiori informazioni relative alla Corporate Governance, nonché alla composizione e alle attività dei Comitati nel corso del 2021 e alla Politica di Remunerazione sono disponibili nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 dicembre 2021 e nella Relazione sulla Politica in materia di Remunerazione e sui compensi corrisposti 2022.

essere composto per il **33% da donne**, e dal 2011 l'età media dei consiglieri si è significativamente abbassata, passando da 72 anni ai 62 per l'attuale C.d.A., con un massimo di 73 anni e un minimo di 53.

Il C.d.A., direttamente o tramite gli organi delegati, riferisce regolarmente al Collegio Sindacale, in qualità di organo di vigilanza e controllo, sul proprio operato e su eventuali operazioni condotte dalla Società e dalle sue controllate che abbiano un impatto significativo sui margini, sulle attività e passività o sulla situazione finanziaria. All'interno dell'attuale Collegio Sindacale, composto da cinque sindaci (tre effettivi e due supplenti), tre membri (di cui due effettivi) sono di genere femminile. Inoltre, il C.d.A. ha costituito al suo interno tre Comitati: il **Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità (CCRS)**, composto da quattro amministratori non esecutivi, di cui tre indipendenti e la metà di genere femminile; il Comitato Remunerazione e Nomine, composto da quattro amministratori, di cui tre indipendenti e due di genere femminile; il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate, composto da tre amministratori indipendenti.

Infine, l'Organismo di Vigilanza (OdV), istituito ai sensi del D.Lgs. 231/2001, vigila e svolge supervisione sull'adeguatezza e applicazione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di Amplifon S.p.A.⁷, in relazione alla struttura aziendale e alla sua effettiva capacità di prevenire la commissione dei reati. Verifica annualmente, e in occasione di modifiche sostanziali di attività o della normativa di riferimento, la completezza e l'aggiornamento del Modello, e ne vigila l'osservanza da parte di tutti i destinatari.

LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

Il C.d.A. approva il Report di Sostenibilità, verificando che lo stesso sia redatto e pubblicato in conformità a quanto previsto dal D.lgs. 254/16, la Policy di Sostenibilità (che formalizza le quattro aree di impegno per il Gruppo) e le linee guida strategiche in ambito ESG (tra cui il Piano di Sostenibilità e quelle relative alla lotta al cambiamento climatico), **mantenendo così costante la supervisione del Gruppo in tutti gli ambiti della sostenibilità**. A supporto del C.d.A., il Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità supervisiona le questioni di controllo interno e gestione dei rischi, ivi incluse quelle relative agli ambiti ESG connessi all'esercizio dell'attività dell'impresa e alle interazioni con gli stakeholder, monitorando al tempo stesso l'adeguatezza e l'appropriatezza del sistema di controllo interno.

Nel 2021, al fine di rafforzare la consapevolezza sulle tematiche e rischi ESG, il C.d.A. e il CCRS hanno ricevuto aggiornamenti periodici in merito alle diverse iniziative in ambito sostenibilità promosse dal Gruppo, nonché sui principali trend in ambito ESG, tra cui quelli relativi alla mitigazione e all'adattamento alla lotta al cambiamento climatico. A tali organi di governo vengono di volta in volta presentate le attività svolte per il reporting di sostenibilità (ad es. in merito all'analisi di materialità), le nuove progettualità e i principali *achievement* raggiunti rispetto agli obiettivi del Piano di Sostenibilità, nonché le attività di comunicazione e *engagement*, tra cui quelle con la comunità finanziaria, le società di rating ESG e tutti gli stakeholder.

7 - Si segnala che, al pari della controllante Amplifon S.p.A. e con riferimento allo scorporo societario avvenuto nel 2021, anche la controllata Amplifon Italia S.p.A. si è dotata di un proprio Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.lgs. 243/01, nonché del proprio Organismo di Vigilanza.

62 anni

ETÀ MEDIA
DEI MEMBRI
DEL C.D.A.



VAI ALLA PAGINA
COMPOSIZIONE
DEGLI ORGANI
DI GOVERNO



VAI ALLA PAGINA
MODELLO DI
ORGANIZZAZIONE
E GESTIONE



VAI ALLA PAGINA
L'ANALISI DI
MATERIALITÀ 2021

In occasione dell'analisi di materialità svolta nel 2021, validata dal CCRS e successivamente dal C.d.A., il Top Management è stato coinvolto in specifiche sessioni di induction volte a condividere i principali trend in ambito ESG, nonché a valutarne la rilevanza per l'Organizzazione, tra cui quelli relativi all'efficienza energetica e alle azioni per il clima. Inoltre, contestualmente all'implementazione del nuovo modello di Enterprise Risk Management (ERM), tutte le tematiche ESG risultate materiali per Amplifon, tra cui quelle relative agli aspetti ambientali e al *climate change*, sono state valutate con il Top Management in termini di potenziali rischi e opportunità e alle relative modalità di gestione, presentati anch'essi poi al CCRS e al C.d.A..

IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI

Consapevoli del contesto economico e commerciale in continua evoluzione nel quale operiamo, poniamo la massima attenzione alla gestione dei rischi, tramite processi interni in linea con i più avanzati sistemi manageriali.

In linea alle raccomandazioni del Codice di Corporate Governance, il nostro Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi (SCIGR) costituisce l'insieme delle regole, procedure e strutture organizzative volte ad assicurare una sana gestione dell'azienda attraverso un processo adeguato di identificazione e gestione dei principali rischi, anche al fine di sfruttare appieno eventuali opportunità e contribuire al successo sostenibile della Società. Esso mira non solo a garantire il rispetto di leggi, regolamenti e procedure interne, ma anche a salvaguardare gli *asset* aziendali, l'efficacia e l'efficienza delle operazioni e l'affidabilità delle informazioni finanziarie e non finanziarie. Il processo di gestione dei rischi adottato da Amplifon, che garantisce una conduzione dell'impresa coerente con la mission e gli obiettivi strategici, operativi e di compliance, viene svolto due volte l'anno al fine di identificare e valutare gli eventi che possono influire sul raggiungimento degli obiettivi e, tramite un monitoraggio continuo, le attività di risposta al rischio.

Nel corso del 2021 è stata effettuata una review del processo di gestione dei rischi, con lo sviluppo e l'adozione di un modello di **Enterprise Risk Management (ERM)** allineato alle migliori prassi internazionali e alle raccomandazioni del Codice di Corporate Governance. Attraverso un processo strutturato e sistematico di *risk assessment, monitoring e reporting*, l'ERM consente di identificare i potenziali rischi dalla prospettiva del Gruppo, di gestire in modo efficace i principali rischi, nonché di garantire un'adeguata informativa agli stakeholder. Tale attività è condotta periodicamente dalla funzione Group Internal Audit & Risk Management che, con il coinvolgimento del Top Management di Gruppo, dei responsabili delle tre aree geografiche, dei General Manager dei Paesi e dei rispettivi management team locali, raccoglie le informazioni per una comprensione completa delle dinamiche sottostanti e dei potenziali impatti, e stimola la proposizione delle azioni di risposta e di mitigazione. La mappa dei rischi che emerge da tale processo viene poi periodicamente presentata al CCRS e al C.d.A.⁸.

8 - Ulteriori informazioni relative al Sistema di Controllo Interno e di Gestione nei rischi, nonché ai principali rischi identificati, sono disponibili nella Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari al 31 dicembre 2021 (Sezione "Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi") e nella Relazione sulla Gestione al 31 dicembre 2021 dell'Annual Report 2021 (sezione "Gestione dei rischi").



APPROFONDISCI
IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI



APPROFONDISCI
LA GESTIONE DEI RISCHI

LA VALUTAZIONE DEI PRINCIPALI RISCHI ESG

Dal 2019 il nostro processo di ERM ha formalmente integrato l'identificazione e la valutazione dei principali rischi legati alle tematiche di sostenibilità. Attraverso l'aggiornamento di tale processo e della relativa Policy, nel corso del 2021, **il Gruppo ha ulteriormente rafforzato il proprio presidio rispetto a tali tipologie di rischio**, anche grazie all'aggiornamento e alla revisione annuale del *Risk Universe*, ovvero del catalogo completo dei potenziali rischi del Gruppo costruito per garantire che sia i rischi precedentemente identificati, sia eventuali nuovi fattori di rischio (ad esempio quelli relativi alle tematiche ESG, rischi emergenti, nuovi trend, ecc.) siano considerati nel processo. A partire dal *Risk Universe*, i principali rischi ESG applicabili o potenzialmente rilevanti per il Gruppo nel breve e medio periodo sono valutati in termini di impatto e probabilità di accadimento, quindi in termini di rischio residuo, per mezzo di specifici incontri con i principali *Risk Owner* che ne valutano la rilevanza anche alla luce delle azioni di mitigazione e attività di controllo volte a ridurre i possibili impatti negativi.

Attraverso l'adozione del nuovo processo di ERM e in considerazione dei principali temi di sostenibilità identificati come materiali nell'analisi di materialità svolta nel 2021, con il coinvolgimento dei *Risk Owner* sono stati identificati i potenziali rischi per Amplifon nello svolgimento delle proprie attività e lungo la catena del valore, nonché le principali azioni implementate in risposta a tali rischi. Questo processo ci ha consentito di fornire una panoramica completa agli stakeholder dei nostri **potenziali rischi ESG e delle relative modalità di gestione**, tra cui quelli riconducibili ai nostri principali temi materiali nonché agli aspetti espressamente richiamati dal D.Lgs. 254/2016.



**VAI ALLA PAGINA
PRINCIPALI RISCHI
CONNESSI ALLE
TEMATICHE DI
SOSTENIBILITÀ**



I RISCHI LEGATI AL CAMBIAMENTO CLIMATICO SECONDO LE RACCOMANDAZIONI DELLA TCFD

Come Organizzazione globale intendiamo sostenere le raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) per garantire una divulgazione completa e trasparente dei principali rischi e opportunità legati al clima. Per questo motivo, in aggiunta ai processi già in essere per l'identificazione e la valutazione dei rischi, e al fine di garantire la massima trasparenza riguardo la nostra strategia per l'adattamento e la mitigazione al cambiamento climatico, nel 2021 abbiamo svolto un'analisi preliminare del nostro modello di business per identificare le principali aree potenzialmente impattate dagli effetti del *climate change*, sia in termini di rischi (fisici e da transizione) che in termini di opportunità.

Sulla base del modello di catena del valore elaborato da Michael Porter, abbiamo individuato all'interno delle nostre attività primarie e secondarie i potenziali rischi *climate-*

related, nonché le eventuali opportunità, da includere all'interno del *Risk Universe* di Gruppo e da sottoporre poi alla valutazione del nostro Top Management e dei *Risk Owner*. Tali valutazioni sono state facilitate, nell'ambito del processo di ERM 2021, dalla funzione Group Internal Audit & Risk Management e con il supporto della funzione IR & Sustainability. Con questo esercizio preliminare, intendiamo progressivamente integrare la grande attenzione sugli effetti del cambiamento climatico, nonché sui rischi e sulle opportunità correlate a questo fenomeno, all'interno della nostra strategia di sostenibilità, anche alla luce del crescente interesse dei nostri stakeholder e dei policy maker rispetto questa tematica.



VAI ALLA PAGINA

**INDICE DEI CONTENUTI DELLE
RACCOMANDAZIONI DELLA TCFD**

1.5 RESILIENZA E VALORE ECONOMICO GENERATO

Con il nostro lavoro generiamo valore economico condiviso, contribuendo così alla crescita del contesto socioeconomico in cui operiamo. Ciò è reso possibile grazie a strette relazioni con gli stakeholder e un'attenta gestione degli asset finanziari, produttivi, intellettuali, umani, sociali e relazionali.

Generare valore economico condiviso implica due dimensioni strettamente correlate: il valore creato per l'organizzazione stessa e quello che, sotto varie forme, è distribuito agli azionisti e agli altri stakeholder. Ciò fornisce un'indicazione di base di come Amplifon generi valore grazie alla corretta gestione imprenditoriale, permettendo così di comprendere gli impatti economici della Società nel corso dell'anno, sia in termini di valore distribuito agli stakeholder che di valore trattenuto dall'Organizzazione.

Attraverso l'esercizio delle sue attività d'impresa, **Amplifon crea valore per gli stakeholder** direttamente interessati dai risultati economici della Società (azionisti, dipendenti, Pubblica Amministrazione, comunità) e per chiunque intrattenga relazioni commerciali con Amplifon (fornitori, finanziatori). Il valore economico generato dalla Società, al netto del valore distribuito agli stakeholder, rappresenta invece il valore economico trattenuto, composto principalmente dalla quota dell'utile netto di pertinenza non distribuita agli azionisti allo scopo di finanziare futuri investimenti.

Nel 2021, del valore economico generato da Amplifon (pari a circa 1.957 milioni di euro), ne è stato trattenuto circa il 17,6% (pari a circa 343 milioni di euro), mentre ne è stato distribuito circa l'82,4% (circa 1.614 milioni di euro), così ripartito:

- **costi operativi riclassificati per i fornitori**, pari a circa 833 milioni di euro, tra cui rientrano i costi delle materie prime, di consumo e merci, le commissioni su vendite, gli affitti dei punti vendita e altri costi per servizi;

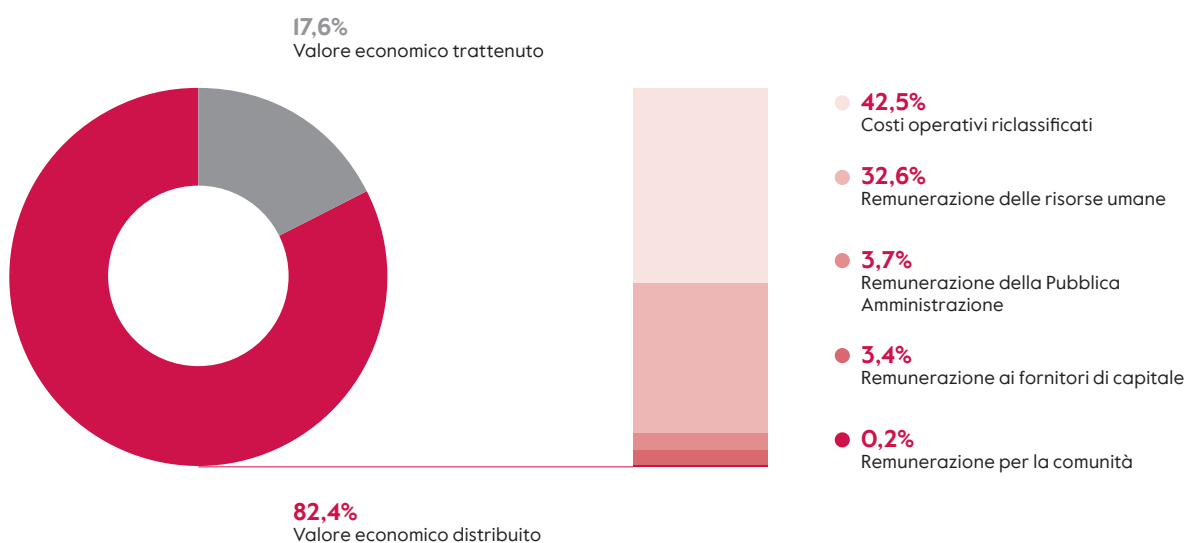
~1.957

MLN DI EURO

VALORE
ECONOMICO
GENERATO
NEL 2021

- **la remunerazione e i benefit per i dipendenti**, pari a circa 639 milioni di euro;
- **la remunerazione ai fornitori di capitale**, pari a circa 65,7 milioni di euro, di cui circa 49,3 milioni di euro corrispondenti ai dividendi distribuiti agli azionisti;
- **i pagamenti alla Pubblica Amministrazione**, composti principalmente da imposte sul reddito, pari a circa 72,5 milioni di euro;
- **gli investimenti per la comunità**, pari a circa 3,8 milioni di euro, formati principalmente da membership ad associazioni, donazioni liberali, sponsorship e altre attività legate al business in favore delle comunità locali.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO 2021



LA NOSTRA RESILIENZA A SEGUITO DELL'EMERGENZA COVID-19

Anche durante tutto il 2021, sebbene caratterizzato da misure restrittive più contenute e soprattutto più localizzate nelle diverse aree geografiche rispetto al 2020, la nostra priorità è continuata ad essere quella di salvaguardare la salute di tutte le nostre persone e garantire continuo supporto e servizio a tutti i nostri clienti.

LA SICUREZZA E IL SUPPORTO ALLE NOSTRE PERSONE

Il rigoroso protocollo operativo sviluppato nel 2020 e volto a garantire la massima sicurezza per clienti e personale di negozio, ha continuato ad essere attivo in linea con tutte le raccomandazioni nazionali internazionali per la prevenzione della trasmissione del Covid-19, tra cui l'adozione di dispositivi di protezione individuale, visite principalmente su appuntamento, *triage* telefonici per accertare le condizioni di salute dei clienti, misure di distanziamento sociale e procedure di igiene. Negli uffici, specifiche misure



**VAI ALLA PAGINA
IL PROTOCOLLO
PER GARANTIRE
LA SALUTE E LA
SICUREZZA**

di sicurezza e tracciamento hanno consentito ai dipendenti di tornare in ufficio ricorrendo a meccanismi di turnazione tra *smartworking* e presenza in sede. Sono state inoltre promosse numerose attività volte a rafforzare il coinvolgimento e la comunicazione interna, facilitando così chiunque nel lavorare sia in ufficio sia da remoto.



**VAI ALLA PAGINA
BENESSERE E
COINVOLGIMENTO
INTERNO**

SEMPRE VICINI AI CLIENTI

Al netto di specifiche restrizioni locali e temporanee, durante il 2021 i nostri negozi sono sempre stati sostanzialmente aperti e operativi, offrendo ai nostri clienti l'assistenza di cui avevano bisogno. Anche nel 2021, i nostri audioprotesisti hanno offerto assistenza telefonica e domiciliare per i clienti più vulnerabili, continuando anche la vendita di batterie online. Inoltre, le numerose funzionalità dell'App Amplifon hanno permesso ai nostri clienti di usufruire di servizi di assistenza e suggerimenti personalizzati per massimizzare i benefici della propria esperienza acustica anche da remoto. In questo modo abbiamo garantito un servizio di qualità alle persone che avevano bisogno, sia in negozio che fuori, ottimizzando allo stesso tempo la nostra efficienza operativa e produttività.



**VAI ALLA PAGINA
ACCESSIBILITÀ A
PRODOTTI E SERVIZI**

AGGIORNAMENTO DELL'IMPATTO DELLA PANDEMIA SULLA PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA

Anche nel corso del 2021 le autorità di diversi Paesi in cui opera il Gruppo hanno implementato misure restrittive o di lockdown, tuttavia con modalità, durata ed intensità meno importanti rispetto a quelle implementate nel 2020, anche grazie al progressivo avanzamento delle campagne vaccinali. In particolare, nel 2021 si segnalano misure restrittive adottate principalmente in alcuni Paesi europei nel corso del primo trimestre e in Australia e Nuova Zelanda nella seconda metà dell'anno. Nel 2021 il Gruppo ha pertanto risentito in misura significativamente minore degli effetti della pandemia, come evidenziato dagli ottimi risultati economico-finanziari conseguiti dal Gruppo, anche grazie all'efficacia delle iniziative intraprese sin dall'inizio dell'emergenza Covid-19 nel 2020. Nel 2021 il Gruppo ha beneficiato in misura molto contenuta di contributi ed agevolazioni da parte delle diverse autorità governative e, di contro, ha continuato a sostenere una serie di spese direttamente riferibili all'emergenza (es. costi per dispositivi di protezione individuale)⁹.

IL CONTRIBUTO PER LE COMUNITÀ

Consapevoli dell'importanza dell'inclusione sociale, soprattutto nei periodi emergenziali, abbiamo continuato a supportare i numerosi progetti che la Fondazione Amplifon, la Miracle Ear Foundation e la Fondazione GAES Solidaria, anche nel 2021, hanno continuato a promuovere per il supporto della collettività, con un focus specifico per le fasce di popolazione più in difficoltà che hanno sofferto maggiormente le conseguenze della pandemia.



**VAI ALLA PAGINA
L'IMPEGNO DELLE
FONDAZIONI**

9 - Ulteriori dettagli dell'impatto della pandemia Covid-19 sulla performance economico-finanziaria, nonché dei contributi ricevuti da autorità governative e altri enti pubblici per fronteggiare gli impatti della pandemia, sono presenti nell'*Annual Report 2021* e nel Bilancio Consolidato 2021 di Gruppo.





1.6 IL NOSTRO IMPEGNO PER UN BUSINESS SOSTENIBILE

Ascoltare e rispondere alle aspettative dei nostri clienti, delle nostre persone, delle comunità e del contesto in cui operiamo, salvaguardando la capacità delle generazioni future di soddisfare i loro bisogni nel lungo termine: questo per noi di Amplifon significa impegnarsi ogni giorno a sviluppare un business sempre più sostenibile.

Dal 2018 la nostra **Policy di Sostenibilità** sancisce il nostro impegno nella sostenibilità e verso gli stakeholder, valorizzando le attività già in essere e guidando la definizione di nuove iniziative. Dopo l'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione, nel corso del 2019 la Policy è stata pubblicata e comunicata a tutti i dipendenti del Gruppo, in modo che chiunque possa rispettarne i principi guida per condurre responsabilmente la propria attività quotidiana. Perfettamente in linea con i nostri valori, la Policy definisce le **quattro aree di impegno in ambito di sostenibilità** attraverso cui Amplifon contribuisce al miglioramento della qualità della vita di milioni di persone.



**APPROFONDISCI
POLICY DI
SOSTENIBILITÀ**

AREE DI IMPEGNO

PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP

Consapevoli del ruolo centrale che rivestiamo nel settore dell'*hearing care*, offriamo ai clienti soluzioni e servizi di massima qualità, assicurandone efficacia, personalizzazione e sicurezza, proponendo una *customer experience* eccezionale rispondente alle esigenze di ognuno.

PEOPLE EMPOWERMENT

Crediamo che le nostre persone rappresentino l'*asset* più importante per offrire soluzioni uditive e servizi ad alto valore aggiunto, e per questo siamo determinati nell'attrarre, sviluppare e trattenere i migliori talenti, nonché ad assicurare un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e innovativo.

IL NOSTRO PIANO DI SOSTENIBILITÀ “LISTENING AHEAD”

Nel 2020 abbiamo dato attuazione concreta alle nostre aree di impegno lanciando il nostro primo Piano di Sostenibilità, che comprende obiettivi per il triennio 2021-2023 allineati al piano strategico di Gruppo e correlati alla remunerazione variabile del nostro Top Management.

Al fine di evidenziare il contributo delle nostre attività alle priorità globali, tutti i nostri obiettivi sono stati costruiti in linea ai principali Sustainable Development Goals (SDGs), definiti dalle Nazioni Unite nell'ambito dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, maggiormente connessi al nostro business. Inoltre, gli obiettivi del Piano sono stati definiti guardando ai mega trend globali in ambito ESG, nonché coerentemente a quanto richiesto dai principali framework di rendicontazione sulle tematiche di sostenibilità, tra cui quelle della TCFD.



VAI ALLA PAGINA
IL NOSTRO
CONTRIBUTO AGLI
SDGs E AL UNITED
NATIONS GLOBAL
COMPACT

LISTENING AHEAD

Il Piano di Sostenibilità, costruito con un **framework modulare in modo da essere eventualmente integrato e arricchito da nuove iniziative, coerentemente con l'evolversi della nostra strategia e del contesto in cui operiamo**, dopo l'esame e la validazione da parte degli organi di governo, è stato oggetto di periodica attività di induction interna per mezzo di specifici momenti di aggiornamento e presentazione dei progressi raggiunti. Infatti, durante l'intero 2021 abbiamo lanciato, con il coinvolgimento attivo delle funzioni interessate, specifici piani di azione dedicati alle singole iniziative, monitorando i KPI e le performance dei target prefissati e fornendo quindi un aggiornamento periodico al Top Management e agli organi di governo.

COMMUNITY IMPACT

Alla luce dell'alto impatto sociale dei nostri prodotti e servizi, siamo impegnati a promuovere l'inclusione sociale e aumentare la consapevolezza legata al benessere uditivo, al fine di ridurre le gravi conseguenze derivanti dal calo dell'udito e massimizzare i benefici della prevenzione.

ETHICAL BEHAVIOR

Per operare responsabilmente lungo la catena del valore nei confronti di tutti e dell'ambiente, siamo fortemente impegnati a condurre le nostre attività rispettando il contesto normativo ed i più alti standard etici e morali, prevenendo attivamente qualsiasi tipo di pratica non etica.

PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP

Intendiamo accrescere la consapevolezza e l'accessibilità della cura dell'udito, offrendo esperienze innovative e ascoltando le esigenze dei nostri clienti.



- **3.8:** *Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità a prezzi accessibili e vaccini per tutti*
- **8.2:** *Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera*

Goal	Target	KPI	Baseline	2021	Riferimento
Promuovere la consapevolezza sull'importanza dell'udito, abbattendo le barriere e la stigmatizzazione	Sensibilizzare ogni anno oltre 160 milioni di persone over 55 sulla cura dell'udito fino al 2023 tramite campagne TV e telemarketing	Numero di persone over 55 raggiunte dalle campagne di sensibilizzazione all'anno (milioni di persone)	151 mln (2020)	177 mln	Combattiamo ogni tipo di stigmatizzazione
Facilitare l'accessibilità alla cura dell'udito e migliorare la vita di più persone possibili	Offrire test dell'udito gratuiti generando un risparmio totale di oltre 700 milioni di € per clienti e prospects nel triennio 2021-2023	Risparmio economico annuale dei clienti e prospects ¹⁰ (milioni di €)	142 mln di € (2020)	200 mln di €	Accessibilità a prodotti e servizi
Promuovere soluzioni sempre più innovative, coinvolgenti e digitali	Raggiungere almeno l'85% di penetrazione globale dell'Amplifon Product Experience (APE) nell' <i>addressable market</i> dei diversi Paesi entro il 2023 ¹¹	Tasso di penetrazione (in termini di unità vendute) dell'APE nell' <i>addressable market</i> (%)	79% (2020)	89%	Amplifon Product Experience

PEOPLE EMPOWERMENT

Miriamo ad attrarre, sviluppare e trattenere i migliori talenti per garantire la sostenibilità del business, promuovendo la diversità tra le nostre persone.



- **5.5:** *Garantire alle donne la piena ed effettiva partecipazione e pari opportunità di leadership a tutti i livelli del processo decisionale nella vita politica, economica e pubblica*
- **8.2:** *Raggiungere livelli più elevati di produttività economica attraverso la diversificazione, l'aggiornamento tecnologico e l'innovazione, anche attraverso un focus su settori ad alto valore aggiunto e settori ad alta intensità di manodopera*
- **8.5:** *Entro il 2030, raggiungere la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutte le donne e gli uomini, anche per i giovani e le persone con disabilità, e la parità di retribuzione per lavoro di pari valore*

Goal	Target	KPI	Baseline	2021	Riferimento
Rafforzare le competenze di leadership e funzionali di tutti i dipendenti a livello globale	Assicurare almeno 3 giornate medie di formazione annue pro capite per il personale <i>back office</i> e <i>field force</i> a livello globale ogni anno (ad esclusione di progettualità specifiche) con un accesso illimitato alla piattaforma di formazione e-learning fino al 2023	Numero di giornate medie di formazione per persona all'anno - <i>back office</i> (giorni all'anno)	1,6 (2020)	3,0	La crescita dei talenti
		Numero di giornate medie di formazione per persona all'anno - <i>field force</i> ¹² (giorni all'anno)	2,8 (2020)	3,6	
Garantire una solida <i>pipeline</i> di successione per i ruoli chiave	Garantire che almeno il 40% della popolazione <i>back office</i> e almeno il 25% della popolazione <i>field force</i> sia valutato come <i>talents & high performers</i> per fare parte della <i>pipeline</i> di successione entro il 2023	Percentuale di <i>talents & high performers</i> all'anno sulla popolazione <i>back office</i> (%)	36% (2020)	36%	Sviluppo di carriera
		Percentuale di <i>talents & high performers</i> all'anno sulla popolazione <i>field force</i> (%) ¹³	NA (2020)	NA	
Garantire un <i>winning workplace</i> sano e inclusivo guidato dalla comunicazione e dal coinvolgimento	Garantire almeno l'85% di partecipazione alla <i>global engagement survey</i> con almeno il 90% dei <i>respondents</i> che si dichiarano ingaggiati (giudizio >=3) fino al 2023 ¹⁴	Tasso di partecipazione alla <i>global engagement survey</i> (%)	81% (2019)	80%	Benessere e coinvolgimento interno
Percentuale di <i>respondents</i> che esprime un giudizio >=3 su una scala da 1 a 5 (%)	92% (2019)	88%			
Promuovere le pari opportunità a tutti i livelli aziendali	Mantenere un livello appropriato di rappresentanza di genere nella popolazione <i>back office</i> globale (sempre superiore al 50%) e nella <i>global leadership population</i> (sempre superiore al 25%) fino al 2023	Percentuale di dipendenti donne nella popolazione <i>back office</i> globale (%)	57% (2020)	55%	Diversità, inclusione e pari opportunità
		Percentuale di dipendenti donne nella <i>global leadership population</i> (%)	27% (2020)	30%	

10 - Il risparmio economico è stimato sulla base del prezzo medio dei test dell'udito che sono offerti gratuitamente ai clienti nella maggior parte dei Paesi.

11 - L'*addressable market* si riferisce al segmento di mercato in cui la vendita dei prodotti APE è applicabile.

12 - Incluso il personale *field force* non dipendente (audioprotesisti esterni) ad esclusione dei franchisee.

COMMUNITY IMPACT

Vogliamo promuovere l'inclusione sociale e diffondere una maggiore sensibilità sulla prevenzione e il benessere uditivo, l'ascolto responsabile e l'impatto dell'inquinamento acustico.



- **3.8:** *Conseguire una copertura sanitaria universale, compresa la protezione dai rischi finanziari, l'accesso a servizi essenziali di assistenza sanitaria di qualità e l'accesso a farmaci essenziali sicuri, efficaci, di qualità e a prezzi accessibili e vaccini per tutti*
- **10.2:** *Entro il 2030, potenziare e promuovere l'inclusione sociale, economica e politica di tutti, a prescindere da età, sesso, disabilità, razza, etnia, origine, religione, status economico o altro*

Goal	Target	KPI	Baseline	2021	Riferimento
Supportare le attività delle Fondazioni del Gruppo per diffondere il "suono dell'inclusione"	Contribuire al <i>ramp-up</i> della Fondazione Amplifon con circa 3 milioni di € entro il 2023	Contributo economico di Amplifon per la Fondazione Amplifon (milioni di €)	0,7 milioni di € (2020)	1,3 milioni di €	Il ruolo delle Fondazioni
Promuovere la consapevolezza dell'ascolto responsabile tra le nuove generazioni	Estendere il programma "Listen Responsibly" a nuovi Paesi e coinvolgere almeno 40.000 studenti e 1.600 scuole in totale entro il 2023	Numero di studenti coinvolti (nr. di studenti totali)	20.000 (2020)	24.500 (2020-21)	Il Programma "Listen Responsibly"
		Numero di scuole coinvolte (nr. di scuole totali)	800 (2020)	1.000 (2020-21)	
Aumentare la sensibilità sull'importanza del benessere uditivo e degli impatti dell'inquinamento acustico tra le comunità	Mappare almeno 20.000 misurazioni del rumore da parte di 6.000 persone in totale attraverso il noise tracker dell'App "Listen Responsibly" entro il 2023	Numero di misurazioni del rumore mappate (nr. di misurazioni totali)	4.000 (2020)	9.000 (2020-21)	L'App "Listen Responsibly"
		Numero di utenti dell'App "Listen Responsibly" (nr. di utenti totali)	2.700 (2020)	5.700 (2020-21)	

ETHICAL BEHAVIOR

Puntiamo a incentivare pratiche responsabili e sostenibili lungo la catena del valore e a intraprendere azioni per la riduzione dell'impatto ambientale del nostro business.



- **7.2:** *Entro il 2030, aumentare notevolmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale*
- **12.5:** *Entro il 2030, ridurre in modo sostanziale la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo*
- **12.6:** *Incoraggiare le imprese, soprattutto le aziende di grandi dimensioni e transnazionali, ad adottare pratiche sostenibili e integrare le informazioni sulla sostenibilità nelle loro relazioni periodiche*

Goal	Target	KPI	Baseline	2021	Riferimento
Integrare criteri di sostenibilità nella gestione responsabile della catena di fornitura	Definire un framework globale di valutazione dei fornitori sulla base dei rischi ESG entro il 2021, e implementare tale framework in un Paese pilota entro il 2023 ¹³	Definizione e implementazione pilota del framework globale di valutazione ESG dei fornitori	NA (2020)	Framework definito	Gestione del procurement e supply chain
Incrementare l'utilizzo dell'energia rinnovabile per limitare l'impatto ambientale delle attività di business	Incrementare l'utilizzo di energia elettrica rinnovabile certificata ad almeno il 70% dei consumi elettrici di uffici e negozi diretti entro il 2023, evitando la relativa emissione di CO _{2e}	Quota di elettricità acquistata e certificata come proveniente da fonti rinnovabili rispetto al consumo di energia elettrica per uffici e negozi diretti (%) ¹⁶	28% (2020)	30%	L'attenzione all'ambiente
		Quantità di CO _{2e} evitata, Scope 2 - Location-based approach (LB) e Market-based approach (MB) - (tonnellate di CO _{2e})	2.893 (2020 - LB) 3.763 (2020 - MB)	2.984 (LB) 4.397 (MB)	
Promuovere apparecchi acustici ricaricabili per ridurre l'utilizzo e lo smaltimento delle batterie	Aumentare la penetrazione e l'utilizzo degli apparecchi acustici ricaricabili evitando l'utilizzo di oltre 200 milioni di batterie entro il 2023	Numero totale di batterie "risparmiate" ¹⁷ (milioni di batterie)	74 milioni (2018-20)	131 milioni (2018-21)	Circolarità e gestione dei rifiuti

- 13 - Il sistema di valutazione del personale *field force* (riferito ai soli audioprotesisti, e ad esclusione degli Area Manager che sono già inclusi nello stesso processo di valutazione del personale *back office*) è in corso di implementazione.
- 14 - Le performance relative alla *global engagement survey*, che viene svolta ogni due anni, sono state influenzate dalla grande quantità di acquisizioni di negozi e nuove Società avvenute durante il 2021, per i quali il processo di integrazione è ancora in corso. Infatti, purché leggermente inferiore rispetto alla scorsa edizione (80% vs 81%), il tasso di partecipazione rimane sostanzialmente in linea con il benchmark target, mentre la percentuale di *respondents* che ha espresso un giudizio positivo sull'azienda raggiunge l'obiettivo prefissato (90%) a parità di perimetro rispetto all'edizione 2019.
- 15 - Rispetto alla prima *release* del Piano di Sostenibilità, che prevedeva la sola definizione del framework entro il 2021, il presente target è stato integrato con una implementazione pilota dello stesso framework da concludersi entro il 2023.
- 16 - L'aumento della quota di elettricità acquistata e certificata come proveniente da fonti rinnovabili risente dei contratti stipulati e già in essere con i fornitori locali. Tuttavia si segnala che, dal 2020 al 2021, tale quota è cresciuta dal 23% al 38% per gli uffici, coinvolgendo nuovi Paesi tra cui l'Italia, il Portogallo e il Regno Unito.
- 17 - La quantità di batterie "risparmiate" è stimata sulla base del numero di dispositivi ricaricabili venduti e in circolazione, la quantità media di batterie utilizzate annualmente da un dispositivo non ricaricabile, e una vita media del dispositivo pari a 5 anni.

IL NOSTRO CONTRIBUTO AI SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS E AL UN GLOBAL COMPACT



Sin dalla loro adozione nel settembre 2015, i Sustainable Development Goals (SDGs) rappresentano uno dei principali punti di riferimento a livello internazionale per lo sviluppo sostenibile, guidando organizzazioni pubbliche e private a contribuire ad obiettivi globali e comuni da raggiungere entro il 2030. A supporto del percorso intrapreso con il Piano di Sostenibilità, abbiamo identificato i principali SDGs a cui possiamo contribuire maggiormente grazie alle nostre attività e ai nostri obiettivi lungo la catena del valore¹⁸: **3** (Salute e benessere), **5** (Parità di genere), **7** (Energia pulita e accessibile), **8** (Lavoro dignitoso e crescita economica), **10** (Ridurre le disuguaglianze), **12** (Consumo e produzione responsabili), **17** (Partnership per gli obiettivi).



APPROFONDISCI
SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

IL CONTRIBUTO DI AMPLIFON AI PRINCIPALI SDGs LUNGO LA CATENA DEL VALORE



18 - L'associazione tra le attività di Amplifon e gli obiettivi del Piano di Sostenibilità con gli SDGs si è basata sulle principali linee guida internazionali che declinano gli SDGs in "business action" e li mettono in relazione agli standard di rendicontazione maggiormente utilizzati per il reporting non finanziario, tra cui: Linking the SDGs and the GRI Standards (GRI, 2020); Business Reporting on the SDGs, An analysis of the Goals and Targets (GRI e UN Global Compact, 2017); Business Reporting on the SDGs, Integrating the SDGs into Corporate Reporting: A Practical Guide (GRI e UN Global Compact, 2017).

Nella fase di **Procurement & Supply Chain** intendiamo collaborare sempre di più con tutti fornitori, in particolare con i produttori di dispositivi acustici, per una gestione responsabile della catena di fornitura anche secondo criteri di sostenibilità ambientale e sociale (SDG 12.6).

Nella fase di **Product & Service Development** investiamo sempre di più in innovazione e servizi altamente personalizzati (SDG 8.2) cercando sempre di accrescere l'accessibilità all'*hearing care* (SDG 3.8). A supporto di ciò, supportiamo l'engagement, la crescita e lo sviluppo professionale dei nostri talenti (SDG 8.5) garantendo loro un luogo di lavoro inclusivo e sicuro (SDG 5.5). Inoltre, siamo impegnati a ridurre l'impatto ambientale delle nostre attività incrementando l'utilizzo di fonti di energia rinnovabile (SDG 7.2) e promuovendo l'utilizzo di dispositivi ricaricabili che limitino l'utilizzo di batterie (SDG 12.5).

Nella fase di **Hearing care provisioning**, intendiamo massimizzare l'impatto positivo delle nostre attività in termini di lotta alla stigmatizzazione, prevenzione e sensibilizzazione sull'importanza del benessere uditivo (SDG 3.8), qualità del servizio offerto (SDG 8.2), tutela e formazione della popolazione *field force* (SDG 5.5 e SDG 8.5) ed efficientamento energetico dei negozi (SDG 7.2), il tutto ulteriormente rafforzato dal nostro obiettivo primario di promuovere l'inclusione sociale (SDG 10.2).

Infine, lungo l'**intera catena dal valore**, intendiamo rafforzare il dialogo e la collaborazione continua con tutti gli stakeholder e gli altri attori economici, in ottica di consolidamento del partenariato multi-stakeholder e al fine di contribuire agli sforzi globali e comuni per l'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile (SDG 17). Anche per questo, da dicembre 2021, **Amplifon è firmataria del Global Compact delle Nazioni Unite** e partecipa alle iniziative del rispettivo Network italiano, con l'obiettivo di promuovere un business sempre più responsabile e in grado di affrontare le sfide globali attraverso il rispetto, l'adesione e la promozione dei Dieci Principi fondamentali che riguardano i diritti umani e dei lavoratori, la tutela ambientale e a lotta alla corruzione.



APPROFONDISCI
UN GLOBAL
COMPACT



VAI ALLA PAGINA
INDICE DEI
CONTENUTI DEI
PRINCIPI DEL
UNITED NATIONS
GLOBAL COMPACT

WE SUPPORT



HUMAN RIGHTS



LABOUR



ENVIRONMENT



ANTI-CORRUPTION



PERSONAL IMPACT VALUE IL COINVOLGIMENTO INTERNO SUI TEMI DI SOSTENIBILITÀ

Consapevoli dell'importanza del coinvolgimento interno per l'efficacia di una strategia di sostenibilità, durante il 2021 abbiamo intensificato i momenti di condivisione, sensibilizzazione e aggiornamento sulle principali tematiche di sostenibilità rivolte all'intera popolazione aziendale.

Il nostro Piano di Sostenibilità è stato definito e sviluppato con il diretto coinvolgimento di diverse funzioni aziendali, nonché approvato dal Top Management, e successivamente validato dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e dal Consiglio di Amministrazione, e vi si sono dedicati specifici momenti di aggiornamento sul progressivo raggiungimento degli obiettivi. Da tale Piano sono nate nuove iniziative che hanno visto la collaborazione interna di diversi team e diverse funzioni all'interno di progetti globali, alcuni dei quali hanno anche richiesto il contributo attivo dei singoli Paesi.

Nel 2021 i Town Hall dei principali Paesi han-

no previsto specifici momenti di condivisione della nostra strategia di sostenibilità e, grazie alla newsletter interna *Good Morning Amplifon*, l'intera popolazione aziendale è informata, con cadenza settimanale, sui principali macro trend e novità in ambito di sostenibilità. Inoltre, in occasione dell'aggiornamento dell'analisi di materialità 2021, oltre al Top Management, anche tutte le principali funzioni aziendali coinvolte nella nostra strategia di sostenibilità sono state ingaggiate in attività di induction sui principali temi rilevanti per Amplifon, mentre un campione rappresentativo della popolazione aziendale di alcuni Paesi del Gruppo è stato coinvolto all'interno di una *survey* specifica sulle priorità sociali, ambientali e economiche di Amplifon. Infine, la *survey* globale di *engagement* interno "Your Voice" ha permesso di raccogliere ulteriori feedback su diverse tematiche importanti per la sfera sociale, personale e lavorativa in Amplifon.



INGRESSO NELL'INDICE MIB ESG

In data 18 ottobre 2021, **Amplifon è stata inclusa nel nuovo indice MIB ESG** lanciato da Euronext e Borsa Italiana, il primo indice dedicato alle 40 blue-chip italiane che attuano le migliori pratiche ambientali, sociali e di governo d'impresa (ESG). L'indice combina la misurazione della performance economica con valutazioni ESG in linea con i principi del UN Global Compact, e la sua composizione si basa sull'analisi dei criteri ESG da parte di Vigeo Eiris (V.E.), società di Moody's ESG Solutions che valuta le performance dei 60 emittenti italiani più liquidi.

Alla luce della crescente domanda di strumenti

di investimento sostenibili da parte di investitori istituzionali e privati e del mercato nel suo complesso, l'inclusione di Amplifon nell'indice rappresenta un'ulteriore conferma del nostro impegno nel perseguimento di una crescita sostenibile di lungo termine, contribuendo così al passaggio verso un sistema finanziario sostenibile e responsabile a livello globale.



APPROFONDISCI
L'INDICE MIB ESG



PRINCIPALI RICONOSCIMENTI

A febbraio 2022 **Amplifon è stata inclusa da S&P nel Global Sustainability Yearbook 2022**, che include la classifica dei 716 *top performer* tra le oltre 7.500 aziende valutate dal Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2021. All'interno della nostra industry di riferimento (*Health Care Providers & Services*), tra 126 aziende solo 13 sono state incluse nel Sustainability Yearbook come quelle più performanti in termini di sostenibilità: un'ulteriore evidenza dell'importanza del percorso che abbiamo intrapreso per lo sviluppo di un business sempre più sostenibile.

Sustainability Yearbook

Member 2022

S&P Global

A seguito della valutazione positiva dell'ambiente di lavoro, dell'offerta formativa e dei percorsi di carriera messi a disposizione dei dipendenti, a fine 2021 **Amplifon ha ricevuto la certificazione Top Employer EMEA 2022** da parte del Top Employer Institute, sia per l'intera regione Europa che per l'Italia, la Francia, la Germania, la Spagna e il Portogallo. Il riconoscimento è un ulteriore passo in avanti lungo il percorso di trasformazione già intrapreso nell'evoluzione di Amplifon in un vero Winning Workplace.



Amplifon è stata riconosciuta come **migliore società in Europa nel settore "Medical Technologies & Services"** nell'ambito dell'edizione 2021 della prestigiosa classifica "All-Europe Executive Team" di Institutional Investor, istituto di ricerca indipendente nell'ambito della finanza internazionale. Amplifon si è classificata al primo posto anche nelle categorie "Best IR Program" e "Best Investor/Analyst Event", attestando l'apprezzamento della comunità internazionale per il dialogo e la relazione di fiducia che il Gruppo ha instaurato con il mercato finanziario e tutti gli stakeholder.

Institutional
Investor

L'Associazione Italiana Investor Relations (AIR), in occasione degli Italian Investor Relations Awards tenutosi a luglio 2021, ha premiato Amplifon come **prima classificata nella categoria "Best IR in Services and Communication for a S/Mid Cap company"**, riconoscendone l'eccellenza nel mercato italiano termini di conoscenza del business e del mercato, reattività e capacità di risposta, credibilità e qualità degli eventi.



A dicembre 2021 Amplifon è stata proclamata **vincitrice della X edizione Premio Assochange**, assegnato dall'omonima associazione di imprese e istituzioni che si propone di essere luogo di incontro, confronto e diffusione di conoscenza sul *Change Management*. Il premio è il riconoscimento dell'importanza del percorso di trasformazione digitale avviato a livello globale da Amplifon, in linea con la strategia di business e sostenuta da un ricco e strutturato piano di *Change Management*.

ASSOCHANGE

Tramite il **conferimento del label ESG Identity - IGI COMPANY 2021**, a giugno 2021 Amplifon si è posizionata 32esima su 80 aziende valutate nell'ambito dell'Integrated Governance Index, l'indice dell'Ufficio Studi ETicaNews che fotografa il grado di integrazione dei fattori ESG nella governance aziendale.



Il progetto di Amplifon **“Ci Sentiamo Dopo – Listen Responsibly”** è stato incluso in **Sodalitas Call for Future**, la campagna di Fondazione Sodalitas rivolta alle imprese impegnate a realizzare progetti per un futuro sostenibile secondo l’Agenda 2030 delle Nazioni Unite.



Nel corso del 2021 Amplifon ha ricevuto **numerosi riconoscimenti da parte di enti terzi** che ne hanno premiato l’impegno rispetto alle tematiche di sostenibilità e al servizio per i clienti, tra cui:

- L’inserimento nella classifica 2022 de “Le aziende più attente al clima”, stilata dal Corriere della Sera in collaborazione con Statista, che mette insieme le 100 aziende italiane più attente al clima misurando il rapporto tra la riduzione delle emissioni di CO₂ e i ricavi relativi al periodo 2018-2020.
- L’inclusione tra i 200 vincitori dello studio Green Star – Le aziende più sostenibili 2021, un’indagine sulle politiche aziendali green in Italia promossa dall’Istituto tedesco ITQF e La Repubblica Affari&Finanza.
- L’inclusione tra i Leader della Sostenibilità 2021, a seguito della ricerca promossa da Statista e Il Sole 24 Ore che ha esaminato 1.500 aziende identificando le 150 che più si distinguono per le proprie scelte aziendali orientate alla sostenibilità.
- Il posizionamento all’interno della Top 3 riservata ai finalisti dell’Oscar di Bilancio 2021 per il Premio Speciale “Dichiarazione Non Finanziaria”, appuntamento annuale che premia le aziende più virtuose nelle attività di reporting ESG, promosso da FERPI con Borsa Italiana e Università Bocconi.
- Il conferimento del premio 2022 Industry Top-rated Badge da parte del Corporate Solutions team di Sustainalytics, che ha valutato oltre 14.000 aziende di 42 settori sulla base del loro rating di rischio ESG.
- Ogni anno la Reader’s Digest Association conduce un sondaggio tra più di 14.000 persone per determinare i brand più affidabili (*Trusted Brands*) in diverse categorie di prodotto. Per la categoria “apparecchi acustici” nel 2021 Amplifon è stato riconosciuto come *“most trusted brand”* dai consumatori svizzeri. In Portogallo invece, il nostro brand Minisom ha ricevuto lo stesso riconoscimento per la categoria “centri acustici”. Parallelamente, la campagna “Priorité Audition” di Amplifon Francia è stata nominata come migliore campagna di sensibilizzazione alla cura dell’udito nella categoria “Campagne et prévention” del Prix Pleine Vie.

CORRIERE DELLA SERA

statista



il Sole 24 ORE



PRINCIPALI RATING ESG

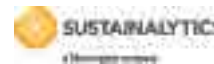
Anche nel 2021 **MSCI**, i cui Rating ESG mirano a misurare la resilienza delle aziende rispetto ai rischi e trend ESG, ha confermato ad Amplifon l’ESG Rating pari ad AA, su una scala che va da CCC a AAA, con dei punteggi superiori a quelli medi del settore di riferimento in tutte le aree chiave della valutazione.



Nel 2021 **Vigeo Eiris** ha incrementato l'ESG Overall Score di Amplifon da 36 a 43 su una scala 0-100, attribuendo una performance ESG superiore alla media del settore in tutti e tre i pilastri ESG, con una posizione 9/47 all'interno del settore di riferimento (*Health Care Equipment & Services*).



L'ESG Risk Rating di **Sustainalytics** valuta le aziende sulla base della loro esposizione ai principali rischi ESG. Grazie alla limitata esposizione a tali tipologie di rischi, nonché alla corretta gestione di quelli residui e potenziali, ad Amplifon è stato confermato un ESG Risk Rating pari a 14,4/100 (Low risk).



I **FTSE4Good** Index Series sono indici azionari lanciati dal FTSE Group che misurano le performance delle aziende in ambito ESG. Nel 2021 Amplifon ha ottenuto un ESG Rate pari a 2,3 (in una scala 0-5), in linea con la media della industry Health Care (2,2) e performando meglio della media di settore nella sfera sociale e governance.



Il Corporate Rating di **ISS ESG** fornisce agli investitori una valutazione complessiva sulle performance e le opportunità ESG delle società. Nel 2021 il rating di Amplifon è stato migliorato da D+ a C- (su una scala che va da D- a A+), mentre il *trasparency level* è passato da medio a alto.



Standard Ethics, che valuta l'impegno delle aziende rispetto alle direttive e linee guida internazionali (es. UN, OCSE, UE), ha assegnato uno Standard Ethics Rating ad Amplifon pari a E+, su una scala che va da F a EEE.



FINANZA SOSTENIBILE: ABBIAMO SOTTOSCRITTO I PRIMI DUE FINANZIAMENTI "SUSTAINABILITY-LINKED"

Nel corso del 2021 abbiamo fatto un ulteriore passo avanti nella **progressiva integrazione tra la nostra strategia finanziaria e la strategia di sostenibilità**, sottoscrivendo le prime due linee di credito legate ad alcuni obiettivi di sostenibilità. In data 30 settembre 2021 abbiamo sottoscritto con Intesa Sanpaolo (Divisione IMI Corporate & Investment Banking) una nuova linea di credito revolving "sustainability-linked" per un ammontare di 100 milioni di euro e durata di cinque anni. Tale linea di credito è legata ad alcuni indicatori del Piano di Sostenibilità di Amplifon e si inserisce nel piano di rifinanziamento ed ampliamento delle *revolving credit facilities* esistenti, permettendo sia un'ulteriore diversificazione delle fonti di finanziamento

che un'estensione della scadenza del debito di Amplifon.

Successivamente, in data 29 dicembre 2021 abbiamo finalizzato il rifinanziamento del *facility agreement* sottoscritto a seguito dell'acquisizione di GAES, per un totale di 210 milioni di euro e una durata di 5 anni, con un *pool* di banche composto da Unicredit, Mediobanca e BNPP-BNL. Il nuovo finanziamento include indicatori del nostro Piano di Sostenibilità il cui raggiungimento attiverà un meccanismo di aggiustamento del margine applicato alla linea di credito, in ottica di una sempre maggiore sinergia tra performance finanziarie e obiettivi ESG.

RIVOLUZIONIAMO L'ESPERIENZA AUDIOLOGICA CON TECNOLOGIE E SERVIZI DIGITALI COSTRUITI INTORNO ALLE PERSONE

I NOSTRI OBIETTIVI

Promuovere la consapevolezza sull'importanza dell'udito, abbattendo le barriere e la stigmatizzazione

Facilitare l'accessibilità alla cura dell'udito e migliorare la vita di più persone possibili

Promuovere soluzioni sempre più innovative, coinvolgenti e digitali

CAPITOLO 02

PRODUCT & SERVICE STEWARDSHIP



 **amplifon**

2.1 INNOVAZIONE E TECNOLOGIA PER ESPERIENZE STRAORDINARIE

Grazie a competenze e tecnologie sempre più avanzate, miriamo a rivoluzionare il settore dell'hearing care offrendo una **value proposition completa, coinvolgente e personalizzata, composta da prodotto, servizio e esperienza e che si consolida nel rapporto quotidiano tra audioprotesisti e clienti.**

AMPLIFON PRODUCT EXPERIENCE

L'Amplifon Product Experience (APE), che comprende i prodotti a marchio Amplifon e l'ecosistema multicanale Amplifon, è un **sistema integrato che mette le persone al centro di un percorso in cui servizio e prodotto sono in piena sinergia**, ridefinendo così l'intero *customer journey*. Si tratta di un sistema all'avanguardia nelle tecnologie digitali e nell'utilizzo dei *big data* grazie al quale è possibile raccogliere e analizzare i dati di utilizzo dei dispositivi acustici, i feedback e i bisogni dei consumatori, e utilizzarli per offrire un'esperienza unica, personalizzata e distintiva. I dati, infatti, sono il cuore di Amplifon, che è stata protagonista di una profonda trasformazione volta a raccogliere e utilizzare i dati di milioni di consumatori in tutto il mondo per offrire la migliore esperienza tramite il *real time* CRM, l'App Amplifon e l'ecosistema multicanale, che accompagnano il consumatore lungo tutto il suo viaggio.

Dopo il successo dei lanci in Italia, Francia, Germania, Olanda, Stati Uniti, Australia e Regno Unito nel periodo 2018-2020, il piano di roll-out dell'APE è proseguito anche nel 2021 raggiungendo quattro nuovi mercati (Belgio, Portogallo, Nuova Zelanda e Spagna) e un tasso di penetrazione pari a circa l'89% del venduto sul mercato privato e *paid-up*, per un totale di **11 Paesi coinvolti**. In particolare, nel mercato chiave spagnolo, in parallelo all'APE è stato lanciato anche il nuovo **packaging eco-sostenibile dei prodotti a marchio Amplifon** in carta 100% riciclabile (nuovo Cubo All-in-One), che verrà poi progressivamente lanciato in nuovi Paesi durante il 2022 e 2023.

~89%

IL TASSO DI
PENETRAZIONE DI
APE RAGGIUNTO
NEL 2021 PER I PAESI
IN SCOPE



VAI ALLA PAGINA
NUOVO
PACKAGING
ECOSOSTENIBILE
DEI PRODOTTI
AMPLIFON

I PRODOTTI A MARCHIO AMPLIFON

La linea di prodotti a marchio Amplifon (Amplifon Product Line – APL) continua a costituire un elemento portante del programma di innovazione tecnologica di Amplifon. Grazie al costante rinnovo dei prodotti con l'introduzione delle più recenti e migliori innovazioni, abbiamo arricchito le nostre quattro famiglie di prodotti, ognuna rispondente a particolari esigenze dei clienti e sviluppate in collaborazione con tutti i maggiori produttori di dispositivi acustici al mondo. La capacità di adattarsi a ogni stile di vita, oltre alla ricaricabilità dei prodotti della famiglia ampli-energy, alla connettività e all'estetica, rappresentano le caratteristiche dei prodotti a marchio Amplifon più apprezzate dai clienti.



APPROFONDISCI
LE FAMIGLIE
DI PRODOTTI
AMPLIFON

AMPLI-EASY

I dispositivi della famiglia ampli-easy sono potenti, pratici, facili da usare ed economici. Per la vita di tutti i giorni, per godersi le risate con gli amici, le passeggiate al parco, un bel film.



AMPLI-MINI

Gli ampli-mini sono dispositivi molto discreti e quasi invisibili grazie a una tecnologia miniaturizzata. Perfetti per chi è attento al look e vuole essere sempre elegante senza rinunciare alla comodità.



AMPLI-CONNECT

I dispositivi della famiglia ampli-connect si collegano direttamente alla TV, allo smartphone e allo stereo. Riconoscono automaticamente l'ambiente e orientano i microfoni nella direzione del suono. Tramite bluetooth si collegano all'App Amplifon.



AMPLI-ENERGY

Gli ampli-energy sono il perfetto connubio tra praticità e stile. Niente più batterie, sono ricaricabili con l'apposito supporto e hanno fino a 30 ore di autonomia. Anch'essi si collegano all'App Amplifon tramite bluetooth.



L'ECOSISTEMA MULTICANALE AMPLIFON



L'ecosistema multicanale Amplifon, il secondo elemento portante dell'APE, ridefinisce l'esperienza Amplifon lungo tutto il *customer journey* (e quindi non solo in negozio), offrendo rapido accesso a servizi differenziati ad alto valore aggiunto, con l'obiettivo di aumentare la soddisfazione dei clienti. L'**App Amplifon**, che ne costituisce il primo punto di contatto, permette di controllare e gestire le numerose funzionalità dei dispositivi acustici in tempo reale direttamente dallo smartphone, sfruttando al massimo le potenzialità della propria soluzione uditiva e migliorando la propria esperienza. Grazie all'App Amplifon il cliente ha quindi la possibilità di controllare il volume, cambiare e personalizzare i programmi, conoscere in tempo reale le statistiche di utilizzo del dispositivo acustico e molto altro.



**APPROFONDISCI
LE FUNZIONALITÀ
DELL'APP
AMPLIFON**

Inoltre il "Companion", una funzionalità esclusiva dell'App Amplifon che analizza in tempo reale i dati di utilizzo attraverso un algoritmo proprietario basato sull'intelligenza artificiale, fornisce consigli continui al cliente per utilizzare al meglio il dispositivo acustico, nonché suggerimenti relativi alla sostituzione delle batterie e al programma più adatto ai suoni circostanti. In questo modo supportiamo il consumatore a massimizzare l'efficacia della propria soluzione uditiva con consigli costanti e personalizzati ogni giorno e in ogni situazione.

Tutto ciò rappresenta un enorme potenziale in termini di dati. Grazie all'App Amplifon, che nel 2021 ha aumentato la sua penetrazione¹⁹ di circa quattro punti percentuali rispetto allo scorso anno, siamo in grado di avere accesso a moltissime informazioni sull'utilizzo dei dispositivi acustici da parte dei clienti ed utilizzarle per creare un'esperienza sempre più personalizzata. Un avanzato sistema di gestione dei dati, raccolti sia dall'esperienza virtuale che in negozio, ci permette così di costruire una mappa dei comportamenti e delle scelte d'acquisto, in grado di guidare la nostra offerta nella direzione determinata dal cliente, rendendo l'esperienza sempre più personalizzata e coinvolgente. Naturale evoluzione di tutto questo sarà una vera e propria piattaforma *e-health* che conetterà gli audioprotesisti ai clienti allo scopo di effettuare visite virtuali e *remote fine-tuning* dei dispositivi acustici.

~19%

**IL TASSO DI
PENETRAZIONE
DELL'APP
AMPLIFON NEL
2021 PER I PAESI
IN SCOPE**

19- Il tasso di penetrazione dell'App Amplifon è definito come rapporto tra numero di utenti che utilizzano attivamente l'App Amplifon e il numero di soluzioni acustiche compatibili vendute per i Paesi in scope.

IL PROTOCOLLO AMPLIFON 360

In qualità di *hearing care provider*, l'ascolto dei nostri clienti e la comprensione delle loro esigenze è fondamentale per garantire che le soluzioni acustiche che offriamo loro incontrino le specifiche esigenze e necessità.

Il successo della soluzione acustica dipende soprattutto dalla capacità dei nostri audioprotesisti di eseguire i test dell'udito, scegliere il dispositivo più adatto tra le tecnologie più avanzate ed effettuare una corretta applicazione. Oltre ad essere altamente qualificati, gli audioprotesisti costruiscono relazioni con i clienti attraverso il dialogo e l'ascolto, accompagnando le persone nel recupero della piena esperienza uditiva con un approccio *data-driven*. Sulla base di ciò abbiamo creato e sviluppato il protocollo di negozio Amplifon 360²⁰, un percorso innovativo per la valutazione delle capacità uditive delle persone che, attraverso strumenti pionieristici e tecnologie *user-friendly*, aumenta il coinvolgimento del cliente nel processo di valutazione del suo profilo uditivo, migliorando l'analisi delle esigenze e degli stili di vita individuali.

Tale protocollo è illustrato al cliente passo dopo passo, con il supporto di un sistema IT *front office* dotato di un'interfaccia video che consente al cliente di comprendere le proprie esigenze uditive, i risultati dei vari test eseguiti e i benefici possibili dalle varie soluzioni uditive. Per mezzo di Amplifon 360, e facendo leva su un solido *know-how* tecnico e su elevate competenze comunicative, gli audioprotesisti garantiscono così alle persone la possibilità di affidarsi pienamente alla selezione della soluzione più adatta per poi procedere con l'acquisto.

A testimonianza dei benefici apportati, nel 2019 il protocollo Amplifon 360 ha ottenuto l'approvazione della Società Italiana di Audiologia e Foniatria (SIAF), in aggiunta all'ottenimento del relativo brevetto italiano che ne ha certificato l'unicità e l'innovatività e ne ha dimostrato l'importanza nell'evoluzione della tecnica audioprotesica.



APPROFONDISCI
LE FASI DEL
PROTOCOLLO
AMPLIFON 360

PROTOCOLLO
AMPLIFON 360
APPROVATO DALLA
SOCIETÀ ITALIANA
DI AUDIOLOGIA E
FONIATRIA (SIAF)



20 - Il Protocollo 360 è presente nella maggior parte dei Paesi in cui Amplifon opera.



AMPLI-CARE

Dopo aver ridefinito l'intera esperienza di prodotto con l'Amplifon Product Experience, nel 2021 abbiamo presentato Ampli-care, la nostra nuova piattaforma in grado di offrire un'esperienza audiologica rivoluzionaria e decisamente personalizzata, sia durante le visite all'interno dei nostri negozi che fuori, in ogni momento della *customer journey*.

Ampli-care ci consentirà di far vivere ai nostri clienti un'esperienza unica, innovativa e coinvolgente ogni giorno, al fine di supportarli al meglio con il massimo della professionalità per soddisfare ogni loro specifica esigenza. Attraverso i tre pilastri sui cui si basa Ampli-care, renderemo clienti e *caregiver* partecipi di un percorso audiologico fluido e senza interruzioni su tutti i *touchpoint*.

ESPERIENZA IMMERSIVA

I nostri negozi, che rappresentano il primario punto di contatto del customer journey, saranno dotati di Otopad, strumenti iOS-based per la valutazione delle capacità uditive basati su una nuova tecnologia proprietaria sviluppata internamente. Grazie a questa nuova tecnologia, sarà possibile fornire esperienze *touch-based* ancora più interattive e coinvolgenti, in grado di effettuare test audiologici sofisticati, nonché di identificare in profondità le esigenze del cliente. Infine, l'utilizzo degli Otopad permetterà in futuro anche visite e attività di follow-up all'esterno del negozio.

SOLUZIONI IPERPERSONALIZZATE

Ampli-care consentirà di amplificare le competenze e l'empatia dei nostri audioprotesisti, supportandoli nell'individuazione della migliore soluzione per ciascun cliente attraverso un sistema proprietario chiamato "solution builder engine", alimentato da intelligenza artificiale. Questa tecnologia consentirà di individuare e proporre il prodotto, l'offerta di servizio e il fitting più adatto per ciascun cliente, sulla base del profilo audiologico e delle informazioni di carattere personale raccolte durante la visita.

SUPPORTO SEMPRE CONNESSO

I nostri audioprotesisti saranno sempre connessi da remoto attraverso un complesso sistema di monitoraggio e assistenza per intercettare modalità di utilizzo del prodotto e specifiche esigenze da parte dei nostri clienti. Così saremo in grado di supportarli anche nei momenti in cui non sono presenti in negozio tramite sistemi di videochiamata volti ad effettuare aggiustamenti del *fitting* degli apparecchi acustici da remoto. Inoltre, sia i *caregiver* che gli otorinolaringoiatri, profili determinanti nel processo di adozione delle soluzioni acustiche, giocheranno un ruolo più attivo: i *caregiver* avranno un profilo dedicato nell'App Amplifon per sensibilizzare e supportare i propri cari, mentre gli otorinolaringoiatri potranno ricevere sia i dati audiologici che di utilizzo degli apparecchi acustici dei loro pazienti.

L'implementazione di Ampli-care, avviata già nel corso del quarto trimestre del 2022 con riferimento ai nuovi sistemi audiometrici di negozio in alcuni Paesi selezionati, proseguirà nei prossimi anni con riferimento ai mercati principali in cui operiamo.



FORWARD THINKING VALUE AMPLIFON X

Per supportare l'accelerazione della strategia di innovazione di *customer experience* Ampli-care, a inizio 2022 abbiamo creato Amplifon X, una nuova divisione interamente dedicata allo sviluppo di soluzioni digitali altamente innovative.

Amplifon X nasce dall'ulteriore sviluppo di forti sinergie tra Otopad (società acquisita nel 2019) e l'area digitale del Gruppo, creando una accountability end-to-end, dal design allo sviluppo interno di software. Ampli-care rappresenta il primo prodotto interamente sviluppato da Amplifon X e comprende, tra tante altre funzionalità ed innovazioni, il nuovo protocollo Amplifon 360 per

i negozi, Otopad, l'evoluzione del test audiologico sul device iPad, e tutte le innovazioni relative all'App Amplifon per offrire nuove soluzioni e modalità di interazione fra audioprotesisti e clienti, migliorando ulteriormente il servizio in negozio e, soprattutto, in remoto. Amplifon X, che già oggi conta un team combinato di oltre 50 persone e si avvale di importanti collaborazioni con realtà accademiche di rilievo mondiale, ci consentirà di definire nuovi standard dell'esperienza audiologica, consolidando l'importante vantaggio competitivo della Società e creando un'esperienza unica per i nostri clienti e i nostri audioprotesisti.

LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

Così come descritto nella nostra Policy di Sostenibilità, cerchiamo sempre di assicurare e aumentare la soddisfazione dei clienti ascoltando le loro esigenze e stimolando lo sviluppo tecnologico.

La *superior customer experience* e la costante attenzione alla soddisfazione dei nostri clienti costituiscono alcuni dei pilastri fondativi del nostro modello di business. Grazie all'investimento costante nella selezione e formazione degli audioprotesisti, oltre che nell'implementazione di sistemi di marketing e di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) sempre più evoluti, offriamo loro un'ampia gamma di soluzioni all'avanguardia, un'elevata professionalità e un'esperienza unica e distintiva.

Per comprendere meglio le aspettative dei clienti e offrire loro un livello di servizio ancora più soddisfacente, siamo impegnati a sviluppare un programma per la raccolta e la gestione dei feedback ricevuti dai clienti. In tale programma sono nati e continuano ad essere sviluppati strumenti per misurare e monitorare le aspettative e la soddisfazione dei clienti, con metodi standardizzati e applicati dai principali Paesi in cui operiamo. Le indagini sono condotte utilizzando diversi canali di contatto (tra cui i call center, l'e-mail e l'SMS), e consentono di verificare il livello di gradimento dell'*experience* offerta ai clienti nei principali momenti della loro relazione con Amplifon: il test uditivo e il *trial*, la fase di acquisto, la fase di follow-up, l'eventuale decisione di non procedere all'acquisto e l'intera fase di *after care*.

Nel 2021 abbiamo ridisegnato l'intero processo di indagine, basato sul **Net Promoter Score (NPS)**, il parametro maggiormente utilizzato per misurare la soddisfazione dei clienti su prodotti e servizi. Tramite questo valore, i clienti valutano la loro esperienza complessiva, attribuendo un punteggio su una scala da 0 a 10 su punto vendita, servizi e prodotto, rispondendo alla domanda "*in che misura consiglieresti Amplifon ad amici e parenti?*". In questo modo, il valore finale del NPS è calcolato come la differenza dei cosiddetti *promoters* (chi ha dato un punteggio pari a 9 o 10) e i cosiddetti *detractors* (chi ha dato un punteggio minore o uguale a 6). Rispetto a quanto fatto negli anni precedenti, il nuovo processo è stato interamente rivisto in termini di automatizzazione, modalità e frequenza di misurazione, e nel 2021 è stato lanciato il piano di roll-out che ha già coinvolto alcuni Paesi (tra cui Italia, Francia, Olanda, Portogallo e Australia) e continuerà a coinvolgerne di nuovi nel 2022. L'obiettivo è quello di conoscere sempre di più i feedback nei nostri clienti e sviluppare piani d'azione volti a colmare eventuali divari identificati e migliorare ulteriormente la *customer journey*.

NPS

**NUOVO PROCESSO
DI MISURAZIONE
DELLA
SODDISFAZIONE
DEI CLIENTI
DISEGNATO E
LANCIATO NEL 2021**

**FORWARD THINKING VALUE****UNIVERSITÀ BOCCONI E AMPLIFON PER INNOVARE LA CUSTOMER EXPERIENCE CON L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE**

A inizio 2021 Amplifon e Università Bocconi hanno firmato un accordo per l'istituzione dell'Amplifon Chair in Customer Science, una cattedra nata dalla nostra collaborazione con l'università allo scopo di approfondire la comprensione del cliente e del suo percorso di acquisto e fidelizzazione attraverso i più avanzati strumenti di *computer science* e intelligenza artificiale. Il programma di ricerca della cattedra intende sviluppare una più profonda conoscenza del cliente esplorando gli *audio analytics*, ovvero quegli strumenti in grado di individuare e correlare, attraverso la risposta del cliente, caratteristiche non verbali del comportamento di un operatore di call center, come la velocità di esposizione, il tono o l'utilizzo dei sospiri e delle pause. Tali strumenti ci permetteranno così di capire come il consumatore risponderà a diverse azioni aziendali, e quindi definire poi delle

attività di marketing che permettono di creare maggiore valore per l'impresa, ma anche per il consumatore stesso.

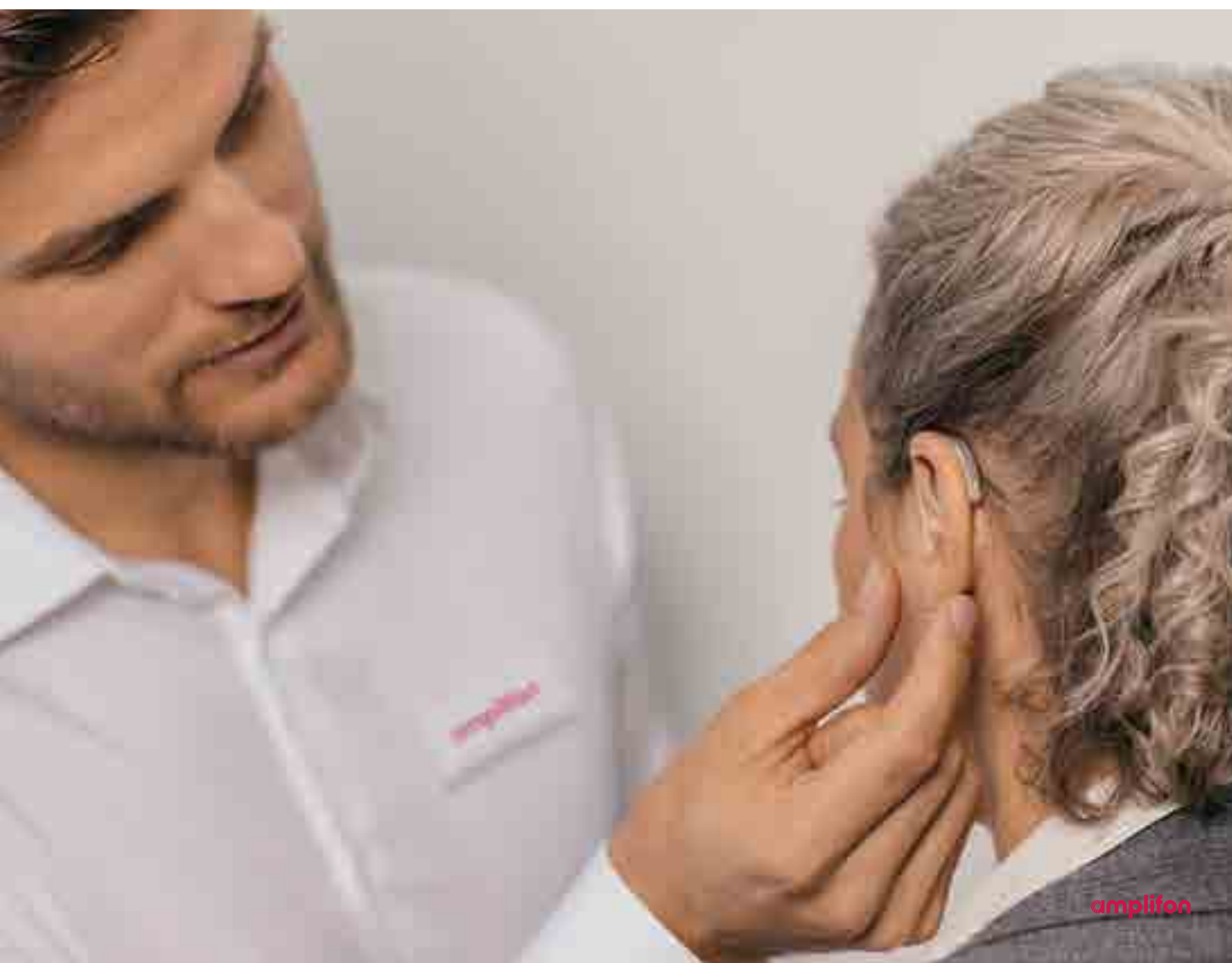
La cattedra, inaugurata con l'anno accademico 2021-2022, prevede un intenso programma di ricerca e iniziative che coinvolgeranno gli studenti in sfide didattiche che li metteranno in contatto diretto con la nostra realtà aziendale, in una logica di collaborazione di lungo periodo a testimonianza dell'impegno e dell'attenzione del Gruppo verso le giovani generazioni e la loro formazione.



APPROFONDISCI

AMPLIFON CHAIR

IN CUSTOMER SCIENCE





2.2 ACCESSIBILITÀ A PRODOTTI E SERVIZI

Cerchiamo di rendere sempre accessibile e disponibile la cura dell'udito, facilitando il superamento degli ostacoli che impediscono alle persone di rivolgersi alla consulenza di un esperto per migliorare il loro benessere uditivo, e moltiplicando la nostra presenza globale e digitale.

Investiamo nell'espansione di un network distributivo globale, che ci consente di essere **sempre vicini a chi ha un calo uditivo permettendo a tutti, anche alle persone con ridotta mobilità, di accedere facilmente a un servizio audiologico di qualità**. Durante il 2021 abbiamo acquisito 330 negozi, raggiungendo un network distributivo totale di 9.241 punti vendita. Abbiamo espanso la nostra presenza in Cina raggiungendo una rete complessiva di 115 punti vendita in un mercato che rappresenta un'opportunità considerevole, dato l'elevato profilo di crescita atteso. Inoltre, l'acquisizione di Bay Audio in Australia ha determinato l'aggiunta di oltre 100 punti vendita nel mercato chiave australiano. A ciò si aggiungono le operazioni di acquisizione c.d. "piecemeal", realizzate soprattutto in Paesi quali Francia, Germania e Stati Uniti, nonché selezionate nuove aperture nei c.d. "white spots". Inoltre, cerchiamo da sempre di raggiungere le persone con calo uditivo anche nelle zone rurali o con una bassa densità di popolazione, attraverso gli shop-in-shop e i corner, ovvero spazi gestiti direttamente da Amplifon ma collocati in punti vendita di terzi come farmacie, ottiche e ambulatori medici. Nei principali Paesi in cui operiamo, effettuiamo anche visite a domicilio a favore di clienti con ridotta mobilità che non possono recarsi fisicamente in negozio.

Crediamo molto nell'importanza dell'esperienza in negozio: le vetrine e l'interno dei negozi sono progettati per ridurre il più possibile gli elementi di ansietà tipicamente associati alle esperienze medicali, cercando di mettere il cliente a proprio agio, con conseguente impatto positivo sull'accessibilità. A tal proposito, Amplifon ha avviato un progetto per analizzare l'esperienza in negozio dal punto di vista del cliente e trarre degli insights rispetto alle aree

330

NEGOZI

ACQUISITI DURANTE
IL 2021

115

PUNTI VENDITA

TOTALI RAGGIUNTI
IN CINA

+100

NEGOZI

IN PIÙ IN AUSTRALIA
GRAZIE A BAY
AUDIO

con cui il cliente interagisce maggiormente al fine di sviluppare delle azioni di miglioramento nei negozi. Inoltre, al fine di facilitare l'accessibilità alla cura dell'udito e migliorare la vita di più persone possibili, all'interno dei nostri negozi **offriamo test dell'udito gratuiti generando così un rilevante risparmio economico** per clienti e *prospects*.

Dall'altra parte, i canali di comunicazione digitale stanno acquisendo sempre maggiore rilievo per Amplifon, che cerca costantemente di coinvolgere, oltre ai clienti, i cosiddetti *influencer*, ovvero amici e familiari di chi presenta carenze uditive. Amplifon e gli altri brand sono ormai presenti su diversi canali digitali: web, social media e mobile. Per supportare la strategia di marketing digitale, abbiamo adottato una nuova piattaforma *cloud* che permette di connettere esperienze online e offline, attraverso la quale è possibile gestire in modo integrato le interazioni con siti web, app, mail, SMS, call center ed interazioni in negozio.

Così come i siti *consumer* di Amplifon permettono a clienti e potenziali clienti di usufruire facilmente di servizi quali lo *store locator* e il test online dell'udito, anche l'App Amplifon offre servizi ad alto valore aggiunto che permettono di accedere e usufruire facilmente di una nuova esperienza uditiva. Oltre al controllo delle funzioni del dispositivo acustico in tempo reale, tra i servizi direttamente accessibili dallo smartphone vi sono "trova il negozio più vicino", la prenotazione online di un appuntamento in negozio e il "Companion". Tutto ciò ci permette di supportare i nostri clienti anche da remoto, **umentando così la fruibilità e l'accessibilità dei nostri servizi**, anche grazie a video tutorial integrati all'interno dell'App Amplifon per la risoluzione di piccole problematiche, percorsi rapidi di navigazione intuitivi e le statistiche di utilizzo del dispositivo acustico. Inoltre, con riferimento agli apparecchi acustici compatibili, è ora possibile aggiornare il *firmware* dei dispositivi senza necessità di recarsi in negozio e ridurre l'interferenza del vento e del rumore.

~200

MLN DI EURO

IL RISPARMIO
ECONOMICO
GENERATO NEL
2021 GRAZIE AI
TEST DELL'UDITO
GRATUITI



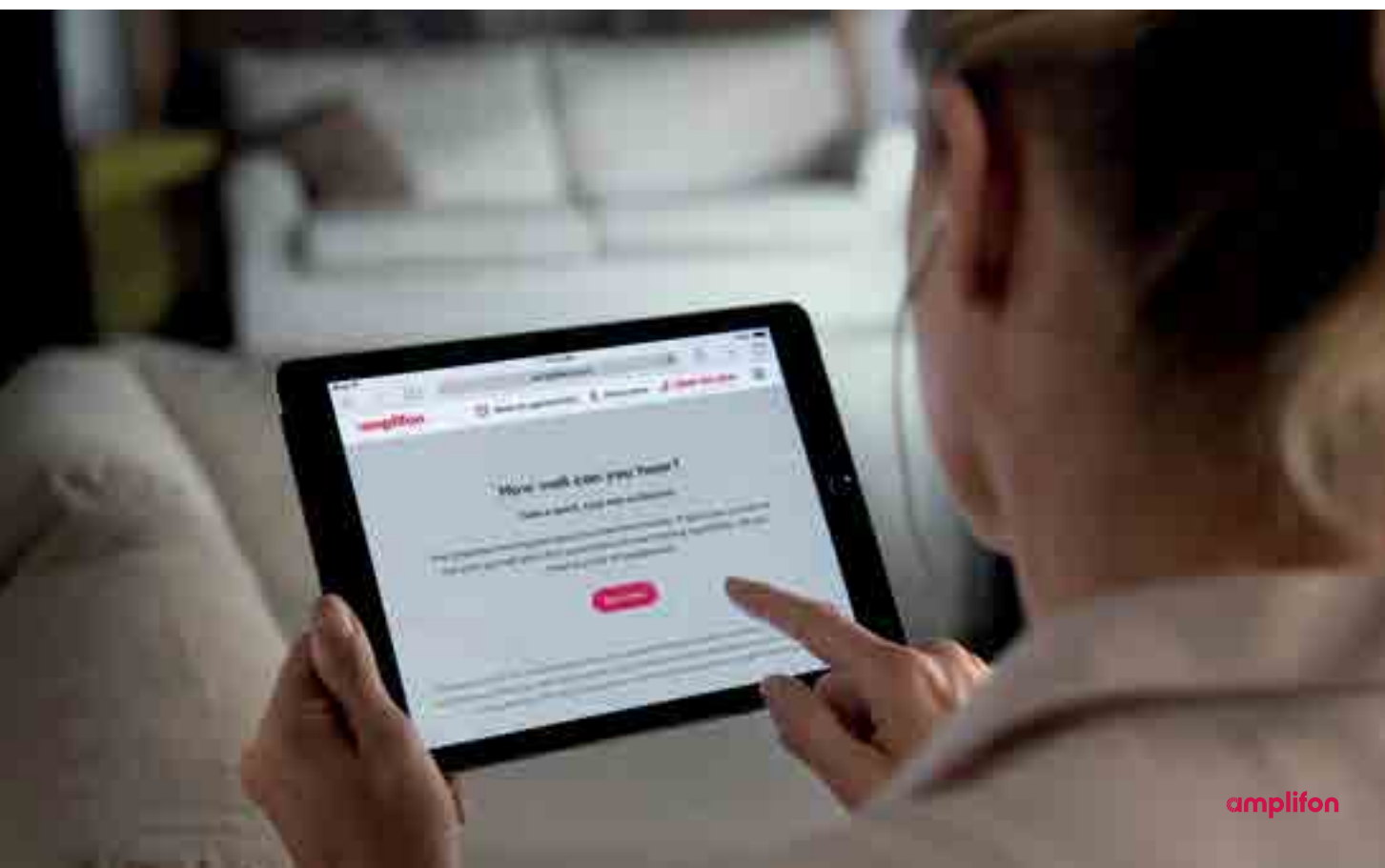
VAI ALLA PAGINA


LE NOSTRE
CAMPAGNE DI
SENSIBILIZZAZIONE
PER LA CURA
DELL'UDITO



APPROFONDISCI

UN APPROCCIO
DATA DRIVEN PER
SOLUZIONI SEMPRE
PIÙ DIGITALI E
COINVOLGENTI





2.3 QUALITÀ E SICUREZZA PER I CLIENTI

Garantiamo la sicurezza dei clienti per prevenire qualsiasi danno nei loro confronti, dalla fase di *fitting* all'uso quotidiano del dispositivo acustico, nel totale rispetto delle disposizioni di legge.

La funzione Regulatory Affairs di Amplifon, tramite le associazioni di categoria, è in contatto con legislatori, agenzie sanitarie e organismi scientifici professionali per garantire la sicurezza dei clienti e assicurare l'accesso a un servizio audiologico di qualità. Le procedure in essere nei vari Paesi garantiscono il presidio delle tematiche relative alla qualità dei prodotti e alla sicurezza dei clienti secondo le normative vigenti. Dal 2019 Amplifon è anche parte dell'EHIMA (European Hearing Instrument Manufacturers Association), associazione che monitora e promuove a livello europeo normative uniformi riguardanti la produzione di dispositivi acustici e ne garantisce l'aggiornamento in linea con gli sviluppi industriali e commerciali.

**EHIMA
INGRESSO
DI AMPLIFON
NEL 2019**

SICUREZZA DEL PRODOTTO

Tutte le aziende produttrici garantiscono che gli apparecchi acustici vengano prodotti nel rispetto di tutte le direttive e le leggi applicabili nei Paesi di distribuzione. Sono altresì responsabili dei numerosi test a cui vengono sottoposti gli apparecchi acustici, in quanto dispositivi medici, a garanzia della sicurezza degli utenti. A supporto di ciò, per ciascuna categoria di prodotto forniamo l'apposito manuale con le istruzioni per un utilizzo in totale sicurezza, e sulla confezione applichiamo etichette con informazioni chiare e precise riguardo alla sicurezza.

Nel caso di dubbi o preoccupazioni circa la sicurezza dei dispositivi o dei prodotti ad essi collegati, richiediamo ai fornitori di effettuare ulteriori analisi, affidando anche a laboratori di parte terza la valutazione della sicurezza dei prodotti e degli altri aspetti tecnologici o di produzione. Qualora, successivamente alle analisi condotte, non fosse possibile assicurare la totale

sicurezza dei prodotti, al fornitore viene chiesto immediatamente di adottare gli opportuni provvedimenti, che possono dare luogo all'eventuale richiamo del prodotto in questione, come previsto dalla normativa.

Amplifon si è dotata delle procedure necessarie per la compliance al nuovo **Regolamento Dispositivi Medici (UE) 2017/745 (MDR)**, che ha abrogato la Direttiva 93/42/CEE (MDD) ed è entrato in vigore il 26 maggio 2021 regolamentando gli obblighi per i diversi operatori attivi nel settore dei dispositivi medici. Per Amplifon, che si configura come distributore, il Regolamento non ha un impatto sostanziale, se non quello di dover garantire la tracciabilità del prodotto e che immagazzinamento e trasporto avvengano nel rispetto delle condizioni stabilite dai produttori. Le procedure richieste riguardano attività rilevanti, tra cui la gestione dei reclami, l'etichettatura, il richiamo del prodotto e la gestione dei dati. A garanzia del rispetto di tali procedure e delle condizioni determinate con i produttori tramite *Quality Agreement*, abbiamo identificato in ciascun Paese europeo in cui operiamo una figura di riferimento preposta alla supervisione delle relative attività. Nel 2021 sono iniziate le attività di monitoraggio relative alle procedure introdotte nei diversi Paesi europei.

SICUREZZA DEL SERVIZIO

Per salvaguardare la sicurezza del cliente in termini di servizio offerto, ci serviamo di audioprotesisti altamente qualificati e investiamo significativamente nella loro formazione. Tutti i macchinari e le apparecchiature utilizzati sono soggetti a protocolli di manutenzione pianificata, con tempi e metodi definiti dai relativi produttori. Inoltre, abbiamo stipulato delle polizze assicurative a copertura dei pochi e rari incidenti che si potrebbero verificare. L'App Amplifon, sviluppata internamente e distribuita nei Paesi UE come dispositivo medico, ha ottenuto il marchio CE, e la stessa app a marchio Miracle-Ear ha ottenuto l'approvazione della FDA (Food and Drug Administration) per poter essere lanciata negli Stati Uniti nel 2019. Per ottenere il marchio CE, Amplifon ha dovuto adeguare il proprio *Quality Management System* e soddisfare i requisiti della ISO 13485:2016, adottando una serie di procedure operative, alcune finalizzate alla prevenzione e gestione di eventuali incidenti, tra cui:

- **“Standard Operating Procedure Advisory Notice and Recall”**, per fornire istruzioni sull'uso e sul richiamo del dispositivo medico;
- **“Standard Operating Procedure Customer Feedback and Complaint Handling”**, per la gestione dei feedback e dei reclami relativi ai servizi digitali;
- **“Standard Operating Procedure Vigilance and Incident Reporting”**, per valutare se i malfunzionamenti dei dispositivi medici debbano essere riportati all'Autorità Competente;
- **“Standard Operating Procedure Corrective Action and Preventive Action Management”**, per la gestione delle azioni volte a risolvere il problema ed evitare che si ripresenti in futuro.

Processi e fornitori coinvolti nello sviluppo dell'App Amplifon sono stati sottoposti ad audit di una terza parte, che ne ha attestato la conformità rispetto alla ISO 13485:2016 e che continua a condurre audit annuali. Infine, ogni qualvolta viene rilasciata una nuova versione dell'App Amplifon, la stessa è soggetta a *risk assessment* per valutare i potenziali rischi per la salute e la sicurezza dell'utente connessi all'utilizzo dell'App.

**REGOLAMENTO
DISPOSITIVI
MEDICI
(UE) 2017/745 (MDR)**
CI SIAMO GIÀ DOTATI
DELLE PROCEDURE
NECESSARIE PER
ESSERE CONFORMI

**MONITORAGGIO
ATTIVO NEI PAESI
EUROPEI**

MARCHIO "CE"
OTTENUTO DALL'APP
AMPLIFON PER
L'EUROPA

**APPROVAZIONE
FDA**
OTTENUTA DALL'APP
AMPLIFON PER GLI
STATI UNITI

**QUALITY
MANAGEMENT
SYSTEM**
AGGIORNATO
SECONDO I
REQUISITI DELLA
ISO 13485:2016

2.4 CYBERSECURITY E PRIVACY DEI DATI

Proteggere i dati di cui siamo in titolarità o possesso è per noi più di una priorità: è una condizione imprescindibile per meritare la fiducia che le persone ci danno quotidianamente, nonché per offrire ai nostri clienti i servizi più innovativi e le soluzioni più avanzate.

Anche alla luce della crescente importanza che le persone attribuiscono alla propria privacy, investiamo continuamente nella sicurezza informatica, così da proteggere il grande quantitativo di dati personali e c.d. "sensibili" relativi ai clienti (in particolare, dati sanitari) a disposizione del Gruppo. Ci siamo dotati, sia nelle strutture centrali che nei punti vendita, di una serie di strumenti di gestione finalizzati all'applicazione dei requisiti previsti dalle normative nazionali in materia di protezione dei dati personali in tutti i Paesi in cui operiamo. Al fine di assicurarne la piena e corretta implementazione, tali strumenti sono oggetto prima di una verifica da parte del Dipartimento Corporate Legal, attraverso un piano annuale di reporting (verifiche di secondo livello), e poi di verifica da parte del piano di Internal Audit (verifiche di terzo livello). Per la relativa attuazione, la funzione Corporate Legal fornisce il supporto necessario a tutto il Gruppo in caso di cambiamenti normativi, così come avvenuto nel 2017 in occasione dall'entrata in vigore del nuovo Regolamento UE 2016/679 (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati - GDPR), rispetto al quale abbiamo raggiunto la totale conformità tramite specifiche misure tecnico-organizzative.

Nel corso del 2021, sono state aggiornate le **Corporate Guidelines in materia di privacy** applicabili a livello EMEA, comprensive delle procedure utili a soddisfare i requisiti richiesti dal GDPR e dalle leggi locali in materia di protezione dei dati personali. In parallelo, è stato implementato un programma continuativo di *reporting & meeting*, attraverso il quale i DPO (Data Protection Officer) e i responsabili locali privacy, a livello di Paese, informano e aggiornano la Corporate sulle loro attività, permettendo a quest'ultima un

**GDPR
TOTALE
CONFORMITÀ**

**TOOL PRIVACY
MANAGEMENT
ONETRUST
IMPLEMENTATO
NEL 2021**

efficace monitoraggio, e consentendo altresì la condivisione e la gestione di problematiche lato privacy globali o locali, così da creare sinergie e *lesson-learned* utili ai diversi responsabili di Country. Sempre in ambito privacy, nel corso del 2021 è iniziato il programma di implementazione a livello EMEA e US della soluzione di *Privacy Management OneTrust*, il tool top-notch a livello mondiale per la gestione degli adempimenti lato privacy. Tale sistema, infatti, permette la creazione di un ecosistema, adattabile e integrato per la gestione delle tematiche privacy, che mitiga le difficoltà gestionali tipiche di grandi gruppi multinazionali attivi *worldwide*. Al di là delle nostre attività, ci siamo altresì dotati di specifiche procedure per la gestione delle terzi parti che trattano dati personali nella titolarità di Amplifon, al fine di ricorrere unicamente a soggetti che presentino garanzie sufficienti per mettere in atto misure tecniche e organizzative adeguate ai requisiti del GDPR e alla tutela dei diritti degli interessati, anche per mezzo di una “Nomina a responsabile del trattamento” (DPA) con i fornitori e specifiche linee guida sui requisiti di sicurezza chieste ai soggetti terzi.

Nel design dei servizi digitali offerti da Amplifon, come ad esempio l’ecosistema multicanale, il primo requisito tenuto in considerazione è sempre la privacy e la sicurezza dei dati (***privacy and security by design***). Con riferimento all’App Amplifon, il consenso per il trattamento dei dati ai fini di marketing e profilazione è stato aggiornato in conformità con la normativa e l’utente può revocare il consenso in qualsiasi momento. In generale, in tutti i Paesi Amplifon fornisce ai propri clienti, *lead e prospect*, un’informativa privacy in linea con i requisiti di cui all’Artt. 13 e 14 GDPR o comunque in conformità alle normative applicabili. Per il lancio dell’App Amplifon negli Stati Uniti, dove la normativa vigente in materia di protezione dei dati personali è differente, Amplifon è stata supportata da consulenti professionisti nel settore affinché l’App rispettasse le disposizioni della *Health Insurance Portability and Accountability Act*. Sempre secondo il criterio di *privacy by design*, di particolare importanza è il lavoro di supporto svolto nel 2021 dalle funzioni Legal e IT in merito all’implementazione del programma Ampli-care, la nuova piattaforma di gestione dell’esperienza audiologica costruita intorno al consumatore, in cui la quantità e la qualità dei dati personali che trattiamo è stata proporzionata in conformità ai requisiti legali e alle *best practices* applicabili lato privacy e cybersecurity.

A livello di governance, abbiamo creato un **team cyber dedicato** che ha introdotto specifici processi per consentire un rapido adattamento a un panorama di minacce cyber in continua evoluzione. Nel 2021 è stato mantenuto e ulteriormente rafforzato il comitato interno – creato nel 2020 – diretto alla supervisione e gestione di tutti i temi legati alla *cybersecurity*, di cui fanno parte le funzioni IT e Legal (inclusi il Chief Information Officer e il Chief Legal Officer), il Group Internal Audit and Risk Management Officer, nonché esponenti delle funzioni HR e Finance che agiscono come “security champions” delle rispettive funzioni. All’interno di tale comitato sono periodicamente presentati indicatori manageriali per la valutazione del rischio cyber, approfonditi vari temi di carattere strategico e presentati gli eventuali incidenti più rilevanti e relative *lesson learned*. Il comitato organizza inoltre ogni trimestre un incontro specifico sul tema con l’Amministratore Delegato, nonché periodiche presentazioni al Consiglio di Amministrazione, per condividere le principali tematiche relative alle performance, ai processi utilizzati e alla strategia cybersecurity.

~2.400

ORE TOTALI

DI TRAINING SU
PRIVACY E GDPR
EROGATE NEL 2021
PER OLTRE 2.100
DIPENDENTICOMITATO
PER LA
CYBERSECURITY
ULTERIORMENTE
RAFFORZATO
NEL 2021VAI ALLA PAGINA
IL SISTEMA DI
CONTROLLO
INTERNO E DI
GESTIONE DEI
RISCHI

Le politiche di privacy e cybersecurity sono altresì tematiche incluse nell'Enterprise Risk Management del Gruppo, al fine di identificare e minimizzare eventuali rischi relativi a perdite di dati e attacchi cyber.

Grazie alla solida cultura aziendale interna, i nostri dipendenti e i collaboratori comprendono l'importanza rivestita dalle questioni legate alla privacy e cybersecurity e ai relativi rischi, e sono periodicamente coinvolti in varie attività di **security awareness** (es. induction, security pills, simulazioni di phishing) al fine di renderli consapevoli di come gestire eventuali anomalie. Specifiche attività formative vengono erogate a tutto il personale dipendente per rafforzare la consapevolezza dei rischi e delle minacce cyber e per promuovere un comportamento sicuro in tutta l'organizzazione, all'interno di un processo di apprendimento continuo. È infatti in essere un framework documentale con specifiche policy che regolano, tra gli altri, temi quali il *threat & vulnerability management*, *information security incident management*, *responsible use of IT*, etc., disponibili a tutti i collaboratori per garantire i massimi livelli di sicurezza e protezione dei dati riservati. Inoltre, tutti i nostri audioprotesisti e il personale operante nei negozi sono formati e preparati per gestire sempre con la massima attenzione i dati sensibili dei clienti che, conformemente al Codice Etico di Amplifon, non possono essere divulgati o utilizzati per finalità diverse da quelle stabilite.

Nel 2021 sono state messe in atto ulteriori iniziative concrete per ridurre i rischi di cybersecurity, con particolare attenzione alla sicurezza della rete, dei server e dei dispositivi endpoint, al miglioramento del monitoraggio e delle attività di rilevamento e all'aumento della consapevolezza di tutti i collaboratori. Relativamente ai processi volti a prevenire eventuali interruzioni dei sistemi IT e per la difesa dagli attacchi cyber, sono state implementate misure di sicurezza volte sia ad "aumentare il costo" di un potenziale attacco, sia a diminuire il tempo di *remediation*, nei diversi layer infrastrutturali e non (dispositivi, applicazioni, rete, utenti) con specifici controlli di *security*. Sono proseguiti gli investimenti nell'architettura ICT e nel mantenimento di controlli di *security protection/detection/response* contro le nuove minacce alla sicurezza informatica, contribuendo così alla trasformazione digitale di Amplifon. Le principali soluzioni ed applicazioni cloud per la gestione dei dati garantiscono elevate prestazioni e, allo stesso tempo, i massimi livelli di sicurezza disponibili sul mercato. Un primario fornitore di servizi di sicurezza informatica si occupa in tempo reale delle minacce relative alla sicurezza, 24 ore al giorno tutti i giorni dell'anno. In caso di allerta, un team di esperti interviene per prevenire i tentativi di attacco o di intrusione mettendo in atto specifiche procedure, al fine di evitare la perdita o il furto di dati sensibili riguardanti il Gruppo o i clienti. La protezione della rete aziendale è stata ulteriormente rinforzata grazie all'introduzione di strumenti di controllo avanzato delle minacce che sfruttano tecnologie di intelligenza artificiale. Si conferma altresì l'esecuzione di attività come *vulnerability assessment* e *penetration testing*, nonché la cifratura dei dischi per proteggerli da eventuali furti di dati in caso di furto o smarrimento di *device* aziendali. Infine, nel corso del 2021 abbiamo avviato un processo che ci porterà ad ottenere la certificazione ISO27001 (per la Corporate) e HiTrust, alla luce della **certificazione SOC2 già valida negli Stati Uniti**.

~8.700

**ORE TOTALI
DI TRAINING
SULLA
CYBERSECURITY
EROGATE NEL 2021
PER OLTRE 7.800
DIPENDENTI**

**ISO27001 &
HITRUST
LE CERTIFICAZIONI
CHE OTTERREMO**

